



öffentlich

Beschlussvorlage			
Betreff			
Mittelfristige Marketingplanung - Tarifstrategie			
Organisation	Bereich/Periode/Jahr/Lfd. Nr./Nachtrag	Datum	lfd. Nr. BPL
AöR	M/VIII/2011/0265	03.11.2011	18

<u>Beratungsfolge</u>	<u>Zuständigkeit</u>	<u>Sitzungstermin</u>	<u>Ergebnis</u>
Ausschuss für Tarif und Marketing der VRR AöR	Empfehlung	24.11.2011	<input type="checkbox"/>
Unternehmensbeirat der VRR AöR	Empfehlung	28.11.2011	<input type="checkbox"/>
Verwaltungsrat der VRR AöR	Entscheidung	14.12.2011	<input type="checkbox"/>

Beschlussvorschlag:

Der Ausschuss für Tarif und Marketing und der Unternehmensbeirat der VRR AöR empfehlen dem Verwaltungsrat der VRR AöR folgenden Beschluss zu fassen:

Der Verwaltungsrat beschließt die Rahmenvorgaben für die mittelfristige VRR Tarifstrategie bis 2015 gem. Drucksache Nr. M/VIII/2011/0265. Diese bilden die Grundlage für die Beratung und Beschlussfassung der dann konkret dem Verwaltungsrat rechtzeitig vorzulegenden Einzelmaßnahmen.

Begründung/Sachstandsbericht:

1. Mittelfristige Marketingstrategie

Aufgrund des neu abgeschlossenen Verbundgrund- und Kooperationsvertrages zwischen der VRR AöR und allen Verkehrsunternehmen – der an die Regelungen der VRR-Satzung und des ÖPNVG angepasst wurde - besteht die Verpflichtung, verbindliche Aussagen über die zukünftige mittelfristige VRR-Marketingstrategie zu treffen. Diese Strategie leitet sich aus Marktzielen ab und umfasst alle Bausteine des Marketings, die Angebotspolitik (nicht nur

Tarifprodukte), die Kommunikations-, Distributions- und Preispolitik.

Da die finanzielle Situation der Kommunen im VRR-Raum angespannter denn je ist und die Ausgaben für die Finanzierung gemeinwirtschaftlicher Leistungen unter strenger Beobachtung stehen, wurde und wird der ÖPNV/SPNV zunehmend preispolitisch bzw. als Kostenfaktor bewertet. Hier erwarten die Aufgabenträger, dass die Belastungen sinken, zumindest nicht größer werden (höherer Kostendeckungsgrad). Diese preis-/tariffokussierte Sichtweise wird einer umfassenden Betrachtung aus Marketingsicht jedoch nicht gerecht.

Das Marketing kümmert sich um die Möglichkeiten für marktseitige Mehreinnahmen, und zwar mit Instrumenten aus allen Marketingfeldern. Die Preispolitik orientiert sich dabei nicht nur an Kostendeckungsgraden, sondern vor allem auch an anderen Markt- und Angebotszielen. Diese sind indes noch aufzustellen und mit den politischen Entscheidern zu diskutieren. Hierbei spielt die Ausschöpfung des Marktes unter Berücksichtigung einer nutzerfinanzierten Tarifstrategie eine bedeutsame Rolle.

Der VRR wird 2012 auf Basis umfänglicher Analysen einen umfassenden mittelfristigen Marketingplan erarbeiten und in die VRR-Gremien einbringen. Ungeachtet dessen sollen hier bereits preis-/tarifpolitische Einzelmaßnahmen vorgestellt werden, die aufgrund schon beschlossener Veränderungen (z.B. Integration des VGN-Tarifraums in den VRR) oder den Gremien bereits vorgestellter Projekte (z.B. „Gesamtmobilität“, verstanden als Anspruch, auch die neuen, stärker aufkommenden Formen öffentlich-individueller Mobilität in das Spektrum von ÖV-Dienstleistungen aufzunehmen) schon heute evident sind.

Grundsätzlich wird der VRR in den nächsten Jahren auch weiterhin auf marktorientierte Preissteigerungen setzen und sich zugleich darum bemühen, die Kundenzahl durch Verbesserungen in der Kundeninformation, intensivere Kommunikation der Leistung des ÖV und gezielte Tarifvereinfachungen (insbesondere im verbundüberschreitenden Verkehr) zu steigern. Vorbereitungen zum Ausbau des elektronischen Fahrgeldmanagements mit automatischer Fahrpreisfindung und die Einbeziehung neuer Formen von „öffentlich-individueller“ Mobilität wie Car- und Bikesharingmodellen runden die Strategie zur Steigerung der Zahl von ÖV-Nutzern ab.

