



Vertriebsbericht 2012

Im Verkehrsverbund Rhein-Ruhr
Juni 2013



Inhaltsverzeichnis

| | | |
|-----|----------------------------------|----|
| 1. | Gesamtentwicklung | 3 |
| 2. | Einnahmen- /Absatzentwicklung | 4 |
| 2.1 | Endkundengeschäft | 5 |
| 2.2 | Vertragskundengeschäft | 9 |
| 3. | eCommerce / mCommerce | 12 |
| 3.1 | Internetshop | 12 |
| 3.2 | Handyticket | 13 |
| 4. | Einnahmesicherung | 14 |
| 4.1 | Elektronische Einstiegskontrolle | 14 |
| 4.2 | Kontrolle durch Prüfpersonale | 14 |
| 5. | Schwerpunktthema | 14 |

Einleitung

Mit diesem Vertriebsbericht wird belegt, dass sowohl die Einnahmen als auch die Absatzzahlen im Jahr 2012 zum wiederholten Male eine positive Entwicklung aufweisen. Das Verhältnis zwischen den gestiegenen Einnahmen und Absätzen zeigt, dass die Fahrgäste dem Verbund trotz Preisanpassungen als Kunden treu sind. Die positive Entwicklung ist das Ergebnis eines funktionierenden Zusammenspiels zwischen Fahrgästen, den Verkehrsunternehmen im Verbund und dem Verbund selbst. Da von dieser Entwicklung nicht nur die Verkehrsunternehmen, sondern auch die Fahrgäste selbst profitieren, gilt es, die Vertriebsqualität auch in den folgenden Jahren zu halten und stetig auszubauen.

Am 1.1.2012 wurden die bis dato eigenständigen Verbundtarifräume VRR und VGN (Verkehrsgemeinschaft Niederrhein) zusammengeführt. Die in diesem Bericht angegebenen Daten basieren für beide Vergleichsjahre auf den Meldungen der Verkehrsunternehmen, soweit diese vorlagen. Für 2012 fehlt noch eine Meldung eines Stadtbusunternehmens.¹

Mit der Tarifharmonisierung wurde im neuen Verbundraum der VRR-Tarif als geltender Tarif eingeführt, der an die Stelle der meisten ehemaligen VGN-Ticketangebote trat. Im Kooperationsvertrag mit der VGN wurde vereinbart, dass aus Gründen der Einnahmesicherung einige wenige Ticketangebote während eines fünfjährigen Harmonisierungszeitraums noch weitergeführt werden können. Als Geltungsbereich wird nun anstelle des VGN-Raumes der Begriff VRR-Tarifraum unterer Niederrhein bezeichnet. Die betreffenden Ticketangebote sind die Schnäppchenkarte, das 7-Tage-Ticket, die Monatskarte im Ausbildungsverkehr inkl. Abovariante und die Höhe der Schulträgerzahlungen. Die Gesamthöhe des VGN-Binnentarifs betrug in 2011 rd. 29 Mio. €.

Mit der im Landesinteresse stehenden Tarifharmonisierung ging auch der bis zum Jahresende 2011 zwischen den beiden Verbänden geltende NRW-Tarif in den VRR-Tarif über (rd. 9 bis 10 Mio. € im Jahr).

Das Einnahmenvolumen der landesweit geltenden Pauschalpreistickets, vorrangig SchönerTagTicket Single und Gruppe, die möglicherweise aber hauptsächlich zu Fahrten zwischen den beiden Verbundräumen genutzt wurden, kann nur geschätzt werden, da keine Angaben über die Ziele dieser Kunden vorliegen. Hierfür wird nach DB- und VRR-Einschätzung ein Einnahmenvolumen von rd. 2 bis 3 Mio. € unterstellt.

¹ Die Zahlen für das Jahr 2011 wurden in diesem Bericht außerdem um die Daten der ehemaligen VGN ergänzt. Alle Zahlen werden in den Tabellen als absolute Werte dargestellt. Somit sind die Daten in diesem Bericht für beide Jahre vergleichbar, jedoch die Daten für 2011 nicht mit denen des Vertriebsberichts 2011.

1. Gesamtentwicklung

Im Jahr 2012 haben sich die Einnahmen gegenüber 2011 positiv entwickelt. Die Einnahmen konnten im Vergleich zum Vorjahr um insgesamt ca. 39,8 Mio. € (ohne 13. Meldung entspricht dieser Wert 39,5 Mio. €) gesteigert werden. Dies bedeutet ein Plus von 3,8 %. Die größten Zuwächse zeigen sich bei dem SozialTicket, welches jedoch im Vorjahr nur 2 Monate angeboten wurde. Danach weisen die Abonnements den größten Einnahmezuwachs auf, gefolgt von den SemesterTickets mit 5,3 Mio. € (+16,0 %) und den Großkunden-Angeboten mit 5,6 Mio. € (+7,1 %). Auch bei der Anzahl der Fahrten ist 2012 ein Anstieg von 28,8 Mio. (+2,6 %) zu verzeichnen.

