Nahverkehrs-Zweckverband Niederrhein
Der Verbandsvorsteher

öffentlich

Sitzungsvorlage			
Betreff			
Sachstandsbericht			
Organisation	Bereich/Periode/Jahr/Lfd. Nr./Nachtrag	Datum	TOP
NVN	**NVN/IX/2016/0187**	**15.03.2016**	**2**

Beratungsfolge	Zuständigkeit	Sitzungstermin	Ergebnis
Verbandsversammlung des NVN	Kenntnisnahme	12.04.2016	☐

Beschlussvorschlag:

Kenntnisnahme

Begründung/Sachstandsbericht:

Inhaltsverzeichnis:

1. Sachstand Koordinierungsstelle des Zukunftsnetzes Mobilität NRW bei der VRR AöR
2. Betriebsaufnahme National Express RE7 / RB48
3. Sachstand S5/S8
4. ÖPNV-Bedarfsplan NRW – weiterer Prozess
5. Bürgerbeteiligung bei der Fortschreibung des VRR-Nahverkehrsplans 2016
6. Einnahmen und Fahrten (Jan.15-Nov.15)
7. Status SozialTicket
8. Eigenanteil SchokoTicket (Änderung Schülerfahrtkostenverordnung)
9. Touristenticket im VRR – Planung mit Euregio NL
10. Tarifierung neue Relation Düsseldorf-Köln
11. Tarifpiloten bei KÖR + WSW: "HappyHourTicket", "30-TageTicket", "10erTicket Wuppertal"

12. Anschlussticket Rhein-Ruhr
13. Kommunikationsplanung
14. Projektstand m4u
15. Datenqualität Auskunftssysteme
16. VRR Internetplattform
17. Neue Kommunikationstechnologien im ÖPNV
18. Absichtserklärung Digitale Mobilität NRW
19. Strategische Kooperationen (Digitalisierung)

1. Sachstand Koordinierungsstelle des Zukunftsnetzes Mobilität NRW bei der VRR AöR

Seit dem 01.01.2015 ist die VRR AöR Träger einer Koordinierungsstelle des Zukunftsnetzes Mobilität NRW. Auf Initiative des Ministeriums für Bauen, Wohnen, Stadtentwicklung und Verkehr (MBWSV) übernehmen vier Koordinierungsstellen die Aufgaben des bisherigen Netzwerkes Verkehrssicherheit NRW. Das neue Netzwerk zeichnet sich durch Unterstützung von Kommunen bei Aufgabenstellungen des Mobilitätsmanagements aus. Das MBWSV fördert aus diesem Grunde mindestens bis zum 31.12.2017 zwei Personalstellen sowie Sachmittel zur organisatorischen Abwicklung.

Das Jahr 2015 war durch den inhaltlichen Aufbau sowie organisatorische Integration der Koordinierungsstelle geprägt. So wurden in verschiedenen Veranstaltungen die Zielsetzungen des Zukunftsnetzes den kommunalen Verantwortlichen erläutert sowie die Chancen des kommunalen Mobilitätsmanagement vorgestellt.

Die Koordinierungsstellen bieten Beiträge zur Vernetzung von Kommunen zu z.B. Verkehrsentwicklungsplänen, bieten Qualifizierung und Beratung und steuern auch Landeskampagnen zur Verbesserung der Verkehrssicherheit.

Nach Abstimmung mit den weiteren Koordinierungsstellen, die in Köln, Münster und Paderborn ansässig sind, wurden gemeinsam mit dem MBWSV folgende Handlungsfelder des Zukunftsnetzes definiert.

- Betriebliches Mobilitätsmanagement
- Verkehrssicherheit
- Nahmobilität (Fuß- und Radverkehr)
- Mobilitätssicherung im ländlichen Raum
- Verkehrsentwicklungspläne
- Mobilstationen

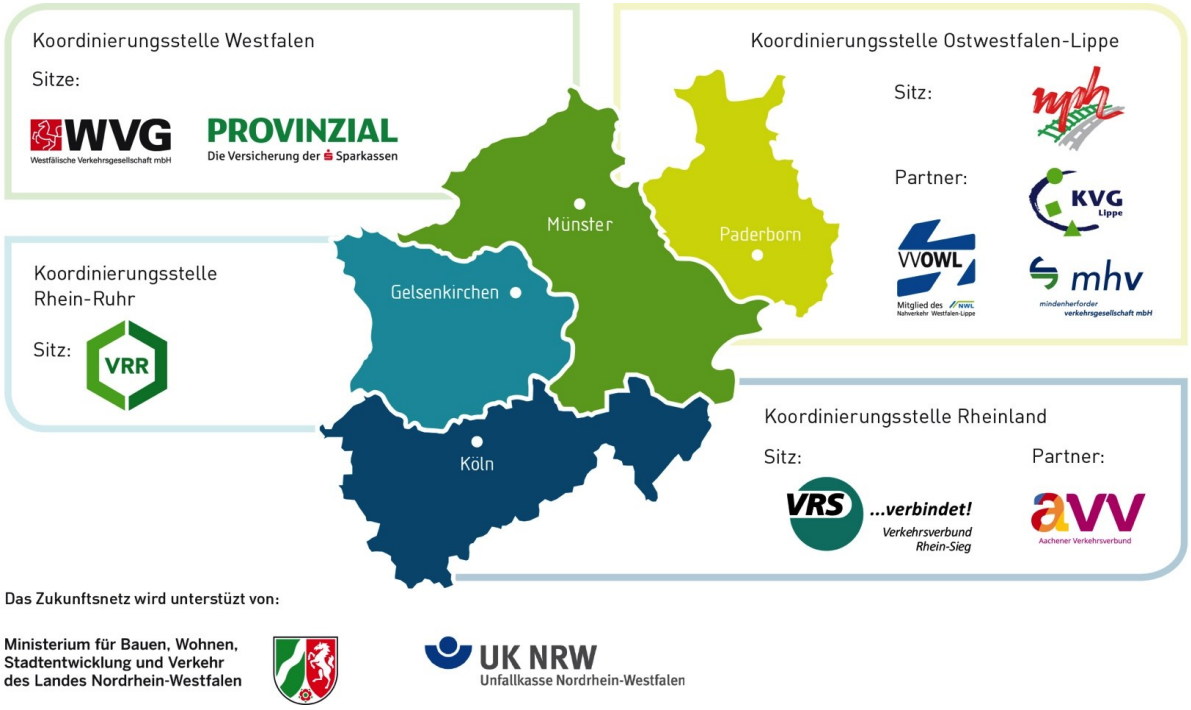
Zu den Handlungsfeldern haben im vergangen Jahr erste Treffen mit kommunalen Fachexperten stattgefunden.

Bis zum Ende des Jahres 2016 profitieren ca. 300 NRW-Kommunen, die dem alten Netzwerk Verkehrssicherheit angehören, von den Angeboten der Koordinierungsstellen.

Ab dem 01.01.2017 müssen Kommunen des Zukunftsnetzes Mobilität NRW eine Vereinbarung unterzeichnen, die beinhaltet, dass die Koordinierungsstellen den Verwaltungsvorständen den Ansatz des kommunalen Mobilitätsmanagements vorstellen und ein Koordinator für das Mobilitätsmanagement in der Verwaltung benannt wird.

So möchte das MBWSV erreichen, dass ein Qualitätsnetzwerk von NRW–Kommunen aufgebaut wird, welches mit entsprechender Wertigkeit und Überzeugung das Mobilitätsmanagement initiiert bzw. umsetzt.

In den ersten Wochen dieses Jahres haben erste Gespräche auf Leitungsebene in Wuppertal und Monheim stattgefunden. Eine Vielzahl von weiteren kommunalen Gesprächen ist im ersten Halbjahr 2016 geplant.



2. Betriebsaufnahme National Express RE7 / RB48

Zum Fahrplanwechsel im Dezember 2015 hat das britische Eisenbahnverkehrsunternehmen National Express (NX) den Betrieb der Linien RE7 und RB48 übernommen. Wie auch in den letzten Jahren bei Betreiberwechseln zu beobachten war, sind auch bei dieser Betriebsauf-

nahme qualitative Mängel hinsichtlich Fahrtenausfällen, Kapazitäten und Pünktlichkeit aufgetreten, die teils zu erheblichen Fahrgastbeschwerden geführt haben.

Kapazitäten:

Nach Auswertung der ersten Qualitätsdaten 2016 waren bis Ende Januar erhebliche Abweichungen zu den bestellten Kapazitäten festzustellen. So verkehrten zeitweise durchschnittlich mehr als 20 % aller Zugkilometerleistungen auf der Linie RE 7 und über 18 % aller Zugkilometerleistung auf der RB 48 mit zu geringen Kapazitäten. Gründe hierfür sind laut NX Probleme bei der Aufrüstung der Fahrzeuge, ein verstärktes Problem mit Graffitis auf den Frontscheiben sowie technische Probleme an den Fahrzeugen, die im Rahmen der Gewährleistungspflicht behoben werden müssen. Um eine ausreichende Fahrzeugverfügbarkeit zu gewährleisten, plant NX folgende Maßnahmen umzusetzen.

- Tägliche Überführung eines zweiten Fahrzeuges zur nächtlichen Instandhaltung für reine Gewährleistungsarbeiten
- Durchführung von Gewährleistungsarbeiten durch DB Regio im Werk Münster
- Zusätzlich feste Tagesschicht im Werk Düsseldorf zur Bearbeitung von Gewährleistungsfällen
- Bereitstellung einer Bereitschaft für Werkstattzuführung

Verspätungen:

Neben den Kapazitätsproblemen sind bei beiden Linien immer wieder sehr große Verspätungen von über 20 Minuten festzustellen, die teilweise sogar über Takt (>60 Min.) liegen. Eine zwingend notwendige Verbesserung der durchschnittlichen Verspätung je Fahrt gegenüber den Vorjahren konnte im Januar nicht erreicht werden. Als Gründe hierfür werden von NX fahrzeugseitige technische Probleme angeführt, Haltezeitüberschreitungen (als mögliche Folge der zu geringen Kapazitäten), Infrastrukturstörungen und Verspätungen als Folge aus Verspätungen vorheriger Fahrten. Eine genaue Ursachenanalyse kann erst mit dem ersten Lieferbericht vorgenommen werden.

