



Tiefdruckangebote.ch Auslastungssteuerung im touristischen Eisenbahnverkehr

Mediensprecheranlass Freizeitverkehr

Peter Bircher, Leiter Marketing-Services

Die Zentralbahn ist am Zug.

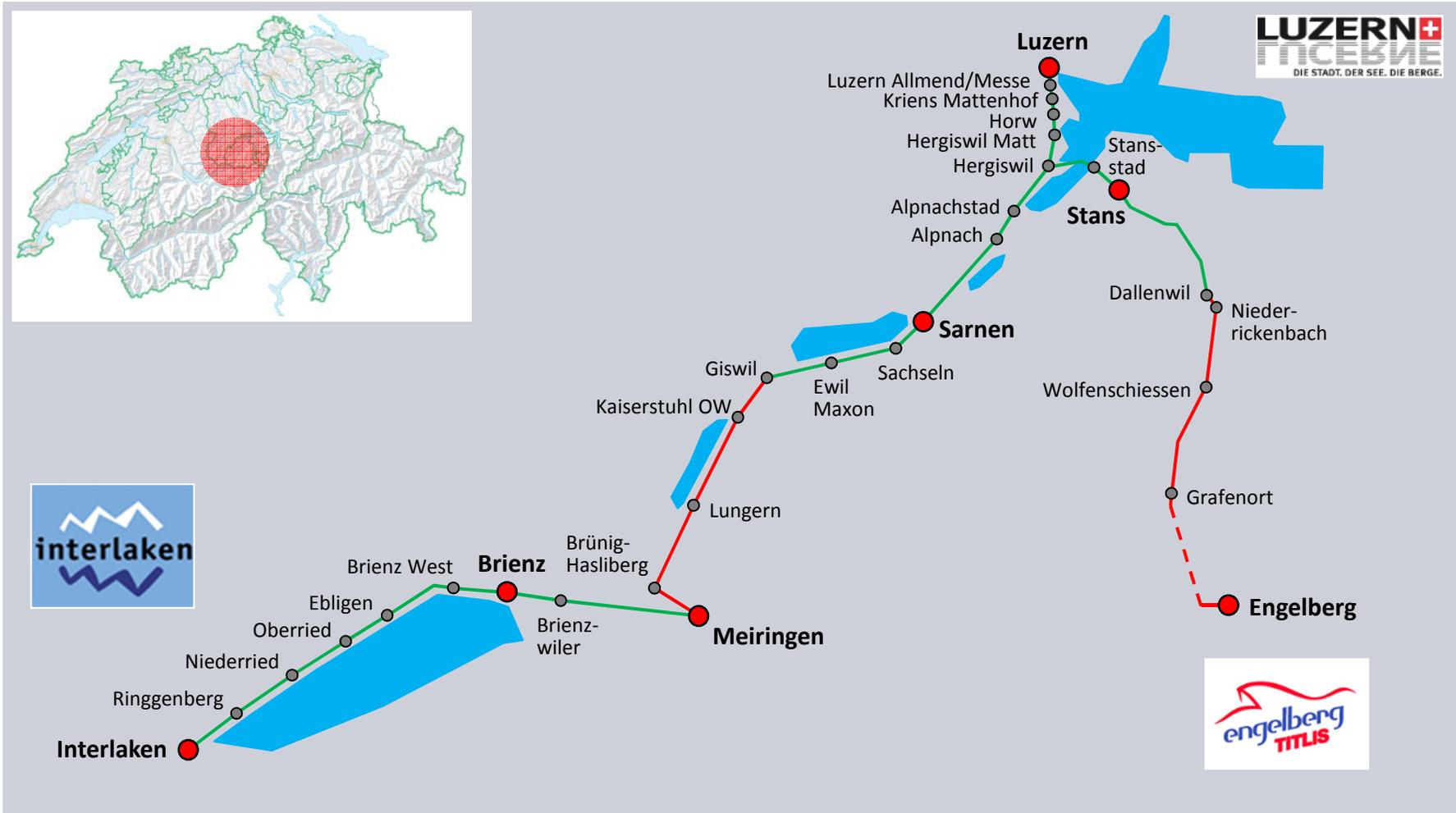


Zielsetzungen der Präsentation.

1. **Kurzvorstellung** der Zentralbahn
2. Vorstellen von **tiefdruckangebote.ch**
3. **Fazit** und **Diskussion**



Die Zentralbahn ist Anbieterin von Interregio- und Regionalverkehr zwischen bedeutenden touristischen Destinationen in der Schweiz.



