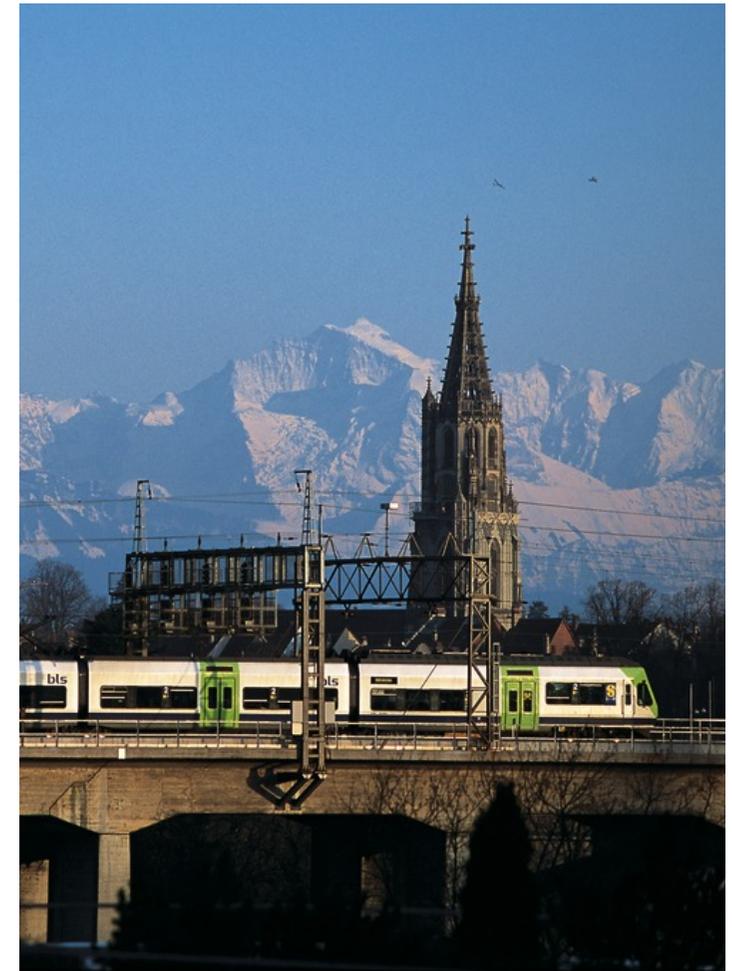




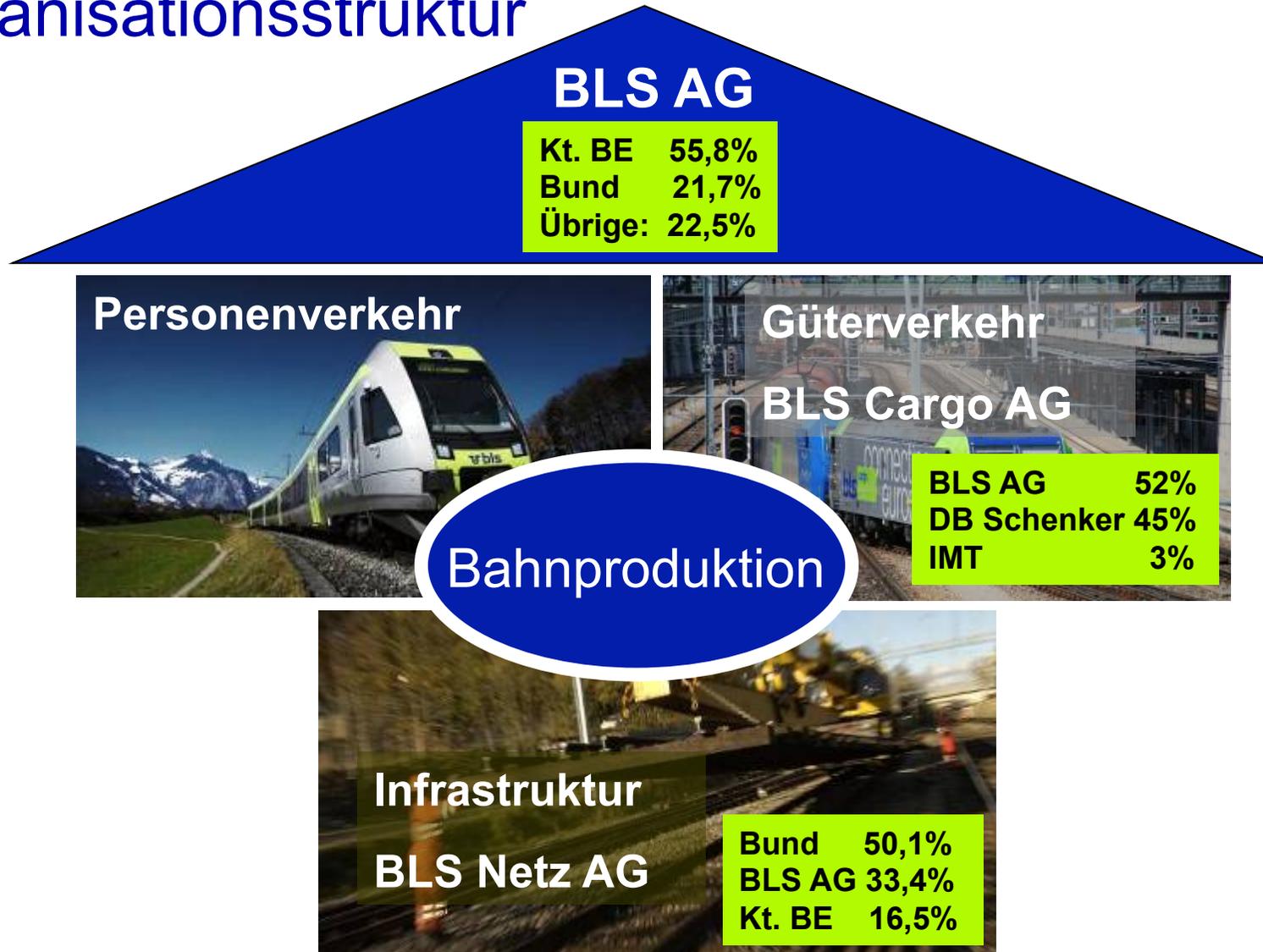
**Aktuelle Herausforderungen und zukunftsgerichtete Lösungsansätze**  
Bernard Guillelmon, CEO, 24.3.2012

