



öffentlich

Beschlussvorlage			
Betreff			
Tarifangelegenheiten			
Organisation	Bereich/Periode/Jahr/Lfd. Nr./Nachtrag	Datum	lfd. Nr. BPL
AöR	M/IX/2018/0490	02.11.2018	20

<u>Beratungsfolge</u>	<u>Zuständigkeit</u>	<u>Sitzungstermin</u>	<u>Ergebnis</u>
Ausschuss für Tarif und Marketing der VRR AöR	Empfehlung	21.11.2018	<input type="checkbox"/>
Unternehmensbeirat der VRR AöR	Empfehlung	26.11.2018	<input type="checkbox"/>
Verwaltungsrat der VRR AöR	Entscheidung	06.12.2018	<input type="checkbox"/>

Beschlussvorschlag:

1. FirmenTicket Arbeitgeberzuschussmodell

Der Ausschuss für Tarif- und Marketing und der Unternehmensbeirat empfehlen dem Verwaltungsrat die Zustimmung zur Einführung eines zweijährigen Tarifpiloten für ein FirmenTicket mit Arbeitgeberzuschuss zum 1. Januar 2019.

2. Fortschreibung NRW-SemesterTicket

Der Ausschuss für Tarif- und Marketing und der Unternehmensbeirat empfehlen dem Verwaltungsrat die Zustimmung zum seitens des Kompetenzcenter Marketings überarbeiteten Preisvorschlag zur Anpassung der NRW-Semestertickets ab dem Sommersemester 2020.

Sachstände:

Der Ausschuss für Tarif und Marketing, der Unternehmensbeirat und der Verwaltungsrat der VRR AöR nehmen folgende Sachstände zur Kenntnis:

1. Einnahmen- und Fahrtenentwicklung 2018

2. Übergangslösung Dülmen
3. Tarifkooperation (Monheim)
4. Sonderanalyse Marktentwicklung
5. aktuelle Entwicklung YoungTicketPLUS

Begründung/Sachstandsbericht:

1. FirmenTicket Arbeitgeberzuschussmodell

Im Juni-Sitzungsblock ist angekündigt worden (**Drucksache: M/IX/2018/0445**), ein Konzept für einen zweijährigen Tarifpiloten für ein FirmenTicket-Modell mit Zuschuss des Arbeitgebers vorzulegen. In mehreren Workshops mit ausgewählten Verkehrsunternehmen wurde unter externer Moderation (Probst & Consorten) das nachfolgend dargelegte Konzept für das Arbeitgeberzuschussmodell erarbeitet.

Zum Start des Projektes für die Pilotierung eines Arbeitgeberzuschussmodells im VRR-Großkundenmarkt haben sich insgesamt sieben Verkehrsunternehmen (VU) zur Mitarbeit bereiterklärt. Geplant ist jeweils 1-2 Pilotfirmen in den Bedienungsgebieten von Bogestra, BSM, NEW, Rheinbahn, SWK, SWN und WSW zu akquirieren. Weitere Verkehrsunternehmen sind möglich.

Status quo der aktuellen Firmenverträge

Vor der Konzeptionierung des Tarifpiloten wurden die bestehenden Firmen- bzw. Großkundenverträge der angeführten Unternehmen vertiefend analysiert, um die wesentlichen Eckpunkte des Arbeitgeberzuschussmodells festzulegen. Nach der Analyse von ca. 40 % der VRR-Firmenverträge ergab sich folgendes Fazit:

Das neue Großkunden-Vorteilsprogramm

- hat das erklärte Ziel, Neuverträge mit sich zu bringen und die ÖPNV-Nutzung in den Unternehmen zu steigern. Hier zeigt die Analyse, dass im FirmenTicket-Segment bisher oftmals keine signifikanten Unterschiede in Bezug zum ÖPNV-Nutzerdurchschnitt der allgemeinen Bevölkerung festgestellt werden können.
- muss klare Anreize setzen, um in den Firmen das volle Akquisitionspotential zu wecken. Hierfür ist ein Arbeitgeberzuschuss eine gute Lösung wie einzelne Firmenverträge zeigen, in denen sich der Arbeitgeber verpflichtet hat, bereits heute freiwillige Zuschüsse zu leisten.
- muss ergänzend zum Arbeitgeberzuschuss ein größeres Entgegenkommen beim Rabatt bieten. Dazu lassen die heutigen Rabatte, die auf niedrigem bis moderatem Niveau liegen, Spielraum.
- soll im Gegensatz zu den bisherigen FirmenTicket- und Großkundenmodellen absolute

(feste Eurobeträge) anstelle der prozentualen Rabattbeträge ausweisen. Das verbessert die Kommunizierbarkeit deutlich.

Preise und Rabatte

Bei dem hier vorgestellten Arbeitgeberzuschussmodell erhalten die FirmenTicket-Abnehmer bei einer Mindestabnahme von 30 Tickets sowohl einen Zuschuss durch den Arbeitgeber als auch einen von der Gesamtabnahmemenge unabhängigen absoluten Rabatt durch den VRR. Voraussetzung ist die Gewinnung von Neukunden von mindestens 5 %/10%. Mit Neukunden sind alle Nutzer gemeint, die vorher kein Abo-Ticket hatten, unabhängig vom Verkehrsunternehmen im VRR.

