



öffentlich

| Beschlussvorlage                      |  |                   |                |
|---------------------------------------|--|-------------------|----------------|
| Betreff                               |  |                   |                |
| <b>Vergabeverfahren SPNV-Vertrieb</b> |  |                   |                |
| Organisation                          | Bereich/Periode/Jahr/Lfd. Nr./Nachtrag | Datum             | lfd. Nr. BPL   |
| <b>AöR</b>                            | <b>S/IX/2015/0151</b>                  | <b>17.11.2015</b> | <b>19 (21)</b> |

| <u>Beratungsfolge</u>                                   | <u>Zuständigkeit</u> | <u>Sitzungstermin</u> | <u>Ergebnis</u>          |
|---|----------------------|-----------------------|--------------------------|
| Ausschuss für Tarif und Marketing der VRR<br>AöR        | Empfehlung           | 02.12.2015            | <input type="checkbox"/> |
| Ausschuss für Verkehr und Planung der VRR<br>AöR        | Empfehlung           | 03.12.2015            | <input type="checkbox"/> |
| Ausschuss für Investitionen und Finanzen der<br>VRR AöR | Empfehlung           | 07.12.2015            | <input type="checkbox"/> |
| Verwaltungsrat der VRR AöR                              | Empfehlung           | 11.12.2015            | <input type="checkbox"/> |
| Vergabeausschuss der VRR AöR                            | Entscheidung         | 16.12.2015            | <input type="checkbox"/> |

### **Beschlussvorschlag:**

Der Ausschuss für Tarif und Marketing, der Ausschuss für Verkehr und Planung, der Ausschuss für Investitionen und Finanzen und der Verwaltungsrat der VRR AöR empfehlen dem Vergabeausschuss der VRR AöR folgenden Beschluss zu fassen:

Der Vergabeausschuss stimmt dem Verfahren gemäß BV S/IX/2015/0151 zu.

### **Begründung/Sachstandsbericht:**

#### **1. Ausgangslage**

Der Vertrieb für den gesamten SPNV-Bereich innerhalb des VRR, also die Ticketautomaten und -entwerter, die personenbedienten Verkaufsstellen in den Bahnhöfen sowie die Abokun-

denbetreuung, wird zurzeit im Rahmen des Vergleichsvertrages durch die DB erbracht. Im Rahmen des Vertrages mit der DB werden zurzeit 32 personenbediente Anlaufstellen und 522 Ticketautomaten angeboten, hinzukommen ca. 650 Entwerter.

Konkrete Regelungen zu modernen Vertriebskanälen für den VRR sind nicht getroffen. Der Vertrag läuft noch bis Ende 2019.

Gesonderte Regelungen bestehen derzeit für die Außenäste der Regiobahn.

Verschiedene Markterkundungsgespräche, die der VRR bereits durchgeführt hat, haben bei der Erstellung der vorliegenden Eckpunkte wichtige Grundlagen geliefert.

## **2. Zielsetzung**

Im Rahmen des Vergabeverfahrens SPNV-Vertrieb sollen die Vertriebsinhalte für den SPNV ab dem Auslaufen des Vertrages mit der DB organisiert werden. Dabei steht eine deutliche Verbesserung der Qualität für den Kunden im Vordergrund. Dies soll einerseits durch die Verbesserung der eigentlichen Vertriebsdienstleistung, andererseits aber auch durch einen ganz erheblich erweiterten Funktionsumfang im Automatenvertrieb erreicht werden. Hierzu gehört auch eine weitgehend flächendeckende Versorgung der Stationen mit W-LAN sowie eine deutlich verbesserte Informationslage für die Kunden. Auf diesem Weg wachsen Information und Vertriebsdienstleistung im SPNV des VRR weiter zusammen. Aus diesem Grund soll der Vertrieb zukünftig unter der Marke VRR und im unverkennbaren VRR-Design an den Stationen erfolgen und nicht unter dem Markenauftritt eines obsiegenden Bieters.

Zusätzliche innovative Komponenten bilden einen ersten Schritt für komfortable elektronische Tickets in zukünftigen Verfahren.

Neben dem unmittelbaren Kundennutzen hat der VRR die Möglichkeit, auf Grundlage von zusätzlichen Informationen über Art und Umfang der Ticketverkäufe an den zukünftigen Standorten das Angebot für den Kunden noch besser zu gestalten.

