



EVENTS UND MOBILITÄT VEREINT

Chancen und Herausforderungen
integrierter Ticketlösungen



Janine
Rosenast

Events und Mobilität vereint

Chancen und Herausforderungen integrierter Ticketlösungen

Diplomarbeit eingereicht an der IST AG, Zürich

Janine Rosenast

TB2308

Dipl. Tourismusfachfrau HF – NQR-BB, Stufe 6 gemäss Diplom-Zusatz des SBFI

Betreut durch Frau Natalie Krüger

Zürich, 20. April 2026

Zeichenanzahl mit Leerzeichen: 109'756

Zeichenanzahl ohne Leerzeichen: 96'512

Copyright © 2026

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	4
Danksagung.....	4
Management Summary	5
Abkürzungsverzeichnis	6
Glossar.....	7
1 Einleitung	8
1.1 Ausgangslage.....	8
1.2 Problemstellung.....	8
1.3 Fragestellungen und Thesen	9
1.4 Zielsetzung der Arbeit.....	10
1.5 Abgrenzung der Arbeit.....	10
1.6 Methodisches Vorgehen	10
2 Theoretische Grundlagen.....	11
2.1 Mobilität und nachhaltige Verkehrssysteme.....	11
2.1.1 Modalsplit	12
2.1.2 Multimodalität der Schweizer Bevölkerung	12
2.1.3 Klimaziele in der Mobilität	13
2.1.4 Freizeitverkehr.....	14
2.2 Eventmanagement und Besucherlogistik.....	15
2.2.1 Bedeutung der Besucherlogistik für die Umweltbilanz von Veranstaltungen	16
2.2.2 Mobilität als Emissionsquelle bei Kulturveranstaltungen	16
2.2.3 Massnahmen zur Reduktion mobilitätsbedingter Emissionen	17
2.3 Definition und Modelle integrierter Ticketlösungen.....	17
2.3.1 Vollintegration.....	18
2.3.2 Mobilitätsbeitrag	18
2.3.3 Extrazüge und Nachtverbindungen.....	19
2.3.4 Eintrittsermässigung	19
2.4 Studie zum Thema CO ₂ -Emissionen bei Veranstaltungen in Deutschland.....	20
3 Analyse der aktuellen Situation in der Schweiz	22
3.1 Vollintegration auf schweizweiter Ebene: OpenAir St.Gallen	22
3.2 Vollintegration auf regionaler Ebene: THE HALL	24

3.3	Mobilitätsbeitrag: Stars in Town Festival	25
3.4	Kombination Mobilitätsbeitrag und Eintrittsermässigung: Musical	26
3.5	Kein integriertes Modell: Thunerseespiele	26
3.6	Fazit	27
4	Stakeholder-Analyse	28
4.1	Veranstalterinnen und Veranstalter	28
4.2	Transportunternehmen	28
4.3	Besucherinnen und Besucher.....	29
4.4	Öffentliche Behörden und politische Institutionen	29
4.5	Anwohnerinnen und Anwohner.....	30
4.6	Fazit	30
5	SWOT-Analyse integrierter Ticketlösungen mit öffentlichem Verkehr.....	31
5.1	Stärken (Strengths)	32
5.2	Schwächen (Weaknesses)	32
5.3	Chancen (Opportunities)	33
5.4	Risiken (Threats).....	34
5.5	Fazit	35
6	Herausforderungen und Erfolgsfaktoren aus Sicht der Veranstalter.....	36
6.1	Herausforderungen bei der Umsetzung	36
6.2	Erfolgsfaktoren integrierter Ticketlösungen.....	37
6.3	Fazit	38
7	Auswertung der Umfrage zum Reiseverhalten von Eventbesuchenden	39
7.1	Soziodemografische Merkmale der Befragten	39
7.2	Mobilitätsverhalten bei der letzten Veranstaltung.....	41
7.3	Potenzial eines integrierten öV-Tickets	41
7.4	Erfahrungen mit bereits genutzten integrierten Ticketlösungen.....	42
7.5	Grundsätzliche Bewertung und bevorzugte Ausgestaltung	43
7.6	Anreize, Hürden und Zahlungsbereitschaft.....	44
7.7	Interpretation der Ergebnisse	45
8	Fazit und Schlussfolgerungen	46
8.1	Beantwortung der Forschungsfragen.....	46
8.1.1	Forschungsfrage 1.....	46
8.1.2	Forschungsfrage 2.....	48

8.1.3	Forschungsfrage 3.....	49
8.2	Überprüfung der Thesen.....	50
8.2.1	These 1	50
8.2.2	These 2	50
8.2.3	These 3	51
8.3	Handlungsempfehlungen.....	52
8.4	Ausblick und Fazit	53
8.5	Schlusswort.....	54
9	Verzeichnisse	55
9.1	Quellenverzeichnis	55
9.2	Kontaktverzeichnis	58
9.3	Tabellenverzeichnis	59
9.4	Abbildungsverzeichnis	59
9.5	KI-Nutzungsverzeichnis.....	60
10	Anhang	61
10.1	Umfrage	61
10.2	Experteninterviews	67
10.2.1	Interview 1: Nationalrat Martin Candinas (Politik).....	67
10.2.2	Interview 2: Pascal Frei und Deborah von Büren (Veranstalter)	73
10.2.3	Interview 3: Vladimir Tajsic (Eventlocation)	80
10.3	E-Mail-Korrespondenz.....	90
10.3.1	Aline Stalder, Junior Projektleiterin beim Hallenstadion Zürich.....	90
10.3.2	Heidi Hadorn, Sponsoring & Events bei der Thunerseespiele AG	91
11	Selbständigkeitserklärung	92

In dieser Arbeit wurden nach Möglichkeit geschlechtsneutrale Formulierungen verwendet. In einzelnen Fällen wird aus Gründen der besseren Lesbarkeit die männliche Form verwendet, wobei sich diese gleichermassen auf männliche und weibliche Personen bezieht.

Vorwort

Die vorliegende Diplomarbeit entstand aus meinem persönlichen Interesse an der Verbindung zwischen Veranstaltungen und Mobilität. Sowohl im privaten als auch im beruflichen Umfeld wurde deutlich, wie unterschiedlich die An- und Abreise bei Veranstaltungen organisiert wird und welches Potenzial integrierte Ticketlösungen für eine nachhaltigere Mobilität bieten. Diese Beobachtungen motivierten mich, mich vertieft mit diesem Thema auseinanderzusetzen.

Im Verlauf der Arbeit zeigte sich, wie eng Eventmanagement und öffentlicher Verkehr miteinander verknüpft sind. Dabei wurde deutlich, dass integrierte Ticketlösungen nicht nur zur Besucherlenkung beitragen, sondern auch für eine nachhaltigere Gestaltung von Veranstaltungen von zentraler Bedeutung sind.

Danksagung

Ich danke allen Personen und Institutionen herzlich, die mich bei der Entstehung dieser Diplomarbeit unterstützt haben.

Ein besonderer Dank gilt meinem Arbeitgeber, der LITRA – Informationsdienst für den öffentlichen Verkehr. Die mir gewährte Flexibilität und die Freiräume ermöglichten es mir, mich in dieser intensiven und anspruchsvollen Zeit auf die Erstellung der Diplomarbeit zu konzentrieren. In diesem Zusammenhang danke ich auch meiner Arbeitskollegin Deborah Dudle herzlich, die meine Arbeit korrekturgelesen und mir wertvolle Hinweise gegeben hat.

Ebenso danke ich meinen Interviewpartnern Nationalrat Martin Candinas, Pascal Frei und Deborah von Büren von der Gadget Entertainment Group AG sowie Vladimir Tajsic von THE HALL. Für ihre Zeit, ihre Offenheit und ihre fachlich wertvollen Einschätzungen danke ich ihnen herzlich. Ihre Beiträge haben wesentlich dazu beigetragen, praxisnahe Perspektiven aus unterschiedlichen Blickwinkeln in diese Arbeit einfließen zu lassen.

Ein weiterer Dank gilt meinen Mitstudierenden und meiner Betreuerin Natalie Krüger, die mich während des Schreibprozesses begleitet und unterstützt haben. Besonders hervorheben möchte ich zudem die Unterstützung von Selina Vele für ihre wertvollen Einschätzungen und ihren Zuspruch.

Zudem weiss ich die Unterstützung meiner Familie und Freunde in dieser intensiven Zeit sehr zu schätzen und abschliessend danke ich auch allen, die mich während dieser Zeit motiviert und auf unterschiedliche Weise unterstützt haben.

Management Summary

Die vorliegende Diplomarbeit untersucht, inwiefern integrierte Ticketlösungen im Schweizer Eventbereich zu einer nachhaltigeren Mobilität beitragen können. Im Zentrum stehen Modelle, bei denen die An- und Abreise mit dem öffentlichen Verkehr ganz oder teilweise im Eventticket enthalten ist. Ziel der Arbeit war es, Chancen, Herausforderungen und Erfolgsfaktoren solcher Lösungen zu analysieren und aufzuzeigen, unter welchen Bedingungen sie in der Schweiz erfolgreich umgesetzt werden können.

Methodisch basiert die Arbeit auf einer Kombination aus Literaturrecherche, der Analyse bestehender Praxisbeispiele in der Schweiz, drei Experteninterviews sowie einer Online-Umfrage mit 200 vollständig ausgefüllten Fragebögen.

Die Ergebnisse zeigen, dass integrierte Ticketlösungen das Potenzial haben, das Mobilitätsverhalten von Eventbesuchenden positiv zu beeinflussen. Besonders entscheidend sind dabei nicht nur finanzielle Vorteile, sondern vor allem Einfachheit, Komfort und eine klare Kommunikation. In der Umfrage gaben 152 von 200 befragten Personen an, den öffentlichen Verkehr zu nutzen, wenn das öV-Billett bereits im Eventticket enthalten ist. Auch die analysierten Praxisbeispiele bestätigen die Wirkung solcher Modelle: Sowohl beim OpenAir St.Gallen als auch bei THE HALL konnte der Anteil der Anreise mit dem öffentlichen Verkehr gesteigert werden.

Gleichzeitig zeigt die Arbeit, dass die grössten Herausforderungen weniger in der technischen Umsetzung als vielmehr in der Finanzierung und in der Koordination der beteiligten Akteure liegen. Veranstalter, Transportunternehmen und weitere Partner müssen eng zusammenarbeiten, damit integrierte Lösungen wirtschaftlich tragbar und organisatorisch umsetzbar sind. Besonders relevant sind dabei die Höhe der Kosten, die Qualität des öV-Angebots sowie die Frage, wie der konkrete Mehrwert für Besuchende sichtbar gemacht wird.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass integrierte Ticketlösungen ein vielversprechender Ansatz für eine nachhaltigere Eventmobilität in der Schweiz sind. Damit sie sich breiter durchsetzen, müssen sie auf den jeweiligen Veranstaltungskontext abgestimmt, einfach nutzbar, klar kommuniziert und von mehreren Akteuren gemeinsam getragen werden.

Abkürzungsverzeichnis

ARE	Bundesamt für Raumentwicklung
BAFU	Bundesamt für Umwelt
BFS	Bundesamt für Statistik
LITRA	Informationsdienst für den öffentlichen Verkehr
MIV	Motorisierter Individualverkehr
ÖV	Öffentlicher Verkehr
SBB	Schweizerische Bundesbahnen
SRF	Schweizer Radio und Fernsehen
UVEK	Eidgenössisches Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation
VBG	Verkehrsbetriebe Glattal AG
VöV	Verband öffentlicher Verkehr
ZVV	Zürcher Verkehrsverbund

Glossar

Tabelle 1: Glossar

Quelle: Eigene Darstellung, 2026

Begriff	Erklärung
CO₂-Bilanz	Die CO ₂ -Bilanz beschreibt die Menge an Kohlendioxid, beziehungsweise Treibhausgasen, die durch eine Aktivität, ein Produkt oder eine Veranstaltung verursacht wird.
Emissionen	Emissionen sind Ausstösse von Schadstoffen oder Treibhausgasen in die Umwelt. Im Kontext dieser Arbeit stehen vor allem verkehrsbedingte CO ₂ -Emissionen im Vordergrund.
Eventmobilität	Eventmobilität steht in der Freizeitmobilität spezifisch für die Mobilität im Zusammenhang mit Veranstaltungen. Dazu zählen insbesondere die An- und Abreise von Besuchenden sowie weitere verkehrsbezogene Aspekte rund um Events.
Extrazüge	Extrazüge sind zusätzliche Zugverbindungen, die speziell für Veranstaltungen oder Grossanlässe eingesetzt werden. Sie dienen dazu, Kapazitätsengpässe zu vermeiden und die An- oder Abreise der Besuchenden sicherzustellen.
Motorisierter Individualverkehr (MIV)	Der motorisierte Individualverkehr umfasst den privaten Verkehr mit motorisierten Fahrzeugen, insbesondere mit dem Personenwagen. Er bildet den Gegensatz zum öffentlichen Verkehr.
Multimodalität	Im Rahmen dieser Arbeit bedeutet Multimodalität, dass Personen über mehrere Verkehrsmittelooptionen verfügen, beispielsweise über ein eigenes Auto und gleichzeitig über ein Abonnement des öffentlichen Verkehrs.
Nachhaltige Mobilität	Nachhaltige Mobilität beschreibt eine Form der Mobilität, die ökologische, soziale und wirtschaftliche Anforderungen berücksichtigt. Ziel ist es, Mobilität möglichst ressourcenschonend, emissionsarm und langfristig verträglich zu gestalten.
Öffentlicher Verkehr (öV)	Der öffentliche Verkehr umfasst allgemein zugängliche Verkehrsmittel wie Zug, Tram, Bus oder Postauto, die nach festgelegten Fahrplänen verkehren. Im Rahmen dieser Arbeit steht der öV als nachhaltige Alternative zum motorisierten Individualverkehr im Zentrum.
Personenkilometer	Personenkilometer sind eine Masseinheit zur Erfassung von Verkehrsleistungen im Personenverkehr. Ein Personenkilometer entspricht der Beförderung einer Person über einen Kilometer.
RailAway	Die RailAway AG ist im Auftrag der Alliance SwissPass und der SBB eine verbindende Schnittstelle für alle Anbieter von Freizeitaktivitäten mit dem öffentlichen Verkehr (öV).
Reputationsschaden	Ein Reputationsschaden ist die nachhaltige Schädigung eines Unternehmens durch negative öffentliche Wahrnehmung.
Tarifverbund	Ein Tarifverbund ist ein Zusammenschluss von Transportunternehmen innerhalb eines bestimmten geografischen Gebiets mit einem gemeinsamen Tarifsysteem. Dadurch können verschiedene Verkehrsmittel mit einheitlichen Fahrausweisen genutzt werden.
Verkehrslenkung	Verkehrslenkung bezeichnet Massnahmen zur gezielten Steuerung von Verkehrsströmen. Im Eventbereich soll dadurch beispielsweise erreicht werden, dass mehr Besuchende mit dem öffentlichen Verkehr an- und abreisen und Verkehrsbelastungen reduziert werden.

1 Einleitung

1.1 Ausgangslage

Die nachhaltige Gestaltung von Mobilität gewinnt in der Schweiz zunehmend an Bedeutung. Insbesondere im Freizeit- und Eventverkehr besteht ein erhebliches Potenzial, den motorisierten Individualverkehr (MIV) zu reduzieren und die Nutzung des öffentlichen Verkehrs (öV) zu fördern. Da Veranstaltungen regelmässig ein hohes Verkehrsaufkommen verursachen, kommt der Entwicklung geeigneter Lösungen für die An- und Abreise der Besuchenden eine wichtige Bedeutung zu. Integrierte Ticketlösungen, bei denen die An- und Abreise mit dem öffentlichen Verkehr ganz oder teilweise im Eventticket enthalten sind, stellen dabei einen vielversprechenden Ansatz dar. In der Schweiz bestehen bereits erste Praxisbeispiele. Solche Modelle sind jedoch bislang nicht flächendeckend etabliert und mit organisatorischen sowie finanziellen Herausforderungen verbunden.

Der persönliche Bezug zum Thema ergibt sich aus der Verbindung beruflicher und privater Interessen. Im beruflichen Umfeld der Verkehrspolitik zeigt sich die Relevanz nachhaltiger Mobilitätsfragen sowie die laufende Auseinandersetzung mit dem Modalsplit. Im privaten Kontext wird bei Veranstaltungsbesuchen sichtbar, wie unterschiedlich die An- und Abreise organisiert ist und wie stark die Nutzung nachhaltiger Angebote von deren Ausgestaltung und Kommunikation abhängt.

1.2 Problemstellung

Die vorliegende Arbeit untersucht, inwiefern integrierte Ticketlösungen im Schweizer Eventbereich zu einer nachhaltigeren Mobilität beitragen können. Obwohl solche Modelle als vielversprechender Ansatz zur Förderung des öffentlichen Verkehrs gelten, sind sie in der Schweiz bislang nicht flächendeckend etabliert. Ihre Umsetzung ist mit organisatorischen, finanziellen und strukturellen Herausforderungen verbunden, insbesondere im Hinblick auf die Zusammenarbeit zwischen Veranstaltern, Transportunternehmen und weiteren Anspruchsgruppen. Daraus ergibt sich ein Spannungsfeld zwischen dem Potenzial integrierter Ticketlösungen und den praktischen Voraussetzungen ihrer Einführung. Vor diesem Hintergrund analysiert die Arbeit, welche Chancen und Herausforderungen integrierte Ticketlösungen im Schweizer Eventbereich mit sich bringen und unter welchen Bedingungen ihre erfolgreiche Umsetzung möglich ist.

1.3 Fragestellungen und Thesen

Im Rahmen dieser Arbeit wird untersucht, inwiefern integrierte Eventtickets mit eingeschlossener An- und Abreise im öffentlichen Verkehr zur Förderung nachhaltiger Mobilität beitragen können. Im Zentrum stehen dabei die Perspektiven der Veranstaltungsbranche, die Bedürfnisse der Besuchenden sowie die spezifischen Rahmenbedingungen in der Schweiz.

Daraus ergeben sich folgende Forschungsfragen:

Forschungsfrage 1

Wie beeinflussen integrierte Ticketlösungen das Reiseverhalten von Eventbesuchenden?

Forschungsfrage 2

Welche organisatorischen und wirtschaftlichen Herausforderungen bestehen für Veranstalter und Transportunternehmen?

Forschungsfrage 3

Welche Anreize sind erforderlich, damit Veranstalter sich für die Einführung einer integrierten Ticketlösung entscheiden?

Auf dieser Grundlage werden folgende Thesen formuliert:

These 1

Integrierte Ticketlösungen fördern das Umsteigen auf den öffentlichen Verkehr und tragen zur Reduktion des motorisierten Individualverkehrs bei.

These 2

Die grössten Herausforderungen liegen in der Koordination der Akteure und der fairen Kostenverteilung, nicht in der technischen Umsetzung.

These 3

Die Implementierung integrierter Ticketlösungen ist mit hohen Kosten und organisatorischem Aufwand verbunden. Wenn die öV-Branche gezielte finanzielle Vergünstigungen oder Beteiligungen anbietet, steigt die Bereitschaft der Veranstalter, solche Kooperationen umzusetzen.

1.4 Zielsetzung der Arbeit

Diese Arbeit verfolgt das Ziel, die Wirksamkeit und die Erfolgsfaktoren integrierter Ticketlösungen im Zusammenspiel von Veranstaltungen und öffentlichem Verkehr systematisch zu analysieren. Im Fokus stehen deren Einfluss auf das Mobilitätsverhalten von Veranstaltungsgästen, die Anforderungen an Veranstalter und Transportunternehmen sowie die Rahmenbedingungen für eine erfolgreiche Umsetzung.

Auf Grundlage der theoretischen Ausführungen, der Analyse bestehender Praxisbeispiele und der im Rahmen dieser Arbeit durchgeführten Umfrage werden praxisorientierte Handlungsempfehlungen abgeleitet. Diese zeigen auf, unter welchen Voraussetzungen integrierte Ticketlösungen künftig stärker eingesetzt werden können, um eine nachhaltigere An- und Abreise zu Veranstaltungen zu fördern.

1.5 Abgrenzung der Arbeit

Die vorliegende Arbeit fokussiert auf integrierte Ticketlösungen in der Schweiz. Im Zentrum stehen Veranstaltungen in der Schweiz, insbesondere Konzerte und Festivals, sowie die Perspektiven von Veranstaltern, Transportunternehmen und Besuchenden. Untersucht werden die Chancen, Herausforderungen und Erfolgsfaktoren solcher Modelle im Hinblick auf eine nachhaltige An- und Abreise von Besuchenden. Nicht Gegenstand der Arbeit sind vertiefte tariftechnische oder juristische Prüfungen sowie internationale Vergleiche, soweit diese für die Beantwortung der Fragestellung nicht unmittelbar relevant sind.

1.6 Methodisches Vorgehen

Zur Beantwortung der Forschungsfragen wurde ein methodisch kombiniertes Vorgehen gewählt. Zunächst wurden im Rahmen einer Literaturrecherche die theoretischen Grundlagen zu Mobilität, nachhaltigem Verkehr, Besucherlogistik und integrierten Ticketlösungen erarbeitet. Anschließend wurden bestehende Praxisbeispiele in der Schweiz analysiert. Der qualitative Teil der Arbeit umfasst Experteninterviews mit relevanten Anspruchsgruppen zu organisatorischen, wirtschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen. Der quantitative Teil besteht aus einer Online-Umfrage zum Mobilitätsverhalten von Veranstaltungsgästen sowie zu Akzeptanz, Hürden und Zahlungsbereitschaft im Zusammenhang mit integrierten Ticketlösungen. Die Kombination beider Methoden ermöglicht eine theoretisch fundierte und praxisorientierte Analyse des Untersuchungsfeldes.

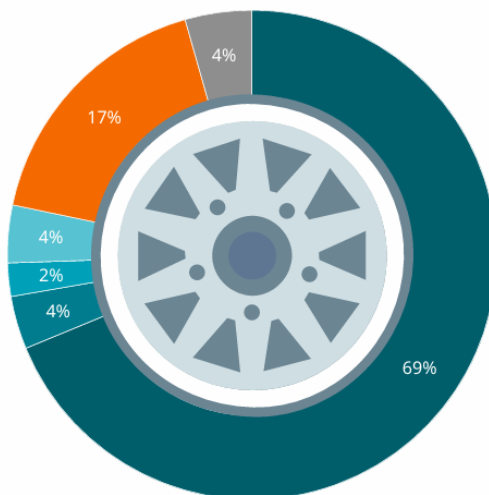
2 Theoretische Grundlagen

2.1 Mobilität und nachhaltige Verkehrssysteme

Mobilität beschreibt, wie sich Menschen und Güter bewegen (Zukunftsinstitut GmbH, 2023). Sie ist eine grundlegende Voraussetzung für die Teilhabe an Arbeit, Bildung und Freizeit und hat sich in der heutigen Gesellschaft zu einer Selbstverständlichkeit entwickelt (Schweizer Radio und Fernsehen (SRF), 2023). Mit dem Ausbau der Verkehrsinfrastruktur und dem technischen Fortschritt haben sich die Mobilitätsmöglichkeiten der Bevölkerung in den vergangenen Jahrzehnten deutlich erweitert, was zu einer spürbaren Veränderung des Mobilitätsverhaltens geführt hat. In der Schweiz zeigt sich dabei, dass der motorisierte Individualverkehr (MIV) nach wie vor einen wesentlichen Anteil an den zurückgelegten Personenkilometern ausmacht. Gemäss Daten des Bundesamtes für Statistik werden rund 69 Prozent der Personenkilometer auf Strasse und Schiene mit dem Personenwagen zurückgelegt (Bundesamt für Statistik (BFS), 2025).

Verkehrsleistungen nach Verkehrsmitteln, 2023 (Bundesamt für Statistik (BFS), 2025)

■ Personenwagen ■ Busse und Trams ■ Velos ■ zu Fuss
■ Eisenbahn ■ übrige



Hinweis: Die Kategorie «übrige» umfasst neben Cars (Reisebussen), Motorrädern, Motorfahrrädern und Zahnradbahnen auch Stand- und Luftseilbahnen

Abbildung 1: Anteile der Verkehrsmittel an den zurückgelegten Personenkilometern (auf Strasse und Schiene, 2023)

Quelle: Bundesamt für Statistik (BFS). (6. August 2025). Mobilität und Verkehr Taschenstatistik 2025. (B. f. BFS, Hrsg.) Abgerufen am 12. März 2026 von <https://dam-api.bfs.admin.ch/hub/api/dam/assets/35547665/master>

Gleichzeitig nimmt der öffentliche Verkehr (öV) im Schweizer Mobilitätssystem eine bedeutende Stellung ein. Im europäischen Vergleich weist die Schweiz insbesondere im Bahnverkehr eine hohe Nutzung des öffentlichen Verkehrs auf (Schweizer Radio und Fernsehen (SRF), 2023).

Diese Ausgangslage verdeutlicht, dass in der Schweiz grundsätzlich ein leistungsfähiges öV-System besteht, dessen Potenzial auch im Freizeit- und Eventverkehr genutzt werden kann.

2.1.1 Modalsplit

Ein zentraler Begriff im Zusammenhang mit der Verkehrsmittelwahl ist der Modalsplit. Er beschreibt die Verteilung der Verkehrsleistungen auf unterschiedliche Verkehrsmittel (Bundesamt für Statistik (BFS), 2018). Im Kontext des öffentlichen Verkehrs bezeichnet der Modalsplit insbesondere den Anteil des öV am gesamten Verkehrsaufkommen (LUSTAT Statistik Luzern, 2024).

Der Verband öffentlicher Verkehr (VöV) definiert die Steigerung des öV-Anteils am Modalsplit seit 2021 als strategisches Schwerpunktthema. Zugleich zeigt die VöV-Studie zur Erhöhung des Modalsplits, dass eine Verschiebung zugunsten des öffentlichen Verkehrs nicht auf einer Einzelmassnahme beruht, sondern ein Bündel abgestimmter Massnahmen in unterschiedlichen Handlungsfeldern erfordert (Verband öffentlicher Verkehr, 2021). Für die öV-Branche ist dies im Eventkontext besonders relevant. Integrierte Ticketlösungen können die Attraktivität des öffentlichen Verkehrs insbesondere im Freizeit- und Eventverkehr erhöhen. Dadurch lässt sich das Mobilitätsverhalten von Veranstaltungsgästen zugunsten des öV beeinflussen. Dass der Freizeitverkehr ein relevantes Potenzial darstellt, zeigen unter anderem die Schweizerischen Bundesbahnen (SBB), die im Zusammenhang mit den Freizeitangeboten der RailAway AG von 3,9 Millionen Besuchenden von Grossevents berichteten, die für die Anreise mit dem öffentlichen Verkehr motiviert werden konnten (SBB/CFF/FFS, 2024).

2.1.2 Multimodalität der Schweizer Bevölkerung

Für die Beurteilung integrierter Ticketlösungen ist zudem die Multimodalität der Schweizer Bevölkerung von zentraler Bedeutung. Das Mobilitätsverhalten unterscheidet sich je nach Alltagssituation und Wochentag. Während unter der Woche häufiger öffentliche Verkehrsmittel genutzt werden, wird am Wochenende vermehrt auf das Auto zurückgegriffen. Dieses Verhalten deutet darauf hin, dass ein grosser Teil der Bevölkerung nicht ausschliesslich auf ein einziges Verkehrsmittel festgelegt ist, sondern situativ zwischen verschiedenen Optionen wählt (LITRA, 2019, S. 16).

Multimodalität bedeutet in diesem Zusammenhang, dass Personen über mehrere Verkehrsmitteloptionen verfügen, beispielsweise über ein eigenes Auto und gleichzeitig über ein Abonnement des öffentlichen Verkehrs (VCD, o. D.). Gemäss Daten des *Mikrozensus Mobilität und Verkehr*

traf dies auf 45 Prozent der erwachsenen Personen mit Führerschein zu (BFS / ARE MZMV, 2015 zitiert nach LITRA, 2019, S. 16).

Die Wahl des Verkehrsmittels erfolgt dabei nicht ausschliesslich anhand objektiver Kriterien wie der Reisezeit. Vielmehr wird sie auch von subjektiven Faktoren wie Komfort, Flexibilität, Gewohnheiten und individuellen Präferenzen beeinflusst (LITRA, 2019, S. 18).

Diese Zusammenhänge sind für die vorliegende Arbeit besonders relevant. Wenn potenzielle Veranstaltungsgäste grundsätzlich zwischen Auto und öffentlichem Verkehr wählen können, hängt die tatsächliche Verkehrsmittelwahl wesentlich davon ab, wie attraktiv und einfach das jeweilige Angebot ausgestaltet ist. Integrierte Ticketlösungen können in diesem Zusammenhang als Instrument verstanden werden, das den öffentlichen Verkehr durch Vereinfachung und zusätzlichen Nutzen konkurrenzfähiger macht.

2.1.3 Klimaziele in der Mobilität

Die Förderung nachhaltiger Mobilität gewinnt vor dem Hintergrund nationaler und internationaler Klimaziele zunehmend an Bedeutung. Mit dem Pariser Übereinkommen von 2015 verpflichteten sich die Vertragsstaaten, Massnahmen zur Reduktion der Treibhausgasemissionen zu ergreifen (Bundesamt für Umwelt (BAFU), 2025). Auch die Schweiz verfolgt das Ziel, ihre Treibhausgasemissionen bis 2050 auf Netto-Null zu reduzieren. Dieses Ziel wurde 2023 durch das Klima- und Innovationsgesetz politisch verankert und bildet eine zentrale Grundlage der Schweizer Klimapolitik (Bundesamt für Umwelt (BAFU), 2025).

Das Netto-Null-Ziel steht im Zusammenhang mit dem Bestreben, die globale Erwärmung auf möglichst 1,5 Grad Celsius zu begrenzen. Es bedeutet, dass langfristig nicht mehr Treibhausgase ausgestossen werden dürfen, als gleichzeitig wieder aus der Atmosphäre entfernt werden können (Bundesamt für Umwelt (BAFU), 2025). Für seine Umsetzung sind insbesondere die Sektoren Gebäude, Verkehr und Industrie von zentraler Bedeutung, da in diesen Bereichen ein grosser Anteil der Treibhausgasemissionen entsteht (Bundesamt für Umwelt (BAFU), 2025).