2. Tarifstrategie

Hier wird wie oben beschrieben zunächst ein Katalog evidenter tariflicher Einzelmaßnahmen für die Jahre bis 2015 vorgelegt. Nach erfolgter Beratung soll mit dieser Vorlage zunächst ein Rahmen für die Tarifstrategie beschlossen werden. Die dann in einem Katalog aufgeführten Einzelmaßnahmen werden vor dem eigentlichen Inkrafttreten im jeweiligen Sitzungsblock

den VRR-Gremien jeweils gesondert zur Beratung und Beschlussfassung vorgelegt.

a) Rahmenvorgaben

Für alle Jahre gilt gleichermaßen, dass mittels einer allgemeinen Preismaßnahme

- die Wirtschaftlichkeit der Verkehrsunternehmen nachhaltig verbessert werden soll. Hierbei soll im Planungszeitraum bis 2015 eine Erhöhung des Kostendeckungsgrades für den ÖSPV von derzeit 50 % auf 52 % und für den SPNV von derzeit 33 % auf 35 % angestrebt werden.
- Dabei soll zur Orientierung als Basiswert für die allgemeine Preismaßnahme der Verbraucherpreisindex NRW, Bereich Verkehr, im Zeitraum der letzten 12 Monate vor der Entscheidung zu einer Preismaßnahme herangezogen werden. In diesen Verbraucherpreisindex fließen alle Kosten für die Bereitstellung des ÖPNV zusammen. Da diese Daten nur rückwirkend betrachtet vorliegen, müssen zusätzlich auch die den Verkehrsunternehmen auf der Basis der mittelfristig erarbeiteten Aufwandsplanung im folgenden Wirtschaftsjahr entstehenden Personal-, Energie-, Kapital- und Materialkosten berücksichtigt werden.
- Bei den allgemeinen Preismaßnahmen werden strategisch Rabattierungen im Barsortiment nicht allein preis-, sondern auch distributionspolitisch zu beleuchten sein.
- Schulträgerzahlungen - in den letzten Jahren öfter außerhalb der Verkehrsexindexentwicklung (niedriger) bepreist - sollen sich - wie alle anderen Preise auch - wieder an diesem Index orientieren
- Des Weiteren sollte mittelfristig das Erhöhungsmaß von intensiv auf langen Strecken genutzten Tickets (z.B. SemesterTicket) an den Erhöhungsmaßen in den Preisstufen D und E orientiert werden.
- Zusätzlich sollten die bislang bewährten tarifstrategischen Leitlinien fortgeführt werden.

Dazu gehören:

- nach Tickets und Preisstufen differenzierte Preisanpassung
- Beibehaltung der Preisstufendifferenzierung A1 und A2 nur im Zeitkartensegment
- 4erTicket-Rabatt weiter abschmelzen (Ziel 10 %)
- Moderates Abschmelzen des Abonnentenrabatts
- Reduzierung des 9-Uhr-Karten-Rabatts

- Größere Spreizung Ticket2000 zu Ticket1000

b) Maßnahmenkatalog 2012 - 2015

Arbeiten in 2012, mehrheitlich mit Wirkung in 2013:

VRR–Tarif:

- Tarifierhöhung 01.01.2013 inkl. VGN-spezifischer Ticketangebote um mindestens den Verkehrsindex NRW, dabei zusätzlich stärkere Anhebung der SPNV-relevanten Preisstufen C – D von bis zu 1 %, wobei dies nicht zu Lasten des ÖSPV gehen darf
- Vorbereitung der Übertragung der Quer-durchs-Land („QdL“)-Systematik auf die VRR-Tages- und Gruppentickets zum 01.01.2013 (QdL: Grundpreise für ein Tages-Ticket werden für 1 Person gebildet. Statt fixer Bepreisung von Gruppen pauschale Zuzahlung für jede weitere mitgenommene Person (bis max. 5 Personen))
- Überprüfung einzelner zum 01.01.2012 geänderter Tarifbestimmungen, wie z.B. Zusatzticket (2) für die Fahrradmitnahme
- Deutlicher Schritt zu einer inhaltlichen und vor allem preislichen Annäherung zwischen VRR–YoungTicket und VGN–Azubiangebote
- Verbreitung des Schokotickets in den Kreisen Kleve und Wesel (Vertrag mit mindestens 20 von 40 Schulträgern)
- Bei positiver wirtschaftlicher Einschätzung / Bewertung des Sozialtickets durch einen Wirtschaftsprüfer und stabiler Finanzierung Umstellung von der Pilotphase ins Regellangebot (Beschlussfassung dazu im September– Sitzungsblock 2012)