Je nach Höhe des Neukundenanteils sind zwei Rabattstufen vorgesehen:

Rabattstufe	AG-Zuschuss	VRR-Rabatt
Moderater Arbeitgeberzuschuss falls mindestens 5 % Neukunden bei erstmaliger Einführung der Stufe	≥ 10,00 €	11,00 €
Normaler Arbeitgeberzuschuss falls mindestens 10 % Neukunden bei erstmaliger Einführung der Stufe	≥ 20,00 €	14,00 €

Wie beim bisherigen Großkunden-Rabattmodell kann der Mitarbeiter unter den Referenzprodukten Ticket1000/Ticket2000, BärenTicket und YoungticketPLUS wählen. Für die Mitarbeiter als Endnutzer ergeben sich durch den Arbeitgeberzuschuss sowie den VRR-Rabatt besonders attraktive Ticketpreise. In der nachstehenden Tabelle werden die Preise des Großkunden-Rabattmodells den Preisen des neuen Arbeitgeberzuschussmodells am Beispiel des Ticket2000 gegenübergestellt. Dabei ist zu beachten, dass als kassen-technische Einnahme für die VU jeweils die Endkundenpreise plus Arbeitgeberzuschuss zu betrachten sind. Somit stellt beispielsweise der Endnutzerpreis des Ticket2000 Abos im AG-Zuschuss Modell von 43,35 € in A3 plus 20 € AG-Zuschuss (= 63,35 €) die Gesamteinnahme für das Verkehrsunternehmen dar.

Tarife 2019	Zuschuss AG mind.	VRR- Rabatt	Endnutzerpreise					
			A1	A2	A3	B	C	D
Ticket2000 Abo	–	–	70,29 €	74,28 €	77,35 €	107,96 €	142,00 €	180,65 €
Großkunden-Rabattmodell Variante Plus, 50 – 100 MA	–	6 %	66,07 €	69,82 €	72,71 €	101,48 €	133,48 €	169,81 €
Großkunden-Rabattmodell Variante Extra, 50 – 100 MA	–	12 %	61,86 €	65,37 €	68,07 €	95,00 €	124,96 €	158,97 €
mit moderatem AG-Zuschuss	10,00 €	11,00 €	49,29 €	53,28 €	56,35 €	86,96 €	121,00 €	159,65 €
mit normalem AG-Zuschuss	20,00 €	14,00 €	36,29 €	40,28 €	43,35 €	73,96 €	108,00 €	146,65 €
Effektive Rabatte VRR	–	–	16% - 20%	15% - 19%	14% - 18%	11% - 13%	8% - 10 %	6% - 8%

↑
Rabattniveau steigt in höchster Rabattstufe von 12% auf ca. 20% –
dies kann durch **Neukunden** aufgrund des attraktiven
Endnutzerpreises potenziell gegenfinanziert werden!

Quelle: P & C-Vorschlag vom 21.09.2018 bzw. VRR-Tarifbestimmungen 2019

Übertragbarkeit

Im Gegensatz zum bisherigen Großkunden-Rabattmodell wird das Ticket2000 für die Endnutzer wie im klassischen privaten Abo auch als übertragbare Variante angeboten, da dies in der Kalkulation der klassischen Produktfamilie bereits eingepreist ist. Damit hätten viele Mitarbeiter in den Firmen einen zusätzlichen Anreiz, sich für das Ticket2000 zu entscheiden. Mit einem übertragbaren Ticket2000 sinkt außerdem die Zugangshürde für Teilzeitbeschäftigte und Beschäftigte in unteren Lohngruppen, die mit der höheren wahrgenommenen Flexibilität ein Leistungsplus erhalten. Um Missbrauch zu vermeiden, gilt die grundsätzliche Bedingung, dass pro Mitarbeiter nur ein Ticket ausgegeben wird.

Weitere Schritte

Im Rahmen der Pilotphase sind eine umfassende Evaluierung zum Erfolg des Arbeitgeberzuschussmodells sowie eine Bewertung zur Weiterführung des Modells vorgesehen. Insbesondere ist auch eine wirtschaftliche Betrachtung und Bezug zu Wechselwirkungen bei Vertragswechseln von Groß- bzw. Firmenkunden geplant. Zur detaillierten Ausgestaltung der vertrieblichen Aktivitäten der Pilot-Unternehmen ist ein weiterer Workshop im November geplant. Während des Pilotzeitraums ist ein gezielter Vertrieb mit einzelnen Firmen bzw. Großkunden in den unterschiedlichen Regionen des VRR vorgesehen, keine flächendeckende Kampagne. Weitere Verkehrsunternehmen mit entsprechenden Großkunden in ihrem Bedienungsbereich können sich an diesem Piloten beteiligen.

2. Fortschreibung NRW-SemesterTicket

Der Vorschlag des Kompetenzcenter Marketing (KCM) als Koordinierungsstelle für den NRW-Tarif zur preislichen Fortschreibung des NRW-Tarifs zum Tarifwechsel 01.01.2019 wurde bereits im dritten Sitzungsblock beschlossen (**Drucksache: M/IX/2018/0471**). Im Nachgang hat sich jedoch herausgestellt, dass die Preise beim SemesterTicket NRW angepasst werden müssen. Aus abrechnungstechnischen Gründen ist es erforderlich, dass die Preise für jedes Semester monatsweise rechenbar sein sollen, d.h. der Preis des Semestertickets muss jeweils durch 6 teilbar sein.

Im Rahmen der gemeinsamen Sitzung der Landesarbeitsgruppe (LAK) mit Vertretern der Verbände und Verkehrsunternehmen am 11.09.2018 wurde dieser Sachverhalt diskutiert und die Notwendigkeit zur Anpassung der NRW-Semesterticketpreise ab dem Sommersemester 2020 beschlossen. Als Ergebnis der Sitzung des LAK wurden folgende Preise für das SemesterTicket NRW gegenüber dem bereits vorgestellten Preisvorschlag festgelegt:

SemesterTicket NRW (neu!)				
	SS 18 WS 18/19	SS 19 WS 19/20	SS 20 WS 20/21	SS 21 WS 21/22
	€	€	€	€
Für Binnenabschlüsse			Empfehlung	
<i>Aufpreis pro Semester</i>	52,80	54,60	56,40	58,50
<i>Veränderung in €</i>	—	1,80	1,80	2,10
<i>Veränderung in %</i>	—	3,41%	3,30%	3,72%
Für Standorte außerhalb Deutschland*			Berechnung	
<i>Aufpreis pro Semester</i>	63,40	65,50	67,80	70,20
<i>Veränderung in €</i>	—	2,10	2,30	2,40
<i>Veränderung in %</i>	—	3,31%	3,51%	3,54%

