

öffentlich

Beschlussvorlage			
Betreff			
Tarifangelegenheiten			
Organisation	Bereich/Periode/Jahr/Lfd. Nr./Nachtrag	Datum	lfd. Nr. BPL
AöR	M/IX/2019/0533	01.03.2019	18

<u>Beratungsfolge</u>	<u>Zuständigkeit</u>	<u>Sitzungstermin</u>	<u>Ergebnis</u>
Unternehmensbeirat der VRR AöR	Empfehlung	18.03.2019	<input type="checkbox"/>
Ausschuss für Tarif und Marketing der VRR AöR	Empfehlung	20.03.2019	<input type="checkbox"/>
Verwaltungsrat der VRR AöR	Entscheidung	28.03.2019	<input type="checkbox"/>

Beschlussvorschlag:

Beschlüsse:

1. Einführung AzubiTicket NRW 01.08.2019

Der Unternehmensbeirat und der Ausschuss für Tarif- und Marketing empfehlen dem Verwaltungsrat, der Einführung des Azubitickets NRW ab dem 01.08.2019 zuzustimmen. Bei diesem Ticket handelt es sich um einen fakultativen Ergänzungsaufpreis im Abo zum YoungTicketPlus. Verbunden mit der Zustimmung zur Einführung des Tickets wird die Erweiterung des Berechtigtenkreises des YoungTicketPLUS um die MeisterschülerInnen analog zum Berechtigtenkreis für das AzubiTicket NRW ab dem 01.08.2019 empfohlen. Demgemäß erfolgen eine Ergänzung in den Tarifbestimmungen des VRR-Tarifs sowie ein Verweis auf die Tarifbestimmungen über den NRW-Tarif für das Azubiticket NRW.

2. eTarif der Zukunft

Der Unternehmensbeirat und der Ausschuss für Tarif und Marketing nehmen die Modellbewertungen zu den Abrechnungsparametern des zukünftigen eTarifs der externen Tarifberatung zur Kenntnis und empfehlen dem Verwaltungsrat zu beschließen, dass

Luftlinien-Kilometer als Bemessungsgrundlage für die variable Tarifkomponente eines eTarifs im VRR bevorzugt verfolgt und andere Bemessungsgrundlagen für die variable Tarifkomponente (z.B. Linien-km aus dem Praxistest) im Rahmen wirtschaftlicher Abschätzungen berücksichtigt werden.

Des Weiteren nehmen der Unternehmensbeirat, der Ausschuss für Tarif und Marketing und der Verwaltungsrat die weiteren Projektschritte hinsichtlich der Entwicklung von Intensivnutzerprodukte, Anreiz- und Rabattmechanismen sowie einer Markteinführungsstrategie für einen elektronischen Tarif zur Kenntnis.

Sachstände:

Der Unternehmensbeirat, der Ausschuss für Tarif und Marketing, sowie der Verwaltungsrat nehmen folgende Sachstandsberichte zur Kenntnis:

1. Kündigung SchönesWochenendeTicket
2. Ergebnisse aus Sondersitzung Ausschuss für Tarif und Marketing 17.01.2019
3. Einnahmen und Fahrten Januar – November 2018
4. Entwicklung YoungTicketPLUS

Begründung/Sachstandsbericht:

Beschlüsse:

1. Einführung AzubiTicket NRW 01.08.2019

Das Verkehrsministerium NRW (VM) ist im Laufe des vergangenen Jahres auf die Verkehrsverbünde in NRW und die Industrie- und Handelskammern (IHKs) zugegangen, um die Möglichkeiten zur Schaffung eines Azubitickets mit NRW weiter Gültigkeit zu erkunden. Hintergrund hierzu ist die Zielsetzung im Koalitionsvertrag der Landesregierung NRW, in der eine Gleichstellung der Auszubildenden mit den Studierenden in Bezug zur Nutzung des ÖPNV vorgesehen ist.

In mehreren Abstimmungsterminen bis in den Januar 2019 mit den Vertretern der Verkehrsverbünde in NRW (AVV, VRR, VRS, WestfalenTarif und KCM für den NRW-Tarif) sowie Vertretern des VM und der IHKs und Handwerkskammern wurden die wesentlichen Eckpunkte für das geplante Ticket und die Kriterien für die Landesförderung erörtert, bewertet und festgelegt.

Als wesentliche Eckpunkte für das landesweite Azubiticket wurden folgende Aspekte vereinbart:

- Geplanter Einführungszeitpunkt: Start des Ausbildungsjahres **01. August 2019**
- Endkundenpreis zum Einführungszeitpunkt: **20 Euro**
- Der **Preis** des Azubiticket NRW ist gemäß Vorgabe in der Förderrichtlinie des Landes NRW **bis zum 31.07.2023 festgeschrieben**. Ab dem 01.08.2023 kann der Preis jährlich um 1 € angehoben werden
- Einführung als **fakultatives Ergänzungsticket** zu den bestehenden/ neu einzuführenden verbundweit gültigen regionalen Azubitickets in AVV, VRR, VRS und WestfalenTarif (WT)
- Zur Einführung wird das landesweite Ticket nur als **Abonnement** angeboten, eine Monatskarten Variante ist zunächst nicht vorgesehen
- Der Berechtigtenkreis für das landesweite Ergänzungsticket orientiert sich an den jeweiligen Berechtigtenkreisen zu den regionalen Ticketprodukten. **Sämtliche Inhaber eines YoungTicketPLUS** im VRR sind somit **berechtigt**, das landesweite Ergänzungsticket zu erwerben
- Zusätzlich sollen **MeisterschülerInnen** ab dem 01.08.2019 die Möglichkeit zum Erwerb des YoungTicketPLUS und des AzubiTicket NRW erhalten
- Der **Geltungsbereich** des landesweiten Tickets ist **identisch zum** Geltungsbereich des **SemesterTickets NRW**
- **Mitnahmemöglichkeiten** von Fahrrädern oder weiteren Fahrgästen ist für das Ergänzungsticket **nicht vorgesehen**
- Das AzubiTicket NRW kann sowohl auf Chipkarte, als Barcode oder als Papierticket ausgegeben werden
- Für den Vertrieb des Azubitickets NRW wurde das **Wohnortprinzip** vereinbart, d.h. berechtigt zum Erwerb der landesweiten Ergänzung sind alle Azubis mit am Wohnort gültigem regionalen Azubiticket. Für Azubis, die in Tarifkragenbereichen wohnhaft sind, wird eine gesonderte Handhabung erarbeitet. Dementsprechend bedarf es Anpassungen in den jeweiligen Tarifbestimmungen der NRW Verbände
- Das Land NRW stellt eine **Gesamtförderung** in Höhe von **4,9 Mio. € netto p.a.** zur Verfügung. **Für den VRR** sind gemäß Förderrichtlinie **2,2 Mio. € p.a.** vorgesehen. Die Fördermittel werden ab dem Jahr 2021 **jährlich um 1,8 % fortgeschrieben**
- **Ab dem Jahr 2022** ist eine **ergänzende Förderung von 10 € je Ticket** für gegenüber dem Vorjahr zusätzlich verkaufte Azubitickets vorgesehen
- Bei nicht ausreichenden Haushaltsmitteln des Landes wird die definierte Obergrenze

ausgesetzt um den Verbänden **Kompensationsmaßnahmen** zu erlauben

- Die Ausgabe der Fördermittel erfolgt an den NWL, AVV und VRS sowie den VRR
- Die Weiterleitung der Mittel an die VU im VRR erfolgt über eine zu erlassende **allgemeine Vorschrift**
- Die Einnahmeverteilung des Fahrgeldanteils von 20 € ist Bestandteil der NRW Einnahmeverteilung und wird in den zuständigen NRW Gremien diskutiert

Nach ersten Erkenntnissen des KCM und Auswertungen der bislang bekannten Verkaufszahlen der Verbände zu bestehenden Ergänzungstickets für verbundübergreifende Fahrten, bestehen unterschiedliche Erwartungen zum Marktpotential des Tickets. Von den in 2018 statistisch erfassten ca. 297.000 Azubis in NRW nutzen bislang nur wenige Tausend Azubis die bestehenden Ticketangebote der Verbände. Das KCM erwartet ca. 3.000 Kunden, die das neue Angebot nutzen werden. Aufgrund des geringen Endkundenpreises erwarten die Verbände dagegen eine wesentlich höhere Nachfrage. Vor dem Hintergrund der aktuell ca. 60.000 Abonnenten des YoungTicketPLUS und angesichts des niedrigen Endkundenpreises von 20 € für das landesweite Ticket erwartet der VRR eine deutliche Nachfragesteigerung.

Das VM hat neben der Dynamisierung der Fördermittel ab dem Jahr 2021 eine ergänzende Förderung von 10 € für weitere Nachfragesteigerungen ab 2022 in der Förderrichtlinie vorgesehen. Damit werden neu hinzugewonnene Kunden in den verbundweiten Tickets ab diesem Zeitpunkt ebenfalls in der Förderung berücksichtigt.

