

TÄTIGKEITSBERICHT

2025



Vorwort

Frimobil kann auf ein solides Jahr 2025 zurückblicken, in dem sich der starke Anstieg der Vorjahre fortgesetzt hat.

Dank des natürlichen Marktwachstums sowie der während des ganzen Jahres umgesetzten Marketingmassnahmen zur Gewinnung neuer Abonnantinnen und Abonnenten schloss Frimobil das Jahr im Vergleich zu 2024 mit einem Umsatzplus von 0.5% ab (+0.8% unter Berücksichtigung des Halbtax-Anteils). Ohne Berücksichtigung der doppelten Verbuchung der Abonnemente für Asylsuchende¹ im Jahr 2024 hätte Frimobil das Jahr im Vergleich zu 2024 mit einem Umsatzplus von 2% abgeschlossen (+2.3% unter Berücksichtigung des Halbtax-Anteils).

Das gute Ergebnis ist zum einen auf den Anstieg der Verkäufe von Jahres- und Monatsabonnements für Senioren, von FlexiAbos und JobAbos sowie von Frimobil+PubliBike-Jahresabonnements zurückzuführen und zum anderen auf den starken Absatz von Billetten und Tageskarten zum ermässigten Tarif. Dieser Punkt steht im Zusammenhang mit dem Erfolg des Angebots Halbtax PLUS.

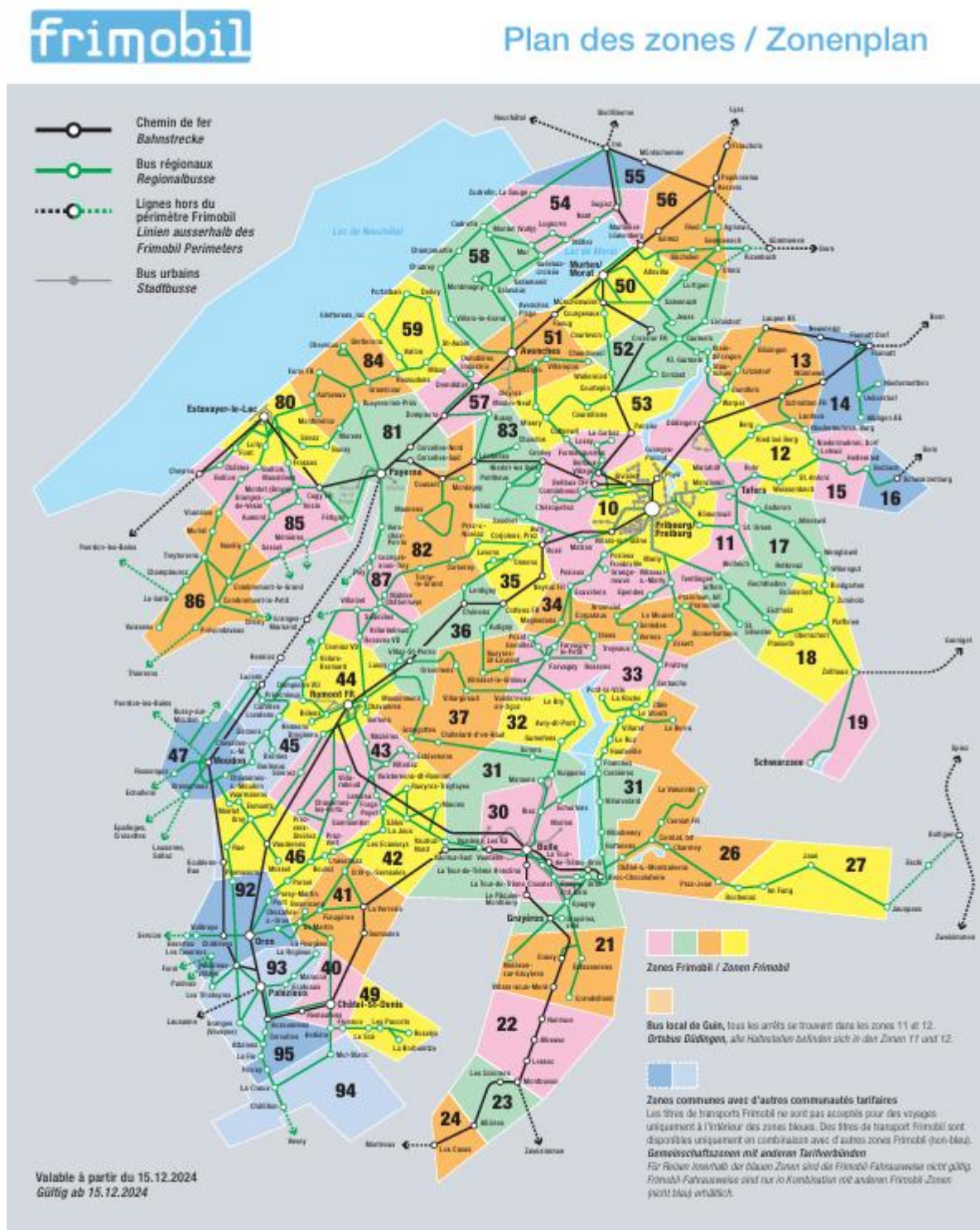
Auf Branchenebene verzeichnete der öffentliche Verkehr (öV) im Jahr 2025 einen Umsatz von 7.04 Milliarden Franken, was im Vergleich zu 2024 einer Steigerung um 4.6% (CHF 0.338 Milliarden) entspricht. Der Anteil des Nationalen Direkten Verkehrs (NDV) beträgt 4.46 Milliarden Franken und der Anteil der Verbünde 2.58 Milliarden Franken. Die wichtige Rolle, die Einzelbillette spielen, hat sich auch beim Umsatz bestätigt: Ihr Anteil lag bei rund 31%. Das Generalabonnement, das fast 20% des Umsatzes ausmacht, bleibt ein Schlüsselprodukt des Systems. Die Jahresabonnemente der Gemeinden und die Tageskarten vervollständigten das Angebot. Insgesamt verkaufte die Branche 295 Millionen Fahrkarten, davon waren 71% Einzelbillette. Auch die Tageskarten und Abonnemente machten einen bedeutenden Anteil der Nachfrage aus und deckten unterschiedliche Mobilitätsbedürfnisse ab.

¹ Bis 2024 wurden die Abonnemente für Asylsuchende jeweils im Januar des jeweiligen Jahres verbucht. Ab dem Jahr 2025 gilt, dass die Abonnemente für Asylsuchende jeweils im Dezember eines Jahres für das Folgejahr verbucht werden (Dezember 2024 für das Jahr 2025 und so weiter). Dadurch wurden die Einnahmen im Jahr 2024 doppelt verbucht.³ Eine Genossenschaft zur gemeinsamen Nutzung von Ressourcen und Tools, um das Vertrauen zu stärken

Über den Integralen Tarifverbund Freiburg «Frimobil»

Frimobil, der Integrale Tarifverbund Freiburg (ITVFR) des Kantons Freiburg und des Waadtlander Broyebezirks, dient dazu, die Tarife zwischen den verschiedenen Verkehrsunternehmen im Frimobil-Verkehrsnetz zu harmonisieren. 2025 hat Frimobil das 19. Geschäftsjahr seit seiner Gründung im Jahr 2006 abgeschlossen.

Mehr als 350'000 Einwohnerinnen und Einwohner konnten davon profitieren, im Frimobil-Verkehrsnetz mit nur einem Beförderungsausweis unterwegs zu sein, der bei allen Frimobil-Partnerunternehmen gültig ist.



Gründungsvertrag Frimobil

Zweck und Name

Mit dem vorliegenden Vertrag wird ein integraler Tarifverbund gegründet, der sich über das Gebiet des Kantons Freiburg und verschiedener angrenzender Regionen erstreckt. Er soll es ermöglichen, die Benutzung des öffentlichen Verkehrs zu fördern und zu erleichtern, indem den Fahrgästen innerhalb des Verbunds ein einheitliches und transparentes Tarifsystem angeboten wird.

Der Verbund trägt den Namen «Integraler Tarifverbund Freiburg», nachfolgend «ITVFR» genannt.

Rechtsform

Der hier gegründete Verbund ist eine privatrechtlich organisierte einfache Gesellschaft im Sinne der Art. 530 ff. des Obligationenrechts.