## **3. Zukünftiger Umfang der „klassischen“ Vertriebswege**

Der ohnehin verhältnismäßig geringe Anteil der Kunden im VRR, der heute nicht als Abo-Kunde unterwegs ist, wird zukünftig verstärkt zu modernen Vertriebswegen wechseln, deren Ausgestaltung noch nicht in allen Details abschließend beschrieben ist. Daraus wird sich ein reduzierter Bedarf an Ticketautomaten und -entwertern sowie personenbedienten Verkaufsstellen ergeben. Gleichwohl besteht für den VRR die gesetzliche Verpflichtung, den Kunden an allen Stationen einen Ticketkauf auch auf klassischem Weg zu ermöglichen. Auf Basis der bekannten Verkaufszahlen aus dem VRR-Tarif werden die heutigen Standorte einzeln bewertet und ggf. aufgegeben.

### **a. Ticketautomaten und -entwerter**

An allen Stationen soll den Kunden auch weiterhin ein Ticketkauf über einen Ticketautomaten ermöglicht werden. Dies gilt auch für die Stationen der Regiobahn-Außenäste, die allesamt mit Ticketautomaten ausgestattet werden, da die zukünftigen Neufahrzeuge keine Automaten mehr im Zug haben werden.

An den kleineren Stationen, die ausschließlich von Linien bedient werden, die aufgrund der Anforderungen des NWL ohnehin mit Ticketautomaten in den Zügen ausgestattet sind, werden zukünftig nur noch in Ausnahmefällen Ticketautomaten aufgestellt. Dadurch bietet sich den Kunden auf einer Linie jeweils eine einheitliche Vertriebssituation.

Die Stationen entlang der folgenden Linien werden zukünftig keinen Vertrieb außerhalb der Züge mehr aufweisen, soweit diese Stationen nicht auch von anderen Linien bedient werden:

- RE 16: Essen – Siegen
- RB 43: Dortmund – Dorsten
- RB 46: Gelsenkirchen – Bochum
- RB 50: Dortmund – Münster
- RB 51: Dortmund – Enschede
- RB 52: Dortmund – Lüdenscheid
- RB 53: Dortmund – Iserlohn
- RE 57: Dortmund – Winterberg
- RB 59: Dortmund – Soest
- RB 91: Hagen – Siegen

Davon abweichend werden die Stationen Dortmund-Hörde und Dortmund-Signal-Iduna-Park aufgrund der regelmäßig stattfindenden Sonderverkehre mit Fahrzeugen ohne Ticketautomat auch weiterhin mit stationären Automaten ausgestattet.

Außerhalb der o.g. Linien wurde der Automatenvertrieb an denjenigen Stationen untersucht, die heute mehr als einen Ticketautomaten aufweisen. In diesem Bereich werden in erster Linie die Standorte aufgegeben, bei denen Automaten noch nicht mal die jährlichen Kosten des Automaten pro Jahr durch Einnahmen generieren. In Einzelfällen müssen Kunden hierdurch längere Wege zum anderen Bahnsteig bzw. zum anderen Bahnsteigzugang in Kauf nehmen, um ein Ticket zu lösen. Bei zahlreichen Stationen ist aber eine klare Hauptlastrichtung der Kundenströme im Zulauf auf das nächste Oberzentrum zu erkennen, so dass sich für die Vielzahl der Kunden auch an den betroffenen 50 Stationen nichts ändern wird. Darüber hinaus wird der VRR eine Möglichkeit schaffen, punktuell einzelne Automaten bei Bedarf zu ergänzen. Dies gilt zum Beispiel für die Kundenzentren der EVU, die selber keinen Vertrieb anbieten.

Alle Automatenstandorte werden durch eine sinnvolle Anzahl an Ticketentwertern ergänzt.

Im Rahmen des Verhandlungsverfahrens mit potentiellen Bietern erfolgt ggf. eine weitere Optimierung der Standorte im Bereich +/- 5 Prozent.

## **b. Personenbedienter Vertrieb**

Die heutigen personenbedienten Vertriebsstellen sind nicht nur eine Verkaufsstelle, sondern in vielen Fällen auch die erste Anlaufstelle für Kunden mit Fragen aller Art. Im Hinblick auf die Kundenbindung in allen Regionen des VRR ist auch zukünftig die persönliche Ansprechbarkeit in den Standorten der heute stark nachgefragten Vertriebsstellen eine Selbstverständlichkeit.

Aus diesem Grund werden folgende 21 Vertriebsstellen weiterhin angeboten:

Düsseldorf Flughafen, Dortmund Hbf, Essen Hbf, Duisburg Hbf, Düsseldorf Hbf, Hagen Hbf, Mönchengladbach Hbf, Gelsenkirchen Hbf, Oberhausen Hbf, Bochum Hbf, Grevenbroich, Neuss Hbf, Krefeld Hbf, Wuppertal Hbf, Wesel, Recklinghausen Hbf, Wuppertal-Oberbarmen, Mülheim an der Ruhr Hbf, Dinslaken, Kleve und Herne.