Aktuell stimmt das VM die finalen Vorgaben in der Förderrichtlinie zur Gewährung von Zuwendungen zur Förderung des Azubitickets im öffentlichen Personennahverkehr Nordrhein-Westfalen (Richtlinie Azubiticket) mit den weiteren beteiligten Institutionen der Landesregierung ab. Des Weiteren erarbeitet das KCM einen Vorschlag für die Einnahmeverteilung des Fahrgeldanteils (20 €).

Vor dem Hintergrund der geplanten Einführung des landesweiten Azubitickets zum 01. August 2019 ist ein entsprechender Tarifantrag des KCM an die zuständige Genehmigungsbehörde zum 31. März 2019 vorgesehen. Hierzu sind Zustimmungen von Seiten der politischen Gremien aller Verbände in NRW erforderlich, die im Verlauf des 1. Quartals erreicht werden sollen. Insofern ist eine frühzeitige Kenntnisnahme und allgemeine Zustimmung zum Vorgehen und zum angedachten Ticketangebot durch sämtliche Beteiligte erforderlich.

2. eTarif der Zukunft

Im letzten Jahr ist der nextTicket-Praxistest erfolgreich durchgeführt worden. Vom 1. März bis 31. August 2018 konnten Kunden das neue smartphonebasierte eTarif-System mit Check-in/Check-out ausprobieren. Fahrgäste benötigten für ihre Fahrt mit Bus und Bahn nur ihr Smartphone und die nextTicket-App – die Suche nach dem richtigen Ticket vor Fahrtantritt entfiel. In dem sechsmonatigen Markttest konnte eine Vielzahl von Erkenntnissen gewonnen werden, die für eine mögliche Weiterentwicklung im Bereich eTarife wertvoll sind. Insbesondere die positive Bewertung der Prozesse und der neuen Art der Tarifbildung zeigen, dass die eTarifizierung ein Bedürfnis der Kunden trifft und Potenziale wecken kann. Neben der Kundenakzeptanz und den zukünftigen Chancen eines eTarifs sind auch wirtschaftliche Auswirkungen zu betrachten. Die zentralen Ergebnisse hinsichtlich Tarif und Umsatz werden im Folgenden kurz skizziert. Anschließend werden die Modellvarianten und Bewertungskriterien vorgestellt und das weitere Vorgehen beschrieben.

Abschließende Einnahmewirkung nextTicket-Praxistest 2018

Im Zeitraum von März bis August 2018 wurden im Onlinesortiment 12,9 Mio. Euro umgesetzt. Hiervon entfällt ein gutes Drittel in den Bereich der Bartickets. Der Umsatz mit nextTicket macht mit knapp 0,2 Mio. Euro nur einen kleinen Teil aus. In Bezug auf das Gesamtumsatzvolumen im VRR ist ein möglicher eTarif eine bis auf weiteres risikoarme Chance den mobilen Kanal attraktiver zu machen, die ÖPNV-Nutzung zu vereinfachen und mehr Fahrten zu generieren.

Die Verteilung der Preisstufen war im Praxistest nextTicket im Vergleich zum analogen Tarif sehr ähnlich, z. B. fanden rund 66 % aller Fahrten in der Preisstufe A statt. Die nextTicket-Preise pro Fahrt befinden sich größtenteils im Rahmen der Preise, die im sonstigen Barsortiment durchschnittlich von den Kunden gezahlt werden. Unter der Annahme, dass alle Fahrten mit nextTicket-Tarif auch mit dem normalen Barsortiment gemacht worden wären, erzielt der Km-Tarif (inkl. der Bonusfahrten) rund 90 % der regulären Einnahmen. Ohne die „Null-Euro-Fahrten“ (im Praxistest war die 5. Fahrt frei) werden sogar 105,6 % der regulären Einnahmen erreicht.

Die Ergebnisse zeigen, dass eine einnahmenneutrale eTarif-Gestaltung möglich ist.

Vorstellung der Modellvarianten und der Bewertungsparameter

Im Folgenden werden für eine Betrachtung beschlossenen Modellvarianten dargestellt.

1. Linien-km	verschiedene Festpreis- und Leistungspreisvarianten
2. Luftlinie	verschiedene Festpreis- und Leistungspreisvarianten
3. Degressiver Leistungspreis	bei steigender Streckenlänge reduziert sich der km-Preis für zusätzliche km, bezogen auf Luftlinien und Linien-km
4. Räumlich begrenzte Flatrate	Volumenprodukte für Räume Erweiterung von Zeitkarten
5. Verkehrsmittel differenziert	Zug-km und Bus-km different
6. Check-in/ Check-out, best-price	Klassischer Tarif (Einzel-, 4er-, 10er- und 24-Std.-Ticket)

1.) Linien-km

Der Leistungspreis wird auf Basis der im ÖPNV zurückgelegten Linien-km ermittelt.

2.) Luftlinien-km

Der Leistungspreis wird auf Basis der Luftlinien-km zwischen der Start- und Zielhaltestelle ermittelt.

3.) Degressiver Leistungspreis

Mit steigender Entfernung sinkt der Preis für zusätzliche Kilometer. Ein degressiver Leistungspreis kann sowohl mit Linien-km als auch Luftlinien-km umgesetzt werden. Der Nachteil besteht in der enormen Komplexitätssteigerung. Abhängig von der Anzahl an Stufen, kann es zu einer Vielzahl von Preisen kommen, die nicht mehr einfach durch den Kunden nachvollzogen werden können. Dem Ziel, für die Kunden einen einfachen eTarif bei einer möglichen Markteinführung zu schaffen, wird mit einer Degression im Leistungspreis nicht genüge getan.

4.) Räumlich begrenzte Flatrate/ Intensivnutzer-Produkte

Aufgrund der großen Anzahl an Teilnehmern, die eine hohe Nutzungshäufigkeit pro Monat hatten, sollen Produkte für dieses Kundensegment mitgedacht werden. So kann man die Lücken zwischen klassischem Barsortiment und Zeitkarten schließen, bzw. Kunden in den Zeitkartenbereich migrieren. In diesem Bereich fallen Modelle mit räumlich begrenzten Flatrates: Zeitkartenkunden können beispielsweise ihren originären Geltungsbereich mit einem eTarif-Produkt erweitern. Des Weiteren sind auch Modelle mit einem Grundpreis pro Monat denkbar, der unabhängig von einer geographischen Komponente ist und beispielsweise eine

Reduktion der anderen Preiskomponenten bewirkt.

5.) Verkehrsmitteldifferenzierung

Verschiedene Verkehrsmittel werden unterschiedlich bepreist, z.B. abweichende Preise für Zug-km und Bus-km. Bei einer möglichen eTarif-Markteinführung ist die Einfachheit das wichtigste Attribut. Da dies mit der Modell-Variante 5.) Verkehrsmitteldifferenzierung nicht vereinbar ist, soll diese Variante perspektivisch nach einer möglichen eTarif-Markteinführung betrachtet werden. Die Verkehrsmitteldifferenzierung kann in Kombination mit allen anderen Modellen realisiert werden, daher ist eine spätere Betrachtung in keiner Weise limitierend, ferner können zusätzlich weitere Erkenntnisse in die Modelkonzeption einfließen.

6.) Check-in/check-out Best-Preis

Auf Basis des heutigen Flächenzonentarifs werden Fahrten bepreist. Da es sich hier immer um eine ex post-Bepreisung handelt und man im Vorfeld nicht das weitere Nutzungsverhalten der Kunden kennt, ist eine Best-Preiskomponente in dieser Modell-Variante zwingend erforderlich. Mit dieser Modellvariante bleiben die heutigen Probleme eines Flächenzonentarifs jedoch erhalten. Des Weiteren ist die nachträgliche Zusammenfassung für intensive Nutzer aufgrund der relativ hohen Menge an Fahrten schwer nachzuvollziehen. Die Chancen, die ein eTarif ermöglicht, wie z.B. eine höhere Tarifgerechtigkeit würden hier nicht genutzt.

Eine detaillierte Bewertung der Modelle 1.) Linien-km, 2.) Luftlinien-km, 3.) Degressiven Leistungspreis und 6.) Check-in/check-out Best-Preis wird in der Sitzung des Ausschusses für Tarif und Marketing der VRR AöR am 20.03. durch die externe Unternehmensberatung mobilité vorgestellt. Die Bewertung erfolgt anhand der zuvor beschlossenen Bewertungskriterien.

<input type="checkbox"/>	Umsatz durch eTarif
<input type="checkbox"/>	Auswirkungen auf den klassischen Tarif
<input type="checkbox"/>	Intuitive Verständlichkeit / Komplexität des Tarifs
<input type="checkbox"/>	Anspruch hinsichtlich benötigter Daten für das Hintergrundsystem
<input type="checkbox"/>	Technische Umsetzbarkeit des Tarifs im zukünftigen Hintergrundsystem und der App
<input type="checkbox"/>	Geschätzter Supportaufwand

Das Modell 4.) wird nach der Entscheidung bzgl. der Modell-Parameter 1.), 2.), 3.) und 6.) erarbeitet und vorgestellt, da dieses Modell immer eine Ergänzung für intensivere Nutzer ist und sich am Basismodell orientieren sollte. Das Modell 5.) Verkehrsmitteldifferenzierung wird

perspektivisch behandelt.

