

Antrag des Regierungsrates vom 10. Dezember 2014

KR-Nr. 270/2009

5151

**Beschluss des Kantonsrates
zum Postulat KR-Nr. 270/2009 betreffend
Tote Bahnhöfe im Rafzerfeld – Gerechtigkeit im ZVV**

(vom

Der Kantonsrat,

nach Einsichtnahme in den Bericht und Antrag des Regierungsrates vom 10. Dezember 2014,

beschliesst:

I. Das Postulat KR-Nr. 270/2009 betreffend Tote Bahnhöfe im Rafzerfeld – Gerechtigkeit im ZVV wird als erledigt abgeschrieben.

II. Mitteilung an den Regierungsrat.

Der Kantonsrat hat dem Regierungsrat am 21. Januar 2013 folgendes von den Kantonsräten Matthias Hauser, Hüntwangen, und Peter Reinhard, Kloten, sowie Kantonsrätin Susanne Rihs-Lanz, Glattfelden, am 31. August 2009 eingereichte Postulat zur Berichterstattung und Antragstellung überwiesen:

Der Regierungsrat wird beauftragt, sich dafür einzusetzen, dass zwischen Bülach und Schaffhausen mindestens eine Bahnstation auf Zürcher Boden bedient bleibt.

Bericht des Regierungsrates:

Der Kantonsrat hat mit Beschluss vom 20. Januar 2014 betreffend Grundsätze über die Entwicklung von Angebot und Tarif im öffentlichen Personenverkehr (Vorlage 5005a) verschiedene Massnahmen zum Vertrieb von Beratungs- und Dienstleistungen verabschiedet. Dazu gehören, dass die einzelnen Vertriebskanäle den sich verändernden Bedürfnissen angepasst werden und dass bei der bedienten Marktpräsenz eine gute Beratungsqualität und die Sicherstellung einer Grundversorgung ins Zentrum rücken. Der Beschluss beruht auf den Veränderungen und Entwicklungen, die sich in den letzten rund 10 bis 20 Jahren ergeben haben.

Entwicklungen bei den Kundenbedürfnissen und Vertriebskanälen

2002 hat der Zürcher Verkehrsverbund (ZVV) zusammen mit den marktverantwortlichen Verkehrsunternehmen (MVU) ein Vertriebskonzept verabschiedet, das zum Ziel hatte, für die Fahrgäste im ganzen Kanton eine bestmögliche Versorgung mit Beratungs-, Verkaufs- und Informationsdienstleistungen sicherzustellen. Schon damals waren die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden im Wandel. Immer mehr Fahrgäste erwarteten, dass sie Dienstleistungen wie Verkauf, Fahrplanauskunft und Beratung rund um die Uhr und unter Einsatz moderner Technologien in Anspruch nehmen können. Gleichzeitig erwarteten sie ein hohes Niveau bei der Beratung. Dementsprechend wurden die Stärken der verschiedenen Vertriebskanäle auf die neuen Bedürfnisse ausgerichtet. Die drei wichtigsten Vertriebskanäle sind gemäss Vertriebskonzept der Distanzverkauf (über Callcenter, Internet, Mobiltelefone usw.), die Ticketautomaten und die bedienten Verkaufsstellen.

Die Entwicklung bei den Kundenbedürfnissen hat sich in den folgenden Jahren bestätigt und sich auch seit Einreichung des vorliegenden Postulats 2009 fortgesetzt. Der Distanzverkauf zeichnet sich heute dadurch aus, dass die Ticket- oder Abonnementskäufe örtlich weitgehend unabhängig und teilweise rund um die Uhr via Brief, Callcenter (Telefon und E-Mail), Internet (Webshop) und teilweise Mobiltelefon ausgeführt werden können. Diese Leistungen werden insbesondere bei Callcentern wie ZVV-Contact und SBB-Railservice durch eine qualitativ hochstehende Mobilitätsberatung ergänzt. Über ZVV-Contact kann auch nahezu das ganze ZVV-Ticketsortiment telefonisch sowie mit E-Mail oder Brief bestellt werden. ZVV-Contact ist täglich von 6.00 bis 22.00 Uhr erreichbar (einschliesslich Sonn- und Feiertage), der SBB-Railservice rund um die Uhr.