Gerade der Verkehrssektor ist in diesem Kontext von besonderer Relevanz. Gemäss EnergieSchweiz, einem Programm des Bundes zur Förderung der Energieeffizienz und erneuerbarer Energien, entfällt rund ein Drittel der gesamten CO₂-Emissionen auf den Verkehrssektor (EnergieSchweiz, o. D.). Der grösste Teil dieser Emissionen fällt laut einer Analyse der LITRA auf der Strasse an; rund 97 Prozent (LITRA, 2026). Wobei es in diesem Zusammenhang zu beachten gilt, dass auch ein Teil des öffentlichen Verkehrs die Strasseninfrastruktur nutzt (beispielsweise das Bus-System). Dennoch verursacht der motorisierte Individualverkehr laut Bundesamt für

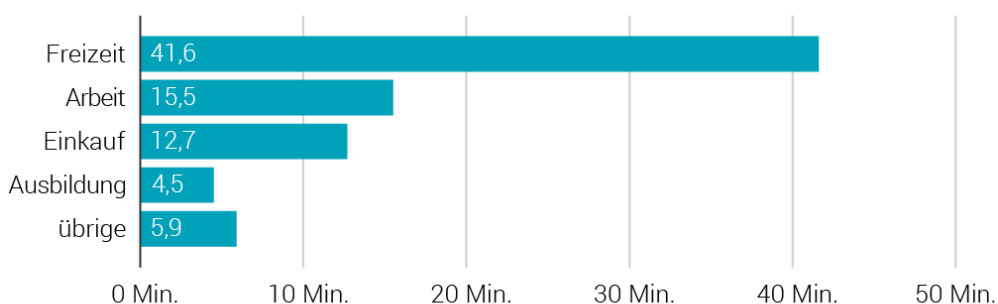
Umwelt (BAFU) einen erheblichen Teil dieser verkehrsbedingten Umweltbelastungen (Bundesamt für Umwelt (BAFU), 2023). Vor diesem Hintergrund kommt der Förderung des öffentlichen Verkehrs sowie der Reduktion des motorisierten Individualverkehrs eine zentrale Bedeutung zu.

Auch auf politischer Ebene zeigt sich die Relevanz dieses Themas. Ein Beispiel dafür ist der politische Vorstoss von Nationalrat Martin Candinas aus dem Jahr 2019 mit dem Titel *Massnahmenplan zur Steigerung des Anteils des öffentlichen Verkehrs am Gesamtverkehr* (Candinas, 2019). Ziel dieses Vorstosses war es, konkrete Massnahmen zur Stärkung des öffentlichen Verkehrs zu prüfen. Die Annahme der Motion verdeutlicht, dass die Förderung nachhaltiger Mobilität auch politisch zunehmend an Bedeutung gewinnt (Verband öffentlicher Verkehr, 2021).

2.1.4 Freizeitverkehr

Besonders bedeutsam für die vorliegende Arbeit ist der Freizeitverkehr. Gemäss der *Taschenstatistik 2025* des Bundesamtes für Statistik zum Thema Mobilität und Verkehr stellt Freizeit den wichtigsten Verkehrszweck in der Schweiz dar (Bundesamt für Statistik (BFS), 2025, S. 2). Auch das Bundesamt für Raumentwicklung (ARE) weist darauf hin, dass die Schweiz in einer sogenannten Freizeitgesellschaft lebt, in der Freizeitaktivitäten einen hohen Stellenwert im Lebensalltag einnehmen (Bundesamt für Raumentwicklung (ARE), o. D.). Veränderungen in den Arbeits- und Lebensformen, ein breiteres Freizeitangebot sowie zunehmende Mobilitätsmöglichkeiten wirken sich entsprechend auch auf das Verkehrsverhalten aus.

Der wichtigste Verkehrszweck ist die Freizeit (Bundesamt für Statistik (BFS), 2025, S. 2)



Hinweis: Stand 2021, nur Strecken im Inland, Basis = Wohnbevölkerung ab 6 Jahren

Abbildung 2: Aufteilung der täglichen 80 Verkehrsminuten der Schweizer Bevölkerung

Quelle: Bundesamt für Statistik (BFS). (6. August 2025). *Mobilität und Verkehr Taschenstatistik 2025*. (B. f. BFS, Hrsg.) Abgerufen am 12. März 2026 von <https://dam-api.bfs.admin.ch/hub/api/dam/assets/35547665/master>

Gemäss der Freizeitverkehrsstrategie des Bundesrates umfasst der Freizeitverkehr jene Fahrten, welche die einheimische Bevölkerung im Rahmen alltäglicher Freizeittätigkeiten zurücklegt (Schweizerischer Bundesrat, 2009). Da Veranstaltungen wie Konzerte, Festivals oder Musicals dem Freizeitbereich zuzuordnen sind, ist dieser Verkehrszweck für die vorliegende Untersuchung besonders relevant. Gleichzeitig ist der Freizeitverkehr mit einem bedeutenden Anteil am Gesamtverkehrsaufkommen, hohen Emissionen und einem beträchtlichen Energieverbrauch verbunden. Prognosen gehen zudem davon aus, dass die Verkehrsleistung in diesem Bereich weiter zunehmen wird (Schweizerischer Bundesrat, 2009).

Daraus ergibt sich verkehrs- und klimapolitisch ein klarer Handlungsbedarf. Insbesondere in Agglomerationen, in denen grundsätzlich Alternativen zum motorisierten Individualverkehr bestehen, stellt sich die Frage, wie diese Angebote attraktiver gestaltet und stärker genutzt werden können (Schweizerischer Bundesrat, 2009). Vor diesem Hintergrund stellen integrierte Ticketlösungen einen möglichen Ansatz dar, um die Anreise zu Veranstaltungen gezielt auf den öffentlichen Verkehr zu verlagern und damit einen Beitrag zu einer nachhaltigen Eventmobilität zu leisten.

2.2 Eventmanagement und Besucherlogistik

Veranstaltungen wie Konzerte sind ein bedeutender Bestandteil des Freizeitangebots und zugleich mit vielfältigen organisatorischen Anforderungen verbunden. Gemäss der Publikation *Kultur- und Freizeitverhalten in der Schweiz* zählen Konzertbesuche nach dem Besuch von Denkmälern und historischen oder archäologischen Stätten zur zweithäufigsten kulturellen Aktivität der Bevölkerung (Bundesamt für Statistik (BFS), 2025, S. 15). Nach den Einschränkungen infolge der Corona-Pandemie hat sich die Eventbranche wieder stabilisiert und die Nachfrage nach Veranstaltungen ist erneut gestiegen (Schürmann, 2024).

Im Eventmanagement umfassen die organisatorischen Anforderungen nicht nur die Planung des Programms und der Infrastruktur vor Ort, sondern auch die Steuerung der Besucherströme (A. Eggimann, persönliche Kommunikation, 25. November 2025). Insbesondere die An- und Abreise der Besuchenden stellt einen zentralen Aspekt dar, da sie sowohl die Umweltbilanz einer Veranstaltung als auch die Verkehrssituation im Umfeld des Veranstaltungsortes wesentlich beeinflusst (Landolt, 2026). Für die vorliegende Arbeit ist dieser Zusammenhang von besonderer Bedeutung, da integrierte Ticketlösungen genau an der Schnittstelle zwischen Veranstaltung und Mobilität ansetzen.

2.2.1 Bedeutung der Besucherlogistik für die Umweltbilanz von Veranstaltungen

Im Kontext des nachhaltigen Eventmanagements zeigt sich, dass die Besucherlogistik eine zentrale Rolle für die Umweltbilanz von Veranstaltungen spielt. Zwar verursachen auch Energieverbrauch, Verpflegung oder Materialeinsatz ökologische Auswirkungen, ein wesentlicher Teil der Umweltbelastung entfällt jedoch häufig auf die An- und Abreise des Publikums. Dies verdeutlicht beispielsweise das Paléo Festival in Nyon, das zu den grössten Open-Air-Musikfestivals Europas zählt (About Switzerland, 2024). Trotz Investitionen in eine Solaranlage sehen die Organisatoren das grösste Potenzial zur Reduktion der CO₂-Bilanz insbesondere in der Mobilität der Besucherinnen und Besucher sowie im Konsumverhalten vor Ort (Landolt, 2026). Daraus lässt sich ableiten, dass nachhaltige Veranstaltungsorganisation nicht auf das Veranstaltungsgelände beschränkt bleiben kann, sondern die An- und Abreise systematisch einbeziehen muss.

Nach Aussagen der Festivalverantwortlichen liesse sich die CO₂-Bilanz deutlich verbessern, wenn mehr Besuchende mit dem öffentlichen Verkehr anreisen würden. In Kombination mit einer stärker pflanzenbasierten Verpflegung könnte die Umweltbelastung des Festivals erheblich reduziert werden. Die Veranstalter verfolgen dabei keinen restriktiven Ansatz, sondern setzen auf die Förderung nachhaltiger Alternativen (Landolt, 2026). So wird auf der Website des Festivals ausdrücklich empfohlen, nach Möglichkeit das Fahrrad, Fahrgemeinschaften oder das breite Angebot des öffentlichen Verkehrs zu nutzen, um den CO₂-Fussabdruck zu verringern (Paléo Festival Nyon, 2026). Dieses Beispiel zeigt, dass die Steuerung der Besucheranreise ein zentraler Bestandteil nachhaltiger Veranstaltungsplanung ist.

2.2.2 Mobilität als Emissionsquelle bei Kulturveranstaltungen

Auch bei anderen Kulturveranstaltungen zeigt sich, dass die Mobilität der Beteiligten und des Publikums einen erheblichen Anteil an den verursachten Emissionen ausmacht. Darauf weist unter anderem ein Beitrag des *Regionaljournals Zentralschweiz* hin, der das Lucerne Festival als Beispiel anführt. Gemäss Angaben der Festivalorganisation entstehen rund 87 Prozent der Gesamtemissionen der Veranstaltung im Bereich Mobilität. Diese Erkenntnis unterstreicht, dass die Verkehrsmittelwahl der Besuchenden für die ökologische Bewertung einer Veranstaltung von zentraler Bedeutung ist (Schweizer Radio und Fernsehen (SRF), 2023).

Gleichzeitig wird deutlich, dass Veranstalter insbesondere die An- und Abreise der Besuchenden am stärksten beeinflussen können. Die Mobilität von Orchestern sowie von Künstlerinnen und Künstlern lässt sich dagegen nur begrenzt steuern. Gerade deshalb ist die An- und Abreise des Publikums ein besonders relevanter Ansatzpunkt für nachhaltige Massnahmen (Schweizer Radio und Fernsehen (SRF), 2023).

2.2.3 Massnahmen zur Reduktion mobilitätsbedingter Emissionen

Zur Reduktion mobilitätsbedingter Emissionen können Veranstalter auf unterschiedliche Massnahmen zurückgreifen. Dazu zählen einerseits Instrumente, die auf Transparenz und Sensibilisierung abzielen, etwa die Berechnung und Kommunikation des ökologischen Fussabdrucks, andererseits aber auch konkrete Mobilitätsangebote für das Publikum. Das Beispiel des Lucerne Festival verdeutlicht, dass nachhaltige Veranstaltungsorganisation nicht nur das Veranstaltungsgelände selbst betrifft, sondern auch die An- und Abreise der Besuchenden einbeziehen muss (Schweizer Radio und Fernsehen (SRF), 2023).

Insbesondere im Bereich der An- und Abreise der Besuchenden gewinnen niederschwellige und attraktive Angebote zunehmend an Bedeutung. Dazu gehören beispielsweise gut kommunizierte Verbindungen des öffentlichen Verkehrs, zusätzliche Transportangebote zu Randzeiten oder integrierte Ticketlösungen. Solche Massnahmen können die Nutzung des öffentlichen Verkehrs erleichtern und damit einen konkreten Anreiz für eine nachhaltigere An- und Abreise schaffen (Schweizer Radio und Fernsehen (SRF), 2023).

Die Relevanz der Besucherlogistik und der Mobilität für die Umweltbilanz von Veranstaltungen zeigt insgesamt, dass nachhaltige Eventorganisation nicht ohne geeignete Mobilitätskonzepte gedacht werden kann. Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, welche Modelle integrierter Ticketlösungen im Zusammenspiel von Veranstaltungen und öffentlichem Verkehr stehen und wie diese konkret ausgestaltet werden können.

2.3 Definition und Modelle integrierter Ticketlösungen

Im Zusammenhang mit Veranstaltungen und öffentlichem Verkehr bestehen unterschiedliche Formen integrierter Ticketlösungen. Gemeinsam ist diesen Modellen, dass sie darauf abzielen, die An- und Abreise der Besucherinnen und Besucher mit dem öffentlichen Verkehr gezielt zu fördern und dadurch nachhaltigere Mobilitätsformen im Eventbereich zu stärken. Im Rahmen eines Fachgesprächs mit Andreas Eggimann, Teamleiter Markt Events der RailAway AG, wurden verschiedene Modelle erläutert, die Veranstaltern ermöglichen, die öV-Nutzung ihrer Gäste zu unterstützen und gleichzeitig Herausforderungen in der Verkehrslenkung sowie im Parkplatzmanagement zu reduzieren. Die Ausgestaltung solcher Lösungen kann je nach Veranstaltungstyp, Zielgruppe, Budget und geografischem Einzugsgebiet unterschiedlich ausfallen (A. Eggimann, persönliche Kommunikation, 25. November 2025).

2.3.1 Vollintegration

Die Vollintegration stellt die umfassendste Form integrierter Ticketlösungen dar. Dabei ist die An- und Abreise mit dem öffentlichen Verkehr vollständig im Eintrittspreis der Veranstaltung enthalten. Für die Besucherinnen und Besucher ergibt sich daraus eine besonders einfache und komfortable Lösung, da kein zusätzliches öV-Billett erworben werden muss. Die Nutzung des öffentlichen Verkehrs wird dadurch direkt in den Veranstaltungsbesuch integriert. Je nach Veranstaltungsformat kann eine solche Vollintegration innerhalb eines regionalen Tarifverbunds oder auf schweizweiter Ebene erfolgen (RailAway, 2025).

Insbesondere bei Grossveranstaltungen mit Gästen aus unterschiedlichen Regionen eignet sich eine schweizweite Vollintegration, da sie eine einheitliche und unkomplizierte Nutzung des öffentlichen Verkehrs ermöglicht. Bei kleineren oder regional stärker verankerten Veranstaltungen kann hingegen auch eine verbundbezogene Lösung sinnvoll sein. Die Vollintegration bietet aus Sicht der Besucherinnen und Besucher den höchsten Komfort und aus Sicht der Veranstalter ein grosses Potenzial zur gezielten Steuerung des Mobilitätsverhaltens. Gleichzeitig ist sie in der Regel mit einem höheren finanziellen und organisatorischen Aufwand verbunden als andere Modelle (A. Eggimann, persönliche Kommunikation, 25. November 2025).

Neben dem Nutzen für die Besuchenden ergeben sich auch Vorteile für die Veranstaltungspartner. Gemäss den Ausführungen von Andreas Eggimann kann ein durch RailAway erarbeitetes öV-Konzept die Bewilligung von Veranstaltungen erleichtern, da eine koordinierte und nachhaltige An- und Abreise der Gäste sichergestellt werden kann. Darüber hinaus können Veranstalter zusätzliche Vertriebs- und Kommunikationskanäle des öffentlichen Verkehrs nutzen. Auch im Bereich der verkehrstechnischen Planung bietet die Zusammenarbeit Vorteile, etwa bei der Reduktion von Parkplatzproblemen, der Organisation des Abtransports grosser Besuchermengen oder der Gewährleistung einer sicheren Heimreise nach der Veranstaltung (A. Eggimann, persönliche Kommunikation, 25. November 2025).

2.3.2 Mobilitätsbeitrag

Der Mobilitätsbeitrag stellt eine alternative Form der Integration dar, die insbesondere dann eingesetzt wird, wenn eine vollständige Übernahme der öV-Kosten im Eventticket nicht realisierbar ist. Dabei leisten Veranstalter einen finanziellen Beitrag an die An- und Abreise der Besucherinnen und Besucher mit dem öffentlichen Verkehr. Dieser Beitrag reduziert die Kosten des öV-Billetts und soll dadurch einen zusätzlichen Anreiz schaffen, den öffentlichen Verkehr anstelle des motorisierten Individualverkehrs zu nutzen. Die Höhe dieses Beitrags kann je nach Veranstaltung individuell festgelegt werden (A. Eggimann, persönliche Kommunikation, 25. November 2025).

Ein solches Modell kommt beispielsweise beim Lucerne Festival zur Anwendung. Dort wird gemäss RailAway eine Vergünstigung von 50 Prozent auf die An- und Abreise mit dem öffentlichen Verkehr gewährt. Der Mobilitätsbeitrag eignet sich insbesondere für Veranstaltungen, die ihre Gäste zur Nutzung des öffentlichen Verkehrs motivieren möchten, ohne die Kosten einer Vollintegration tragen zu müssen. Damit stellt dieses Modell eine niederschwellige Form zur gezielten Förderung der öV-Nutzung im Eventbereich dar (RailAway, 2025).

2.3.3 Extrazüge und Nachtverbindungen

Bei Veranstaltungen mit hohem Besucheraufkommen oder bei Events, die spät am Abend enden, reichen reguläre Verbindungen des öffentlichen Verkehrs häufig nicht aus. In solchen Fällen können zusätzliche Transportangebote in Form von Extrazügen, Zugverstärkungen oder Nachtverbindungen eingesetzt werden. Gemäss den Angaben von RailAway sollen solche Zusatzangebote einerseits eine sichere und effiziente Abreise der Besuchenden gewährleisten und andererseits die Attraktivität des öffentlichen Verkehrs auch zu Randzeiten erhöhen (RailAway, 2025).

Zusätzliche Verbindungen leisten insbesondere bei Grossveranstaltungen einen wichtigen Beitrag zur Besucherlenkung und zur geografischen Reichweite des Angebots. Sie ermöglichen es, auch Gäste aus weiter entfernten Regionen an eine Veranstaltung anzubinden und damit die Abhängigkeit vom motorisierten Individualverkehr zu reduzieren. Ein Beispiel hierfür ist das Moon and Stars Festival in Locarno, bei dem Extrazüge eine komfortable Abreise in die Deutschschweiz ermöglichen (MSF Moon and Stars Festivals SA, o. D.). Solche Lösungen zeigen, dass integrierte Mobilitätskonzepte nicht nur preisliche, sondern auch infrastrukturelle Komponenten umfassen können.

2.3.4 Eintrittsermässigung

Eine weitere Form integrierter Ticketlösungen stellt die Verknüpfung eines öV-Angebots mit einer Eintrittsermässigung dar. Dieses Modell wird vor allem bei Messen, Ausstellungen oder anderen Veranstaltungen eingesetzt, bei denen der Ticketkauf mit einer bewussten Entscheidung für die An- und Abreise mit dem öffentlichen Verkehr verbunden werden soll. Besuchende erhalten dabei eine Vergünstigung auf den Eintrittspreis, sofern sie mit dem öffentlichen Verkehr anreisen (RailAway, 2025).

Ein Beispiel hierfür ist die Schweizer Messe für Landwirtschaft und Ernährung (OLMA) in St. Gallen. Besucherinnen und Besucher erhalten dort eine Ermässigung von 20 Prozent auf das Eintrittsticket, wenn dieses in Kombination mit einem öV-Billett erworben wird (Olma Messen

St.Gallen AG, 2026). Durch solche Angebote wird ein zusätzlicher finanzieller Anreiz geschaffen, den öffentlichen Verkehr zu nutzen und auf die An- und Abreise mit dem motorisierten Individualverkehr zu verzichten (RailAway, 2025). Im Unterschied zum Mobilitätsbeitrag steht hier nicht die Vergünstigung des öV-Tickets, sondern die Reduktion des Eintrittspreises im Vordergrund. Dennoch verfolgt auch dieses Modell das Ziel, nachhaltige Mobilitätsentscheidungen zu fördern.

Die dargestellten Modelle zeigen, dass integrierte Ticketlösungen in unterschiedlicher Intensität in das Mobilitätsverhalten von Veranstaltungsgästen eingreifen können. Während einzelne Modelle vor allem finanzielle Anreize setzen, verbinden umfassendere Lösungen preisliche, organisatorische und infrastrukturelle Elemente. Vor diesem Hintergrund ist es relevant, den Einfluss solcher Rahmenbedingungen auf das An- und Abreiseverhalten nicht nur anhand von Praxisbeispielen, sondern auch auf Basis externer Studien zu betrachten.

2.4 Studie zum Thema CO₂-Emissionen bei Veranstaltungen in Deutschland

Auch in Deutschland gewinnt die Reduktion von CO₂-Emissionen bei Veranstaltungen zunehmend an Bedeutung. Im Rahmen der Sommertournee 2023 der Band AnnenMayKantereit wurde deshalb das Projekt *TICKET TO RIDE* initiiert. Dieses wurde von The Changency und Crowd Impact lanciert und verfolgte das Ziel, das Bewusstsein des Publikums für eine nachhaltige An- und Abreise zu Veranstaltungen zu stärken (The Changency GmbH, Crowd Impact, 2024, S. 5). Im Zentrum stand die Frage, welche Faktoren das Mobilitätsverhalten von Konzertbesuchenden beeinflussen und welche Rolle dabei die Rahmenbedingungen des öffentlichen Verkehrs spielen.

Anteile der Gesamtemissionen der Sommertournee 2023 der Band AnnenMayKantereit

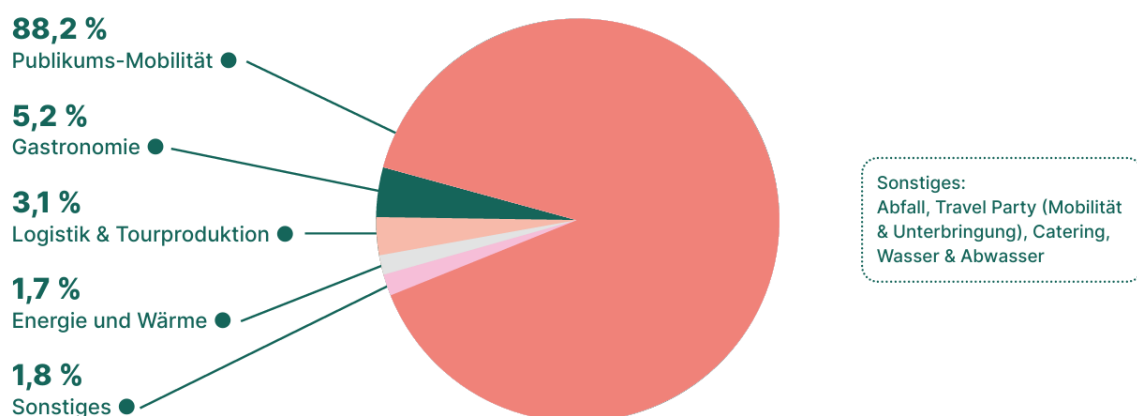


Abbildung 3: Der Anteil einzelner Bereiche an den Gesamtemissionen der Tour 2023.

Quelle: The Changency GmbH, Crowd Impact. (2024). *TICKET TO RIDE – Nachhaltige Publikums-Anreise bei Großveranstaltungen – Projektzusammenfassung*. Abgerufen am 20. Januar 2026 von https://tickettoride.net/sites/tickettoride/files/2024-05/TTR_Projektzusammenfassung_V1_0.pdf

Eine begleitende Befragung der Besucherinnen und Besucher zeigte deutliche Unterschiede im An- und Abreiseverhalten in Abhängigkeit von der vorhandenen Verkehrsinfrastruktur. An Veranstaltungsorten mit unzureichender Anbindung an den öffentlichen Verkehr erfolgte die An- und Abreise zu rund 96 Prozent mit dem Auto. Demgegenüber lag der Anteil der An- und Abreisen mit öffentlichen Verkehrsmitteln an Konzertorten mit gut ausgebauter öV-Infrastruktur, wie beispielsweise in Berlin, bereits ohne zusätzliche Vergünstigungen bei rund 63 Prozent (The Changency GmbH, Crowd Impact, 2024, S. 17). Diese Ergebnisse verdeutlichen, dass die Verkehrsmittelwahl nicht allein von finanziellen Anreizen abhängt, sondern massgeblich auch durch die vorhandene Erreichbarkeit und Angebotsqualität beeinflusst wird.

Die Ergebnisse dieser Studie sind für die vorliegende Arbeit insofern besonders relevant, als sie aufzeigen, dass integrierte Ticketlösungen zwar grundsätzlich ein wirksames Instrument zur Förderung des öffentlichen Verkehrs darstellen können, ihre tatsächliche Wirkung jedoch massgeblich von den strukturellen Rahmenbedingungen abhängt. In Regionen mit guter öV-Erschliessung können integrierte Angebote die Nutzung des öffentlichen Verkehrs zusätzlich fördern. In Gebieten mit unzureichender Infrastruktur stossen solche Modelle hingegen trotz finanzieller oder organisatorischer Anreize an klare Grenzen. Das zeigt, dass die Wahl des Verkehrsmittels nicht ausschliesslich durch den Preis bestimmt wird, sondern ebenso durch Faktoren wie Erreichbarkeit, Komfort, Gewohnheiten und Angebotsqualität. Für die Untersuchung integrierter Ticketlösungen sind deshalb insbesondere deren Einfluss auf das Mobilitätsverhalten, die organisatorischen Voraussetzungen sowie mögliche Anreizstrukturen von Bedeutung.

Die theoretischen Grundlagen sowie die dargestellten Modellformen zeigen, dass integrierte Ticketlösungen im Eventbereich unterschiedliche Funktionen erfüllen können und sowohl von finanziellen als auch von infrastrukturellen Rahmenbedingungen abhängen. Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, wie solche Modelle in der Schweiz konkret umgesetzt werden und welche Unterschiede sich in der praktischen Ausgestaltung erkennen lassen.

3 Analyse der aktuellen Situation in der Schweiz

Im Schweizer Eventbereich bestehen bereits unterschiedliche Formen der Verknüpfung von Veranstaltungen mit dem öffentlichen Verkehr. Diese Beispiele zeigen, dass nachhaltige Mobilität bei Veranstaltungen zunehmend an Bedeutung gewinnt und bereits auf verschiedene Weise gefördert wird. Die bestehenden Ansätze reichen von einer vollständigen Integration des öV-Tickets in das Eintrittsticket über Vergünstigungen und Mobilitätsbeiträge bis hin zu kombinierten Rabattmodellen. Gleichzeitig wird deutlich, dass sich die konkreten Lösungen hinsichtlich ihrer Reichweite, Finanzierung, Zielsetzung und organisatorischer Ausgestaltung unterscheiden. Die nachfolgenden Beispiele zeigen, wie integrierte Ticketlösungen in der Schweiz derzeit umgesetzt werden und welche Unterschiede sich zwischen den einzelnen Modellen erkennen lassen.

3.1 Vollintegration auf schweizweiter Ebene: OpenAir St.Gallen

Das OpenAir St.Gallen nimmt im Schweizer Eventbereich eine Vorreiterrolle bei der Verknüpfung von Veranstaltung und nachhaltiger Mobilität ein. Seit 2024 ist die An- und Abreise mit dem öffentlichen Verkehr schweizweit im Festivalticket integriert (OpenAir St.Gallen, 2026). Damit gehört das Festival zu den wenigen Veranstaltungen in der Schweiz, die eine Vollintegration nicht nur auf Verbund- oder Regionalebene, sondern auf nationaler Ebene umsetzen. Aus Sicht der nachhaltigen Eventmobilität stellt dieses Modell ein besonders aufschlussreiches Praxisbeispiel dar, da es zeigt, wie ein grossflächig gültiges Mobilitätsangebot in ein bestehendes Veranstaltungskonzept eingebunden werden kann.

Mit der schweizweiten Vollintegration verfolgt das OpenAir St.Gallen mehrere Zielsetzungen. Einerseits soll die An- und Abreise mit dem öffentlichen Verkehr für Besucherinnen und Besucher aus der ganzen Schweiz attraktiver und einfacher gestaltet werden. Andererseits unterstützt die Massnahme die Nachhaltigkeitsbestrebungen der Veranstaltung, indem ein konkreter Anreiz geschaffen wird, auf die An- und Abreise mit dem motorisierten Individualverkehr zu verzichten (OpenAir St.Gallen, 2026). Dank der Integration des öV-Tickets in das Festivalticket kann die Besucherlenkung gezielt beeinflusst und die Belastung durch den Individualverkehr rund um das Festivalgelände reduziert werden. Pascal Frei von der Gadget Entertainment Group AG betont in diesem Zusammenhang, dass die Vollintegration als bewusster nächster Schritt verstanden wurde, nachdem bereits zuvor vergünstigte öV-Angebote bestanden hatten. Ziel sei es gewesen, die Anreise für das Publikum noch einfacher und attraktiver zu gestalten und gleichzeitig die Nutzung des Autos weiter zu reduzieren, beziehungsweise weniger attraktiv zu machen (Interview 2, 9. April 2026, Frage 1 und 3).

Daten der Gadget Entertainment Group AG zeigen, dass sich die Verkehrsmittelwahl beim OpenAir St.Gallen deutlich zugunsten des öffentlichen Verkehrs verschoben hat. Während 2004 noch 43,0 Prozent der Besuchenden mit dem öffentlichen Verkehr anreisten, lag dieser Anteil 2014 im Rahmen eines bereits vergünstigten öV-Angebots bei 72,0 Prozent und erreichte 2025 schliesslich 81,3 Prozent. Im gleichen Zeitraum sank der Anteil der Anreise mit dem Personewagen von 53,0 Prozent im Jahr 2004 auf 21,0 Prozent im Jahr 2014 und auf 9,8 Prozent im Jahr 2025. Diese Entwicklung ist insofern bemerkenswert, als Verhaltensänderungen auf bereits hohem öV-Niveau erfahrungsgemäss schwieriger zu erzielen sind als in früheren Phasen mit höherem Autoanteil (Gadget Entertainment Group AG, Datenbereitstellung, 2026).

Zusätzlich lässt sich die rückläufige Nutzung des motorisierten Individualverkehrs an den verkauften Parkkarten für den Breitfeld-Parkplatz ablesen. Innerhalb von drei Jahren ging deren Anzahl um rund 69,5 Prozent zurück. Die Entwicklung der Parkkartennutzung stützt damit die Einschätzung, dass die An- und Abreise mit dem motorisierten Individualverkehr im Zusammenhang mit dem Festival weiter an Bedeutung verloren hat (Gadget Entertainment Group AG, Datenbereitstellung, 2026).

Die Interviewaussagen ergänzen diese Entwicklung auf inhaltlicher Ebene. Deborah von Büren verweist darauf, dass die Autonutzung bereits vor der schweizweiten Vollintegration rückläufig gewesen sei und dass die Reduktion des Parkplatzangebots im Jahr 2026 eine Folge dieser Entwicklung darstelle. Gleichzeitig machen Pascal Frei und Deborah von Büren deutlich, dass die letzten Anteile des motorisierten Individualverkehrs nur noch schwer zu beeinflussen sind, da ein Teil des Publikums trotz ausgebautem Angebot weiterhin auf das Auto angewiesen ist oder dieses bewusst bevorzugt (Interview 2, 9. April 2026, Frage 13).