Geltungsbereich

Der gemeinschaftliche Perimeter umfasst die Linien und Streckenabschnitte der Parteien, wie sie im Tarif T651.4 (einsehbar auf der Frimobil-Website) festgelegt sind.

Frimobil-Vereinbarung

Zweck

Die Besteller verpflichten die Betreiber, den Fahrgästen die Möglichkeit zu bieten, innerhalb der festgelegten geografischen Grenzen einen einzigen Beförderungsvertrag abzuschliessen, mit dem sie das durch den harmonisierten Tarif definierte Netz im Rahmen von Art. 13 des Bundesgesetzes über den Transport im öffentlichen Verkehr vom 4. Oktober 1985² nutzen können.

Die Einbindung neuer Strecken oder die Erweiterung bestehender Strecken in den Geltungsbereich des Verbunds setzt voraus, dass sich alle Parteien über die Tarifgestaltung und die Verteilung der Einnahmen einigen.

³ Eine Genossenschaft zur gemeinsamen Nutzung von Ressourcen und Tools, um das Vertrauen zu stärken

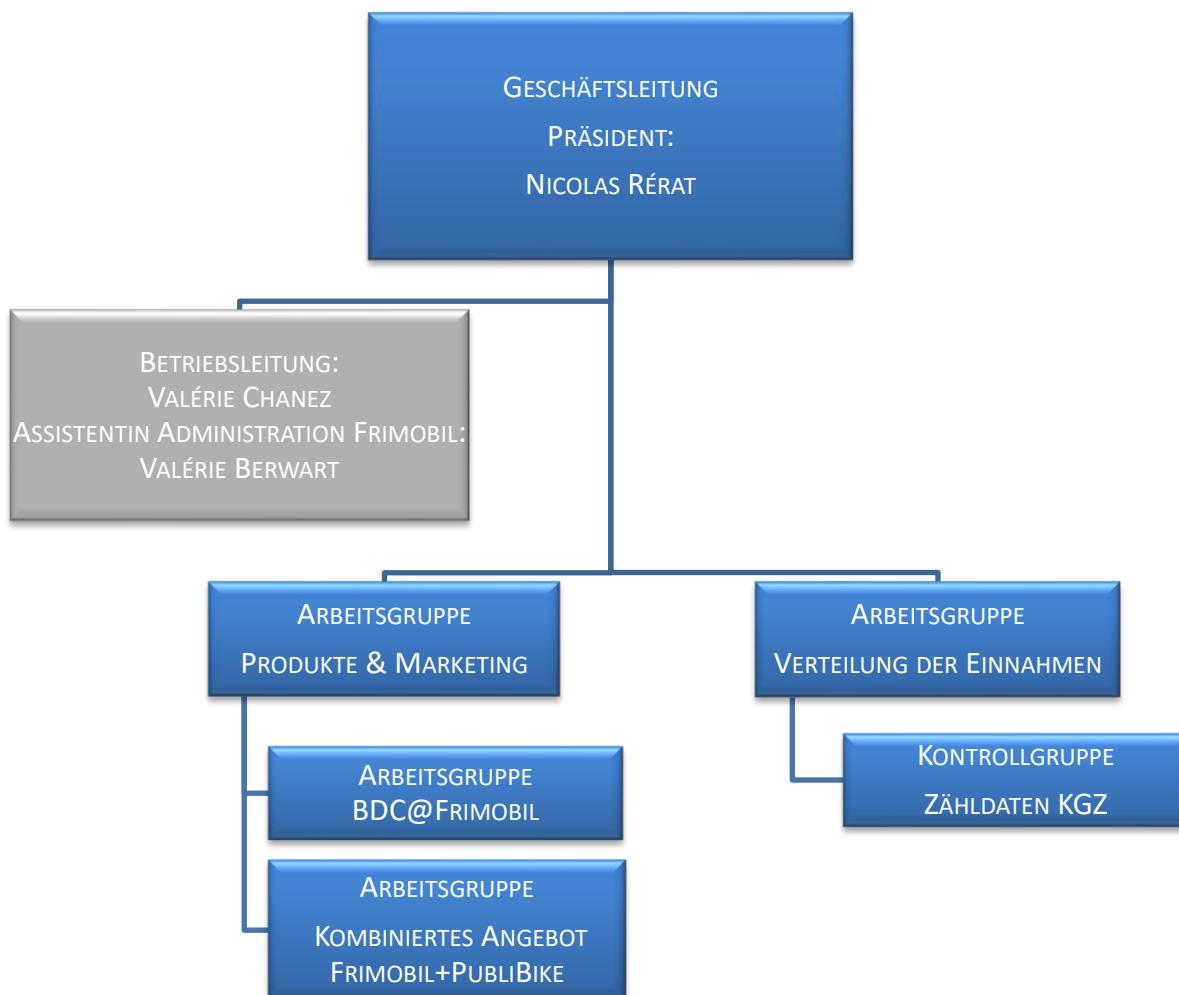
Organisation

Der ITVFR ist eine einfache Gesellschaft und besteht aus folgenden sechs Partnerunternehmen:

- Freiburgische Verkehrsbetriebe (TPF TRAFIC) AG*
- Schweizerische Bundesbahnen AG (SBB)*
- PostAuto AG (PostAuto)*
- BLS AG* / BLS FV AG
- Transports publics VMCV Vevey-Montreux-Chillon-Villeneuve*
- MOB Montreux-Berner Oberland-Bahn
- INTERTOURS ME GmbH (ab dem 14. Dezember 2025)

**Mitglieder der Geschäftsleitung*

Der ITVFR ist wie folgt organisiert:



Die operative Leitung des Verbundes sowie die Steuerung der Werbemassnahmen liegen bei dem Transportunternehmen TPF (leitendes Transportunternehmen, LTU). Die Zuteilung des Mandats als leitendes Transportunternehmen wird alle drei Jahre von der Geschäftsleitung neu diskutiert. Das derzeitige Mandat läuft bis Ende 2028.

Die Geschäftsleitung (GL)

Die GL setzt sich zusammen aus Vertreterinnen und Vertretern der Transportunternehmen (ausser MOB und Intertours), der Kantone Freiburg, Bern und Waadt, der Agglomeration Freiburg sowie dem Bundesamt für Verkehr (BAV). Die Besteller verfügen über eine beratende Stimme in der Geschäftsleitung. In ihrer Funktion als Entscheidungsorgan nimmt die GL zu den von den Arbeitsgruppen ausgearbeiteten Dossiers Stellung und gewährleistet das reibungslose Funktionieren des integralen Tarifverbunds.

Das Transportunternehmen MOB verzichtet aufgrund seines geringen Anteils an Frimobil auf die Teilnahme an den Entscheiden. Es erhält jedoch wie die anderen Unternehmen Einnahmen (im Einnahmenschlüssel enthalten) und beteiligt sich an den Verwaltungskosten des Verbunds.

Das Unternehmen Intertours ist aufgrund seiner einzigen Linie im Frimobil nicht an den Entscheidungen beteiligt, erhält Einnahmen in Form einer Pauschale (deren Höhe jährlich gemäss dem Einnahmenverteilungsschlüssel angepasst wird) und beteiligt sich an den Verwaltungskosten der Gemeinschaft.

Im Jahr 2025 trat die GL fünfmal in folgender Konstellation zusammen:

Präsident und Mitglied:	Rérat Nicolas, TPF
Vizepräsident und Mitglied:	Furrer Hugo, BLS
Betriebsleitung	Chanez Valérie, TPF
Assistentin:	Berwart Valérie, TPF
Mitglied:	Stierli Ivo, CFF
Mitglied:	Magnin Philippe, CPS
Mitglied:	Stübi Antoine, VMCV
Mitglied:	Muller Aline, BAV
Mitglied:	Bezençon Nicolas, Kanton Freiburg
Mitglied:	Galli Stefan, Kanton Bern (keine Teilnahme an den Sitzungen)
Mitglied:	Lendi Stefan, Kanton Waadt
Mitglied:	Köhli Sven, Agglo Freiburg (keine Teilnahme an den Sitzungen)

Arbeitsgruppen

Fünf Arbeitsgruppen (AG) arbeiten an der technischen Analyse der Dossiers und Projekte, die der Geschäftsleitung vorgelegt werden sollen. Es handelt sich um die «AG Produkte & Marketing», die «AG Verteilung der Einnahmen», die «AG Sparbillette@Frimobil (BDC@Frimobil)», die «AG Kombiniertes Angebot Frimobil+PubliBike» und die «Kontrollgruppe Zählzeiten KGZ». In diesen fünf Gruppen arbeiten alle Transportunternehmen mit, um für alle Partner gemeinsame Lösungen zu entwickeln und umzusetzen.