Ausfälle/Teilausfälle:

Nach der Auswertung der Tagesberichte war bis Ende Januar 2016 eine Vielzahl von Ausfällen oder Teilausfällen festzustellen. So lag die Ausfallquote auf der Linie RE 7 bei 2,21 % aller geschuldeter Verkehrsleistungen. Eine große Anzahl von Beschwerden der Fahrgäste beziehen sich dabei auf den Abschnitt Neuss - Krefeld. In Neuss gibt es für Fahrgäste mit dem Ziel Krefeld im Falle eines ungeplanten Endes der Fahrt (z. B. zur Verspätungsbegradigung) nur ein sehr eingeschränktes Alternativangebot für die Weiterfahrt. Hier wäre im Störungsfall zumindest eine Weiterführung der Fahrt bis Meerbusch-Osterath erforderlich, um den Fahrgästen die Reisekette mit dem SPNV bis Krefeld zu ermöglichen. Nach Angabe von

NX wird das vorzeitige Brechen größtenteils durch die BZ der DB Netz AG in Duisburg veranlasst, so dass National Express darauf keinen Einfluss hat. Die alternative Weiterfahrt bis Meerbusch-Osterath soll aber in Zusammenarbeit mit DB Netz geprüft werden.

Zur Verbesserung der Betriebssituation finden mit National Express regelmäßige Gespräche statt, um die Wirksamkeit der geplanten Maßnahmen zu prüfen und um gegebenenfalls weitere mögliche Lösungsprozesse einzufordern.

3. Sachstand S5/S8

Die Linien S5 und S8 werden seit dem 14.12.2014 durch DB Regio im Rahmen eines neuen Verkehrsvertrags betrieben. Seit diesem Zeitpunkt verkehren dort Neufahrzeuge des Typs ET1440. Die anfänglichen technischen Schwierigkeiten konnten im Laufe des letzten Jahres deutlich reduziert werden, sodass der Anteil fahrzeugbedingter Störungen im Betriebsablauf, deutlich zurückgegangen ist.

Die kapazitativen Engpässe in der HVZ, die zu Beginn der Betriebsaufnahme mit den neuen Fahrzeugen zu häufigen Fahrgastbeschwerden führten, konnten durch einzelne Maßnahmen reduziert werden. So werden durch DB Regio sukzessive die Klappsitze im Mehrzweckbereich entfernt, um einen besseren Zugang zum Mehrzweckbereich zu erreichen. Damit einhergehend wird der Fahrgastfluss verbessert.

Weiterhin wurden kleinere Einzelmaßnahmen umgesetzt, wie das Entfernen der Fahrradpiktogramme beim mittleren Wagenteil. Damit wird eine Konzentration von Fahrrädern an einer Stelle vermieden, sodass es nicht zu radbedingten Stauungen beim Fahrgastwechsel kommt. Um bei langen Fahrgastwechselzeiten den Fahrplan halten zu können, wurden Änderungen an der Fahrzeugsoftware vorgenommen, die zu einer besseren Beschleunigung führen, damit etwaige Fahrtzeitverluste durch eine höhere Spurtstärke aufgeholt werden können.

Bei einem vertragsgemäßen Betrieb ohne Traktionsschwächung oder anderen Beeinträchtigungen auf parallellaufenden Linien, kann der Betrieb auf der Linie S8 als tageszeitabhängig normal eingestuft werden. Sollte es jedoch zu Störungen wie Zugausfällen oder größeren Verspätungen kommen, die dazu führen, dass zusätzliche Fahrgäste die S8 nutzen, entstehen weiterhin Kapazitätsprobleme in der HVZ. Um solche Situationen zukünftig zu vermeiden, wird gegenwärtig in einer Arbeitsgruppe von DB Regio und VRR nach weiteren Lösungen gesucht, die eine Überfüllung der Züge verhindern soll.

4. ÖPNV-Bedarfsplan NRW - weiterer Prozess

Der VRR hat im Dezember 2015 fristgerecht 32 Maßnahmenvorschläge in das Verfahren eingebracht. Derzeit befindet sich das Verfahren im Stadium der Maßnahmenvorauswahl. Hierzu wird die Vielzahl der Vorhaben in eine Gesamtschau und Übersicht gebracht sowie redundante bzw. fehlerhafte Meldungen abgeglichen. Soweit notwendig, werden in einem weiteren Schritt erforderliche Daten ergänzt. Hierzu werden gegebenenfalls Abstimmungstermine mit den Zweckverbänden im Laufe des Februar 2016 stattfinden.

Die multimodale Landesverkehrsuntersuchung 2030 als Basis für die Erarbeitung der Verkehrsprognose ist weitestgehend fertiggestellt, so dass die Arbeiten zur Prognose in Kürze anlaufen werden. Diese Prognosen werden im Laufe des 2. Halbjahres 2016 sukzessive fertiggestellt. Ein Risiko ergibt sich in Bezug auf den vorgesehenen Fertigstellungstermin des Bedarfsplanes NRW durch die Abhängigkeit von den ebenfalls in der Erarbeitung befindlichen Prognosen zur Bundesverkehrswegeplanung.

Ein weiteres Zeitrisiko entsteht durch die sich derzeit abzeichnende Situation, Förder- und Bewertungsschwerpunkte vor dem Hintergrund der Flüchtlingsproblematik und den daraus resultierenden Konsequenzen zu verändern.

Die Bewertungsarbeiten und der politische Abstimmungsprozess sollen bis zur Mitte des Jahres 2017 erfolgt sein. Ziel ist es nach wie vor, die Beschlussfassung spätestens in der zweiten Jahreshälfte 2017 zu erwirken.

5. Bürgerbeteiligung bei der Fortschreibung des VRR-Nahverkehrsplans 2016

Im Rahmen der Fortschreibung des VRR-Nahverkehrsplans (NVP) werden auf Initiative der Fraktion von Bündnis 90/Die Grünen auch die Bürger im Verbundgebiet beteiligt. Die Bürgerbeteiligung erfolgt über eine Online-Befragung. Auf der Homepage des VRR können die Bürger den Entwurf des NVP herunterladen und einen Fragebogen öffnen, in dem sie Anregungen zum Inhalt des NVP geben können. Der Fragebogen ist zweigeteilt. Im ersten Teil werden geschlossene Fragen (Thema der Anregung, Raumbezug, etc.) aufgeführt, die eine strukturierte Auswertung aller Rückmeldungen ermöglicht. Im zweiten Teil können die Bürger in einem offenen Feld ihre Anregungen ausformulieren.

Der Fragebogen zum NVP wird im Zeitraum von Ende März 2016 bis Ende April 2016 online gestellt. Dieser Zeitraum liegt rund 2 Wochen nach Beginn des formalen Beteiligungsverfahrens, in dem auch die kommunalen Aufgabenträger, Verkehrsunternehmen und Träger

öffentlicher Belange ihre Stellungnahmen zum NVP abgeben können.

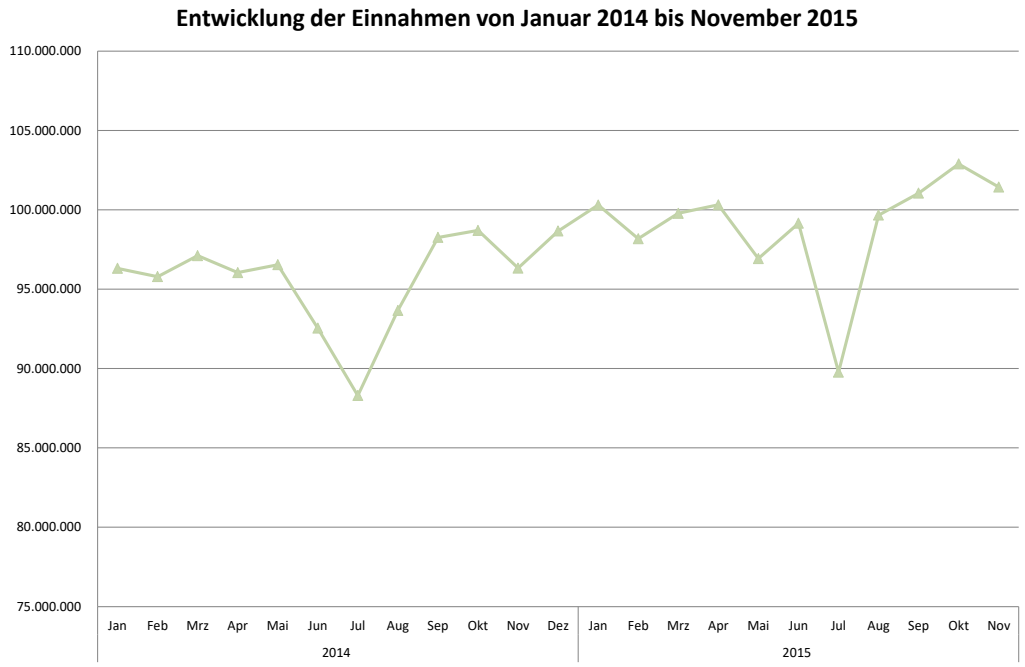
Der VRR informiert die Bürger über eine Pressemitteilung und auf der Homepage über die Möglichkeit, Anregungen zum NVP abgeben zu können.

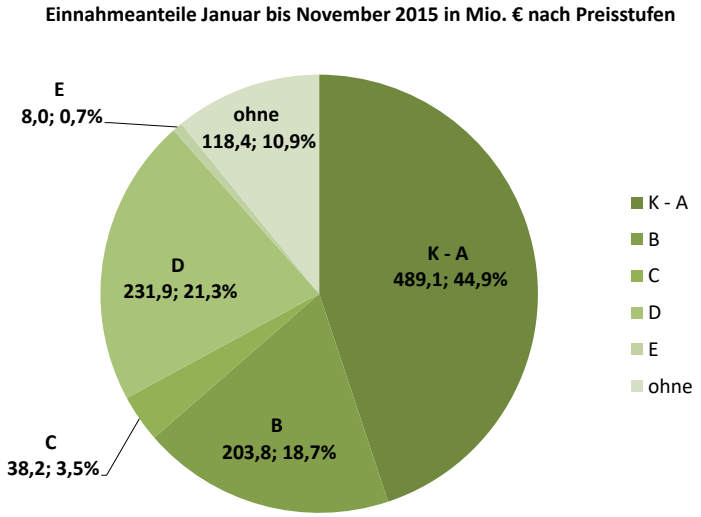
6. Einnahmen und Fahrten (Jan.15-Nov.15)

In den letzten Monaten hat sich die positive Einnahmeentwicklung, u.a. durch die Preisanpassung des SemesterTickets zum WS 2015/16, nochmals gesteigert und verzeichnet ein Einnahmeplus von 39,9 Millionen Euro (+ 3,8 Prozent) auf nunmehr 1,089 Mrd. € bis November 2015. Das Barsortiment zeigt sich hier mit + 12,8 Millionen Euro (+ 5,6 Prozent) am positivsten, gefolgt von den SemesterTickets mit + 5,4 Millionen Euro (+ 12,1 Prozent), den Regelzeitkarten mit + 4,6 Millionen Euro (+ 1,2 Prozent), den FirmenTickets mit + 2,0 Millionen Euro (+ 2,3 Prozent) und den Schüler-/AzubiTickets mit + 0,7 Millionen Euro (+ 0,3 Prozent).