Das Beispiel des OpenAir St.Gallen zeigt, dass eine schweizweite Vollintegration insbesondere bei Grossveranstaltungen mit einem breiten geografischen Einzugsgebiet sinnvoll sein kann. Gerade weil Gäste aus unterschiedlichen Regionen anreisen, bietet ein nationales Modell einen hohen praktischen Nutzen und eine einheitliche Lösung. Aus analytischer Sicht wird deutlich, dass die Vollintegration nicht nur einen finanziellen Vorteil schafft, sondern vor allem die Komplexität der An- und Abreise aus Sicht der Besuchenden reduziert. Dadurch wird der öffentliche Verkehr als Standardlösung für die Event-An- und Abreise gestärkt. Gleichzeitig ist eine solche Lösung mit erhöhtem Koordinations- und Finanzierungsaufwand verbunden und setzt eine enge Zusammenarbeit der beteiligten Akteure voraus.

3.2 Vollintegration auf regionaler Ebene: THE HALL

Auch die Eventlocation THE HALL in Dübendorf verfolgt einen klaren Ansatz zur Förderung nachhaltiger Mobilität. Aufgrund der unmittelbaren Nähe zum Bahnhof Stettbach verfügt der Veranstaltungsort über eine sehr gute Anbindung an den öffentlichen Verkehr. Diese Lage schafft günstige Voraussetzungen dafür, die An- und Abreise mit dem öV gezielt zu fördern und den motorisierten Individualverkehr zu reduzieren. Seit 2023 ist bei Konzerten in THE HALL ein integriertes Ticket für das gesamte Netz des Zürcher Verkehrsverbunds (ZVV) Bestandteil des Eintrittstickets (THE HALL, o. D.).

Im Unterschied zum OpenAir St.Gallen handelt es sich hierbei nicht um eine schweizweite, sondern um eine regionale, beziehungsweise verbundbezogene Vollintegration. Dieses Modell ist auf die regionale Einbettung des Veranstaltungsorts abgestimmt und nutzt die bestehende Erschliessung durch den öffentlichen Verkehr gezielt aus. Gleichzeitig lässt sich durch die Förderung des öffentlichen Verkehrs die Belastung des umliegenden Quartiers durch den motorisierten Individualverkehr verringern (VBG, 2024).



Abbildung 4: Aufdruck auf dem Ticket (oben rechts), welcher zur kostenlosen Hin- und Rückfahrt im Zürcher Verkehrsverbund berechtigt.

Quelle: Selbst gekauftes Ticket vom 4. März 2026

Die Monitoringdaten von THE HALL zeigen, dass der öV-Anteil im Jahr 2025 bei 68 Prozent lag, während der MIV-Anteil 32 Prozent betrug (THE HALL, Datenbereitstellung, 2026). Gemäss Angaben von Christian Mathys, CEO von THE HALL, sei ebenfalls ein rückläufiger Verkehr in den umliegenden Quartieren feststellbar (VBG, 2024). Das Beispiel von THE HALL verdeutlicht damit, dass integrierte Ticketlösungen auch auf regionaler Ebene wirksam sein können, sofern eine gute öV-Infrastruktur vorhanden ist und das Modell auf die räumlichen Gegebenheiten abgestimmt wird. Im Vergleich zur schweizweiten Vollintegration ist die Reichweite des Angebots zwar

begrenzter, dafür kann die Umsetzung stärker auf den tatsächlichen Einzugsraum der Besuchenden ausgerichtet werden.

Auf Anfrage, warum keine schweizweite Vollintegration angeboten wird, verweist Vladimir Tajsic insbesondere auf die hohen wirtschaftlichen Hürden. Gemäss seinen Aussagen hätten Berechnungen mit RailAway gezeigt, dass bereits eine Einführung eines Mobilitätsbeitrags Kosten von über 400'000 Schweizer Franken verursacht hätte. Für THE HALL sei ein solches Modell angesichts der Vielzahl unterschiedlicher Veranstalter und der damit verbundenen Ticketpreissensibilität nicht tragbar gewesen. Eine schweizweite Lösung hätte folglich zu deutlich höheren Eintrittspreisen geführt und wäre weder für die Veranstalter noch für das Publikum realistisch gewesen. Vor diesem Hintergrund wurde die auf den ZVV beschränkte Integration als praktikablere und standortgerechtere Lösung umgesetzt (Interview 3, 13. April 2026, Frage 2).

3.3 Mobilitätsbeitrag: Stars in Town Festival

Ein anderes Modell wird beim *Stars in Town Festival* in Schaffhausen angewendet. Aufgrund der zentralen Lage und der unmittelbaren Gehdistanz zum Bahnhof Schaffhausen bestehen auch hier günstige Voraussetzungen für eine An- und Abreise mit dem öffentlichen Verkehr. Die Organisatoren setzen jedoch nicht auf eine Vollintegration, sondern auf einen Mobilitätsbeitrag. Besuchende erhalten dadurch eine Vergünstigung von fünf Schweizer Franken auf die Nutzung des öffentlichen Verkehrs. Gleichzeitig sprechen sich die Veranstalter ausdrücklich für eine An- und Abreise mit dem öV aus. Zusätzliche Parkplätze werden nicht bereitgestellt; für die An- und Abreise mit dem motorisierten Individualverkehr stehen lediglich die regulären öffentlichen Parkmöglichkeiten zur Verfügung (Stars in Town, 2025).

Dieses Beispiel zeigt, dass auch ein finanzieller Beitrag an die öV-An- und Abreise einen gezielten Lenkungseffekt erzeugen kann, ohne dass eine vollständige Integration umgesetzt werden muss. Im Vergleich zur Vollintegration ist der organisatorische und finanzielle Aufwand für die Veranstalter in der Regel geringer. Gleichzeitig bleibt jedoch ein Teil der Entscheidung und der Kosten bei den Besuchenden, da weiterhin ein separates öV-Billett gelöst werden muss. Der Mobilitätsbeitrag stellt damit eine pragmatische Lösung dar, wenn eine vollständige Integration nicht realisierbar oder nicht gewünscht ist.

Ergänzend dazu ist das Beispiel auch aus politischer Sicht relevant. Im Kanton Schaffhausen wurde ein Postulat angenommen, das prüfen lässt, inwiefern öV-Tickets künftig standardmässig in Eintrittstickets öffentlicher Veranstaltungen integriert werden könnten. Begründet wird dies unter anderem mit der Entlastung der Strasseninfrastruktur und der Parkplatzsituation (Keystone-SDA, 2025). Ein Postulat ist ein parlamentarischer Vorstoss, mit dem der Regierungsrat

beauftragt wird, zu prüfen, ob eine Verfassungs- oder Gesetzesvorlage oder der Entwurf zu einem Kantonsratsbeschluss vorgelegt werden soll. Zudem kann ihm empfohlen werden, in seinem Zuständigkeitsbereich einen Entscheid zu treffen und darüber Bericht zu erstatten (Parlamentsdienste des Kantonsrates, o. D.).

Das Beispiel des Stars in Town zeigt damit nicht nur eine konkrete Praxislösung, sondern verweist zugleich auf eine zunehmende politische Sensibilisierung für nachhaltige Eventmobilität.

3.4 Kombination Mobilitätsbeitrag und Eintrittsermässigung: Musical

Ein weiteres Praxisbeispiel stellt das Event'n'Rail-Angebot zum Musical *Becoming Marilyn Monroe* dar. Dieses Beispiel zeigt eine kombinierte Form integrierter Ticketlösungen, bei der ein Mobilitätsbeitrag und eine Eintrittsermässigung miteinander verknüpft werden. Besuchende profitieren bei der An- und Abreise mit dem öffentlichen Verkehr sowohl von einer Reduktion auf das öV-Ticket als auch von einem Rabatt auf den Eintrittspreis (RailAway AG, 2026).

Dieses Modell ist insbesondere deshalb interessant, weil es nicht auf eine vollständige Integration setzt, sondern mehrere finanzielle Anreize kombiniert. Damit wird der öffentliche Verkehr gezielt gefördert, ohne dass das öV-Ticket vollständig im Veranstaltungspreis enthalten ist. Aus Sicht der Angebotsgestaltung zeigt dieses Beispiel, dass integrierte Ticketlösungen nicht zwingend als Vollintegration ausgestaltet sein müssen, um eine verhaltenslenkende Wirkung zu entfalten. Vielmehr können auch Kombinationen aus Vergünstigungen und Eintrittsvorteilen dazu beitragen, die Nutzung des öffentlichen Verkehrs zu fördern.

Analytisch betrachtet verdeutlicht dieses Modell die Flexibilität integrierter Ticketlösungen. Je nach Veranstaltungstyp, Zielgruppe und Budget können unterschiedliche Anreizsysteme kombiniert werden. Gleichzeitig zeigt sich jedoch, dass die Wirkung solcher Modelle stark davon abhängen dürfte, wie attraktiv die Gesamtersparnis aus Sicht der Besuchenden wahrgenommen wird und wie einfach die Nutzung des Angebots ausgestaltet ist.

3.5 Kein integriertes Modell: Thunerseespiele

Ein besonders aufschlussreiches Gegenbeispiel stellen die Thunerseespiele dar. Dort war in der Vergangenheit die Fahrt zwischen dem Bahnhof Thun und dem Seespielgelände im Eintrittsticket enthalten. Dieses Modell wurde jedoch wieder aufgehoben. Als Begründung wurde angeführt, dass ein grosser Teil der Besuchenden bereits über eine bestehende Libero-Verbundlösung verfüge und dadurch nur ein begrenzter zusätzlicher Nutzen durch die Integration entstanden sei (H. Hadorn, E-Mail-Kommunikation, 23. Januar 2026).

Das Beispiel der Thunerseespiele zeigt, dass integrierte Ticketlösungen nicht in jedem Fall dauerhaft beibehalten werden oder automatisch den gewünschten Mehrwert erzeugen. Entscheidend ist vielmehr, ob das gewählte Modell tatsächlich zur Zielgruppe passt und einen spürbaren Zusatznutzen bietet. Wenn ein grosser Teil der Besuchenden bereits über ein passendes Verbundabonnement verfügt, kann eine standardisierte Integration an Wirksamkeit verlieren. Gleichzeitig verdeutlicht dieses Beispiel, dass die Frage der geografischen Reichweite und der Zielgruppenstruktur für die Ausgestaltung integrierter Lösungen zentral ist.

Gemäss Heidi Hadorn der Thunerseespiele AG wird derzeit geprüft, inwiefern künftig eine gezieltere Lösung für Gäste ausserhalb des Libero-Tarifverbunds umgesetzt werden kann (H. Hadorn, E-Mail-Kommunikation, 23. Januar 2026). Der Libero-Tarifverbund umfasst die Gebiete der Kantone Bern und Solothurn (BERNMOBIL, o. D.). Dieses Beispiel verdeutlicht, dass integrierte Ticketlösungen nicht nur eingeführt oder abgeschafft, sondern auch weiterentwickelt und stärker auf spezifische Besuchergruppen zugeschnitten werden können. Gleichzeitig bleibt die Förderung der An- und Abreise mit dem öffentlichen Verkehr für die Thunerseespiele weiterhin ein zentrales Anliegen (H. Hadorn, E-Mail-Kommunikation, 23. Januar 2026).

3.6 Fazit

Die analysierten Beispiele zeigen, dass integrierte Ticketlösungen im Schweizer Eventbereich bereits in unterschiedlichen Ausprägungen vorkommen. Sie reichen von der schweizweiten Vollintegration über regionale Verbundlösungen bis hin zu Mobilitätsbeiträgen und kombinierten Rabattmodellen. Gleichzeitig wird deutlich, dass Reichweite, Finanzierungslogik, Zielgruppenstruktur und regionale Einbettung die konkrete Ausgestaltung wesentlich beeinflussen. Während Grossveranstaltungen mit einem breiten Einzugsgebiet von schweizweit gültigen Integrationsmodellen profitieren können, erscheinen für andere Veranstaltungen eher teilweise integrierte oder zielgruppenspezifische Lösungen sinnvoll. Die Analyse macht damit deutlich, dass es keine einheitliche Standardlösung gibt, sondern dass integrierte Ticketmodelle an die jeweiligen Rahmenbedingungen angepasst werden müssen.

4 Stakeholder-Analyse

Die Umsetzung integrierter Ticketlösungen im Eventbereich erfordert das Zusammenspiel verschiedener Anspruchsgruppen. Damit eine Veranstaltung mit integriertem Mobilitätsangebot reibungslos funktioniert, müssen Veranstalter, Transportunternehmen, Behörden und weitere Beteiligte ihre Interessen und Aufgaben aufeinander abstimmen. In diesem Zusammenhang eignet sich die Stakeholder-Analyse als Instrument, um die relevanten Akteure zu identifizieren und ihre Rolle im Hinblick auf die Einführung und Umsetzung solcher Modelle systematisch einzuordnen. Für die vorliegende Arbeit ist dies von besonderer Bedeutung, da integrierte Ticketlösungen nicht von einem einzelnen Akteur allein umgesetzt werden können, sondern auf Koordination, Akzeptanz und Kooperation angewiesen sind.

4.1 Veranstalterinnen und Veranstalter

Zu den zentralen Stakeholdern zählen in erster Linie die Veranstalterinnen und Veranstalter. Sie tragen die Verantwortung für die Planung, Organisation und Durchführung von Veranstaltungen und entscheiden darüber, ob Mobilitätsangebote in das Veranstaltungskonzept integriert werden. Damit nehmen sie eine Schlüsselrolle ein, da sie sowohl über die Ausgestaltung des Ticketing-Modells als auch über die Kommunikation gegenüber den Besuchenden bestimmen.

Für Veranstalter können integrierte Ticketlösungen verschiedene Vorteile mit sich bringen. Dazu zählen insbesondere eine erleichterte Verkehrslenkung, eine nachhaltigere Positionierung der Veranstaltung, eine Entlastung bei Parkplatzfragen sowie eine bessere Steuerung der An- und Abreise der Besucherinnen und Besucher (RailAway, 2025). Gleichzeitig sind Veranstalter jedoch auch mit Herausforderungen konfrontiert. Dazu gehören zusätzlicher Koordinationsaufwand, finanzielle Beteiligungen, Abhängigkeiten von externen Partnern und die Frage, ob sich der organisatorische Mehraufwand für die jeweilige Veranstaltung wirtschaftlich rechtfertigen lässt. Veranstalter bilden somit eine Akteursgruppe, die sowohl vom Potenzial integrierter Lösungen profitieren kann als auch massgeblich von deren Umsetzbarkeit betroffen ist.

4.2 Transportunternehmen

Eine weitere zentrale Anspruchsgruppe sind die Transportunternehmen, insbesondere Anbieter des öffentlichen Verkehrs wie die SBB, beziehungsweise RailAway sowie regionale Verkehrsverbünde und weitere Transportunternehmen. Besonders die RailAway AG übernimmt die Koordination der notwendigen Transportleistungen und verfügt über das fachliche Know-how zur Planung und Umsetzung von Mobilitätskonzepten im Zusammenhang mit Veranstaltungen. Ohne ihre Mitwirkung können integrierte Ticketlösungen weder tariflich noch logistisch realisiert werden.

Die Rolle der Transportunternehmen geht dabei über die reine Bereitstellung von Transportkapazitäten hinaus. Sie unterstützen Veranstalter bei der Entwicklung geeigneter Angebotsmodelle, bei der tariflichen Integration des öV-Tickets in das Eventticket, bei der Organisation zusätzlicher Transportkapazitäten sowie bei der Nutzung ihrer Kommunikations- und Vertriebskanäle. Gleichzeitig verfolgen Transportunternehmen eigene Interessen, etwa die Steigerung des öV-Anteils, die Gewinnung zusätzlicher Fahrgäste und die Positionierung des öffentlichen Verkehrs als attraktive und nachhaltige Mobilitätsform. Damit sind sie nicht nur operative Partner, sondern auch strategische Mitgestalter integrierter Ticketlösungen (RailAway, 2025).

4.3 Besucherinnen und Besucher

Auch die Besucherinnen und Besucher der Veranstaltungen stellen eine zentrale Anspruchsgruppe dar. Ihr Mobilitätsverhalten hat unmittelbaren Einfluss auf die Verkehrssituation im Umfeld von Veranstaltungen sowie auf die damit verbundenen Umweltwirkungen. Gleichzeitig entscheidet letztlich ihre Akzeptanz darüber, ob integrierte Ticketlösungen die gewünschte Wirkung entfalten. Selbst ein gut geplantes Angebot kann seine Lenkungswirkung nur dann entfalten, wenn es von den Besuchenden als attraktiv, verständlich und praktikabel wahrgenommen wird.

Für die Besuchenden können integrierte Ticketlösungen verschiedene Vorteile bieten. Dazu gehören insbesondere eine vereinfachte Planung der An- und Abreise, finanzielle Vergünstigungen, ein erhöhter Komfort sowie eine sichere Abreise nach der Veranstaltung (Interview 1, 30. März 2026). Gleichzeitig bestehen aus Sicht der Besuchenden auch mögliche Vorbehalte. Diese können sich etwa aus Gewohnheiten, einer Präferenz für den motorisierten Individualverkehr, wahrgenommenen Einschränkungen der Flexibilität oder aus einer unzureichenden Erreichbarkeit des Veranstaltungsortes mit dem öffentlichen Verkehr ergeben. Die Besucherinnen und Besucher sind somit nicht nur Nutzende des Angebots, sondern auch eine zentrale Einflussgrösse für dessen Erfolg oder Misserfolg.

4.4 Öffentliche Behörden und politische Institutionen

Darüber hinaus spielen öffentliche Behörden und politische Institutionen eine wichtige Rolle. Sie sind unter anderem für die Bewilligung von Veranstaltungen sowie für die Gestaltung der verkehrspolitischen und regulatorischen Rahmenbedingungen verantwortlich (RailAway, 2025). Im Kontext integrierter Ticketlösungen treten sie daher als Akteure auf, die durch Vorgaben, Anreize oder politische Unterstützung direkten oder indirekten Einfluss auf die Einführung solcher Modelle nehmen können.

Für Behörden stehen vor allem öffentliche Interessen im Vordergrund. Dazu zählen die Reduktion von Verkehrsbelastungen, die Entlastung der lokalen Infrastruktur, die Förderung nachhaltiger Mobilität sowie die Unterstützung umwelt- und klimapolitischer Ziele. Nachhaltige Mobilitätskonzepte können in diesem Zusammenhang ein wichtiges Instrument darstellen, um die Auswirkungen von Grossveranstaltungen besser zu steuern. Gleichzeitig kann die politische Unterstützung integrierter Ticketlösungen dazu beitragen, deren Verbreitung zu fördern und die Zusammenarbeit zwischen Veranstaltern und Transportunternehmen zu erleichtern. Behörden und politische Institutionen nehmen somit eine rahmensetzende und legitimierende Funktion ein.

4.5 Anwohnerinnen und Anwohner

Ein weiterer relevanter Stakeholder sind Anwohnende sowie lokale Gemeinden im Umfeld von Veranstaltungsorten. Grossveranstaltungen können mit erhöhtem Verkehrsaufkommen, Lärm, Parkplatzproblemen und einer zusätzlichen Belastung des öffentlichen Raums verbunden sein. Die Auswirkungen der An- und Abreise betreffen daher nicht nur die Veranstaltungsteilnehmenden, sondern auch die Bevölkerung vor Ort.

Integrierte Ticketlösungen können aus Sicht der Anwohnenden zur Entlastung beitragen, indem sie Staus, Parkplatzdruck und verkehrsbedingte Störungen reduzieren. Dies kann die Akzeptanz von Veranstaltungen in der lokalen Bevölkerung erhöhen. Damit zeigt sich, dass nachhaltige Mobilitätskonzepte nicht nur aus ökologischer, sondern auch aus sozialer und räumlicher Perspektive relevant sind. Die Interessen der Anwohnenden sind daher bei der Planung und Beurteilung solcher Lösungen mitzudenken.

4.6 Fazit

Die Stakeholder-Analyse zeigt, dass integrierte Ticketlösungen im Eventbereich eine enge Zusammenarbeit verschiedener Anspruchsgruppen voraussetzen. Veranstalter, Transportunternehmen, Besuchende, Behörden und Anwohnende verfügen jeweils über unterschiedliche Interessen, Erwartungen und Einflussmöglichkeiten. Gleichzeitig wird deutlich, dass keine dieser Gruppen isoliert betrachtet werden kann, da die erfolgreiche Umsetzung integrierter Mobilitätskonzepte von ihrer Koordination und ihrem Zusammenspiel abhängt.

Für den weiteren Verlauf der Arbeit ist diese Analyse insofern relevant, als sie die Grundlage dafür bildet, organisatorische Herausforderungen, potenzielle Interessenkonflikte und zentrale Erfolgsbedingungen integrierter Ticketlösungen systematisch einzuordnen. Damit schafft sie eine wichtige Verbindung zwischen der Analyse bestehender Praxisbeispiele und der nachfolgenden SWOT-Analyse.

5 SWOT-Analyse integrierter Ticketlösungen mit öffentlichem Verkehr

Zur systematischen Bewertung integrierter Ticketlösungen im Zusammenhang mit Veranstaltungen und öffentlichem Verkehr wird im Folgenden eine SWOT-Analyse herangezogen. Diese Methode eignet sich, um interne Stärken und Schwächen sowie externe Chancen und Risiken strukturiert darzustellen. Für die vorliegende Arbeit ist sie besonders geeignet, da integrierte Ticketlösungen organisatorische, wirtschaftliche, ökologische und verkehrspolitische Aspekte vereinen und gleichzeitig die zuvor dargestellten Praxisbeispiele und Stakeholderperspektiven verdichtet zusammenführen.

Die Analyse basiert auf den theoretischen Grundlagen, den untersuchten Praxisbeispielen aus der Schweiz sowie auf Erkenntnissen aus Fachgesprächen und weiteren im Verlauf der Arbeit verwendeten Quellen. Ziel ist es, zentrale Einflussfaktoren für die Einführung und Umsetzung integrierter Ticketlösungen sichtbar zu machen und damit eine Grundlage für die Einordnung von Herausforderungen, Erfolgsfaktoren und Handlungsempfehlungen zu schaffen.

Tabelle 2: SWOT-Analyse integrierter Eventtickets mit öffentlichem Verkehr

Quelle: Eigene Darstellung, 2026

Stärken (Strengths) • Förderung einer nachhaltigen An- und Abreise • Reduktion verkehrsbedingter Emissionen • Entlastung der lokalen Verkehrsinfrastruktur • Reduktion von Parkplatzproblemen • Attraktive und komfortable An- und Rückfahrt • Vereinfachung der Reiseplanung • Beitrag zur Verkehrssicherheit (Alkoholkonsum) • Positive Imagewirkung für Veranstalter • Positionierung als nachhaltige Veranstaltung	Schwächen (Weaknesses) • Höhere organisatorische Komplexität • Zusätzlicher Abstimmungsaufwand (Akteure) • Finanzielle Hürde • Abhängigkeit Kapazitäten des öV • Nicht für alle Events gleich gut umsetzbar • Teilweise geringere Flexibilität als MIV • Begrenzte Attraktivität bei schwacher öV-Erschließung
Chancen (Opportunities) • Beitrag zur Erreichung von Klimazielen • Förderung einer nachhaltigen Eventorganisation • Zunehmende gesellschaftliche Sensibilität für Nachhaltigkeit und umweltfreundliche Lösungen • Kooperationen zwischen Akteuren • Mehr Visibilität durch die Nutzung von Marketing- und Kommunikationsplattformen Dritter • Verbesserung der Besucherlenkung • Optimierung der Verkehrsplanung	Risiken (Threats) • öV-Infrastruktur in ländlichen Regionen • Widerstand von Besuchenden (Autofahrende) • Geringe Nutzung trotz Integration • Kapazitätsengpässe im öV bei Grossevents • Reputationsabhängigkeit von Partnern • Wirtschaftliche Risiken für Veranstalter • Komplexe Abstimmung zwischen den Akteuren

5.1 Stärken (Strengths)

Eine zentrale Stärke integrierter Ticketlösungen liegt in der Förderung einer nachhaltigen An- und Abreise. Durch die Verknüpfung des Eventtickets mit dem öffentlichen Verkehr wird die Nutzung des öV attraktiver gestaltet, wodurch die Abhängigkeit vom motorisierten Individualverkehr reduziert werden kann. Dies trägt nicht nur zur Verringerung verkehrsbedingter Emissionen bei, sondern unterstützt auch übergeordnete klima- und verkehrspolitische Zielsetzungen. Gerade bei Veranstaltungen mit hohem Besucheraufkommen kann eine verstärkte Nutzung des öffentlichen Verkehrs einen relevanten Beitrag zu einer nachhaltigeren Mobilität leisten.

Eine weitere Stärke besteht in der Entlastung der lokalen Verkehrsinfrastruktur. Insbesondere bei Grossveranstaltungen führt die An- und Abreise vieler Besucherinnen und Besucher mit dem motorisierten Individualverkehr häufig zu Staus, Parkplatzproblemen und einer erhöhten Belastung des umliegenden Quartiers. Integrierte Ticketlösungen können dazu beitragen, diese Belastungen zu verringern und die Verkehrsströme gezielter zu lenken. Damit ergeben sich Vorteile nicht nur für Veranstalter und Besuchende, sondern auch für Anwohnende und Behörden.

Darüber hinaus bieten integrierte Ticketlösungen auch Vorteile aus Sicht der Besuchenden. Wenn das öV-Ticket bereits im Eintrittspreis enthalten ist oder mit einer klaren Vergünstigung verbunden wird, vereinfacht dies die Planung der An- und Abreise. Der zusätzliche Kauf eines Fahrausweises entfällt oder wird zumindest erleichtert. Dies erhöht den Komfort und kann Hemmschwellen abbauen, den öffentlichen Verkehr für die Event-An- und Abreise zu nutzen. Besonders bei Abendveranstaltungen oder beim Konsum von alkoholischen Getränken gewinnt zudem die sichere Abreise mit dem öffentlichen Verkehr an Bedeutung.

Schliesslich können integrierte Ticketlösungen auch zur Imagebildung beitragen. Veranstalter, die nachhaltige Mobilitätsangebote aktiv fördern, positionieren sich als verantwortungsbewusste und zukunftsorientierte Akteure. Eine solche Positionierung kann sowohl in der öffentlichen Wahrnehmung als auch bei Bewilligungsprozessen oder in der Zusammenarbeit mit Partnern von Vorteil sein. Insgesamt zeigen sich integrierte Ticketlösungen damit als Instrument, das ökologische, organisatorische und kommunikative Vorteile miteinander verbindet.

5.2 Schwächen (Weaknesses)

Trotz ihrer Vorteile weisen integrierte Ticketlösungen auch verschiedene Schwächen auf. Eine zentrale Schwäche besteht in der erhöhten organisatorischen Komplexität. Die Integration des öffentlichen Verkehrs in ein Eventticket erfordert eine enge Abstimmung zwischen Veranstaltern, Transportunternehmen, Tarifverbünden, Ticketing-Anbietern und teilweise auch den Behörden.

Diese Koordination kann mit erheblichem Planungs- und Abstimmungsaufwand verbunden sein und stellt insbesondere für kleinere Veranstalter eine Herausforderung dar.

Hinzu kommt die finanzielle Dimension. Die Integration des öffentlichen Verkehrs in das Eventticket verursacht zusätzliche Kosten, die je nach Modell von den Veranstaltern, den Besuchenden oder durch beteiligte Partner getragen werden müssen. Vor allem bei Vollintegrationen kann sich die Frage stellen, ob die zusätzlichen Ausgaben in einem angemessenen Verhältnis zum tatsächlichen Nutzen stehen. Für Veranstaltungen mit begrenztem Budget kann dies eine wesentliche Hürde darstellen.

Eine weitere Schwäche liegt in der Abhängigkeit vom Fahrplanangebot und von den Kapazitäten des öffentlichen Verkehrs. Nicht jede Veranstaltung lässt sich gleich gut in das bestehende ÖV-System einbinden. Besonders bei Randzeiten, an ländlichen Veranstaltungsorten oder bei sehr hohem Besucheraufkommen können zusätzliche Transportangebote erforderlich sein. Wenn diese nicht vorhanden oder wirtschaftlich nicht realisierbar sind, verliert das integrierte Angebot an Attraktivität.

Zudem sind integrierte Ticketlösungen nicht für alle Zielgruppen und Regionen gleich gut geeignet. In Regionen mit geringer ÖV-Erschließung oder bei Besuchenden mit stark autoorientierten Gewohnheiten kann die Akzeptanz eingeschränkt sein. Auch die Tatsache, dass integrierte Lösungen aus Sicht einzelner Besuchender als weniger flexibel wahrgenommen werden können als die individuelle An- und Abreise mit dem motorisierten Individualverkehr, stellt eine potenzielle Schwäche dar. Insgesamt zeigt sich, dass die Wirksamkeit solcher Modelle stark von den jeweiligen Rahmenbedingungen abhängt.

5.3 Chancen (Opportunities)

Im Zusammenhang mit integrierten Ticketlösungen ergeben sich verschiedene externe Chancen. Eine wesentliche Chance liegt im Beitrag zur Erreichung klima- und verkehrspolitischer Ziele. Da nachhaltige Mobilität sowohl gesellschaftlich als auch politisch zunehmend an Bedeutung gewinnt, können integrierte Ticketlösungen als konkrete Massnahme verstanden werden, um den öffentlichen Verkehr im Freizeit- und Eventbereich zu stärken. Dies erhöht ihre Relevanz nicht nur für Veranstalter, sondern auch für Behörden und Transportunternehmen.

Darüber hinaus zeigt sich in der Gesellschaft eine zunehmende Sensibilisierung für Nachhaltigkeit. Viele Besucherinnen und Besucher legen bei Konsumententscheidungen vermehrt Wert auf umweltfreundliche Angebote. Für Veranstalter ergibt sich daraus die Chance, integrierte Mobilitätslösungen als Teil eines nachhaltigen Gesamtauftritts zu kommunizieren. Solche Angebote

können die Attraktivität einer Veranstaltung erhöhen und einen positiven Differenzierungseffekt gegenüber anderen Anbietern schaffen.

Eine weitere Chance besteht in der verstärkten Zusammenarbeit zwischen Veranstaltern, Transportunternehmen und weiteren Akteuren aus Tourismus, Mobilität und der öffentlichen Hand. Solche Kooperationen können nicht nur die Umsetzung bestehender Modelle erleichtern, sondern auch die Entwicklung neuer Angebotsformen fördern. Gleichzeitig eröffnen integrierte Ticketlösungen zusätzliche Kommunikations- und Vertriebsmöglichkeiten, etwa über Plattformen und Kanäle des öffentlichen Verkehrs. Dadurch kann eine grössere Reichweite erzielt und die Sichtbarkeit der Veranstaltung erhöht werden.