Nachstehend erhalten Sie einen Überblick über die zentralen Themen und wichtigen Entscheide, die 2025 getroffen wurden.

Preise und Vertrieb:

- Übersicht unentgeltliche Fahrten:
 - Für tägliche Fahrten innerhalb der Zone 19 Schwarzsee. Die Gemeinde Plaffeien übernimmt die Kosten für die unentgeltlichen Fahrten.
 - Für Fahrten auf den Mobul-Linien 1, 2 und 3 beim Event «Bull'Bouge» am 18. Mai 2025. Die Unentgeltlichkeit wird von Mobul übernommen.
 - Für Fahrten in den Zonen 10 und 11 bei der Sankt-Nikolaus-Feier in Freiburg am 6. Dezember 2025. Die Unentgeltlichkeit wird von der Stadt und der Agglomeration Freiburg übernommen.
 - Für die Stadt Freiburg wurden zudem zwei kostenlose Veranstaltungen veranschlagt, die jedoch aus budgetären Gründen nicht berücksichtigt wurden. Es handelt sich dabei um das Musikfest 2026 und den Murtenlauf 2026.
 - Im Laufe des Jahres 2025 hat die AFCAS (Freiburgischer Verband des Handels, des Handwerks und der Dienstleistungen) zwei Angebote für Unentgeltlichkeit angefordert: ein erstes für die vier Samstage im Dezember sowie ein zweites für elf weitere Samstage (Januar bis November; jeweils der erste Samstag im Monat). Auch diese Angebote wurden nicht berücksichtigt.
 - Auf organisatorischer Ebene erhielt die Arbeitsgruppe «Sortiment & Marketing» die Befugnis, Kostenvoranschläge bis zu einem Betrag von CHF 50'000.- zu erstellen.
- Übersicht integrierte Angebote:
 - Weiterführung der Gästekarte – Fribourg / Freiburg Ticket: Bei jeder Buchung in einem Hotel auf dem Gemeindegebiet bietet die Stadt Freiburg den Gästen die kostenlose Nutzung der öffentlichen Verkehrsmittel in der Frimobil-Zone 10 an.
 - Im Laufe des Jahres 2025 wurde anlässlich der Eishockey-Weltmeisterschaft 2026 ein integriertes Angebot erstellt, mit dem die Zuschauer das gesamte Frimobil-Netz nutzen können.
 - Das Bewertungssystem für integrierte Angebote wird seit Sommer 2025 neu geregelt. Veranstalter, die den Verkauf von Fahrkarten übernehmen, erhalten nun 10% Rabatt.
- Sortiment:
 - Für den Ostersonntag, 19. April 2025 wurde für das gesamte Frimobil-Gebiet eine Tageskarte zum Preis von CHF 5.– angeboten. Damit sollte die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel für Freizeitaktivitäten gefördert werden (Fahrten im Rahmen verschiedener Events im Kanton).
 - Anlässlich des 25-jährigen Jubiläums der TPF wurde am Samstag, 20. September 2025, eine Tageskarte für alle Zonen zum Preis von CHF 5.– angeboten. Diese bot der Bevölkerung die Möglichkeit, den Standort Givisiez mit den öffentlichen Verkehrsmitteln zu besuchen.
 - Auf Anfrage des Tourismusbüros von Gruyère wurde ein spezieller Artikel «40729 Frimobil Tageskarte Gruyère Tourismus» (SMAPI-Kanal) für den Vertrieb des Produkts «DayPass la Gruyère» eingerichtet. Ein zweites Produkt wurde eingeführt (Artikel 40'953): Es handelt sich um den PocketPass La Gruyère.
 - Im Jahr 2025 wurde ein Markttest gestartet, um ein JobAbo-Konzept bei FAIRTIQ zu erproben. Die ersten Verkäufe mit einem Partnerunternehmen (Freiburger Tourismusverband) begannen im Dezember 2025.

- Beim FlexiAbo wurde die Rückerstattungsregelung bei Krankheit (Reiseunfähigkeit) ausgearbeitet und der nationale Tarif T600.9 entsprechend angepasst.
- Das multimodale Angebot, das in Form eines «Monatsabos Frimobil + PubliBike» getestet wurde, ist seit Anfang 2025 fest im Sortiment verankert. Zudem wurde dasselbe Angebot, jedoch in Form eines Jahresabos, ab Mai 2025 in den Verkauf gebracht.
- Zonen
 - Mit dem Fahrplanwechsel im Dezember 2024 wurde die neue Linie «Belmont-Broye» zwischen Chandon und Avenches eingeführt. Zum gleichen Zeitpunkt wurde die Zone 30 auf die Ortschaften Vuippens, Marsens und Echarlens ausgeweitet. Die Eingliederung dieser drei Dörfer in die Stadtzone von Bulle dürfte zu einer Erhöhung des Anteils der Fahrgäste im öffentlichen Verkehr führen.
 - Die Haltestelle «Châtel-St-Denis, Bellières» wurde mit dem Fahrplanwechsel im Dezember 2024 verlegt, um den Tarifierungen von Frimobil und Mobilis gerecht zu werden.
 - Die AGGLO sowie die Gemeinde Corminboeuf haben eine Ausdehnung der Zone 10 auf Corminboeuf beantragt. Nach Prüfung und im Bestreben nach Gleichbehandlung wurde der Antrag abgelehnt.
 - Die Gemeinde Prez hat eine Neupositionierung der Haltestellen in Corserey beantragt, um die Bevölkerung dazu zu ermutigen, innerhalb ihrer Gemeinde den öffentlichen Verkehr zu nutzen. Die betreffenden Haltestellen wurden so angelegt, dass sie sich über zwei Zonen erstrecken, um die Verlagerung des Verkehrs auf öffentliche Verkehrsmittel zu fördern.
 - Die Gemeinde Courtepin hat eine Neuverlegung der Haltestellen in Courtaman beantragt, um eine Gleichbehandlung mit den Einwohnern von Wallenried zu gewährleisten, die zur selben Gemeinde gehören. Die Haltestellen wurden so angelegt, dass sie sich über zwei Zonen erstrecken, um die Verlagerung des Verkehrs auf öffentliche Verkehrsmittel zu fördern.
- Preise
 - Bei Frimobil wurde ein neues Provisionssystem für den Verkauf entwickelt. Da auf eine Entscheidung der WEKO auf nationaler Ebene gewartet werden muss, ist dieses Projekt noch pendent.
 - In der Kommission «Markt» wurde eine Tarifalternative für unbegleitete Kinder im Alter von 6 bis 11.99 Jahren diskutiert. Diese Alternative wurde abgelehnt, da sie nicht als Lösung für ein Vertriebsproblem für Menschen ohne Digitalzugang dienen soll.
 - In der zweiten Jahreshälfte wurden Überlegungen zu möglichen Tarifmassnahmen im Dezember 2026 angestellt. Die endgültige Entscheidung soll Ende März 2026 getroffen werden.
- Zusammenarbeit RailAway & Magic Pass
 - Die Zusammenarbeit mit Magic Pass wird fortgesetzt, und die Tarifverbünde, zu deren Einzugsgebiet Skigebiete gehören, müssen sich an der Weiterentwicklung des Modells beteiligen. Frimobil bestätigt diesen Ansatz, weil er zur Steigerung des Verkehrsanteils im Freizeitverkehr beiträgt.

Marketing und Kommunikation:

- Im Folgenden werden die im Jahr 2025 durchgeführten Marktaktivitäten beschrieben, mit einem besonderen Augenmerk auf die Promotion.

Frimobil-Website

Auf der Frimobil-Website sind alle Informationen zum Produktangebot, den aktuellen Preisen und dem Frimobil-Verkehrsnetz verfügbar. Jeden Monat besuchen durchschnittlich 12'525 Personen die Frimobil-Website, mit Spitzenwerten im August und September (23% der Besuche entfallen auf diese beiden Monate). Die meistbesuchten Seiten sind die Startseite und die Seite mit den Lageplänen der Bereiche (27%).