Die Zentralbahn befördert jährlich 7.6 Mio. Reisende.

Basis 2012

Beförderte Personen: 7.6 Mio.

Personenkilometer: 134 Mio.

Zugkilometer: 3.0 Mio.

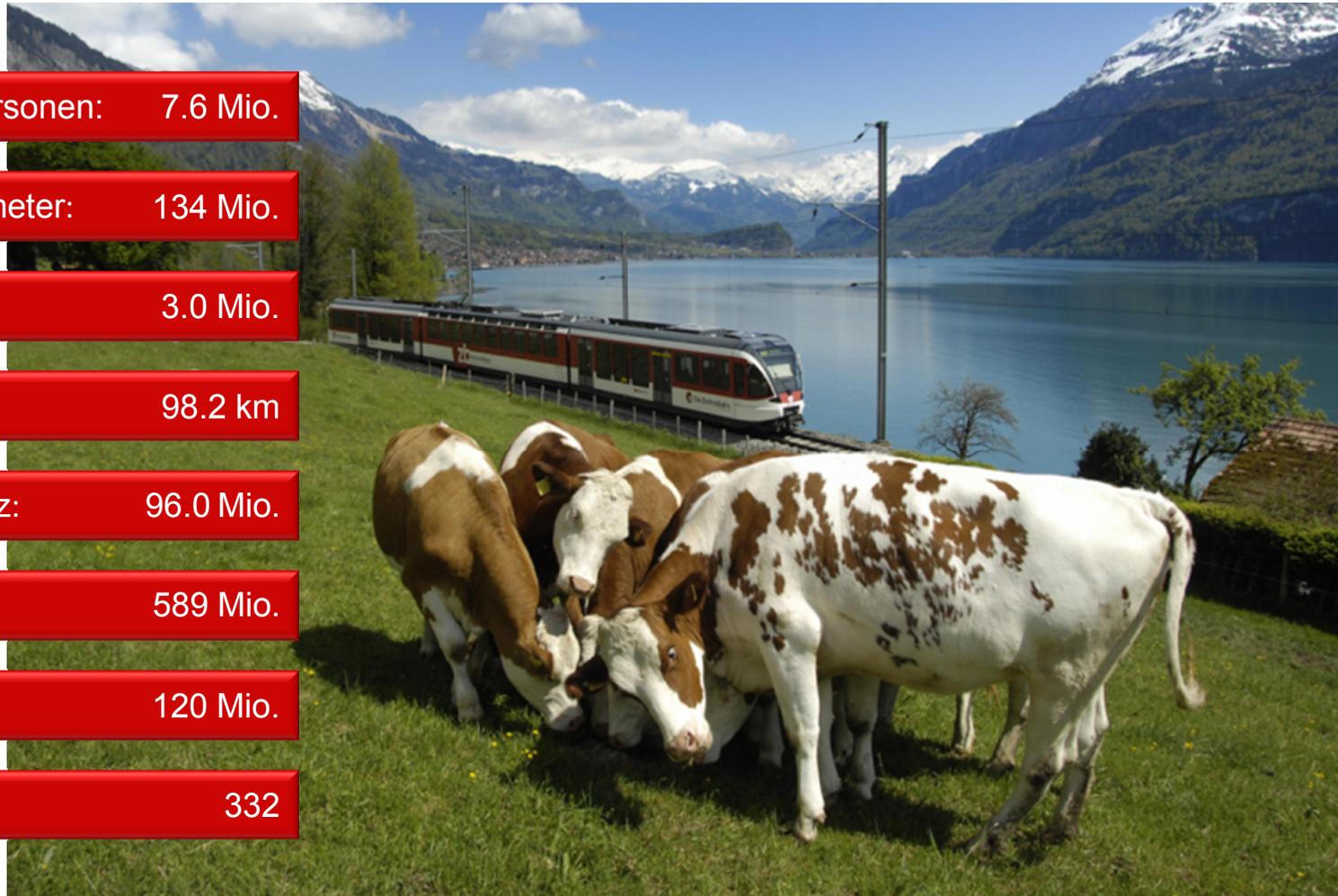
Streckennetz: 98.2 km

Gesamtumsatz: 96.0 Mio.

Bilanzsumme: 589 Mio.

Aktienkapital: 120 Mio.