# Inhalt

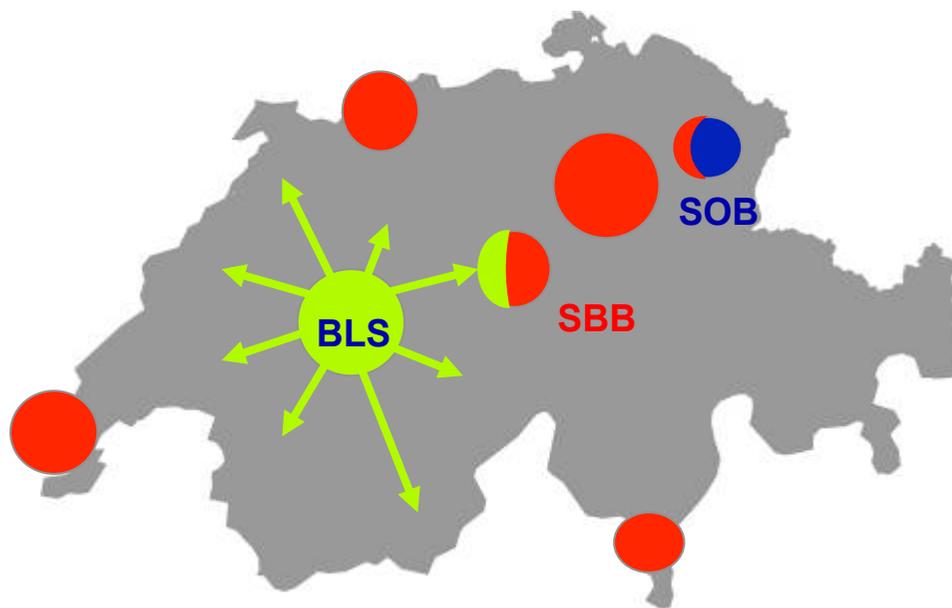
1. Wer wir sind – Kurzportrait der BLS AG
2. Aktuelle Herausforderungen im Bahnmarkt
3. Handlungsfelder Unternehmen
4. Handlungsfelder Mitarbeitende



# Organisationsstruktur



# BLS Personenverkehr: Die Nr. 2 im Schweizer Regionalverkehr



*S-Bahnsysteme der Schweiz  
(Normalspur)*

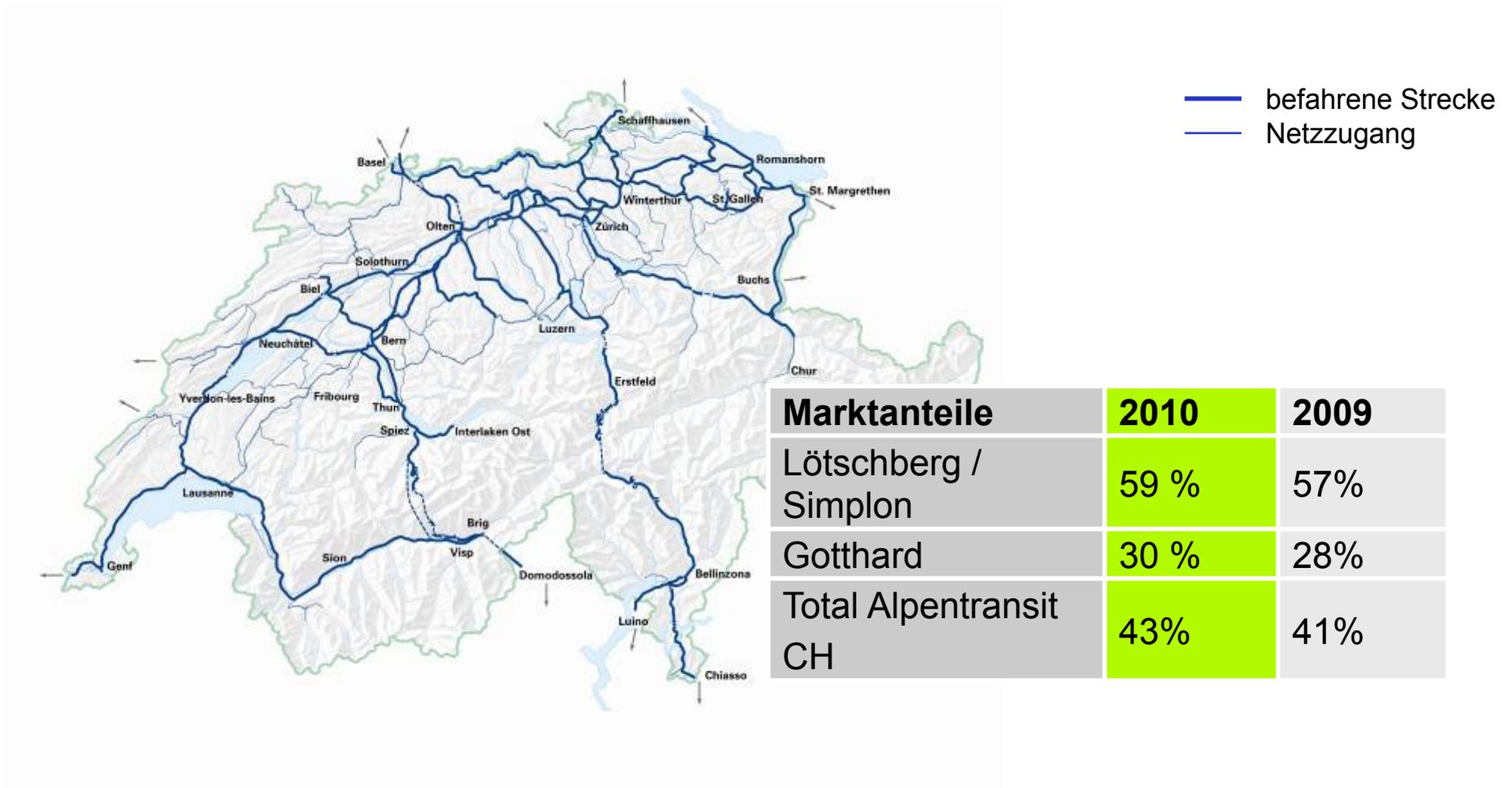
Grösste S-Bahn- und  
Regionalverkehrsanbieterin im  
westlichen Mittelland

