

Luzern, 16. Juni 2026

**ANTWORT AUF ANFRAGE****A 761**

Nummer: A 761  
Protokoll-Nr.: 772  
Eröffnet: 11.05.2026 / Bau-, Umwelt- und Wirtschaftsdepartement

**Anfrage Lichtsteiner Eva und Mit. über den Preisanstieg im öffentlichen Verkehr**

Zu Frage 1: Wie stuft der Regierungsrat die drohende Preiserhöhung der öV-Tickets in Bezug auf das Mobilitätsverhalten der Luzerner Bevölkerung, die Klimaziele und die Umsetzung des Planungsberichts «Zukunft Mobilität Luzern» ein?

Unser Rat beurteilt Tarifierungen im öffentlichen Verkehr (öV) differenziert. Höhere Preise können die Nachfrage beeinflussen und damit den Umstieg auf den öV erschweren, wenn sie zu stark ausfallen oder für die Kundinnen und Kunden nicht nachvollziehbar sind. Gleichzeitig ist zu berücksichtigen, dass die Preisentwicklung im öV wesentlich durch steigende Kosten, Investitionen in Angebot und Infrastruktur sowie veränderte finanzielle Rahmenbedingungen geprägt ist. Bezogen auf den Kanton Luzern sind zusätzlich Nachfrageverschiebungen und Änderungen in der Bundesfinanzierung (unter anderem aufgrund des Entlastungspakets 27) zu nennen, aufgrund welcher der Verkehrsverbund Luzern (VVL) einen höheren Anteil der Abgeltung übernehmen muss. Im AFP 2026-2029 sind höhere Kantons- und Gemeindebeiträge für den VVL vorgesehen (in dem von Ihrem Rat beschlossenen Voranschlag 2026 liegt diese Erhöhung bei 1,5 Mio. Franken, was zusammen mit dem Gemeindeanteil zu einer Erhöhung der Abgeltung um insgesamt 3 Mio. Franken im Vergleich zu jener im Jahr 2025 führt), diese gleichen die zusätzliche finanzielle Belastung jedoch nicht vollständig aus.

Für die Erreichung der kantonalen Mobilitäts- und Klimaziele ist jedoch nicht allein der Preis ausschlaggebend. Ebenso wichtig sind ein attraktives Angebot, einfache Zugänge, genügend Kapazität und vor allem ein zuverlässiger Betrieb. Der öV-Bericht 2023 bis 2026 und der Planungsbericht «Zukunft Mobilität Luzern» halten fest, dass eine bessere Zuverlässigkeit, insbesondere im Busverkehr, eine zentrale Voraussetzung für die angestrebte Modalsplit-Verschiebung und für das Erreichen der Klimaziele ist. Eine Auswertung des Bundes zeigt, dass der Busverkehr im Kanton Luzern schweizweit die zweittiefste Pünktlichkeit aufweist. Fehlende Busbeschleunigungen wirken sich dabei nicht nur negativ auf Pünktlichkeit und Anschlussicherheit aus, sondern auch auf die Kosten des öV. Um Verspätungen abzufedern, sind zusätzliche betriebliche Massnahmen nötig, etwa verlängerte Fahrzeiten und der Einsatz zusätzlicher Fahrzeuge. Dies verursacht beim VVL Zusatzkosten von rund zwei Millionen Franken pro Jahr, ohne das Problem nachhaltig zu lösen. Unser Rat ist der Ansicht, dass diese Mittel wirkungsvoller in konsequente Busbeschleunigungsmassnahmen, wie sie im Programm Gesamtmobilität teilweise vorgesehen sind, und in die Verbesserung des Angebots investiert werden sollten.

Eine massvolle und nachvollziehbare Tarifierung steht aus Sicht unseres Rates deshalb nicht grundsätzlich im Widerspruch zu den kantonalen Mobilitäts- und Klimazielen, auch wenn er in einer letztjähi-

gen Beurteilung noch davon ausging, dass aufgrund steigender Reisezahlen beim Tarifverbund Passepartout keine erneuten Tarifierhöhungen erforderlich sind. Entscheidend ist, dass Preis, Angebotsqualität, Zuverlässigkeit und Nutzerfinanzierung in einem ausgewogenen Verhältnis stehen.