Vorabbetrachtung

Ein eTarif besteht aus bis zu 3 Komponenten. Die Linien-km bzw. die Luftlinie und Degression haben nur Einfluss auf eine dieser Komponenten – den Leistungspreis. Die Luftlinie als Maß für den Leistungspreis hat eine Vielzahl von Vorteilen gegenüber den Linien-km.



Bewertung Linien-km und Luftlinie

Kundenperspektive: Vorteile Luftlinie

- Einfach durch den Kunden nachzuvollziehen
- Gleicher Preis für Hin- und Rückfahrt
- Kunden werden nicht für ungewollte Umwege bestraft, dies erhöht die Akzeptanz sowie die Attraktivität des ÖPNV gegenüber dem Individualverkehr, der oft direkte Verbindungen ermöglicht
- Weniger fehleranfällig, dies schafft Vertrauen
- Die Luftlinie wird durch Kunden häufig als günstiger wahrgenommen, dies zeigen auch die Rückmeldungen aus dem nextTicket-Praxistest

Unternehmensperspektive: Vorteile Luftlinie

- Gleiche Einnahmensituation in Summe: Das gleiche Umsatzziel x , kann sowohl mit Linien-km wie auch der Luftlinie erreicht werden, wenn die Tarifparameter Grund-, Fest-, und Leistungspreis entsprechend angepasst werden
- Geringerer Aufwand bei der anfänglichen Datenbereitstellung
- Keine Korrekturen der Daten bei Baustellen/Umwege nötig
- Weniger fehleranfällig, dies reduziert den Aufwand beim Kundensupport

Die Analysen zeigen, dass über alle im VRR gemachten nextTicket-Fahrten, die Linien-km im Durchschnitt 30 % länger sind als die Luftlinie. Zwischen den Preisstufen gibt es keine starke Varianz. Dies wird bei der Tarifierung angemessen berücksichtigt.

Der vorherigen Argumentation folgend, ist das Befinden zum variablen Maß unabhängig von einem konkreten Tarifmodell. Der gleiche Umsatz kann in Summe je nach Feinjustierung der Tarifparameter generiert werden. Darüber hinaus überwiegen hier die Vorteile für die Kunden sowie der reduzierte Aufwand bei den Verkehrsunternehmen. Das Fokussieren auf die Luftlinie ermöglicht somit einen strukturierten und übersichtlichen Entscheidungsprozess für die weiteren Schritte.

Des Weiteren werden die Parameter 1.) Linien-km und 2.) Luftlinie sowie die anderen Modellalternativen 3.) Degression und 6.) Check-in/Check-out-Best Preis im Rahmen der Präsentation von der Unternehmensberatung mobilité am 20.03. präsentiert und bewertet.

Weitere Schritte

Neben den dargestellten Modellvarianten ist bei der elektronischen Tarifierung auch eine flexible Gestaltung hinsichtlich der Kundenaktivierung/-bindung möglich. Dies geht über die bisherigen Möglichkeiten im heutigen mobilen/online-Kanal hinaus. Nach der Einigung auf ein Grundmodell (z.B. Luftlinie, Linien-km etc.) werden mit den VU Ansätze für eine mögliche Flexibilisierung hinsichtlich Anreiz- und Rabattmechanismen sowie Intensivnutzerprodukte (Modell Nr. 4) erarbeitet. Die Ergebnisse werden den Gremien zur Entscheidung vorgelegt. Darüber hinaus wird im weiteren Verlauf ein Vorschlag für eine Markteinführung parallel zu dem bisherigen Tarif erarbeitet.

Sachstände:

1. Kündigung SchönesWochenendeTicket

Gemäß der Ankündigung der DB AG wird das Produkt „Schönes-Wochenende-Ticket“ (SWT) zum Stichtag 8.Juni 2019 eingestellt. Das SWT kann somit nur noch bis einschließlich 8.Juni 2019 erworben werden. Da Tickets der DB AG sechs Monate im Voraus buchbar sind, können alle bis zum 8. Juni 2019 erworbenen SWT noch bis zum 8. Dezember 2019 abgefahren werden. Von Seiten der DB AG wurden einige Hintergrundinformationen zur Einstellung des SWT übersandt, die nachfolgend dargelegt werden.

Gründe für die Einstellung des SWT

Das SWT kam am 01.02.1995 auf den Markt. Das Ticket war zur damaligen Zeit das erste Pauschalpreisticket für Wochenendreisen im Nahverkehr. Seitdem haben sich sowohl die Ansprüche der Kunden als auch die Nachfrage nach dem Produkt verändert. Dementsprechend hat die DB AG im Laufe der Jahre individuelle neue Ticketangebote kreiert, die auf den Kunden und dessen Reisewünsche teils noch besser zugeschnitten sind. Das

Quer-durchs-Land-Ticket (QDL) und die verschiedenen Länder-Tickets in den Regionen sind aus dem SWT-Angebot entsprungen. Diese haben das SWT in der Nachfrage bereits heute abgelöst. Daher wird das SWT aufgrund der sinkenden Nachfrage sowie zur Vereinfachung der Tarifstruktur vom Markt genommen. Mit dem QDL existiert ein alternatives bundesweit gültiges Angebot am Markt, welches seit dem 14.12.2014 zur bundesweiten Nutzung am Wochenende freigegeben wurde. Marktforschungen haben ergeben, dass das bundesweite Angebotsportfolio mit zwei nahezu identischen Angeboten als irritierend und komplex empfunden wird. Im Gegensatz zum SWT ist die Nachfrage nach dem QDL jedoch stetig steigend.

Veränderungen für die Kunden

Die wesentliche Angebotseigenschaft des SWT ist die integrierte Verbundnutzbarkeit, welche beim primären Alternativangebot QDL nicht gegeben ist. Durch Marktforschungen konnte jedoch ermittelt werden, dass bereits heute 17% der Kunden einen Verbundfahr-schein zusätzlich zu ihrem SWT erwerben. Zukünftig können Kunden, die als Alternativangebot das QDL nutzen, selbst entscheiden, ob sie ein Verbundticket benötigen oder nicht. Kunden, die nicht im Verbund fahren, zahlen die Verbundnutzung somit nicht mehr indirekt mit. Da das SWT keine flächendeckende Verbundnutzbarkeit beinhaltet, haben Kunden, die heute im Verbund fahren möchten, die Gewissheit, dass sie ein zusätzliches Ticket benötigen.

Aus preislicher Sicht entstehen nur denjenigen Kunden Nachteile, die mit mehreren Personen reisen. Aus internen Verkehrserhebungen konnte die DB AG jedoch ermitteln, dass Mehrpersonen-Reisen stark rückläufig sind. Lag die durchschnittliche Personenzahl je SWT im Jahr 2015 noch bei 2,3 Personen je Ticket, so liegt sie aktuell nur noch bei 2 Personen. Weiterhin ist zu berücksichtigen, dass die Mitfahrerpreise für das SWT bei Beibehaltung des Angebots im kommenden Jahr deutlich erhöht worden wären, um das Angebot weiterhin wirtschaftlich anbieten zu können.

2. Ergebnisse aus Sondersitzung Ausschuss für Tarif und Marketing 17.01.2019

Am 17.01.2019 tagte der Ausschuss für Tarif und Marketing der VRR AöR im Rahmen einer Sondersitzung zum Thema VRR-Tarifentwicklung. Hintergrund der Sitzung war der gemeinsame Antrag der Fraktionen im Verwaltungsrat der VRR AöR am 04.10.2018. In dem Antrag wird betont, dass nach den überproportionalen Preisanpassungen der letzten Jahre ein Limit erreicht sei und dass zukünftig die neue Marktsituation sowie das politische Ziel der Steigerung der Fahrgastzahlen im Mittelpunkt der Marketing- und Tarifmaßnahmen der VRR AöR

stehen sollten. In diesem Zusammenhang ist ebenfalls eine intensive Diskussion über die gesamte ÖV-Finanzierung erforderlich. Basierend auf dieser neuen Ausrichtung wurden folgende Themen im Rahmen der Sondersitzung behandelt:

- Marktsituation im VRR
- VRR Marktanalyse 2018 und bundesweite Benchmarkanalyse
- Aktuelle Tarifprojekte im deutschsprachigen Raum
- Fortschreibungssystematik für den VRR-Tarif
- Tarifstrategie des VRR

Die zentralen Ergebnisse der Veranstaltung werden im Folgenden kurz skizziert.

Marktsituation im VRR

Der Modal Split im VRR variiert je nach Regionstyp. Zusätzlicher Mobilitätsbedarf wird auch durch den motorisierten Individualverkehr gedeckt - der PKW-Bestand steigt. (siehe hierzu auch **Sachstandsbericht Z/IX/2019/0518: „infas-Studie Mobilität in Deutschland“**). Die größten Wegeanteile des ÖPNV entfallen auf die Fahrtzwecke Arbeit und Ausbildung, inkl. Schule. Insgesamt sind die Schülerzahlen jedoch rückläufig. Der stärkste Rückgang ist in den A1-Kreisgebieten zu verzeichnen. In Bezug auf alle Segmente ist zu erkennen, dass die Bewertung durch die Bevölkerung umso besser ausfällt, je dichter das ÖPNV-Angebot vor Ort ist. Die ÖV-Qualität spielt somit eine wesentliche Rolle in der Kundenentscheidung.