700 km Liniennetz

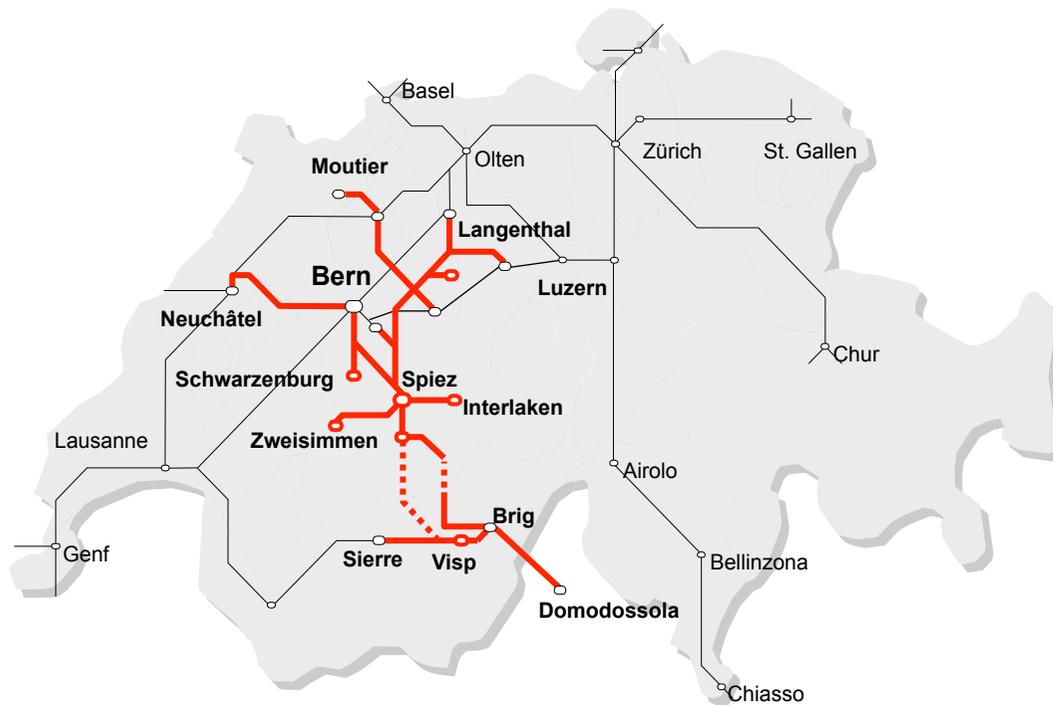
50 Mio. Fahrgäste

ca. 15% Marktanteil Schweiz  
RPV Bahn (Normalspur)

# BLS Cargo AG: Ein massgeblicher Träger der Verlagerungspolitik



# BLS Netz AG: NEAT Lötschberg und regionale Netze



Zweite Infrastrukturbetreiberin im  
schweizerischen Normalspurnetz

440 km Strecke im Eigentum

520 km Strecke Betriebsführung

13'500 Mio. Trassenkilometer/Jahr

12% Marktanteil Schweiz  
Normalspurninfrastruktur

*Betriebsführungsperimeter BLS Netz AG*

## Die BLS AG als Arbeitgeberin über 2800 Mitarbeitende aus 24 Nationen

<b>BLS AG</b>	<b>2633</b>
Infrastruktur	746
Personenverkehr (Bahn, Bus, Schiff)	274
Bahnproduktion (inkl. Lokführer/-innen)	1414
Stabsbereiche	199
<b>BLS Cargo AG</b>	<b>80</b>
<b>BLS Cargo Italia s.r.l.</b>	<b>19</b>
<b>BLS Cargo Deutschland</b>	<b>8</b>
<b>Busland AG</b>	<b>96</b>
<b>BLS Gruppe</b>	<b>2836</b>