| Ticketsortiment | | | Einnahmen in € | | Abweichung | |
|-----------------|-------------------------------------|---|----------------------|----------------------|-------------------|--------------|
| | | | 2011 ¹⁾ | 2012 | absolut | in % |
| Endkunden | Abonnements | Gesamt | 473.371.239 | 486.363.005 | 12.991.766 | 2,7 % |
| | | davon Internetshop | 74.952 | 88.225 | 13.273 | 17,7 % |
| | Zeittickets | Gesamt | 101.119.116 | 93.186.726 | -7.932.390 | -7,8 % |
| | | Monatstickets | davon Internetshop | 621.444 | 866.747 | 245.303 |
| | Einzelkauf | davon HandyTicket | 131.098 | 161.499 | 30.401 | 23,2 % |
| | | SozialTicket ²⁾ | 1.860.707 | 18.754.296 | 16.893.589 | 907,9 % |
| | Barsortiment | Gesamt | 242.630.231 | 247.216.669 | 4.586.438 | 1,9 % |
| | | davon Internetshop | 84.970 | 132.399 | 47.429 | 55,8 % |
| | | davon HandyTicket | 517.653 | 693.043 | 175.390 | 33,9 % |
| | | NRW-weite Tickets (inkl. Schönes Wochenende Ticket) | 19.477.082 | 20.765.162 | 1.288.080 | 6,6 % |
| | Sonstige (inkl. 1.-Klasse-Zuschlag) | 2.370.290 | 4.016.592 | 1.646.592 | 69,5 % | |
| Vertragskunden | Großkunden-angebote | Gesamt | 78.876.465 | 84.501.743 | 5.625.278 | 7,1 % |
| | | davon FirmenTicket-100/100-Modell | 44.546.767 | 44.540.312 | -6.455 | 0,0 % |
| | | davon FirmenTicket Rabatt-Modell | 13.179.482 | 13.828.507 | 649.025 | 4,9 % |
| | | davon Großkunden-Rabattmodell | 20.920.901 | 26.046.112 | 5.125.211 | 24,5 % |
| | SchokoTicket - Schulträgerzahlungen | 86.670.184 | 86.867.138 | 196.954 | 0,2 % | |
| | SemesterTicket (VRR) | 33.333.472 | 38.682.227 | 5.348.755 | 16,0 % | |
| | KombiTicket-Angebote | 10.463.710 | 9.622.055 | -841.655 | -8,0 % | |
| Gesamt | | | 1.050.172.496 | 1.089.975.613 | 39.803.117 | 3,8 % |

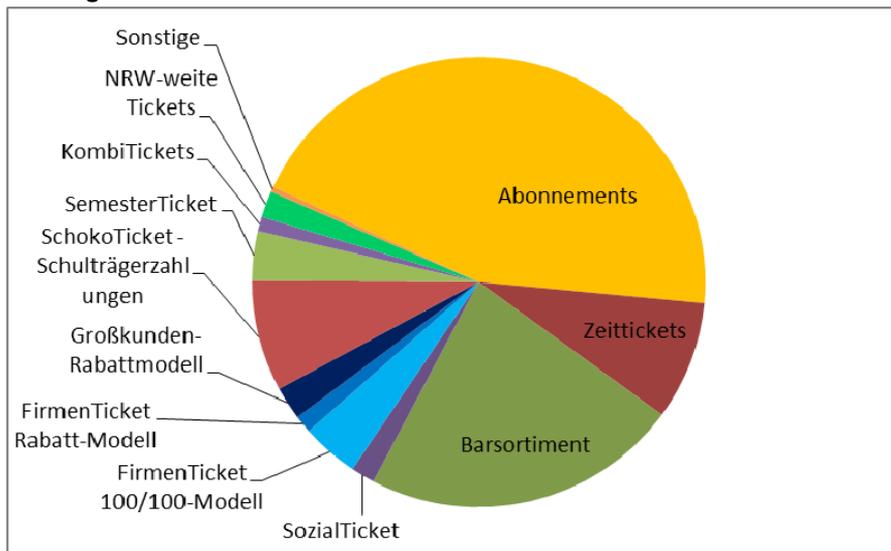
¹⁾ inklusive 13. Meldung und VGN, daher nicht vergleichbar mit Vertriebsbericht 2011

²⁾ Ausgleichszahlungen SozialTicket in Höhe von 7,3 Mio. € nicht enthalten, da keine Einnahme im klassischen Sinne

2. Einnahmen- und Absatzentwicklung

Im Jahr 2012 konnten die Einnahmen aus Ticketverkäufen zum wiederholten Male gesteigert werden. Sie lagen mit 1.090 Mio. € um 39,8 Mio. € über dem Vorjahreswert. Dies bedeutet eine Steigerung um 3,8 %.

« Verteilung der Einnahmen nach Ticketarten



« Einnahmen nach Sortimenten dargestellt

| Ticketsortiment | | | 2012 | |
|-------------------------------------|---|-------------------------------------|-------------------|-----------------|
| | | | Einnahmen in € | Anzahl in Stück |
| Endkunden | Abonnements | Gesamt | 486.363.005 | 11.438.785 |
| | | davon Internetshop | 88.225 | 1.207 |
| | Zeittickets (Monatstickets Einzelkauf) | Gesamt | 93.186.726 | 1.370.791 |
| | | davon Internetshop | 866.747 | 10.550 |
| | | davon Handyticket | 161.499 | 2.054 |
| | SozialTicket | | 18.754.296 | 627.234 |
| | Barsortiment | Gesamt | 247.216.669 | 67.354.505 |
| | | davon Internetshop | 132.399 | 8.283 |
| | | davon Handyticket | 693.043 | 125.357 |
| | NRW-weite Tickets (inkl. Schönes Wochenende Ticket) | | 20.765.162 | 737.762 |
| Sonstige (inkl. 1.-Klasse-Zuschlag) | | 4.016.592 | 42.645 | |
| Vertragskunden | Großkundenangebote | Gesamt | 84.501.743 | 1.573.979 |
| | | davon FirmenTicket 100/100-Modell | 44.540.312 | 971.673 |
| | | davon FirmenTicket Rabatt-Modell | 13.828.507 | 199.327 |
| | | davon Großkunden-Rabattmodell | 26.046.112 | 402.979 |
| | | Davon VGN AzubiAbo Firmen | 86.812 | 1.929 |
| | | SchokoTicket - Schulträgerzahlungen | 86.867.138 | 1) |
| | SemesterTicket (VRR) | 38.682.227 | 2.287.074 | |
| | KombiTickets | 9.622.055 | 2) | |
| Gesamt | | 1.089.975.613 | 85.432.775 | |

1) Anzahl bereits in Abonnements enthalten

2) Anzahl wird nicht durch VU gemeldet

2.1 Endkundengeschäft

2.1.1 Abonnement-Zeittickets

Die Absatzzahlen bei den Abonnements für Endkunden sind 2012 bei allen Tarifprodukten bis auf die Ausbildungsverkehre rückläufig, dies ist auch der Abwanderung in das SozialTicket geschuldet. Dass die Absatzzahlen bei den Ausbildungstickets, insbesondere bei den SchokoTickets gestiegen sind, ist der Einführung der SchokoTickets in der VGN zuzuschreiben.