Die Website bleibt sehr attraktiv, da sie mit fast vier Seitenaufrufen bei einer Dauer von durchschnittlich 55 Sekunden fast 96% neue Nutzer generiert. Die Engagement Rate beträgt 63.60% (*Anzahl der Sitzungen mit Interaktion, geteilt durch die Gesamtzahl der Sitzungen*).



Frimobil-Flyer



Die Broschüre enthält alle notwendigen Informationen für die Nutzer, d. h. die verschiedenen Zonenpläne (Stadt und Region), die Tarife sowie allgemeine Informationen zu den Dienstleistungen in französischer und deutscher Sprache. Jedes Jahr werden 18'000 Exemplare des Flyers herausgegeben. Er wird mehrheitlich in den Verkaufsstellen der Frimobil-Partnerunternehmen verteilt.

Begrüssungspaket

Das Begrüssungspaket soll bei den neuen Einwohnerinnen und Einwohnern des Kantons Freiburg und des Waadtländer Broyebezirks einen Anreiz schaffen, den öffentlichen Verkehr zu benützen. Frimobil bietet ihnen ein für das gesamte Frimobil-Verkehrsnetz gültiges Wochenabonnement zum Preis von CHF 10.–. Wenn sie überzeugt sind, können sie das Frimobil-Jahresabonnement kaufen und von einer Ermässigung von bis zu CHF 150.– profitieren.



Aktion für autofahrende Senioren

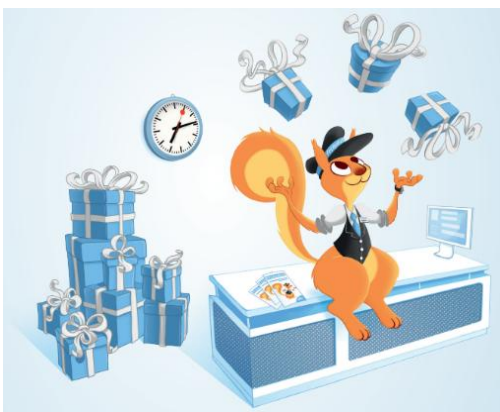


Im Rahmen einer Marketingaktion schloss sich der Integrale Tarifverbund Freiburg mit dem Amt für Strassenverkehr und Schifffahrt (ASS) zusammen, um Seniorinnen und Senioren, die auf ihren Führerausweis verzichten, Frimobil und das Angebot des öffentlichen Verkehrs näherzubringen.

Seniorinnen und Senioren erhalten mit der Bestätigung des Verzichts auf ihren Führerausweis einen Frimobil-Flyer vom ASS. Dieser enthält einen persönlichen Gutschein für eine Reduktion beim Kauf eines Jahresabonnements: CHF 50.- für 1 und 2 Zonen bzw. CHF 100.- ab 3 Zonen.

Jungenkerinnen und Jungenker

Seit Herbst 2023 hat Frimobil ein neues Angebot für Personen eingeführt, die ihre Führerausweisprüfung bestanden haben. Der Integrale Tarifverbund Freiburg hat sich erneut mit dem Amt für Verkehr und Schifffahrt (ASS) zusammengeschlossen. Das Amt schickt allen Jungenkerinnen und Jungenkern einen Gutschein für 15% Ermässigung auf den Kauf eines Frimobil-Jahresabonnements.



Vorteile für Abonnenten

Den Abonnenten werden 3 Abo-Monate geschenkt (Preis für das Jahresabo = 9 x Monatstarif), weiter profitieren sie von zahlreichen Rabatten bei Partnerunternehmen.

Beim Abschluss eines Frimobil-Jahresabonnements erhalten Abonnenten alle drei Monate ein E-Mail mit Rabattgutscheinen, die bei Partnerunternehmen eingelöst werden können. Um in den Genuss dieser Angebote zu kommen, muss die Person die Gutscheine (auf dem Smartphone oder in Papierform) zusammen mit ihrer

SwissPass-Abokarte beim Partnerunternehmen vorweisen. Im Jahr 2025 haben wir mit über 50 Partnerunternehmen zusammengearbeitet.

Jahresabonnement-Werbemailing an die Monatsabonnenten

Frimobil schreibt alle Kundinnen und Kunden an, die Ende November ein Monatsabonnement besitzen/besassen, um ihnen ein Jahresabonnement anzubieten. Dabei werden sie darauf hingewiesen, dass bei einem Jahresabonnement zusätzlich zu den Abovorteilen auch drei Monate offeriert werden. Es handelt sich um eine Up-selling-Kampagne.

Verankerung von Frimobil

Alex, unser Frimobil-Maskottchen, erklärt in mehreren Videos die Vorteile, einen Frimobil-Fahrausweis zu besitzen. «Verliere keine Zeit», «Verliere kein Geld», «Verliere keine Vorteile» und schliesslich «Verliere nicht deinen Planeten». All diese kurzen Videos schärfen das Bewusstsein im Hinblick darauf, wie sich die Nutzung des öffentlichen Verkehrs wirtschaftlich und ökologisch auswirkt. Ziel dabei ist, die breite Öffentlichkeit anzusprechen.



Zur Fortsetzung der 2021 beschlossenen Strategie schenken wir unseren Jahresabonnentinnen und -abonnenten einen Gutschein zu ihrem runden Geburtstag, um die Kundenbindung zu stärken. Diese Marketingaktion ist auf 10 Jahre angelegt (bis Juni 2031). Diese Kundinnen und Kunden erhalten vom Tarifverbund zum Geburtstag ein Glückwunschsreiben mit einem Gutschein für eine Ermässigung von 20 Franken auf das Angebot des öffentlichen Verkehrs in der Schweiz.

Treueaktion für Jahresabonnemente – Zu zweit reisen



Um den Verkehrsanteil zu steigern und die Bindung der Jahresabonnenten zu stärken, hat Frimobil ein Angebot entwickelt: Im Juli und August kann ab 19.00 Uhr zu zweit ohne Aufpreis gereist werden.

Kundenbindung bei jungen Erwachsenen – Rabatt auf das Jahresabonnement

Um die Frimobil-Jahresabonnenten zu binden, die im Jahr ihres 25. Geburtstags vom Jugendtarif auf den Erwachsenentarif wechseln, gewährt Frimobil dieser Kundengruppe bei der Verlängerung ihres Abonnements einen Rabatt von 12.5%.

Die Massnahme ermöglicht es, die Tarifierhöhung von 25% in zwei Schritten abzufedern und sie so weniger abrupt zu gestalten. So soll erreicht werden, dass der Kundenverlust beim Übergang zum Erwachsenentarif kleiner wird.

Weekend-Abo

Im Jahr 2025 wurde das Wochenend-Abonnement neu gestaltet. Es ermöglichte den Abonnenten, es in zwei getrennten Zeiträumen zu nutzen: von April bis Mai und dann von September bis Oktober. Dieses Angebot richtete sich an Personen, die die schönen Wochenenden im Frühling und Herbst nutzen wollten, um zu einem Vorzugstarif im gesamten Frimobil-Netz spazieren zu gehen. Das Abonnement war in der 2. und 1. Klasse erhältlich.

Darüber hinaus wurden auf einer eigens eingerichteten Webseite (<https://aboweekends.frimobil.ch/de/>) eine Reihe von Ausflugstipps und ein Kulturkalender angeboten, um die Kunden zu inspirieren.



FlexiAbo



Um den Bedürfnissen von Personen, die Teilzeit oder von zu Hause arbeiten, und dem neuen Mobilitätsbedarf gerecht zu werden, hat Frimobil das FlexiAbo eingeführt.

Das FlexiAbo 100 Tage entspricht einer wöchentlichen Nutzung an 2. Das Produkt gilt für ein Jahr und wird in den Kategorien Erwachsene und Jugendliche für 1. Klasse und 2. Klasse angeboten. Zudem ist das FlexiAbo in den von den Kunden gewählten Frimobil-Zonen (analog zum Grundprinzip des Jahresabonnements) erhältlich. Das

Abonnement ist persönlich und umfasst eine bestimmte Anzahl von Tagen, die im Voraus oder bis zum Zeitpunkt des Einsteigens über einen virtuellen Kalender auf dem SwissPass-Konto der Reisenden aktiviert werden müssen. Die Tage können auch bis zum Tag vor der Reise deaktiviert werden.