Bei den Fahrten ist die Entwicklung nahezu konstant. Bei einer Größenordnung von rd. 1,047 Milliarden Fahrten bis November 2015 gibt es nur einen marginalen Rückgang von – 0,1 Prozent. Grund dafür ist größtenteils die rückläufige demographische Entwicklung der Schülerzahlen im VRR-Raum.

Die Absatzzahlen des SozialTickets sind in den letzten Monaten leicht gestiegen, im November 2015 verzeichnet der VRR 141,0 Tsd. Kunden, dies entspricht einer Nutzerquote von 11,4 Prozent.


Entwicklung der Einnahmen von Januar 2014 bis November 2015
110.000.000
105.000.000
100.000.000
95.000.000
90.000.000
85.000.000
80.000.000
75.000.000
Jan Feb Mrz Apr Mai Jun Jul Aug Sep Okt Nov Dez
2014
Jan Feb Mrz Apr Mai Jun Jul Aug Sep Okt Nov
2015


Einnahmeanteile Januar bis November 2015 in Mio. € nach Preisstufen
E
8,0; 0,7%
ohne
118,4; 10,9%
D
231,9; 21,3%
K - A
489,1; 44,9%
C
38,2; 3,5%
B
203,8; 18,7%
K - A
B
C
D
E
ohne

Absatz-, Einnahmen- und Fahrtenveränderung zum Vorjahreszeitraum
- nach Ticketgruppen -

	Ticketgruppe	GESAMT Jan-Nov 2014	GESAMT Jan-Nov 2015	Veränderung zum Vorjahr absolut	Veränderung zum Vorjahr in %
Summe von Absatz	1. Klasse Zuschlag	35.344	32.912	-2.432	-6,9
	Barsortiment	58.971.581	59.737.152	765.571	1,3
	davon EinzelTicket Erwachsene	43.415.951	44.003.712	587.761	1,4
	davon 4erTicket Erwachsene	6.095.135	6.117.486	22.351	0,4
	TagesTicket-Varianten	1.420.433	1.587.002	166.569	11,7
	FirmenTickets	1.519.583	1.491.842	-27.741	-1,8
	davon FirmenTicket 100/100-Modell	819.200	786.222	-32.978	-4,0
	davon FirmenTicket Rabatt-Modell	182.002	176.584	-5.418	-3,0
	davon FirmenTicket GroKu-Modell	518.381	529.036	10.655	2,1
	Regelzeitkarten	5.514.472	5.362.041	-152.431	-2,8
	davon Ticket2000 Abo (inkl. 9 Uhr)	2.927.477	2.840.010	-87.467	-3,0
	davon Ticket1000 Abo (inkl. 9 Uhr)	1.066.463	1.014.184	-52.279	-4,9
	davon Ticket1000/2000 - MK/WK (inkl. 9 Uhr)	1.044.391	1.043.584	-807	-0,1
	davon BärenTicket	476.141	464.263	-11.878	-2,5
	Schüler/AzubiTickets	5.481.871	5.361.218	-120.653	-2,2
	davon SchokoTicket Selbstzahler	2.529.976	2.459.668	-70.308	-2,8
	davon YoungTicketplus	755.758	718.409	-37.349	-4,9
	StudentenTickets	2.462.890	2.606.961	144.071	5,8
	NRW-weite Tickets	633.233	614.693	-18.540	-2,9
	Sonstiges	0	199.966		
	SozialTickets	1.193.528	1.433.459	239.931	20,1
Summe von Einnahmen	1. Klasse Zuschlag	1.692.147	1.638.129	-54.018	-3,2
	Barsortiment	227.630.206	240.411.615	12.781.409	5,6
	davon EinzelTicket Erwachsene	122.758.529	130.578.145	7.819.616	6,4
	davon 4erTicket Erwachsene	62.623.899	63.565.922	942.023	1,5
	TagesTicket-Varianten	18.445.413	20.844.564	2.399.151	13,0
	FirmenTickets	90.522.609	92.561.269	2.038.660	2,3
	davon FirmenTicket 100/100-Modell	40.732.639	40.770.554	37.915	0,1
	davon FirmenTicket Rabatt-Modell	13.498.191	13.583.448	85.257	0,6
	davon FirmenTicket GroKu-Modell	36.291.778	38.207.268	1.915.490	5,3
	Regelzeitkarten	373.557.551	378.175.416	4.617.865	1,2
	davon Ticket2000 Abo (inkl. 9 Uhr)	192.017.635	194.821.860	2.804.225	1,5
	davon Ticket1000 Abo (inkl. 9 Uhr)	68.598.567	67.395.195	-1.203.372	-1,8
	davon Ticket1000/2000 - MK (inkl. 9 Uhr)	77.233.634	79.484.826	2.251.191	2,9
	davon BärenTicket	35.707.715	36.473.535	765.821	2,1
	Schüler/AzubiTickets	238.431.955	239.122.025	690.070	0,3
	davon SchokoTicket Selbstzahler	81.263.759	82.085.127	821.368	1,0
	davon YoungTicketplus	43.200.670	42.825.431	-375.239	-0,9
	StudentenTickets	44.858.283	50.270.982	5.412.699	12,1
	NRW-weite Tickets	18.137.739	18.840.185	702.446	3,9
	Sonstiges	0	186.293	186.293	
	SozialTicket inkl. Zuwendung	54.742.406	68.246.417	13.504.011	24,7
Summe von Fahrten	1. Klasse Zuschlag	0	0		
	Barsortiment	80.863.845	82.421.007	1.557.162	1,9
	davon EinzelTicket Erwachsene	43.415.951	44.186.984	771.033	1,8
	davon 4erTicket Erwachsene	24.380.540	24.469.944	89.404	0,4
	TagesTicket-Varianten	5.903.615	6.480.277	576.663	9,8
	FirmenTickets	69.169.559	68.466.603	-702.956	-1,0
	davon FirmenTicket 100/100-Modell	23.756.800	22.800.438	-956.362	-4,0
	davon FirmenTicket Rabatt-Modell	11.648.128	11.301.376	-346.752	-3,0
	davon FirmenTicket GroKu-Modell	33.764.631	34.364.789	600.158	1,8
	Regelzeitkarten	333.160.237	321.543.537	-11.616.700	-3,5
	davon Ticket2000 Abo (inkl. 9 Uhr)	186.859.805	181.393.943	-5.465.862	-2,9
	davon Ticket1000 Abo (inkl. 9 Uhr)	62.636.701	57.974.500	-4.662.201	-7,4
	davon Ticket1000/2000 - MK (inkl. 9 Uhr)	62.237.386	61.283.259	-954.127	-1,5
	davon BärenTicket	21.426.345	20.891.835	-534.510	-2,5
	Schüler/AzubiTickets	415.515.570	406.390.531	-9.125.039	-2,2
	davon SchokoTicket Selbstzahler	192.278.176	186.934.768	-5.343.408	-2,8
	davon YoungTicketplus	56.681.850	53.880.675	-2.801.175	-4,9
	StudentenTickets	73.886.700	78.208.830	4.322.130	5,8
	NRW-weite Tickets	2.184.466	2.003.727	-180.739	-8,3
	Sonstiges	0	0		
	SozialTicket inkl. Zuwendung	72.805.208	87.440.816	14.635.608	20,1
Gesamt: Summe von Absatz		75.812.502	76.840.244	1.027.742	1,4
Gesamt: Summe von Einnahmen		1.049.572.896	1.089.452.332	39.879.436	3,8
Gesamt: Summe von Fahrten		1.047.585.585	1.046.475.051	-1.110.534	-0,1

7. Status SozialTicket

Aktuell nutzen monatlich zwischen 130.000 und 145.000 Kunden das SozialTicket. Damit bestätigt sich der bereits im letzten Sitzungsblock prognostizierte ansteigende Trend.

Infolge der deutlichen Rabattierung zwischen dem Preis des SozialTickets gegenüber Zeitkarten des allgemein zugänglichen Sortiments bewirkt das SozialTicket seit dem Start Mindereinnahmen bei den Verkehrsunternehmen. Diese werden durch Zahlungen des Landes NRW ausgeglichen. Für das Jahr 2015 wurden seitens des Landes NRW Mittel in Höhe von insgesamt 18,8 Mio. € zur Verfügung gestellt. Hinzuzurechnen ist der Übertrag aus Mitteln des Jahres 2014 in Höhe von 8,4 Mio. €. Mit dieser seitens des Landes NRW zur Verfügung gestellten Förderung ist die Finanzierung des SozialTickets für das Jahr 2015 trotz des deutlichen Anstiegs gesichert.

In 2016 wird aktuell mit einer durchschnittlichen monatlichen Abnahme zwischen 135.000 und 145.000 Kunden gerechnet. Da für das Jahr 2016 kein oder nur ein sehr marginaler Übertrag aus Mitteln des Jahres 2015 in das Jahr 2016 zu erwarten ist, bestätigt sich die Unumgänglichkeit der im Sitzungsblock Dezember 2015 von den VRR–Gremien mit Wirkung zum 01.04.2016 beschlossenen Preisanpassung um 2,80 €/Monat auf dann 34,75 €/Monat.

Dass diese Preisanpassung nicht noch deutlicher ausfällt, ist der gestiegenen Landesförderung zu verdanken. Mittlerweile liegt die Bestätigung des Verkehrsministeriums des Landes NRW vor, dass im Landeshaushalt 2016 die Erhöhung des Etats zur Förderung der SozialTicketangebote für alle SozialTicketangebote in ganz NRW von 30 Mio. € auf 40 Mio. € beschlossen wurde. Auf den VRR bezogen ergibt sich dadurch eine Anhebung der Landesförderung auf rd. 23 Mio. €. Damit wurde eine der wichtigsten Voraussetzungen zur Fortführung des Sozialtickets in 2016 geschaffen.

8. Eigenanteil SchokoTicket (Änderung Schülerfahrtkostenverordnung)

<u>Änderung der Schülerfahrtkostenverordnung:</u>

Wie in Drucksache Nr. Z/IX/2015/0120 bereits berichtet, ist eine der Finanzierungssäulen des SchokoTickets der vom Schulträger zu erhebende Eigenanteil für anspruchsberechtigte Schülerinnen und Schüler. Dieser Eigenanteil ist in der Schülerfahrtkostenverordnung NRW mit einem Höchstbetrag von 12,00 Euro für das erste anspruchsberechtigte Kind und 6,00 Euro für das zweite anspruchsberechtigte Kind festgesetzt.

