

## **Expo.02 est finie**

### **Positive Bilanz für den öffentlichen Verkehr**

---

#### **Mehr als 50 Prozent fahren per Bahn an die Expo.02: Die vier Erfolgsrezepte**

##### **Zusätzliches Angebot**

Die SBB und die BLS stockten ihr Zugsangebot in die Expo-Region auf. Neben dem erhöhten Grundfahrplan gab es Zusatzleistungen, die sich stufenweise nach dem erwarteten Andrang richteten. In einer zweiten Phase setzten die SBB stärker auf doppelt geführte Züge. Für Schulreisen und bei besonderen Anlässen (z. B. Kantonstage) organisierten die SBB Extrazüge. So gelang es, den Mehrverkehr auch an Spitzentagen meist ohne grössere Verspätungen zu bewältigen. Vor allem zwischen Olten und Biel mussten die Reisenden aber manchmal Stehplätze in Kauf nehmen. Die Zugänge zwischen den Bahnhöfen und den Arteplages waren kurz und gut markiert.

##### **Günstige Tickets für alle**

Die Bahnfahrenden profitierten von Preisvorteilen. Die kombinierten Bahn/ Eintrittskarten gewährten 20 Prozent Rabatt auf dem Reiseanteil. Mit der Junior-Karte konnten begleitete Kinder von 6 bis 16 Jahren gratis an die Expo reisen und sie hatten gleich auch freien Eintritt, was für Familien ins Gewicht fiel. Zu einem Renner entwickelte sich das Expo.02-Halbtaxabonnement. Es kostete Fr. 60.- und funktionierte während der Expo wie ein «richtiges» Halbtax: Seine Inhaber fuhren mit 50 Prozent Ermässigung auf dem gesamten Bahn-, Bus- und Schiffsnetz der Schweiz. Die Anreise mit der Bahn war auch deshalb vergleichsweise günstig, weil die Expo-Parkplätze kostenpflichtig waren

##### **Exklusiver Verkauf**

Die Bahnhöfe im ganzen Land waren die exklusiven Verkaufsstellen für die Expo-Tickets. Auch wer nicht mit dem Zug an die Expo fahren wollte, bezog die Eintrittskarten am Bahnschalter oder am SBB-Automaten. Als Verkaufskanäle dienten ausserdem die Internet-Homepage der SBB sowie die Rail-Service-Nummer. Das erwies sich für beide Seiten als vorteilhaft: Die Expo kam ohne grossen eigenen Aufwand zu einem flächendeckenden Verkaufnetz. Die Bahnen profitierten davon, dass neue Kundinnen und Kunden mit ihrem Service vertraut wurden. Dadurch konnten Hemmschwellen für die Reise mit der Bahn abgebaut werden.

##### **Umfassende Information**

Innert kurzer Zeit mussten die Expo-Besucher über die Anreisemöglichkeiten und den Ticketverkauf orientiert werden. Dazu diente eine Informationskampagne in den Bahnhöfen und über die Medien. Auf den Expo-Bahnhöfen halfen die Mitarbeiter des Rail-info-Dienstes, den Besucherinnen das richtige Gleis und den richtigen Zug zu finden. Auf den Arteplages wurde die Auskunft über den öffentlichen Verkehr ebenfalls gross geschrieben. Die Informationsstellen gaben Auskunft über die Fahrpläne. Elektronische Anzeigetafeln informierten vor Ort über die nächsten Zugsabfahrten. So waren die Besucher immer im Bild, zum Beispiel auch über die letzten Verbindungen am Abend.

## **Die Bahn hat wohl deutlich mehr als die Hälfte der Besucherinnen und Besucher an die Expo gebracht. Sie hat sich damit als leistungsfähige und flexible Partnerin für den Freizeitbereich empfohlen.**

Am 2. August 2002, kurz nach Mitternacht, tat sich in Biel Aussergewöhnliches. Das Feuerwerk zur Nationalfeier auf der Artepilg der Expo war seit einer Stunde verraucht, nur einzelne Raketen explodierten noch am Nachthimmel. Der letzte Zug nach Bem war um 0.12 Uhr losgefahren. Doch das Perron füllte sich weiter mit Reisenden, die in die Bundesstadt zurückkehren wollten. Die SBB-Betriebsführung reagierte rasch: Statt ins Depot von Bern führte der Lokführer des letzten Zuges seine Doppelstock-Komposition mitten in der Nacht noch zweimal über die Strecke zwischen Biel und der Bundesstadt. Es waren die wohl spätesten und am kurzfristigsten auf die Beine gestellten Extrafahrten in der Geschichte der SBB. «Wir sind zwar kein Taxiunternehmen, aber wir konnten die Leute nicht auf dem Perron stehen lassen», sagt Hans-Jörg Rhy, der als Leiter des SBB-Regionalverkehrs Mittelland und Jura für die betriebliche Umsetzung des Expo-Verkehrs in einem Team mitverantwortlich war. Seine Bilanz nach fünf arbeitsreichen Monaten: «Sehr viele Angestellte haben sehr grosse Flexibilität bewiesen.»