Die VRR-Tarifentwicklung ist in den letzten Jahren der wesentliche Treiber der Einnahmentwicklung gewesen, trotz eines in der Summe über alle Verkehrsträger fast konstanten Leistungsangebots. Diese Konstanz ist aber nicht als Stillstand in der Angebotsentwicklung der Verkehrsunternehmen zu verstehen, vielmehr wurde das Angebot stets weiter optimiert.

Die Entwicklung ist in den regionalen Clustern sehr unterschiedlich. Die Hauptgründe sind vor allem strukturelle und qualitative/quantitative Unterschiede im Leistungsangebot. Durch die Reform YoungTicketPLUS konnte der Negativtrend in diesem Segment gestoppt werden. Das SemesterTicket ist weiterhin ein Wachstumstreiber. In verschiedenen Stammkunden-Tarifsegmenten sind Handlungsfelder identifiziert. Im Gelegenheitskundenbereich erkennt man jedoch deutliche Preisgrenzen.

VRR-Marktanalyse 2018 und bundesweite Benchmarkanalyse

Dieser Teil der Analyse und Darstellung wurde von der Fa. Civity Management Consultants, Hamburg, dargestellt: Für die Nachfragerückgänge im ersten Halbjahr, sind sowohl strukturelle (autofreundliche Verkehrspolitik, niedrige Parkgebühren, ÖPNV-Angebotsdichte, anhal-

tende Qualitätsprobleme), als auch aktuelle Faktoren (Rückgang Schülerverkehr, Zunahme Pkw-Verfügbarkeit, Witterungsbedingte Zunahme Rad- und Fußverkehr etc.) verantwortlich. Außer in Düsseldorf ist das Parken im Straßenraum in den VRR-Großstädten deutlich günstiger als der ÖPNV. In den letzten zehn Jahren wurden in einigen Städten im VRR die Parkgebühren im Straßenraum nicht erhöht. Neue Mobilitätsangebote verändern zudem die Preiswahrnehmung der Kunden und erhöhen die Preissensibilität zusätzlich (Dortmund-Berlin 12,99 € FlixBus vs. Dortmund-Bochum 5,90 € ÖPNV).

Auf kürzeren Reiseweiten liegt der Einzelkarten-Preis des VRR im Mittelfeld, darüber ist der VRR eher hochpreisig. Der Preis der Abos des VRR ist – außer auf kürzeren Distanzen – unterdurchschnittlich. Dies bedingt, dass im VRR die Nutzenschwellen zwischen Abo und Einzelkarte mit steigender Entfernung sehr deutlich sinkt. Des Weiteren ist auf Basis der Vertriebsstatistik eine Wanderungsbewegung von den Abos zu den Monatskarten zu erkennen. Preisbereinigt und über alle Entfernungsstufen hinweg, stieg der VRR-Tarif etwa analog dem Mittel der Verbände an. Eine verbundweite „Kinderflatrate“ gibt es, außer im VRR, nur noch in zwei weiteren Verbänden.

Aktuelle Tarifprojekte im deutschsprachigen Raum

Diverse Tarifprojekte, wie z.B. das Wiener-Modell, die Tarifreformen im Verkehrsverbund Stuttgart, Münchner Verkehrsverbund und in Baden-Württemberg haben das Ziel, die Tarifstruktur zu vereinfachen und gleichzeitig das Preisniveau zu senken.

Wiener Modell: Deutliche Verbilligung und Bevorzugung der Jahreskarte (365-Euro-Jahreskarte). Die Reform brachte erhebliche Mindererlöse und nur minimale Fahrgastzuwächse. Als Ausgleich erfolgte eine strukturelle Gegenfinanzierung durch Parkraumbewirtschaftung und Arbeitgeberabgabe.

Verkehrsverbund Stuttgart: Tarifvereinfachung durch Reduktion und Zusammenlegung von Tarifgebieten von 52 Tarifzonen zu 5 Ringen (im VRR ist dieses seit Jahren der Standard), dabei deutliche Preisabsenkung zwischen 25 und 30 Prozent als Bestandteil der Reform. Deutliche Mindererlöse erwartet; teilweise werden diese finanziert durch das Land Baden-Württemberg.

Baden-Württemberg: Allgemeines Förderprogramm des Landes für Tarifabsenkungen und -vereinfachungen. Durchschnittliche Preisreduktion um 35 Prozent.

Münchener Verkehrsverbund: Tarifvereinfachung durch Reduktion und Zusammenlegung von Tarifgebieten, dabei deutliche Preisabsenkung. Erhöhter Zuschussbedarf von rund 60 Mio. € p. a. erwartet.

Fortschreibungssystematik für den VRR-Tarif

Es liegen zum Zeitpunkt der Tarifdiskussion nur die Daten des Verbundetats des laufenden Jahres vor. Die Plandaten des Folgejahres werden erst zum Ende des laufenden Jahres erhoben. Die Aufwandsfortschreibung soll die zeitliche Lücke füllen. Daher werden die Aufwandsdaten für das Folgejahr separat erhoben. Es soll eine möglichst seriöse Prognose der erwarteten Gesamtaufwendungen für das Folgejahr ermittelt werden. Die Erkenntnisse der Aufwandsfortschreibung für das Jahr 2020 fließen somit in die Diskussion zur Tarifmaßnahme im ersten Halbjahr 2019 ein. Die ermittelten Daten stellen einen Baustein in der Diskussion zur Tariffortschreibung dar.

Tarifstrategie des VRR

Die Strategie der VRR AöR sieht im Bereich des klassischen Tarifs einen Mix aus linearen und strukturellen Maßnahmen vor. Bisher haben insbesondere die strukturellen Maßnahmen einen wesentlichen Beitrag zur Nutzerfinanzierung geleistet. Zukünftig soll der eTarif als weiterer Hebel zur Attraktivitäts- und Erlössteigerung dienen und ist zusätzlich ein wichtiges Element zur Verknüpfung von neuen Mobilitätsformen. Die Chancen der Digitalisierung können so für den Zugang, die Information und die flexible und kundengerechte Tarifierung genutzt werden. Des Weiteren müssen zusätzliche Finanzierungsquellen erschlossen werden, um die zukünftigen Aufwandssteigerungen zu decken. Um den aktuellen Anforderungen gerecht zu werden, bedarf es eine Neuausrichtung des Marketingplans. Dieser soll im 2. Sitzungsblock zum Beschluss vorgelegt werden. Ferner ist geplant, die Beschlussfassung der linearen Tarifmaßnahme in den 3. Sitzungsblock zu legen.

3. Einnahmen und Fahrten Januar – November 2018

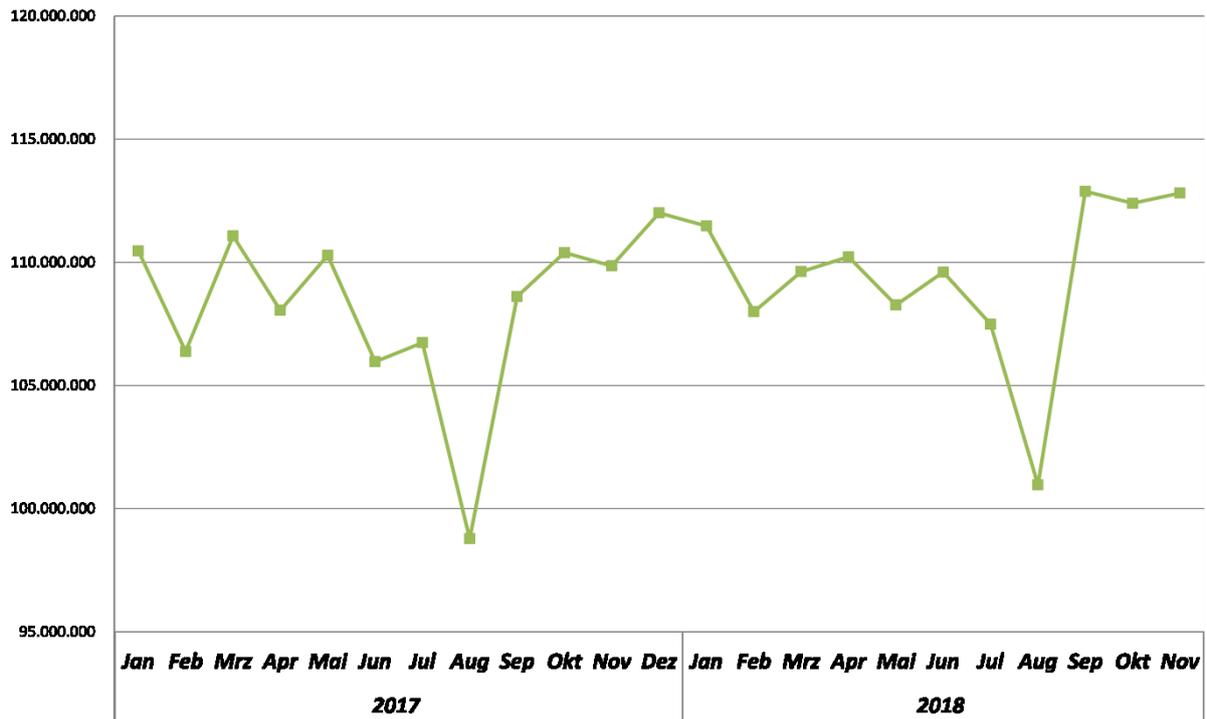
Die Einnahmensituation hat sich bis November weiter entspannt. Im zweiten Halbjahr wurden die Vorjahreswerte zum Teil deutlich übertroffen. Die Einnahmen sind von 1.186,6 Mio. € auf 1.203,7 Mio. € um + 17,1 Mio. € gestiegen (+ 1,4 %).