Im Gegensatz zu der leicht rückläufigen Entwicklung der Absatzzahlen haben sich die Einnahmen gegenüber dem Vorjahr um 2,7 % gesteigert. Dies ist u. a. durch die letzte Preismaßnahme begründet. Das Tarifangebot „VGN Monatskarte AzubiAbo“ musste preislich abgesenkt werden, um den Vorgaben des Landes zur Förderung der Auszubildendentickets Rechnung zu tragen.² Durch diese Preisreduzierung von 47,00 € auf 41,87 € in der Preisstufe A und von 74,30 € auf 64,09 € in der Preisstufe B konnte eine Absatzsteigerung um 15,4 % erreicht werden. Trotz der Preissenkung von über 10 % konnte die Einnahmenentwicklung mit nur einem Minus von 4,7 % abgeschlossen werden. Sowohl in den Absatzzahlen als auch in den Einnahmen sind die Werte der drei Großkunden-Vertriebsverträge integriert. Die drei Großkunden-Vertriebsverträge stellen kein eigenständiges Tarifprodukt dar. Die Einnahmen gehen in voller Höhe in die Einnahmenmeldung ein, deshalb werden diese Werte hier integriert.

↘ Absatz bei Abonnement-Zeittickets

| Zeitkarten im Abo ohne Großkunden | Absatz in Stück | | Abweichung | |
|--------------------------------------|-------------------|-------------------|----------------|-------------|
| | 2011 | 2012 | absolut | in % |
| Ticket1000 ABO | 848.501 | 848.368 | -133 | -0,0 |
| Ticket1000 9 Uhr ABO | 519.036 | 492.059 | -26.977 | -5,2 |
| Ticket2000 ABO | 2.205.608 | 2.124.266 | -81.342 | -3,7 |
| Ticket2000 9 Uhr ABO | 1.423.897 | 1.363.640 | -60.257 | -4,2 |
| SchokoTicket | 4.984.515 | 5.143.648 | 159.133 | 3,2 |
| YoungTicket Plus | 915.612 | 901.977 | -13.635 | -1,5 |
| BärenTicket | 563.425 | 555.372 | -8.053 | -1,4 |
| VGN Monatskarte AzubiAbo | 8.192 | 9.455 | 1.263 | 15,4 |
| Summe | 11.468.786 | 11.438.785 | -30.001 | -0,3 |

↘ Einnahmen bei Abonnement-Zeittickets

² Gemäß diesen Vorgaben müssen die Preise der Ticketangebote für Auszubildende und Schüler mindestens 20 % unterhalb eines Regelangebotes liegen. Das Regelangebot im VRR entspricht dem Ticket1000.

| Zeitkarten im Abo ohne Großkunden | Einnahmen in € | | Abweichung | |
|--------------------------------------|--------------------|--------------------|-------------------|------------|
| | 2011 | 2012 | absolut | in % |
| Ticket1000 ABO | 55.047.674 | 57.724.100 | 2.676.426 | 4,9 |
| Ticket1000 9 Uhr ABO | 20.879.222 | 20.662.349 | -216.873 | -1,0 |
| Ticket2000 ABO | 146.933.196 | 148.230.925 | 1.297.729 | 0,9 |
| Ticket2000 9 Uhr ABO | 62.421.161 | 62.372.940 | -48.222 | -0,1 |
| Schoko-Ticket | 106.149.664 | 112.291.772 | 6.142.108 | 5,8 |
| YoungTicket Plus | 44.807.930 | 46.432.086 | 1.624.156 | 3,6 |
| Bären-Ticket | 36.566.239 | 38.109.492 | 1.543.209 | 4,2 |
| VGN Monatskarte AzubiAbo | 564.098 | 539.341 | -26.768 | -4,7 |
| Summe | 473.371.239 | 486.363.005 | 12.991.766 | 2,7 |

2.1.2 Sonstige Zeittickets

Bei den Monatskarten im Einzelkauf (Regelzeitkarten) ist die Entwicklung sowohl beim Absatz als auch bei den Einnahmen rückläufig. Eine mögliche Ursache ist auch hier die Abwanderung von Berechtigten in das Sozialticket. Dass die Absätze um 12,2 %, die Einnahmen aber nur um 7,8 % gesunken sind, ist wiederum auf die Preismaßnahme zurückzuführen. Auch im Segment der freiverkäuflichen Zeittickets mussten die Preise für die VGN Monatskarte im Ausbildungsverkehr gesenkt werden. Durch diese Preisreduzierung von 50,90 € auf 48,50 € in der Preisstufe A und von 80,60 € auf 74,30 € in der Preisstufe B konnte eine Absatzsteigerung um 21,5 % erreicht werden. Trotz der Preissenkung konnte die Einnahmenentwicklung aufgrund der Absatzsteigerung mit nur einem Minus von 1,7 % abgeschlossen werden.