Auch der Bezug von Tickets über die Ticketautomaten kann zeitlich unabhängig abgewickelt werden. Die modernen und behindertengerechten Ticketautomaten wurden zwischen 2009 und 2012 in Betrieb genommen. Sie bieten ein breites Ticketsortiment (einschliesslich verschiedener Mehrfahrtenkarten und Abonnemente), unterschiedliche Zahlungsmöglichkeiten (Bargeld, Kreditkarten, Debitkarten) sowie eine telefonische Unterstützung beim Ticketkauf an. Selbst eine Fernbedienung des Automaten ist möglich. Dabei ruft ein Fahrgast das Callcenter unter der Telefonnummer an, die am Automaten angegeben ist und gibt die Automatennummer und den Ticketwunsch bekannt. Die oder der Mitarbeitende des Callcenters stellt das Ticket aus, sodass der Fahrgast nur noch den Bezahlvorgang durchführen und das Ticket entgegennehmen muss. An Bahnhöfen der SBB ist die fernbediente Unterstützung rund um die Uhr abrufbar, bei den übrigen Ticketautomaten von 6.00 bis 22.00 Uhr. Mit dieser neuen Dienstleistung können auch Fahrgäste, die mit dem Umgang mit Berührungsbildschirmen wenig oder nicht vertraut sind oder als Gelegenheitsnutzerinnen und -nutzer Unterstützung wünschen, das Ticket am Automaten lösen. Da an allen Bahnhöfen mindestens einer, meist aber mehrere Automaten vorhanden sind, besteht eine flächendeckende Grundversorgung des Ticketverkaufs mit fernbedienter, persönlicher Unterstützung.

Die neuen, leistungsfähigen Ticketautomaten sind erfolgreich. Ihr Anteil am Umsatz aus ZVV-Tickets hat sich seit 2009 von 27% auf 34% 2013 gesteigert, was einem Zuwachs von 26% entspricht. Auch der Umsatz aus dem Verkauf von ZVV-Tickets im Distanzverkauf ist zwischen 2009 und 2013 von 10% auf 16% gestiegen. Auf der anderen Seite ist der Umsatz an bedienten Verkaufsstellen deutlich gesunken. Allein zwischen 2009 und 2013 ist er um 20% geschrumpft. Dabei hat sich die in diesem Zeitraum stattgefundene Schliessung einzelner Verkaufsstellen kaum negativ auf den Umsatz ausgewirkt, da diese zusammen weniger als 1% des Umsatzes erwirtschafteten.

Noch deutlicher zeigt sich die Situation beim Absatz. Der Anteil der in Selbstbedienung gekauften Billette (Distanzverkauf und Ticketautomaten) beträgt heute bereits mehr als 75%. Werden die Verkäufe durch Chauffeurinnen und Chauffeure in Regionalbussen nicht berücksichtigt, beträgt der Selbstbedienungsanteil 86%. An bedienten Schaltern werden somit nur noch 14% der verkauften Tickets abgesetzt.

Diese Entwicklung wird sich in den nächsten Jahren weiter verstärken. Der Anteil der im Distanzverkauf bezogenen elektronischen Tickets wird sowohl bei den Einzeltickets wie auch bei den Abonnements zunehmen. Im Einzelreiseverkehr wird der Anteil sogenannter «Mobile Tickets», die mittels Smartphone gelöst und bezahlt und am Smartphone-Bildschirm dargestellt werden, stark ansteigen. Abonne-

mente werden mit der neuen nationalen Chipkarte des öffentlichen Verkehrs «SwissPass» verknüpft. Der «SwissPass» ist eine mit einem Mikrochip ausgerüstete Plastikkarte im Kreditkartenformat. Auf dem Chip sollen ab Mitte 2015 die General- und Halbtaxabonnemente sowie später schrittweise auch Verbundabonnemente sowie weitere Mobilitätsdienstleistungen wie z. B. Car- oder Bike-Sharing integriert werden. Mit «SwissPass» werden Kauf und Erneuerung von Abonnements jederzeit und überall über Internet, durch das Smartphone sowie mittels Telefonanruf bei den Callcentern möglich sein.