Regelzeitkarten sind von 392,0 Mio. € auf 401,1 Mio. € um 9,1 Mio. € (+ 2,3 %) gestiegen, die SemesterTickets verzeichnen einen Zuwachs von 3,4 Mio. € auf 66,8 Mio. € (+ 5,3 %) und auch die FirmenTickets haben sich mit 2,5 Mio. € (+ 2,7 %) erfreulich entwickelt. Die Einnahmen der Schüler/AzubiTickets sind um 3,8 Mio. € gestiegen, ein Plus von 1,5 %. Siehe hierzu auch Entwicklung YoungTicketPLUS im nachfolgenden Sachstand.

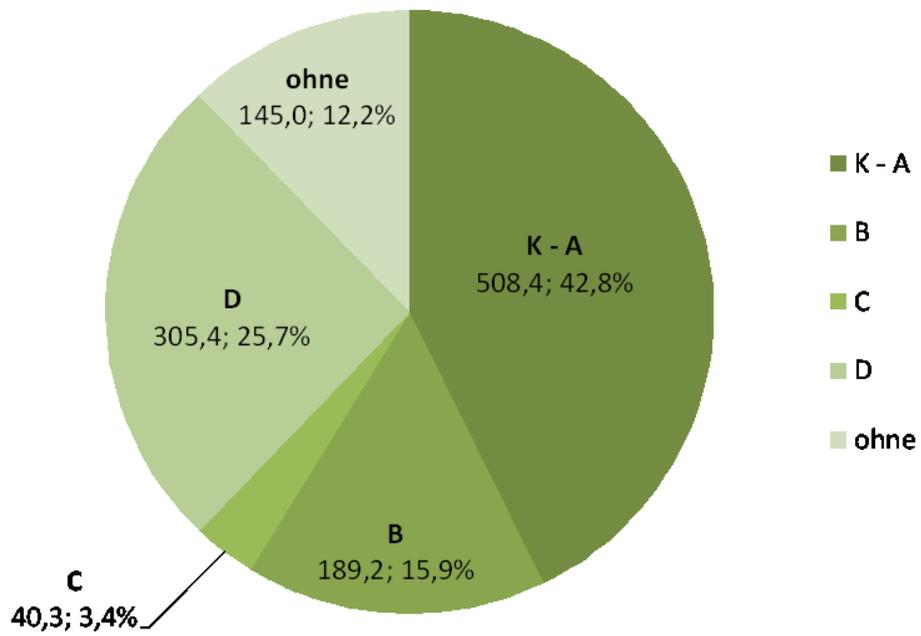
Das Barsortiment verzeichnet bis November 2018 einen Einnahmerückgang von 0,6 Mio. € (- 0,3 %). Die NRW-Tickets sind um ca. 0,2 Mio. € (- 1,0 %) gesunken.

Die Fahrten im VRR zeigen im Betrachtungszeitraum mit – 10,9 Mio. Fahrten (- 1,0 %) eine negative Entwicklung.

Entwicklung der Einnahmen von Januar 2017 bis November 2018



Einnahmeanteile Januar bis November 2018 in Mio. € nach Preisstufen



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

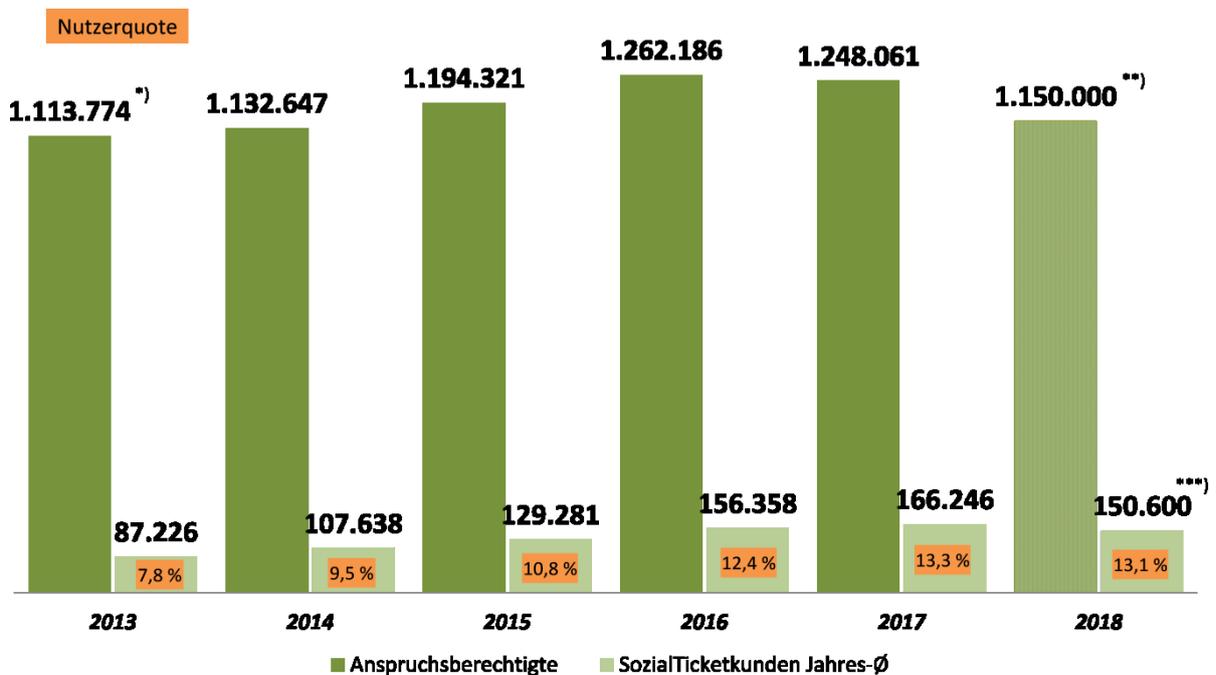
	Ticketgruppe	GESAMT		Veränderung zum Vorjahr absolut	Veränderung zum Vorjahr in %
		Jan-Nov 2017	Jan-Nov 2018		
Summe von Absatz	Barsortiment	59.459.543	58.625.857	-833.686	-1,4
	davon EinzelfTicket Erwachsene	43.388.227	43.308.299	-79.928	-0,2
	davon 4erTicket Erwachsene	5.843.221	5.531.531	-311.690	-5,3
	TagesTicket/24h/48h-Varianten	1.795.087	1.705.137	-89.950	-5,0
	FirmenTickets	1.441.504	1.445.272	3.768	0,3
	davon FirmenTicket 100/100-Modell	722.214	700.536	-21.678	-3,0
	davon FirmenTicket GroKu-Modell	513.253	537.251	23.998	4,7
	davon FirmenTicket Rabatt-Modell	206.037	207.485	1.448	0,7
	Regelzeitkarten	5.218.284	5.183.020	-35.264	-0,7
	davon Ticket2000 Abo (inkl. 9 Uhr)	2.675.372	2.599.719	-75.653	-2,8
	davon Ticket1000 Abo (inkl. 9 Uhr)	990.909	996.994	6.085	0,6
	davon Ticket1000/2000 - MK/WK (inkl. 9 Uhr)	1.094.305	1.121.360	27.055	2,5
	davon BärenTicket	457.698	464.947	7.249	1,6
	Schüler/AzubiTickets	5.224.122	5.224.898	776	0,0
	davon SchokoTicket Selbstzahler	2.371.248	2.354.145	-17.103	-0,7
	davon YoungTicketPLUS gesamt	759.380	816.536	57.156	7,5
	SemesterTickets	2.776.542	2.812.457	35.915	1,3
	NRW-weite Tickets	1.116.048	1.229.265	113.217	10,1
	SozialTickets	1.862.728	1.693.284	-169.444	-9,1
	1. Klasse Zuschlag	26.881	25.607	-1.274	-4,7
	ÜT-Tarif	1.166.084	1.361.044	194.960	16,7
	KombiTickets	4.368.423	4.342.988	-25.435	-0,6
	Sonstiges	207	199	-8	-3,9
Summe von Einnahmen	Barsortiment	249.993.308	249.350.845	-642.463	-0,3
	davon EinzelfTicket Erwachsene	134.779.888	137.596.386	2.816.498	2,1
	davon 4erTicket Erwachsene	62.876.210	60.678.652	-2.197.558	-3,5
	TagesTicket/24h/48h-Varianten	23.543.195	23.085.229	-457.966	-1,9
	FirmenTickets	93.855.651	96.350.268	2.494.617	2,7
	davon FirmenTicket 100/100-Modell	39.526.471	39.292.894	-233.577	-0,6
	davon FirmenTicket GroKu-Modell	38.423.474	40.661.729	2.238.255	5,8
	davon FirmenTicket Rabatt-Modell	15.905.705	16.395.645	489.940	3,1
	Regelzeitkarten	392.014.742	401.091.038	9.076.296	2,3
	davon Ticket2000 Abo (inkl. 9 Uhr)	195.952.579	196.194.031	241.452	0,1
	davon Ticket1000 Abo (inkl. 9 Uhr)	69.176.873	71.147.554	1.970.681	2,8
	davon Ticket1000/2000 - MK (inkl. 9 Uhr)	88.621.739	93.438.550	4.816.811	5,4
	davon BärenTicket	38.263.553	40.310.905	2.047.352	5,4
	Schüler/AzubiTickets	243.806.817	247.579.271	3.772.454	1,5
	davon SchokoTicket Selbstzahler	83.705.054	84.749.220	1.044.166	1,2
	davon YoungTicketPLUS gesamt	48.908.475	50.214.353	1.305.878	2,7
	SemesterTickets	63.395.571	66.753.059	3.357.488	5,3
	NRW-weite Tickets	23.225.782	22.992.541	-233.241	-1,0
	SozialTicket inkl. Zuwendung	88.144.734	85.181.773	-2.962.961	-3,4
	1. Klasse Zuschlag	1.605.508	1.546.935	-58.573	-3,6
	ÜT-Tarif	20.873.483	23.556.360	2.682.877	12,9
	KombiTickets	9.514.198	9.179.002	-335.196	-3,5
	Sonstiges	172.230	167.140	-5.090	-3,0
Summe von Fahrten	Barsortiment	81.905.878	80.565.482	-1.340.396	-1,6
	davon EinzelfTicket Erwachsene	43.750.787	43.639.946	-110.841	-0,3
	davon 4erTicket Erwachsene	23.372.884	22.126.124	-1.246.760	-5,3
	TagesTicket/24h/48h-Varianten	7.114.804	6.803.867	-310.937	-4,4
	FirmenTickets	67.306.709	68.304.440	997.731	1,5
	davon FirmenTicket 100/100-Modell	20.944.206	20.315.544	-628.662	-3,0
	davon FirmenTicket GroKu-Modell	33.176.135	34.709.856	1.533.721	4,6
	davon FirmenTicket Rabatt-Modell	13.186.368	13.279.040	92.672	0,7
	Regelzeitkarten	312.204.616	309.772.145	-2.432.471	-0,8
	davon Ticket2000 Abo (inkl. 9 Uhr)	170.830.548	166.044.509	-4.786.039	-2,8
	davon Ticket1000 Abo (inkl. 9 Uhr)	56.491.125	56.898.874	407.749	0,7
	davon Ticket1000/2000 - MK (inkl. 9 Uhr)	64.286.533	65.906.147	1.619.614	2,5
	davon BärenTicket	20.596.410	20.922.615	326.205	1,6
	Schüler/AzubiTickets	396.271.253	396.273.021	1.768	0,0
	davon SchokoTicket Selbstzahler	180.214.848	178.915.020	-1.299.828	-0,7
	davon YoungTicketPLUS gesamt	56.953.500	61.240.200	4.286.700	7,5
	SemesterTickets	83.296.260	84.373.710	1.077.450	1,3
	NRW-weite Tickets	2.065.039	1.884.033	-181.006	-8,8
	SozialTicket	113.626.408	103.290.324	-10.336.084	-9,1
	1. Klasse Zuschlag	0	0	0	
	ÜT-Tarif	1.852	6.120	4.268	230,5
	KombiTickets	0	1.290.968	1.290.968	
	Sonstiges	60	0	-60	-100,0
Gesamt: Summe von Absatz		82.660.366	81.943.891	-716.475	-0,9
Gesamt: Summe von Einnahmen		1.186.602.024	1.203.748.234	17.146.210	1,4
Gesamt: Summe von Fahrten		1.056.678.075	1.045.760.243	-10.917.832	-1,0