### Geschlechterstruktur

Männer: 84,7%  
Frauen: 15,3%

### Nationalitäten

Anzahl: 24



Stand 1.1.2012, umgerechnet auf Vollzeitstellen

# Die BLS – gut für die Schweizer Bahnlandschaft

- belebt die Schweizer Bahnlandschaft
- gibt Impulse für Innovation in Technik, öV-Angebot und Tourismus
- ermöglicht Benchmarking hinsichtlich Qualität und Effizienz
- schafft eine Wettbewerbssituation, welche die Bahn gegenüber der Strasse stärkt



# Inhalt

1. Wer wir sind – Kurzportrait der BLS AG
2. Aktuelle Herausforderungen im Bahnmarkt
3. Handlungsfelder Unternehmen
4. Handlungsfelder Mitarbeitende



# Personenverkehr (1): Rasanten Nachfragewachstum hält an.

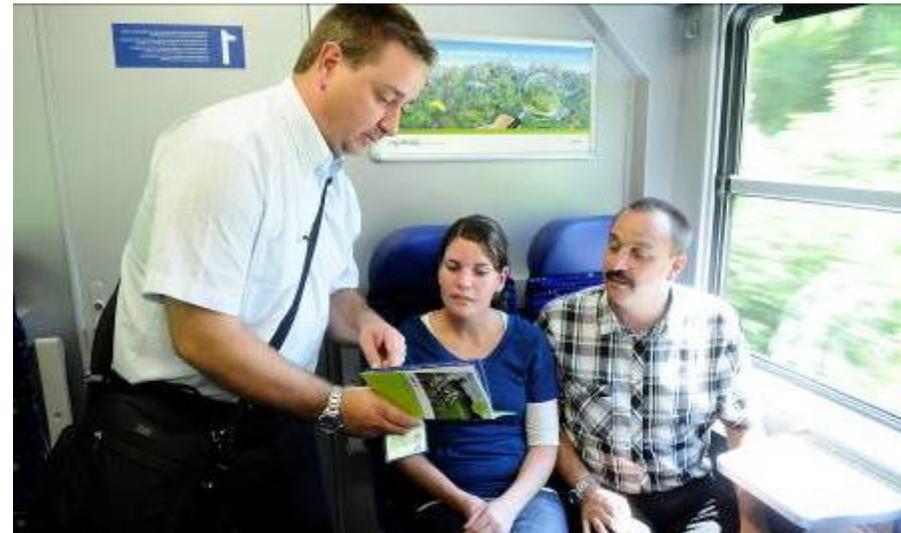
Entwicklung des Regionalverkehrs Bahn 2005-2010  
in Mio. Personen



**Nachfrageprognose:**  
+ 60% bis ins Jahr 2025

## Personenverkehr (2): Steigende Ansprüche der Fahrgäste

- Komfort
- Service
- Pünktlichkeit
- Kundeninformation



Auch das Lokpersonal hat  
eine wichtige Rolle als  
„Botschafter“!



## Infrastruktur

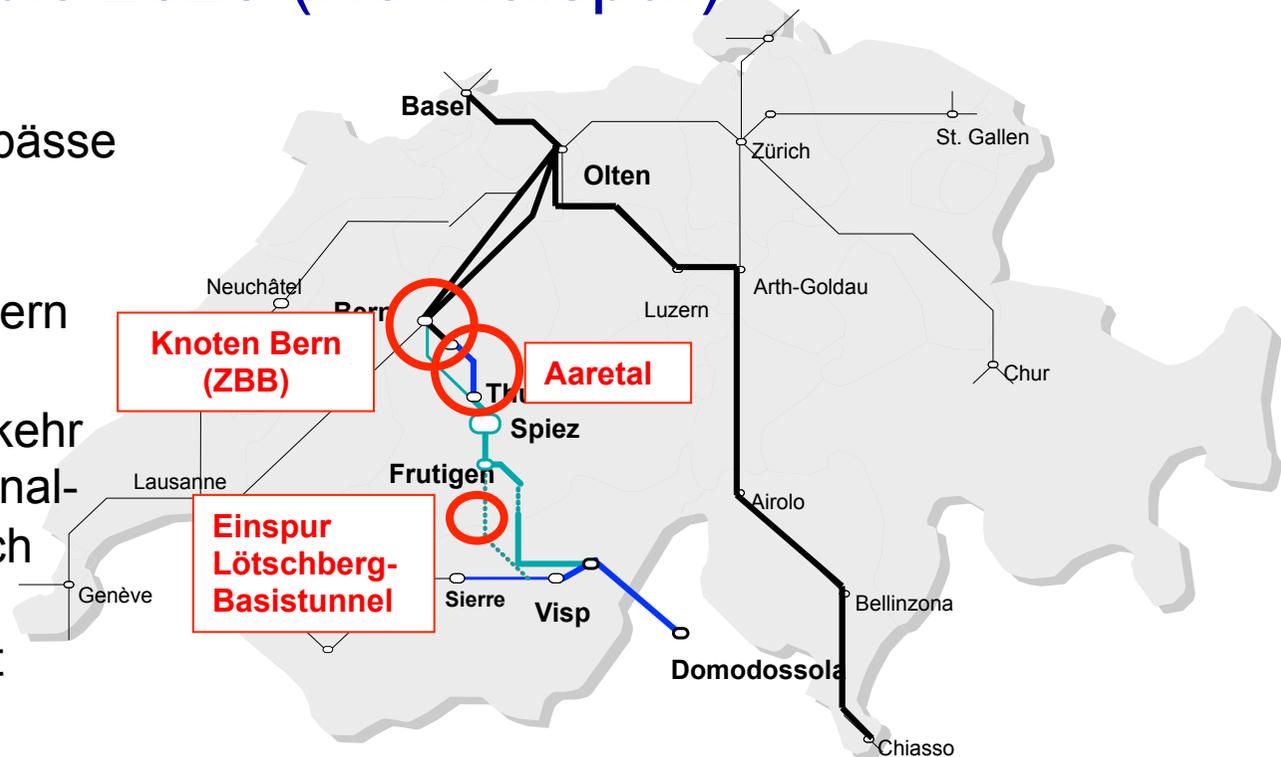
# Zentrale Entwicklungsengpässe für die Hauptstadtregion bis 2025 (Normalspur)