Diese Standorte werden im Rahmen der Verfahrensunterlagen als Mindestanforderungen formuliert, sollen gegenüber heute weiter gestärkt werden und damit weiterhin eine umfassende regionale persönliche Ansprechbarkeit für die Kunden gewährleisten. Ein Element, das zu dieser Stärkung beitragen kann, ist zum Beispiel ein sogenannter „Videoautomat“, der bestimmte Verkaufsspitzen abfangen oder aber den personenbedienten Vertrieb zeitweise ersetzen kann.

An den übrigen derzeit vorhandenen Vertriebsstellen ist die Kundennachfrage außerordentlich schwach.

Somit werden die Vertriebsstellen mit weniger als 11.000 verkauften Tickets pro Jahr – das entspricht unabhängig von den tatsächlichen Öffnungszeiten 30 Tickets pro Kalendertag – zukünftig nicht mehr angeboten, da Aufwand und Nutzen hier in einem sehr deutlichen Missverhältnis stehen. Vielfach werden heute ganz erheblich weniger als die genannten 11.000 Tickets pro Jahr verkauft.

Folgende Standorte werden deshalb nicht mehr angeboten:

Goch (28 VRR-Tickets pro Tag), Castrop-Rauxel Hbf (25), Haltern am See (18), Rheydt Hbf (18), Wanne-Eickel Hbf (16), Geldern (16), Xanten (13), Witten Hbf (13), Emmerich (7), Kevelaer (3), Remscheid (1).

Lediglich die Standorte Herne und Kleve werden trotz Unterschreitung dieser Kenngröße weiterhin betrieben, da durch die Schließung nahegelegener anderer Standorte sonst unverhältnismäßige Härten entstehen würden.

Auch bei den personenbedienten Vertriebsstellen wird im Rahmen der Verhandlungsrunden mit den Bietern geklärt, ob zusätzliche Standorte, Videoautomaten und/oder andere Vertriebs- und Beratungskonzepte sinnvoll bzw. kostengünstig realisiert werden können.

### **c. Abokundenbetreuung und Großkundenvertrieb**

Wie im heutigen Vertrag mit der DB soll auch der zukünftige Vertriebsdienstleister für den SPNV die Abokundenbetreuung und den Großkundenvertrieb übernehmen. Gemeinsam mit dem personenbedienten Vertrieb und den Ticketautomaten ergeben sich so integrierte Prozesse und eine einheitliche Schnittstelle für den Kunden.

### **d. VRR-Ticketshop, sonstige VRR-Systeme**

Der Vertriebsdienstleister nutzt als eigener Mandant für den SPNV den beizustellenden VRR-Ticketshop um auch auf diesem Vertriebsweg Tickets zu verkaufen. Auch die übrigen VRR-Systeme (zum Beispiel VRR-App) werden in der Kundenansprache verwendet.

## **4. Zukünftige Qualität der „klassischen“ Vertriebswege**

### **a. Qualität Ticketautomaten**

Im Gegensatz zu heute sollen die Ticketautomaten einen erheblich erweiterten Funktionsumfang bieten und auf diesem Wege insgesamt die Infrastruktur und Aufenthaltsqualität an den Stationen stärken. Dazu gehören unter anderem:

- W-LAN-Hotspot
- zusätzlicher Infomonitor zum aktuellen Zugverkehr
- EBE-Abwicklung
- Verbesserte Menüführung
- Komfortable Zahlungsmöglichkeit unter anderem mit Kreditkarte (auch kontaktlos), girogo etc. um die Kosten des Bargeldhandlings zu senken

Inwieweit eine papierlose Ticketausgabe an den Automaten in diesem Zusammenhang realisiert werden kann, ist ebenfalls im Rahmen des Verfahrens mit den Bietern zu klären.

### **b. Qualität personenbedienter Vertrieb**

Neben dem gesamten Ticketsortiment werden in den personenbedienten Vertriebsstellen auch zukünftig Fragestellungen rund um das gesamte Verkehrsangebot im VRR beantwortet. Inwieweit der zukünftige Vertriebsdienstleister dies durch eigene Räumlichkeiten oder Kooperationen mit bestehenden Einrichtungen realisiert, wird im Rahmen des Verfahrens nicht vorgegeben. Die Standorte des personenbedienten Vertriebs müssen sich allerdings im unmittel-

telbaren Bahnhofsumfeld, vorzugsweise in den Bahnhöfen befinden.