Zu Frage 2: Ist es im Interesse des Kantons, den drohenden Preiserhöhungen der öV-Tickets entgegenzuwirken? Und wenn ja: Wie kann der Kanton Luzern dies abfedern? Welche Massnahmen zieht er momentan in Betracht?

Es liegt im Interesse des Kantons, dass die Preise im öV attraktiv bleiben und nur so weit erhöht werden, wie es für die Finanzierung eines leistungsfähigen Angebots erforderlich ist. Die Einflussmöglichkeiten des Kantons sind jedoch beschränkt.

Die Tarife des Nationalen Direkten Verkehrs werden von der öV-Branche (Alliance SwissPass, ein Zusammenschluss von 250 Transportunternehmen und 20 Verbänden) festgelegt. Auf diese Entscheide hat unser Rat keinen Einfluss. Im Tarifverbund Passepartout kann sich der Kanton Luzern über den VVL einbringen. Dabei sind aber auch die Interessen der weiteren Besteller, insbesondere der Kantone Obwalden und Nidwalden sowie des Bundes, und der beteiligten Transportunternehmen zu berücksichtigen.

Unser Rat erwartet aber, dass Tarifierhöhungen mit Augenmass erfolgen und die Nutzerfinanzierung, die finanzielle Tragbarkeit für die öffentliche Hand und die Angebotsqualität in einem ausgewogenen Verhältnis stehen. Er wird zudem im Blick behalten, ob die im Planungsbericht «Zukunft Mobilität Luzern» erwarteten Service- und Effizienzpotenziale etwa aufgrund einer zunehmenden Automatisierung aktiv weiterverfolgt werden, sodass daraus entweder Angebotsverbesserungen oder Kostensenkungen resultieren.

Zu Frage 3: Welche Optionen sieht die Regierung, die Attraktivität des öVs in der aktuellen Lage (steigende Spritpreise und steigende Preise der öV-Tickets) zu gewährleisten?

Die Attraktivität des öV lässt sich nicht allein über den Preis sichern. Aus Sicht unseres Rates stehen mindestens so sehr ein zuverlässiger, pünktlicher Betrieb und ausreichende Kapazitäten im Vordergrund. Der grösste Handlungsbedarf besteht, wie in der Antwort zur Frage 1 bereits ausgeführt, aktuell bei der Verbesserung der Pünktlichkeit im strassengebundenen öV mit wirkungsvollen Busbeschleunigungsmassnahmen, die im Betrieb kostenreduzierend wirken.

Daneben braucht es ein kundenorientiertes und differenziertes Tarifsortiment. Bei der letzten Preisanpassung per Dezember 2023 wurden die Tarife nicht linear erhöht; einzelne Produkte blieben unverändert oder wurden gar günstiger. Seit Dezember 2021 kann das Nachtangebot von Passepartout zudem ohne Zuschlag mit dem normalen Billettsortiment genutzt werden. Weiter wurden mit dem FlexiAbo für Teilzeitpendelnde und Freizeitreisende sowie mit Sparbilletten ausserhalb der Hauptverkehrszeiten zusätzliche kundenfreundliche Angebote geschaffen. Passepartout war dabei der erste Tarifverbund der Schweiz, der Sparbillette innerhalb des Verbundgebiets anbot.

Ergänzend unterstützt unser Rat niederschwellige Einstiegs- und Testangebote, mit denen Menschen den öV und weitere nachhaltige Mobilitätsformen im Alltag praktisch erproben können. Dazu zählt das Passepartout-Schnupperangebot für Neukundinnen und Neukunden, mit dem ein Monat lang zum Preis einer Woche gefahren werden kann. Ebenfalls in diese Richtung wirken die Mobilitäts-Challenges wie «31DAYS

Luzern» oder die weiterentwickelte Luzernmobil-Challenge. Und nicht zuletzt verändern Mobilitätsmanagement-Massnahmen in diversen Luzerner Unternehmen das Mobilitätsverhalten der Mitarbeitenden. Solche Angebote können Hemmschwellen abbauen, neue Zielgruppen an den öV heranführen und nachhaltige Mobilitätsgewohnheiten fördern.