↘ Absatz der Zeittickets (Monatstickets im Einzelkauf)

| Zeittickets (Monatstickets Einzelkauf) | Absatz in Stück | | Abweichung | |
|---|------------------|------------------|-----------------|--------------|
| | 2011 | 2012 | absolut | in % |
| Ticket1000 Monatskarte | 430.641 | 360.923 | -69.718 | -16,2 |
| Ticket1000 9 Uhr-Monatskarte | 237.263 | 209.002 | -28.261 | -11,9 |
| Ticket2000neu Monatskarte | 382.305 | 342.563 | -39.742 | -10,4 |
| Ticket2000neu 9 Uhr-Monatskarte | 314.397 | 271.030 | -43.367 | -13,8 |
| YoungTicket | 162.032 | 146.462 | -15.570 | -9,6 |
| VGN 7-Tage-Karte | 8.723 | 9.487 | 764 | 8,8 |
| VGN Monatskarte im Ausbildungsverkehr | 25.772 | 31.324 | 5.552 | 21,5 |
| Summe | 1.561.133 | 1.370.791 | -190.342 | -12,2 |

⌘ Einnahmen der Zeittickets (Monatstickets im Einzelkauf)

| Zeittickets (Monatstickets Einzelkauf) | Einnahmen in € | | Abweichung | |
|---|--------------------|-------------------|-------------------|-------------|
| | 2011 | 2012 | absolut | in % |
| Ticket1000 Monatskarte | 31.654.046 | 28.237.048 | -3.416.998 | -10,8 |
| Ticket1000 9 Uhr-Monatskarte | 11.642.157 | 10.740.267 | -901.890 | -7,7 |
| Ticket2000neu Monatskarte | 29.982.365 | 28.376.657 | -1.605.708 | -5,4 |
| Ticket2000neu 9 Uhr-Monatskarte | 16.700.645 | 14.900.671 | -1.799.974 | -10,8 |
| YoungTicket | 8.919.952 | 8.752.372 | -167.580 | -1,9 |
| VGN 7-Tage-Karte | 252.941 | 245.827 | -7.114 | -2,8 |
| VGN Monatskarte im Ausbildungsverkehr | 1.967.010 | 1.933.884 | -33.126 | -1,7 |
| Summe | 101.119.116 | 93.186.726 | -7.932.390 | -7,8 |

2.1.3 Bartarif-Tickets

Im Bartarif ist eine positive Entwicklung der Einnahmen festzustellen, wobei die Absatzzahlen mit -1,8 % rückläufig zum Vorjahr sind. Das Barsortiment umfasst mit 247,2 Mio. € 22,6 % des Gesamtumsatzes und ist gegenüber dem Vorjahr um 1,9 % gestiegen. Den positiven Trend des Vorjahres haben die GruppenTickets nicht fortgesetzt, dafür sind beim TagesTicket sowohl die Einnahmen als auch die Absatzzahlen deutlich gestiegen. Hier sind Einnahmewachse von 1,4 Mio. € (21,0 %) bei 9,2 % Mehrverkäufen zu verzeichnen. Beim EinzelTicket sind die Absatzzahlen um 0,7 Mio. € (1,2 %) rückläufig, während die Einnahmen um 5,5 Mio. € (4,2 %) u. a. auf Grund der Preismaßnahme gestiegen sind.

↘ Absatz im Barsortiment

| Barsortiment (ohne NRW-Tickets) | Absatz in Stück | | Abweichung | |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|-------------|
| | 2011 | 2012 | absolut | in % |
| 4er Ticket (Erwachsene und Kinder) | 9.440.191 | 8.690.883 | -749.308 | -7,9 |
| EinzelTicket (Erwachsene und Kinder) | 53.715.012 | 53.060.440 | -654.572 | -1,2 |
| FA des Linienbedarfsverkehrs | 17.936 | 19.459 | 1.523 | 8,5 |
| FA des Linienbedarfsverkehrs (ermäßigter Preis) | 20.123 | 22.538 | 2.415 | 12,0 |
| GruppenTicket | 567.919 | 512.722 | -55.197 | -9,7 |
| TagesTicket | 1.022.730 | 1.116.776 | 94.046 | 9,2 |
| VGN Schnäppchen-Karte | 67.091 | 82.793 | 15.702 | 23,4 |
| ZusatzTicket (4er) | 339.770 | | -339.770 | |
| ZusatzTicket (Einzel) | 3.425.465 | | -3.425.465 | |
| ZusatzTicket1 (4er) | | 150.073 | 150.073 | |
| ZusatzTicket 1(Einzel) | | 2.104.996 | 2.104.996 | |
| ZusatzTicket2 (4er) | | 141.820 | 141.820 | |
| ZusatzTicket 2 (Einzel) | | 1.452.005 | 1.452.005 | |
| Summe | 68.616.237 | 67.354.505 | -1.261.732 | -1,8 |

↘ Einnahmen im Barsortiment

| Barsortiment (ohne NRW-Tickets) | Einnahmen in € | | Abweichung | |
|---|--------------------|--------------------|------------------|------------|
| | 2011 | 2012 | absolut | in % |
| 4er Ticket (Erwachsene und Kinder) | 82.930.056 | 79.792.130 | -3.137.926 | -3,8 |
| EinzelTicket (Erwachsene und Kinder) | 130.676.603 | 136.130.316 | 5.453.713 | 4,2 |
| FA des Linienbedarfsverkehrs | 46.864 | 53.091 | 6.227 | 13,3 |
| FA des Linienbedarfsverkehrs (ermäßigter Preis) | 39.688 | 47.675 | 7.987 | 20,1 |
| GruppenTicket | 9.789.216 | 9.531.472 | -257.744 | -2,6 |
| TagesTicket | 6.525.552 | 7.894.813 | 1.369.261 | 21,0 |
| VGN Schnäppchen-Karte | 182.435 | 206.983 | 24.548 | 13,5 |
| ZusatzTicket (4er) | 3.533.608 | 0 | -3.533.608 | |
| ZusatzTicket (Einzel) | 8.906.209 | 0 | -8.906.209 | |
| ZusatzTicket1 (4er) | | 1.440.701 | 1.440.701 | |
| ZusatzTicket 1(Einzel) | | 5.051.990 | 5.051.990 | |
| ZusatzTicket2 (4er) | | 1.985.480 | 1.985.480 | |
| ZusatzTicket 2 (Einzel) | | 5.082.018 | 5.082.018 | |
| Summe | 242.630.231 | 247.216.669 | 4.586.438 | 1,9 |