Schliesslich bieten integrierte Ticketlösungen Chancen im Bereich der Besucherlenkung und Verkehrsplanung. Durch eine gezielte Förderung der öV-An- und Abreise können Verkehrsströme besser gesteuert, Spitzenbelastungen reduziert und die lokale Infrastruktur entlastet werden. Gerade bei Veranstaltungen in dicht besiedelten Räumen oder an Standorten mit guter öV-Anbindung ergibt sich daraus ein erhebliches Potenzial für eine effizientere und nachhaltigere Abwicklung der An- und Abreise der Besuchenden.

5.4 Risiken (Threats)

Neben den Chancen sind auch verschiedene externe Risiken zu berücksichtigen. Ein zentrales Risiko besteht in einer unzureichenden Infrastruktur des öffentlichen Verkehrs. Insbesondere in ländlichen Regionen oder bei Veranstaltungsorten mit begrenzter Anbindung kann die An- und Abreise mit dem öffentlichen Verkehr für Besuchende unattraktiv oder nur eingeschränkt möglich sein. In solchen Fällen stossen integrierte Ticketlösungen selbst dann an Grenzen, wenn finanzielle oder kommunikative Anreize gesetzt werden.

Darüber hinaus können bei Grossveranstaltungen Kapazitätsengpässe im öffentlichen Verkehr auftreten. Wenn eine grosse Zahl von Besucherinnen und Besuchern gleichzeitig an- oder abreist, kann dies zu Überlastungen führen, sofern keine zusätzlichen Verbindungen oder ausreichende Kapazitäten eingeplant werden. All das kann zu einer schlechter Nutzererfahrung und damit zu einem Reputationsschaden führen.

Ein Risiko liegt in einer möglichen geringen Akzeptanz durch Teile des Publikums. Gewohnheiten, Komfortüberlegungen oder das Bedürfnis nach maximaler Flexibilität können dazu führen, dass Besuchende trotz integriertem Angebot weiterhin die An- und Abreise mit dem motorisierten Individualverkehr bevorzugen. Dadurch besteht die Gefahr, dass der erwartete Lenkungseffekt ausbleibt und der Nutzen der Massnahme geringer ausfällt als geplant.

Ein weiteres Risiko betrifft die wirtschaftliche Perspektive der Veranstalter. Wenn integrierte Ticketlösungen mit zusätzlichen Kosten verbunden sind, besteht die Gefahr, dass sich diese Investitionen nicht ausreichend amortisieren. Gleichzeitig können komplexe Abstimmungsprozesse oder unterschiedliche Interessen zwischen den beteiligten Akteuren die Umsetzung erschweren. Das Risiko liegt damit nicht nur in der Nachfrage, sondern auch in der institutionellen sowie organisatorischen Komplexität solcher Modelle.

5.5 Fazit

Die SWOT-Analyse verdeutlicht, dass integrierte Ticketlösungen ein vielversprechendes Instrument zur Förderung nachhaltiger Mobilität im Eventbereich darstellen. Ihre zentralen Stärken liegen in der Förderung einer umweltfreundlicheren An- und Abreise, in der Entlastung der lokalen Infrastruktur sowie in der Vereinfachung der An- und Abreise der Besuchenden. Gleichzeitig zeigen sich jedoch auch klare Schwächen, insbesondere im Hinblick auf den organisatorischen Aufwand, die Finanzierungsfrage und die Abhängigkeit von der vorhandenen öV-Infrastruktur.

Auf der Ebene der Chancen wird deutlich, dass gesellschaftliche, politische und strategische Entwicklungen die Bedeutung solcher Modelle weiter erhöhen könnten. Gleichzeitig bestehen Risiken, wenn infrastrukturelle Voraussetzungen fehlen, die Akzeptanz im Publikum begrenzt bleibt oder die Koordination zwischen den beteiligten Akteuren nicht gelingt. Insgesamt lässt sich festhalten, dass integrierte Ticketlösungen weder pauschal als universelle Lösung noch als rein symbolische Massnahme betrachtet werden können. Vielmehr hängt ihre Wirksamkeit wesentlich davon ab, wie gut sie an den jeweiligen Veranstaltungskontext, die Zielgruppe und die vorhandenen Rahmenbedingungen angepasst werden.

6 Herausforderungen und Erfolgsfaktoren aus Sicht der Veranstalter

Die Bearbeitung der theoretischen Grundlagen, der Praxisbeispiele aus der Schweiz sowie der Stakeholder- und SWOT-Analysen zeigt, dass integrierte Ticketlösungen für Veranstalter im Eventbereich mit erheblichen Chancen, aber auch mit anspruchsvollen Rahmenbedingungen verbunden sind. Ihre Einführung stellt weder eine rein technische noch eine rein kommunikative Aufgabe dar, sondern erfordert das Zusammenspiel organisatorischer, wirtschaftlicher, infrastruktureller und verhaltensbezogener Faktoren. Vor diesem Hintergrund werden im Folgenden die zentralen Herausforderungen bei der Umsetzung sowie die wesentlichen Erfolgsfaktoren solcher Modelle systematisch zusammengefasst.

6.1 Herausforderungen bei der Umsetzung

Eine zentrale Herausforderung besteht in der organisatorischen und institutionellen Komplexität integrierter Ticketlösungen. Da Veranstalter, Transportunternehmen, Tarifverbünde, Ticketing-Anbieter und teilweise auch Behörden koordiniert werden müssen, ist die Entwicklung gemeinsamer Lösungen mit erheblichem Abstimmungsaufwand verbunden. Besonders bei umfassenden Modellen wie der Vollintegration steigt dieser Koordinationsbedarf deutlich an.

Hinzu kommt die wirtschaftliche Herausforderung. Die Integration des öffentlichen Verkehrs in das Eventticket verursacht zusätzliche Kosten, die entweder von den Veranstaltern, den Besuchenden oder durch beteiligte Partner getragen werden müssen. Insbesondere für kleinere und mittlere Veranstaltungen kann dies eine erhebliche Hürde darstellen. Dabei stellt sich nicht nur die Frage nach der absoluten Höhe der Kosten, sondern auch nach deren fairer Verteilung und nach dem tatsächlich erzielten Mehrwert. Wenn der Nutzen für die Zielgruppe als gering wahrgenommen wird oder ein grosser Teil des Publikums bereits über bestehende Verbund- oder Abonnementslösungen verfügt, kann die Zahlungsbereitschaft für ein integriertes Modell begrenzt sein.

Eine weitere Herausforderung liegt in den infrastrukturellen Rahmenbedingungen. Integrierte Ticketlösungen können ihre Wirkung nur dann entfalten, wenn der Veranstaltungsort gut an den öffentlichen Verkehr angebunden ist und ausreichende Kapazitäten zur Verfügung stehen. Gerade bei Randzeiten, bei ländlichen Standorten oder bei sehr grossen Besucherströmen sind zusätzliche Transportangebote erforderlich. Fehlen diese Voraussetzungen, stossen selbst gut konzipierte Modelle an Grenzen. Die Qualität des Mobilitätsangebots ist damit eine entscheidende Voraussetzung für die Umsetzbarkeit.

Darüber hinaus spielt das Verhalten der Besuchenden eine wichtige Rolle. Die Wahl des Verkehrsmittels hängt nicht nur von objektiven Faktoren wie Preis oder Reisezeit ab, sondern auch

von Gewohnheiten, Komfort, Flexibilität und persönlichen Präferenzen. Daraus ergibt sich die Herausforderung, integrierte Angebote so auszugestalten und zu kommunizieren, dass sie tatsächlich als attraktiv und alltagstauglich wahrgenommen werden.

Schliesslich zeigt sich, dass integrierte Ticketlösungen nicht als einheitliches Standardmodell verstanden werden können. Je nach Veranstaltungstyp, Zielgruppe, Standort und Einzugsgebiet sind unterschiedliche Lösungen erforderlich. Die Herausforderung besteht daher darin, für den jeweiligen Kontext das passende Modell zu wählen.

6.2 Erfolgsfaktoren integrierter Ticketlösungen

Ein zentraler Erfolgsfaktor liegt in der guten Erreichbarkeit des Veranstaltungsortes mit dem öffentlichen Verkehr. Die analysierten Beispiele sowie die theoretischen Grundlagen zeigen, dass integrierte Ticketlösungen besonders dort wirksam sein können, wo bereits eine leistungsfähige öV-Infrastruktur vorhanden ist. Eine gute Anbindung, verlässliche Verbindungen und ausreichende Kapazitäten bilden die Grundlage dafür, dass integrierte Mobilitätsangebote von den Besuchenden überhaupt in Betracht gezogen werden. Ohne diese infrastrukturelle Basis bleibt die Wirkung solcher Modelle begrenzt.

Ein weiterer Erfolgsfaktor ist die passgenaue Ausgestaltung des Modells. Erfolgreiche integrierte Ticketlösungen orientieren sich an der Zielgruppe, am Einzugsgebiet und an den spezifischen Rahmenbedingungen der jeweiligen Veranstaltung. Während bei Grossveranstaltungen mit nationalem Publikum eine schweizweite Vollintegration sinnvoll sein kann, eignen sich bei regionalen Veranstaltungsformaten unter Umständen verbundbezogene Lösungen, Mobilitätsbeiträge oder kombinierte Rabattmodelle besser. Entscheidend ist, dass die gewählte Lösung einen erkennbaren Mehrwert für die Besuchenden schafft und gleichzeitig für die Veranstalter organisatorisch und wirtschaftlich tragfähig bleibt.

Von grosser Bedeutung ist zudem die enge Zusammenarbeit der beteiligten Akteure. Die erfolgreiche Umsetzung integrierter Ticketlösungen setzt voraus, dass Veranstalter, Transportunternehmen, Behörden und weitere Partner ihre Interessen koordinieren und frühzeitig gemeinsam planen. Besonders wichtig sind dabei klare Zuständigkeiten, realistische Zielsetzungen und eine tragfähige Abstimmung in Bezug auf Finanzierung, Kommunikation und operative Umsetzung. Wo diese Kooperation gelingt, steigen die Chancen, dass ein Mobilitätskonzept nicht nur eingeführt, sondern auch langfristig etabliert werden kann.

Ein weiterer Erfolgsfaktor liegt in der Einfachheit und Verständlichkeit des Angebots. Aus Sicht der Besuchenden sind integrierte Ticketlösungen dann besonders attraktiv, wenn sie den An- und

Abreiseprozess vereinfachen und Unsicherheiten reduzieren. Je unkomplizierter das Angebot ausgestaltet ist, desto grösser ist die Wahrscheinlichkeit, dass es tatsächlich genutzt wird. Dies betrifft sowohl die tarifliche Logik als auch die Kommunikation im Vorfeld der Veranstaltung. Ein klar kommuniziertes und leicht nutzbares Angebot kann Hemmschwellen abbauen und die Wahrnehmung des öffentlichen Verkehrs als naheliegende Standardlösung stärken.

Schliesslich ist auch die Wahrnehmung eines konkreten Nutzens entscheidend. Integrierte Ticketlösungen sind besonders dann erfolgversprechend, wenn sie für die Besuchenden einen spürbaren Vorteil bieten, beispielsweise in Form einer Kostenersparnis, eines höheren Komforts, einer vereinfachten Planung oder einer sicheren Abreise. Gleichzeitig können auch Veranstalter von einem solchen Modell profitieren, etwa durch eine Entlastung der Parkplatzsituation, eine bessere Verkehrslenkung, eine nachhaltigere Positionierung oder eine stärkere Akzeptanz bei Behörden und Anwohnenden. Erfolg entsteht somit dort, wo mehrere Anspruchsgruppen gleichzeitig einen nachvollziehbaren Nutzen aus dem Modell ziehen.

6.3 Fazit

Zusammenfassend zeigt sich, dass integrierte Ticketlösungen im Eventbereich ein erhebliches Potenzial zur Förderung nachhaltiger Mobilität aufweisen, ihre erfolgreiche Umsetzung jedoch an verschiedene Voraussetzungen gebunden ist. Zu den grössten Herausforderungen zählen der Koordinationsaufwand zwischen den beteiligten Akteuren, die Frage der Finanzierung, die Abhängigkeit von der vorhandenen Infrastruktur sowie die Unsicherheit hinsichtlich der tatsächlichen Akzeptanz im Publikum. Gleichzeitig wird deutlich, dass diese Hürden nicht grundsätzlich gegen integrierte Ticketlösungen sprechen, sondern vielmehr eine differenzierte und kontextspezifische Ausgestaltung erfordern.

Erfolgreich sind solche Modelle insbesondere dann, wenn sie auf die jeweilige Veranstaltung zugeschnitten sind, auf einer guten öV-Erschliessung aufbauen, verständlich kommuniziert werden und einen konkreten Mehrwert für die relevanten Anspruchsgruppen schaffen. Die vorangehenden Analysen legen damit nahe, dass integrierte Ticketlösungen nicht als starres Standardmodell, sondern als flexibel anpassbares Instrument verstanden werden sollten. Vor diesem Hintergrund ist es im weiteren Verlauf der Arbeit entscheidend zu untersuchen, wie Veranstaltungsgäste solche Modelle wahrnehmen und welche Einstellungen, Hürden und Anreize sich aus der empirischen Umfrage ergeben.

7 Auswertung der Umfrage zum Reiseverhalten von Eventbesuchenden

Im Rahmen dieser Diplomarbeit wurde eine quantitative Online-Umfrage durchgeführt, um Erkenntnisse zum Mobilitätsverhalten im Zusammenhang mit Events sowie zur Akzeptanz integrierter Ticketlösungen zu gewinnen. Ziel der Erhebung war es, datenbasierte Aussagen zu Einstellungen, Nutzungsverhalten, Zahlungsbereitschaft und wahrgenommenen Barrieren in Bezug auf kombinierte Mobilitäts- und Eventangebote zu ermöglichen.

Die Datenerhebung erfolgte mittels einer Online-Umfrage in Microsoft Forms und wurde über die Social-Media-Kanäle *LinkedIn* und *Instagram* geteilt. Ebenfalls wurde die Umfrage via WhatsApp und E-Mail versendet und weitergeleitet. Insgesamt konnten 200 vollständig ausgefüllte Umfragen in die Auswertung einbezogen werden. Die erhobenen Daten wurden in Excel aufbereitet und deskriptiv ausgewertet.

Die nachfolgende Auswertung präsentiert zunächst die empirischen Ergebnisse der Befragung. Die Einordnung und Interpretation der Resultate erfolgt anschliessend in einem separaten Unterkapitel. Ziel dieses Abschnitts ist es, eine transparente und nachvollziehbare Darstellung der erhobenen Daten zu gewährleisten und damit die Grundlage für die anschliessende Analyse zu schaffen.

7.1 Soziodemografische Merkmale der Befragten

Alter

Die Altersverteilung zeigt, dass die 26- bis 35-Jährigen mit 51,0 Prozent die grösste Gruppe bilden. Dies ist auf die Zielgruppe der Umfrage zurückzuführen.

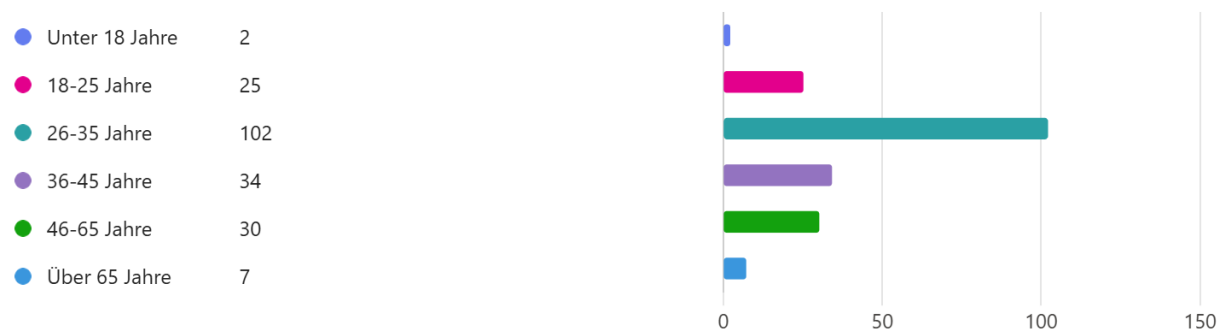


Abbildung 5: Alter der befragten Personen

Quelle: Eigene Umfrage, 2026, Frage 1

Wohnregion

Hinsichtlich der Wohnregionen leben 42,0 Prozent der Befragten in ländlichen Gebieten, 32,0 Prozent in Agglomerationen und 26,0 Prozent in städtischen Räumen. Damit sind unterschiedliche räumliche Ausgangslagen in der Stichprobe vertreten.



Abbildung 6: Wohnregion der Befragten Personen

Quelle: Eigene Umfrage, 2026, Frage 2

Besitz eines öV-Abonnements

Auch bezüglich der Mobilitätsvoraussetzungen zeigt sich ein differenziertes Bild. Insgesamt verfügen 168 der 200 Befragten und somit 84 Prozent der Teilnehmenden über ein öV-Abonnement, während 76 Prozent ein Auto zur Verfügung haben. Dies deutet darauf hin, dass ein grosser Teil der Befragten grundsätzlich multimodal unterwegs ist und je nach Situation zwischen verschiedenen Verkehrsmitteln wählen kann (Vertiefung im Kapitel 2.1.2). Für die vorliegende Arbeit ist dies besonders relevant, da integrierte Ticketlösungen vor allem dort Wirkung entfalten können, wo eine tatsächliche Wahlmöglichkeit zwischen motorisiertem Individualverkehr und öffentlichem Verkehr besteht.

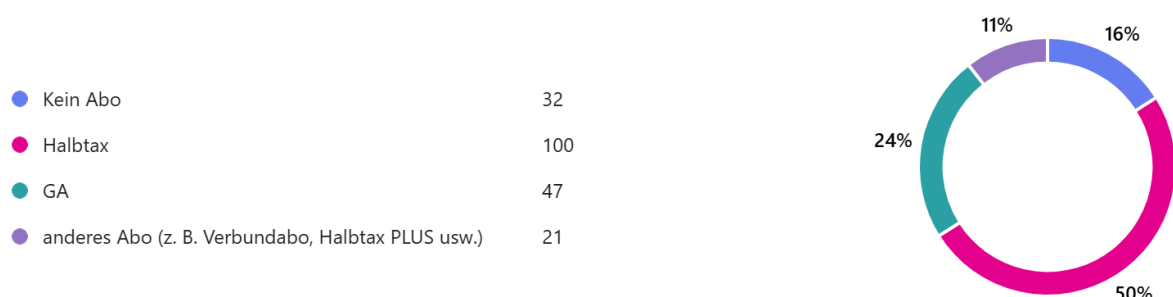


Abbildung 7: öV-Abonnemente der befragten Personen

Quelle: Eigene Umfrage, 2026, Frage 3

7.2 Mobilitätsverhalten bei der letzten Veranstaltung

Wie Abbildung 8 zeigt, erfolgte die An- und Abreise zur zuletzt besuchten Veranstaltung mehrheitlich mit dem öffentlichen Verkehr: Insgesamt 65,5 Prozent der Befragten reisten hauptsächlich mit Zug, Tram oder Bus an. Weitere 20,5 Prozent nutzten eine Fahrgemeinschaft, während 8,5 Prozent alleine mit dem Auto anreisten. Mehr als die Hälfte der An- und Abreisen lag im Distanzbereich zwischen 16 und 60 Kilometern.

Verkehrsmittelwahl bei der letzten Veranstaltung

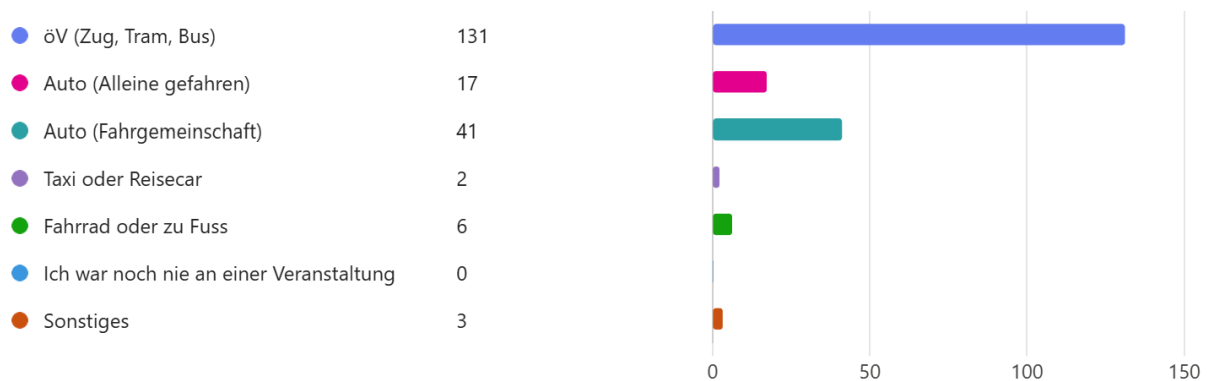


Abbildung 8: Verkehrsmittel bei der letzten Veranstaltung

Quelle: Eigene Umfrage, 2026, Frage 5

Die Wahl des Verkehrsmittels wurde vor allem durch funktionale Kriterien bestimmt. Am häufigsten wurden Bequemlichkeit (56,5 Prozent; n = 113), Reisezeit (43,5 Prozent; n = 87) sowie das öV-Angebot, beziehungsweise die vorhandenen Verbindungen (39,0 Prozent; n = 78) genannt. Ebenfalls relevant waren Alkohol, beziehungsweise Feiern (32,5 Prozent; n = 65) sowie die Parkplatzverfügbarkeit (32,5 Prozent; n = 65). Preis-, beziehungsweise Kostenaspekte spielten für 28,0 Prozent der Befragten eine Rolle. Da bei dieser Frage Mehrfachnennungen möglich waren, summieren sich die Prozentwerte auf mehr als 100 Prozent.

7.3 Potenzial eines integrierten öV-Tickets

Mit Blick auf die nächste Veranstaltung zeigt sich eine grundsätzlich hohe Offenheit gegenüber dem öffentlichen Verkehr: 66,5 Prozent der Befragten schätzen die Nutzung des öV als wahrscheinlich oder sehr wahrscheinlich ein. Davon entfallen 38,5 Prozent auf die Antwortkategorie «sehr wahrscheinlich». 15,0 Prozent beantworteten die Frage neutral, während insgesamt 18,5 Prozent die öV-Nutzung als unwahrscheinlich oder sehr unwahrscheinlich einschätzten.

Für die Teilstichprobe mit einer zurückhaltenderen Ausgangshaltung zur künftigen öV-Nutzung wurde ergänzend geprüft, ob ein bereits im Eventticket integriertes öV-Angebot das Verhalten verändern könnte. Dabei gaben 56,7 Prozent an, dass eine solche Integration ihr Verhalten verändern würde. Weitere 28,4 Prozent antworteten mit «Vielleicht», während lediglich 14,9 Prozent einen Einfluss verneinten.

Teilstichprobe: Würde sich das Verhalten ändern, wenn das öV-Ticket inkludiert wäre?



Abbildung 9: Verhaltensänderung

Quelle: Eigene Umfrage, 2026, Frage 9

Auch die weitere Auswertung der Umfrage bestätigt diese Tendenz: Insgesamt gaben 152 der 200 befragten Personen an, den öffentlichen Verkehr zu nutzen, wenn das öV-Billet bereits im Eventticket enthalten ist (eigene Umfrage, 2026, Frage 16). Damit zeigt sich in der Stichprobe ein deutliches Potenzial für integrierte Ticketlösungen, insbesondere dann, wenn die An- und Abreise möglichst einfach und direkt in das Veranstaltungsangebot eingebunden ist.

7.4 Erfahrungen mit bereits genutzten integrierten Ticketlösungen

Insgesamt 55,0 Prozent der Befragten haben bereits ein Eventticket genutzt, das gleichzeitig eine öV-Integration beinhaltet. Innerhalb dieser Gruppe wurden am häufigsten regional, beziehungsweise kantonal gültige Lösungen genannt (39,1 Prozent; n = 43), gefolgt von städtischen Zonenlösungen (36,4 Prozent; n = 40). Sonderzüge oder Shuttle-Angebote wurden von 25,5 Prozent erwähnt (n = 28), schweizweit gültige Lösungen von 24,5 Prozent (n = 27).

Um welches Angebot handelte es sich?

● ÖV inklusive im gesamten Verbund/Kanton (z. B. ZVV-Zonen - Kanton Zürich)	43
● ÖV inklusive in einer Stadtzone (z. B. Zone 110 - Stadt Zürich)	40
● ÖV inklusive in der ganzen Schweiz (z. B. An-/Rückreise im GA-Bereich)	27
● Sonderzüge/Shuttle inklusive	28
● Weiss ich nicht mehr	7

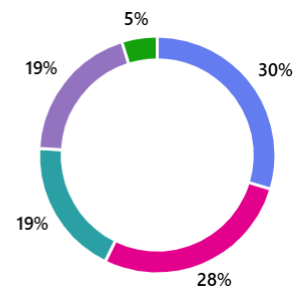


Abbildung 10: Ausgestaltung der integrierten Ticketlösung

Quelle: Eigene Umfrage, 2026, Frage 11

Der Einfluss dieser Angebote auf die Verkehrsmittelwahl wurde auf einer Skala von 0 bis 10 im Mittel mit 5,13 Punkten bewertet; der Median liegt bei 6. 43,6 Prozent der Befragten mit Vorerfahrung vergaben Werte zwischen 7 und 10 ($n = 48$). Die Verteilung weist damit auf einen substantiellen, jedoch nicht durchgängig starken Einfluss integrierter Ticketlösungen hin.

Als besonders positiv wurden vor allem die Einfachheit des Angebots, die Kostenersparnis und die Parkplatzsuche hervorgehoben: Die Einfachheit eines integrierten Tickets nannten 64,5 Prozent der Befragten mit Vorerfahrung ($n = 71$), die Kostenersparnis 57,3 Prozent ($n = 63$) und die wegfallende Parkplatzsuche 50,9 Prozent ($n = 56$).

7.5 Grundsätzliche Bewertung und bevorzugte Ausgestaltung

Die Grundidee eines Eventtickets mit integriertem öV-Angebot wird insgesamt deutlich positiv bewertet. Der Mittelwert der Attraktivitätsbewertung beträgt 8,09 Punkte auf einer Skala von 0 bis 10, der Median liegt bei 8. Insgesamt vergaben 70,0 Prozent der Befragten Werte zwischen 8 und 10 ($n = 140$). Befragte mit eigener Nutzungserfahrung bewerteten die Idee im Durchschnitt positiver ($M = 8,45$) als Personen ohne entsprechende Erfahrung ($M = 7,70$).

Bei der konkreten Ausgestaltung wird am häufigsten eine schweizweite Lösung bevorzugt. 47,5 Prozent der Befragten sprechen sich für eine inklusive An- und Abreise aus der ganzen Schweiz aus. Deutlich seltener werden ein optional buchbarer Rabatt auf das öV-Ticket (18,5 Prozent; $n = 37$) oder eine auf einen Tarifverbund, beziehungsweise eine Region begrenzte Lösung (17,0 Prozent; $n = 34$) bevorzugt. Eine ausschliesslich städtische Lösung nannten 6,5 Prozent der Befragten. Daneben liegen einzelne freie Antworten vor, die eher situative oder individuelle Sonderfälle widerspiegeln.

Bevorzugte Ausgestaltung

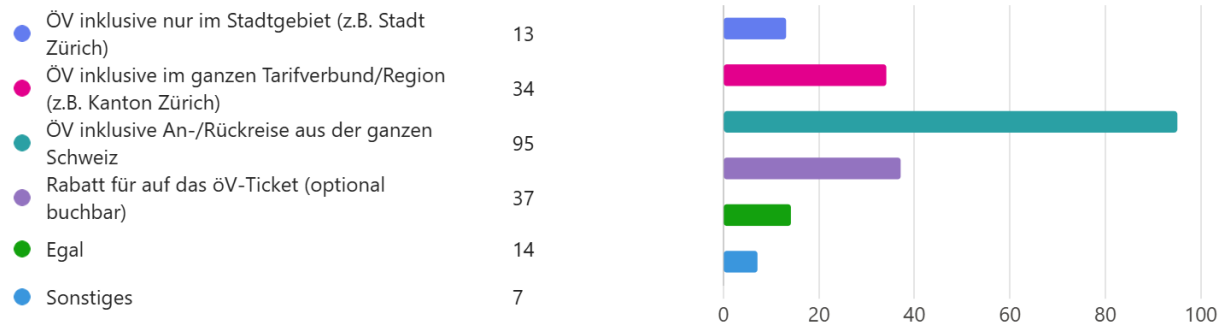


Abbildung 11: Bevorzugte Ausgestaltung des integrierten Eventtickets

Quelle: Eigene Umfrage, 2026, Frage 15

7.6 Anreize, Hürden und Zahlungsbereitschaft

Als stärkster Anreiz zur Nutzung des öffentlichen Verkehrs wird ein im Eventticket sichtbar integriertes öV-Angebot ohne zusätzlichen Aufpreis genannt. Diese Option wurde von 76,0 Prozent der Befragten ausgewählt (n = 152). Danach folgen garantierte Zusatzangebote wie Sonderzüge oder verlängerte Betriebszeiten (49,0 Prozent; n = 98) sowie eine schnellere Abfertigung, beziehungsweise ein Express-Eingang für öV-An- und Abreisende (32,0 Prozent; n = 64). Restriktive Massnahmen wie höhere Parkgebühren oder limitierte Parkplätze werden demgegenüber deutlich seltener genannt (15,5 Prozent; n = 31). Da Mehrfachnennungen möglich waren, summieren sich die Prozentwerte auf mehr als 100 Prozent.

Auf der Hürdenseite dominieren vor allem angebots- und kommunikationsbezogene Aspekte. Am häufigsten werden unpassende öV-Zeiten genannt (60,5 Prozent; n = 121), gefolgt von einer unzureichenden Information darüber, dass der öV kostenlos genutzt werden darf (45,5 Prozent; n = 91), sowie einer als zu hoch, beziehungsweise zu wenig transparent wahrgenommenen Preisgestaltung (41,5 Prozent; n = 83). Deskriptiv zeigt sich darüber hinaus, dass unpassende öV-Zeiten in ländlichen Regionen häufiger genannt werden als in städtischen Gebieten. Bei GA-Besitzenden wird der fehlende Mehrwert besonders deutlich thematisiert.