Darüber hinaus sollen die Kunden in personenbedienten Vertriebsstellen auch dann über die Möglichkeiten innovativer Vertriebsmöglichkeiten informiert werden, wenn diese durch den beauftragten Vertriebsdienstleister nicht selbst angeboten werden.

### **c. Abokundenbetreuung und Großkundenverwaltung**

Neben den unmittelbaren Ansprechpartnern in den personenbedienten Verkaufsstellen ist eine umfassende telefonische Erreichbarkeit für Abokunden wichtig und stellt eine gute Qualität der Kundenbetreuung sicher. Der Vertriebsdienstleister führt auch gezielte Marketingaktivitäten durch, um die neue Vertriebsinfrastruktur zu bewerben und Kunden zu überführen.

## **5. Innovative Komponente**

In Form eines zunächst separaten Loses wird die Konzeption und ggf. auch Realisierung eines Fahrgastnavigationssystems für den SPNV und ggf. auch für andere Verkehrsmittel Bestandteil dieser Ausschreibung sein. Dabei handelt es sich in erster Linie um ein Routingssystem für sehbehinderte Menschen. Beispielhaft für dieses System ist das bekannte System „Big Bird Soest“.

Die Beschreibung der Anforderungen erfolgt rein funktional. Es soll jedem Kunden mit handelsüblichen Smartphones beständig eine exakte Lokalisierung in den Fahrzeugen ermöglichen. Neben dem Nutzen für sehbehinderte Menschen ist dies auch für ortsfremde und unsichere Menschen eine große Hilfe.

Ebenfalls sollen Informationen über den Fahrtverlauf eines Fahrzeuges sowie über die Türposition eines Fahrzeuges abrufbar sein, wenn Kunden sich auf dem Bahnsteig aufhalten.

Vermutlich ist eine solche Systematik über Bluetooth-Sender in den Fahrzeugen realisierbar, hier soll aber im Rahmen des Verhandlungsverfahrens die technische Realisierbarkeit und die praktische Umsetzung abgeprüft und dann die entsprechenden Anforderungen formuliert werden.

Perspektivisch kann mit diesem System neben der primären Orientierungshilfe für sehbehinderte Menschen auch eine elektronische Fahrpreisermittlung für alle Fahrgäste auf Basis der ohnehin in der Bevölkerung weit verbreiteten Smartphones realisiert werden.

## **6. Wirtschaftlichkeit**

Trotz des erheblich erweiterten Funktionsumfangs im Bereich der Ticketautomaten ist davon auszugehen, dass das Verfahren mit einem wirtschaftlichen Erfolg und damit Einsparungen gegenüber dem Status Quo für den VRR zum Abschluss gebracht werden kann. Eine Komponente zur Verbesserung der Wirtschaftlichkeit kann dabei das Zulassen von vertrieblichen Kooperationen sein, sofern diese nicht dem Interesse des VRR entgegenstehen. Eine Kooperation zum Verkauf von Fernverkehrstickets ist zum Beispiel anzustreben.

## **7. Verfahren**

Das Verfahren soll im Rahmen eines Verhandlungsverfahrens durchgeführt werden.

Im Rahmen dieser Verhandlungen sollen auch die tatsächlichen Kennzahlen in Bezug auf die Anzahl der Vertriebsstellen festgelegt werden.

Die klassischen Vertriebswege (Los 1) und die innovative Komponente (Los 2) sollen zunächst in separaten Losen in den Wettbewerb überführt werden. Dabei ist aus heutiger Sicht nicht klar festgelegt, ob Los 2 bereits zum gleichen Zeitpunkt zuschlagfähig ist, wie Los 1. Sollte sich im Rahmen des Verfahrens ergeben, dass eine Vielzahl der Bieter in der Lage ist, beide Lose sinnvoll inhaltlich und zeitlich anzubieten, ist eine Zusammenführung zu einem Los möglich.

## **8. Weiteres Vorgehen**

Da der Teilnahmewettbewerb auf Grund der einzuhaltenden Fristen bereits Anfang 2016 durchgeführt werden soll, muss der Aufstellungsbeschluss zur Veröffentlichung bereits jetzt erfolgen.

Die exakten Inhalte inkl. genauem Umfang der Vertriebsstellen, die Ausgangsbasis für das Verhandlungsverfahren sein werden sowie die genauen funktionalen Anforderungen an die innovative Komponente werden im nächsten Sitzungsblock zum Beschluss dem Vergabeausschuss vorgelegt. Der Versand der Vergabeunterlagen an die Bieter erfolgt erst im Anschluss daran.