Diese Höchstgrenze ist im VRR sowie auch in den übrigen Verkehrsverbünden und Ver-

kehrsgemeinschaften in NRW seit einigen Jahren erreicht. Für die Verkehrsunternehmen ist dieser Betrag inzwischen jedoch nicht mehr auskömmlich und so streben die Verbünde und Verkehrsgemeinschaften in NRW eine Änderung der Schülerfahrtkostenverordnung dahingehend an, dass diese Höchstgrenze erweitert wird. Darüber hinaus ist in der Schülerfahrtkostenverordnung eine Höchstgrenze von 100 Euro festgesetzt, die maximal für ein Ticket monatlich erstattet werden dürfen. Landesweit besteht auch hier der Wunsch, diese derzeit feste 100-Euro-Höchstgrenze zu dynamisieren, sowie künftig nicht nur die Fahrt zur nächstgelegenen Schule, sondern den vollständigen Fahrweg zur tatsächlich besuchten Schule mit in die Betrachtung einfließen zu lassen.

Im Landesarbeitskreis Nahverkehr, in dem alle Verbünde und die DB in NRW zusammen arbeiten, wurde verabredet, einen landesweit abgestimmten Vorschlag zur Reform der Schülerfahrtkostenverordnung zu erarbeiten, der anschließend mit allen beteiligten Landesministerien beraten werden kann.

Dieser Vorschlag liegt aktuell dem Landesverkehrsministerium zur ersten Abstimmung vor. Entsprechende Gespräche sind anberaumt.

Prüfberichte der Gemeindeprüfungsanstalt Nordrhein-Westfalen (GPA):
Städte und Kommunen sind gehalten, für die Schülerfahrtkostenübernahme den wirtschaftlich günstigsten Weg zu beschreiten.
Vor diesem Hintergrund wurde in einzelnen Kommunen seitens der GPA angemerkt,

- dass der Eigenanteil auch durch den Schulträger eingezogen und für dessen Finanzierung des Tickets genutzt werden könnte und
- dass der Schulträger für das SchokoTicket eines anspruchsberechtigten Schülers einen höheren Beitrag leistet als der nicht anspruchsberechtigte Schüler im freien Verkauf.

Als Hilfestellung für hiervon betroffene Verkehrsunternehmen hat die VRR AöR zu diesen Anmerkungen der Prüfungsanstalt eine Stellungnahme über die rechtliche Unbedenklichkeit verfasst und den Verkehrsunternehmen zur Verfügung gestellt.

9. Touristenticket im VRR – Planung mit Euregio NL

Im Rahmen von grenzüberschreitenden Euregio-Projekten arbeiten die Niederlande (Euregio-Organisationen) und Deutschland –(Zweckverbände) bereits erfolgreich zusammen.

In der Euregio Maas-Rhein, die die belgische Provinz Limburg, die niederländische Provinz

Limburg, die belgische Provinz Lüttich, die Deutschsprachige Gemeinschaft Belgiens und die Regio Aachen umfasst, gibt es ein sogenanntes Euregioticket. Dies ist ein Tagesticket, das für aktuell 18,00 Euro für eine Person in der gesamten Euregio Maas-Rhein gilt.

Auch die Euregio-Organisationen Rhein-Maas-Nord und Rhein-Waal sind an die VRR AöR herangetreten, um ein weiteres Tarifprojekt für grenzüberschreitenden ÖPNV ins Leben zu rufen.

Im Zuge der Eröffnung der neuen, grenzüberschreitenden Bahnstrecke RE 19 und der damit verbundenen Integration der niederländischen Halte in den VRR-Tarif, können sich die Beteiligten ein grenzüberschreitendes Ticket für die Euregio Rhein-Waal vorstellen. Als Werbeaktion könnte es ein zunächst zeitlich begrenztes Ticket sein, mit Potenzial zum Regeltarif. Zuschnitt und Preis werden noch mit den Beteiligten verhandelt.

Gleichzeitig verhandelt die VRR AöR aktuell mit der Euregio Rhein-Maas-Nord, um ein ähnliches Ticket auch in der Region um Venlo und Mönchengladbach zu installieren.

Begleitet werden sollen die Tickets durch eine euregionale ÖPNV-Plattform, die als Arbeitsgruppe fungiert. An dieser Plattform sollen sich die betroffenen Verkehrsverbünde, die betroffenen Verkehrsunternehmen, die Provinzen als zuständige ÖPNV-Aufgabenträger und die jeweiligen Euregio-Organisationen beteiligen.

Gleichzeitig entwickelt die VRR AÖR aktuell auch ein klassisches Touristen Ticket, mit einer zeitlichen Gültigkeit von jeweils 24, 48 oder 72 Stunden, dass es in ähnlicher Ausprägung in vielen anderen Verbünden Europas gibt.

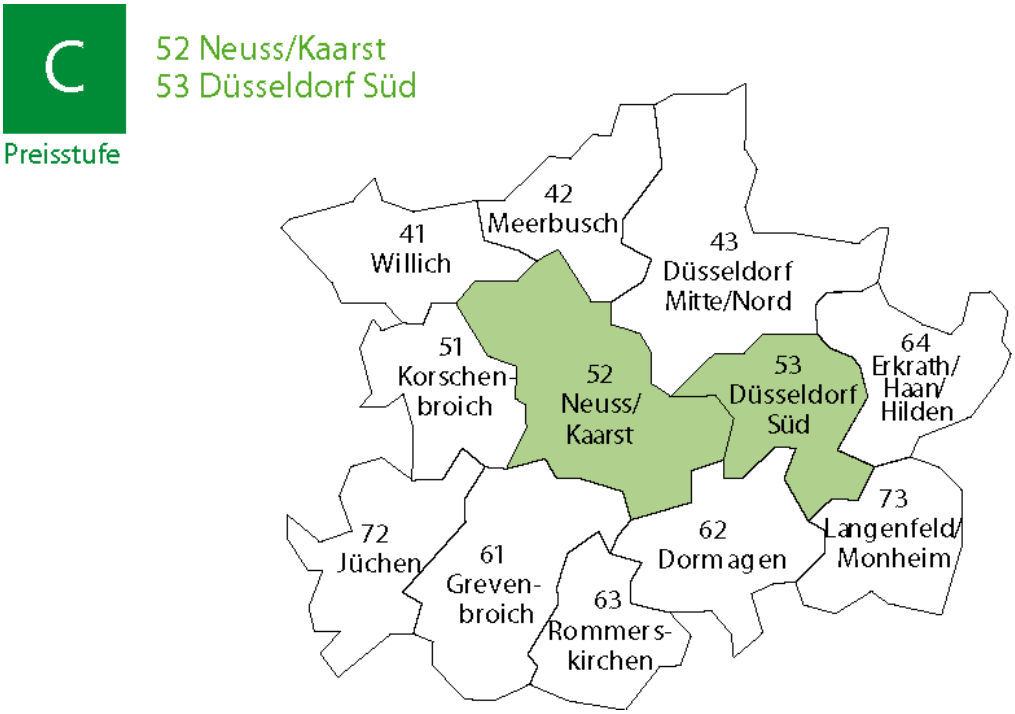
10. Tarifierung neue Relation Düsseldorf-Köln

Mit Wirkung zum Fahrplanwechsel am 13.12.2015 wurde zwischen dem VRR und dem Verkehrsverbund Rhein–Sieg (VRS) die neue RE–Linie 6a eingerichtet, die von Düsseldorf über Neuss und Dormagen bis Köln Hbf und weiter zum Flughafen Köln–Bonn fährt. Diese Relation stellt eine deutliche Entlastung für die stark frequentierte Strecke über Langenfeld–Leverkusen dar. Diese Zielsetzung soll auch durch eine einheitliche Tarifierung über beide Fahrtwege erreicht werden, was aktuell jedoch nur bedingt gegeben ist.

Zwischen Düsseldorf und Köln gilt grundsätzlich der VRS–Tarif. Mit einem VRS–Ticket der Preisstufe 5 stehen beide Wege zur Verfügung. Dies gilt auch dann, wenn zu einem VRS–Jobticket eine VRR–Ergänzung hinzugekauft wird.

Eine Ungleichbehandlung für VRR–Kunden entsteht dann, wenn dieser eine Kombination zwischen VRR– und VRS–Tarif wählen muss. Dies passiert ausschließlich für ein VRR–Firmenticket mit Standort in Düsseldorf oder Neuss und Wohnsitz in Köln.

Hier musste sich der VRR–Kunde bislang entscheiden, ob er zur Preisstufe B den Weg über Neuss und Dormagen mit dem notwendigen Zentraltarifgebiet Neuss / Kaarst 52 oder über Langenfeld und Leverkusen mit dem notwendigen Zentraltarifgebiet Düsseldorf Süd 53 wählt. Um beide Wege nutzen zu können wäre die Preisstufe C mit den Zentraltarifgebieten 52 und 53 notwendig (Abbildung1).

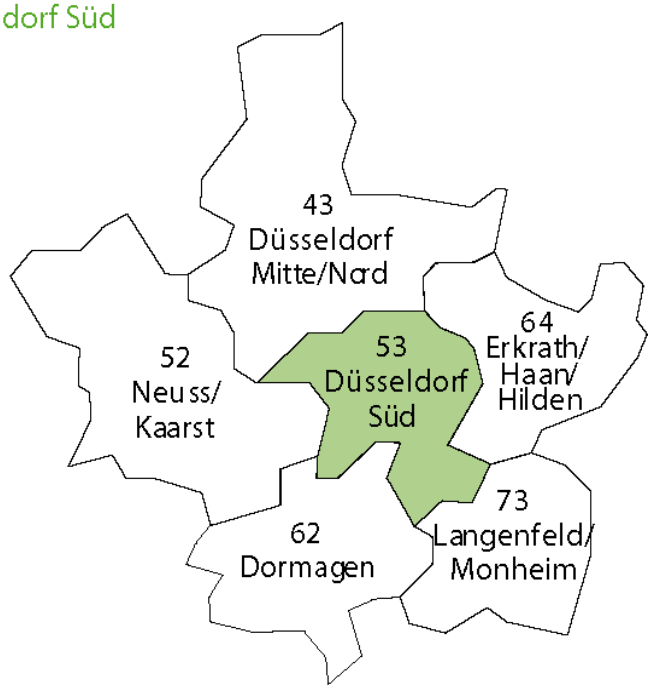


Um jedoch auch für die Kunden beide Wege zur Preisstufe B befahren zu können, wurde in Absprache mit allen Verkehrsunternehmen der Geltungsbereich rund um das Zentraltarifgebiet 53 Düsseldorf Süd um das Tarifgebiet 62 Dormagen erweitert (Abbildung 2).