Die standardisierten Antwortkategorien zur Zahlungsbereitschaft zeigen insgesamt eine hohe Akzeptanz: 86,0 Prozent der Befragten würden für ein Eventticket mit schweizweit integriertem öV-Angebot einen Aufpreis akzeptieren. Am häufigsten wurde ein Aufpreis bis +10 Schweizer Franken genannt (43,5 Prozent; n = 87), gefolgt von bis +5 Schweizer Franken (24,0 Prozent; n = 48) und bis +15 Schweizer Franken (18,5 Prozent; n = 37). Zusätzlich liegen einzelne offene Antworten vor, die auf eine situationsabhängige Zahlungsbereitschaft oder auf Vorbehalte von GA-

Besitzenden hinweisen. Dennoch verdeutlichen die Ergebnisse, dass auch unter den GA-Besitzenden mehrheitlich eine Offenheit gegenüber einem Aufpreis für das Eventticket besteht und somit 59.6 Prozent aller GA-Besitzenden einem Aufpreis von +10 Schweizer Franken zustimmen.

Wären Sie bereit, etwas mehr für das Eventticket zu zahlen, wenn dafür der öV in der ganzen Schweiz integriert ist?



Abbildung 12: Akzeptierter Ticketaufpreis

Quelle: Eigene Umfrage, 2026, Frage 17

7.7 Interpretation der Ergebnisse

Die Ergebnisse zeigen insgesamt, dass integrierte Eventtickets mit eingeschlossener öV-Nutzung in der untersuchten Stichprobe auf eine hohe Akzeptanz stossen. Sowohl die positive Bewertung der Grundidee als auch die Bereitschaft, den öffentlichen Verkehr bei künftigen Veranstaltungen zu nutzen, deuten darauf hin, dass die Verknüpfung von Event- und Mobilitätsleistung als attraktives Angebot wahrgenommen wird. Besonders relevant ist, dass auch innerhalb der Teilstichprobe mit zunächst zurückhaltender Haltung zur öV-Nutzung mehr als die Hälfte angab, ihr Verhalten bei einem integrierten Ticket verändern zu wollen. Dies spricht dafür, dass solche Lösungen nicht nur bestehendes Verhalten bestätigen, sondern teilweise auch einen lenkenden Effekt entfalten können.

Zugleich legen die Ergebnisse nahe, dass der Nutzen integrierter Ticketlösungen nicht ausschliesslich auf finanziellen Vorteilen beruht. Die hohe Bedeutung eines klar integrierten öV-Angebots sowie die positiven Rückmeldungen zur Einfachheit und Bequemlichkeit zeigen, dass insbesondere Übersichtlichkeit, Planungsvereinfachung und Komfort eine zentrale Rolle spielen. Auch die Offenheit vieler GA-Besitzer gegenüber einem Aufpreis deutet darauf hin, dass integrierte Modelle selbst bei bereits vorhandener öV-Nutzung als Mehrwert wahrgenommen werden können.

Gleichzeitig wird deutlich, dass die Attraktivität solcher Lösungen stark von den Rahmenbedingungen des öV-Angebots abhängt. Als wichtigste Hürden wurden unpassende öV-Zeiten, unzureichende Information sowie eine als zu hoch oder zu wenig transparent empfundene Preisgestaltung genannt. Daraus lässt sich ableiten, dass die Förderung der öV-Nutzung vor allem durch ein verlässliches, verständlich kommuniziertes und auf die Veranstaltungszeiten abgestimmtes Angebot erreicht werden kann.

Die Ergebnisse zur Zahlungsbereitschaft sprechen zudem dafür, dass integrierte Ticketlösungen grundsätzlich marktfähig sein können, sofern der Aufpreis in einem moderaten und nachvollziehbaren Rahmen bleibt. Gleichzeitig zeigen die Rückmeldungen von GA-Besitzenden, dass nicht alle Zielgruppen den Nutzen gleich beurteilen. Für die Praxis bedeutet dies, dass integrierte Eventtickets möglichst zielgruppengerecht ausgestaltet und ihr konkreter Mehrwert klar kommuniziert werden sollten.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass integrierte Ticketlösungen besonders dann erfolgversprechend sind, wenn sie einfach nutzbar, klar verständlich und in ein funktionierendes Mobilitätsangebot eingebettet sind. Ergänzende Massnahmen wie Sonderzüge oder verlängerte Betriebszeiten können ihre Attraktivität zusätzlich erhöhen. Bei der Einordnung der Ergebnisse ist jedoch zu berücksichtigen, dass die Stichprobe insgesamt eine vergleichsweise hohe öV-Affinität aufweist. Die Resultate liefern damit wertvolle Hinweise auf Potenziale, Anreize und Hürden, sind jedoch nicht ohne Weiteres auf alle Veranstaltungsbesuchenden übertragbar.

8 Fazit und Schlussfolgerungen

8.1 Beantwortung der Forschungsfragen

8.1.1 Forschungsfrage 1

Wie beeinflussen integrierte Ticketlösungen das Reiseverhalten von Eventbesuchenden?

Die Ergebnisse der vorliegenden Arbeit zeigen, dass integrierte Ticketlösungen das Potenzial haben, das Reiseverhalten von Eventbesuchenden zugunsten des öffentlichen Verkehrs zu beeinflussen. Sowohl die qualitativen Interviewaussagen als auch die Ergebnisse der quantitativen Umfrage weisen darauf hin, dass insbesondere die Vereinfachung der An- und Abreise, der wahrgenommene Zusatznutzen sowie der erhöhte Komfort einen positiven Einfluss auf die Verkehrsmittelwahl ausüben. Nationalrat Martin Candinas betont in diesem Zusammenhang, dass ein im Eventticket enthaltener öV-Anteil von vielen Personen psychologisch als bereits vorhandene Zusatzleistung wahrgenommen werde. Dadurch sinke die Hemmschwelle, den öffentlichen Verkehr tatsächlich zu nutzen. Gleichzeitig verweist er darauf, dass aus Sicht der Besuchenden weniger ökologische Argumente als vielmehr praktische Vorteile wie keine Parkplatzsuche, eine sichere

Heimreise und ein insgesamt bequemerer Reiseerlebnis ausschlaggebend seien (Interview 1, 30. März 2026, Frage 10).

Diese Einschätzung wird durch die Umfrageergebnisse gestützt. Insgesamt gaben 152 von 200 befragten Personen an, den öffentlichen Verkehr zu nutzen, wenn das öV-Billett bereits im Eventticket enthalten ist (eigene Umfrage, 2026, Frage 16). Darüber hinaus zeigte sich innerhalb der Teilstichprobe mit eher zurückhaltender Ausgangshaltung gegenüber der künftigen öV-Nutzung, dass 56,7 Prozent ihr Verhalten bei einer Integration ändern würden. Weitere 28,4 Prozent beantworteten die Frage mit «Vielleicht» (eigene Umfrage, 2026, Frage 9). Dies deutet darauf hin, dass integrierte Ticketlösungen nicht nur bestehendes öV-affines Verhalten bestätigen, sondern bei einem Teil der Befragten tatsächlich einen verhaltenslenkenden Effekt entfalten können.

Zusätzlich werden diese Ergebnisse durch die untersuchten Praxisbeispiele gestützt. Beim OpenAir St.Gallen konnte gemäss den Aussagen von Pascal Frei und Deborah von Büren (Gadget Entertainment Group AG) die Nutzung des öffentlichen Verkehrs über die Jahre deutlich gesteigert werden. Der Anteil der öV-An- und Abreisen stieg zwischen 2014 und 2025 von rund 72 Prozent auf 81 Prozent, während der Anteil der An- und Abreisen mit dem motorisierten Individualverkehr zurückging. Parallel dazu nahm auch die Nutzung der Parkplätze deutlich ab, was schliesslich dazu führte, dass das Parkplatzangebot im Jahr 2026 reduziert wurde (Interview 2, 9. April 2026, Frage 3). Auch THE HALL berichtet seit Einführung der ZVV-Integration von einer Verschiebung zugunsten des öffentlichen Verkehrs. Laut Vladimir Tajsic stieg der Anteil der öV-An- und Abreisen von rund 65 Prozent auf etwa 75 Prozent, während der Anteil des motorisierten Individualverkehrs zurückging (Interview 3, 13. April 2026, Frage 10). Diese Praxisbeispiele zeigen, dass integrierte Ticketlösungen nicht nur theoretisch oder auf Ebene der Akzeptanz wirksam sind, sondern sich auch im realen Mobilitätsverhalten niederschlagen können.

Gleichzeitig wird deutlich, dass die Wirkung solcher Modelle nicht losgelöst von den jeweiligen Rahmenbedingungen betrachtet werden kann. Die Umfrage zeigt, dass unpassende öV-Zeiten, unzureichende Information sowie eine als zu hoch oder wenig transparent wahrgenommene Preisgestaltung zu den wichtigsten Hürden gehören. Daraus lässt sich ableiten, dass integrierte Ticketlösungen das Reiseverhalten zwar positiv beeinflussen können, ihre Wirksamkeit jedoch wesentlich von der Qualität des Angebots, der Erreichbarkeit des Veranstaltungsortes sowie einer klaren und verständlichen Kommunikation abhängt. Insgesamt kann die Forschungsfrage dahingehend beantwortet werden, dass integrierte Ticketlösungen einen positiven Einfluss auf das Reiseverhalten von Eventbesuchenden ausüben können, sofern sie in ein attraktives und funktionierendes Mobilitätsangebot eingebettet sind.

8.1.2 Forschungsfrage 2

Welche organisatorischen und wirtschaftlichen Herausforderungen bestehen für Veranstalter und Transportunternehmen?

Die Ergebnisse der Arbeit zeigen deutlich, dass die zentralen Herausforderungen integrierter Ticketlösungen im organisatorischen und wirtschaftlichen Bereich liegen. Die Einführung solcher Modelle erfordert eine enge Abstimmung zwischen Veranstaltern, Transportunternehmen, Tarifverbünden, Ticketing-Anbietern und teilweise auch Behörden. Nationalrat Martin Candinas beschreibt diese Ausgangslage als komplexe Planungs- und Koordinationsaufgabe, da sich bei Veranstaltungen viele Menschen gleichzeitig aus unterschiedlichen Richtungen zu einem Veranstaltungsort bewegen und das Verkehrsangebot entsprechend auf den Anlass abgestimmt werden muss (Interview 1, 30. März 2026, Frage 7). Daraus ergibt sich ein erheblicher Abstimmungsaufwand, der insbesondere bei grossen Veranstaltungen zunimmt.

Noch stärker tritt jedoch die wirtschaftliche Herausforderung hervor. Dies zeigen alle Experteninterviews und Mailanfragen mit Veranstaltern sowie Eventhallen. Pascal Frei (Gadget Entertainment Group AG) betont, dass die Kostenfrage die grösste Hürde für die Einführung vollintegrierter Lösungen darstellt. Obwohl sich die Allianz SwissPass mit 20 Prozent an den Gesamtkosten beteiligt und teilweise auch Beiträge der öffentlichen Hand hinzukommen, trägt das Festival den grössten Teil der Kosten selbst (Interview 2, 9. April 2026, Frage 11). Gleichzeitig verweisen die Interviewpartner darauf, dass viele Festivals ohnehin mit knappen Margen operieren und zusätzliche Mobilitätskosten daher oft nur schwer tragbar sind. Aus ihrer Sicht sind in rund 95 Prozent der Fälle letztlich die Kosten das ausschlaggebende Hemmnis für eine breitere Einführung solcher Modelle.

Auch das Interview mit Vladimir Tajsic (THE HALL) bestätigt diese Einschätzung. Für THE HALL wäre eine schweizweite Lösung mit der SBB, beziehungsweise RailAway nicht realistisch gewesen, da bereits eine Mobilitätsbeitrags-Lösung von einer 20 Prozent Reduktion über 400'000 Schweizer Franken verursacht hätte. Aus diesem Grund wurde lediglich eine regional begrenzte Integration über den ZVV umgesetzt, welche mit einem Zuschlag von 2.50 Schweizer Franken pro Ticket deutlich eher tragbar ist. Tajsic (THE HALL) macht zudem deutlich, dass selbst ein Aufpreis von 10 Schweizer Franken pro Ticket die tatsächlichen Kosten einer schweizweiten Integration bei Weitem nicht decken würde (Interview 3, 13. April 2026, Frage 6). Angesichts steigender Produktionskosten, höherer Gagen, steigender Personalkosten und allgemein wachsender finanzieller Belastungen seien viele Veranstalter kaum in der Lage, zusätzliche Mobilitätskosten zu übernehmen (Interview 3, 13. April 2026, Frage 7).

Die technische Umsetzung wird in den Interviews ebenfalls thematisiert, erscheint jedoch im Vergleich dazu als nachgelagerte Herausforderung. Beim OpenAir St.Gallen mussten beispielsweise Codesysteme, Ticketing-Prozesse und die Zusammenarbeit mit den IT-Stellen der SBB und RailAway entwickelt werden (Interview 2, 9. April 2026, Frage 6). Auch bei THE HALL war die vertragliche Einbindung der Veranstalter sowie die Kontrolle der Ticketdarstellung mit zusätzlichem Aufwand verbunden. Dennoch zeigen die Aussagen der Interviewpartner, dass diese technischen Fragen grundsätzlich lösbar sind, sofern die organisatorische Zusammenarbeit funktioniert und die Finanzierung gesichert ist. Insgesamt kann die Forschungsfrage daher dahingehend beantwortet werden, dass die grössten Herausforderungen weniger in der technischen Machbarkeit als vielmehr in der Koordination der beteiligten Akteure und in der wirtschaftlichen Tragbarkeit solcher Modelle liegen.

8.1.3 Forschungsfrage 3

Welche Anreize sind erforderlich, damit Veranstalter sich für die Einführung einer integrierten Ticketlösung entscheiden?

Die Ergebnisse der Arbeit zeigen, dass Veranstalter sich insbesondere dann für integrierte Ticketlösungen entscheiden, wenn ein klarer Mehrwert besteht und die finanzielle Belastung tragbar bleibt. Wichtige Anreize sind dabei eine bessere Besucherlenkung, die Reduktion von Parkplatzproblemen, eine nachhaltige Positionierung der Veranstaltung sowie ein attraktiveres Angebot für die Besuchenden. Beim OpenAir St.Gallen spielte neben dem Nachhaltigkeitsgedanken insbesondere das Ziel eine Rolle, die An- und Abreise mit dem öffentlichen Verkehr einfacher und attraktiver zu gestalten. Auch bei THE HALL wird die Integration des ZVV-Tickets als Mehrwert für die Besuchenden verstanden.

Besonders zentral sind jedoch finanzielle Anreize. Die Interviews mit Pascal Frei, Deborah von Büren (Gadget Entertainment Group AG) und Vladimir Tajić (THE HALL) sowie der Mailkontakt mit Aline Stalder (Hallenstadion Zürich) zeigen deutlich, dass höhere Beiträge der Allianz SwissPass, der SBB oder weiterer öffentlicher Stellen ein wichtiger Hebel wären, um mehr Veranstalter zur Umsetzung solcher Modelle zu bewegen. Auch Nationalrat Martin Candinas betont, dass eine ausgewogene Kostenverteilung zwischen öV-Branche, Veranstaltern und Besuchenden entscheidend ist. Daraus lässt sich ableiten, dass Veranstalter eher bereit sind, integrierte Ticketlösungen einzuführen, wenn die Finanzierung partnerschaftlich erfolgt und die Kosten nicht einseitig bei ihnen liegen.

8.2 Überprüfung der Thesen

8.2.1 These 1

Integrierte Ticketlösungen fördern das Umsteigen auf den öffentlichen Verkehr und tragen zur Reduktion des motorisierten Individualverkehrs bei.

Diese These kann weitgehend bestätigt werden. Die Umfrage zeigt, dass selbst innerhalb der Teilgruppe mit einer eher zurückhaltenden Haltung gegenüber dem öffentlichen Verkehr mehr als die Hälfte angab, dass eine Vollintegration ihr Verhalten verändern würde. Zudem wurde die Grundidee integrierter Ticketlösungen insgesamt sehr positiv bewertet. Dies spricht dafür, dass solche Modelle geeignet sind, die Attraktivität des öffentlichen Verkehrs zu erhöhen und einen Umstieg vom Auto auf den öV zu fördern.

Auch die Praxisbeispiele stützen diese Einschätzung. Beim OpenAir St.Gallen stieg der öV-Anteil bis 2025 auf 81,3 Prozent, während der Anteil des motorisierten Individualverkehrs auf 9,8 Prozent zurückging. Gleichzeitig nahmen die Parkticketverkäufe zwischen 2022 und 2025 um rund 69,5 Prozent ab. Auch bei THE HALL zeigen die Monitoringdaten seit der Einführung der ZVV-Integration eine Verschiebung zugunsten des öffentlichen Verkehrs. Ergänzend hält Martin Candinas fest, dass integrierte Angebote den Modalsplit beeinflussen können, da sie von den Besuchenden als praktischer Zusatznutzen wahrgenommen werden (Interview 1, 30. März 2026, Frage 10). Damit ist These 1 im Grundsatz bestätigt.

8.2.2 These 2

Die grössten Herausforderungen liegen in der Koordination der Akteure und der fairen Kostenverteilung, nicht in der technischen Umsetzung.

Auch diese These wird durch die Ergebnisse der Arbeit gestützt. Sowohl in den qualitativen Interviews als auch in den analytischen Kapiteln zeigt sich, dass die grössten Schwierigkeiten in der Abstimmung zwischen den beteiligten Akteuren sowie in der Finanzierung liegen. Wiederholt genannt werden die Koordination zwischen Veranstaltern, Transportunternehmen, Tarifverbünden, Ticketing-Anbietern und teilweise Behörden sowie die Frage, wie die Kosten fair aufgeteilt werden können. Nationalrat Martin Candinas betont in diesem Zusammenhang die Notwendigkeit einer ausgewogenen Verteilung zwischen öV-Branche, Veranstaltern und Publikum. Pascal Frei, Deborah von Büren (Gadget Entertainment Group AG) und Vladimir Tajsić (THE HALL) verweisen ebenfalls übereinstimmend darauf, dass die Kostenfrage das zentrale Hemmnis darstellt. Pascal Frei hebt zudem hervor, dass aus seiner Sicht auch der Bund, beziehungsweise die öffentliche Hand als weiterer relevanter Akteur mitzudenken ist (Interview 2, 9. April 2026, Frage 17).

Die technische Umsetzung wird zwar als anspruchsvoll beschrieben, etwa im Zusammenhang mit Codesystemen, Verträgen oder Ticketing-Schnittstellen. Die Interviews machen jedoch deutlich, dass diese Fragen grundsätzlich lösbar sind, sofern die beteiligten Partner kooperieren und die Finanzierung geklärt ist. Die technische Umsetzung erscheint damit nicht als Hauptproblem, sondern als nachgelagerte Herausforderung. Die These kann deshalb bestätigt werden.

8.2.3 These 3

Die Implementierung integrierter Ticketlösungen ist mit hohen Kosten und organisatorischem Aufwand verbunden. Wenn die öV-Branche gezielte finanzielle Vergünstigungen oder Beteiligungen anbietet, steigt die Bereitschaft der Veranstalter, solche Kooperationen umzusetzen.

Diese These kann ebenfalls bestätigt werden. Die Interviews mit den Veranstaltern zeigen klar, dass integrierte Ticketlösungen mit erheblichem finanziellem und organisatorischem Aufwand verbunden sind. Beim OpenAir St.Gallen bewegen sich die Kosten der schweizweiten Integration in der Grössenordnung von mehreren hunderttausend Franken. Bei THE HALL wurde eine schweizweite Lösung aufgrund erwarteter Kosten von über 400'000 Schweizer Franken nicht weiterverfolgt. Gleichzeitig betonen beide Praxispartner ausdrücklich, dass höhere Beiträge der Allianz SwissPass, der SBB oder weiterer öffentlicher Stellen ein wichtiger Hebel wären, um solche Modelle breiter einzuführen.

Auch Nationalrat Martin Candinas unterstützt grundsätzlich eine Beteiligung der ÖV-Branche und hält Vergünstigungen oder Pauschalmodelle für sinnvoll, sofern die Kosten nicht einseitig auf einer Seite lasten. Ergänzend zeigt die Umfrage, dass auch das Publikum bereit ist, in moderatem Umfang einen Beitrag zu leisten. Die hohe Akzeptanz von Aufpreisen bis 10 Schweizer Franken spricht dafür, dass integrierte Ticketlösungen grundsätzlich marktfähig sein können, wenn die finanzielle Belastung auf mehrere Akteure verteilt wird. Insgesamt bestätigt sich damit, dass die Bereitschaft zur Umsetzung steigt, wenn die öV-Branche und weitere Partner einen aktiven finanziellen Beitrag leisten und dadurch die Einstiegshürde für Veranstalter sinkt.

8.3 Handlungsempfehlungen

Kontextbezogene Ausgestaltung integrierter Ticketlösungen

Auf Grundlage der vorliegenden Ergebnisse wird empfohlen, integrierte Ticketlösungen im Schweizer Eventbereich nicht als einheitliches Standardmodell zu verstehen, sondern als kontextabhängiges Instrument. Die Analyse der Praxisbeispiele, Interviews und Umfrageergebnisse zeigt, dass die Eignung eines Modells stark von Faktoren wie Veranstaltungsgrösse, Standort, Einzugsgebiet, Zielgruppe und vorhandener öV-Erschliessung abhängt. Während bei Grossveranstaltungen mit nationalem Einzugsgebiet eine weitreichende oder schweizweite Integration sinnvoll sein kann, erscheinen bei regionalen Veranstaltungen auch verbundbezogene Lösungen, Mobilitätsbeiträge oder kombinierte Modelle zweckmässig. Entscheidend ist, dass das gewählte Modell sowohl für die Besuchenden einen nachvollziehbaren Mehrwert schafft als auch für die Veranstalter organisatorisch und wirtschaftlich tragbar bleibt.

Einfache Nutzung und klare Kommunikation

Ein weiterer zentraler Handlungsschwerpunkt liegt in der nutzerfreundlichen Ausgestaltung und Kommunikation integrierter Ticketlösungen. Die Umfrage zeigt deutlich, dass insbesondere einfach verständliche und direkt nutzbare Angebote auf hohe Akzeptanz stossen. Gleichzeitig zählen unpassende öV-Zeiten, unzureichende Information sowie eine wenig transparente Preisgestaltung zu den wichtigsten Hürden. Daraus ergibt sich die Empfehlung, integrierte Ticketlösungen möglichst einfach zu gestalten und ihre Gültigkeit frühzeitig, klar und wiederholt zu kommunizieren. Zudem sollten sie mit einem verlässlichen Verkehrsangebot verbunden werden, das auf die Veranstaltungszeiten abgestimmt ist. Bei Bedarf sind ergänzende Massnahmen wie Sonderzüge, verlängerte Betriebszeiten oder zusätzliche Shuttleangebote vorzusehen. Nur wenn das Angebot als verständlich, bequem und praktikabel wahrgenommen wird, kann es seine verhaltenslenkende Wirkung tatsächlich entfalten.

Partnerschaftliche Finanzierung als zentrale Voraussetzung

Die Ergebnisse der Interviews machen deutlich, dass die Finanzierung derzeit das grösste Hemmnis für eine breitere Einführung integrierter Ticketlösungen darstellt. Daraus lässt sich ableiten, dass künftige Modelle auf einer partnerschaftlichen Kostenverteilung beruhen sollten. Empfehlenswert sind Lösungen, bei denen Veranstalter, öV-Branche, Besuchende und je nach Kontext auch die öffentliche Hand einen Beitrag leisten. Eine solche Verteilung ist insbesondere deshalb sinnvoll, weil integrierte Ticketlösungen mehreren Anspruchsgruppen einen konkreten Nutzen bieten. Für Besuchende ergeben sich Vorteile durch eine vereinfachte, komfortable und

sichere An- und Abreise. Veranstalter können von einer verbesserten Besucherlenkung, einer Reduktion von Parkplatzproblemen und einer nachhaltigeren Positionierung profitieren. Gleichzeitig unterstützen solche Modelle Transportunternehmen und öffentliche Stellen bei der Förderung des öffentlichen Verkehrs sowie bei der Entlastung der lokalen Verkehrsinfrastruktur. Damit integrierte Ticketlösungen breiter umgesetzt werden können, braucht es Finanzierungsmodelle, die die wirtschaftliche Belastung einzelner Akteure reduzieren und die Einführung solcher Angebote realistischer machen.

Zusammenfassende Empfehlung

Zusammenfassend wird empfohlen, integrierte Ticketlösungen im Schweizer Eventbereich gezielt weiterzuentwickeln, jedoch stets abgestimmt auf den jeweiligen Veranstaltungskontext. Besonders erfolgversprechend sind solche Modelle dann, wenn sie einfach nutzbar, klar kommuniziert, infrastrukturell abgestützt und finanziell partnerschaftlich getragen sind. Unter diesen Voraussetzungen können integrierte Ticketlösungen einen substanziellen Beitrag dazu leisten, die An- und Abreise im Eventbereich nachhaltiger zu gestalten und den öffentlichen Verkehr als attraktive Standardlösung zu stärken.

8.4 Ausblick und Fazit

Die vorliegende Arbeit zeigt, dass integrierte Ticketlösungen im Schweizer Eventbereich ein relevantes Potenzial zur Förderung nachhaltiger Mobilität aufweisen. Die analysierten Praxisbeispiele, die Umfrage sowie die Experteninterviews machen deutlich, dass solche Modelle die Attraktivität des öffentlichen Verkehrs erhöhen und den motorisierten Individualverkehr bei Veranstaltungen reduzieren können. Gleichzeitig wird sichtbar, dass ihre Umsetzung vor allem mit finanziellen und organisatorischen Herausforderungen verbunden ist.

Im Hinblick auf die Forschungsfragen lässt sich festhalten, dass integrierte Ticketlösungen das Reiseverhalten von Eventbesuchenden grundsätzlich zugunsten des öffentlichen Verkehrs beeinflussen können. Die grössten Hürden liegen dabei weniger in der technischen Umsetzung als vielmehr in der Koordination der beteiligten Akteure und in der Finanzierung. Zudem zeigt sich, dass Veranstalter insbesondere dann eher zur Einführung solcher Modelle bereit sind, wenn ein klarer Nutzen für das Publikum besteht und die Kosten auf mehrere Akteure verteilt werden können.

Für die Zukunft ist davon auszugehen, dass nachhaltige Eventmobilität weiter an Bedeutung gewinnen wird. Integrierte Ticketlösungen dürften insbesondere dort an Relevanz gewinnen, wo Veranstaltungen gut an den öffentlichen Verkehr angebunden sind und nachhaltige

Mobilitätskonzepte zunehmend erwartet werden. Gleichzeitig besteht weiterer Entwicklungsbedarf bei der Finanzierung, bei der Ausgestaltung differenzierter Modelle sowie bei der systematischen Evaluation ihrer Wirkung.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass integrierte Ticketlösungen einen vielversprechenden Ansatz für eine nachhaltigere Gestaltung der Eventmobilität in der Schweiz darstellen. Ihr Erfolg hängt jedoch wesentlich davon ab, ob sie praxisnah ausgestaltet, verständlich kommuniziert und von mehreren Akteuren gemeinsam getragen werden. Unter diesen Voraussetzungen können sie einen wichtigen Beitrag zur Verknüpfung von Veranstaltungen und nachhaltiger Mobilität leisten.

8.5 Schlusswort

Die Auseinandersetzung mit dem Thema integrierter Ticketlösungen hat gezeigt, wie eng Eventmanagement und nachhaltige Mobilität miteinander verbunden sind. Dabei wurde deutlich, dass integrierte Ticketlösungen einen wertvollen Beitrag zur Förderung des öffentlichen Verkehrs leisten können, ihre erfolgreiche Umsetzung jedoch von geeigneten Rahmenbedingungen abhängt.

Die Auseinandersetzung mit dem Thema hat mein Verständnis für die Chancen und Herausforderungen solcher Modelle vertieft. Insgesamt hat mir die Arbeit gezeigt, dass integrierte Ticketlösungen unter passenden Voraussetzungen ein vielversprechender Ansatz für eine nachhaltigere Eventmobilität in der Schweiz sein können.