### **Über fünfzig Prozent**

Als Generalunternehmerin für den öffentlichen Verkehr und Hauptdistributorin der Expo-Eintritte hatten die SBB eine anspruchsvolle Aufgabe übernommen. Mindestens 40 Prozent der Besucherinnen und Besucher sollten mit der Bahn anreisen. Dieses Ziel hatte der Bund dem Verein Expo.02 vorgegeben, der damit die Umweltbelastung durch die Expo.02 beschränken und ein Chaos auf den Strassen der Drei-Seen-Region verhindern wollte. Inzwischen zeichnet sich ab, dass deutlich mehr als 50 Prozent der Expo-Besucher die Bahn benutzten. Dies geht aus ersten Analysen der SBB hervor. Gemäss den Angaben der Expo setzten bis Ende August sogar 68 Prozent der Besucher auf Bus und Bahn. In dieser Zahl sind die Leute aus der Region mit eingerechnet, die mit den Fahrzeugen der lokalen und regionalen Verkehrsbetriebe zu den Artepilges fuhren.

Auch wenn sich das Ergebnis in der «Endabrechnung» noch um einige Prozente nach unten verschieben sollte, darf es sich sehen lassen. Zur letzten Expo, 1964 in Lausanne, begaben sich nur 2,5 der total 11,7 Mio Besucher mit der Bahn, was 21,5 Prozent entspricht. Und an der Weltausstellung in Hannover vor zwei Jahren erreichte der öffentliche Verkehr insgesamt einen Anteil von 51 Prozent. Auch im Vergleich zum Normalbetrieb lag die Schiene an der Expo überdurchschnittlich gut im Rennen. Im Freizeitverkehr befördert die Bahn sonst im Mittel knapp 20 Prozent der Reisenden. Nur bei Grossanlässen wie der Street Parade von Zürich oder dem Genfer Autosalon vermag sie diesen Wert deutlich zu übertreffen.

### **1600 Extrazüge**

Zusammen mit den Privatbahnen und dem Postauto haben die SBB ein flexibles Konzept ausgedacht, um die Besucher ans Ziel zu bringen. Zusätzlich zum erhöhten Grundangebot konnten sie ihre Leistungen mehrstufig ausbauen - je nach dem erwarteten Andrang. Dazu diente der farbige Fahrplan mit seinen vier Ausbausritten von grün bis rosarot. Insgesamt hat sich das bewährt, bilanziert Christoph Marti, Teilprojektleiter Expo-Verkehr seitens der SBB. Das Unternehmen führte über 1600 zusätzliche Züge mit bis zu 1200 Passagieren an die Expo-Bahnhöfe oder von da zurück. An Spitzentagen wie dem 1. August bedienten zehn Extrazüge das Drei-Seen-Land.

Allerdings mussten die SBB die Übungsanlage nach den ersten Wochen revidieren. Der farbige Fahrplan hatte zunächst auf Verdichtungszüge gesetzt, die in freien Fahrplanlagen eingeplant waren. Doch blieben diese Wagen mehr oder weniger leer, während die Regelzüge auf der am stärksten benutzten Achse von Zürich via Olten ins Drei-Seen-Land

überquellten. So stellten die SBB auf Doppelführungen um: Die zusätzlichen Züge starteten nun kurz vor den Regelzügen ab Zürich, Olten und Lenzburg. «Dieses System funktionierte sehr gut», weiss Christoph Marti. Die Doppelzüge waren nicht selbstverständlich, weil im dichten Schweizer Fahrplan theoretisch Konflikte mit anderen Zügen programmiert waren. Doch kam es zu keinen systematischen Verspätungen: «Das Netz hat sich als überraschend stabil erwiesen.»

### **Mehrere Erfolgsfaktoren**

Zum insgesamt erfreulichen Ergebnis hat ein Bündel von Massnahmen beigetragen: Der dichte Fahrplan, die preislichen Vorteile, aber auch die Möglichkeit, mit dem gleichen Billet alle Arteplages nach eigenem Gutdünken anzusteuern (siehe separate Artikel). Die Reisenden schätzten ausserdem den Einsatz des Personals vor Ort: Die «fliegenden» Putzequipen, die die Waggon während der Fahrt reinigten ebenso wie die Hilfe der SBB-Mitarbeitenden, die auf den Arteplage-Bahnhöfen die Kunden informierten und lenkten. «Das wurde sehr positiv aufgenommen», erklärt SBB-Pressesprecher Jean-Louis Scherz, der selber einige Tage lang die Railinfo-Mütze aufsetzte. Die BLS ihrerseits richtete auf den Bahnhöfen Bern und Neuenburg je eine mobile Auskunftsstelle ein. Dass die Arbeit der Bahn Anerkennung fand, kommt in der geringen Zahl von Beschwerden zum Ausdruck, die der SBB-Kundendienst zu beantworten hatte.