Kragentarife:

- Harmonisierung des Kragentarifs VRR/VGN zur Verkehrsgemeinschaft Münsterland zum 01.08.2012, spätestens 01.01.2013

NRW – Tarif:

- Einführung eines pauschalen Anschlusstickets für Verbundzeitkartenkunden nach Neufestsetzung der Kragentarife und Definition von kürzeren und längeren Reiseweiten dieser Anschlussfahrten
- Übertragung der Quer-durchs-Land–Systematik auf die landesweiten Pauschalpreisangebote SchönerTagTicket Single und Gruppe zum 01.01.2013
- Allgemeine Preismaßnahme zum 01.01.2013 für obligatorische Aufpreise bei Relationspreistickets und Preisfestsetzung bei Pauschalpreistickets

Sonstiges:

- „Gesamtmobilität“: Tarifliche Einbeziehung einzelner Bausteine neuartiger öffentlich-individueller Mobilitätsangebote (Leihauto, Leihräder)
- Elektronisches Fahrgeldmanagement: Tarifkonzeptionen und Erlössimulation für EFM 3 (automatisierte Fahrpreisfindung)

Arbeiten in 2013, mehrheitlich mit Wirkung in 2014:

VRR – Tarif:

- Tarifierhöhung 01.01.2014 incl. VGN–spezifischer Ticketangebote unter Beibehalt der tarifstrategischen Leitlinien
- Auf Basis der ersten beiden Perioden zur Verkehrserhebung 2012 Vorschlag für tarifliche Strukturänderung mit Profilschärfung der Zeitkarten (in Anlehnung an Ergebnisse der Marktforschung zum Zeitkartensortiment 2010)
- Überprüfung der Wirtschaftlichkeit der VGN-spezifischen Ticketangebote mit dem Ziel einer Sortimentsstraffung
- Weitere preisliche Angleichung des VRR–YoungTickets und der VGN-Azubiangebote
- Weitere Verbreitung des Schokotickets in den Kreisen Kleve und Wesel (Vertrag mit mindestens 30 von 40 Schulträgern)

Kragentarife:

- Einarbeitung der landesweit erarbeiteten Vorschläge zur Konzeption von Kragentari-
fen in die den VRR betreffenden Kragentarife

NRW-Tarif

- Allgemeine Preismaßnahme zum 01.01.2014 für obligatorische Aufpreise bei Relati-
onspreistickets und Preisfestsetzung bei Pauschalpreistickets

Sonstiges:

- „Gesamtmobilität“: Fortsetzung der tarifliche Einbeziehung weiterer Bausteine neuar-
tiger öffentlich-individueller Mobilitätsangebote (Leihauto, Leihräder)

Arbeiten in 2014, mehrheitlich mit Wirkung in 2015:

VRR–Tarif:

- Tarifierhöhung 01.01.2015, evtl. erstmalig ohne spezifische Ticketangebote im Tarif-
raum der VGN
- Evtl. weitere Reiseweitendifferenzierung in der Preisstufenstruktur zur Ergiebigkeits-
steigerung längerer Fahrtweiten
- Abschluss des Schokotickets mit allen 40 Schulträgern in den Kreisen Kleve und We-
sel

Kragentarife:

- Evtl. weitere Reiseweitendifferenzierung bei langen Relationen im Übergang zwischen
den Kooperationsräumen

NRW–Tarif:

- Allgemeine Preismaßnahme zum 01.01.2015 für obligatorische Aufpreise bei Relati-

onspreistickets und Preisfestsetzung bei Pauschalpreisen

- Einführung eines reformierten vereinfachten Tarifsystems für Relationspreistickets als Voraussetzung zum flächendeckenden Vertrieb über alle VU in NRW