9 Verzeichnisse

9.1 Quellenverzeichnis

- About Switzerland. (25. Oktober 2024). *Grossanlässe*. Abgerufen am 6. April 2026 von Eidgenössische Departement für auswärtige Angelegenheiten (EDA): <https://www.aboutswitzerland.eda.admin.ch/de/grossanlaesse>
- BERNMOBIL. (o. D.). *Libero Tarifverbund*. Abgerufen am 7. April 2026 von BERNMOBIL: <https://www.bernmobil.ch/de/abos-tickets/libero-tarifverbund>
- Bundesamt für Raumentwicklung (ARE). (o. D.). *Freizeitverkehr und touristischer Verkehr*. Abgerufen am 6. Februar 2026 von Bundesamt für Raumentwicklung (ARE): <https://www.are.admin.ch/de/freizeitmobilitaet>
- Bundesamt für Statistik (BFS). (21. August 2018). *Modalsplit*. Abgerufen am 12. März 2026 von Bundesamt für Statistik (BFS): <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de.assetdetail.5936474.html>
- Bundesamt für Statistik (BFS). (12. November 2025). *Kultur- und Freizeitverhalten in der Schweiz*. (B. f. Statistik, Hrsg.) Abgerufen am 3. April 2026 von Bundesamt für Statistik (BFS): <https://dam-api.bfs.admin.ch/hub/api/dam/assets/36186984/master>
- Bundesamt für Statistik (BFS). (6. August 2025). *Mobilität und Verkehr Taschenstatistik 2025*. (B. f. BFS, Hrsg.) Abgerufen am 12. März 2026 von Bundesamt für Statistik (BFS): <https://dam-api.bfs.admin.ch/hub/api/dam/assets/35547665/master>
- Bundesamt für Umwelt (BAFU). (27. April 2023). *Auswirkungen der Mobilität auf die Umwelt*. Abgerufen am 1. März 2026 von Bundesamt für Umwelt (BAFU): <https://www.bafu.admin.ch/de/auswirkungen-der-mobilitaet-auf-die-umwelt>
- Bundesamt für Umwelt (BAFU). (11. Juli 2025). *Klima: Internationales*. Abgerufen am 15. März 2026 von Bundesamt für Umwelt (BAFU): <https://www.bafu.admin.ch/de/internationale-klimapolitik>
- Bundesamt für Umwelt (BAFU). (22. September 2025). *Netto-Null-Ziel 2050*. Abgerufen am 15. März 2026 von Bundesamt für Umwelt (BAFU): <https://www.bafu.admin.ch/de/netto-null-ziel-2050>
- Candinas, M. (16. Dezember 2019). *Massnahmenplan zur Steigerung des Anteils des öffentlichen Verkehrs am Gesamtverkehr*. Abgerufen am 15. März 2026 von Die Bundesversammlung — Das Schweizer Parlament: <https://www.parlament.ch/de/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaefte?AffairId=20194443>
- EnergieSchweiz. (o. D.). *Umweltfreundliche Mobilität in Gemeinden umsetzen*. Abgerufen am 23. Januar 2026 von EnergieSchweiz: <https://www.energieschweiz.ch/mobilitaet-gemeinden/umweltfreundliche-mobilitaet/#/>
- Keystone-SDA. (3. November 2025). *Schaffhauser Regierung soll ÖV-Ticket-Integration prüfen*. *SWI swissinfo.ch*. Abgerufen am 21. Januar 2026 von <https://www.swissinfo.ch/ger/schaffhauser-regierung-soll-%c3%96v-ticket-integration-pr%c3%bcfen/90269571>
- Landolt, C. (19. Februar 2026). *Nachhaltigkeit auf Festivals - Paléo: mehr Solarenergie, weniger Rindsburger*. *SRF 3*. Abgerufen am 12. März 2026 von <https://www.srf.ch/radio-srf-3/musik/nachhaltigkeit-auf-festivals-paleo-mehr-solarenergie-weniger-rindsburger>

- LITRA. (25. März 2019). *Der Modalsplit des Personenverkehrs in der Schweiz*. Abgerufen am 21. Februar 2026 von LITRA: https://litra.ch/media/article_images/2019/03/190322_Modalsplitstudie_DT_Web_lowRes.pdf
- LITRA. (2026). *Energie und Umwelt*. Abgerufen am 15. April 2026 von LITRA - Datenportal: <https://app.powerbi.com/view?r=eyJrJoiODk4MjQ3ZjktNDlhZi00MDAwLTkxNTMtN2E0ZTg2MTIyOTgzliwidCI6ImZiNjY5YWQ2LTQ1ZmQtNDU1ZS05ZTk0LWNkZTJjOWYyYzJjZCJ9>
- LUSTAT Statistik Luzern. (23. Mai 2024). *Modalsplit ÖV*. Abgerufen am 29. März 2026 von LUSTAT Statistik Luzern: <https://www.lustat.ch/monitoring/kennzahlen-kanton-luzern/mobilitaet-und-verkehr/modalsplit>
- MSF Moon and Stars Festivals SA. (o. D.). *Festival Guide*. Abgerufen am 14. März 2026 von Moon+Stars: <https://moonandstars.ch/de/festival-guide#extrazuege>
- Olma Messen St.Gallen AG. (2026). *Informationen zum Messebesuch*. Abgerufen am 14. März 2026 von Olma Messen St.Gallen AG: <https://olma.ch/de/faq>
- OpenAir St.Gallen. (2026). *OpenAir St.Gallen*. Abgerufen am 9. Januar 2026 von News - OpenAir St.Gallen: <https://www.openairsg.ch/news/>
- Paléo Festival Nyon. (2026). *Wie kommen?* Abgerufen am 6. April 2026 von Paléo Festival Nyon: <https://yeah.paleo.ch/de/venir?toggle=voiture>
- Parlamentdienste des Kantonsrates. (o. D.). *Postulat*. Abgerufen am 9. April 2026 von Kantonsrat Zürich: <https://www.kantonsrat.zh.ch/kurz-erklaert/lexikon/postulat/>
- RailAway. (22. Dezember 2025). *Veranstaltungspartnerschaft*. Abgerufen am 23. Januar 2026 von RailAway: <https://www.railaway.ch/partnerschaften/veranstaltungen/>
- RailAway AG. (27. März 2026). *Event'n'Rail «Becoming Marilyn Monroe»*. Abgerufen am 28. März 2026 von SBB RailAway: <https://freizeit.sbb.ch/de/stories/konzerte-festivals-musicals-marilyn-monroe>
- SBB/CFF/FFS. (27. Mai 2024). *Der Freizeitverkehr im Aufwind*. Abgerufen am 5. April 2026 von SBB/CFF/FFS: <https://news.sbb.ch/medien/artikel/129084/der-freizeitverkehr-im-aufwind>
- Schürmann, P. (18. Juni 2024). Wie sich die Zürcher Eventbranche von Corona erholt hat. *Regionaljournal Zürich Schaffhausen*. Abgerufen am 3. April 2026 von <https://www.srf.ch/audio/regionaljournal-zuerich-schaffhausen/wie-sich-die-zuercher-eventbranche-von-corona-erholt-hat?id=6eed294a-4b53-4a76-ad52-14efebb62fec>
- Schweizer Radio und Fernsehen (SRF). (04. Mai 2023). Lucerne Festival will ökologischen Fussabdruck verkleinern. *Regionaljournal Zentralschweiz*. Abgerufen am 14. März 2026 von <https://www.srf.ch/news/schweiz/streben-nach-nachhaltigkeit-lucerne-festival-will-oekologischen-fussabdruck-verkleinern>
- Schweizer Radio und Fernsehen (SRF). (22. September 2023). *Verkehrswelt Schweiz*. Abgerufen am 12. März 2026 von Schweizer Radio und Fernsehen (SRF): <https://www.srf.ch/sendungen/school/wirtschaft-politik/mobilitaet-im-laufe-der-zeit-verkehrswelt-schweiz>
- Schweizerischer Bundesrat. (2009). *Strategie Freizeitverkehr: Bericht des Bundesrates zur Strategie für einen nachhaltigen Freizeitverkehr in Erfüllung des Postulats 02.3733*,

- Peter Bieri vom 12. Dezember 2002. Abgerufen am 23. Januar 2026 von https://www.are.admin.ch/dam/de/sd-web/iL812fkbgrlK/strategie_freizeitverkehr.pdf
- Stars in Town. (24. Juni 2025). *Mit ÖV ans Stars in Town*. Abgerufen am 23. Januar 2026 von Stars in Town: <https://starsintown.ch/sbb-rabattcode/>
- The Changency GmbH, Crowd Impact. (2024). *TICKET TO RIDE – Nachhaltige Publikums-Anreise bei Großveranstaltungen – Projektzusammenfassung*. Abgerufen am 20. Januar 2026 von https://tickettoride.net/sites/tickettoride/files/2024-05/TTR_Projektzusammenfassung_V1_0.pdf
- THE HALL. (o. D.). *THE HALL*. Abgerufen am 9. Januar 2026 von Anreise | THE HALL: <https://www.thehall.ch/de/faq/anreise>
- VBG. (28. Mai 2024). *Konzertticket in THE HALL ist auch ZVV-Ticket*. Abgerufen am 21. Januar 2026 von VBG: <https://www.vbg.ch/story/konzertticket-in-the-hall-ist-auch-zvv-ticket/>
- VCD. (o. D.). *Multimodalität und Intermodalität*. Abgerufen am 11. April 2026 von VCD Mobilität für Menschen: <https://www.vcd.org/themen/multimodalitaet/schwerpunktthemen/was-ist-multimodalitaet>
- Verband öffentlicher Verkehr. (2021). *Modalsplit*. Abgerufen am 29. März 2026 von Verband öffentlicher Verkehr: <https://www.voev.ch/de/unsere-themen/Modalsplit>
- Zukunftsinstitut GmbH. (7. Dezember 2023). *Megatrend Mobilität*. Abgerufen am 5. April 2026 von Zukunftsinstitut GmbH: <https://www.zukunftsinstitut.de/zukunftsthemen/megatrend-mobilitaet>

9.2 Kontaktverzeichnis

Martin Candinas

Nationalrat, Präsident der LITRA

martin.candinas@parl.ch

Experteninterview

Andreas Eggimann

Teamleiter Markt Events

RailAway AG

andreas.eggimann@railaway.ch

Beratung und Datenbereitstellung

Pascal Frei

Manager Marketing & Communications Festivals

Gadget Entertainment Group AG

pascal.frei@gadget.ch

Experteninterview

Deborah von Büren

Sustainability Manager

Gadget Entertainment Group AG

deborah.vonbueren@gadget.ch

Experteninterview und Datenbereitstellung

Heidi Hadorn

Sponsoring & Events

Thunerseespiele AG

heidi.hadorn@fbm.ch

Inputs per Mail

Aline Stalder

Junior Projektleiterin

Hallenstadion Zürich

stalder@hallenstadion.ch

Inputs per Mail

Vladimir Tajsic

Leiter Public Events

THE HALL

vladimir.tajsic@thehall.ch

Experteninterview und Datenbereitstellung

9.3 Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Glossar	7
Tabelle 2: SWOT-Analyse integrierter Eventtickets mit öffentlichem Verkehr.....	31
Tabelle 3: KI- Nutzungsverzeichnis	60

9.4 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Anteile der Verkehrsmittel an den zurückgelegten Personenkilometern (auf Strasse und Schiene, 2023).....	11
Abbildung 2: Aufteilung der täglichen 80 Verkehrsminuten der Schweizer Bevölkerung.....	14
Abbildung 3: Der Anteil einzelner Bereiche an den Gesamtemissionen der Tour 2023.....	20
Abbildung 4: Aufdruck auf dem Ticket (oben rechts), welcher zur kostenlosen Hin- und Rückfahrt im Zürcher Verkehrsverbund berechtigt.	24
Abbildung 5: Alter der befragten Personen.....	39
Abbildung 6: Wohnregion der Befragten Personen	40
Abbildung 7: öV-Abonnemente der befragten Personen	40
Abbildung 8: Verkehrsmittel bei der letzten Veranstaltung.....	41
Abbildung 9: Verhaltensänderung	42
Abbildung 10: Ausgestaltung der integrierten Ticketlösun	43
Abbildung 11: Bevorzugte Ausgestaltung des integrierten Eventtickets.....	44
Abbildung 12: Akzeptierter Ticketaufpreis	45

9.5 KI-Nutzungsverzeichnis

Tabelle 3: KI- Nutzungsverzeichnis

Quelle: Eigene Darstellung, 2026

Abschnitt der Arbeit	Genutzte KI	Beschreibung der Nutzung	Eingesetzter Prompt	Quelle (KI)
Titelblatt	ChatGPT	Erstellung eines Titelbildes	Erstelle mir ein Bild, welches die Mobilität in der Schweiz (öV) mit einem Konzert vereint.	OpenAI. (2026). ChatGPT (Version 5.3). https://chatgpt.com/
Management Summary	ChatGPT	Erster Entwurf zur Formulierung des Textes	Mache mir anhand der vorliegenden Arbeit ein Management Summary.	OpenAI. (2026). ChatGPT (Version 5.3). https://chatgpt.com/
Abkürzungsverzeichnis	ChatGPT	Auflistung der Abkürzungen	Nenne mir alle Begriffe, die gemäss Styleguide ins Abkürzungsverzeichnis kommen.	OpenAI. (2026). ChatGPT (Version 5.3). https://chatgpt.com/
Glossar	ChatGPT	Auflistung der Begriffe für das Glossar	Nenne mir alle Begriffe, die gemäss Styleguide ins Glossar kommen.	OpenAI. (2026). ChatGPT (Version 5.3). https://chatgpt.com/
Umfrage	ChatGPT	Erste Auswertung der Umfrage	Mache mir eine Auswertung der Umfrage.	OpenAI. (2026). ChatGPT (Version 5.3). https://chatgpt.com/
Schlussteil	ChatGPT	Erster Entwurf für die Beantwortung der Fragestellungen und Thesen.	Mache anhand der ganzen Informationen in meiner Diplomarbeit eine Auswertung für den Schlussteil.	OpenAI. (2026). ChatGPT (Version 5.3). https://chatgpt.com/
Gesamtes Manuskript	ChatGPT	Überarbeitung der vorhandenen Fassung	Verbessere den Text zu einer wissenschaftlich stringenten Fassung mit klarem rotem Faden.	OpenAI. (2026). ChatGPT (Version 5.3). https://chatgpt.com/
Gesamtes Manuskript	ChatGPT	Lektorieren	Übernimm ein professionelles Lektorat für den folgenden Abschnitt meiner Diplomarbeit.	OpenAI. (2026). ChatGPT (Version 5.3). https://chatgpt.com/
Interviews	Töggli	Transkription der Interviews	Transkription von Schweizerdeutsch in Schweizerdeutsch	recapp IT AG. (2026). Töggli (Version 2024-2026). https://xn--tggl-5qa.ch/
Interviews	ChatGPT	Transkription der Interviews	Schreibe mir den Schweizerdeutschen Text in Hochdeutsch.	OpenAI. (2026). ChatGPT (Version 5.3). https://chatgpt.com/

10 Anhang

10.1 Umfrage

Übersicht über Antworten

Aktiv

Antworten

200

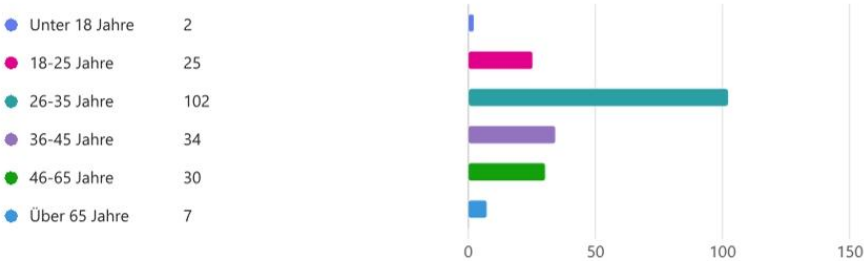
Durchschnittliche Zeit

04:51

Dauer

81 Tage

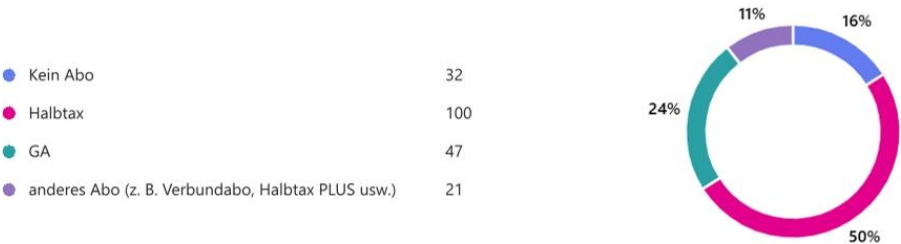
1. Alter



2. Wohnregion

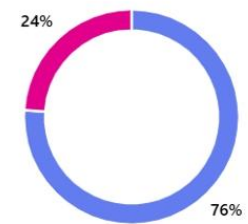


3. Besitz eines öV-Abonnements



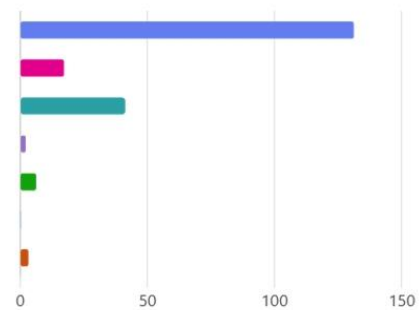
4. Besitzen Sie ein Auto?

● Ja	152
● Nein	48
● Ich nutze regelmässig Carsharing (z. B. Mobility)	0



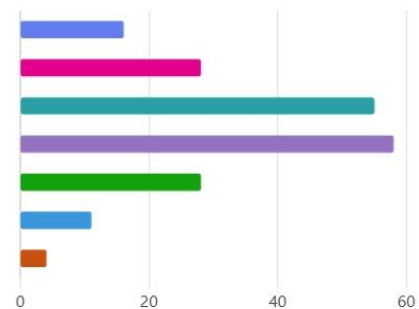
5. Wie sind Sie bei Ihrer letzten Veranstaltung (z.B. Konzert, Sportveranstaltung, Messe usw.) hauptsächlich angereist?

● öV (Zug, Tram, Bus)	131
● Auto (Alleine gefahren)	17
● Auto (Fahrgemeinschaft)	41
● Taxi oder Reiseкар	2
● Fahrrad oder zu Fuss	6
● Ich war noch nie an einer Veranstaltung	0
● Sonstiges	3

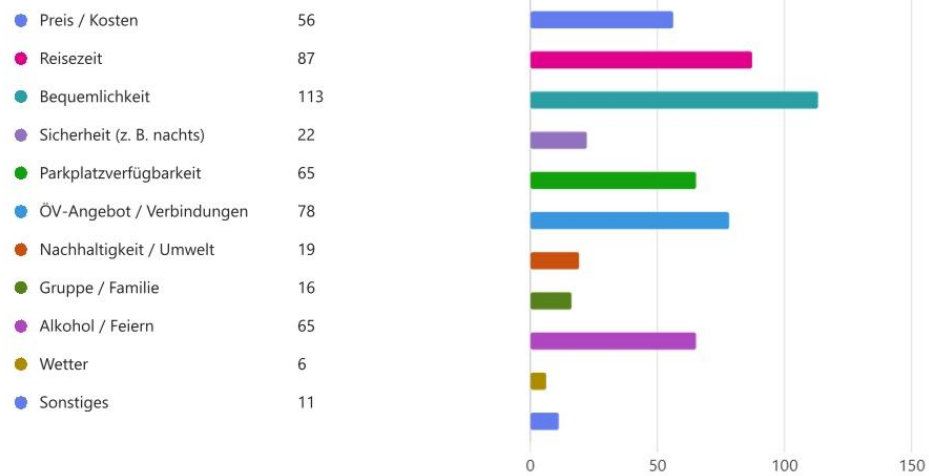


6. Wie weit war Ihre Anreise ungefähr (ein Weg)?

● Unter 5 km	16
● 5–15 km	28
● 16–30 km	55
● 31–60 km	58
● 61–100 km	28
● Über 100 km	11
● Keine Ahnung	4



7. Was waren die wichtigsten Gründe bei der Wahl des Verkehrsmittels zur Veranstaltung?



8. Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie bei der nächsten Veranstaltung den öV nutzen?



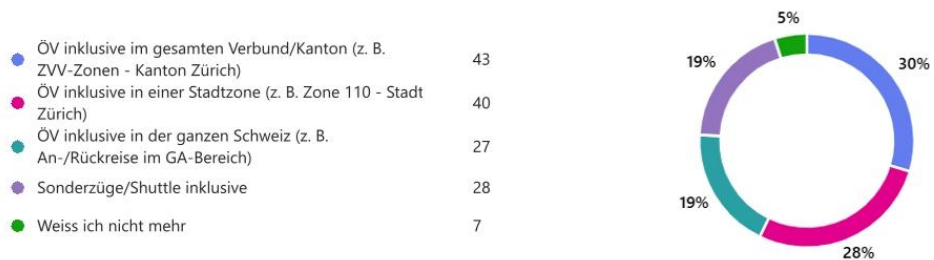
9. Würde es an Ihrem Verhalten etwas ändern, wenn das öV-Ticket bereits im Veranstaltungsticket inkludiert wäre?



10. Haben Sie schon einmal ein Eventticket genutzt, das gleichzeitig als öV-Ticket galt? (Beispiel Foto)



11. Um welches Angebot handelte es sich? (mehrere Antworten möglich)

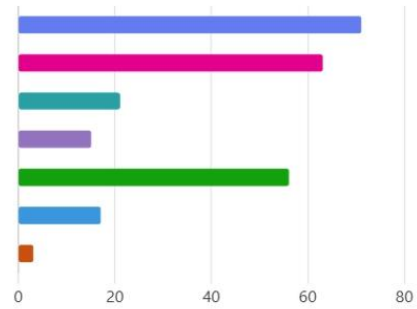


12. Wie stark hat das Angebot Ihre Verkehrsmittelwahl beeinflusst?



13. Was hat Ihnen am Angebot besonders gefallen?

● Einfachheit (kein separates Ticket)	71
● Kostenersparnis	63
● Planbarkeit/Stressreduktion	21
● Nachhaltigkeit	15
● Keine Parkplatzsuche	56
● Bessere Heimreise (Nachtangebot/Sonderzüge)	17
● Sonstiges	3



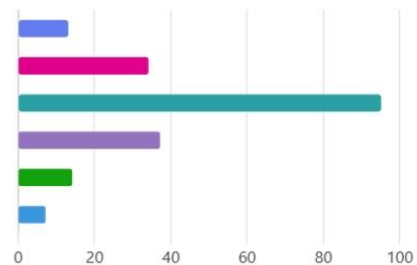
14. Wie attraktiv finden Sie die Idee „Eventticket inklusive öV-Ticket“ grundsätzlich?

Promotoren	97
Passive	67
Kritiker	36

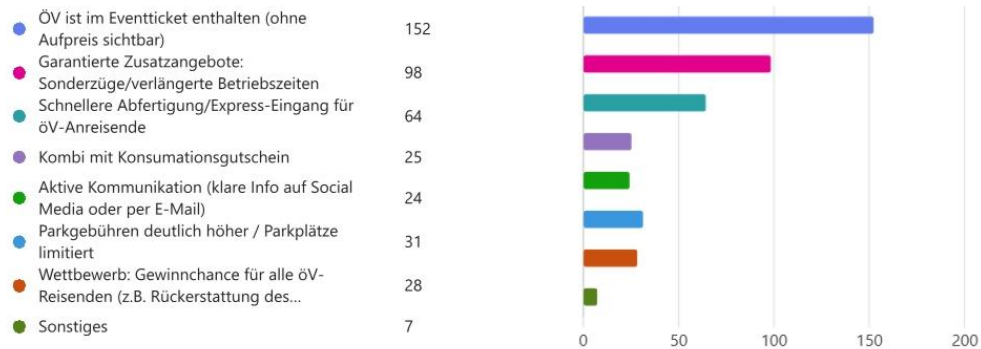


15. Welche Ausgestaltung bevorzugen Sie?

● ÖV inklusive nur im Stadtgebiet (z.B. Stadt Zürich)	13
● ÖV inklusive im ganzen Tarifverbund/Region (z.B. Kanton Zürich)	34
● ÖV inklusive An-/Rückreise aus der ganzen Schweiz	95
● Rabatt für auf das öV-Ticket (optional buchbar)	37
● Egal	14
● Sonstiges	7



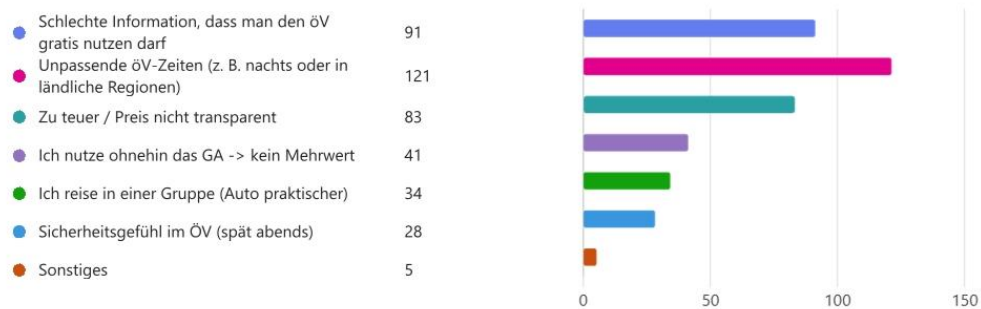
16. Welche Anreize würden Sie am stärksten motivieren, den öV zu nutzen?



17. Wären Sie bereit, etwas mehr für das Eventticket zu zahlen, wenn dafür der öV in der ganzen Schweiz integriert ist?



18. Welche Hürden sprechen aus Ihrer Sicht gegen integrierte Ticketlösungen?



10.2 Experteninterviews

10.2.1 Interview 1: Nationalrat Martin Candinas (Politik)

Experteninterview mit Nationalrat Martin Candinas. Er ist in der Kommission für Verkehr und Fernmeldewesen KVF tätig und zudem Präsident der LITRA – Informationsdienst für den öffentlichen Verkehr.

Montag, 30. März 2026 um 13:45 Uhr im Bundeshaus in Bern

Das folgende Transkript dokumentiert ein im Rahmen dieser Diplomarbeit durchgeführtes Experteninterview. Da das Gespräch in Schweizerdeutsch geführt wurde, erfolgte für die schriftliche Verwendung eine sinngemässe Übertragung in geglättetes Hochdeutsch. Zur besseren Lesbarkeit wurden sprachliche Wiederholungen, Füllwörter und dialektbedingte Ausdrucksweisen leicht redaktionell angepasst, wobei die inhaltliche Aussage unverändert beibehalten wurde.

1. Welche Bedeutung hat der Freizeit- und Eventverkehr aus verkehrs- und klimapolitischer Sicht in der Schweiz?

Der Freizeitverkehr nimmt am stärksten zu. Das zeigt, dass sehr viele Menschen ihre Freizeitwege mit dem öffentlichen Verkehr zurücklegen möchten, sei es für Sport oder für Kultur. Gleichzeitig bestehen im öffentlichen Verkehr Kapazitäten, und es ist unser Ziel, den öffentlichen Verkehr weiter zu fördern, nicht nur im Pendlerverkehr, sondern auch in der Freizeitmobilität, da die Menschen dort ebenfalls immer häufiger unterwegs sind. Aus diesem Grund spielt der öffentliche Verkehr hier eine wichtige Rolle und wird in Zukunft eine noch wichtigere Rolle spielen müssen. Dafür setzen wir uns ein. Der öffentliche Verkehr kann einen Beitrag leisten, aber auch die Organisatoren müssen ihren Teil dazu beitragen.

2. Du hast gesagt, dass dieses Thema immer wichtiger wird. Ist es zugleich auch eine Herausforderung?

Ja, es ist eine neue Herausforderung. Gerade bei Konzerten besteht das Problem darin, dass sich viele Menschen gleichzeitig auf den Weg machen. Das ist im Grunde ähnlich wie im Pendlerverkehr: Viele Personen bewegen sich zur gleichen Zeit von verschiedenen Ausgangspunkten in Richtung desselben Zielortes. Das stellt auch die Transportunternehmen vor grosse Herausforderungen. Es reicht nicht mehr, einfach fixe Kompositionen fahren zu lassen, sondern das Angebot muss immer stärker an den jeweiligen Anlass angepasst werden. Das führt in der Organisation und in der Planung zu erheblichen Herausforderungen.

Gleichzeitig versucht man aber auch, den öffentlichen Verkehr mit Direktverbindungen attraktiver zu machen, damit er möglichst praktisch ist. Gerade wenn Menschen mit viel Gepäck unterwegs sind, spielt dieser praktische Aspekt eine wichtige Rolle. Das ist im Kulturbereich vielleicht etwas weniger ausgeprägt, im Sportbereich jedoch häufig sehr relevant. Ähnliches gilt auch für Einkaufs- und andere Freizeitwege. Am Ende gehört all dies zum Freizeitverkehr.

3. Wenn wir nun allgemein auf die ÖV-Branche schauen und nicht mehr primär auf die politische Perspektive: Was sind Chancen und Herausforderungen des Freizeitverkehrs aus Sicht der ÖV-Branche?

Die Chance besteht darin, dass im Freizeitverkehr auch zu Zeiten eine gute Auslastung erreicht werden kann, in denen keine Pendler unterwegs sind. Meistens fällt der Freizeitverkehr nicht genau mit dem Pendlerverkehr zusammen. Dadurch ergänzen sich diese beiden Verkehrsarten grundsätzlich gut. Das Ziel wäre ja nicht, zusätzliche Spitzen zu erzeugen, sondern die Nachfrage möglichst gleichmässig zu verteilen.

Die Herausforderung für den öffentlichen Verkehr besteht deshalb darin, Angebote zu schaffen, die zur Glättung dieser Nachfragespitzen beitragen, beispielsweise über Preismodelle wie Spartickets. So könnten etwa auch ältere Personen dazu motiviert werden, nicht genau zu den Hauptverkehrszeiten zu reisen. Die ÖV-Branche muss also noch stärker mit Preis- und Angebotsmassnahmen arbeiten, damit die Spitzen etwas abgeflacht werden und gleichzeitig keine grossen Nachfrageeinbrüche entstehen. Vollständig gleichmässige Auslastungen sind zwar unrealistisch, aber es geht darum, zu starke Schwankungen zu vermeiden. Für mich ist dies eine der Hauptaufgaben der ÖV-Branche selbst. Es wäre falsch, wenn sich die Politik hier zu stark einmischen würde.

4. Wie beurteilst Du integrierte Tickets im Allgemeinen? Also ein Eventticket, bei dem Eintritt und Anreise bereits inbegriffen sind.

Integrierte Tickets sind ein sehr gutes Angebot. Die ÖV-Branche allein kann jedoch niemanden dazu zwingen, ein solches Modell umzusetzen. Es braucht den Willen beider Seiten – Veranstalter und ÖV-Branche. Ich denke, die ÖV-Branche ist hier wirklich gefordert, gemeinsam mit Veranstaltern – gerade bei Grossanlässen – darauf hinzuarbeiten, dass solche Modelle zum Standard werden. Das sollte das Ziel sein.

Für die Veranstalter ist dies ebenfalls eine ideale Möglichkeit. Sie müssen weniger Parkplätze organisieren oder bewirtschaften und schaffen gleichzeitig einen Mehrwert für die Besucherinnen und Besucher, sie so in einem einzelnen Ticket das Erlebnis und die Anreise in einem

Gesamtpaket erhalten. Das ist für viele Menschen attraktiv. Natürlich gibt es auch Personen, die lieber mit dem Auto anreisen möchten. Wenn man integrierte Tickets zwingend vorschreibt und nur noch solche Modelle anbietet, wird das nicht allen gefallen. Deshalb muss man sich überlegen, ob man ein solches Modell generell einführt oder eher als Zusatzangebot für jene, die es nutzen möchten. Das hängt stark von den Bedürfnissen der Beteiligten ab, vor allem auch vom Veranstalter. Dennoch können integrierte Tickets viele Probleme lösen, insbesondere verkehrstechnische Probleme.

5. Wenn integrierte Ticketmodelle angeboten würden: Hast du das Gefühl, dass dadurch die CO₂-Emissionen im Freizeitverkehr messbar reduziert würden?

Eine Reduktion der CO₂-Emissionen ist durchaus möglich. Wie stark diese ausfallen würde, kann ich allerdings nicht beurteilen. Ich glaube jedoch, dass die CO₂-Reduktion für Kundinnen und Kunden beziehungsweise für Besucherinnen und Besucher nicht der entscheidende Faktor ist. Viele Menschen möchten zwar umweltbewusst handeln, aber möglichst ohne persönliche Nachteile. Deshalb denke ich, dass man stärker über den konkreten Mehrwert argumentieren muss.

Wer aus Überzeugung CO₂ reduzieren will, nutzt den öffentlichen Verkehr oft ohnehin – unabhängig davon, ob das Ticket integriert ist oder nicht. Für andere Personen stehen eher Fragen im Vordergrund wie: Was kostet mich das? Wie komfortabel ist es? Entspricht es meinen Bedürfnissen? Gerade bei Konzerten spielt auch eine Rolle, dass man etwas trinken kann und sich anschliessend keine Gedanken über die Heimfahrt machen muss. Deshalb glaube ich, dass der ökologische Aspekt in der Kommunikation nicht zu stark im Vordergrund stehen sollte. Wichtiger sind praktische Vorteile wie keine Parkplatzsuche, mehr Komfort und eine entspannte Rückreise. Das dürfte für viele entscheidender sein.