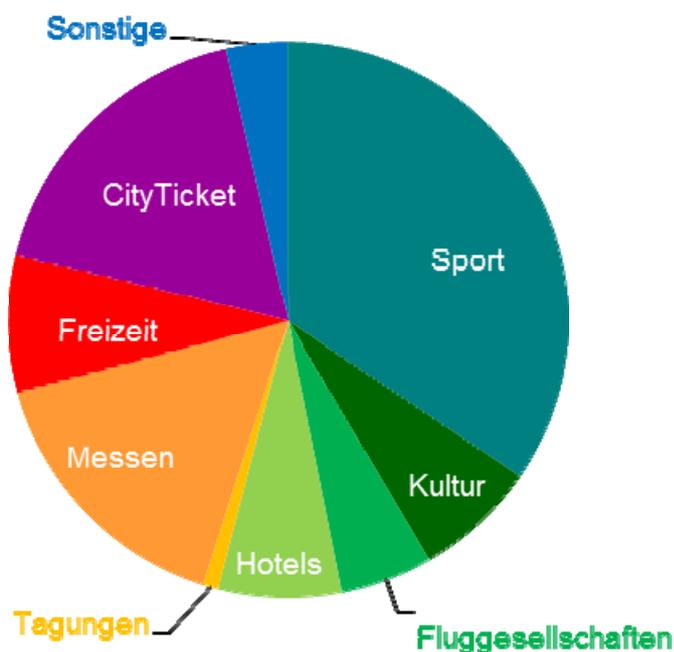
2.1.4 NRW-weite Tickets (inkl. Schönes Wochenende)

Die Verkehrsunternehmen im VRR verkaufen neben den PauschalpreisTickets des NRW-Tarifs auch das Schönes-Wochenende-Ticket und das SchöneFerienTicket NRW. Bei diesen Angeboten stiegen die Einnahmen um 6,6 % auf 20,8 Mio. €.

2.2 Vertragskundengeschäft

2.2.1 KombiTickets³⁾

Bei den KombiTickets konnte sowohl bei der Anzahl der abgeschlossenen Verträge als auch bei den kalkulierten Einnahmen ein Anstieg erreicht werden. Die Einnahmenkalkulation lag 0,4 Mio. € über der des Vorjahres, dies entspricht einer Zunahme von 3,6 %. Der Grund für die erwarteten Mehreinnahmen liegt im Wesentlichen in Mehreinnahmen durch Messerveranstaltungen in Düsseldorf, die nur in 2012 stattgefunden haben. Die tatsächlichen Einnahmen ergeben sich aus den verkauften Eintrittskarten und zeigen entgegen der Kalkulation einen Rückgang gegenüber 2011. Diese Einnahmen werden jedoch nur als Summe gemeldet und können nicht den einzelnen Segmenten zugeordnet werden. Die Aufteilung in die einzelnen Segmente ist dennoch wichtig, da es die drei größten Bereiche, nämlich Sport, Messen und CityTicket aufzeigt.



³⁾ KombiTickets sind Sondertickets des VRR-Tarifs. Sie werden in Kooperation mit externen Partnern, einem oder mehreren Verkehrsunternehmen und der VRR AöR abgeschlossen. Die Zahlen basieren auf den individuellen Kalkulationen für KombiTickets.

2.2.2 Großkundenangebote

2.2.2.1 Großkunden-Rabattmodell⁴⁾

Im zurückliegenden Jahr konnten 20 neue Vertragspartner für das Großkunden-Rabattmodell gewonnen werden. Zusätzlich wurde ein weiterer Vertrag aus dem FirmenTicket-100/100-Modell in das Großkunden-Rabattmodell überführt. Auf diesem Erfolg basiert die positive Entwicklung bei diesem Tarifprodukt: Mit insgesamt 26,0 Mio. € wurde der Vorjahresumsatz um 5,2 Mio. € übertroffen. Das entspricht einer Steigerung um 24,5 %. Ende 2012 bestanden insgesamt 127 Großkundenrabattverträge von 16 Verkehrsunternehmen.

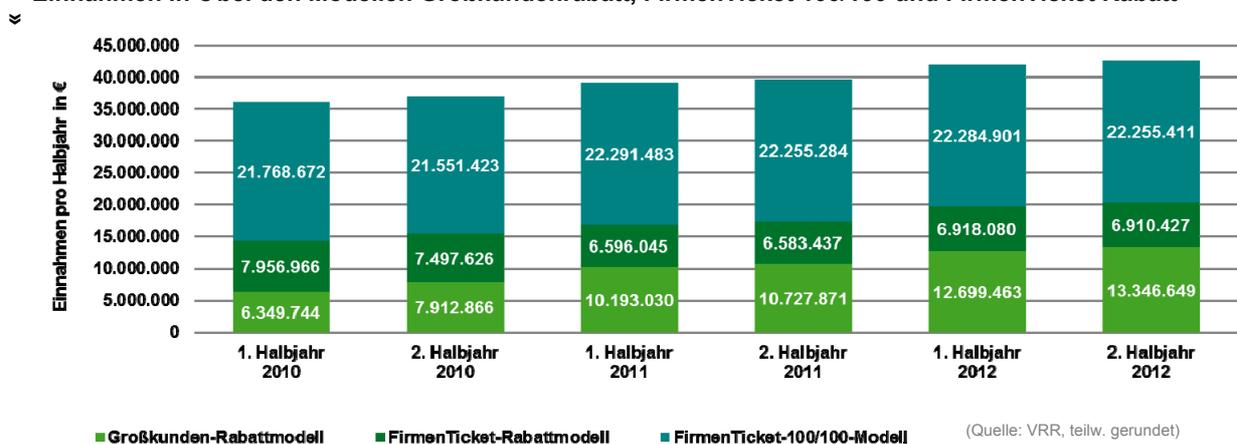
2.2.2.2 FirmenTicket 100/100-Modell⁵⁾

Nach einer leicht positiven Entwicklung im Vorjahr sind die Einnahmen mit 44,5 Mio. € im Jahr 2012 nahezu konstant geblieben. Damit bleibt das FirmenTicket 100/100-Modell mit Abstand das Umsatzstärkste in diesem Segment. Zum Jahresende bestanden 185 Verträge bei 16 Verkehrsunternehmen.