* Angebot für alle Studierenden mit Wohnsitz in Deutschland, ist um 20% des regulären Aufpreises zum SemesterTicket NRW erhöht

Sachstände:

1 Einnahmen- und Fahrtenentwicklung 2018

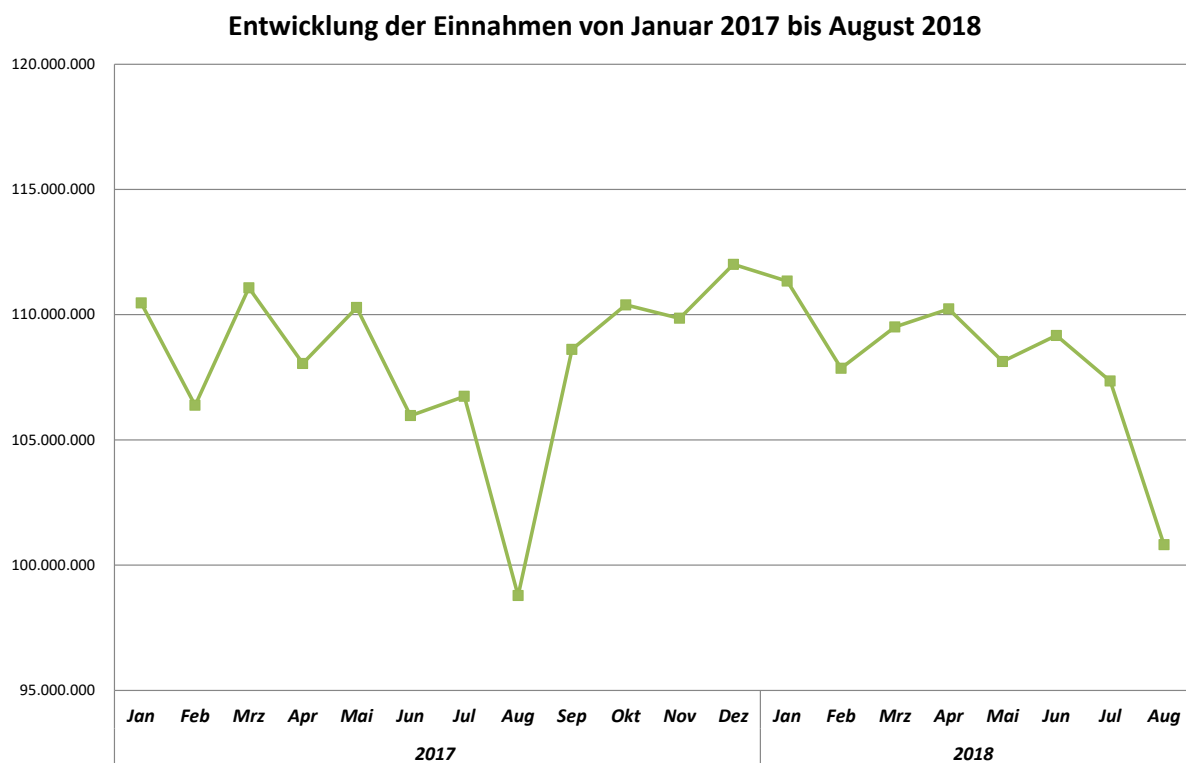
Die Einnahmesituation hat sich bis August ein wenig entspannt, da in den letzten drei Monaten die Vorjahreswerte übertroffen wurden. Die Einnahmen sind von 857,7 Mio. € auf 864,4 Mio. € um + 6,7 Mio. € gestiegen (+ 0,8 %).

Im Segment der Regelzeitkarten sind die Einnahmen von 284,8 Mio. € auf 290,9 Mio. € um 6,1 Mio. € (+ 2,1 %) gestiegen. Dabei verzeichnen die SemesterTickets einen Zuwachs von 2,5 Mio. € auf 47,9 Mio. € (+ 5,6 %) und auch die FirmenTickets haben sich mit 1,7 Mio. € (+ 2,5 %) erfreulich entwickelt. Die Einnahmen der Schüler- und AzubiTickets sind im Vergleich zum Vorjahr um 2,4 Mio. € gestiegen, ein Plus von 1,4 %.

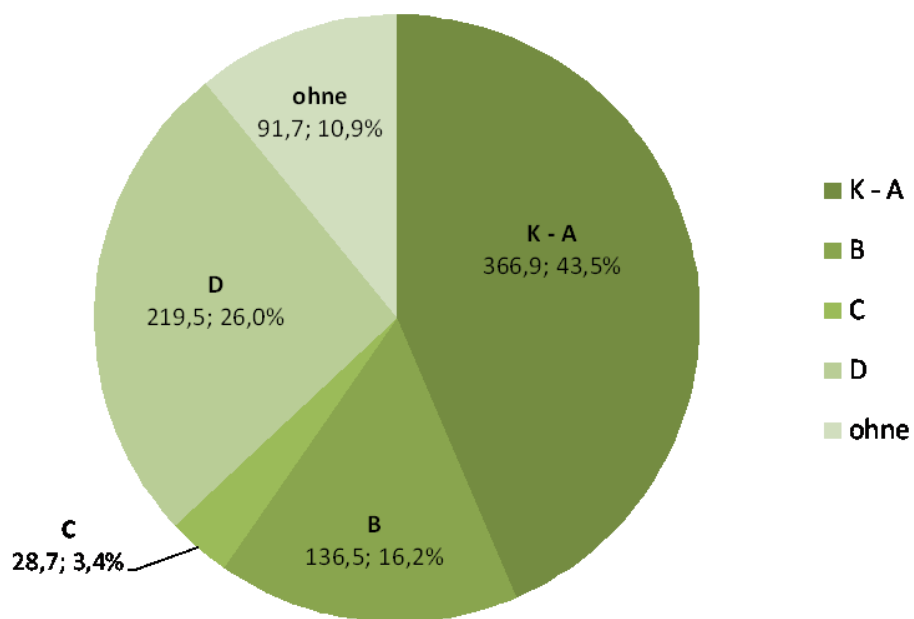
Das Barsortiment verzeichnet bis August 2018 einen Einnahmerückgang von 1,9 Mio. (- 1,0 %). Die NRW-Tickets sind um ca. 0,9 Mio. € (- 5,4 %) gesunken.