6. Das betrifft die Perspektive der Besucherinnen und Besucher. Wie ist das aus Sicht der ÖV-Branche oder der Politik, wo die Reduktion von CO₂-Emissionen ja ein wichtiges Thema ist?

Aus politischer Sicht ist das natürlich sehr erwünscht. Deshalb wird der öffentliche Verkehr gefördert. Die Politik stellt finanzielle Mittel zur Verfügung, damit die ÖV-Unternehmen der Bevölkerung gute Angebote machen können und damit Mobilität ökologischer gestaltet wird. Entsprechend ist es auch im Interesse der Politik, dass der öffentliche Verkehr selbst Massnahmen ergreift, um die Nutzung zu erhöhen.

Ich glaube aber nicht, dass die Politik zusätzlich spezifische Vorgaben für einzelne Anlässe machen sollte. Ihre Aufgabe besteht vielmehr darin, gute Rahmenbedingungen zu schaffen, damit die Unternehmen im Pendel- wie auch im Freizeitverkehr attraktive Angebote entwickeln können.

Für Veranstalter kann dies zudem auch aus Imagegründen interessant sein: Wenn im Ticket die ÖV-Anreise enthalten ist, kann man sich als nachhaltige Organisation positionieren und das entsprechend kommunizieren. Dennoch wäre es aus meiner Sicht falsch, wenn die Politik zu stark eingreifen und etwa Quoten vorschreiben würde.

Am Ende ist eine stärkere Nutzung des öffentlichen Verkehrs nicht nur für Veranstalter von Vorteil, sondern auch für andere Verkehrsteilnehmende und für die Anwohnerinnen und Anwohner rund um Veranstaltungsorte. Wenn viele Menschen mit dem öffentlichen Verkehr statt mit dem Auto anreisen, kann das auch bei Bewilligungsverfahren ein wichtiger Faktor sein – insbesondere bei Anlässen ausserhalb geschlossener Veranstaltungsorte. Gerade dort kann die Mobilitätslösung ein Argument für eine Bewilligung sein. Mein Fazit zu diesem langen Exkurs: Auf den ÖV zu setzen ist nie falsch.

7. In meiner Umfrage hat sich gezeigt, dass die Mehrheit der Befragten bereit wäre, etwa 10 Franken Aufpreis für ein Konzertticket zu bezahlen, wenn der öffentliche Verkehr inbegriffen wäre. Das galt sogar auch für viele GA-Besitzende. Es wären also durchaus viele bereit, einen Aufpreis zu bezahlen.

Wenn nun zusätzliche Kosten durch integrierte Eventtickets entstehen: Ein Teil könnte von den Besucherinnen und Besuchern übernommen werden, ein Teil vom Veranstalter. Siehst Du auch die Möglichkeit, dass ein Teil von der ÖV-Branche übernommen wird?

Ja, die ÖV-Branche sollte einen Teil übernehmen und tut dies in vielen Fällen wohl auch bereits, etwa in Form von Vergünstigungen oder Pauschalmodellen. Man könnte beispielsweise mit einem Veranstalter einen festen Betrag pro Person vereinbaren, wobei die ÖV-Branche auf einen Teil der regulären Einnahmen verzichtet. Das ist auch sinnvoll.

Allerdings kann es nicht sein, dass die ÖV-Branche am Ende die gesamten Kosten eines Anlasses trägt. Das Ziel sollte vielmehr sein, dass die Kosten auf drei Seiten verteilt werden: Die ÖV-Branche übernimmt einen Teil, der Veranstalter übernimmt einen Teil, weil er ebenfalls profitiert – etwa durch weniger organisatorischen Aufwand, weniger Parkierungsprobleme und weniger Reklamationen –, und schliesslich trägt auch die Kundschaft einen Teil.

Wenn die Aufteilung in diesem Dreieck ausgewogen gelingt, kann daraus eine Win-win-Situation entstehen: für die Kundinnen und Kunden, für die Veranstalter und für die Transportunternehmen.

Genau das sollte das Ziel sein. Wenn hingegen eine der drei Seiten übermässig belastet wird, dürfte das Modell kaum funktionieren.

8. Sollten Bund oder Kantone finanzielle Anreize für solche Modelle schaffen?

Ich denke eher nicht, zumindest nicht auf Bundesebene. Die Branche selbst ist hier gefordert. Der Bund finanziert bereits heute den regionalen Personenverkehr, den Unterhalt und den Ausbau des Systems. Irgendwo muss das System auch selbst Verantwortung übernehmen. Dazu gehören die ÖV-Anbieter, die Veranstalter und auch die Kundinnen und Kunden, die durch ihre Nachfrage einen gewissen Druck erzeugen können.

Je mehr Beispiele es gibt, bei denen solche Modelle erfolgreich funktionieren, desto grösser wird der Druck auf andere Akteure, ähnliche Lösungen ebenfalls anzubieten. In diesem Sinn sollte ein liberaler Markt auch spielen können. Ich erwarte hier insbesondere von den Transportunternehmen mehr Einsatz, um solche Lösungen zu ermöglichen. Deshalb halte ich es für falsch, wenn der Bund dafür nochmals einen separaten Finanztopf schaffen würde.

Bei Kantonen könnte es anders aussehen. Dort müsste jeweils im Einzelfall abgewogen werden, im Rahmen welcher Förderlogik Beiträge gesprochen werden. Da ohnehin viele kulturelle oder sportliche Veranstaltungen direkt oder indirekt von der öffentlichen Hand unterstützt werden, könnten Kantone oder Gemeinden zusätzliche ÖV-Leistungen allenfalls an Beiträge koppeln. Das wäre denkbar. Aber es ist aus meiner Sicht keine Frage, die primär auf Bundesebene geregelt werden sollte.

9. Wie wäre es mit einer verpflichtenden Regelung für Grossveranstaltungen, wonach das ÖV-Ticket integriert werden müsste? Was halten Sie davon?

Auf Bundesebene wäre ich dagegen. Auf kantonaler Ebene könnte man je nach Grösse des Anlasses und je nach Standort differenzierter hinschauen. Grundsätzlich sehe ich Verpflichtungen jedoch eher kritisch. Zielführender wären Anreize. Man könnte zum Beispiel sagen: Wer zusätzliche Massnahmen im Bereich öffentlicher Verkehr umsetzt, erhält eine höhere Unterstützung. So bleibt die Entscheidungsfreiheit beim Veranstalter bestehen.

Gleichzeitig habe ich Verständnis dafür, wenn in kleinen Gemeinden bei grossen Anlässen strengere Anforderungen gestellt werden. Dort kann die Verkehrsbelastung rasch zu einem Chaos führen. Es macht eben einen Unterschied, ob ein Anlass in Zürich, in Chur oder in einem Dorf stattfindet. Deshalb sollte man solche Fragen subsidiär regeln. Ein Verbot oder eine allgemeine Pflicht halte ich nicht für sinnvoll, Anreize dagegen schon.

10. Das Thema Modal Split ist ebenfalls relevant. Haben Sie das Gefühl, dass eine solche Lösung zugunsten des öffentlichen Verkehrs etwas bewirken würde?

Ja, auf jeden Fall – wenn der öffentliche Verkehr im Ticket enthalten ist. Die meisten Menschen nehmen das dann psychologisch als eine Art Gratisleistung wahr, obwohl sie den Betrag natürlich bereits mit dem Ticket bezahlt haben. Sie denken nicht unbedingt: «Ich habe den ÖV schon mitbezahlt», sondern eher: «Der ÖV ist mit dabei.» Das hat durchaus einen Einfluss.

Gerade weil der öffentliche Verkehr in der Schweiz sehr gut ausgebaut ist, kann ein solches Modell viel bewirken. Es bietet finanzielle Vorteile, reduziert Parkplatzprobleme und ist bei Konzerten auch deshalb attraktiv, weil man beispielsweise etwas trinken kann und trotzdem sicher nach Hause kommt. Insofern glaube ich, dass integrierte Ticketlösungen durchaus einen Einfluss auf den Modal Split zugunsten des öffentlichen Verkehrs haben können.

11. Gibt es im Zusammenhang mit Freizeitverkehr oder integrierten Ticketlösungen etwas, das in der politischen Diskussion derzeit noch zu wenig beachtet wird?

Ich habe eher das Gefühl, dass früher stärker die Frage im Vordergrund stand, ob man nach einem Anlass überhaupt noch nach Hause kommt und ob die Verbindungen ausreichend gut sind. Durch den Ausbau des öffentlichen Verkehrs in den letzten Jahren ist dieses Problem für viele Menschen faktisch kleiner geworden. In immer mehr Regionen kann man früh losfahren und auch spät wieder zurückkehren. Das gilt längst nicht mehr nur für die grossen Hauptachsen, sondern zunehmend auch darüber hinaus.

Wenn dieser Aspekt heute weniger relevant ist, dann liegt das verbleibende Potenzial meines Erachtens vor allem bei den Transportunternehmen und den Veranstaltern. Sie müssten noch stärker zusammenarbeiten und gemeinsam nach Lösungen suchen, damit integrierte Angebote bei grösseren Veranstaltungen in den nächsten Jahren möglichst selbstverständlich werden. Hier ist aus meiner Sicht vor allem die Branche gefordert, weniger die Politik. Und auch die ÖV-Branche selbst hat in diesem Bereich noch Verbesserungspotenzial.

10.2.2 Interview 2: Pascal Frei und Deborah von Büren (Veranstalter)

Experteninterview mit Pascal Frei und Deborah von Büren. Pascal ist bei der Gadget Entertainment Group AG als Manager Marketing & Communications Festivals tätig und somit die zuständige Person für das OpenAir St.Gallen. Deborah ist bei der Gadget Entertainment Group AG als Sustainability Manager tätig und konnte zusätzliche Inputs zu den Nachhaltigkeitsthemen einbringen.

Donnerstag, 9. April 2026 um 16:15 Uhr bei der Gadget Entertainment Group AG in Zürich

Das folgende Transkript dokumentiert ein im Rahmen dieser Diplomarbeit durchgeführtes Experteninterview. Da das Gespräch in Schweizerdeutsch geführt wurde, erfolgte für die schriftliche Verwendung eine sinngemässe Übertragung in geglättetes Hochdeutsch. Zur besseren Lesbarkeit wurden sprachliche Wiederholungen, Füllwörter und dialektbedingte Ausdrucksweisen leicht redaktionell angepasst, wobei die inhaltliche Aussage unverändert beibehalten wurde.

1. Ich habe bereits kurz erläutert, worum es in meiner Arbeit zu integrierten Tickets geht. Mit dem OpenAir St.Gallen habt ihr dafür bereits ein sehr gutes Beispiel. Ich habe gelesen, dass dieses Modell seit 2024 besteht. Was war der Grund dafür, dass ihr das eingeführt habt?

Pascal: Beim Festival gibt es schon seit langer Zeit eine starke Tradition im Bereich Nachhaltigkeit, auch aufgrund der Lage. Das Gelände befindet sich in einem Naturschutzgebiet und ist von Wald und Fluss umgeben. Deshalb wurden bereits Anfang der 2000er-Jahre erste Nachhaltigkeitsmassnahmen eingeführt und danach schrittweise ausgebaut, beispielsweise mit einem Mehrwegbechersystem, einem Abfallkonzept, Becherdepot, Zeltdepot und weiteren Massnahmen.

Schon zuvor gab es für das Publikum attraktive Angebote im öffentlichen Verkehr. Wer ein Ticket gekauft hat, konnte ein vergünstigtes Bahnbillett erwerben. Dieses Modell war zu Beginn bei einer Vergünstigung von 20 Prozent und wurde dann ab 2014 auf 50 Prozent ausgebaut. Seit 2024 wollten wir den nächsten Schritt gehen und das Ticket vollständig integrieren. Einerseits wollten wir die Besucherinnen und Besucher noch stärker für die Anreise mit der Bahn sensibilisieren und sie auf den öffentlichen Verkehr lenken. Andererseits wollten wir die Anreise einfacher und attraktiver gestalten. Dahinter steht aber auch eine klare Überzeugung: Wir wollen nicht, dass die Leute mit dem Auto anreisen. Die Infrastruktur und das System sind vorhanden, und wir möchten, dass die Besucherinnen und Besucher diese nutzen. Diese Überlegungen bestehen bereits seit mehreren Jahren. Eine grosse Herausforderung war dabei immer die Kostenfrage. Die vollständige

Integration ist sehr teuer und benötigt Unterstützung der öffentlichen Hand. Die Entscheidung wurde deshalb einerseits aus Überzeugung getroffen, andererseits auch, um das Angebot für die Besucherinnen und Besucher attraktiver zu gestalten.

2. Wurde dieses Angebot auch explizit von den Besuchenden gewünscht, etwa in Umfragen?

Pascal: Ich denke, das ist immer ein Zusammenspiel. Solche Entwicklungen entstehen im Austausch mit Partnern, mit dem Publikum und auch aufgrund von Umfragen. Das konkrete Angebot kam jedoch von unserer Seite. Bereits früher war der gesamte Bereich in den Zonen rund um St.Gallen seit Langem inkludiert, sodass nahe anreisende Personen den öffentlichen Verkehr bereits kostenlos nutzen konnten. Auch 24h-Shuttleangebote zum Hauptbahnhof St.Gallen waren bereits integriert.

Die Grundidee war, dass die Besucherinnen und Besucher unabhängig von ihrem Wohnort möglichst unkompliziert mit dem Zug anreisen und sich keine Gedanken über die An- und Rückreise machen müssen. Dahinter steht für uns auch ein starker Servicegedanke. Gleichzeitig spielt die ökologische Nachhaltigkeit eine wichtige Rolle. Als Festivalplattform erreichen wir viele junge Menschen und sehen es auch als unsere Aufgabe, sie entsprechend zu sensibilisieren. Das Ziel ist, die Nutzung des öffentlichen Verkehrs zu fördern und die Anreise mit dem Auto möglichst unattraktiv zu machen, allerdings nicht mit erhobenem Zeigefinger. Unser Ansatz ist vielmehr, mindestens ein gleich gutes oder besseres Gegenangebot zu schaffen. Deshalb reduzieren wir Parkplätze oder erhöhen Parkgebühren nur dann, wenn wir gleichzeitig ein deutlich besseres Alternativangebot mit Bahn, Bus oder Postauto bereitstellen können.

3. Das heisst, ihr habt parallel auch das Parkplatzangebot reduziert?

Deborah: Ja, jetzt auf das aktuelle Jahr 2026 hin wurde entschieden, nur noch 50 Prozent der bisherigen Parkplätze anzubieten. Aber bereits mit der vollständigen öV-Integration konnte man anhand der verkauften Parkkarten eine stetige Abnahme der Autonutzung beobachten. Die genauen Zahlen werde ich dir gerne per Mail nachreichen.

Pascal: Mit der Einführung der öV-Integration wurde zudem der Shuttle vom Parkplatz zum Festivalgelände bewusst gestrichen. Stattdessen beträgt der Fussweg nun etwa zehn Minuten. Damit wollten wir das Auto nicht attraktiver machen als nötig. Diese Einschränkungen wurden aber auch hier nur eingeführt, da wir eine bessere Alternative anbieten können. So lassen wir die Möglichkeit, mit dem Auto anzureisen, weiterhin bestehen, aber mit gewissen Einschränkungen beim Komfort.

4. Wie waren die Reaktionen der Personen, die mit dem Auto angereist sind? War ihnen im Voraus bewusst, dass es keinen Shuttle mehr gibt?

Pascal: Die Kommunikation mit dem Publikum ist für uns enorm wichtig. Im selben Jahr haben wir auch den Versand der Festivalbündel eingeführt. Das bedeutet, dass die Besucherinnen und Besucher ihre Bündel bereits im Voraus per Post erhalten und vor Ort nicht mehr zuerst das Ticket einlösen müssen. Zusammen mit dem Bündel werden viele Informationen verschickt, unter anderem zur Anreise, zum öV-Angebot, zu Parkplätzen und dazu, ob es einen Shuttle gibt oder nicht. Nach meiner Wahrnehmung und auch gemäss den Umfragen gab es dazu keine nennenswert negativen Rückmeldungen. Der zusätzliche Fussweg ist mit rund zehn Minuten aus unserer Sicht vertretbar.

5. Wie wurde die Integration organisatorisch und technisch umgesetzt?

Pascal: Das wurde in enger Absprache mit der SBB und RailAway umgesetzt. Die Vorgabe ist, dass trotz Integration ein Billett gelöst werden muss. Alle Personen mit einem Festivalticket erhalten dafür einen Code. Mit diesem Code können sie über die App ein Hin- und Rückfahrtbillett beziehen. Beim Zahlungsvorgang wird der Code eingegeben, wodurch das Billett kostenlos wird.

6. Was waren die grössten Herausforderungen bei der Einführung?

Pascal: Zum einen ganz klar die Finanzierung. Im Gegensatz zum Sport, der teilweise auf andere Fördergefässe zurückgreifen kann, gibt es im Kulturbereich nur sehr begrenzte Unterstützungsleistungen. Für uns bedeutet die Einführung deshalb einen erheblichen finanziellen Aufwand. Wir sind aber überzeugt, dass sich dieser langfristig lohnt und dass wir hier auch eine Verantwortung tragen.

Die zweite grosse Herausforderung war die technische Implementierung mit der SBB. Es musste geklärt werden, wie die Codes erstellt werden, ob generische oder individualisierte Codes verwendet werden und über welches System das Ganze läuft. Da wir bereits seit vielen Jahren mit der SBB und RailAway zusammenarbeiten, gab es einen engen Austausch mit den zuständigen IT-Stellen. Verschiedene Varianten wurden geprüft und das System wurde schrittweise weiterentwickelt. Anfangs arbeiteten wir mit generischen Codes, inzwischen mit individualisierten Codes, weil dies aus Systemsicht einfacher ist.

7. Hatte die Einführung Auswirkungen auf den Ticketpreis?

Pascal: Teilweise. Wir haben schon vorher einen Klimabeitrag ausgewiesen und diesen bei der Einführung von 3 auf 5 Franken erhöht. Das war die einzige direkte Anpassung im Zusammenhang mit der öV-Integration. Spätere Preiserhöhungen standen nicht in direktem Zusammenhang damit, sondern mit allgemein stark gestiegenen Produktionskosten.

8. Ist in Zukunft wegen dieser Zusatzkosten eine weitere Preiserhöhung geplant?

Pascal: Aktuell ist das nicht geplant. Wir haben in diesem Jahr bewusst keine Preiserhöhung vorgenommen, weil wir sehen, dass die Lebenshaltungskosten überall steigen und gerade junge Menschen nur ein begrenztes Budget haben. Wir bewegen uns aus unserer Sicht ohnehin bereits an einer sensiblen Obergrenze. Gleichzeitig kann ich nicht ausschliessen, dass es in Zukunft Anpassungen geben wird, da die allgemeine Kostenspirale weiterläuft, etwa bei Gagen, Infrastruktur oder Transport.

9. Kannst du sagen, in welcher Grössenordnung sich die Kosten der öV-Integration bewegen?

Pascal: Bei einem Festival mit rund 110'000 Besucherinnen und Besuchern über vier Tage sprechen wir von mehreren hunderttausend Franken.

10. Wie werden diese Kosten berechnet? Hängt das davon ab, von wo die Leute anreisen?

Pascal: Die Kosten werden von der SBB berechnet. Dabei gibt es verschiedene Modelle. Beim einen Modell gibt es eine Schlüsselberechnung, die etwa berechnet nach GA, Halbtax oder anderen Abonnements und macht damit eine Pauschalangebot. Bei uns ist es derzeit allerdings so, dass die realen Kosten verrechnet werden, also wenn beispielsweise jemand von Genf nach St.Gallen reist, werden die effektiven Kosten dieser Fahrt berücksichtigt.

11. Gewährt die SBB dafür einen Rabatt?

Pascal: Ja, über die Allianz SwissPass beteiligt sich die SBB mit 20 Prozent an den Gesamtkosten. Das entspricht dem gleichen Beitrag, den auch andere Festivals erhalten, wenn sie mit RailAway Reduktionen von 20 bis 50 Prozent anbieten. Beim OpenAir St.Gallen werden somit 20 Prozent der Gesamtkosten von der Allianz SwissPass getragen. Allerdings wird dieser Rabatt nur bei Festivals gewährt, welche ein junges Publikum haben, da diese Vergünstigung nur zur Sensibilisierung des jungen Publikums angeboten wird.

Deborah: Zusätzlich gibt es ein Kostendach, das bisher jedoch noch nie erreicht wurde.

Pascal: Darüber hinaus versuchen wir jeweils, auch Beiträge der öffentlichen Hand zu erhalten. In St.Gallen geschieht dies teils in Zusammenarbeit mit anderen Grossveranstaltungen wie dem FC St.Gallen, dem CSIO, der Olma oder dem Symposium. Dennoch trägt das Festival den grössten Teil der Kosten selbst.

12. Wie war die Akzeptanz bei den Besuchenden nach der Einführung 2024?

Pascal: Sehr positiv. Die Rückmeldungen zur öV-Integration waren erwartungsgemäss sehr gut. Für den grössten Teil der Besuchenden stellt das Angebot eine deutliche Verbesserung dar, weil insbesondere ohne Halbtax oder Verbundbillett relativ hohe Reisekosten anfallen würden. Deshalb wurde die vollständige Integration als klarer Mehrwert wahrgenommen.

13. Konntet ihr auch Veränderungen im Mobilitätsverhalten feststellen?

Deborah: Ja. Wir haben dazu Daten bis 2004 zurück. Seit der Einführung der 50-Prozent-Reduktion im Jahr 2014 und bis 2025 ist die öV-Nutzung von rund 72 Prozent auf aktuell 81,3 Prozent gestiegen. Wenn man noch weiter zurückgeht, sieht man sogar einen Anstieg von etwa 60 Prozent auf über 80 Prozent. Gleichzeitig ist der Anteil der Anreisen mit dem Auto deutlich zurückgegangen.

Allerdings zeigt sich auch, dass die letzten Prozente besonders schwierig zu beeinflussen sind. Im Jahr 2025 reisten noch rund 10 Prozent mit dem Auto an. Dabei handelt es sich häufig um Personen, die nur schwer vom Auto wegzubringen sind.

Pascal: Zusätzlich gibt es auch einzelne Personen, welche noch über Nacht nach Hause möchten und trotz des ausgebauten Angebots dies nicht mit dem öV machen können. Entsprechend ist es heute deutlich schwieriger, diese letzten 10 Prozent noch zum Umstieg zu bewegen, als dies früher bei höheren Anteilen möglich war.

14. Arbeitet ihr darauf hin, künftig gar keine Parkplätze mehr anzubieten?

Pascal: Wenn überhaupt, dann nur in sehr begrenztem Rahmen. Grundsätzlich streben wir diese Konsequenz schon an. Denn wenn wir einerseits ein attraktives öV-Angebot schaffen, ist es schwierig zu rechtfertigen, gleichzeitig weiterhin hohe Kosten für zusätzliche Parkplatzlösungen zu tragen.

15. Wenn man das mit anderen Veranstaltern in der Schweiz vergleicht: Was sind aus eurer Sicht die grössten Hemmnisse, dass solche Modelle nicht breiter eingeführt werden?

Pascal: An erster Stelle stehen ganz klar die Kosten. Daneben hängt es stark von der Grösse, dem Standort und der Erreichbarkeit eines Festivals ab. Wenn ein Gelände schlecht erschlossen ist, braucht es ohnehin Shuttlebusse oder andere Zusatzlösungen, was wiederum zusätzliche Mittel bindet. Bei Stadtfestivals ist es oft einfacher, weil dort sowieso weniger Parkraum vorhanden ist.

Ein weiterer Punkt ist die Haltung der Veranstalter. Beim OpenAir St.Gallen gehört es zur Überzeugung, gesellschaftliche Themen aktiv aufzugreifen und die eigene Plattform dafür zu nutzen. Diese Haltung ist nicht bei allen Festivals gleich ausgeprägt. Trotzdem würde ich sagen, dass bei etwa 95 Prozent der Fälle letztlich die Kosten ausschlaggebend sind. Viele Festivals operieren am Limit und sind Hochrisikogeschäfte. Deshalb sind zusätzliche Kosten oft schlicht nicht tragbar.

16. Würden mehr Veranstalter solche Modelle umsetzen, wenn die Allianz SwissPass oder andere Stellen höhere Beiträge leisten würden?

Pascal: Ja, das wäre ein enorm wichtiger Hebel. Es würde die Einstiegshürde senken und die Umsetzung partnerschaftlicher machen. Letztlich betrifft das Thema nicht nur eine kleine Gruppe, sondern die Gesellschaft insgesamt. Unsere Daten zeigen klar, dass der grösste Teil der Emissionen im Eventbereich aus dem Transport stammt. Deshalb ist genau dort der grösste Hebel vorhanden. Entsprechend sollte dies auch gesellschaftlich und politisch als gemeinsames Anliegen verstanden werden.

17. Ich habe auch mit Nationalrat Martin Candinas gesprochen. Er sagte, es brauche eine ausgewogene Lösung zwischen Transportunternehmen, Veranstaltern und Besuchenden. Würdest du das bestätigen?

Pascal: Grundsätzlich ja, wobei aus meiner Sicht noch ein vierter Akteur dazukommt: die Politik. Es braucht ein Zusammenspiel zwischen Politik, Transportunternehmen, Veranstaltern und Publikum. Nur so kann eine tragfähige Lösung entstehen. Die Politik ist dabei besonders wichtig, weil viele Transportunternehmen zumindest teilweise staatlich organisiert sind und politische Vorgaben deshalb einen grossen Hebel haben.

18. Unter welchen Voraussetzungen könnte sich das Modell der vollintegrierten Tickets schweizweit stärker durchsetzen?

Pascal: Es müsste finanziell attraktiver gemacht werden, sei es durch Angebote der SBB oder anderer Transportunternehmen. Zudem müsste die technische Umsetzung einfach und unabhängig vom jeweiligen Ticketsystem möglich sein. Veranstalter müssten solche Tools unkompliziert nutzen können. Ausserdem braucht es klare Verteilungsschlüssel. Mittelfristig ist aber auch die Politik gefragt, indem sie entweder klare Rahmenbedingungen schafft oder gezielte Förderinstrumente einführt, etwa einen öV-Fonds für Kulturveranstaltungen. Ohne solche Zuschüsse wird sich das Modell kaum flächendeckend durchsetzen.

10.2.3 Interview 3: Vladimir Tajsić (Eventlocation)

Experteninterview mit Vladimir Tajsić. Er ist bei der Eventlocation THE HALL als Leiter Public Events tätig.

Montag, 13. April 2026 um 10:00 Uhr bei THE HALL in Dübendorf

Das folgende Transkript dokumentiert ein im Rahmen dieser Diplomarbeit durchgeführtes Experteninterview. Da das Gespräch in Schweizerdeutsch geführt wurde, erfolgte für die schriftliche Verwendung eine sinngemässe Übertragung in geglättetes Hochdeutsch. Zur besseren Lesbarkeit wurden sprachliche Wiederholungen, Füllwörter und dialektbedingte Ausdrucksweisen leicht redaktionell angepasst, wobei die inhaltliche Aussage unverändert beibehalten wurde.

1. Seit wann hat THE HALL die Integration der ZVV-Zonen im Veranstaltungsticket integriert?

Das läuft seit September 2022. Also jetzt etwas mehr als drei Jahre.

2. Warum habt ihr das nur mit dem ZVV und nicht gesamtschweizerisch gemacht? Was waren da die Überlegungen?

Das hat verschiedene Gründe. Einerseits war das schon von Anfang an eine Auflage der Stadt Dübendorf im Zusammenhang mit der Baubewilligung. Das geht zurück ins Jahr 2014. Eröffnet wurde die Halle 2017. Damals hat man es aber noch nicht geschafft, diese Integration umzusetzen. Dann gab es 2021 einen Betreiberwechsel. Wir als neue Betreiber haben in der Gemeinde festgestellt, dass diese Auflage noch nicht erfüllt war. Dann war es mein Job, diese Ticketintegration voranzutreiben, damit sie so schnell wie möglich umgesetzt wird.

Eine Auflage der Stadt Dübendorf war, dass alle Zonen des ZVV integriert werden. Das war in diesem Sinn klar. Sonst hätte man vermutlich gar nicht bauen dürfen beziehungsweise hätte man die Baubewilligung in dieser Form wohl nicht erhalten. Das heisst, von Anfang an war klar, dass es verschiedene Bedingungen gibt. Eine davon war, dass, wenn man schon direkt beim Bahnhof Stettbach ist, das Billett integriert werden soll. Jedes Ticket, welches für einen öffentlichen Anlass verkauft wird, sollte ein ZVV-Billett beinhalten. Und zwar nicht nur für die Zonen 110 und 121, sondern für alle Zonen des ZVV-Netzes.

Zu diesem Zeitpunkt war das aber noch nicht umgesetzt. Dann ging es darum, dass viele Konzerte bereits im Verkauf waren. Das war noch während der Corona-Zeit und wir hatten sehr viele verschobene Konzerte. Alle Konzerte, die seit 2019 oder 2020 schon im Verkauf waren und noch

nicht stattgefunden hatten, konnten davon natürlich noch nicht profitieren. Das heisst, es konnte erst für alle Konzerte gelten, die neu in den Vorverkauf kamen. Erst dann konnten die Tickets integriert sein.

Das bedingt aber die Zustimmung des Veranstalters. Der Veranstalter muss diese 2 Franken 50 auf das Ticket aufschlagen. Und jetzt kommen wir zum Grund, weshalb wir nur den ZVV gewählt haben. Wir mussten mit allen Veranstaltern Verträge zusammen mit der VBG beziehungsweise dem ZVV abschliessen, damit vertraglich festgehalten ist, dass diese 2.50 Franken zusätzlich anfallen. Diese 2.50 Franken sind für die Veranstalter beziehungsweise für die Konsumenten noch einigermaßen tragbar.

Wenn wir hingegen mit der SBB zum Beispiel das ganze Netz mit einer 20-Prozent-Lösung hätten integrieren wollen, dann hätte das ein Pauschalbetrag von 400'000 Franken bedeutet. Alternativ hätte man eine Abrechnung machen können, je nachdem, wie viele Leute diese 20 Prozent überhaupt in Anspruch nehmen. Aber das wären sehr hohe Beträge gewesen, die wir hätten zahlen müssen. Diese Kosten hätten wir den Veranstaltern nicht einfach auferlegen können. Dann wäre das Ticket vielleicht 9, 10 oder sogar 20 Franken teurer geworden. Das war keine Option.

Darum war klar, dass für uns nur die Lösung Sinn macht, die auch von der Stadt gefordert wurde: die Ticketintegration im ZVV. Und das haben wir dann Schritt für Schritt umgesetzt.