Ohne Behebung dieser Engpässe

Keine nachfragegerechte  
Entwicklung der S-Bahn Bern

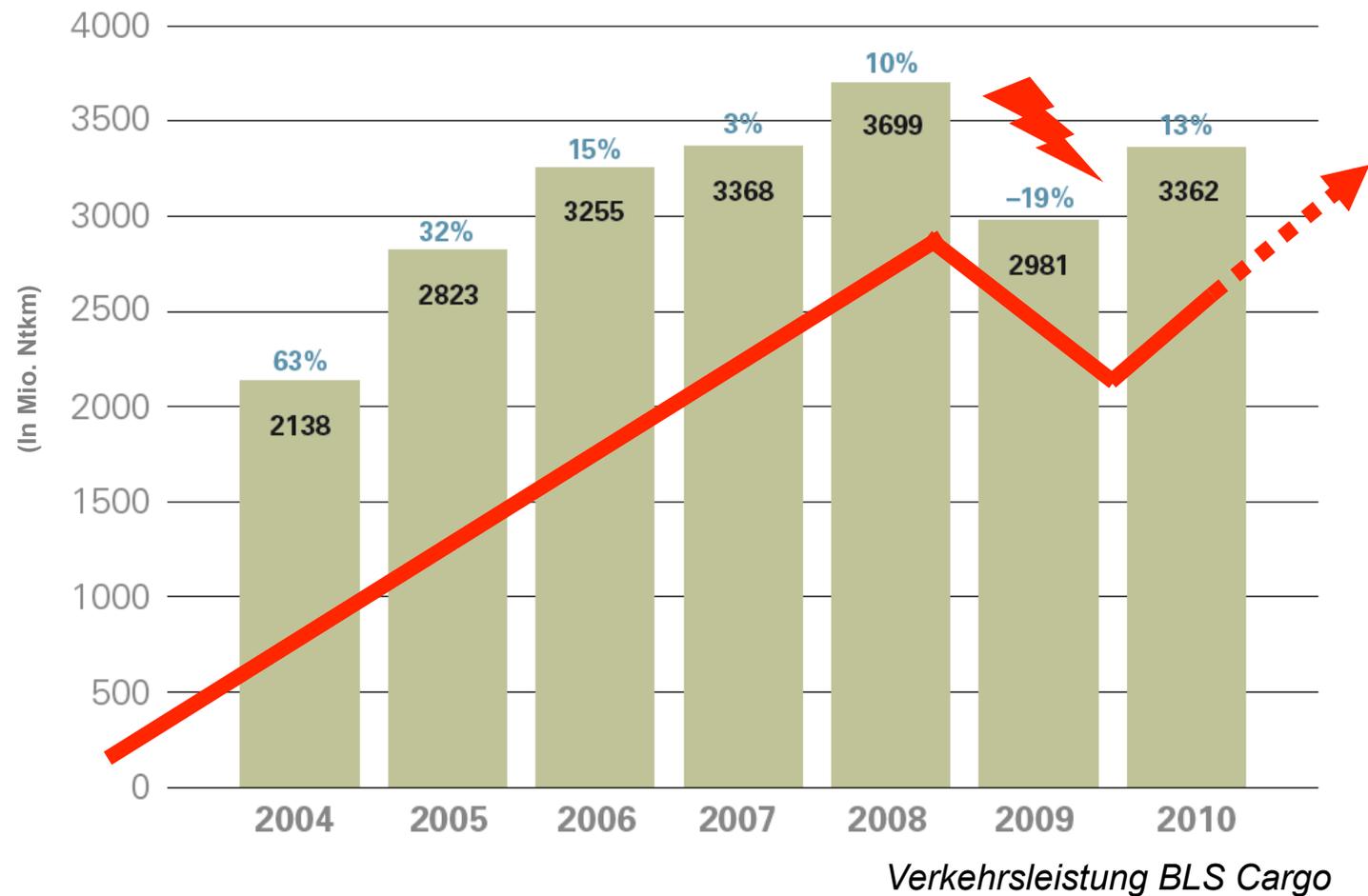
Weiterer Ausbau Fernverkehr  
nur auf Kosten des Regional-  
und Güterverkehrs möglich