2.2.2.3 FirmenTicket Rabatt-Modell⁶⁾

Nach der deutlich rückläufigen Entwicklung im Jahr 2011 wurde im Jahr 2012 ein neuer Vertrag geschlossen, wodurch die Einnahmen um 0,6 Mio. € auf 13,8 Mio. € anstiegen. Zum Jahresende existierten 100 Verträge von 11 Verkehrsunternehmen.

Einnahmen in € bei den Modellen Großkundenrabatt, FirmenTicket 100/100 und FirmenTicket Rabatt



⁴⁾ Das Großkunden-Rabattmodell kann von natürlichen oder juristischen Personen in Anspruch genommen werden. Abnehmer eines Großkunden-Rabattmodells können Unternehmungen oder Behörden sein, die die Voraussetzungen für die Abnahme erfüllen. Der Abnehmer verpflichtet sich, Tickets, die im Rahmen des Großkunden-Rabattmodells abgenommen werden, nur an seine Mitarbeiter als Nutzer weiterzugeben.

⁵⁾ Die Mindestabnahme pro Monat beträgt bei einem FirmenTicket100/100-Vertrag 100 FirmenTickets für alle ständigen Mitarbeiter.

⁶⁾ Die Mindestabnahme pro Monat beträgt bei einem FirmenTicket Rabatt-Modell 50 FirmenTickets für alle ständigen Mitarbeiter.

2.2.3 SemesterTicket

Durch die deutlich positive Entwicklung bei den Studierendenzahlen an Universitäten und Fachhochschulen stiegen die Einnahmen im SemesterTicket in 2012 auf 38,7 Mio. €. Damit liegen die Einnahmen um 16,0 % über dem Vorjahreswert von 33,0 Mio. €.

Das SemesterTicket VRR berechtigt montags bis freitags ab 19.00 Uhr, an Samstagen, Sonntagen und an gesetzlichen Feiertagen sowie am 24.12. und 31.12. eines Jahres ganztägig bis Betriebsschluss zur Mitnahme einer Person im originären Geltungsbereich. Ein Fahrrad kann, soweit im Rahmen der betrieblichen Belange möglich, unentgeltlich im originären Geltungsbereich mitgenommen werden. Das SemesterTicket VRR kostet im Sommersemester 2012 102,60 €.

Der Aufpreis für das SemesterTicket NRW von 42,40 € im Sommersemester 2012 berechtigt zu Fahrten mit zuschlagsfreien Bussen und Bahnen des Nahverkehrs über den Geltungsbereich des SemesterTicket VRR in ganz NRW. Eine unentgeltliche Personen- und Fahrradmitnahme ist ausgeschlossen.

Beide Tickets sind ausschließlich obligatorisch für alle Studierenden einer Vertragshochschule erhältlich.

2.2.4 Schulträgerverträge

Die Zahlungen der städtischen und privaten Schulträger für die Beförderungen der freifahrtberechtigten Schüler/innen beliefen sich 2012 auf 86,9 Mio. €. Gegenüber dem Vorjahreswert haben sich die Zahlungen mit einer prozentualen Steigerung um 0,2 % leicht gesteigert.

3. eCommerce / mCommerce

3.1 Internetshop

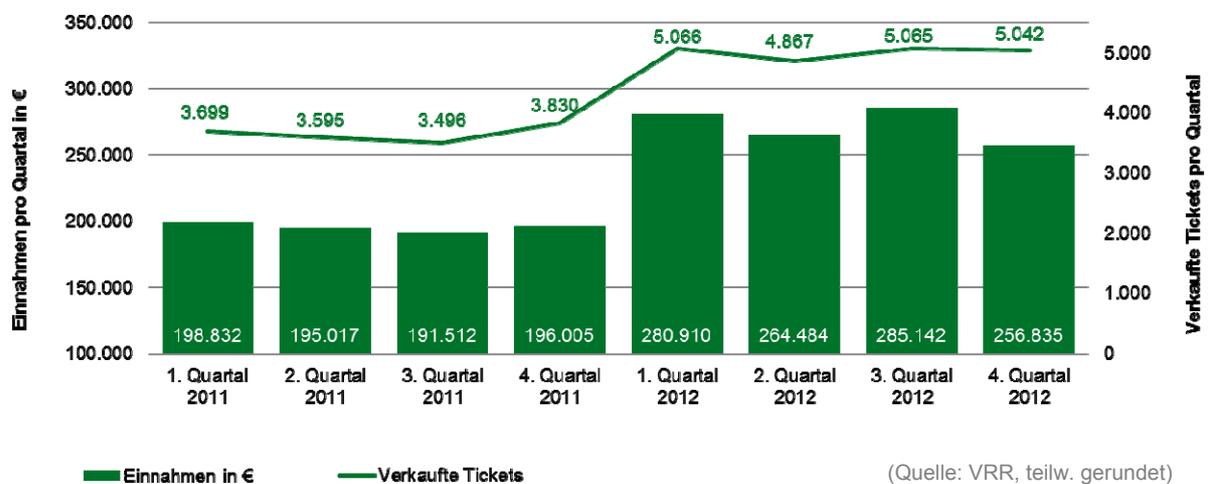
Über den Internetshop wurden in 2012 insgesamt 20.040 Tickets mit einem Einnahmenvolumen von 1,087 Mio. € verkauft. Dies bedeutet eine Einnahmensteigerung um 39,2 % im Vergleich zu 2011.