3. Und im Hinblick, dass die Stadt dies fordert, hat sie sich auch finanziell daran beteiligt? Also hat sie euch auch unterstützt?

Das ist ein guter Gedanke, aber nein, das war für uns nie ein Thema. Es war einfach klar, dass die Stadt das im Rahmen der Baubewilligung gefordert hat. Dass sich die Stadt daran finanziell beteiligen könnte, war nie ein Gedanke. Man hat das von Anfang an auf die Konsumenten überwälzt, aber eben auch als Mehrwert verkauft. Denn eine ZVV-Tageskarte hat eigentlich einen Wert von 35.60 Franken. Unsere Aufgabe war in der Kommunikation vor allem, dass die Leute wissen, dass sie in ihrem Konzertticket einen Fahrausweis integriert haben. Denn viele wissen bis heute nicht, dass sie diesen Fahrausweis überhaupt drin haben. Wir kommunizieren es bei jedem Konzert. Mehrmals. Wir machen Instagram-Posts, es steht auf unserer Website, im Newsletter und in den Infomails, die die Leute vom Veranstalter erhalten. Auch auf dem Ticket steht es drauf, aber viele schauen das Ticket gar nicht genau an. Und bei denjenigen, die es übers Wallet nutzen, sieht man es teilweise gar nicht. Je nachdem, wie das Wallet-Ticket bei Ticketmaster aussieht, steht es manchmal drauf, bei Ticketcorner teilweise noch nicht. Da sind wir laufend daran, das zu verbessern. Aber bei Print-at-Home-Tickets oder physischen Tickets, die zugeschickt werden, sieht man es.

4. Du hast gesagt, die Überlegungen ausserhalb der ZVV-Zonen waren eine 20 Prozent Reduktion und keine Vollintegration?

Genau. Es gab einmal eine Phase, das war von Oktober 2019 bis Februar 2020, respektive eigentlich bis Ende März, aber dann kam Corona. Damals noch im Namen der Samsung Hall gab es eine Testphase mit 10 Prozent Rabatt. Man wollte wissen, wie teuer das wäre und wie viele Leute es überhaupt nutzen würden. Schlussendlich haben nur etwa 1,4 bis 1,7 Prozent der Leute dieses Angebot genutzt. Das war extrem wenig. Ich glaube, es waren etwa 900 Personen von 50'000 Zuschauern.

Trotzdem hat das die Samsung Hall bereits rund 3'000 Franken gekostet. Denn man muss die Differenz dieser 10 oder 20 Prozent ja irgendwie bezahlen. Wenn jemand aus Genf oder Lausanne kommt, sind diese 20 Prozent sehr teuer. Irgendjemand muss das tragen. Für einen Betrieb wie uns mit über 200'000 Besuchenden im Jahr wäre das viel zu teuer.

Man hat damals gemerkt, dass selbst 10 Prozent zu wenig attraktiv sind, damit die Leute überhaupt auf die Website gehen, einen Code eingeben oder das Angebot über RailAway nutzen. Es müssten also mindestens 20 Prozent sein. Aber dann werden die Kosten extrem hoch. Niemand kann oder will das tragen, weder der Veranstalter noch der Konsument. Der Konsument profitiert zwar von einem günstigeren Preis, aber irgendjemand muss die Differenz zahlen. Und wir als Betrieb konnten das nicht übernehmen.

Wir waren dann immer wieder im Gespräch mit der Stadt. RailAway war zwar immer ein Thema. Es läuft ja bis heute so, dass wir in diesem Sinn gegenseitig Werbung machen. Leute können über die RailAway-Seite ein Zugticket kaufen, aber eben ohne Ermässigung. Man musste also abwägen: RailAway oder ZVV. Und weil RailAway selbst gesagt hat, dass das mehrere Hunderttausend Franken kosten würde und weil beide Angebote einander gegenseitig konkurrenzieren würden, war klar: Wir müssen uns auf das konzentrieren, was die Stadt verlangt, nämlich den ZVV.

5. Und die heutige Integration mit dem ZVV: Läuft das alles direkt über den ZVV? Oder habt ihr da doch eine Zusammenarbeit mit RailAway?

Das läuft direkt über die VBG, also die Verkehrsbetriebe Glattal AG, die Teil des ZVV sind. Die Veranstalter, vor allem die älteren, haben schon seit ein paar Jahren entsprechende Verträge, und jeder neue Veranstalter muss zuerst einen Vertrag abschliessen. Es gibt einen Vertrag mit uns, um die Halle überhaupt nutzen zu können, und zusätzlich einen Vertrag mit der VBG, in dem geregelt ist, dass diese 2.50 Franken auf das Ticket aufgeschlagen werden müssen.

Ob der Veranstalter diese 2.50 Franken dem Kunden weiterverrechnet oder selbst übernimmt, ist seine Entscheidung. Wenn jemand sagt, ein Ticket kostet 80 Franken und soll nicht 82.50 kosten, dann übernimmt der Veranstalter diese 2.50 Franken eben selbst. Andere schlagen es auf den Ticketpreis drauf. Beide Varianten gibt es.

Wichtig ist aber: Es muss ein Vertrag mit der VBG bestehen. Vorher dürfen die Tickets gar nicht in den Verkauf. Wir und die VBG müssen zudem jedes Musterbillet sehen, bevor es in den Vorverkauf geht. Darauf muss klar erkennbar sein, dass die ZVV-Integration enthalten ist. Erst dann darf das Ticket verkauft werden.

In der Anfangsphase war es ein riesiger Kampf, bis wir alle Veranstalter dazu gebracht hatten. Vor allem die alteingesessenen. Aber letztlich mussten sie es machen, denn es ist eine Auflage der Stadt Dübendorf. Ohne diese Regelung dürften wir gar keine Konzerte veranstalten. Es war also ein langer Weg, bis das überall umgesetzt war. Aber heute haben am Ende alle unterschrieben, und für neue Veranstalter ist das inzwischen selbstverständlich. Wer bei uns ein Konzert veranstalten will, muss das akzeptieren.

Ein Konsument, der ohnehin 75 Franken bezahlt, wird sich wegen 2.50 Franken kaum anders entscheiden. Wichtig ist einfach, dass man kommuniziert, dass ein Fahrausweis darin enthalten ist, der deutlich mehr wert ist.

6. Das ist gerade spannend im Hinblick auf eine Frage, bezüglich meiner Umfrage. In meiner Umfrage zeigte sich, dass die Mehrheit der Befragten bereit wäre, für ein integriertes Eventticket einen Aufpreis von 10 Franken zu bezahlen. Wie schätzt du die Zahlungsbereitschaft der Besucherinnen und Besucher ein?

10 Franken, wenn dafür eine Tageskarte für die ganze Schweiz integriert wäre, also ohne zusätzliche Kosten und unabhängig davon, ob jemand Halbtax oder GA hat, das wäre natürlich attraktiv. Ich kann mir vorstellen, dass das für die Leute ein gutes Angebot wäre. Bei uns kommen inzwischen etwa drei Viertel der Leute mit dem öffentlichen Verkehr und ein Viertel mit dem Auto. Das ist aber je nach Konzert unterschiedlich. Bei manchen Veranstaltungen liegt das Verhältnis bei 80 zu 20, bei anderen eher bei 60 zu 40. Es hängt sehr stark von der Zielgruppe ab, davon, woher die Leute anreisen und wie gross die Ausstrahlung des Konzerts ist. Wenn Leute aus Italien, Frankreich, Vorarlberg oder Süddeutschland kommen, dann reisen viele mit dem Auto an.

Wenn man sich die 70 bis 75 Prozent anschaut, die ohnehin mit dem ÖV kommen, dann könnte man denken: Für diese Leute wären 10 Franken mehr okay, wenn das schweizweite Ticket

integriert wäre. Das wäre für sie oft sogar günstiger als eine separate Hin- und Rückfahrt. Aber diese 10 Franken reichen bei weitem nicht, um die tatsächlichen Kosten abzudecken.

Wenn man ein Konzert mit 5'000 Personen nimmt, dann bringen 10 Franken pro Ticket 50'000 Franken. Damit kommt man aber noch lange nicht hin. Man muss die Kosten ja auf alle verteilen, obwohl nur ein Teil das Angebot tatsächlich nutzt. Das wäre also eine Mischrechnung, ähnlich wie heute beim ZVV, aber auf viel höherem Niveau. Wenn man annimmt, dass zusätzlich 30 Franken pro Person gedeckt werden müssten, dann wären das bei 5'000 Personen bereits 150'000 Franken. Selbst wenn sich SBB, Stadt oder andere beteiligen würden, bleibt das ein sehr hoher Betrag pro Konzert. Als Halle könnten wir das nie übernehmen.

Darum scheitert es letztlich an dieser Frage: Wer übernimmt den Rest? Da bräuchte es wohl den Bund oder einen Sponsor, der sagt, wir finanzieren einen grossen Teil davon.

7. Ich habe dazu auch mit Nationalrat Martin Candinas gesprochen. Er meinte, der Bund unterstütze die ÖV-Branche ja bereits stark und es wäre wichtig, dass die ÖV-Branche attraktive Angebote für Veranstalter schafft. Er hat betont, dass das Zusammenspiel zwischen Transportunternehmen, Veranstaltern und Besuchenden entscheidend sei. Also dass diese drei Akteure gemeinsam etwas beitragen. Siehst du das auch so?

Wahrscheinlich braucht es trotzdem zusätzlich einen Topf. Ich kann mir schon vorstellen, dass die Transportunternehmen etwas beitragen würden, also beispielsweise die SBB oder bei uns VBG und ZVV. Das machen sie heute ja bereits. Beim ZVV ist der Wert des Tickets ein Vielfaches dessen, was der Konsument effektiv zahlt. Auch der Konsument trägt seinen Teil bei, und wir als Halle haben ebenfalls Aufwand.

Das eigentliche Problem liegt aber bei den Veranstaltern. In unserer Branche gibt es zwar grosse Bestrebungen im Bereich Nachhaltigkeit. Gerade in der Event- und Konzertbranche ist Nachhaltigkeit ein wichtiges Thema, auch wegen der CO₂-Belastung. Man versucht an vielen Orten, Verbesserungen umzusetzen. Aber die Realität ist: Diese Branche ist finanziell extrem unter Druck. Nach Corona ist alles teurer geworden. Das Personal ist teurer geworden, und es gibt weniger Personal, weil viele Leute in andere Branchen gewechselt haben. Die Gagen der Künstler sind gestiegen, Tourneen und Produktionen sind teurer geworden, Materialien ebenfalls.

Das heisst, Veranstalter müssen auf jeden Franken schauen. Wenn sie zusätzlich noch 20 oder gar 50 Prozent eines integrierten Tickets mitfinanzieren müssten, dann könnten manche gar keine Konzerte mehr durchführen. Die Margen sind extrem klein. Vieles läuft mit sehr viel Leidenschaft

und Herzblut, aber finanziell ist es sehr knapp. Wenn dann noch zusätzliche Mobilitätskosten dazukommen, stossen viele Veranstalter an ihre Grenzen.

Schon bei den 2.50 Franken für den ZVV gab es Widerstand. Und das ist ja nur ein regionales Ticket. Ein schweizweites SBB-Ticket wäre nochmals eine ganz andere Dimension. Deshalb denke ich: Ohne einen substanziellen Beitrag von Bund oder anderen Geldgebern funktioniert das nicht.

8. Sind Veranstalter immer direkt beim Künstler angesiedelt, also Management oder Agenturen?

Das sind zwei verschiedene Dinge. Der Künstler hat meist ein Management oder eine Agentur, manchmal auch sehr grosse internationale Agenturen, die Tourneen organisieren. Diese sagen dann zum Beispiel: Künstler X geht auf Europatournee und braucht in jedem Land lokale Veranstalter. Diese lokalen Veranstalter führen das Konzert dann vor Ort durch. Sie buchen die Halle, machen die Werbung, stellen alles bereit, damit die Produktion stattfinden kann.

Die Schweiz ist dabei ein spezieller Markt. Einerseits ist sie attraktiv, weil hier hohe Ticketpreise möglich sind. Andererseits ist sie klein. Unsere grösste Arena ist das Letzigrund mit 50'000 Plätzen, während Wembley 90'000 fasst. Unsere grösste Halle ist das Hallenstadion mit knapp 15'000 Plätzen. Andere Länder haben zahlreiche Hallen mit 20'000 oder 25'000 Plätzen. Für viele Künstler reicht die Schweiz aber trotzdem.

In der Schweiz gibt es vielleicht sechs oder sieben grössere Veranstalter, die internationale Künstler in die Schweiz holen. Unser direkter Kontakt ist deshalb vor allem mit diesen lokalen Veranstaltern. Wir als Halle haben in der Regel keinen direkten Kontakt mit den Künstlern oder ihren internationalen Managements, sondern mit den lokalen Veranstaltern und deren Produktionsteams.

Teilweise gibt es auch Veranstalter aus dem Ausland, die direkt bei uns anfragen. Das kommt in letzter Zeit häufiger vor, etwa aus Frankreich, dem Balkan oder Deutschland. Das ist meist komplizierter, weil andere Vorstellungen, Gepflogenheiten und Erwartungen bestehen.

9. Ich habe dazu auch mit Pascal Frei von der Gadget Entertainment Group AG gesprochen. Er meinte ebenfalls, dass Veranstalter nicht einfach den Ticketpreis erhöhen können, um den ÖV mitzufinanzieren. Liegt das daran, dass sie das gegenüber dem Management rechtfertigen müssten?

Ja, genau. Theoretisch könnten sie das schon, aber es müsste fast eine Auflage der Halle sein.

Der Veranstalter möchte grundsätzlich nicht einfach einen höheren Ticketpreis verlangen, weil er damit Kundschaft verlieren könnte. Und alles, was er macht, muss mit dem Management abgesprochen werden. Wenn er also den Preis erhöht und dem Management später erklären muss, dass ein Teil der Einnahmen an den ZVV abgeführt werden muss, dann wird es kompliziert. Das Management sieht zuerst einmal nur: Das ist unser Geld. Dann muss man erklären, weshalb ein Teil davon an jemand anderen geht.

Wir haben mit diversen Veranstaltern wie Gadget, Good News oder Live Nation darüber sprechen müssen und ihnen klarmachen, dass sie diese 2.50 Franken aufschlagen müssen, weil wir aufgrund der städtischen Auflage dazu verpflichtet sind. Hätten wir diese Auflage nicht, hätten sie das nicht gemacht.

Unser Argument war immer: Eure Kundinnen und Kunden profitieren ja davon. Sie können gratis beziehungsweise integriert ans Konzert fahren. Es ist also ein Service. Zwar zahlen sie etwas mehr, aber sie erhalten einen deutlich grösseren Mehrwert zurück. Diese 2.50 Franken sind eigentlich sehr wenig für das, was sie bekommen. Trotzdem musste man das immer wieder kommunizieren. Und wir merken inzwischen auch an den Zahlen, dass sich seit 2022 etwas verändert hat.

10. Was genau merkt ihr an den Zahlen?

Dass die Besuchenden mehr öV nutzen. Ich muss gegenüber der Stadt ein Verkehrsmonitoring führen. Auch das ist eine Auflage. Seit Herbst 2022 machen wir das systematisch. Wir haben dafür Feedback-Terminals mit einer deutschen Firma eingeführt. Am Anfang standen diese Terminals einfach da, und die Leute konnten freiwillig angeben, mit welchem Verkehrsmittel sie gekommen sind. Aber die Rücklaufquote war relativ tief, irgendwo bei 10 bis 20 Prozent.

Für die Stadt war das auf Dauer zu wenig. Deshalb haben wir später zwei Personen angestellt, die aktiv nachfragen und die Leute direkt anhalten. Das kostet natürlich Geld, rund 300 bis 400 Franken pro Abend. Aber seither sind die Zahlen besser.

Früher konnten die Leute sogar noch angeben, aus welchem Kanton oder welchem Land sie kommen, aber das war technisch zu umständlich und dauerte zu lange. Heute fragen wir nur noch nach dem Verkehrsmittel. So erhalten wir für jedes Konzert Daten dazu, wie viele Personen mit dem ÖV, dem Auto, als Mitfahrende, mit dem Motorrad, dem Velo oder zu Fuss gekommen sind.

Anhand dieser Daten konnten wir beobachten, wie sich die Verteilung seit 2022 verändert hat. Damals, als noch nicht alle Konzerte die ZVV-Integration hatten, lagen wir ungefähr bei 65 Prozent ÖV und 35 Prozent Auto. Heute sind wir im Schnitt bei etwa 75 Prozent ÖV und 25 Prozent

Auto. Das variiert zwar je nach Konzert um etwa fünf Prozent nach oben oder unten, aber insgesamt sieht man klar eine Veränderung.

Die Wahl des Verkehrsmittels hängt auch stark von der Zielgruppe, vom Wochentag und vom Charakter des Konzerts ab. Junge Zielgruppen kommen eher mit dem öV. Bei Konzerten mit überregionaler Ausstrahlung und Gästen aus Westschweiz oder Ausland kommen mehr Leute mit dem Auto. Trotzdem sehen wir insgesamt schon, dass die öV-Nutzung gestiegen ist.

11. Wenn du die Wochentage vergleichst, wann kommen mehr mit dem öV?

Am Wochenende kommen viele mit dem ÖV, auch weil sie vielleicht Alkohol trinken und am nächsten Tag frei haben. Unter der Woche ist das anders. Wenn jemand aus Genf, Vorarlberg oder von weiter her an einem Mittwoch anreist und weiss, dass das Konzert bis um halb zwölf dauert, dann kommt diese Person eher mit dem Auto, weil die Rückreise mit dem Zug am gleichen Abend gar nicht mehr möglich ist.

Ausserdem haben wir inzwischen genügend Daten, um ziemlich gut abschätzen zu können, welche Bands welche Zielgruppen anziehen und wie die Leute anreisen. Wenn eine Band nach zwei oder drei Jahren wiederkommt, können wir die früheren Daten anschauen. Dann wissen wir beispielsweise, bei diesem Konzert kamen damals besonders viele Autos. Wenn die Band nun bekannter geworden ist und mehr Leute anzieht, dann können wir davon ausgehen, dass wir diesmal noch mehr Autos erwarten müssen.

In solchen Fällen mieten wir zusätzlich ein Parkhaus beim Mömax, etwa zehn Minuten zu Fuss entfernt. Dort können die Leute direkt von der Autobahn hinfahren. Das wird ausgeschildert. Das brauchen wir bei vielen Konzerten mit über 3'000 Personen, weil unser eigenes Parkhaus nicht ausreicht.

Dieses zusätzliche Parkhaus kostet 15 Franken, im Gegensatz zu 20 Franken bei uns vor Ort. Den Preis haben wir selbst festgelegt. Beim Mömax zahlen wir 10 Franken pro Parkplatz, also bleibt uns eine Marge von 5 Franken. Damit finanzieren wir den Verkehrsdienst vor Ort. Die Leute können dieses Parking sogar im Voraus reservieren und wissen dann, dass sie sicher einen Platz haben. Das reduziert Suchverkehr und entlastet die Zürichstrasse, was wiederum im Interesse der Stadt ist.

12. Gab es Überlegungen, die Parkpreise bei Konzerten mit besonders hohem Autoanteil dynamisch zu erhöhen?

Nein, das haben wir bisher nicht ernsthaft erwogen. Wir hatten ohnehin schon das Gefühl, dass das Parking eher teuer ist. Vor zwei Jahren haben wir den Preis von 15 auf 20 Franken erhöht. Das war bereits ein grosser Sprung. Und obwohl sich das inzwischen etabliert hat und die Leute trotzdem zahlen, wäre eine weitere Erhöhung wohl heikel.

13. Pascal Frei hat mir im Interview zum OpenAir St.Gallen gesagt, dass sie dort seit 2024 eine schweizweite Integration haben. Gleichzeitig haben sie die Parkpreise erhöht und das Parkplatzangebot reduziert. Da mit dem Alternativangebot der Vollintegration ein Mehrwert geboten wird. Ist so etwas für euch auch denkbar?

Nein, beim OpenAir St.Gallen ist das etwas anderes. In einem Festivalsetting kann man eine Vollintegration eher umsetzen. Ein Teil der Kosten ist dort sicher im Festival- oder Tagespass enthalten. Gadget übernimmt vermutlich auch selbst einen Teil, und vermutlich beteiligen sich auch Partner aus dem Verkehrsbereich. Zudem hat eine solche Lösung einen grossen Marketingwert. Man kann sagen: «Du reist gratis mit dem ÖV ans OpenAir St.Gallen.» Das ist kommunikativ natürlich sehr stark.

Bei uns ist die Situation aber anders. Wir haben rund 70 Konzerte pro Jahr mit etwa 20 verschiedenen Veranstaltern. Für einzelne Shows ist eine solche Vollintegration praktisch unmöglich. Man könnte das vielleicht mit einzelnen Veranstaltern machen, aber dann würden die Ticketpreise deutlich steigen. Und wenn ein Ticket plötzlich 90 statt 70 Franken kostet, verliert man Publikum. Das dann noch dem Management und dem Künstler zu erklären, wäre extrem schwierig.

14. Macht ihr sonst noch weitere Massnahmen, um den motorisierten Individualverkehr zu reduzieren?

Eigentlich sind die wichtigsten Hebel der Preis, die Distanz zum zusätzlichen Parkhaus und die Attraktivität des ÖV durch die ZVV-Integration. Früher hatten wir zusätzliche Parkmöglichkeiten direkt nebenan, etwa 140 Plätze, die inzwischen wegen Umbauten nicht mehr verfügbar sind. Auch andere Parkplätze in der Umgebung sind weggefallen. Deshalb hat sich das Angebot näher an die Autobahn verlagert, was aus unserer Sicht eigentlich besser ist, aber uns auch Geld kostet. Daher nutzen wir dieses zusätzliche Parkhaus nur wenn wir wirklich wissen, dass mehr Personen mit dem Auto anreisen werden.

Unser eigenes Parkhaus ist bei den meisten Konzerten praktisch voll. Deshalb haben wir gar nicht die Möglichkeit, sehr viel mehr Autoverkehr direkt vor Ort abzuwickeln. Insgesamt versuchen

wir eher, den ÖV attraktiver zu machen und immer wieder darauf hinzuweisen, dass der Fahrausweis im Ticket enthalten ist.

15. Zum Schluss noch einmal grundsätzlich: Unter welchen Voraussetzungen könntest du dir vorstellen, dass eine schweizweite Lösung in Zukunft funktionieren könnte?

Es bräuchte vor allem finanzielle Unterstützung. Ich finde die Idee grundsätzlich super, aber irgendjemand muss es bezahlen. Unsere eigenen Berechnungen mit RailAway haben gezeigt, dass schon eine 20-Prozent-Lösung Kosten von über 400'000 Franken verursachen würde. Das könnten wir als Halle niemals tragen.

Auch die Veranstalter könnten das nicht. Und beim Konsumenten ist die Grenze irgendwann erreicht. Konzerttickets sind ohnehin schon deutlich teurer geworden. Künstler verlangen mehr, Produktionen werden teurer, alles wird teurer. Irgendwann sagt der Konsument dann: Früher bin ich an sieben Konzerte pro Jahr gegangen, heute kann ich mir vielleicht noch zwei leisten.

Wenn man auf diese ohnehin steigenden Ticketpreise jetzt noch einmal 20 oder 30 Franken für eine schweizweite öV-Lösung draufschlagen müsste, dann wäre die Schmerzgrenze vieler Leute wohl erreicht. Deshalb glaube ich, dass ohne substanzielle Beiträge von Bund, SBB oder anderen Partnern wird eine solche Lösung nicht realistisch sein.

10.3 E-Mail-Korrespondenz

10.3.1 Aline Stalder, Junior Projektleiterin beim Hallenstadion Zürich

Janine Rosenast

Von: Stalder Aline <stalder@hallenstadion.ch>
Gesendet: Mittwoch, 8. April 2026 14:10
An: Janine Rosenast
Betreff: WG: Fragen zum Thema nachhaltige Mobilitätslösungen

Guten Tag Frau Rosenast

Finden Sie unsere Antworten unten:

1. Welche Rolle spielt die Besucheranreise innerhalb der Nachhaltigkeitsstrategie des Hallenstadions?
Da ein grosser Teil der Emissionen bei Events durch die An- und Abreise entsteht, ist die Mobilität der Gäste ein entscheidender Hebel für die Nachhaltigere Events. Wir können aber nur beschränkt Einfluss auf die Anreise der Besuchenden nehmen.
2. Welche Massnahmen werden aktuell eingesetzt, um die Anreise mit dem öffentlichen Verkehr zu fördern?
Wir setzen kommunikativ Massnahmen auf unseren Sozialen Medien und versenden diese mit den Konzertinformationen an die Besuchenden per Mail. Auf der Website verweisen wir ebenfalls darauf hin.
3. Wie beurteilen Sie integrierte Eventtickets mit eingeschlossener öV-Anreise (z. B. innerhalb der ZVV-Region oder schweizweit) im Kontext des Hallenstadions?
Wir sind uns sicher, dass damit noch mehr Besuchende mit dem ÖV anreisen würden.
4. Wer entscheidet bei Konzerten über die Einführung integrierter Eventtickets?
Der Veranstalter legt die Ticketpreise fest und verkauft diese und entscheidet somit auch darüber.
5. Wo sehen Sie die grössten Hürden bei der Umsetzung solcher integrierter Lösungen (insbesondere auf nationaler Ebene)?
Die Kosten, es stellt sich immer die Frage, wer die Kosten für integrierte Lösungen übernimmt.
6. Welche Partner wären aus Ihrer Sicht für die Einführung eines solchen Modells besonders entscheidend?
SBB und weitere Verkehrsbetriebe
7. Könnte sich das Hallenstadion vorstellen, künftig standardmässig bei Konzerten integrierte Konzerttickets einzuführen?
Wir haben diese Möglichkeiten bereits geprüft und sind immer an einer guten Lösung interessiert.
8. Welche Rahmenbedingungen müssten sich in der Schweiz verändern, damit nachhaltige Mobilitätslösungen bei Veranstaltungsorten wie dem Hallenstadion noch häufiger umgesetzt werden können?
Die Kosten für den Öffentlichen Verkehr müssen sinken.

Ich hoffe Ihnen mit diesen Angaben zu helfen.

Freundliche Grüsse
Aline

HALLENSTADION Zürich | Junior Projektleiterin
D +41 44 316 77 08 | T +41 44 316 77 77 | stalder@hallenstadion.ch

10.3.2 Heidi Hadorn, Sponsoring & Events bei der Thunerseespiele AG

Janine Rosenast

Von: Heidi Hadorn <heidi.hadorn@fbm.ch>
Gesendet: Freitag, 23. Januar 2026 14:38
An: Janine Rosenast
Betreff: AW: Auskunft für meine Diplomarbeit

Sie erhalten nicht häufig E-Mails von heidi.hadorn@fbm.ch. [Erfahren Sie, warum dies wichtig ist](#)

Guten Tag Frau Rosenast

Vielen Dank für Ihre Anfrage und Ihr Interesse im Zusammenhang mit Ihrer Diplomarbeit.

Sie erinnern sich korrekt: In der Vergangenheit war die Fahrt ab/bis Thun Bahnhof bis zum Seespielgelände in jedem Ticket der Thunerseespiele integriert. Aktuell ist dies nicht mehr der Fall.

Einer der Gründe dafür liegt in der bestehenden Libero-Verbundlösung, von der bereits ein grosser Teil unserer Besucherinnen und Besucher profitiert. Konkret behalten Tickets für Besucherinnen und Besucher aus dem Libero-Gebiet, die mit dem öffentlichen Verkehr anreisen, ihre Gültigkeit bis/ab Seespielgelände (integriertes City-Ticket). Vor diesem Hintergrund haben wir uns entschieden, künftig einen ergänzenden Ansatz für Personen ausserhalb des Libero-Gebiets zu prüfen. Dieser Ansatz wird derzeit final ausgearbeitet und ab Frühling 2026 kommuniziert. Die Anreise mit dem öffentlichen Verkehr bleibt für uns weiterhin ein zentrales Anliegen.

Ich hoffe, diese Rückmeldung hilft Ihnen weiter. Für Ihre Diplomarbeit wünsche ich Ihnen viel Erfolg.

Heidi Hadorn
Sponsoring & Events

thunerseespiele.ch



Von: Janine Rosenast <janine.rosenast@student.ist-edu.ch>
Gesendet: Freitag, 23. Januar 2026 13:13
An: Silvia Burkhard <silvia.burkhard@fbm.ch>
Betreff: Auskunft für meine Diplomarbeit

Guten Tag Frau Burkhard

Ich schreibe aktuell meine Diplomarbeit an der IST AG - Höhere Fachschule für Tourismus & Outdoor Zürich zum Thema «Events und Mobilität vereint – Chancen und Herausforderungen integrierter Ticketlösungen».

Habe ich korrekt in Erinnerung, dass früher beim Ticket der Thunerseespiele der öffentliche Verkehr integriert war? Ich habe gesehen, dass dies aktuell nicht mehr der Fall ist.

Für meine Arbeit wäre es sehr wertvoll zu erfahren, was der Grund für diese Änderung war, welche Vor- und Nachteile die Integration des öffentlichen Verkehrs mit sich brachte und wie der endgültige Entscheid zustande gekommen ist.

Ich freue mich auf Ihre Rückmeldung und wünsche ein schönes Wochenende.

Freundliche Grüsse

Janine Rosenast

11 Selbständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der von der IST AG zugelassenen Hilfsmittel sowie zulässiger Unterstützung Dritter verfasst habe. Dabei habe ich die Richtlinien zur Nutzung von KI- und GenKI-Tools vollständig eingehalten. Alle verwendeten Quellen und Hilfsmittel sind vollständig, korrekt und zitierfähig angegeben.

Ich verpflichte mich, das Vertraulichkeitsinteresse eines allfälligen Auftraggebers sowie aller weiteren beteiligten Personen und Organisationen zu wahren und die Urheber- und Nutzungsrechte gemäss den Bestimmungen der IST AG einzuhalten.

Zudem versichere ich, dass ich diese Arbeit in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsinstanz vorgelegt habe und keine weiteren unerlaubten Hilfsmittel eingesetzt wurden.

Mir ist bekannt, dass diese Erklärung Voraussetzung für die Bewertung der Arbeit ist. Sollte sich nachträglich herausstellen, dass die Angaben in dieser Erklärung nicht der Wahrheit entsprechen, kann dies zu schwerwiegenden Konsequenzen führen – bis hin zur Aberkennung des Abschlusses. Die Kosten für eine allfällige Überprüfung werden in diesem Fall nach Aufwand in Rechnung gestellt.

Suhr, 20. April 2026

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'J. Rosenast', written in a cursive style.

Janine Rosenast