Mitarbeitende: 332



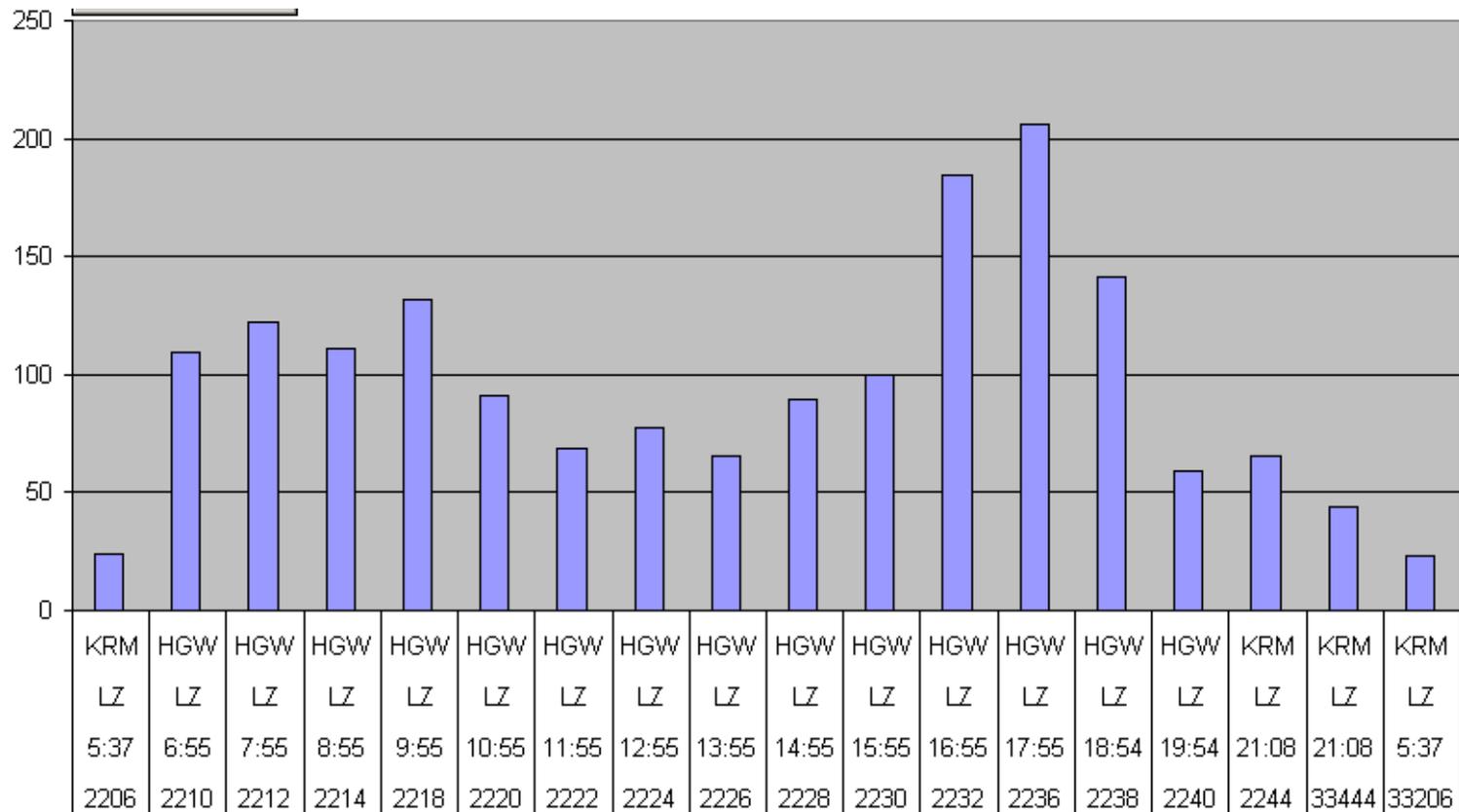
Herausforderungen.

Zwei Hauptzielgruppen: Pendler und Freizeitreisende

- Komplette divergierende Bedürfnisse
- Zielgruppen verkehren in Gegenlast (Pendler nach Luzern, Freizeitreisende von Luzern im Gegenzug)
- Pendler bringen uns an Kapazitätsgrenze während Pendlerzeiten
- Freizeitverkehr ist stark saisonal und Wetter abhängig
 - Saison und dazu schönes Wetter → (über-)volle Züge für Ausflüge
 - schlechtes Wetter → (fast) leere Züge für Ausflüge
 - touristische Leistungsträger mit der gleichen Herausforderung
 - Branche kennt ausser bei „SBB Sparbilletten“ kein Yield Management
 - Verkaufsförderungsaktionen werden oft in saisonalen Spitzenzeiten gemacht

Herausforderungen.

