

Die Ära Regenbogen



Erwachendes Umweltbewusstsein

In den 1980er Jahren erwachte in der breiten Bevölkerung das Umweltbewusstsein. Klimaerwärmung war noch kein Thema, aber saurer Regen, Luftverschmutzung, Umweltzerstörung und besonders das Waldsterben beschäftigte die Menschen. Ein Mittel für mehr Umweltschutz war unbestritten die Förderung des öffentlichen Verkehrs. Doch was tun? Das Rezept: Um die Leute zum Umsteigen auf den ÖV zu animieren, musste ein attraktives Billett zu einem günstigen Preis her.

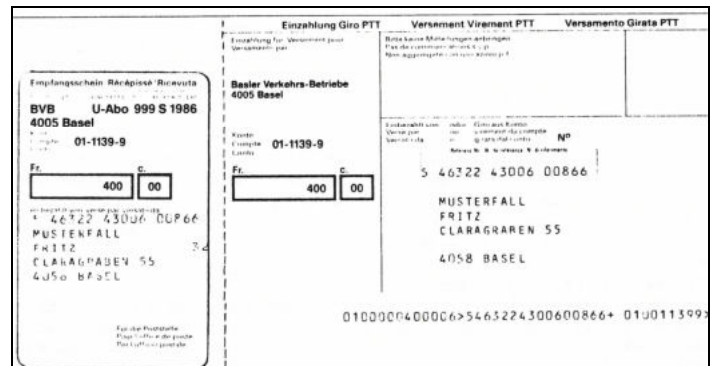
Umweltschutz beginnt beim Einzelnen

Geredet und geschrieben wird bis zum Überdross von Waldsterben, saurem Regen und Nebel, von Verkehrsimmissionen. Mit der Regenbogenkarte haben endlich alle die Chance, sofort etwas Handfestes zu tun. Tausende raschentschlossener Zürcherinnen und Zürcher sind schon vorgegangen und haben ihre Regenbogenkarte bestellt.

Vorbild Basel

Den Anfang machte die Region Basel 1984. Im Rekordtempo von weniger als 2 Monaten lancierten die beiden Halbkantone ein stark vergünstigtes

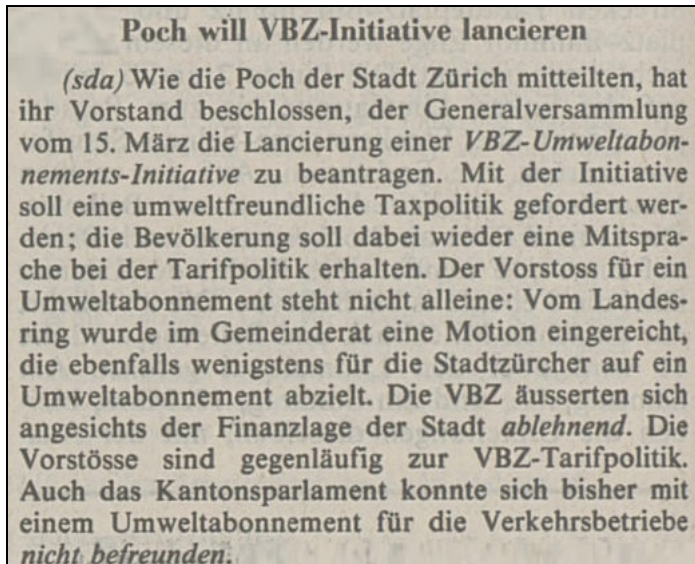
«Umweltschutz-Abonnement» für Tram und Bus: 35 Franken im Monat, 400 Franken im Jahr. Subventioniert wurde es von den beteiligten Gemeinden. Die Basler revolutionierten auch gleich noch das Verkaufsprozedere. Sie verschickten an die Abonnenten Einzahlungsscheine; der abgestempelte Empfangsteil diente dann gleich als Fahrausweis. Im gleichen Jahr führten auch St. Gallen und Bern Umwelt-Abos ein.



In Zürich ist alles problematischer

In Zürich war der Weg steiniger. Die Zürcher Behörden hatten nicht so grossen Spielraum wie die Basler Kollegen. Aufgrund einer Vereinbarung mit dem Kanton waren die VBZ verpflichtet, einen Kostendeckungsgrad von mindestens 65 Prozent zu erwirtschaften. Eine Subventionierung durch die öffentliche Hand kam also nicht in Frage. Auch die Haltung der VBZ war zunächst ablehnend, allfälliges Geld sollte man gescheiter in den Ausbau des Angebots investieren, statt damit Fahrausweise zu verbilligen. Das Zürcher Umwelt-Abo musste sich also selbst finanzieren – durch Mehrverkehr. Der politische Druck und der Erfolg in Basel bewogen die Behörden, das Risiko einzugehen. Im Gemeinderat wurde das Vorhaben – allerdings nur als einjähriger Versuch – mit 91:0 angenommen; nur auf der linken

Ratsseite gab es vereinzelte Enthaltungen – sie fanden den Preis zu hoch.