Rechtliche und vertragliche Rahmenbedingungen

Neben den veränderten Kundenbedürfnissen und den darauf angepassten Entwicklungen bei den Vertriebskanälen und den Vertriebsmitteln hat sich auch eine Umgestaltung bei den gesetzlichen Grundlagen ausgewirkt. Im Zuge der Veränderungen des verkehrspolitischen Umfeldes wurde die Gesetzgebung des Bundes schrittweise überarbeitet. Im Rahmen der Bahnreform I wurden die SBB vor rund 18 Jahren in eine Aktiengesellschaft umgewandelt. Sie erhielten den Auftrag, das Unternehmen nach wirtschaftlichen Gesichtspunkten zu führen, um bei der Marktöffnung des Schienenverkehrs auch in Zukunft bestehen zu können.

In den Folgejahren haben die SBB u. a. auch ihre Bahnhöfe auf deren Wirtschaftlichkeit überprüft. Dabei haben die SBB die Betriebsführung aufgrund der technischen Fortschritte schrittweise auf Fernbedienung umgestellt, was die Produktivität verbesserte. Das bedeutete umgekehrt, dass das Personal vor Ort in diesen Fällen nur noch für den Ticketverkauf benötigt wurde. Bei kleineren Stationen konnte der Verkauf dadurch nicht mehr wirtschaftlich betrieben werden. An einzelnen Bahnhöfen konnte die Wirtschaftlichkeit mit dem Geschäft aus dem Reisebüro und weiteren Nebengeschäften oder durch Kooperationen mit Dritten (Kiosk, Dorfladen usw.) zwar verbessert werden, doch hing der Erfolg massgeblich von den Fahrgastfrequenzen, der geografischen Lage in der Region sowie der Nähe zu den Dorfkernen ab.

Als Konsequenz aus dieser Entwicklung haben die SBB die Schliessung von bedienten Verkaufsstellen, die nicht mehr wirtschaftlich betrieben werden konnten, untersucht. Gemäss dem damals geltenden Bundesgesetz über den Transport im öffentlichen Verkehr (Transportgesetz, TG, SR 742.40) legten die SBB fest, wie ihre Stationen bedient werden und ob sie mit Personal besetzt werden. Die Kantone waren lediglich anzuhören. Im Rahmen einer Zielvereinbarung zwischen ZVV und SBB hat der ZVV aber erreicht, dass die SBB trotz der klaren gesetzlichen Regelung bei den bedienten Verkaufsstellen wesentliche

vertragliche Zusicherungen machten. Die vertragliche Lösung von 2006 geht weit über das Anhörungsrecht hinaus, das der Gesetzgeber den Kantonen zugestanden hatte. Neben qualitativen Gesichtspunkten konnte vor allem ein Netz festgelegt werden, das drei Kategorien umfasst (Netze A, B und C).