Familien-Angebote

Mit einer speziellen Kampagne für Familien wurde diese Zielgruppe über die für sie verfügbaren Angebote informiert, wie beispielsweise die Junior-Karte und die Karte für begleitete Kinder. Die Kampagne wurde zudem von einem Sonderangebot für das Halbtax-Abo «Découverte» begleitet.



JobAbo

Um die Nutzung des öffentlichen Verkehrs im Kanton Freiburg und im Waadtländer Broyebezirk zu erhöhen, führte Frimobil im August 2020 ein Jahres- und Monats-JobAbo ein.

Das JobAbo ist ein Frimobil-Jahresabonnement mit einem Rabatt von mindestens 20 % – dank eines finanziellen Beitrags des Arbeitgebers (mindestens 10 %) und von Frimobil (pauschal 10 %). Dieses Angebot umfasst folgende Frimobil-Produkte: sämtliche Frimobil-Jahresabonnemente für Erwachsene (1. und 2. Klasse) und Jugendliche bis 25 Jahre (2. Klasse), unabhängig von der Anzahl der gewählten Zonen. Zu beachten ist, dass seit dem Frühjahr 2024 auch eine Version « Flexi-JobAbo » verfügbar ist.



Mit dem Monats-JobAbo besteht die Möglichkeit, das Angebot des öffentlichen Verkehrs einen Monat lang zum halben Preis zu testen. Pauschale Beteiligung durch den Arbeitgeber 25 %, weitere 25 % durch Frimobil. Dieses Angebot umfasst folgende Frimobil-Produkte: sämtliche Frimobil-Monatsabonnemente für Erwachsene (1. und 2. Klasse) und Jugendliche bis 25 Jahre (2. Klasse), unabhängig von der Anzahl der gewählten Zonen.

Frimobil-Monatsabonnement + PubliBike



Im August 2023 hat sich Frimobil mit PubliBike zusammengetan, um ein Kombi-Angebot « Frimobil-Monatsabo + PubliBike » anzubieten. Mit diesem Abonnement können Nutzer sowohl mit öffentlichen Verkehrsmitteln als auch mit dem Fahrrad oder E-Bike unterwegs sein. Diese Lösung wurde zunächst als Pilotangebot eingeführt und war gegen einen Aufpreis von CHF 5.– gegenüber dem Standard-Frimobil-Monatsabonnement erhältlich.

Seit dem 15. Dezember 2024 wird das Produkt dauerhaft angeboten. Darüber hinaus ist dieses Abonnement seit Mai 2025 auch als Jahresabonnement erhältlich.

Cross-Marketing-Kampagne Frimobil – Nationaler Direkter Verkehr

An ehemalige GA-Inhaber und aktuelle Halbtax-Abo-Inhaber mit Wohnsitz im Frimobil-Gebiet wurde ein Schreiben versandt, um sie über den Freiburger Tarifverbund und dessen Vorteile – insbesondere beim Jahresabonnement – zu informieren und sie durch einen Rabatt dazu zu motivieren, ein Jahresabonnement abzuschliessen. Von den 32'200 Kunden, die kontaktiert wurden, haben 16 das Frimobil-Jahresabonnement erworben.

Verteilung der Einnahmen:

- Anfang 2025 wird der endgültige Schlüssel 2024 und der vorläufige Schlüssel 2025 berechnet.
- Auf Vorschlag der Arbeitsgruppe «Verteilung der Einnahmen» hat der Vorstand beschlossen, ab der Ausschreibungsperiode 2027–2028 auf einen festen Verteilschlüssel umzustellen. Die Frimobil-Einnahmen werden nach einem festen Verteilschlüssel verteilt, die Halbtax-Einnahmen nach einem eigenen Verteilschlüssel.
- Die Arbeitsgruppe «Verteilung der Einnahmen» hat Anfang Jahr 2025 Einnahmenprognosen für die Jahre 2025 und 2026 erstellt, damit sich alle Verkehrsunternehmen und Auftraggeber auf dieselben Daten stützen können. Zu beachten ist, dass die Einnahmenprognosen für 2025 revidiert wurden, was jedoch keine Auswirkungen auf die laufenden Angebote hatte.
- Ende 2025 erstellte die Arbeitsgruppe «Verteilung der Einnahmen» auf Anfrage der SBB Einnahmenprognosen für das Jahr 2025.
- Das Kompetenzzentrum «Erhebung», das von Frimobil in Moviplus³ verwaltet wird, führte im Herbst 2025 drei Erhebungen durch: TPC (ein Verkehrsunternehmen aus dem Chablais, ein neuer Markt, das Daten in Mobilis benötigte), Frimobil und Onde Verte.
- Das Kompetenzzentrum «Erhebung» wurde per 31.12.2025 eingestellt und in Frimobil integriert. Es wird 2026 eine Umfrage für Mobilis durchführen. Wie es weitergeht, bleibt abzuwarten, da «Contrôle +» voraussichtlich 2027 verfügbar sein wird.
- Im Herbst 2025 wurde mithilfe des Erhebungssystems EDO-TT (optimierte digitale Fahrkarten-Erhebung) von Moviplus eine Erhebung zur Fahrkartenstruktur durchgeführt. Dies hatte zur Folge, dass die Arbeitsgruppe «Verteilung der Einnahmen» die Einnahmen des Jahres 2025 anhand der aktuellen Ergebnisse dieser neuen Fahrkartenstruktur aufteilen konnte (die Aufteilung erfolgte mittels des neuen Frimobil-Schlüssels, der Anfang 2026 berechnet und validiert wurde).
- Im Laufe des Jahres führte die Arbeitsgruppe «Verteilung der Einnahmen» eine Analyse zur Schwarzfahrerquote auf dem Freiburger Markt durch. Dem Vorstand wurde ein Bericht vorgelegt, woraufhin dieser die Arbeitsgruppe beauftragte, diese Aufgabe künftig jährlich durchzuführen.

³ Eine Genossenschaft zur gemeinsamen Nutzung von Ressourcen und Tools, um das Vertrauen zu stärken und die Zusammenarbeit zwischen den Akteuren der Mobilität zu erleichtern, vorrangig in den Bereichen Digitalisierung und Innovation.

Branche öffentlicher Verkehr

Tarifmassnahmen

- Als Sprachrohr der Branche teilte Alliance SwissPass mit, dass die Transportunternehmen im Dezember 2025 auf eine Tarifmassnahme verzichten.

Teilnahme an Diskussionen in nationalen Arbeitsgruppen

- Auf nationaler Ebene ist der Strategierat das oberste Organ der Branche. Frimobil ist in diesem Gremium seit 1. Juni 2020 durch Serge Collaud, Generaldirektor der TPF, vertreten.
- AGr Verbünde : Frau Valérie Chanez war bis Mai 2025 Mitglied der Arbeitsgruppe „Tarifverbünde“.
- AGr GTB : Frau Valérie Chanez war bis Mai 2025 Mitglied der Arbeitsgruppe „Gemeinsame Tarifbestimmungen“.
- KoM : Frau Valérie Chanez wurde in den Marktausschuss gewählt und nimmt seit März 2025 an dessen Sitzungen teil.
- Echange marketing ASP : Frau Valérie Chanez nimmt an den dreimal jährlich stattfindenden Treffen teil, die es den Auftraggebern der Branche sowie den Tarifverbünden und Transportunternehmen ermöglichen, sich über verschiedene Marketingthemen auszutauschen.
- GNEC : Auf nationaler Ebene werden die französischsprachigen Tarifverbünde seit Herbst 2020 durch Gilles Champion der TPF in der GNEC (Steuerungsgruppe Messdaten) vertreten.