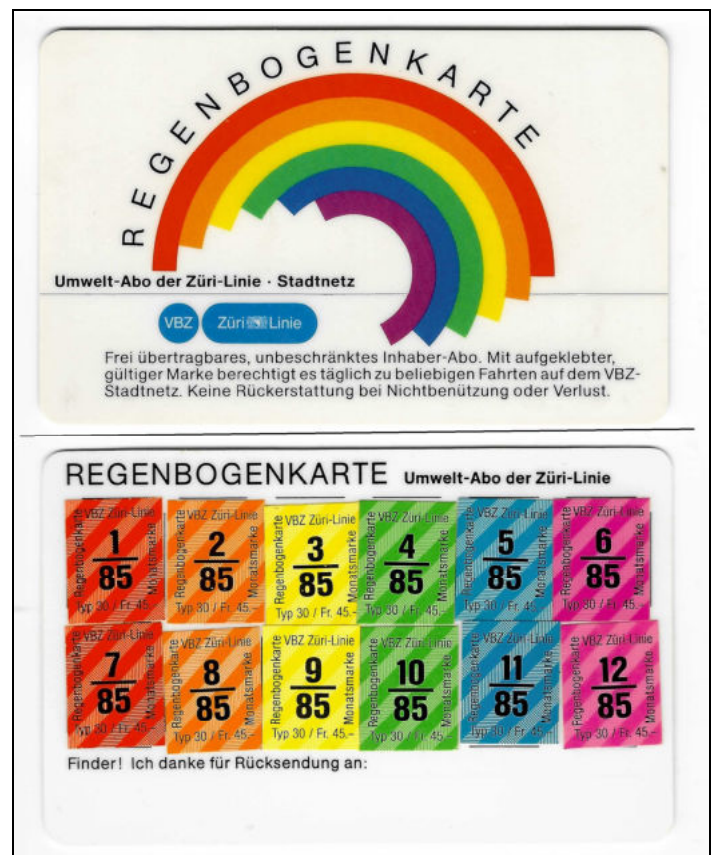


Die Regenbogenkarte

Zunächst war es ein Arbeitstitel, dann wurde der Begriff «Regenbogenkarte» definitiv – und im Nu populär. Farben hatten beim Zürcher Tram schon immer Tradition, bei den Liniennummern wie auch bei den Billetten. So fanden neben dem traditionellen Gelb (für Kurzstrecke) und Violett (Stadtnetz) auch die übrigen Farben des Spektrums auf dem neuen Fahrausweis Berücksichtigung. Als die Karte auf 1. Januar 1985 eingeführt wurde, lautete die Eigenwerbung, das Zürcher Umwelt-Abo sei zwar nicht das erste, dafür das schönste.

45 Franken kostete ein Monat für unbeschränkte Fahrten (das vergleichbare Abo kostete zuvor 64 Franken). Auch ein Jahresabonnement für 540 Franken wurde angeboten. Nicht nur optisch war das handliche Plastikkärtchen in Kreditkartenformat attraktiv. Es war auch ohne jede Formalitäten zu erwerben; kein Foto war nötig, auch keine Erhebung der Personalien. Bei der Monatsvariante wurde je-

des Mal das entsprechende farbige Märkli aufgeklebt. Der unkomplizierte Verkauf war auch für die VBZ mit weniger Aufwand verbunden. Die bisher bestehenden 4 Typen persönlicher Monatsabonnemente (nur Werktag/alle Tage; beschränkt/unbeschränkt) wurden weiterhin ausgegeben, jedoch kaum mehr verlangt.



Beispiellose Kampagne

Die Messlatte war hoch. Mindestens 60 000 verkaufte Karten pro Monat lautete die Zielvorgabe, sonst werde das Angebot sofort wieder eingestellt. Die VBZ standen unter gewaltigem Erfolgszwang, daher wurde unablässig und intensiv geworben. Der Regenbogen prangte an Wartehallen, Papierkörben, Haltestellentafeln. In den Inseraten waren Slogans mit Appellcharakter zu lesen: «Ab Neujahr können

Sie handeln – damit Wälder und Menschen aufatmen» oder: «Jetzt Farbe bekennen für den Umweltschutz».