Beim SozialTicket sind die Einnahmen bis August 2018 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 3,5 Mio. € (- 5,3 %) zurückgegangen. Die Absatzzahlen verzeichnen einen Rückgang von 8,6 %. Im Monatsdurchschnitt beträgt die Zahl der SozialTicketkunden aktuell rd. 154 Tsd., dies entspricht einer Nutzerquote von 11,4 % der Anspruchsberechtigten. Diese Entwicklung wird weiterhin eingehend beobachtet.

Die Fahrten im VRR weisen im Betrachtungszeitraum mit – 10,7 Mio. Fahrten (- 1,4 %) eine negative Entwicklung auf.



Einnahmeanteile Januar bis August 2018 in Mio. € nach Preisstufen



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

	Ticketgruppe	GESAMT		Veränderung zum Vorjahr absolut	Veränderung zum Vorjahr in %
		Jan-Aug 2017	Jan-Aug 2018		
Summe von Absatz	Barsortiment	42.907.181	42.047.885	-859.296	-2,0
	davon EinzelTicket Erwachsene	31.276.903	30.996.710	-280.193	-0,9
	davon 4erTicket Erwachsene	4.216.426	3.960.727	-255.699	-6,1
	TagesTicket/24h/48h-Varianten	1.282.216	1.223.105	-59.111	-4,6
	FirmenTickets	1.045.067	1.046.486	1.419	0,1
	davon FirmenTicket 100/100-Modell	524.225	509.286	-14.939	-2,8
	davon FirmenTicket GroKu-Modell	371.268	386.436	15.168	4,1
	davon FirmenTicket Rabatt-Modell	149.574	150.764	1.190	0,8
	Regelzeitkarten	3.792.618	3.762.552	-30.066	-0,8
	davon Ticket2000 Abo (inkl. 9 Uhr)	1.950.839	1.895.042	-55.797	-2,9
	davon Ticket1000 Abo (inkl. 9 Uhr)	716.249	721.462	5.213	0,7
	davon Ticket1000/2000 - MK/WK (inkl. 9 Uhr)	793.522	809.214	15.692	2,0
	davon BärenTicket	332.008	336.834	4.826	1,5
	Schüler/AzubiTickets	3.798.679	3.786.331	-12.348	-0,3
	davon SchokoTicket Selbstzahler	1.723.614	1.711.684	-11.930	-0,7
	davon YoungTicketPLUS gesamt	544.310	570.208	25.898	4,8
	SemesterTickets	1.995.355	2.025.782	30.427	1,5
	NRW-weite Tickets	785.063	780.433	-4.630	-0,6
	SozialTickets	1.374.252	1.247.974	-126.278	-9,2
	1. Klasse Zuschlag	19.703	18.692	-1.011	-5,1
	ÜT-Tarif	831.637	973.684	142.047	17,1
	KombiTickets	3.137.251	2.878.373	-258.878	-8,3
	Sonstiges	134	138	4	3,0
Summe von Einnahmen	Barsortiment	180.170.479	178.318.138	-1.852.341	-1,0
	davon EinzelTicket Erwachsene	96.977.494	98.112.202	1.134.708	1,2
	davon 4erTicket Erwachsene	45.356.057	43.395.853	-1.960.204	-4,3
	TagesTicket/24h/48h-Varianten	16.875.304	16.562.882	-312.422	-1,9
	FirmenTickets	68.056.539	69.779.825	1.723.286	2,5
	davon FirmenTicket 100/100-Modell	28.676.966	28.569.007	-107.959	-0,4
	davon FirmenTicket GroKu-Modell	27.822.277	29.292.252	1.469.975	5,3
	davon FirmenTicket Rabatt-Modell	11.557.296	11.918.567	361.271	3,1
	Regelzeitkarten	284.845.090	290.922.529	6.077.439	2,1
	davon Ticket2000 Abo (inkl. 9 Uhr)	142.848.380	142.958.731	110.351	0,1
	davon Ticket1000 Abo (inkl. 9 Uhr)	50.015.005	51.496.771	1.481.766	3,0
	davon Ticket1000/2000 - MK (inkl. 9 Uhr)	64.225.836	67.263.518	3.037.682	4,7
	davon BärenTicket	27.755.869	29.203.508	1.447.639	5,2
	Schüler/AzubiTickets	174.218.115	176.642.640	2.424.525	1,4
	davon SchokoTicket Selbstzahler	60.843.574	61.620.624	777.050	1,3
	davon YoungTicketPLUS gesamt	35.001.049	35.063.150	62.101	0,2
	SemesterTickets	45.365.775	47.904.333	2.538.558	5,6
	NRW-weite Tickets	16.675.447	15.782.370	-893.077	-5,4
	SozialTicket inkl. Zuwendung	66.343.330	62.806.923	-3.536.407	-5,3
	1. Klasse Zuschlag	1.179.232	1.130.932	-48.300	-4,1
	ÜT-Tarif	14.964.260	15.811.136	846.876	5,7
	KombiTickets	5.813.135	5.165.042	-648.093	-11,1
	Sonstiges	110.004	130.284	20.280	18,4
Summe von Fahrten	Barsortiment	59.126.120	57.769.525	-1.356.595	-2,3
	davon EinzelTicket Erwachsene	31.549.194	31.235.189	-314.005	-1,0
	davon 4erTicket Erwachsene	16.865.704	15.842.908	-1.022.796	-6,1
	TagesTicket/24h/48h-Varianten	5.141.542	4.922.786	-218.756	-4,3
	FirmenTickets	48.763.894	49.372.160	608.266	1,2
	davon FirmenTicket 100/100-Modell	15.202.525	14.769.294	-433.231	-2,8
	davon FirmenTicket GroKu-Modell	23.988.633	24.953.970	965.337	4,0
	davon FirmenTicket Rabatt-Modell	9.572.736	9.648.896	76.160	0,8
	Regelzeitkarten	226.946.576	224.898.005	-2.048.571	-0,9
	davon Ticket2000 Abo (inkl. 9 Uhr)	124.554.510	121.011.837	-3.542.673	-2,8
	davon Ticket1000 Abo (inkl. 9 Uhr)	40.809.569	41.150.098	340.529	0,8
	davon Ticket1000/2000 - MK (inkl. 9 Uhr)	46.642.137	47.578.540	936.403	2,0
	davon BärenTicket	14.940.360	15.157.530	217.170	1,5
	Schüler/AzubiTickets	288.153.760	287.189.698	-964.062	-0,3
	davon SchokoTicket Selbstzahler	130.994.664	130.087.984	-906.680	-0,7
	davon YoungTicketPLUS gesamt	40.823.250	42.765.600	1.942.350	4,8
	SemesterTickets	59.860.650	60.773.460	912.810	1,5
	NRW-weite Tickets	1.546.170	1.389.179	-156.991	-10,2
	SozialTicket	83.829.372	76.126.414	-7.702.958	-9,2
	1. Klasse Zuschlag	0	0	0	
	ÜT-Tarif	0	14.860	14.860	
	KombiTickets	0	0	0	
	Sonstiges	58	0	-58	-100,0
Gesamt: Summe von Absatz		59.686.940	58.568.330	-1.118.610	-1,9
Gesamt: Summe von Einnahmen		857.741.407	864.394.151	6.652.744	0,8
Gesamt: Summe von Fahrten		768.226.600	757.533.301	-10.693.299	-1,4