Tagesganglinie Luzern-Interlaken Express



«Tiefdruckangebote.ch»: Idee

Mit konkreten Tiefdruckangeboten an sogenannten Tiefdrucktagen soll die Auslastung in verkehrsschwachen Zeiten verbessert werden.

Daneben sollen aber auch die Vorzüge des schlechten Wetters schmackhaft gemacht werden:

- Das Beobachten der Wetterfront
- Das Spüren der Winde
- Das Einatmen klarer, frischer Luft
- Der Gebrauch der multifunktionalen Regenausrüstung

Daneben gibt's noch andere Vorteile, wie:

- Garantierter Sitzplatz (ausserhalb Pendlerzeiten)
- Kein Anstehen bei den (Berg-)Bahnen



«Tiefdruckangebote.ch»: Ziele

- Erhöhung der Auslastung ausserhalb der Spitzenzeiten
- Ertragswachstum, Erhöhung der Eigenwirtschaftlichkeit
- Erreichen neuer Zielgruppen (Social Media)
- Lancierung einer Neuheit in der Bahnwelt
- Angebote und nicht Tarife, d.h. die Anreise muss mit dem öV getätigt werden, diese wird allerdings nicht ermässigt.
- Image



«Tiefdruckangebote.ch»: Herausforderungen

- Mit welchen Angeboten können wir bei schlechtem Wetter einen Anreiz schaffen?
- Wie gelingt es, die Angebote kurzfristig zu kommunizieren?
- Wie bringen wir möglichst viele Interessierte auf diese Plattform?
- Wer sagt uns, wann Tiefdruckwetter herrscht?

Lösung:

- www.tiefdruckangebote.ch: Eine Community-Plattform für Schlechtwetter-Fans gekoppelt mit konkreten Tiefdruckangeboten.
- SRF Meteo als Wetterpartner gewinnen

«Tiefdruckangebote.ch»: Umsetzung

Partnerschaft SRF Meteo



«Tiefdruckangebote.ch»: Umsetzung

Ablauf	
Bis 08.00 Uhr	Mail von SRF Meteo
Bis 09.00 Uhr	Auswahl des Angebotes Vorbereitung für Aufschaltung um 10.00 Uhr auf www.tiefdruckangebote.ch Partner und Verkaufsstellen-Infos über Angebot
Ab 10.00 Uhr	Versand an alle E-Mail-Empfänger mittels E-Newsletter und SMS-Nr. Schalten auf Facebook und Twitter Angebot kann nun von 10.00 bis morgen um 10.00 Uhr heruntergeladen und ausgedruckt werden
Laufend	Überwachen der Facebook und Twitter-Page bei allfälligen Kommentaren

«Tiefdruckangebote.ch»: Controlling

- Die Anzahl der heruntergeladenen Gutscheine können jederzeit von allen eingesehen werden (auch interessant für die jeweiligen Partner)
- Im Archiv kann jedes Angebot am jeweiligen Tiefdrucktag ausgewertet werden (Anzahl Gutscheine, Herkunft User etc.)
- Partner melden Anzahl eingelöster Gutscheine vor Ort
- Statistiken auf Facebook und Twitter überprüfen



«Tiefdruckangebote.ch»: Lessons Learnd

- Schlechtes Wetter ist nicht gleich schlechtes Wetter
- Anfahrtshürde zum Angebot darf nicht allzu hoch sein
- „Bodennahe“-Angebote sind mind. ebenso erfolgreich, wie Bergausflüge
- Häufig geben Tiefdruckangebote Anstoss für Schönwetter-Ausflüge
- Social Media eignet sich hervorragend, muss aber auch ständig bewirtschaftet und überwacht werden

Danke!

Wetterpartner



Wissenschaftliche Begleitung

Lucerne University of Applied Sciences and Arts

HOCHSCHULE
LUZERN

Wirtschaft

Konzeption und Gestaltung

*Berggasthof
zum Glück.*

Agentur für Werbung.

Technische Umsetzung



Angebotspartner



UM SIE DREHT SICH DIE BERGWELT



Die Zentralbahn – Hin und weg!



Film



Vielen Dank für Ihr Interesse.