B

Preisstufe

53 Düsseldorf Süd



11. Tarifpiloten bei KÖR und WSW: "HappyHourTicket", "30-TageTicket", "10erTicket Wuppertal"

In den Bedienungsgebieten der Verkehrsunternehmen der KÖR (Kooperation östliches Ruhrgebiet = Bogestra, DSW21, HCR und Vestische) sowie bei der DB und bei der WSWmobil werden seit dem 15. Juli 2015 folgende, verschiedene neue Tarifprodukte pilotweise am Markt getestet:

Angebot	bei KÖR	bei WSWmobil
Happy-Hour-Ticket, 2,99 €	x	x
Gleitende Moka (30-Tage-Ticket), Normalpreis Monatskarte	x	x
10erTicket Wuppertal, 19,90 €		x

Happy-Hour-Ticket :

- täglich kaufbar, von 18:00 Uhr bis 6:00 Uhr morgens des Folgetages für beliebig viele Fahrten gültig.
- Kauf vor Gültigkeitsbeginn für den jeweiligen Tag möglich.
- nur PST A (auch im 2-Waben-Binnenverhältnis), 2,99 €

30-TageTicket (gleitende Monatskarte):

- Variante des Ticket1000/Ticket1000 9 Uhr und des persönlichen Ti-

cket2000/Ticket2000 9 Uhr, gültig von einem beliebigen, frei wählbaren Starttag für genau 30 aufeinanderfolgende Kalendertage (jeweils einschließlich Start- und Endtag).

- nur PST A, auch im 2-Waben-Binnenverhältnis

10erTicket Wuppertal:

- 10erTicket zum Preis von 19,90 € bzw. 1,99 € pro Fahrt
- Nur PST A, nur in Wuppertal nutzbar.

Alle oben aufgeführten Tickets sind für die Kunden ausschließlich auf dem Vertriebsweg Handy bzw. im Online-Shop erhältlich.

Absatzzahlen (Juli-Dezember 2015):

Angebot	Absatz (Stück)
Happy-Hour-Ticket, 2,99 €	6.246
Gleitende Moka (30-Tage-Ticket), Normalpreis Monatskarte	1.077
10erTicket Wuppertal, 19,90 € (NUR in Wuppertal)	946

Die Tarifpiloten wurden mit einer Online-Erhebung begleitet, bei der Käufer eines der Pilotprodukte einmalig zwischen dem 15.07. und dem 23.12.2015 eingeladen wurden, online einen Fragebogen auszufüllen. Über alle Produkte hinweg lag der Rücklauf bei 1.300 ausgefüllten Fragebögen, was einer Rücklaufquote von 47 Prozent entspricht. Dies ist für eine Online-Befragung ein äußerst guter Wert.

Eine ergänzende Online-Erhebung, die bei registrierten Handy-/OnlineTicket-Nutzern, die KEINES der Pilottarif-Produkte gekauft haben, nach den Gründen für den Nichtkauf fragt, konnte aus technischen Gründen bislang nur bei einem der Pilotunternehmen durchgeführt werden.

Die Ergebnisse der Online-Befragung, zusammen mit einer Analyse der Verkaufsdaten bestätigen nach erster Analyse die mit den Pilottarifprodukten verbundenen Ziele:

- Attraktivierung der Online-Vertriebskanäle: Bei allen Verkehrsunternehmen kam es verbunden mit den neuen Pilotprodukten zu einem deutlichen Schub an Neuanmeldungen von Kunden für die Online-Vertriebswege (bis zu 75 Prozent der 2015er Neuanmeldungen kamen in der zweiten Jahreshälfte hinzu).
- Zusätzliche Einnahmen: Eine „Kannibalisierung“ von anderen online erhältlichen Tickets ist nicht erkennbar. Natürlich sind in Wuppertal Kunden vom "regulären"

10erTicket in das rabattierte 10erTicket Wuppertal umgeschwenkt. Die zusätzlichen Käufe dieses Produktes und eine erkennbare Fahrtintensivierung führen jedoch insgesamt auch dort zu einem Einnahmenanstieg. Verkaufsrückgänge von klassischen Monatskarten, Einzel- und 4erTickets in den herkömmlichen Vertriebswegen sind nicht festzustellen.

- Es konnten Neukunden gewonnen werden, insbesondere mit dem HappyHourTicket und den 30-TageTickets, wobei zu beachten ist, dass Zeitkarten aller Art absatzmäßig in den hier angebotenen Vertriebswegen für die Pilotprodukte noch eine eher geringe Rolle spielen.

- Klare Profilierung der Angebote: Das HappyHourTicket hat eine klare Zielgruppe, was sich in den deutlich artikulierten Nutzungszwecken "Ausgehen" und "Besuch kultureller Veranstaltungen" widerspiegelt und zu einer Auslastungsverbesserung in der Schwachverkehrszeit führt. Das 10erTicket Wuppertal hat naturgemäß ein breiteres Spektrum an Einsatzzwecken. Die Käufer sind zu knapp zwei Dritteln intensivere Gelegenheitsnutzer, die das 10erTicket Wuppertal auch für berufliche Fahrten nutzen. Die 30-TageTickets überzeugen nach Angaben der Käufer durch ihre Flexibilität, gerade bei kalendermonatsübergreifendem Mobilitätsbedarf.

Allen Produkten gemein ist eine hohe geäußerte Produktzufriedenheit mit Werten zwischen ca. 76 und 90 Prozent in den Antwortkategorien "sehr zufrieden" und "zufrieden" bzw. entsprechenden Werten bei der Weiterempfehlungsbereitschaft.

Jedes der Pilotprodukte kann zum jetzigen Stand der Analysen als durchaus gut betrachtet werden. Für eine abschließende Empfehlung indes ist es noch zu früh:

- Bei vier der fünf teilnehmenden Verkehrsunternehmen soll noch die Nichtkäuferbefragung abgewartet werden.

- Um Verlagerungen bei der Ticketwahl und ggf. fahrtintensivierende Wirkungen besser abschätzen zu können, bedarf es zusätzlicher Auswertungen mit Hilfe des Online-Vertriebsdienstleisters.

- Für die Produkte bedarf es noch einiger wesentlicher vertriebswegestrategischer und produktpolitischer Grundsatzentscheidungen, auch im Zusammenhang mit einer weiteren Beurteilung anderer noch bestehender Pilotprodukte wie dem CityO.Ticket. Diese Entscheidungen konnten in der Kürze der Zeit nach Abschluss der Marktforschungsfeldzeit nicht sachgerecht getroffen werden.

Eine abschließende Entscheidung für oder gegen die Ausweitung einzelner Pilotprodukte als Regeltarifangebote soll im Sommer-Sitzungsblock 2016 getroffen werden.

12. Anschlussticket Rhein-Ruhr

Wie in Drucksache Nr. Z/IX/2015/0120 berichtet, wird seit dem 01.01.2014 im Verkehrsverbund Rhein-Sieg (VRS) ein pauschales Anschlussticket zu VRS–Zeitkarten für 3,50 Euro / Fahrt angeboten. Im Rahmen des VRS-Kragentarifs gilt dieses Anschlussticket auch bis Düsseldorf.

Dadurch entstand eine Diskrepanz zu Zeitkartenkunden des VRR, die eine Zeitkarte z.B. für Düsseldorf besitzen und für Anschlussfahrten nach Köln das entfernungsabhängige NRW-Anschlussticket bzw. ein preisstufenabhängiges VRS-Einzelticket lösen müssen.

Die VRR-Verkehrsunternehmen haben der Anwendung des pauschalen VRS-Anschlusstickets auch im Tarifkragen VRR/VRS nur unter der Maßgabe zugestimmt, dass ein adäquates Ticket auch für VRR-Zeitkartenkunden geschaffen wird.
Diese Forderung wurde auch vom 3. Regio-Gipfel der Metropolregion Rheinland unterstützt, der am 08.05.2015 in Düsseldorf stattfand. Die Region umfasst alle kreisfreien Städte und Kreise des Rheinlands. Diese Resolution wurde zudem zwischenzeitlich schriftlich vom Oberbürgermeister der Stadt Düsseldorf an den Konzernbeauftragten der Deutschen Bahn für NRW bekräftigt.

Der VRS hatte eine Kalkulation für ein pauschales Anschlussticket für VRR-Zeittickets bis Ende 2015 in Aussicht gestellt. Dies ist mittlerweile erfolgt. Um den Wanderungsbewegungen (Kannibalisierungseffekten) aus dem NRW-Tarif Rechnung zu tragen, wird für die zeitnah im Bereich des VRS–Tarifkragens umsetzbare Lösung ein Preis des Anschlusstickets von 4,20€ als marktkonform angesehen. Dieser Preis ist einheitlich für beide Richtungen, auch für das VRS-Anschlussticket an VRS-Zeitkarten vorgesehen.
Umsetzungsziel ist der 1. Juni 2016.

13. Kommunikationsplanung

Um eine transparente Information zu den gemeinsamen Kommunikationsmaßnahmen VRR/VU zu geben, ist nachfolgend ein kurzer Überblick zu den durchgeführten Maßnahmen in 2015 und den geplanten Maßnahmen 2016 ff. dargestellt.

Der VRR erarbeitet jährlich auf Basis des Marketingplans eine entsprechend abgeleitete Kommunikationsplanung, die u.a. auch Grundlage für die Wirtschaftsplanung (Kommunikation) darstellt. Die aktuell geplanten Maßnahmen sind ausgerichtet auf die Neukundengewinnung, die Nutzungsintensivierung u.a. im Segment Gelegenheitskunden sowie die Fortsetzung der Stammkundengewinnung und –bindung.

Als Zielsetzung im Rahmen der Digitalisierungsstrategie steht die Forcierung und Attraktivierung der e-/m-Vertriebs- und Infokanäle. Zur Absenkung von Zugangshürden zum ÖPNV ist eine Kampagne zu den neuen Informationsangeboten geplant. Nachfolgend sind einige der Maßnahmen als Beispiele aufgeführt.

Rückblick 2015

Ticket1000: Anpassung der Personenmitnahme und Ticket2000-Testaktion

Nach der tariflichen Veränderung zu Beginn des Jahres 2015 war die Personenmitnahme mit dem Ticket1000 nicht mehr möglich. Um den betroffenen Kunden eine Alternative zu bieten, erhielten die Ticket1000-Abonnenten die Gelegenheit, das Ticket2000 im Abo für drei Monate zum Preis des Ticket1000-Abos zu testen.

Zum Start der Aktion wurden alle Ticket1000-Abonnenten (82.173) von den Verkehrsunternehmen angeschrieben und über die geänderte Mitnahmeregelung sowie die Test-Aktion informiert.

Die Auswertung zeigt, dass 5.047 Kunden (6,14%) das Test-Angebot angenommen haben. Nach dem Testzeitraum verblieben 4.168 Kunden (82,58%) im Ticket2000-Abonnement.

Abonnenten-Mailings Ticket1000: 82.173	Anzahl	%	
Umstellung Ticket1000-Kunden (Abo) auf Ticket2000 (Abo)	5.171	6,29 %	von allen Mailings
Kündigungen nach 3 Monaten Testzeitraum und Rück-Umstellung auf Ticket1000 (Abo)	790		
Kündigungen nach 3 Monaten Testzeitraum ohne Aboverlängerung	187	3,62 %	von allen Umstellungen auf Ticket2000
Verbleib beim Ticket2000 (Abo) nach 3 Monaten	4.194	81,11 %	Konversionsrate

SPNV: Gemeinschaftskampagne NWL/VRR

Im Rahmen der gemeinsamen Bewerbung des SPNV durch VRR und NWL wurde im 3. Quartal 2015 eine Kampagne initiiert, mit dem Ziel der Vermittlung eines zeitgemäßen, modernen Bildes des SPNV sowie der Sensibilisierung für die SPNV-Nutzung als Mobilitätsalternative.