Zu Frage 4: Wie positioniert sich der Regierungsrat zu öV-Ticketvergünstigungen oder gar öV-Gutscheinen für ausgewählte Zielgruppen (wie es etwa die Stadt Luzern für Kinder und Jugendliche seit 2026 umsetzt)? Wir sind an einer Begründung und Einschätzung interessiert.

Unser Rat hat sich zu öV-Ticketvergünstigungen und öV-Gutscheinen für ausgewählte Zielgruppen bereits in der Stellungnahme zum Postulat [P 336](#) geäußert. An dieser Beurteilung hält er fest.

Zu Frage 5: Welche anderen Massnahmen sieht die Regierung zur Attraktivierung des öVs, gerade wenn es darum geht, die Hürden für Menschen zu senken, die aufgrund der aktuellen Lage auf den öV umsteigen möchten (beispielsweise eine Massnahme im Sinne eines kostenfreien Halbtaxabonnements für den Regionalverkehr)? Wir bitten um eine Auflistung inkl. Einschätzung dieser Massnahmen.

Unser Rat sieht zur Attraktivierung des öffentlichen Verkehrs vor allem Massnahmen, die dauerhaft wirken und breite Nutzerkreise ansprechen. Dazu gehören ein zuverlässiger Betrieb mit Busbeschleunigungsmassnahmen, der gezielte Ausbau des Angebots (beispielsweise der Ausbau zum Fahrplanwechsel im Dezember 2026 mit zusätzlichen Direktverbindungen), einfache und kundenfreundliche Tarife sowie niederschwellige Einstiegsangebote.

Passepartout hat in den letzten Jahren mit dem zuschlagsfreien Nachtangebot, mit Sparbilletten und mit dem FlexiAbo bereits mehrere Schritte in diese Richtung unternommen. Hinzu kommt das Passepartout-Schnupperangebot für Neukundinnen und Neukunden. Damit wird der Einstieg in den öffentlichen Verkehr bewusst einfach und risikolos gestaltet. Darüber hinaus erachtet unser Rat auch zielgruppenspezifische und flexible Produkte als wichtige Bausteine. Dazu zählt etwa das GA Night, das Personen unter 25 Jahren für 99 Franken pro Jahr freie Fahrt ab 19 Uhr auf dem GA-Streckennetz ermöglicht; am Wochenende gilt es bis 7 Uhr. Solche Angebote können insbesondere für junge Menschen eine attraktive und bezahlbare Alternative zum Auto darstellen und den Zugang zum öV früh stärken. Auch das Halbtax PLUS ist in diesem Zusammenhang relevant. Es richtet sich an Personen, die häufig, aber nicht zwingend regelmässig mit dem öV unterwegs sind. Kundinnen und Kunden wählen eine Guthabengrösse, erhalten einen Bonus und tragen kein finanzielles Risiko, weil nicht aufgebrauchte eigene Einlagen am Ende des Vertragsjahres zurückerstattet werden. Solche Modelle senken finanzielle Hemmschwellen und erhöhen gleichzeitig die Flexibilität.

Auch neue digitale Entwicklungen können den Zugang zum öV weiter vereinfachen. Das Pilotprojekt myRIDE verfolgt das Ziel, Reisen mit «GA-Komfort» mit einer Verrechnung der effektiven Nutzung zu verbinden. Gemäss Tarif für den Feldtest erfolgt dies über Check-in und Check-out; angeboten werden ein Basismodell ohne Grundgebühr sowie ein Smart-Modell mit monatlicher Gebühr und Bonusmechanik. Solche Ansätze können dazu beitragen, den öV einfacher, flexibler und stärker nutzungsorientiert auszugestalten. Darauf aufbauend wird aktuell im Rahmen eines Feldversuchs für myRIDE-Nutzende auch «BiBo» (Be in, be out) getestet. Dabei erkennt die App automatisch, wann sich jemand im öV befindet und rechnet den Fahrpreis nach der Fahrt automatisch ab, ohne dass man aktiv ein- und auschecken

muss. Dabei hat man ohne aktive Handlung immer ein gültiges Billett. Unser Rat erachtet solche Innovationen als chancenreich, sofern sie zuverlässig funktionieren, verständlich sind und weiterhin Alternativen für nicht-digitale Kundinnen und Kunden bestehen.