SozialTicket

Beim SozialTicket sind die Einnahmen bis November 2018 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 3,0 Mio. € (- 3,4 %) gesunken. Die Absatzzahlen verzeichnen einen Rückgang von 9,1 %. Im Monatsdurchschnitt beträgt die Zahl der SozialTicketkunden aktuell rd. 152 Tsd., dies entspricht einer Nutzerquote von 11,3 % der Anspruchsberechtigten.

Zahlen zu den Anspruchsberechtigten des SozialTickets liegen aktuell bei der Landesdatenbank NRW bis einschl. 2017 vor. Da die Zahlen zu 2018 frühestens im Herbst 2019 zu erwarten sind, haben die Verkehrsunternehmen bei ihren Sozialämtern eine Entwicklung für 2018 abgefragt. 18 Verkehrsunternehmen haben daraufhin eine Antwort erhalten, die Anspruchsberechtigten verzeichnen dort je nach VU einen Rückgang 2018 von 5 – 10 %. Auf den VRR übertragen bedeutet dies ca. 100 Tsd. Anspruchsberechtigte weniger als im letzten Jahr, was sich auch an den Absätzen und den Einnahmen des SozialTickets ablesen lässt.

Entwicklung der Anspruchsberechtigten und Kunden SozialTicket von 2013 bis 2018



^{*)} Quelle: bis 2017 IT NRW ^{**)} HR 2018 ^{***)} 2013-2017 VRR-Fahrausweisstatistik und HR 2018

Diese Entwicklung werden wir weiterhin beobachten.

Finanzierungssäulen SchokoTicket

Ausgangslage und politische Zielsetzung

Von verschiedenen Seiten erreichen den VRR Anfragen über die Finanzierungssäulen zum Schokoticket. Hierbei wird zunächst das im Vergleich zu den selbstzahlenden Schülerinnen und Schülern höhere Preisniveau der Schulträgerzahlungen hinterfragt. In diesem Zusammenhang wird zum Teil von vermeintlich unzulässigen Beihilfen gesprochen. Zudem wird die

Höhe und Zuständigkeit der Festlegung der Eigenanteile für freifahrtberechtigte Schüler sowie deren Zweckbestimmung kritisch angemerkt. Das Segment des Schülerverkehrs einschließlich Schulträgerzahlungen leistet mit einem Anteil von über 17 % der Einnahmen einen wesentlichen Anteil an der Gesamteinnahmenentwicklung des VRR. Grund genug zu den Finanzierungssäulen des SchokoTickets folgende Ausführungen darzulegen:

Seit Beginn des SchokoTickets im Jahre 2001 bis heute besteht der politische Wunsch, den Ticketpreis für nicht freifahrtberechtigte Schülerinnen und Schüler im Vergleich zum Regelausgang möglichst niedrig zu halten. So kostet das alternative Angebot zum SchokoTicket, das YoungTicketPLUS aktuell 61,10 €, ein Schokoticket dagegen nur 36,70 €. Diese Preisreduzierung kann nur durch mehrere parallel wirkende Maßnahmen finanziell gewährleistet werden. Die wichtigsten Partner sind dabei die öffentlichen und privaten Schulträger. Gemäß Schülerfahrkostenverordnung NRW sind die Schulträger verpflichtet eine kostenfreie Beförderung für den Weg von der Wohnung zur nächstgelegenen Schule des gewünschten Schultyps zu übernehmen, sofern eine vorgegebene Mindestentfernung überschritten wird. Diese beträgt aktuell für Schüler der Primarstufe 2,0 Kilometer, für Sekundarstufe I 3,5 Kilometer und für Sekundarstufe II 5 Kilometer. Die Preisbasis war das bis dato angebotene Schoolticket. Dieses berechtigte nur zu Fahrten zu schulischen Zwecken auf einem eingeschränkten Weg vom Wohnort zum Schulort und auch nur an Schultagen. Der dafür von den Schulträgern entrichtete Fahrpreis bildete in 2001 die Basis für die jährliche Fortschreibung der Schulträgerleistungen.

Höhe der Schulträgerzahlungen

Die Preisbasis für die Übernahme der Fahrtkosten für anspruchsberechtigte Schülerinnen und Schüler bildeten die bis 2001 geltenden Schoolticketpreise. Für die Gewährung preislich abgesenkter Ticketpreise stehen den Verkehrsunternehmen neben den Zahlungen des Schulträgers Zusatzleistungen des Landes gemäß §11a des ÖPNVG NRW zu. Voraussetzung dazu ist, dass ein Schülerticket mindestens 20 % preiswerter ist als ein vergleichbares Ticket des Regelausganges. Ein vom Schulträger für einen anspruchsberechtigten Schüler abgenommenes Ticket könnte demzufolge aktuell rd. 54,90 € kosten; tatsächlich wird den Schulträgern in einer großen Stadt wie z.B. Düsseldorf oder Essen umgerechnet aber nur 46,70 € / Schüler / Monat in Rechnung gestellt. Dies resultiert aus der Entscheidung der VRR-Gremien, dass seit dem Start des Schokotickets die Schulträgerzahlungen nicht mehr im allgemeinen Erhöhungsmaß fortgeschrieben werden, sondern deren Preise als gesonderte Tarifmaßnahme behandelt und dabei stets unterproportional angehoben wurden. Erstmals erfolgte zum Tarifwechsel 2019 eine proportionale Fortschreibung in Höhe des allgemeinen Erhöhungsmaßes von 1,9 %. Mit diesem Preisbeispiel wird der Vorteil des Schokotickets

auch für die Schulträger deutlich. Ein Rechtsgutachten bestätigt zudem die Rechtmäßigkeit der zwischen den Schulträgern und den Verkehrsunternehmen geschlossenen Verträge und dabei insbesondere, dass es sich bei den Schokoticketzahlungen der Schulträger nicht um unzulässige Beihilfen handelt, sondern um eine sachgerechte Fortschreibung der gesetzlich vorgeschriebenen Zahlungsverpflichtungen. Die Fortschreibung basiert auf der von den VRR-Gremien beschlossenen Preisanpassung und der Entwicklung der Schülerzahlen in der jeweiligen Kommune. Neben dieser Orientierung an der allgemeinen Schülerentwicklung (Pauschalabrechnung) kann alternativ die vom Schulträger ermittelte und benannte Zahl der tatsächlich anspruchsberechtigten Schülerinnen und Schüler herangezogen werden (Spitzabrechnung).