Linie 24

Für einen rollenden Werbeträger wurde der Privatsender-Pionier «Radio 24» ins Boot bzw. ins Tram geholt. Im Wagen 2036 wurde ein provisorisches Studio eingebaut. Im Dezember 1984 verkehrte die Linie 24 eine Woche lang auf dem Tramnetz. Zu bestimmten Tageszeiten wurde live aus dem fahrenden Tram gesendet. Die Fahrroute wurde über 101,8 Megahertz bekanntgegeben. Zutritt zum Tram hatten Radio-24-Klubmitglieder und alle Personen, die bereits eine Regenbogenkarte besaßen oder sie an Bord kaufen wollten.



Volkssport Regenbogenkarten-Erwerb

Die frei übertragbare Regenbogenkarte wurde sofort ein Renner. Familien schafften sie an und verwendeten sie beispielsweise so: Tagsüber fuhr der Vater damit zur Arbeit, am Abend schnappte sie sich der Junior für den Ausgang, am Samstag nahm sie die Mutter zum Einkaufen und während den Ferien lieh man sie der Grossmutter aus. Firmen kauften sie für die Botengänge der Angestellten. Der TCS gab sie den Mitgliedern vergünstigt ab. Firmen wurden angeschrieben, um sie zu motivieren, die Karte ihren Mitarbeitern verbilligt abzugeben. Für die allgemeine Motivation stellten die VBZ am Paradeplatz, Bellevue, Stauffacher und Central «Regenbogen-Barometer» auf, auf denen mit farbigen Klötzen die Höhe der verkauften Regenbogenkarten angezeigt wurde. Die Begeisterung war gross, der Erfolg durchschlagend, so dass das Parlament die definitive Einführung beschloss.

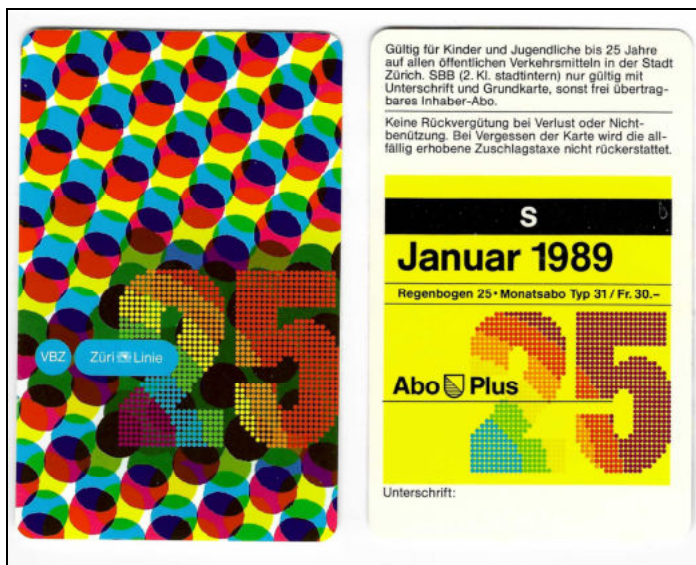


TMZ ARCHIVBILDER DES QUARTALS

Für das Jahresabo wagte man eine Preissenkung, es gab nun einen Gratismonat, was den Absatz verdoppelte. Im Januar 1987 wurden erstmals über 100 000 Monatsmarken verkauft. Die Fahrgastzahlen nahmen erfreulich zu, nachdem in der Zeit vor der Einführung eine Stagnation zu beklagen war.

Auch die Jungen werden abgeholt

Eine Marktuntersuchung ergab: Für junge Leute war der Preis nicht attraktiv genug. Auf 1. Januar 1988 wurde daher unter dem Namen «Regenbogen 25» ein Monatsabo für 30 Franken eingeführt, erhältlich für sämtliche Junioren unter 25 Jahren. Es brauchte nun keine Schüler-, Studenten- oder Lehrlingsausweise mehr, für die Vergünstigung war nun allein das Alter massgebend. Die Marketingstrategie, junge Leute schon früh an den ÖV zu binden, machte sich bezahlt.



Gleichzeitig gelangte auch für das Regionalnetz eine Regenbogenkarte in den Verkauf. Im September 1988 wurde unter dem Begriff «AboPlus» eine Vorstufe zum Verkehrsverbund realisiert. Nun war die Regenbogenkarte auch auf die SBB-Linien im

Stadtgebiet gültig und im Gegenzug konnten Pendler aus dem Kanton ihr Bahnabonnement mit dem Regenbogenabo kombinieren.