Im Netz A können die SBB bei den verbindlich festgelegten bedienten Verkaufsstellen Änderungen der Bedienungsart oder der Öffnungszeiten nur im Einvernehmen mit dem ZVV vornehmen. Beim Netz B ist ebenfalls eine Bedienung vorgesehen. Änderungen der Bedienungsart können nur im Einvernehmen mit dem ZVV vorgenommen werden, doch können die SBB Änderungen der Öffnungszeiten nach Absprache mit dem ZVV und nach Marktanforderungen selbst festlegen. Bei den übrigen SBB-Haltestellen oder SBB-Verkaufspunkten (Netz C) entscheiden die SBB autonom über das weitere Vorgehen, wobei der ZVV zu informieren ist. Die Einzelheiten einschliesslich einer Auflistung der vertraglich festgelegten Bahnhöfe der Netze A und B hat der Regierungsrat in der Beantwortung der Anfrage KR-Nr. 331/2008 betreffend Ungleichbehandlung von Bahnhöfen durch den ZVV dargelegt.

Die Bahnhöfe Eglisau und Rafz gehörten zum Netz C und wurden von den SBB 2008 bzw. 2009 geschlossen.

Anpassungen des Vertriebskonzepts aufgrund der Entwicklungen

Angesichts der abnehmenden Bedeutung und der sinkenden Wirtschaftlichkeit der bedienten Verkaufsstellen sowie der Entwicklungen bei den anderen Vertriebskanälen hat der Kantonsrat mit Beschluss vom 20. Januar 2014 betreffend Grundsätze über die Entwicklung von Angebot und Tarif im öffentlichen Personenverkehr (Vorlage 5005a) die folgenden Stossrichtungen für ein angepasstes Vertriebskonzept für die Fahrplanjahre 2016–2019 verabschiedet:

Die Vertriebskanäle werden den sich verändernden Bedürfnissen angepasst und stellen eine optimale und effiziente Versorgung mit Beratungs- und Servicedienstleistungen sicher. Der flächendeckende Vertrieb wird durch die Nutzung der technischen Neuerungen bei den modernen Vertriebskanälen (Internet, Mobiltelefonie, Callcenter, Ticketautomaten) weiterentwickelt. Bei der bedienten Marktpräsenz rücken die einheitliche, in erster Linie auf das vernetzte Angebot des ZVV ausgerichtete Kundenberatung und die Sicherstellung einer Grundversorgung ins Zentrum.

Diese Stossrichtungen umfassen zwei wichtige Säulen, die auf die gegenwärtigen und künftigen Entwicklungen Rücksicht nehmen. Zum einen wird die flächendeckende Versorgung des ganzen Kantonsgebiets mit zeitlich und örtlich weitgehend unabhängigen Verkaufs-, Informations- und Beratungsdienstleistungen durch die beiden Vertriebskanäle Distanzverkauf und Ticketautomaten abgedeckt. Zum andern wird sichergestellt, dass bei den bedienten Verkaufsstellen trotz sinkender Verkaufszahlen eine Grundversorgung mit bedienter Marktpräsenz aufrechterhalten wird. Dazu gehört, dass in der Regel durchschnittlich mindestens 90% der Bevölkerung innert längstens 20 Minuten zu Fuss oder mit dem öffentlichen Verkehr eine bediente Service- und Beratungsstelle erreichen können. Zusätzlich können betriebswirtschaftliche Gesichtspunkte zur Modifikation der Anforderungen berücksichtigt werden, wie es der gesetzliche Auftrag des ZVV vorsieht (§§ 1 und 11 Gesetz über den öffentlichen Personenverkehr; LS 740.1).

Erste Umsetzungsmassnahmen bei der bedienten Marktpräsenz sind die beiden neu eröffneten ZVV-Kundenzentren in Winterthur (2013) und am Hauptbahnhof Zürich (2014), bei denen qualitativ hochstehende Kundenberatung und Servicedienstleistungen im Mittelpunkt stehen, ergänzt durch den bedienten Verkauf. Die weitere Ausgestaltung zur Aufrechterhaltung der Grundversorgung mit bedienter Marktpräsenz vor Ort wird der ZVV zusammen mit den Verkehrsunternehmen über mehrere Jahre hinweg schrittweise vornehmen. Dabei sollen die bedienten Standorte so in der Fläche verteilt werden, dass einerseits ausreichend Frequenzen für einen wirtschaftlichen Betrieb erreicht werden und andererseits eine bestmögliche Erschliessung für die Zürcher Bevölkerung gewährleistet wird.