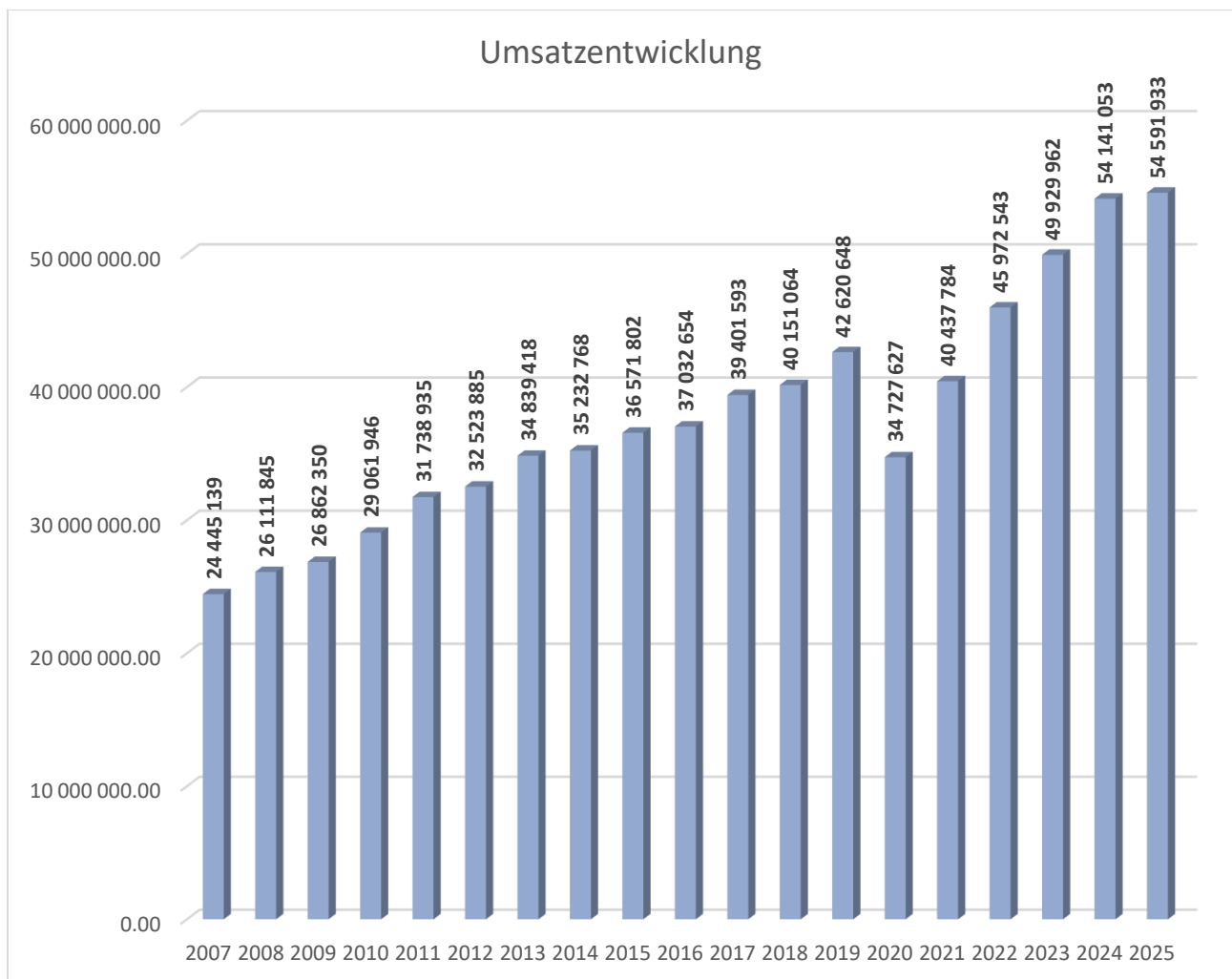
Zusammenarbeit in der Westschweiz

- Tarifverbünde der Westschweiz: Mindestens zweimal im Jahr treffen sich die Tarifverbünde der Westschweiz (Mobilis, Unireso, Onde Verte, Vagabond und Frimobil), um Themen zu besprechen, die sie beschäftigen. Gleichzeitig dazu findet ein reger bilateraler Austausch mit den Nachbarverbünden Mobilis und Onde Verte statt.

Umsatz und Marktdaten

Für das Jahr 2025 belaufen sich die Einnahmen von Frimobil auf CHF 54'591'933.- (mit Ausgleich Halbtax-Anteil). Dies entspricht einer Umsatzsteigerung um 0.8% im Vergleich zu 2024*.

*Tatsächlich betrug der Anstieg zwischen 2024 und 2025 2.26%, weil im Jahr 2024 die Einnahmen aus dem Verkauf bestimmter Abonnemente zweimal verbucht wurden (einmal zu Beginn des Jahres 2024 für das Jahr 2024 und einmal im Dezember 2024 für das Jahr 2025).



Jahresrechnung und Betriebskosten

Revisionsstelle

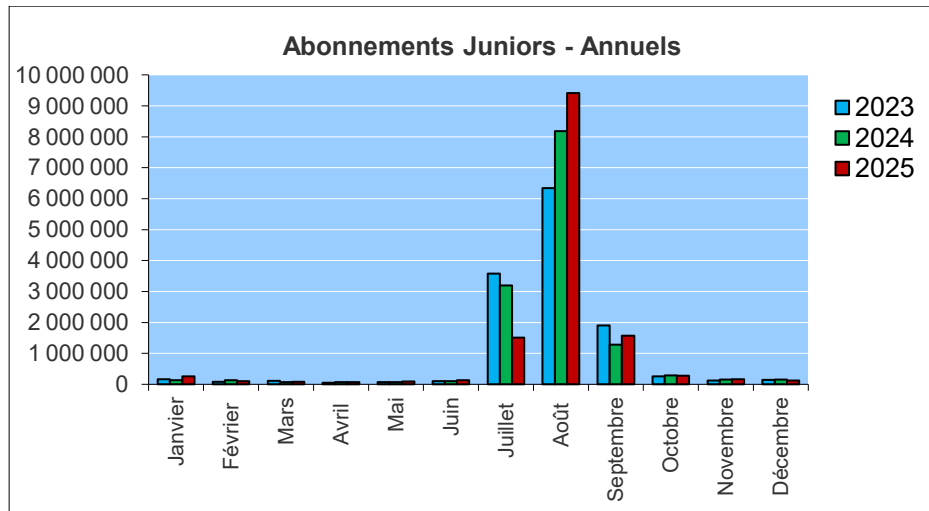
Die Rechnungsprüfung wurde durch das Unternehmen PWC durchgeführt, das als Revisionsstelle amtierte und die Rechnungslegung 2025 sowie den Jahresabschluss genehmigte.

Die Betriebskosten belaufen sich auf CHF 1'265'141.20. Diese Kosten entsprechen 2.32% des Umsatzes.

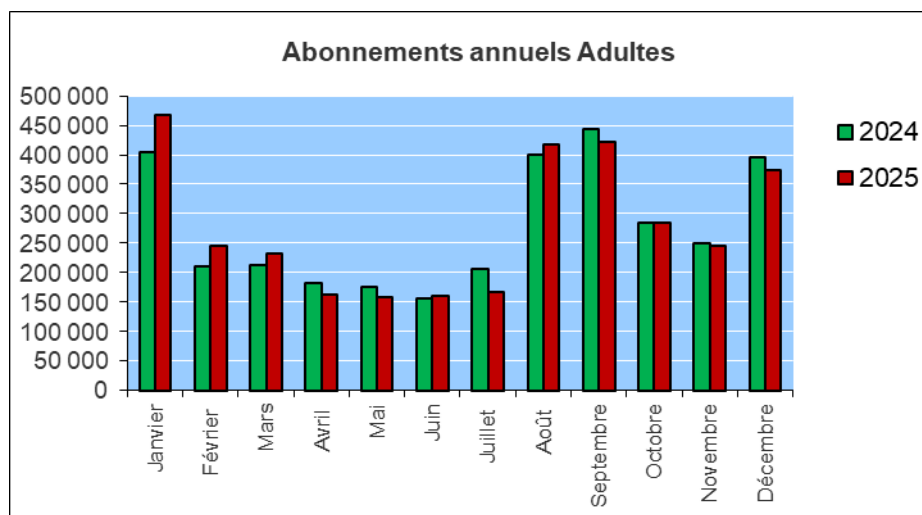
Verkaufsstatistiken

Jahresabonnemente

Im Jahr 2025 wurden 23'073 Junior-Jahresabonnementen mit einem Umsatz von CHF 13'820'960.- verkauft. Der Umsatz der Junior-Jahresabonnemente ist im Vergleich zu 2024 um 0.1% gesunken, das entspricht CHF -19'435.-.