Diese Einnahmensteigerung resultiert besonders aus den gestiegenen Absatzzahlen beim Ticket1000 um 1.596 Stück. Dies bedeutet eine Umsatzsteigerung von 0,367 Mio. € in 2011 und um 0,153 Mio. € auf 0,520 Mio. € in 2012. Das Ticket2000 verzeichnete mit einer Umsatzsteigerung von 0,058 Mio. € (von 0,162 Mio. € in 2011 auf 0,220 Mio. € in 2012) den zweitgrößten Anstieg der Verkaufszahlen über den Vertriebsweg Internetshop. Das Ticket1000 9Uhr folgt mit einer Umsatzsteigerung um 0,030 Mio. €, das Gruppenticket mit einer Umsatzsteigerung um 0,028 Mio. €.

Gering rückläufige Absatzzahlen erzielten das Ticket2000 Abo mit einem Rückgang von 16 Stück und das Ticket2000 9 Uhr Abo mit 20 Stück.

Dieses Ergebnis zeigt deutlich, dass die Kunden den Internetshop mit dem Ticket zum Selbsta Ausdruck verstärkt für Zeittickets nutzen.

Entwicklung der Verkaufszahlen und der Einnahmen aus dem Internetshop

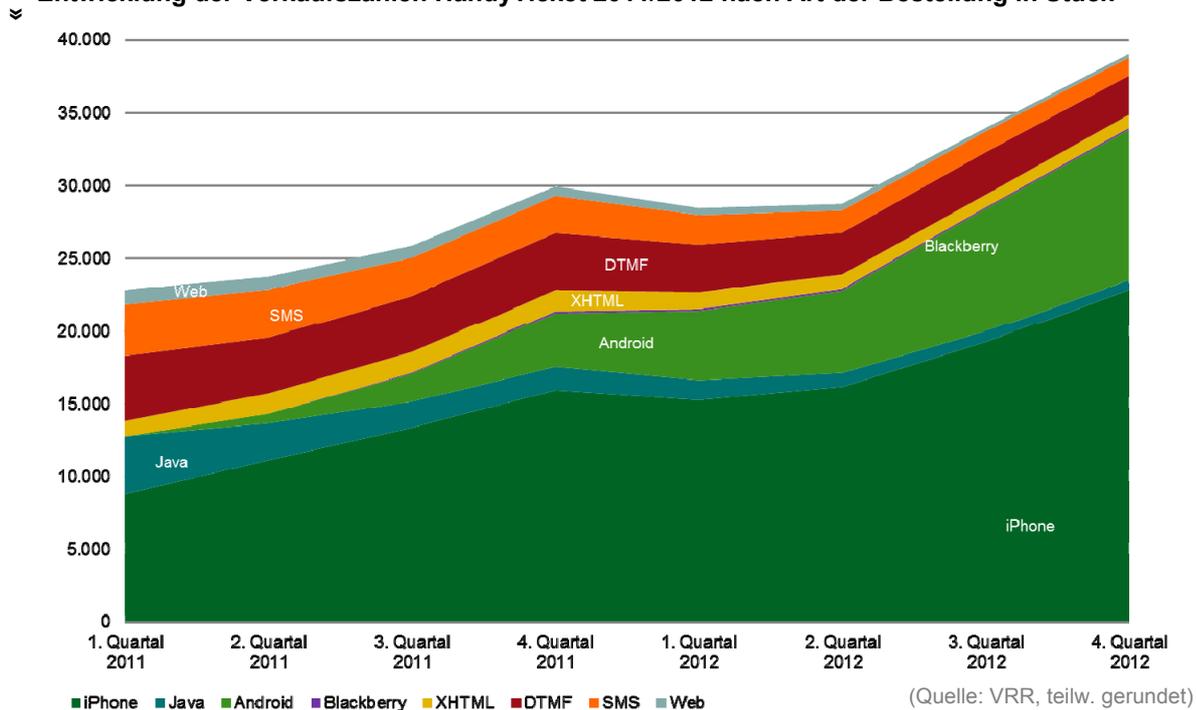


3.2 HandyTicket

Die Umsatzentwicklung des Vertriebswegs Handy steigt weiterhin stetig an, bewegt sich aber nach wie vor auf einem niedrigen Level. In 2012 haben alle Verkehrsunternehmen beschlossen ab Mitte 2013 diesen Vertriebsweg anzubieten. Die Bogestra startete bereits im November 2012, die DSW21 zum Jahreswechsel. Damit bieten schon alle großen kommunalen Verkehrsunternehmen das HandyTicket an. Parallel wird die VRR-App, die eine mobile Auskunft ermöglicht, mit einer Verkaufsfunktion erweitert. Damit können Kunden zukünftig eine Fahrtauskunft von ihrem Smartphone aus anfordern, bekommen aktuelle Fahrtinformationen und können zudem sofort ein entsprechendes Handyticket zu der gewählten Fahrt kaufen.

Die Entwicklung der Bestellwege verdeutlicht weiter, dass die Kunden die modernen Applikationen nutzen. Die SMS-Tickets haben nur noch einen Anteil von ca. 11 %. Hierbei ist allerdings zu berücksichtigen, dass die tatsächliche Anzahl der SMS-Tickets nur geringfügig abnimmt. Der prozentuale Rückgang entsteht durch neugewonnenen Kunden, die die Applikationen für Smartphones nutzen. Die Bedeutung der SMS-Tickets wird weiter sinken, da die Bestellwege, die zu einem SMS-Ticket führen, nicht mehr beworben werden. Die neu hinzugekommenen Verkehrsunternehmen bieten diese Bestellwege gar nicht erst an. Die Verkehrsunternehmen, bei denen diese Nutzung nachgefragt wird, sind gehalten, die Kunden auf andere Bestellwege zu überführen.