Wachsender Gütertransit  
muss auf Strasse  
ausweichen



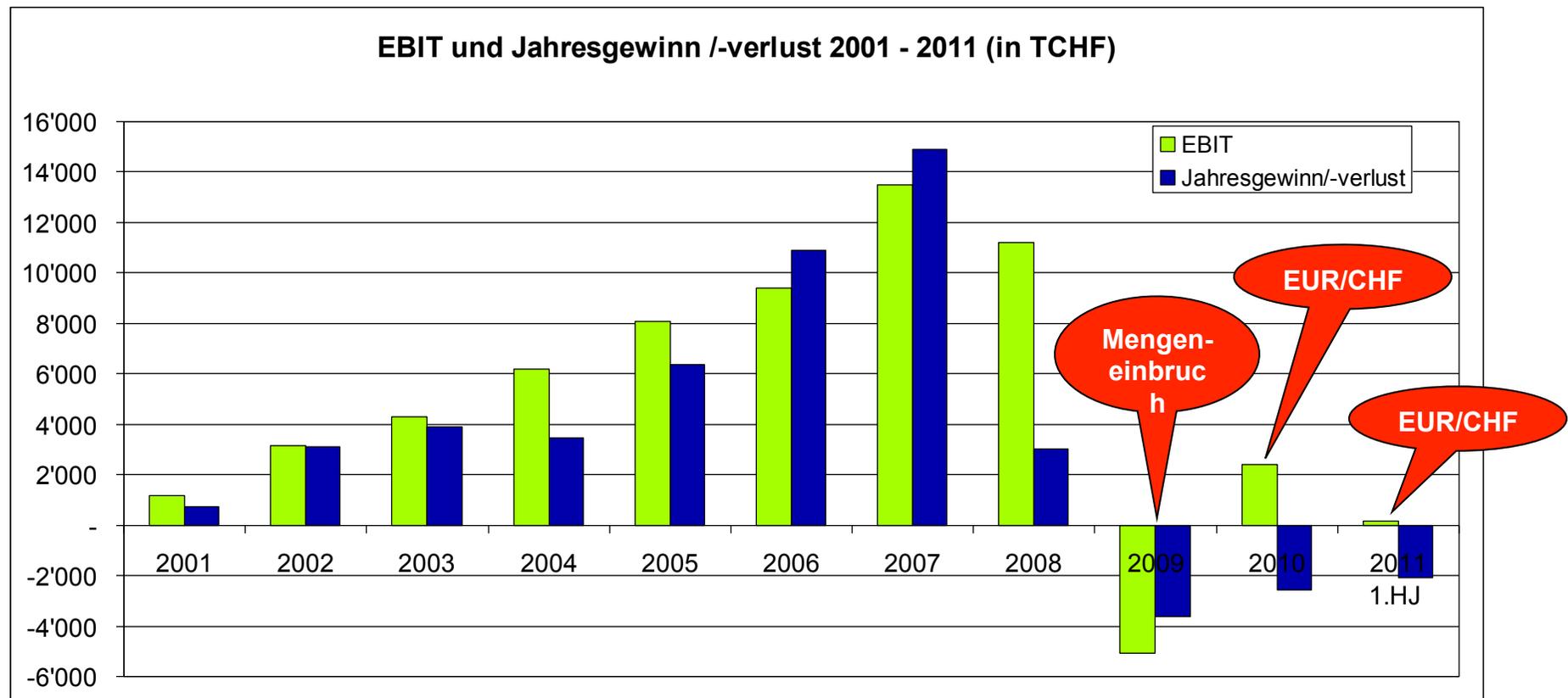
## Güterverkehr / BLS Cargo (1)

# Erholung der Verkehrsmengen nach der Krise...



## Güterverkehr BLS Cargo (2)

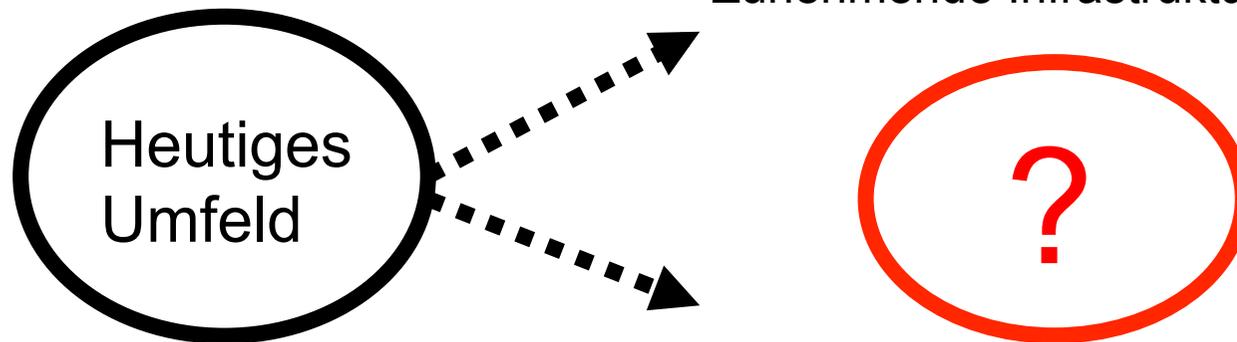
# ...aber weiterhin schwieriges Marktumfeld