Vertragspartner der Schokotickets

Vertragspartner sind nicht die einzelnen Schulen, sondern der betreffende Schulträger, das vertrieblich betreuende Verkehrsunternehmen und die VRR AöR. Letzterer als Garant für eine einheitliche Handhabung der tariflichen Eckpunkte. Die vertriebliche Abwicklung und der Finanzfluss liegen in der Verantwortung der lokalen Partner.

Besonderer Wert wurde auf eine gleichlautende Behandlung aller Schulträger in einer Stadt gelegt. Es sollte kein Wettbewerb zwischen einzelnen Schulen um die Gunst der Schüler entstehen, der mit unterschiedlichen Eigenanteilen, Geltungsbereichen oder Altersgrenzen entstehen könnte. Deshalb wurde seitens des VRR immer ein Schulterschluss mit allen Schulträgern gesucht und dankenswerterweise gefunden, unabhängig davon ob es sich um Schulen in öffentlicher oder privater Trägerschaft handelt.

Bedeutung der Eigenanteile

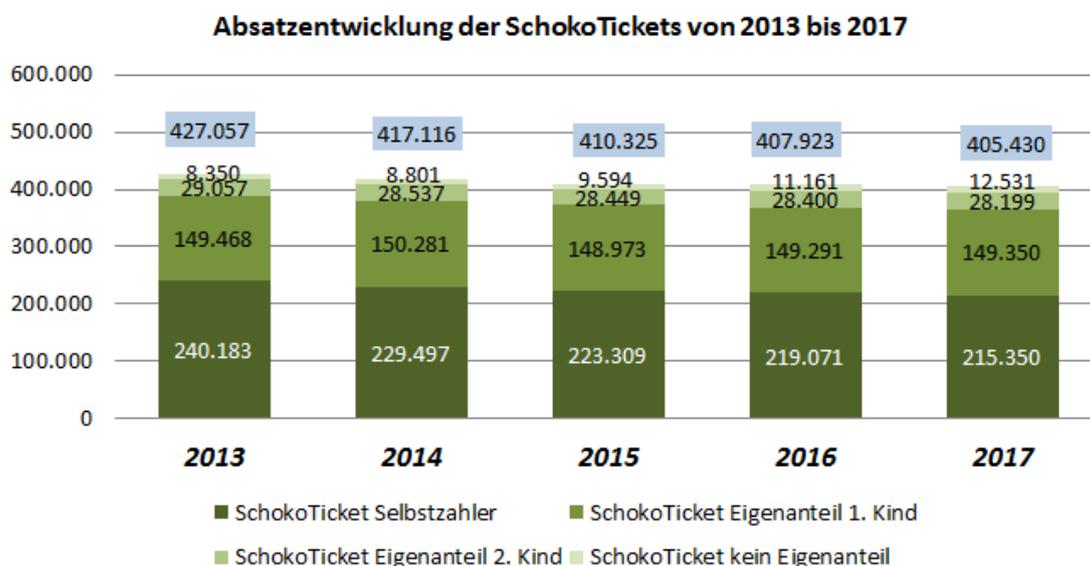
Neben der Fortschreibung der Schulträgerzahlungen sind die von den anspruchsberechtigten Schülerinnen und Schülern zu leistenden Eigenanteile ein weiterer finanzieller unabdingbarer Bestandteil der Schokoticketfinanzierung. Im Sinne einer Solidarfinanzierung tragen diese Schülerinnen und Schüler dazu bei, dass die Preisabsenkung für die übrigen Schülerinnen und Schüler wirtschaftlich darstellbar ist.

Im Gegenzug genießen auch die anspruchsberechtigten Schülerinnen und Schüler eine verbundweite Fahrberechtigung und sind nicht mehr auf den direkten Schulweg begrenzt. Die Erhebung von Eigenanteilen ist gemäß dem Schulgesetz NRW rechtlich zulässig, wobei die Festlegung der Höhe in der Verantwortung des jeweiligen Schulträgers liegt. Die maximale Höhe der zu erhebenden Eigenanteile sowie eine Staffelung bei mehreren anspruchsberechtigten Schülerinnen und Schülern innerhalb einer Familie sind zudem in der Schülerfahrkostenverordnung NRW niedergelegt.

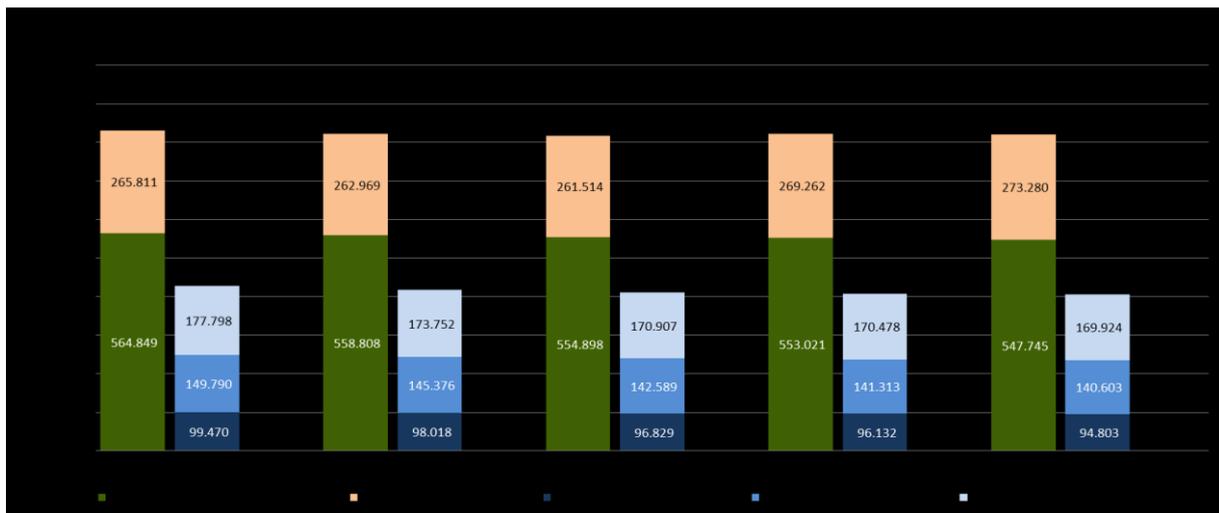
Die Verkehrsunternehmen oder auch der VRR haben keine rechtliche Möglichkeit, diesen

Eigenanteil zu erheben. So musste bis zum Erreichen der derzeitigen Obergrenzen von 12,00 € bzw. 6,00 € stets die Zustimmung der Schulträger eingeholt werden. In den geschlossenen Verträgen zwischen den Schulträgern, den Verkehrsunternehmen und dem VRR ist die Deklaration dieser Eigenanteile als Fahrgeld und ihre ungeschmälerete Weiterleitung an die Verkehrsunternehmen rechtssicher festgelegt.

Vertrieblich werden die Eigenanteile wie ein reguläres Abonnement gehandhabt und direkt von den Verkehrsunternehmen vom angegebenen Konto der Erziehungsberechtigten einbehalten. Die Eigenanteile werden für jeden Monat eines Jahres erhoben da das Schokoticket ganzjährig, also auch in den Ferien, gilt.