2. Übergangslösung Dülmen

Von Seiten der Stadt Dülmen wurde der Wunsch zur Ausweitung des Gebietes des VRR-Tarifs bis zum Bahnhof in Dülmen an die Verwaltung herangetragen. Die Stadt Dülmen hat hierzu den Kreis Coesfeld als zuständigen Träger des öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV) gebeten, Gespräche mit dem VRR zu führen. Als Ziel wurde dabei die Integration des Bahnhofs Dülmen in den VRR-Tarifkragen benannt, sowie der Ermittlung der entsprechenden tariflichen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen.

Als Hintergrund für diesen Wunsch kann auch auf die Anbindung der Stadt Dülmen im Zusammenhang mit den verkehrlichen Verbesserungen auf der Haard-Achse und den RRX-Zielnetzkonzeptionen gesehen werden.

Auf Basis des Wunsches aus Dülmen wurden erste Rechnungen in Bezug auf die tariflichen Auswirkungen einer Ausweitung des VRR-Tarifgebiets vorgenommen. Insbesondere wurde dabei betrachtet, welche Fahrgast- und Pendlerströme von und nach Dülmen in das Ruhrgebiet und darüber hinaus bestehen. Des Weiteren wurde beleuchtet, welche Tarifprodukte diese Fahrgäste bislang nutzen und welche tariflichen Angebote zukünftig genutzt werden können. Vor allem wurden dabei Wechselwirkungen aufgrund von Wanderungen aus dem NRW-Tarif und dem WestfalenTarif in den VRR-Tarif analysiert.

Als weitere nächste Schritte sind nun vertiefende Gespräche mit dem Zweckverband Nahverkehr Westfalen-Lippe (NWL) sowie der WestfalenTarif GmbH vorgesehen, um weitergehende Festlegungen für die Ausgestaltung des Übergangstarifs zu treffen. Als möglicher Starttermin wird die Angebotsverbesserung auf der Haard-Achse im Streckenverlauf Münster – Essen - Düsseldorf zum Fahrplanwechsel 2020 (15.12.2019) angestrebt.

3. Tarifkooperation (Monheim)

Vor dem Hintergrund der Diskussionen zum kostenlosen öffentlichen Nahverkehr sowie den *Lead City Maßnahmen*, zum Beispiel in Essen und in Bonn, die durch den Bund gefördert werden, recherchiert die WDR Servicezeit zurzeit eine Wochenserie zum Thema Infrastruktur. Die WDR Redaktion möchte die Ziele des Bundesumweltministeriums in einem eigenständigen Projekt evaluieren und ist hierzu auf die Stadt Monheim am Rhein zugegangen, um für die Woche vom 05.-11. November ein Experiment durchzuführen, bei dem der öffentliche Nahverkehr im Stadtgebiet kostenlos angeboten wird. Unter anderem werden dabei Antworten zu Fragen in Bezug zu Anreizen für den Umstieg vom Auto zum Bus bzw. ÖPNV sowie zur Entspannung des PKW Verkehrs in den Hauptverkehrszeiten gesucht.

Um einerseits eine möglichst schnell umsetzbare Möglichkeit mit überschaubaren finanziellen Auswirkungen anbieten zu können, andererseits trotzdem sowohl den Berufsverkehr als auch den Freizeitverkehr zu untersuchen, sollen die montags bis freitags verkehrenden SchnellBus Linien der Bahnen der Stadt Monheim (BSM) SB78 und SB79 im Berufsverkehr und die Freizeitlinien NE12, NE13 und NE 14, freitags bis sonntags, für das gewünschte Experiment genutzt werden.