Entwicklung der Verkaufszahlen HandyTicket 2011/2012 nach Art der Bestellung in Stück



4. Einnahmensicherung

4.1 Elektronische Einstiegskontrolle

Die elektronische Einstiegskontrolle hat sich verbundweit bewährt. Die Unternehmen werden in 2013 die Erkenntnisse zusammentragen und Maßnahmen zur Optimierung vornehmen. Hierzu gehört insbesondere auch die Integration der Barcodetickets, die über die Vertriebswege Internetticket zum Selbstaussdruck und Handy angeboten werden.

4.2 Kontrolle durch Prüfpersonale

In Ergänzung zum kontrollierten Vordereinstieg in den Bussen finden in allen Betriebszweigen Ticketkontrollen durch Prüfpersonale statt. Hierbei werden die Tickets auf räumliche und zeitliche Gültigkeit und die persönlichen Tickets auf den korrekten Ticketinhaber geprüft. Zudem kontrollieren die Prüfpersonale die Tickets auf Echtheit. Hierbei fallen immer wieder Fahrgäste auf, die den Ticketaufdruck manipulieren.

Im Jahr 2012 wurden bei rund 994,1 Mio. entgeltlichen Fahrten insgesamt rund 15,1 Mio. Fahrausweise geprüft. Hierbei konnten 420.584 Fahrgäste keinen gültigen Fahrausweis vorweisen.

5. Schwerpunktthema

5.1 SozialTicket

Im November 2011 wurde das SozialTicket als Pilotvorhaben in großen Teilen des Verkehrsverbundes Rhein-Ruhr und den beiden Kreisen der damaligen Verkehrsgemeinschaft Niederrhein eingeführt. Das SozialTicket galt als Monatsticket in dem Tarifgebiet, in welchem der Nutzer beheimatet war. Der Preis berechnete sich aus der durchschnittlichen Nutzung gemäß der Evaluation auf Basis des Ticket1000. Diesen Preis bezahlt der Nutzer in Höhe von 29,90 €. Aus Landesmitteln erfolgt dann die Fahrpreisaußfüllung in Höhe von 12,76 € pro verkaufter SozialTicketwertmarke, sodass für die Verkehrsunternehmen keine Mindereinnahmen entstehen. In 2011 standen 9,0 Mio. € als Ausgleichssumme zur Verfügung, hiervon wurden 0,8 Mio. € verbraucht. In 2012 wurden als Ausgleich 13,9 Mio. € genehmigt, zuzüglich der nicht verbrauchten Mittel aus 2011 standen in 2012 insgesamt 20,6 Mio. € zur Verfügung. Hiervon wurden 7,3 Mio. € verbraucht. Die verbleibende Summe kann noch für Ausgleichszahlungen bis 30. Juni 2013 verwendet werden.

Die Nutzung dieses Tickets ist an bestimmte, eng begrenzte Voraussetzungen geknüpft. Zu der Nutzergruppe gehören Personen, die Leistungen nach dem SGB II (ALG II und Sozialgeld), Leistungen nach dem SGB XII (Hilfe zum Lebensunterhalt und Grundsicherung im Alter und bei Erwerbsminderung), Regelleistungen nach dem Asylbewerberleistungsgesetz, laufende Leistungen nach dem Bundesversorgungsgesetz, Leistungen nach dem SGB VIII § 41 i.V.m. § 39 für den Personenkreis gem. § 7 Abs 1 Ziffer 3 und/oder Wohngeld nach dem Wohngeldgesetz (WoGG) beziehen. Diese Berechtigten erhalten vom Leistungsträger (Sozialamt, JobCenter) eine Bestätigung der Berechtigung in Form eines Berechtigtenausweises. Der Berechtigtenausweis wird den Leistungsträgern von den Verkehrsunternehmen kostenfrei zur Verfügung gestellt. Der Berechtigtenausweis dient gleichzeitig als Trägerkarte für die Monatswertmarke. Der Berechtigte kann somit unmittelbar eine Wertmarke kaufen und losfahren, ohne vorher ein KundenCenter des Verkehrsunternehmens besuchen zu müssen.

Das Layout des Berechtigtenausweises orientierte sich an den Layouts der Trägerkarten für die anderen Monatskarten im VRR. Für die Erhebungen war notwendig, dass das Layout eindeutig das Tarifprodukt wiedergab. Deshalb stand an der Stelle, an der beim Ticket2000 eben dieser Name stand bei dem SozialTicket das Tarifprodukt „SozialTicket“. Dies führte zu Beschwerden, da sich ein Teil der Nutzer diskriminiert fühlte. Mit Abschluss des Piloten wurde das Tarifangebot in das Regelangebot überführt, hierbei wurde die Trägerkarte umbenannt in „meinTicket“.

Die Trägerkarten, die gleichsam Berechtigungsausweis und Ticketgrundkarte darstellen, können ausschließlich von dem Leistungsträger (Sozialamt, JobCenter) gesichert ausgestellt werden, da die Bescheide der Leistungsträger nicht fälschungs- und manipulationssicher sind und die Verkehrsunternehmen nicht auf die Datenbank der Leistungsträger zugreifen dürfen. Einzelne Leistungsträger haben diese Aufgabe auf ihre Stadtwerke übertragen, andere testen, ob die Leistungsbescheide fälschungs- und manipulationssicher gestaltet werden können. Letztere überkleben den Namen des Leistungsempfängers mit einer durchscheinenden Hologrammfolie, die sich bei Ablösen selbständig zerstört und damit den Manipulationsversuch dokumentiert.

Im Laufe des Piloten hatte sich abgezeichnet, dass Kunden mit einem Abonnement bei Vorliegen einer Berechtigung für das SozialTicket in der Regel auch zum SozialTicket gewechselt sind. Nicht immer wechselten Kunden bei Wegfall der Berechtigung vom SozialTicket zurück in ein Abonnement. Somit sind durch das Tarifangebot doch Mindereinnahmen zu erwarten, deren Ausgleich derzeit noch ungeregelt ist.

Die nachfolgende Grafik zeigt die Entwicklung des SozialTickets seit der Einführung November 2011.