Für eine emotionale und aufmerksamkeitsstarke Kommunikation in dieser Kampagne wurde mit einem Aufruf an Fahrgäste gearbeitet, ihren „Bahn-Moment“ in einem Selfie festzuhalten. Verschiedene Maßnahmen wie z.B. Pressearbeit, die Aktionswebsite www.meine-fahrzeit.de, Außenwerbung, Medienpartnerschaft und eine Promotion-Aktion unterstützten die Kommunikation. Mit Promi-Doppelgängern in den Zügen konnte eine hohe Aufmerksamkeit vor Ort und auch in den Medienberichten erreicht werden.

Medien	Kontakte
Likes/Votes der geposteten Selfies auf Aktionswebsite	1.909
Anzeigen in Tageszeitungen (Auflage)	98.439
Beitrag Radio Essen (Hörer pro Stunde)	49.000
Beitrag SAT1 NRW (Zuschauer pro Sendung)	300.000
GESAMT	**449.348**

Fazit:

Die Promi-Doppelgänger in den Zügen, schafften es die Selfie-Aktion den „SPNV/ÖPNV“ als Raum für Begegnungen, Gespräche und emotionale Momente erlebbar zu machen und das Erlebte durch Eigeninitiative auch mit anderen zu teilen. Die Selfies ließen erkennen, dass sich die Fahrgäste mit dem Thema auseinandergesetzt haben. Die gewünschte positive Medienresonanz wurde erreicht: Die VRR/NWL-Aktion wurde von einem TV-Sender begleitet und hat zu einem Bericht in den Lokal-Nachrichten geführt.

VRR-App Kommunikation

Mit der Überarbeitung der VRR-APP wurde zur Bewerbung erstmalig eine verbundweite Kampagne zum Thema „Fahrplanauskunft via App“ gestartet. Die Ziele der Kampagne waren: Steigerung der Download-Zahlen, Erhöhung der Nutzerzahlen, Stärkung der Kundenbindung.

Um diese Ziele zu erreichen, wurde die Kommunikation ab August 2015 mit klassischen, online und mobile (digitale) Medien unterstützt. Zudem wurden mit ganztägigen Promotion-Aktionen in 5 Städten, Erfahrungen gesammelt wie ÖPNV-Nutzer und Nichtnutzer mit dem Thema Fahrplanauskunft und Ticketkauf umgehen.

	Kontakte
Digitale Medien (online und mobile)	327 Mio.
Klassische Medien	304.495
Promotion	944
Zugriffe auf Unterseite zur VRR-App unter www.vrr.de	
… über Desktop	121.874
… über Mobile	65.554
… darunter Verweise auf App-Stores	
… über Desktop	4.846
… über Mobile	7.182

Weitere Kommunikationsmaßnahmen in 2015

Gemeinsam mit den Verkehrsunternehmen wurden weitere Kommunikations-Maßnahmen zum SchokoTicket, YoungTicketPLUS und für die schulische Verkehrserziehung umgesetzt. Um in der aktuellen Situation der Flüchtlingsthematik die Verkehrsunternehmen kommunikativ zu unterstützen, hat der VRR Informationen für Flüchtlinge in verschiedenen Sprachen zum SozialTicket und der Nutzung von Bus und Bahn erarbeitet. Diese wurden allen Verkehrsunternehmen zur individuellen Ergänzung und Nutzung zur Verfügung gestellt. Auf der VRR-Internetseite stehen sie zudem allen Nutzern zur Information bereit.

Im Bereich der Kundenbindung hat der VRR für alle Verkehrsunternehmen die Akquise von attraktiven Partnerangeboten für alle Abokunden durchgeführt und die Erstellung der individuellen AboLust pro Verkehrsunternehmen umgesetzt. Zudem wurde der online Kanal www.abolust.de gestärkt.

Ausblick Kommunikationsplanung 2016

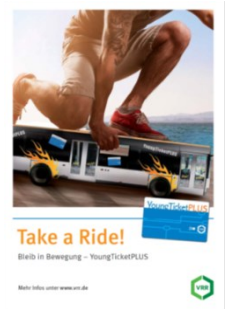
Basis Kommunikation

Schulische Verkehrserziehung und SchokoTicket

Im Rahmen der frühzeitigen Information zum verkehrssicheren Umgang mit Bus und Bahn für Schüler, Lehrer und Eltern, werden Informationsmedien durch den VRR erstellt. Die Vertei-

lung für die Lehrer und Schüler erfolgt über die Sekretariate der weiterführenden Schulen (Zielgruppe 5. Klasse) durch die ortsansässigen Verkehrsunternehmen, die teilweise auch Busschulübungen vor Ort in der Schule durchführen. Zusätzlich wurden ab Januar 2016 weitere Infomaterialien und Aboanträge zum SchokoTicket verteilt.

YoungTicketPLUS



Die Steigerung des Bekanntheitsgrades des YoungTicketPLUS als direkter Ticketnachfolger des SchokoTickets zu Beginn der Ausbildung wird durch eine verbundweite Kampagne unterstützt. Zusätzlich wird das YoungTicketPLUS in den KundenCentern der Verkehrsunternehmen mit Plakaten beworben sowie mit Online- und mobile–Anzeigen begleitet.

Ticket2000 – Jubiläumsaktion

Das 25-jährige Bestehen des Ticket2000 wird durch eine verbundweite Kampagne ab Januar beworben. Die Bestandteile der Kampagne sind jeweils ein Kundenmailing (verschickt an alle 260.000 Ticket2000-Abonnenten), diverse Vergünstigungen bei verschiedenen Freizeitanbietern sowie eine verbundweit durchgeführte dreimonatige Probeabo-Aktion (abschließbar am 01.02., 01.03. und 01.04.).
Die Kampagne wird verbundweit mit Traffic Boards, Plakaten und Online-Anzeigen beworben und bietet den Verkehrsunternehmen aufgrund der monatlich wechselnden Angebote immer wieder Anlass zur Kundenkommunikation.

SchnupperAbo

Für September/Oktober 2016 soll eine verbundweit einheitliche 3-monatige SchnupperAbo-Aktion für die Abotickets (außer SchokoTicket) entwickelt und durchgeführt werden. Beworben wird die Kampagne durch den VRR und die Verkehrsunternehmen mit allen zur Verfügung stehenden Medien.

Kundenbindung: AboLust, Timer und FreizeitLust

Im März und im September 2016 erscheinen die beiden Kundenmailings „AboLust“ für die Ticket2000, Ticket1000, BärenTicket und SchokoTicket-/YoungTicketPLUS-Kunden. Die Mailings beinhalten Informationen zu Freizeitzielen inklusive Ermäßigungen im Bereich Eintritt und Veranstaltungen, sowie den Gutschein für den Timer (Kalender für die junge Zielgruppe). Flankiert wird die Kundenbindung durch die Online-Variante der AboLust (www.abolust.de). Diese enthält neben den Mailing-Angeboten zahlreiche unterjährige Angebote und Vergünsti-

gungen für Ticketabonnenten.

Digitale Dienste – App Kommunikation

Der VRR beabsichtigt, im 3.Quartal 2016 eine neue App für Fahrplanauskunft, Ticketkauf und weitere Mehrwertdienste herauszubringen. Im Rahmen der Umsetzung wird es hierbei eine VRR-App-Variante geben sowie die VU-App-Varianten als hybride Duplikate der VRR-Variante. Für die Konzeption der Einführungskampagne wird der VRR zusammen mit den Verkehrsunternehmen im 1. Quartal 2016 ein Kampagnenkonzept zur Einführung der neuen App erarbeiten. Zielsetzung ist es, die Akzeptanz der App und die Downloadzahlen zu steigern und damit die Information für die Nutzung des ÖPNV zu erleichtern. Der Medieneinsatz wird, aufgrund der Zielgruppe, schwerpunktmäßig im mobilen und Online-Segment erfolgen. Die Umsetzung der Kampagne ist im 3. Quartal 2016 geplant.

SPNV-Kommunikation

In den Verkehrsverträgen nach Betriebsaufnahme 2013 ist geregelt, dass der VRR zentral unternehmensübergreifendes SPNV Marketing durchführt. Die EVU stellen über den Verbundkooperationsvertrag dafür jährlich eine „Kilometer-Pauschale“ für Marketing zur Verfügung. Der VRR führt mit diesen Budgets eine Ausschreibung für zentrale Marketingaktivitäten durch, mit der Zielsetzung Neukunden für das System SPNV zu gewinnen.

Im Rahmen von Jahresgesprächen werden regionale oder streckenbezogene Besonderheiten, die besondere Marketingaktivitäten notwendig oder sinnvoll machen, regelmäßig mit den EVU eruiert. Die Ausschreibung einer Rahmenvereinbarung für die Jahre 2016 bis 2018 mit einer Agentur wurde im November 2015 gestartet. Die Vergabe ist für Anfang April 2016 vorgesehen. Das Budget für den Vertragszeitraum beträgt ca. 500T€ p.a.

Folgende Aufgabenstellungen sollen durch die Agenturen erarbeitet werden:

1) Gesamtkonzeption für die SPNV-Vermarktung für die nächsten drei Jahre
2) Entwicklung einer Informations- und Image-Kampagne für das RE-Konzept des VRR ab 2016

Weitere Kampagnen und Aufgaben wird der VRR mittels separater Leistungsbeschreibung im Vertragszeitraum bei der ausgewählten Agentur anfragen und beauftragen.

Tarifstrukturreform

Es erfolgt die Konzeption und Durchführung einer Informationskampagne in Abhängigkeit des

Umfangs der tariflichen Änderungen für 2017.