Das Angebot des „kostenlosen ÖPNV“ bezieht sich nur auf die Barzahler im Fahrzeug, für Zeitkarteninhaber ist das Angebot nicht relevant. Die entstehenden Mindereinnahmen werden durch die Stadt Monheim am Rhein ausgeglichen. Ein Nachweis der tatsächlichen Inanspruchnahme wird durch die Ausgabe von „Null-Fahrscheinen“ pro mitfahrenden Barzahler erbracht. Somit wird eine vertiefende Analyse und Bewertung der Maßnahme gewährleistet.

Das beschriebene Tarifangebot stimmt mit den Vergaben gemäß § 8 des Verbundgrundvertrages über die Kooperation der Verkehrsunternehmen im Verkehrsverbund Rhein-Ruhr mit der VRR AöR (Kooperationsvertrag) überein. Insofern genehmigt der VRR den dargelegten Tarifwunsch der BSM, da weder andere Verkehrsunternehmen in ihrer wirtschaftlichen Tätigkeit benachteiligt werden, noch die einheitliche Anwendung des Verbundtarifs sowie seine Struktur und Höhe in Frage gestellt werden.

4. Sonderanalyse Marktentwicklung

In Verbindung mit der Berichterstattung zu der Entwicklung der Einnahmen und Fahrten 1 - 6 / 2018 im vergangenen Sitzungsblock (**Drucksache: M/IX/2018/0471**) wurde bereits vertiefter über die diesjährige Marktentwicklung berichtet. Aufgrund der aktuellen Marktgegebenheiten wurde zudem eine Arbeitsgruppe Marktanalyse mit den Verkehrsunternehmen gegründet, um eine dezidiert Ursachenforschung zu initiieren und auf Basis der spezifischen Erkenntnisse vor Ort weitergehende Schlussfolgerungen für den gesamten Verbund zu ziehen.

Wie im letzten Sitzungsblock berichtet sind vielfältige Gründe für die derzeitige Marktentwicklung zu nennen. Unter anderem ist auch die zunehmende Anzahl an Baustellen und weiteren betrieblichen Einschränkungen als eine potentielle Ursache für die abnehmende Fahrgastnachfrage zu nennen. Da diese in der öffentlichen Wahrnehmung spürbar zugenommen haben und dementsprechenden Einfluss auf die Verkehrsmittelwahl potentieller Fahrgäste nehmen.

Im Rahmen der Sitzung des Verwaltungsrates am 04.10.2018 wurde darüber hinaus der ge-

meinsame Antrag der Fraktionen zur weitergehende Marktanalyse diskutiert. Gemäß dem Antrag ist vorgesehen in der Sitzung des Tarif- und Marketingausschuss am 21.11.2018 wesentliche Aspekte wie zum Beispiel die Einnahmenentwicklung in den unterschiedlichen regionalen Clustern, den Einfluss des Leistungsangebotes auf die Einnahmensituation der letzten 10 Jahre sowie einen Vergleich mit anderen Verbänden in Deutschland darzulegen. Darüber hinaus ist eine Sondersitzung des Tarif- und Marketingausschusses im Januar geplant. Als wesentliche Inhalte für diese Sondersitzung des Ausschusses für Tarif und Marketing sind neben den bereits angeführten Aspekten noch folgende Themen geplant:

5-Jahresanalyse nach Clustern A1 bis A3 für die unterschiedlichen Ticketsegmente im VRR

Darlegung der bisherigen Parameter der aufwandsorientierten Tariffortschreibung

Vorstellung von Tariffortschreibungssystematiken in anderen Verbänden

Vorstellung von Tarifmodellen in Deutschland, die durch Drittmittel finanziell unterstützt werden.