Laut dem SBB-Gesamtprojektleiter für die Expo, Tobias Ebinger, bildete die gute Zusammenarbeit zwischen den SBB und der Expo die eigentliche Grundlage für das gute Abschneiden des öffentlichen Verkehrs. Davon haben beide Seiten profitiert: «Die Expo empfahl den Besuchern, den Zug zu nehmen und wir luden unsere Kunden ein, die Expo zu besuchen.» Durch das entsprechende Marketing ist es gelungen, beim Publikum eine starke Verbindung zwischen der Eisenbahn und der Landesausstellung zu verankern: Wer an einen Besuch der Expo dachte, dachte fast automatisch an die Bahn - und benutzte sie dann häufig auch. Verstärkt wurde das durch den Umstand, dass die SBB die Expo-Eintritte exklusiv verkauften. Jene, die am Bahnhof oder im Internet ein Expo-Ticket lösten, haben oft gleichzeitig die Zugfahrt gebucht. Die SBB haben diesen Entscheid mit Preisermässigungen auf den Kombitickets zusätzlich schmackhaft gemacht.

Um einen hohen Anteil am Expo-Verkehr zu erreichen, mussten Bahn und Bus nebst den Stammkunden viele Besucherinnen und Besucher überzeugen, die den öffentlichen Verkehr sonst kaum benutzen. Die SBB haben dazu massgeschneiderte Angebote entwickelt. Als Erfolg stellte sich das Expo-Halbtaxabonnement heraus, das 30000-mal über den Schalter ging. Gezielt gefördert wurden die Gruppenreisen. In den ersten vier Monaten transportierten die SBB 500 000 Besucher in Gruppen, etwa die Hälfte davon waren Schülerinnen und Schüler.

### **Was bleibt für die Zukunft?**

Was hat das Expo-Engagement der Bahn für die Zukunft gebracht? Tobias Ebinger ist überzeugt, dass sich der öffentliche Verkehr an der Expo.02 als «moderne und kundenfreundliche Art zu reisen» profilieren konnte. Bahn und Bus haben ausserdem bewiesen, dass sie dauerhaft grosse Besucher- und Gästezahlen in eine ganze Region zu transportieren imstande sind. Selbstverständlich war die Expo ein aussergewöhnliches Ereignis. Dennoch scheint diese Leistung auf andere touristische Regionen und Anlässe übertragbar. Das sieht auch Ebinger so: Als Leiter New Business Marketing der SBB kümmert er sich nach dem Ende der Expo um die gelegentlichen Bahnfahrer. Zu seinen Aufgaben gehört es, mit neuen Angeboten mehr Bahnkunden zu gewinnen.

## INFO

Zum guten Funktionieren des öffentlichen Verkehrs und der gesamten Transportkette haben auch die Transportunternehmen vor Ort beigetragen. Sie verzeichneten zum Teil sehr hohe Fahrgastzahlen. Das war beispielsweise in Neuenburg so. Die Drahtseilbahn Fun'ambule, die zwischen dem Bahnhof und dem See pendelt, lief laut Jean Michel Germanier, Direktor der Neuenburger Verkehrsbetriebe TN, «sehr gut». Schon nach 83 Tagen wurde der millionste Fahrgast befördert. Es gab Rekordtage mit bis zu 18 000 Passagieren. Das Fun'ambule war dann pausenlos in Betrieb. Der Shuttle-Bus vom Parking in Marin zur Artepilage Neuenburg musste hingegen meist nur alle 20 Minuten verkehren. Die Planung hatte für Spitzenzeiten einen 3-Minuten-Takt vorgesehen. Weil der Andrang auf die Parkings relativ klein blieb, waren die Shuttle-Verbindungen zu den Artepilages allgemein weniger stark frequentiert als erwartet. In der Schlussphase nahm allerdings die Belegung der Parkplätze stark zu - und damit der Transportbedarf zum Ausstellungsgelände. Von der Expo profitierten auch einzelne Regionalverkehrslinien. Viele Besucher nutzten den Aufenthalt für einen Ausflug. Didier Rey, Leiter von Postauto Waadt-Freiburg, erwähnt als Beispiel die Linie zwischen St. Aubin und Yverdon, auf der die Postautos zum Teil doppelt oder sogar 3-fach geführt wurden. Vor allem während der Schulzeit mit den vielen Gruppenreisen war der Andrang stark. Bis zum Schulschluss vor den Sommerferien hat die Postautoregion Waadt/Freiburg insgesamt fast 700 Sonder- und Zusatzkurse organisiert.

*Text: Peter Krebs*

---

Quelle:

Expo.02 est finie – Via 7/2002, S. 10-12