Im Vordergrund stehen demnach gut erreichbare Knotenpunkte des öffentlichen Verkehrs mit verhältnismässig hohen Einsteigerzahlen. Diese Voraussetzungen sind in Bülach erfüllt, nicht aber in Eglisau oder Rafz. Die SBB haben deshalb gestützt auf ihre gesetzliche und vertragliche Autonomie den bedienten Verkauf an diesen Standorten bereits 2008 bzw. 2009 aufgegeben. Dies stellt im kantonsweiten Vergleich keinen Sonderfall dar. Von den 90 Gemeinden mit Bahnanschluss im Kanton Zürich haben verschiedene Gemeinden mit bis zu viermal höheren Einsteigerzahlen als Rafz oder Eglisau ebenfalls keine bediente Verkaufsstelle mehr.

Eine Wiedereröffnung in Rafz oder Eglisau ist angesichts der dargestellten Entwicklungen und der weiter schwindenden Wirtschaftlichkeit der bedienten Verkaufsstellen nicht angezeigt, zumal eine flächendeckende Versorgung des ganzen Kantonsgebiets durch die beiden Vertriebskanäle Distanzverkauf und Ticketautomaten sichergestellt ist.

Dank der verschiedenen Dienstleistungen von ZVV-Contact und SBB-Railservice sowie der Fernbedienung der Ticketautomaten können diese Kanäle während ihrer Öffnungszeiten auch die meisten Bedürfnisse des bedienten Vertriebes abdecken (SBB-Railservice 24 Stunden, ZVV-Contact 6 bis 22 Uhr). Bei ZVV-Contact können neben allen Sorten von Einzeltickets, Mehrfahrtenkarten und Abonnements auch Kollektivbillette, Gruppentickets für Schulreisen usw. und beim SBB-Railservice zusätzlich nationale Einzeltickets direkt über Telefon, Internet oder auf dem Korrespondenzweg von zu Hause aus bestellt werden. Dabei können dank ausführlicher, individueller telefonischer Beratung auch bereits vorhandene Tickets oder Ermässigungen berücksichtigt werden, sowohl im Einzelfall wie auch bei Kollektiv- oder Gruppentickets. Einzelbillette, Mehrfahrtenkarten und Monatsabonnemente können auch am Ticketautomaten persönlich oder mithilfe der Fernbedienung durch das Personal der Callcenter bezogen werden.

Die Folgen der Schliessung einzelner, nicht kostendeckender Verkaufsstellen durch die SBB werden durch den erheblichen Ausbau anderer Verkaufs- und Beratungskanäle des ZVV weitestgehend aufgefangen und durch die zeitlich und örtlich umfassendere Verfügbarkeit vielfach verbessert. Die meisten Anforderungen an eine bediente Verkaufsstelle können heute durch die modernen Kanäle erfüllt werden. Wo das verbleibende Volumen zu klein ist, um eine persönliche Bedienung vor Ort zu rechtfertigen, lässt sich auch ein Aufrechterhalten eines bedienten Schalters allein wegen der Gepäckaufgabe wirtschaftlich nicht vertreten, zumal das Mitführen von Gepäck dank Rollkoffern und der stetig wachsenden Anzahl von Bussen und S-Bahn-Wagen mit niederflurigem Einstieg erheblich erleichtert wird. Die Funktion eines Bahnhofs als Haltestelle und als wichtiger Umsteigepunkt in einer Gemeinde bleibt auch ohne Verkaufsschalter vollumfänglich bestehen.

Gestützt auf diesen Bericht beantragt der Regierungsrat dem Kantonsrat, das Postulat KR-Nr. 270/2009 als erledigt abzuschreiben.

Im Namen des Regierungsrates

Die Präsidentin:	Der Staatsschreiber:
Aeppli	Husi