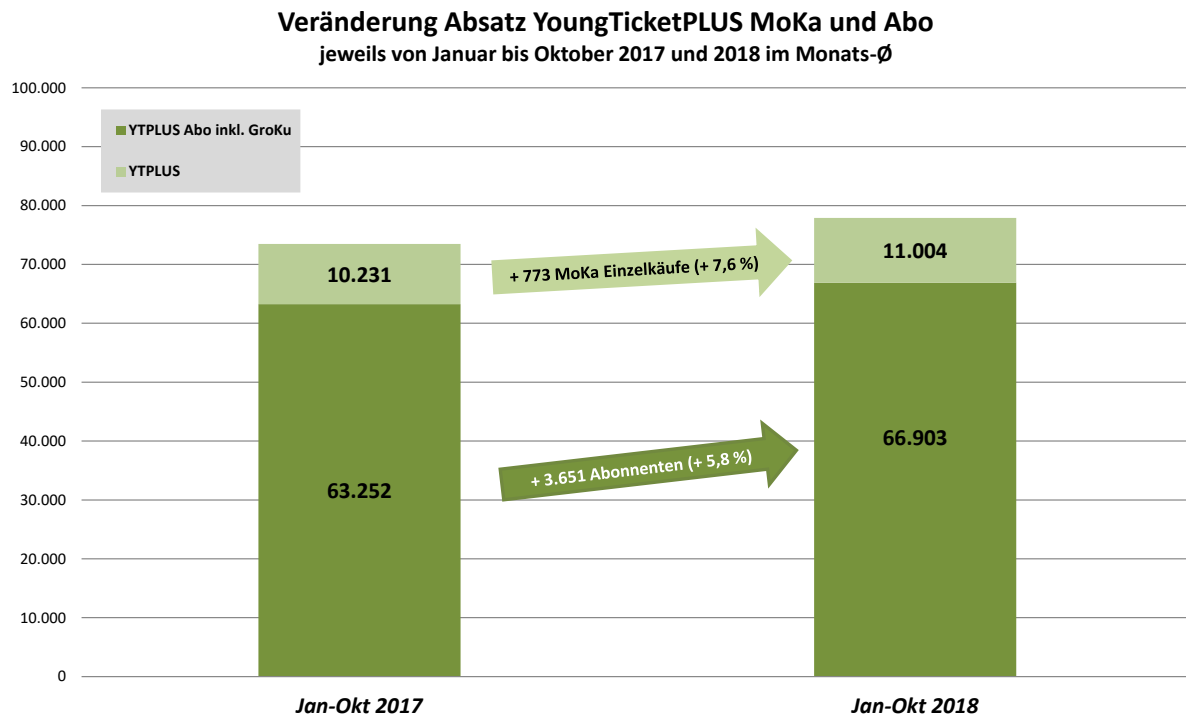
5. aktuelle Entwicklung YoungTicketPLUS

Zum 01. Januar 2018 wurde die Reform des YoungTicketPLUS (YTP) umgesetzt. Bis Ende 2017 waren die bisherigen YoungTickets in allen Preisstufen von A bis D zu erwerben. Ab Januar 2018 sind sowohl die Monatskarten- als auch die Abo-Variante verbundweit gültig. Ziel der Reform war es, mehr Auszubildende zur Nutzung von Bus und Bahn zu bringen und somit die Einnahmesituation der Verkehrsunternehmen im Ausbildungsmarkt zu verbessern. Wesentlich ist auch, dass mit der verbundweiten Erweiterung des YoungTicketPLUS die Basis für die Entwicklung eines NRW-weiten AzubiTickets geschaffen wurde. Sowohl mit dem Land NRW als auch den weiteren Kooperationsräumen werden hierzu weitergehende Gespräche mit der Zielperspektive zur Einführung eines entsprechenden Tickets in 2019 geführt.

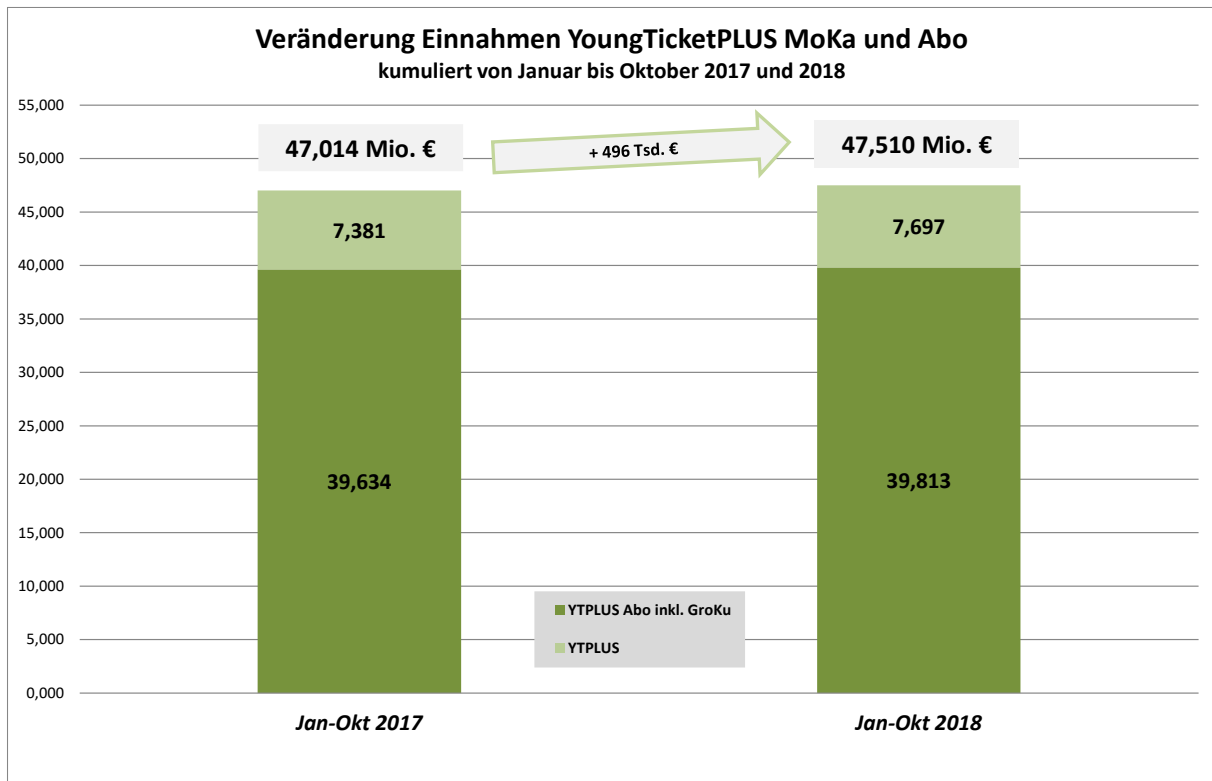
In den vergangenen Sitzungsblöcken wurden bereits mehrmals über die Absatz- und Umsatzentwicklung des YTP berichtet (**Drucksachen: M/IX/2018/0408** und **M/IX/2018/0471**). Im Januar und September wurden leicht steigende Absatzzahlen und eine einnahmeneutrale Wirkung prognostiziert. Gemäß den Erfahrungen aus dem VRS, die zum Ausbildungsstart im August 2017 mit dem Azubi-Abo gestartet sind, wurde eine erneute Analyse zum Ausbildungsstart Herbst 2018 in Aussicht gestellt.

Zum Zeitpunkt der Vorlagenerstellung enthält die VRR Fahrausweisstatistik lediglich die Verkaufsdaten der VRR Verkehrsunternehmen (VU) bis einschließlich August 2018. Daher wurde eine erneute Abfrage an die VU gestartet um weitergehende Verkaufszahlen für September und Oktober 2018 zu erhalten. Von 21 VU wurden bis zum Meldezeitpunkt Daten bis Ok-

tober 2018 übersandt, bis September 2018 haben drei weitere Verkehrsunternehmen Daten gemeldet. Von acht Unternehmen wurden keine Daten für die beiden angefragten Monate übermittelt. Aus diesem Grunde wurden die fehlenden Daten für diese VU von Seiten der Fachabteilung konservativ hochgerechnet. Gemäß der dargelegten Vorgehensweise ergeben sich folgende Erkenntnisse:



Der negative Absatzverlauf konnte umgekehrt werden. Die Abonnentenzahlen sind in den ersten 10 Monaten 2018 im Mittel von 63.300 auf 66.900 (+ 5,8 %) gestiegen. Die Einzelkaufvariante von 10.200 auf 11.000 pro Monat (+ 7,6 %).