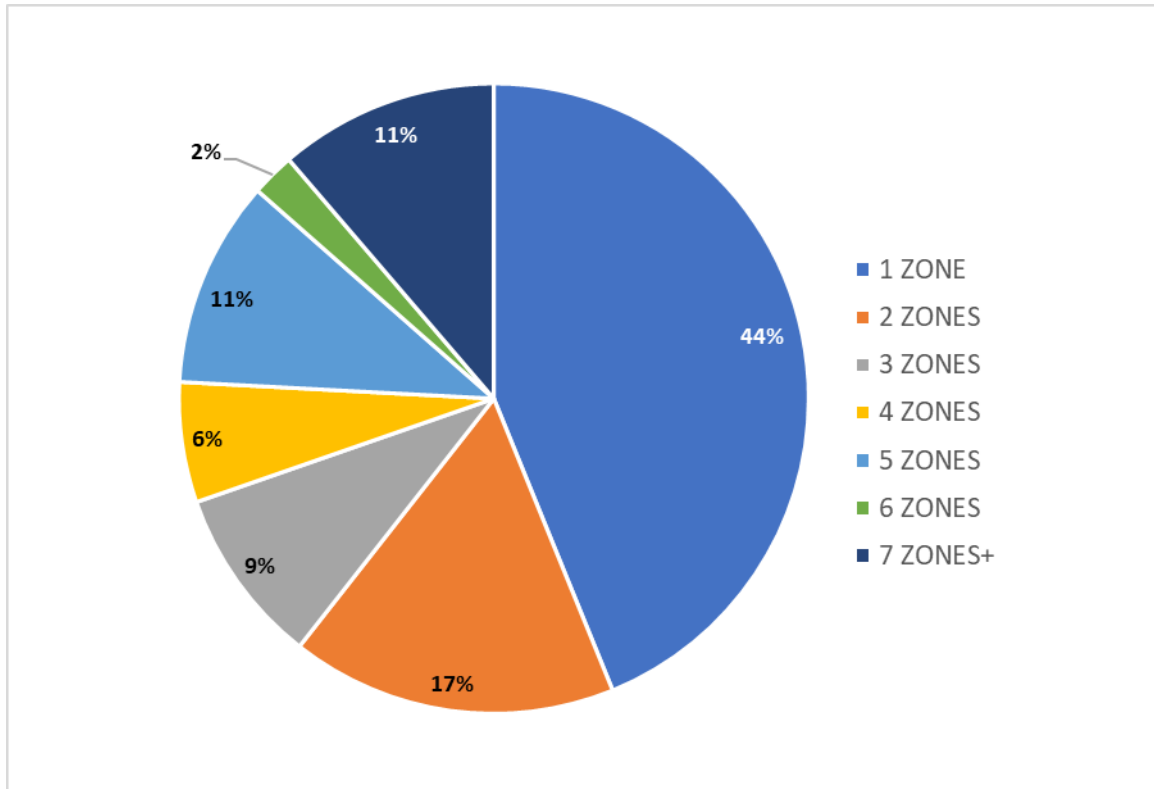


Im Jahr 2025 wurden 6'494 Erwachsenen-Jahresabonnementen mit einem Umsatz von CHF 3'334'959.- verkauft (ohne Asylsuchende und Flüchtlinge). Der Umsatz von Erwachsenen-Jahresabonnementen ist im Vergleich mit 2024 um 0.4% gestiegen, das entspricht CHF 11'641.-.



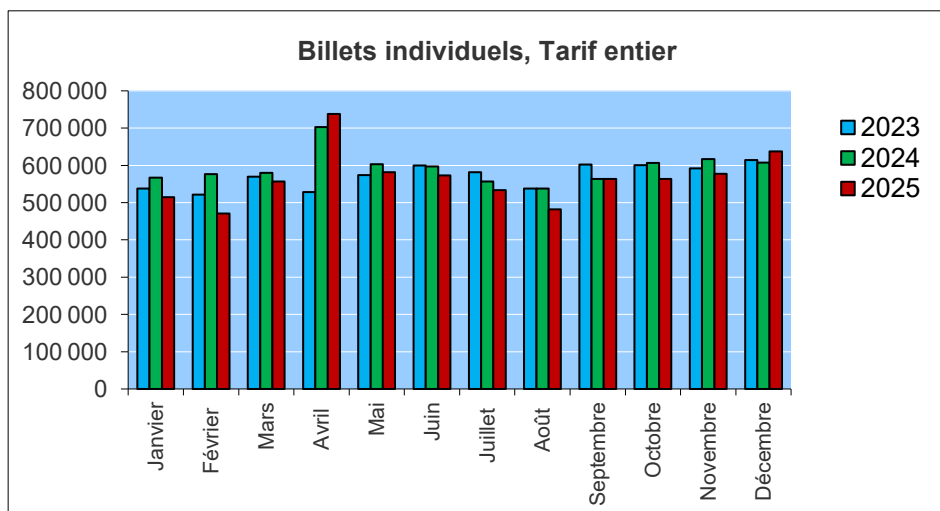
Aufteilung nach Zonen – Jahresabonnemente Erwachsene ohne Asylsuchende und Flüchtlinge

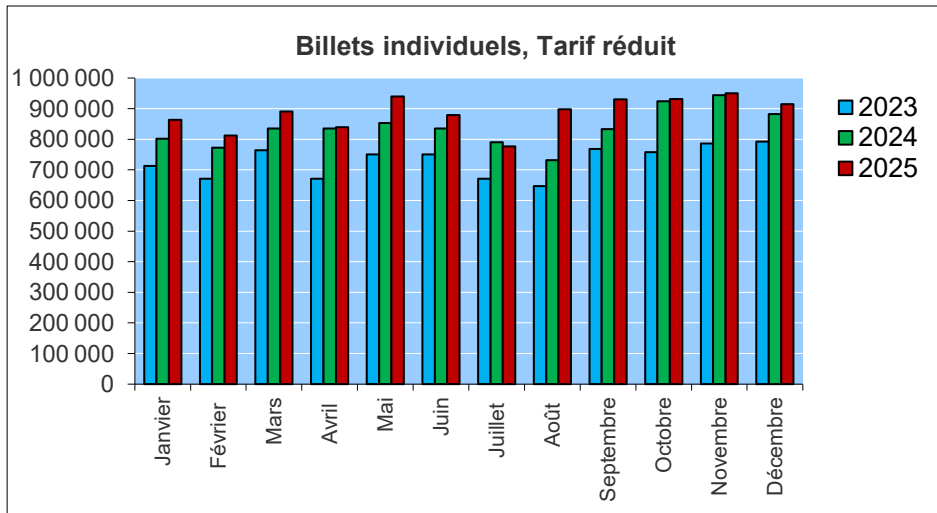
Abonnemente, die in einer Zone gültig sind, sind am häufigsten. Dies lässt sich durch die Attraktivität der städtischen Gebiete und vor allem der Zone 10 (Freiburg) erklären. Es überrascht nicht, dass Abonnemente für zwei Zonen an zweiter Stelle stehen, gefolgt von Abonnements für sieben und mehr Zonen.



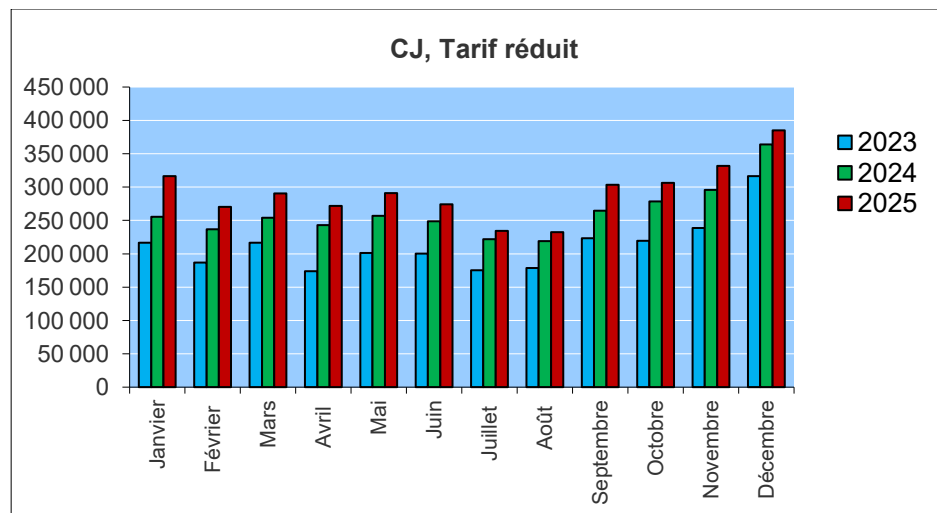
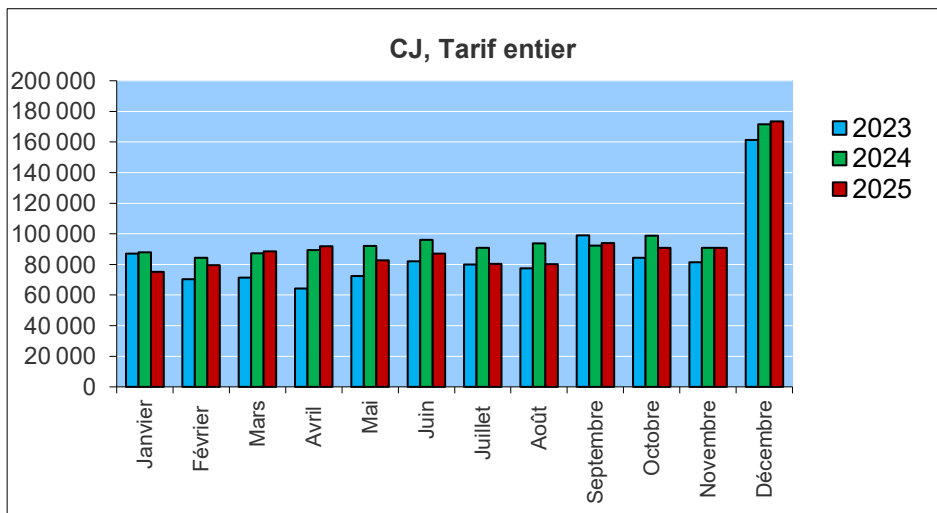
Einzelbillette und Tageskarten