14. Projektstand m4u

Wie im Sitzungsblock Juni 2014 (Drucksache Nr. M/VIII/2014/0534) vorgestellt, wird für die Umsetzung der Digitalisierungsstrategie in verschiedenen Maßnahmenpaketen gearbeitet. Der Fokus der Arbeiten in den Monaten November 2015 – Februar 2016 lag auf folgenden Themenblöcken:

1. Arbeitspaket Kommunikation
   - Einsatz und Vermarktung des Onlinedienstes VRR- Fahrtenplaners im Rahmen der Weihnachtsmarktsaison
   - Vermarktung der Smartphoneapps

2. Arbeitspaket Kundenschnittstelle:
   - Fortschreiten in den Umsetzungsphasen zur Optimierung der digitalen Kundenschnittstelle
   - Konzeptentwicklung zu einer FAQ- Datenbank zur Steigerung der Servicequalität
   - Kooperation mit Partnern (Datenkooperationen)

1. Arbeitspaket Kommunikation:

1.1. Vermarktung Fahrtenplaner:

Der Fahrtenplaner ist ein webbasierter Onlinedienst des VRR, der es Partnern, z.B. Eventorganisationen, Messen und touristischen Organisationen im Raum möglich macht, passende Fahrplaninformationen zu ihren Veranstaltungen direkt in einer digitalen Anwendung für den Kunden darzustellen. Zudem besteht die Möglichkeit, dies in ein eigenes Design zu bringen. Der Fahrtenplaner wurde bereits zur Extraschicht 2014 und 2015 erfolgreich eingesetzt. Im November/ Dezember 2015 wurde für die Weihnachtszeit ein Fahrtenplaner speziell für alle Weihnachtsmärkte der Region entwickelt. Kunden konnten direkt ermitteln, welche ÖPNV Verbindung sie zu und von Weihnachtsmarkt zu Weihnachtsmarkt bringen kann. Dieser Dienst wurde durch diverse Onlinekommunikationsmaßnahmen, wie auch durch viele Partner in der Region beworben.

1.2. Vermarktung VRR/ VU Apps

Von August bis Dezember 2015 wurden diverse werbliche Maßnahmen zur Erhöhung der Bekanntheit der Smartphoneapp und deren Funktionen initiiert. Diese spannten sich über klassische Printwerbung, Promotions, Onlinewerbung und Social-Media Maßnahmen.

Weitere Informationen zu Konzept und Wirkung der Maßnahme sind in diesem Sachstandsbericht unter dem Punkt „Kommunikationsplanung“ zu finden.

2. Arbeitspaket Kundenschnittstelle

Dieses Arbeitspaket umfasst Aktivitäten, mit dem Ziel digitale Kundenschnittstellen zu optimieren. Dazu zählen:

- Neuentwicklung der Smartphoneapp,
- Weiterentwicklung des Ticketshops,
- Integration von Verkehrsunternehmen in den VRR Ticketberater und der Onlineplattform AboLust Online,
- Strategische Datenkooperationen

2.1. Neue VRR-App

Die erste Umsetzungsphase - die Definition der Benutzerführung und die Gestaltung der Oberflächen in der neuen Smartphone-App - ist von den Fachexperten der Verkehrsunternehmen und des VRR abgeschlossen worden. Dabei sind insbesondere auch die Hinweise für Barrierefreiheit von der LAG Selbsthilfe eingeflossen und berücksichtigt worden und die Verkaufsfunktion ist beauftragt.

2.2. Konzeptentwicklung zu einer FAQ-Datenbank zur Steigerung der Servicequalität

Damit Kunden zukünftig leichter zu konkreten Fragen richtige Antworten auf den Webseiten des VRR und der Verkehrsunternehmen finden und zudem auch den Mitarbeitern an der Kundenschnittstelle umfassende Informationen für die Beratung an die Hand zu geben, entsteht zurzeit ein Konzept unter dem Titel „FAQ-Datenbank Ihre Fragen – Unsere Antworten“. Für dieses Konzept werden zurzeit gemeinsam mit den Verkehrsunternehmen die genauen Bedarfe beschrieben.

2.3. Strategische Datenkooperationen

Im Rahmen dieses Teilprojekts ist im Januar dieses Jahres die Datenkooperation mit dem international agierenden Startup „moovit“ geschlossen worden. Mittels der Smartphoneapp „moovit“ lassen sich ab Februar 2016 ÖPNV-Verbindungen für den VRR-Raum abrufen. Diese Kooperation galt zudem als Testlauf für die zukünftigen Aktivitäten im Rahmen von Open-Data und weiteren Datenkooperationen. Detaillierte Informationen finden sich unter dem Sachstandsbericht „Strategische Kooperationen (Digitalisierung)“.

15. Datenqualität Auskunftssysteme

Im Dezember Sitzungsblock wurde der Jahresbericht Auskunftssysteme vorgestellt. Dieser wird künftig jährlich ausführlich über Entwicklungen im Bereich der Auskunftssysteme berichten; mit diesem Sachstand werden aktuelle Entwicklungen und Zwischenstände dargestellt:

DIVA4-Umstellung

Seit Herbst 2014 wird das Hintergrundsystem des Auskunftssystems in zwei unterschiedlichen Programmversionen betrieben. Die Verkehrsunternehmen nutzen DIVA3, beim VRR kommt das aktuelle DIVA4 zum Einsatz. Zwischen diesen Systemen ist ein aufwändiger und fehleranfälliger Übertragungsprozess erforderlich. Um diesen Prozess überflüssig zu machen und die höhere Leistungsfähigkeit der neuen Version zu nutzen, arbeiten VRR und Verkehrsunternehmen gemeinsam an einer Umstellung des Komplettsystems auf DIVA4. Neben anderen erweiterten Funktionen wird es unter DIVA4 möglich sein, ein ressourcenschonendes Mandantensystem zu betreiben, das die eigentliche Rechen- und Speicherkapazität zentral beim VRR vorhält. Die Verkehrsunternehmen können als Mandanten auf die Zentralsysteme zugreifen und benötigen keine aufwändige Hardware vor Ort.

Die im Laufe des Jahres 2015 für diese Zentralsysteme aufgebaute Hardware-Landschaft wurde ab November mit Software bespielt. Alle erforderlichen Abgleiche und Anbindungen wurden hergestellt und getestet, so dass ab Februar 2016 eine erste Pilotphase mindestens vier Wochen mit vier Verkehrsunternehmen gestartet werden kann. Läuft die erste Pilotphase mit gutem Ergebnis ab, können weitere Unternehmen an den Datenabgleich über DIVA4 oder als Mandanten an das zentrale DIVA4-System beim VRR angeschlossen werden.

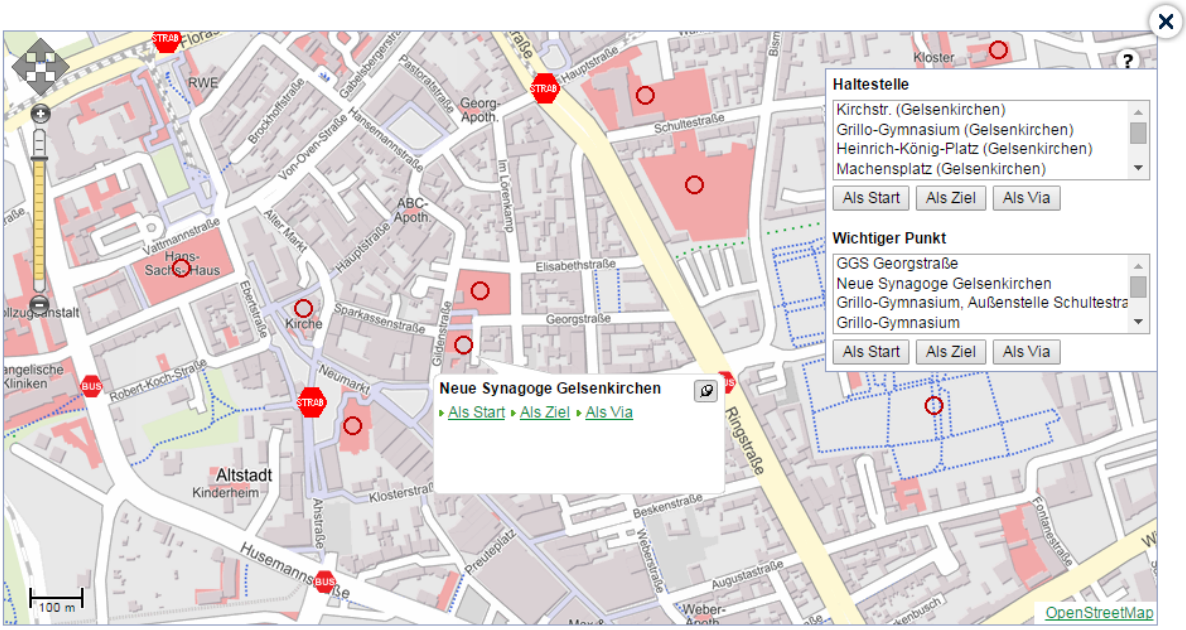
In dieser zweiten Pilotphase von abermals vier Wochen werden die Daten der Pilotunternehmen in ein Test-Fahrplanauskunftssystem übertragen und können dort von allen DIVA-/EFA-Beteiligten geprüft werden. Nach gutem Abschluss der zweiten Phase kann das System produktiv geschaltet werden und die von den VU in DIVA4 erfassten Daten werden in die reguläre Fahrplanauskunft eingebunden.

Kurzstrecke

Nach der Tarifentscheidung laufen derzeit die Arbeiten zur Datenerfassung, um die Beauskunftung und den Verkauf von Kurzstreckentickets zu ermöglichen. Die technischen Planungen und Vorarbeiten waren in der KW. 4 soweit abgeschlossen, dass die VU mit der Datenerfassung beginnen konnten. Im April wird ein Testsystem zur Verfügung stehen, um den erarbeiteten Prüfalgorithmus und die erfassten Ausnahmeregelungen in einer Fahrplanauskunft prüfen zu können.

POI aus OSM

Anfang des Jahres 2016 wurde die elektronische Fahrplanauskunft von einer eigenen Datenbank auf die POI-Daten der OpenStreetMap-Community umgestellt. Diese übertreffen die bislang durch VRR und die VU gepflegten Punkte sowohl in der Quantität als auch in der Qualität hinsichtlich der Aktualität, Genauigkeit und weiterführenden Informationen.



Richtlinie Datenqualität

Die Richtlinie wird derzeit weiter redaktionell ausgearbeitet. In einem ersten Workshop mit der Arbeitsgruppe wurden Zielvorstellungen und ein Entwurf des Datenpflegeprozesses erarbeitet. Parallel werden die zu erwartenden Aufwände und erforderlichen Ressourcen für eine optimale Datenpflege ermittelt.

16. VRR Internetplattform

a) VRR Ticketberater

Die Firma IVV hat in Zusammenarbeit mit dem VRR und einigen Verkehrsunternehmen im Jahr 2008 den Ticketberater erstellt. In den vergangenen Jahren sind einige Neuerungen hinzugekommen und das sogenannte „Look-and-feel“, also das Design in Farben und mit Logo der Verkehrsunternehmen wurde ergänzt. Insgesamt 13 Verkehrsunternehmen haben auf den Ticketberater im VRR-Auftritt verlinkt und acht Verkehrsunternehmen haben einen Auftritt in ihren eigenen Farben und Logo. Weitere Verkehrsunternehmen planen die Nutzung, insbesondere im eigenen Design.