Mit dem Ausbildungsbeginn im August und September 2018 haben sich auch die Einnahmen positiv entwickelt. Der deutliche Absatzsprung ab September sorgt in den ersten 10 Monaten des Jahres 2018 für ein Plus von + 0,5 Mio. € im Vergleich zum Vorjahr. Vor dem Hintergrund der aktuell schwierigen Gesamteinnahmensituation ist diese Entwicklung besonders bemerkenswert.

Absatz- und Einnahmeentwicklung YoungTicketPLUS Januar bis Oktober 2017 und 2018 nach Cluster A1 bis A3

		Absatz		Veränderung Absatz		Einnahmen		Veränderung Einnahmen	
		01 - 10 2017	01 - 10 2018	absolut	in %	01 - 10 2017	01 - 10 2018	absolut	in %
A3	YTPLUS	34.603	35.050	447	1,3	2.273.818	2.451.748	177.930	7,8
	YTPLUS Abo inkl. GroKu	334.764	346.345	11.581	3,5	20.005.819	20.519.354	513.536	2,6
	GESAMT					22.279.636	22.971.102	691.466	3,1
A2	YTPLUS	22.565	23.801	1.236	5,5	1.545.090	1.664.881	119.791	7,8
	YTPLUS Abo inkl. GroKu	174.366	181.362	6.996	4,0	10.960.994	10.856.921	-104.073	-0,9
	GESAMT					12.506.084	12.521.802	15.718	0,1
A1	YTPLUS	19.418	20.671	1.253	6,5	1.511.015	1.445.937	-65.077	-4,3
	YTPLUS Abo inkl. GroKu	90.708	104.027	13.319	14,7	6.361.339	6.233.464	-127.875	-2,0
	GESAMT					7.872.353	7.679.401	-192.952	-2,5
SPNV	YTPLUS	25.721	30.519	4.798	18,7	2.050.694	2.134.804	84.109	4,1
	YTPLUS Abo inkl. GroKu	32.681	37.291	4.610	14,1	2.305.489	2.202.768	-102.720	-4,5
	GESAMT					4.356.183	4.337.572	-18.611	-0,4
GESAMT						47.014.256	47.509.877	495.621	1,1

Wie schon in den ersten Analysen zu Beginn des Jahres berichtet, sind die Auswirkungen getrennt nach den Clustern A1 bis A3 recht unterschiedlich. Ursache für diese Situation sind die verschiedenen Ausgangssituationen in Großstädten und eher ländlicher geprägten Räumen. Verkehrsunternehmen, die einen hohen Absatz- und Umsatzanteil an den ehemaligen PST A – YoungTicket-Kunden hatten, profitieren von dem neuen höheren Ticketpreis. Im

ländlicheren Raum und beim SPNV gab es dagegen einen hohen Kundenanteil an den Preisstufen B bis D. Die deutlichen Absatzzuwächse konnten die Einnahmeverluste bis Oktober noch nicht vollständig kompensieren.

Unter Berücksichtigung der aktuellen Daten, der konservativen Hochrechnung der fehlenden VU Meldungen bis Oktober und dem der verbundweiten Lösung geschuldeten Rückgang von ZusatzTickets kann bei der YoungTicketPLUS-Reform von einem Erfolg vor allem in den großstädtischen Räumen gesprochen werden. Die Abonnentenzahlen sind angestiegen, gleiches gilt für die Einzelkaufvariante und auch die Einnahmen werden sich voraussichtlich in den verbleibenden zwei Monaten positiv entwickeln. Die weitere Entwicklung des YoungTicketPLUS wird in den verschiedenen regionalen Clustern weiterhin intensiv beobachtet und analysiert.

Für den nachhaltigen Erfolg des YTP haben insbesondere die vielfältigen kommunikativen Maßnahmen im Verlaufe des Jahres 2018 beigetragen. Zum Start des Ausbildungsjahres 2018 im August / September, wurde das YTP im Rahmen einer großen Kampagne sehr intensiv beworben. Da zum Jahreswechsel 2017 / 2018 die verbundweite Gültigkeit des YTP eingeführt wurde, konnte das AzubiTicket zudem auch im Sommer mit Hilfe eines SchnupperAbos beworben werden. Dieses wurde zum 01. August, 01. September und 01. Oktober angeboten. Für die Kampagne wurden Broschüren inklusive Aboanträgen im Kampagnendesign angefertigt. Außerdem wurde die Bewerbung seitens des VRR mit einer Kampagne unterstützt. Dazu zählten 77 Großflächen in der Nähe von Berufsschulen, 19 Groundposter im Bereich von Bahnhöfen und ein Zehn-Sekunden-Spot auf 64 Infoscreens an U-Bahn bzw. S-Bahngleisen. Darüber hinaus wurde ebenfalls der Kinospot, welcher bereits für die Kampagne Anfang des Jahres 2018 produziert wurde, auf 259 Leinwänden im Verbundraum ausgespielt. Die Kampagne wurde ebenfalls durch online / mobile Maßnahmen unterstützt. Hierbei wurden die Kanäle/ Medien Facebook, Instagram, Google Suchanzeigen und Google Display Banner berücksichtigt. Darüber hinaus haben die Verkehrsunternehmen die YoungTicketPLUS Kampagne mit dem Aushang von Plakaten und der Anbringung von Traffic Boards, sowie mit Online-Bannern unterstützt.