ZVV: Regenbogen im ganzen Kanton

1990 wurde der Zürcher Verkehrsverbund eingeführt und damit das gesamte Fahrausweis-Sortiment umgekrempelt. Die Stadt setzte alles daran, ihr Erfolgsmodell «Regenbogen» ins ZVV-Zeitalter hinüberzuretten. In einem Zusammenarbeitsvertrag erreichte sie, dass der Begriff auf alle Monats- und Jahresabos des ZVV ausgedehnt wurde. Ohne Kompromisse ging es nicht, das Billett verlor an Farbe. Während auf der Rückseite weiterhin der Regenbogen prangte (aber nur auf den von den VBZ-Verkaufsstellen ausgegeben Abos der Zone 10), herrschte auf der Vorderseite tristes Grau. Statt der bunten Monatskleber gab es nun eine Nadeldrucker-Beschriftung, denn mit der ZVV-Einführung wurden die VBZ-Ticketerias mit Elektronischen Schaltergeräten ausgerüstet.



Der Preis stieg von 45 auf 51 Franken, dafür gossen die Abonnenten den Vorteil, dass die ZVV-Regenbogenkarte nicht mehr an den Kalendermonat gebunden war, sondern mit Fließdatum ausgegeben wurde. Und für Fahrten ins Kantonsgebiet genügte es, Anschlussbillette zu lösen, denn die Stadtzone wurde angerechnet.

Die Personalzeitung

Der Regenbogen symbolisierte nicht nur das Umweltbewusstsein, er stand auch für die Aufbruchstimmung der 1980er und 1990er Jahre. Als 1992 die seit 1950 bestehende VBZ-Personalzeitung «Kontakt» ein neues Layout erhielt, wurde sie auch gleich umgetauft und erhielt den Titel «Regenbogen».



Das Regenbogentram

1996 wurde ein «Mirage-Zug mit den Wagen 1690 und 1691 zum «Regenbogentram». Schon äusserlich fiel das Tram auf: ganz in Silber, tapeziert mit 1055 Fotos von Regenbogenabonnenten. Mit einem Son-

dertram wollte man den Firmen, die ihrem Personal die Regenbogenkarte als «Bonuskarte» vergünstigt abgaben, ein Dankeschön aussprechen. Gleichzeitig sollte das Regenbogentram ein Labortram sein, um Erkenntnisse für die Gestaltung der neuen Tramgeneration zu gewinnen.



Innen war das Tram kaum mehr zu erkennen. Das Atmosphärische (Wohlbefinden und Sicherheitsgefühl) stand im Vordergrund, abgestimmte Farben, neue Sitze und Haltestangen, neuer Fussboden aus Kunststoffgranulat, Aufwertung des Stehplatzbereichs mit Stehhilfen zum Anlehnen. Eine ausgeklügelte Beleuchtung verminderte die Spiegelungseffekte, so dass die Sicht nach Aussen bei Dunkelheit erheblich verbessert werden konnte. Die transparente Führerstandrückwand gewährte den Fahrgästen einen Blick nach vorne.

Im September 1996 gelangte das Experimentiertram auf die Linie 13. Eigentlich nur für 2 Jahre vorgesehen, blieb es wesentlich länger im Betrieb und kam ab 2001 auf Linie 2. Das Publikum wurde zum Probefahren animiert. Mit Umfragekarten wurde die Mei-

TMZ ARCHIVBILDER DES QUARTALS

nung der Fahrgäste eingeholt. Manche, aber nicht ganz alle Elemente des neuen Interieurs fanden schliesslich im Cobra-Tram Anwendung.



Landauf, landab

Auch andere Städte und Agglomerationen lancierten Umwelt-Abonnemente mit unterschiedlichen Namen. In Winterthur hiess es «Löwenkarte». Den Begriff «Regenbogen» übernahm einzig Fribourg – in der französischen Version: «Arc-en-ciel». Und im Tarifverbund für das Tessin und das Misoix lebt die Himmelserscheinung als «Arcobaleno» bis heute fort.

**Das Gescheiteste, was Sie für einen Hunderter haben können:
Das neue 1/2-Preis-Abo,
für ein ganzes Jahr.**

Für 100 Franken gehört Ihnen die ganze Schweiz zum halben Preis.
Fährt alle Bahnen, Postautos und Schiffe.
Ja sogar Liepobahnen sind dabei.