Zwischenfazit:

## Künftige Herausforderungen der Bahnunternehmen

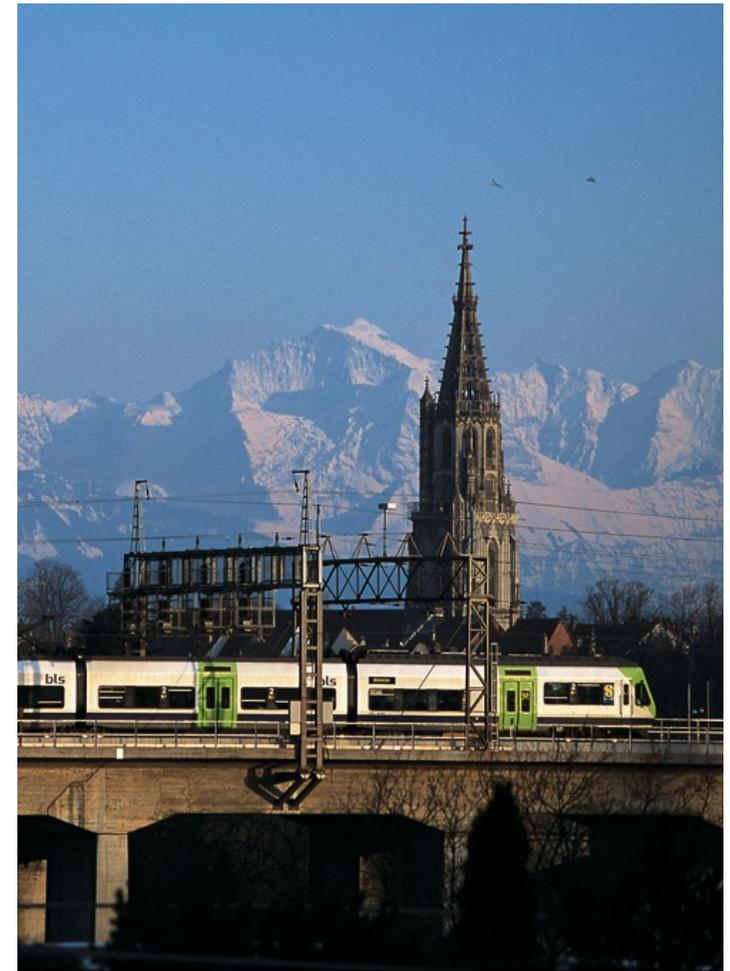
- Steigende Verkehrsnachfrage (Personen + Güter)
- Höhere Kundenansprüche (Qualität, Komfort, Sicherheit)
- Steigende Produktionskosten (Trassenpreise, Euro u.a.)
- Zunehmende Infrastrukturengpässe



- Sinkende Verfügbarkeit öffentlicher Mittel (Wachsender Druck auf Abgeltungen)
- Beschränkte Akzeptanz von Preiserhöhungen
- schwieriges Marktumfeld im Güterverkehr

# Inhalt

1. Wer wir sind – Kurzportrait der BLS AG
2. Aktuelle Herausforderungen im Bahnmarkt
3. Handlungsfelder Unternehmen
4. Handlungsfelder Mitarbeitende



## Beispiel

# Effizienzsteigerungen in der Bahnproduktion

- Grenzüberschreitender Einsatz von Lokomotiven (RE 486)
- Grenzüberschreitender Lokpersonaleinsatz (Weiterbildungen)
- Neue „Last-Mile-Loks“ (Produktivitätssteigerung)
- Effizienzsteigerung Werkstätten (Schlanke Produktion, Entflechtung betriebsnahe Instandhaltung / 3R-Geschäft)