Im Jahr 2025 wurden 4'776'508 Einzelbillette verkauft, was einem Umsatz von CHF 17'415'509.- entspricht. Im Vergleich zu 2024 verzeichnen wir eine Umsatzsteigerung von 1.5% bzw. CHF 260'575.-.





Im Jahr 2025 wurden 420'876 Tageskarten verkauft, was einem Umsatz von CHF 4'622'199.– entspricht. Im Vergleich zu 2024 verzeichnen wir eine Umsatzsteigerung von 7.2% bzw. CHF 308'652.–.



Perspektiven, Herausforderungen und Chancen für 2026

Frimobil wird die Verkaufsförderung von Jahresabonnements mit den unten beschriebenen fünf Hauptaktionen weiterführen.

- **Förderung JobAbo für Unternehmen und FlexiAbo.** Diese beiden Produkte erweitern das Sortiment und machen 2.1% des Gesamtumsatzes und 3.9% der Einnahmen aus Abonnements aus. Ziel ist es, die Marktdurchdringung bei Frimobil weiter zu steigern, wo nach wie vor ein erhebliches Umsatzwachstumspotenzial besteht.
- Zudem wird im Herbst 2026 eine **Kampagne durchgeführt, um Monatsabonnements auf das günstigste Jahresabonnement umzustellen.**
- Jahresabonnenten haben diesen Herbst im Rahmen unserer **«Member get Member»**-Kampagne die Möglichkeit, zu Botschaftern des öffentlichen Verkehrs zu werden. Indem sie ein Frimobil-Jahresabonnement in ihrem Umfeld weiterempfehlen, können sie einen Gutschein im Wert von CHF 50.– oder CHF 100.– (je nach Kauf) erhalten, der für alle Dienstleistungen des öffentlichen Verkehrs gültig ist. Der neue Jahresabonnent profitiert seinerseits ebenfalls von einem entsprechenden Rabatt auf sein Abonnement.
- Im Laufe des Jahres 2026 können Jahresabonnenten der Zonen 5 und 6, die ihr Abonnement noch nicht verlängert haben, bei einer Verlängerung von einer Erweiterung des Angebots profitieren: Sie erhalten ein 7-Zonen-Abonnement (alle Frimobil-Zonen) zum gleichen Tarif wie ihr bisheriges Abonnement. Diese **Upgrade-Aktion** zielt darauf ab, die Abonnenten an das Unternehmen zu binden und sie gleichzeitig zu ermutigen, ihre Mobilität mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu erweitern.
- Für die Kundenbindung **junger Fahrgäste, die in die Erwachsenenentarifgruppe wechseln**, bieten wir bei Verlängerung des Jahresabonnements einen Rabatt von 12.5% an. Dadurch kann die Erhöhung um 25% über zwei Jahre statt ein Jahr verteilt werden.

Die bereits eingeführten **Marketingaktionen mit Zielpublikum** (Neuzuzüger, Senioren, die freiwillig auf den Führerschein verzichten, und neue Führerscheininhaber) werden fortgesetzt. Sie werden es Frimobil ermöglichen, neue Kunden zu gewinnen und unser Billettsortiment bekannt zu machen. Was die **Abonentenvorteile** betrifft, werden regelmässig neue Partnerunternehmen angesprochen, um das Angebot für Kundinnen und Kunden zu erweitern und die Kundenbindung zu fördern.

Zu unseren Kundenbindungsaktionen zählt auch das **Geburtstagsmailing**, mit dem wir uns bei all unseren treuen Abonnenten bedanken, die einen runden Geburtstag feiern. Wir offerieren ihnen einen Gutschein von CHF 20.– für Dienstleistungen des öffentlichen Verkehrs in der Schweiz.

Als gute Nachricht kann Frimobil ankündigen, dass das **Wochenend-Abo** im 9. Jahr in Folge angeboten wird. Das Freizeitabonnement soll Kunden, die am Wochenende unterwegs sind, ermutigen, den öffentlichen Verkehr zu nutzen. Im Jahr 2026 wird es in zwei neuen Saisons angeboten: im Frühling und im Herbst.

Eine weitere Werbeaktion findet im Rahmen des **20-jährigen Jubiläums von Frimobil** im Herbst 2026 statt. Zu diesem Anlass wird das Unternehmen am «Comptoir gruérien» präsent sein und zahlreiche Aktionen anbieten. Insbesondere wird während der gesamten Dauer der Veranstaltung eine **spezielle Tageskarte zum Preis von CHF 5.–** angeboten.

Das vor zwei Jahren eingeführte **Monatsabonnement «Frimobil + PubliBike»** verzeichnet einen starken Absatzanstieg. Seit Mai 2025 wird zudem eine **Jahresversion** angeboten, um Inhabern eines Jahresabonnements diese kombinierte Mobilitätslösung zur Verfügung zu stellen.

Was die Kundenkommunikation betrifft, kann sich der Tarifverbund auf die **Website**, den **Flyer** sowie die **sozialen Netzwerke** (Facebook und Instagram) stützen. Letztere ermöglichen es Frimobil, die Sonderangebote einem breiten Publikum bekannt zu machen.

Auf Branchenebene gibt es mehrere laufende Projekte, die einen direkten Einfluss auf die Tarifverbünde haben. Es handelt sich insbesondere um:

- myRIDE: Projekt für eine neue Tarifgestaltung
- Gouvernance 3.0: Die ASP hat ein Projekt zu diesem Thema gestartet, das parallel zum myRIDE-Projekt verläuft.
- Contrôle PLUS: Projekt zur Billettkontrolle, die gleichzeitig für Strukturhebungen verwendet werden kann.
- Vertrieb: Auf Ebene der ASP läuft derzeit ein Projekt, um die Vertriebsstrategie bis 2035 festzulegen. Es wird parallel zum Projekt myRIDE weiterentwickelt und soll insbesondere den Bedürfnissen der nicht-digitalaffinen Kunden gerecht werden, indem es auf dieses Segment zugeschnittene Lösungen anbietet.
- Tarifmassnahmen Dezember 2026: Zu Beginn des Jahres 2026 wird eine massvolle Tarifierung evaluiert, die eine begrenzte Auswirkung auf die Kundschaft mit der Notwendigkeit in Einklang bringt, die Kostenentwicklung der Verkehrsunternehmen abzudecken.

Alle diese Themen sind Herausforderungen auf Ebene der Branchenstrategie.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Frimobil mit Begeisterung und Entschlossenheit ins neue Jahr startet und sich verpflichtet, die zahlreichen vorgestellten Massnahmen umzusetzen, um seinen Kunden ein immer attraktiveres und leistungsfähigeres Erlebnis im öffentlichen Verkehr zu bieten.

Givisiez, le 9 juin 2026

Nicolas Rérat
Präsident Frimobil

Valérie Chanez
Geschäftsführerin Frimobil