SBB

Auch auf nationaler Ebene erlebte eine Aktion zur Förderung des öffentlichen Verkehrs einen durchschlagenden Erfolg. 1987 wurde das Halbtaxabonnement der Schweizer Bahnen von 360 auf 100 Franken verbilligt. Der reissende Absatz sorgte dafür,

dass auch der ÖV-Freizeitverkehr einen enormen Aufschwung erlebte. Für eine Vergünstigung auf VBZ-Billette mussten sich die Halbtaxabonnenten noch etwas gedulden; diese wurde erst 1990 mit dem ZVV Realität.

Das spurlose Verschwinden

Nach und nach bürstete die Regenbogenkarte ihren ursprünglichen Charakter ein. Es gab wiederholt Preiserhöhung, eine persönliche Variante wurde eingeführt, für Junioren gab es schliesslich nur noch die Ausgabe mit Foto, die stabilen Kärtchen wurden ersetzt durch Papierbillette in einer Einsteckhülle. Ende 2006 verschwand der Ausdruck «Regenbogen» aus dem ZVV-Fahrausweissortiment. Seither heissen die Abos «ZVV NetzPass». Das Regenbogen-Tram war schon Ende 2003 remisiert und 2005 abgebrochen worden.



2012 verlor die Personalzeitung ihren populären Namen. Jetzt heisst das Blatt «Im Takt». Längst abmontiert ist auch der prächtige Regenbogen-Leu beim Blauen Haus an der Trameinfahrt zur Zentralwerkstatt. Er war ein Relikt einer Aktion zum 200-jährigen Stadtjubiläum, bei dem 1986 im Bereich der Bahnhofstrasse überall speziell gestaltete Löwen

aufgestellt wurden. Nichts mehr erinnert heute an die glorreiche Regenbogen-Ära, weder optisch noch dem Namen nach. Nur der Ruf nach einem günstigen Abonnement ist wieder aufgeflammt. Im

September 2025 stimmte das Stadtzürcher Stimmvolk mit 63 Prozent Ja der Schaffung eines 365-Franken-Jahres-Abonnements zu.



Das städtische Generalabonnement

Die Regenbogenkarte gilt nicht nur im ganzen Stadtnetz der Züri-Linie, sondern auch auf folgenden Strecken:

Forchbahn	Stadelhofen bis Rehalp
SZU	Selnau bis Leimbach (Sihltalbahn)



Hier erhalten Sie Ihre Regenbogenkarte

Jahreskarten

An allen Abo-Verkaufsstellen der Züri-Linie sowie beim Kiosk Albisstrasse 105 in Wollishofen, beim Kiosk Bernet am Lindenplatz in Altstetten und beim AZED-Kiosk in der Wartehalle Frankental.

Monatskarten und -marken

An allen Abo-Verkaufsstellen der Züri-Linie sowie an rund 100 Kiosken (siehe Abonnements-Wegweiser, Seiten 21–25, mit blauem Punkt in der 2. Kolonne).

Billettschalter an 44 SBB- und 6 SZU-Bahnhöfen

Stadt:
Zürich HB, Stadelhofen, Enge, Altstetten, Wiedikon, Wollishofen, Tiefenbrunnen, Oerlikon. SZU: Selnau, Giesshübel, Leimbach.

Region:
Affoltern a. A., Au, Baden, Bassersdorf, Birmensdorf, Bonstetten, Bülach, Dietlikon, Dietlikon, Dübendorf, Effretikon, Glattbrugg, Hedingen, Herrliberg, Horgen, Killwangen, Kloten, Küsnacht, Männedorf, Meilen, Nänikon, Niederglatt, Oberglatt, Oberrieden, Schlieren, Schwerzenbach, Stäfa, Thalwil, Uerikon, Urdorf, Uster, Wädenswil, Wallisellen, Wetztingen, Winterthur, Zürich-Flughafen. SZU: Sood-Oberleimbach, Adliswil, Langnau-Gattikon.



Abteilung der Industriellen Betriebe
Beatenplatz 1, 8023 Zürich, Telefon 01-221 03 55

Regenbogenkarte. Die neue Bewegungsfreiheit.



Ganz Zürich mit einer Karte:

- zur Arbeit, zur Schule
- zum Einkaufen, zum Stadtbummel
- zum Rendez-vous, zum Tanzen
- zum Sport, ins Kino, ins Theater
- 19 Stunden am Tag, 365 Tage im Jahr
- zum supergünstigen Regenbogen-Preis!

Neu: Zwei Kinder zwischen 6 und 16 Jahren fahren mit **einer** Regenbogenkarte.



Mehr Leistung für mehr Fahrgäste.