Beispiel

## Die BLS investiert in die Flotte der Zukunft



**28 neue Doppelstock-Züge  
ab 2013**

Mehr Kapazität

Mehr Komfort für Fahrgäste

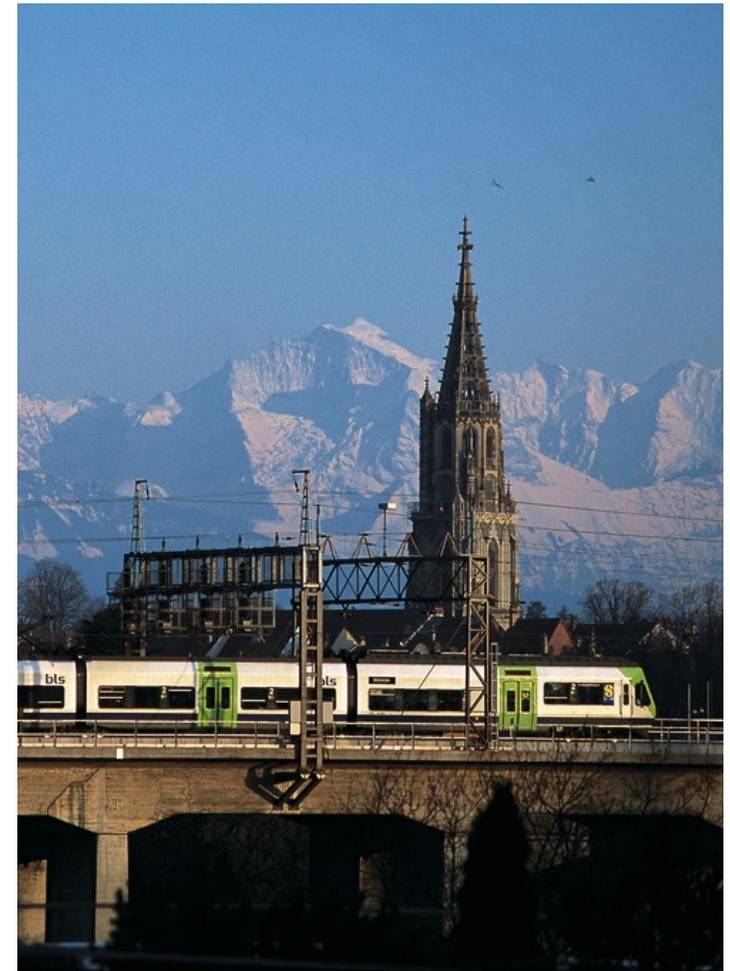
Höhere Zuverlässigkeit

Bessere Wirtschaftlichkeit



# Inhalt

1. Wer wir sind – Kurzportrait der BLS AG
2. Aktuelle Herausforderungen im Bahnmarkt
3. Handlungsfelder Unternehmen
4. Handlungsfelder Mitarbeitende



# Was wir anstreben: Leitbild für die Mitarbeitenden



## Zuverlässig.

Wir bewegen Menschen und Güter sicher und zuverlässig. Dabei sind wir ein vertrauenswürdiger Partner, der hält, was er verspricht. Wir handeln professionell und effizient gegenüber unseren Kunden.

## Ambitioniert.

Wir entwickeln die Bahn und den öffentlichen Verkehr engagiert weiter. Mit Leidenschaft erarbeiten wir innovative Lösungen. So schaffen wir Angebote, die unseren Kunden einen echten Mehrwert bieten.

## Sympathisch.

Wir sind stolz auf unsere regionale Identität. Dank unserer Nähe zu den Kunden wissen wir, was sie bewegt, und kennen ihre individuellen Bedürfnisse. Mit herausragenden Leistungen wollen wir sie begeistern. Jeden Tag.

## Was unsere Kunden sagen – Zwei Beispiele.



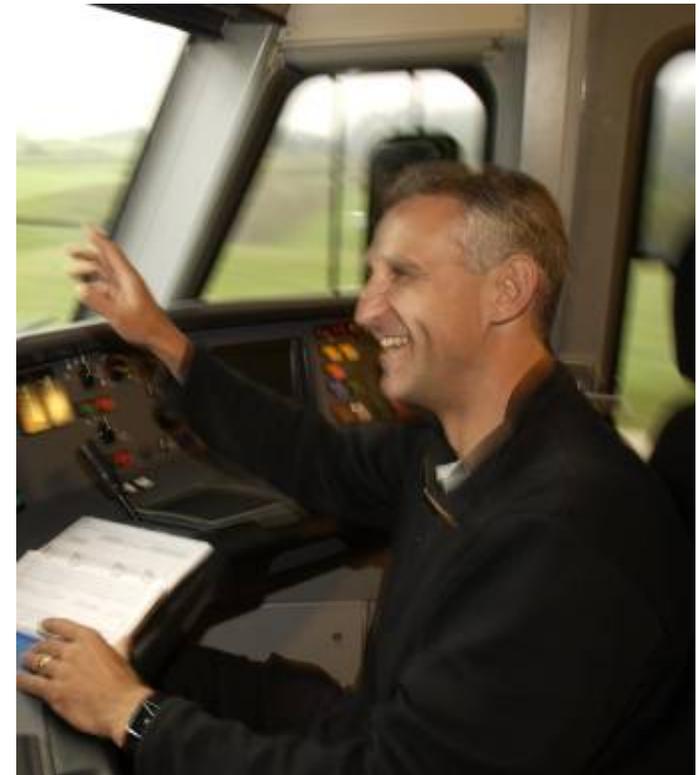
*„Heute Morgen nahmen wir den Zug von Bern nach Belp. Ich sagte dem Lokführer durch die Scheibe "bitte e chli vorzie“, was als Spass gemeint war. Die Reaktion Ihres Mitarbeiters erstaunte mich nicht schlecht. Er zeigte mir den Vogel.“*



*„Ich möchte ein Lob aussprechen für den Zugchauffeur, welcher heute morgen von Konolfingen nach Thun gefahren ist. Seine freundlichen Worte zur Verabschiedung machten Freude an so einem grauen Tag. Mit solch kleinen Gesten gewinnt man die Herzen seiner Kunden.“*

## Wie erlebe ich persönlich die Leistungen des Lokpersonals?

- Hohe Fachkompetenz
- Starke eigene Identität (innerhalb Konzern)
- Tendenz, die eigene Verantwortung auf die reine Fahrleistung zu begrenzen
- Ich wünsche mir, dass sich das Lokpersonal noch stärker als aktiver Partner der Fahrgäste versteht



## Folgerung für das Lokpersonal

- Hoher Kostendruck
- Hohe Erwartungen der Kunden
- Bahn als Gesamtsystem



Das Lokpersonal muss sich verstärkt für das Gesamtsystem Bahn verantwortlich fühlen. Es muss sich als „Botschafter der Bahn“ verstehen und sich „an der Front“ im Dienste der Kunden einbringen

Fazit: Funktionierende Sozialpartnerschaft als Erfolgsfaktor in einer sich wandelnden Bahnwelt



Herzlichen Dank.