Pro Tag nutzen durchschnittlich 1.600 Kunden den Ticketberater. Die durchschnittliche Ver-

weildauer ist ca. sieben Minuten, was eine hohe Nutzungsrate anzeigt. Es ist geplant, das System in Bezug auf Nutzerfreundlichkeit im Erscheinungsbild noch weiter zu optimieren.

b) VRR-TicketShop

Zum Redaktionsstand am 15.01.16 sind bereits neun Verkehrsunternehmen als Mandanten im VRR-TicketShop aktiv: HCR, Vestische, STOAG, SR, NIAG, VER, SWK, DSW21 (KombiTickets „Deutsches Fußballmuseum“), DB Regio. Aktuell werden NEW Viersen und NEW MöBus in den VRR-TicketShop migriert. Danach folgen Via, SWS und SWN. Die Betriebsverträge sind inzwischen von 22 VU unterzeichnet worden (Z/IX/2015/0104).

Ende 2015 wurde die Firma expeer GmbH mit der Programmierung der Ticketverkaufs-Funktion in der neuen VRR-App beauftragt. Die Fertigstellung ist im 2. Halbjahr 2016 geplant. Der VRR-TicketShop löst damit das bisherige Handyticket-System und den DSW21-Ticketshop ab.

Im ersten Quartal 2016 veranstaltet die VRR AöR für die Vertreter der nutzenden Verkehrsunternehmen eine Anwendertagung, um Einblick und Möglichkeit zur Diskussion für die nächsten Schritte zum VRR-TicketShop zu geben.

Themen werden unter anderem der aktuelle Stand, Weiterentwicklungen und Release-Management sowie die Finanzierung sein.

Aktuell wurde in einer Arbeitsgruppe aus Spezialisten der Verkehrsunternehmen und des VRR aus den Bereichen Recht und Vertrieb die zukünftige Kostenverteilung und die gemeinsame Weiterentwicklung erarbeitet. Diese Neuerungen werden zusammen mit den Anforderungen durch die neue App und den mobilen Kanal im Betriebsvertrag mit den Verkehrsunternehmen angepasst.

c) abolust.de

Bisher nutzen fünf Verkehrsunternehmen den abolust.de-Auftritt (WSW, DSW21, STOAG, SR, Bogestra) um Abo-Kunden Freizeit- und Sonderangebote näher zu bringen. Weitere 17 Mandanten sind in Planung und werden im 1. Halbjahr 2017 umgesetzt.

17. Neue Kommunikationstechnologien im ÖPNV

Bluetooth Low Energy (BLE) ist eine Funktechnik, mit der sich Geräte in einer Umgebung von bis zu ca. 100 Metern vernetzen und kommunizieren können. Im Vergleich zum „klassi-

schen“ Bluetooth führt BLE zu einem deutlich geringeren Stromverbrauch bei den Endgeräten (in der Regel Smartphones). Die zugehörigen Bluetooth-Sender werden auch Beacon („Leuchtfeuer“) genannt.

Diese Technologie wird im Projekt „big bird Soest“ bereits für den Feldversuch eines smartphonebasierten Check-In / Be-Out Systems genutzt (Z/IX/2015/0056 und Z/IX/2015/0087). Durch die Kommunikation zwischen dem Smartphone des Kunden und dem im Bus verbautem Bluetooth-Beacon konnte dort exakt nachverfolgt werden, welche Strecke der Kunde gefahren ist. Dies ist die Voraussetzung für einen nutzungsabhängigen Tarif.

a) Feldversuch big bird Duisburg:

In Duisburg wird nun der in Soest durchgeführte Feldversuch mit einem erweiterten Funktionsumfang fortgeführt (Z/IX/2015/0104). Dort wird das System nicht nur in Bussen, sondern auch in einer Stadtbahn sowie in drei Stationen getestet, um zu prüfen, ob der in kleinem Maßstab in Soest durchgeführte Test sich auch auf ein komplexeres System mit verschiedenen Verkehrsträgern und deutlich mehr Nutzern hochskalieren lässt.

Die VRR AöR hat am 24. November 2015 die Firma Cubic mit der Umsetzung des Feldversuches beauftragt. Die Eröffnung wird am 16.6.2016 auf der in Duisburg stattfindenden Kontiki-Konferenz erfolgen. Im Rahmen der Konferenz haben die Teilnehmer die Möglichkeit, sich am Hauptbahnhof mit Ihrem Smartphone einzuchecken, weiter mit der Stadtbahnlinie U79 zur Station Kesselberg zu fahren, um dort in Busse umzusteigen, die die Gäste zum Ort der Abendveranstaltung „Wasserwerk“ bringen. Hier findet dann auch der automatische Check-Out statt.

b) Bluetooth-Leitsystem bei der EVAG:

Die in den Bussen der StadtBus Soest verbaute Bluetooth-Hardware ist ursprünglich nicht als Hilfsmittel für die Berechnung eines elektronischen Tarifs installiert worden. Der Grundgedanke in Soest war, blinden und sehbehinderten Fahrgästen im Bus zu ermöglichen, die nächste Haltestelle oder an der Bushaltestelle die Linie des einfahrenden Busses über ein Smartphone angesagt zu bekommen. Dies ist in Soest Teil eines komplexen Blinden-Navigationssystems auf Bluetooth-Basis.

Die EVAG möchte nun Ihren Fahrgästen (Blinden, Sehbehinderten aber auch allen anderen Kunden) ebenfalls ein solches Leitsystem zur Verfügung stellen (Z/IX/2015/0120). Dazu sollen alle Busse, Stadtbahnen, Straßenbahnen sowie Bahnhöfe und unterirdischen Stationen mit der Bluetooth-Technologie ausgestattet werden. Damit ist es beispielsweise möglich, den

Fahrgästen der EVAG über ihr Smartphone eine Navigationshilfe von der eigenen Haustür zum richtigen Gleis in der U-Bahn-Station bis schließlich zum eigentlichen Ziel an die Hand zu geben.

Zurzeit erstellen die EVAG und der VRR die für den Förderantrag notwendigen Erläuterungsberichte. Die Einführung ist für Anfang 2017 geplant.

18. Absichtserklärung Digitale Mobilität NRW

Ergebnisse des 3. Netzwerktreffens Digitale Mobilität – Fokus NRW

Am 29.10.2015 hat das Ministerium für Bauen, Wohnen, Stadtentwicklung und Verkehr des Landes NRW gemeinsam mit dem KCEFM zum 3. Netzwerktreffen "Digitale Mobilität – Fokus NRW" in den Wissenschaftspark nach Gelsenkirchen eingeladen. Ziel war es, Eckpunkte einer gemeinsamen Vorgehensweise und Strategie bei der Digitalisierung des ÖPNV in NRW zu erarbeiten.

Um auch in Zukunft attraktiv, modern und kundenfreundlich zu bleiben, diskutierten rund 90 Fachexperten von Verkehrsverbünden und –unternehmen aus ganz NRW über digitale Anwendungen im ÖPNV und befassten sich mit der Vernetzung von Information, Vertrieb und Mehrwertdiensten.

Bundesweit anerkannte Experten referierten über aktuelle Entwicklungen und Rahmenbedingungen zu den Themen Auskunftssysteme, Fahrgastinformationen, Qualitätssicherung, Vertrieb und EFM. In drei parallel durchgeführten Workshops erarbeiteten die Teilnehmer Eckpunkte für eine „Roadmap NRW". Dabei verständigten sie sich auf einen landesweiten Konsens.

Diese gemeinsame Vorgehensweise bei den oben genannten Themen soll im Frühjahr bei einer Anschlussveranstaltung mit NRW-Verkehrsminister Groschek diskutiert werden.

Die Ergebnisse des 3. Netzwerktreffens wurden schriftlich zusammengefasst. Aus den Ergebnissen ist der Vorschlag von Eckpunkten für eine Roadmap zur Digitalisierung des Öffentlichen Personennahverkehrs in Nordrhein-Westfalen entstanden. Vorbereitet wurde ebenfalls eine gemeinsame Absichtserklärung zur Umsetzung dieser Roadmap.

In den Gremien der Zweckverbände Rheinland, Westfalen und der VRR AöR sollen auf Vorstands- bzw. Geschäftsführerebene je vier Vertreter benannt werden, die an dem Gespräch

mit Herrn Minister Groschek teilnehmen, um die gemeinsame Absichtserklärung für eine Roadmap zu unterschreiben. Ebenso wird ein Vertreter der DB Regio NRW an diesem Gespräch teilnehmen.

Detaillierte Informationen zum 3. Netzwerktreffen Digitale Mobilität sowie zur Absichtserklärung für eine Roadmap „Digitalisierung des Öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV) in Nordrhein-Westfalen“ stehen unter www.kcefm.de zur Ansicht zur Verfügung.

19. Strategische Kooperationen (Digitalisierung)

Die kommunalen Verkehrsunternehmen und die Eisenbahnverkehrsunternehmen stellen dem VRR Daten für die Fahrgastinformation zur Verfügung. Diese Daten werden beim VRR zentral zusammengeführt, konsolidiert und in die Systeme für die Fahrgastinformation (Fahrplanauskunft, Dynamische Fahrgastinformation / Anzeiger und Anschlusssicherung) integriert.

Im April 2015 wurden ergänzend dazu die beiden folgenden Verträge finalisiert:

- Mustervertrag zur Datenlieferung und -nutzung zwischen VU und VRR
- Mustervertrag Datenabnehmer

Die Verträge regeln die Datennutzung, die Datenweitergabe an Dritte bzw. Kooperationen mit Dritten, wie z.B. Google. Sie bilden zugleich die Basis zur Umsetzung einer OpenData- und OpenService-Plattform im VRR. Es sollen folgende Daten und Schnittstellen zur Verfügung zu stellen:

- Rohdaten in maschinenlesbaren Formaten (OpenData), gilt für:
    - Stammdaten, Sollfahrplandaten, Infrastrukturdaten
- Bereitstellung von Schnittstellen zum Fahrplanauskunftssystem (OpenService), gilt für:
    - Echtzeitdaten (Ist- und Prognosedaten) und tagesaktuelle Soll-Daten
    - Ereignis- / Infrastrukturmeldungen

Die Onlineschaltung der Plattform ist für Mitte 2016 vorgesehen.

Mit dieser vertraglichen und technischen Grundlage ist im Verbund der Weg für Kooperationen im Rahmen der Digitalisierung geebnet. Über gezielte strategische Kooperationen kann die Information zum Nahverkehr nun auf verschiedensten Plattformen, Diensten und Services vernetzt werden. Aktuell finden Gespräche zu Kooperationen mit moovel, TomTom, RP-

Online, WDR und weiteren Serviceanbietern statt. Die Ausweitung der Datenbereitstellung an Google und weitere Kooperationspartner aller verbundweiten Fahrplandaten wird im Laufe 2016 realisiert. Bereits im Dezember 2015 wurde eine Kooperation mit moovit unterschrieben.

Hauptziele der strategischen Kooperation sind:

- Zugang zu neuen Märkten bzw. zu neuen Kundengruppen
- Generierung von Mehrwerten für die eigenen Kunden