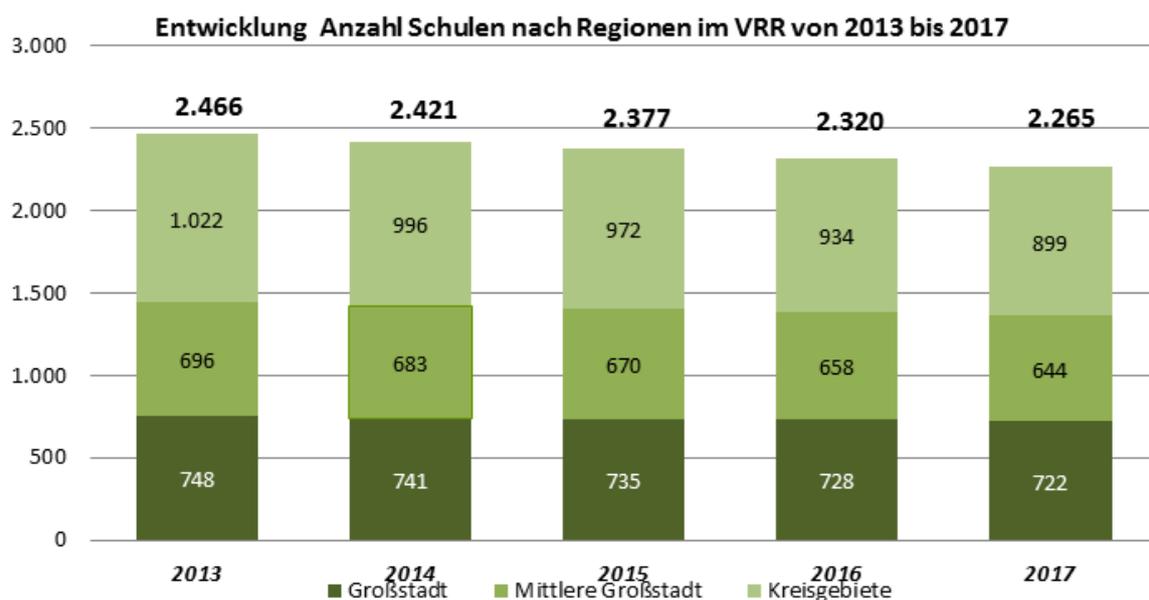


Ein Einflussfaktor dieser Entwicklung ist die Entwicklung der Schülerzahlen. Diese sind in Bezug auf Schüler der weiterführenden Schulen von ca. 565.000 Schülern in 2013 auf 548.000 Schüler (2017) gesunken (-17.000 Schüler, -3%). Die Anzahl der Grundschüler ist zwar im gleichen Zeitraum um ca. 7.000 Schüler gestiegen, diese Gruppe bezieht aber nur zu 10% ein SchokoTicket. Insgesamt ist erfreulich festzuhalten, dass im Mittel ca. 65% der Schüler im VRR über ein SchokoTicket verfügt. Das Schokoticket ist inzwischen etabliert.



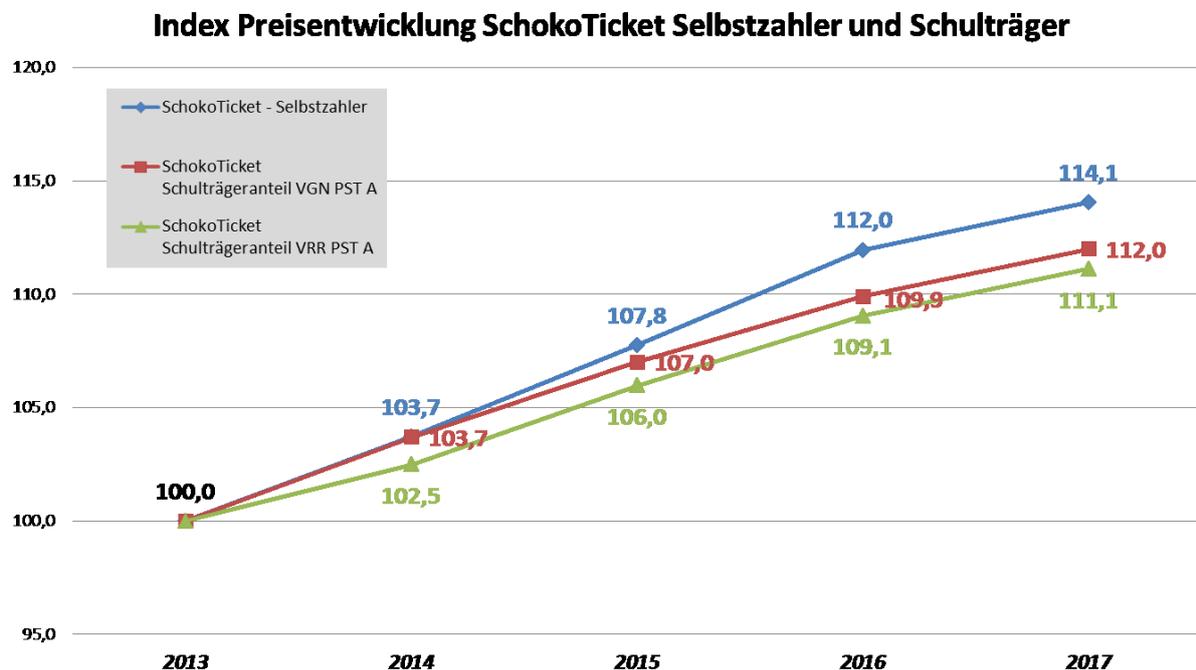
Die Absatzzahlen des SchokoTickets (Selbstzahler) sind im genannten Zeitraum um 10% gesunken.

Die Absatzzahlen der anspruchsberechtigten Schüler sind dagegen um 1,7 % gestiegen. Neben der allgemeinen Entwicklung der Schülerzahlen bildet die Veränderung der Schulstandorte einen weiteren Einflußfaktor. Die Anzahl der Schulen ist durch Zusammenlegungen und Schließungen innerhalb von fünf Jahren um 8,2 % gesunken. Diese Veränderung variiert sehr stark in Abhängigkeit von der Lage der Schulstandorte. In den Kreisgebieten und eher ländlich geprägten Räumen (A1-Gebiete) ist die Anzahl der Schulstandorte um 12 % gesunken. Dieses führt in der Folge zu längeren Anfahrtswegen der Schüler und damit zu einer höheren Anzahl der anspruchsberechtigten Schüler. Dagegen liegt in den A2-Gebieten der Rückgang bei 7,5% und in den Großstädten sogar bei nur 3,5%.



Die genannten Einflüsse wirken sich auf die Einnahmenentwicklung des VRR insgesamt aus, bei unterschiedlicher Betroffenheit der verschiedenen Räume, denn die Preisentwicklung der

Selbstzahler liegt über der der Schulträgeranteile. Die Preise für die Anspruchsberechtigten (1. Kind 12,00 €, 2. Kind: 6,00 €) haben sich aufgrund der gesetzlich festgeschriebenen Obergrenzen seit dem Jahr 2012 nicht verändert.



Als Hauptursachen für die sinkenden Einnahmen im Schülerbereich werden die überproportionale Schließung von Schulstandorten und die stagnierenden Eigenanteile festgestellt. Hinzu kommt ein erhöhter Betriebsaufwand im Schülerverkehr aufgrund längerer Reiseweiten.

Daraus resultiert in der Tarifmaßnahme 2019 eine Erhöhung des SchokoTicketpreises (Selbstzahler, Schulträger), um das lineare Erhöhungsmaß von 1,9%. Außerdem besteht der Wunsch, politische Gespräche zu den Höchstgrenzen der Eigenanteile für das SchokoTicket mit Schulträgerfinanzierung zu führen und beim Land NRW eine Strukturförderung 'ländlicher Raum' für ein attraktives ÖV-Angebot anzuregen.

4. Entwicklung YoungTicketPLUS

Zum 01.01.2018 wurde die Reform des YoungTicketPLUS mit der Ausweitung des Geltungsbereiches auf das gesamte Verbundgebiet umgesetzt. In Analogie zu Schoko- und SemesterTickets wird das YoungTicketPLUS seitdem sowohl als Monatskarte als auch als Abonnement in einer ausschließlich verbundweit gültigen Form angeboten.

Das damit verbundene Ziel ist, den langjährigen Absatz- und Umsatzrückgang in der Zielgruppe der Schulabgänger und Auszubildenden zu stoppen und durch die verbundweite Gül-

tigkeit die Grundlage für ein NRW-AzubiTicket zu schaffen. Für eine aktuelle Darstellung der Absatz- und Umsatzentwicklung wurden in den letzten Wochen die Verkaufsdaten für Dezember 2018 bei den Verkehrsunternehmen (VU) abgefragt. Viele der Daten sind bereits in die VRR-Fahrausweisstatistik (FaSt) eingeflossen. Für einzelne Unternehmen, die noch keine abschließenden Zahlen liefern konnten, wurde eine konservative Hochrechnung anhand der bisherigen Daten vorgenommen.

Bei der Auswertung der Daten ist festzustellen, dass sowohl in den Absatzzahlen wie auch in den Einnahmen VRR-weit eine positive Entwicklung zu verzeichnen ist. Für die einzelnen Verkehrsunternehmen sind jedoch teils deutlich Unterschiede erkennbar. Die schon nach dem ersten Halbjahr 2018 verzeichnete positive Absatzentwicklung hat sich bis Ende des Jahres verstärkt. Über 15.000 Monatskarten wurden 2018 mehr verkauft und die Zahl der YoungTicketPLUS-Abonnenten ist im Jahres-Durchschnitt um ca. 5.000 Kunden angestiegen. Diese positive Entwicklung ist bei fast allen Verkehrsunternehmen sichtbar. Insgesamt sind mit Stand 31.12.2018 nunmehr ca. 15.400 Monatskartenkäufer und 59.600 Abonnenten zu verzeichnen.

Auch die Einnahmen haben sich mit dem Ausbildungsstart im Herbst 2018 deutlich positiv entwickelt. Noch im vergangenen Jahr wurden im Segment der Auszubildenden ca. - 0,8 Mio. € Mindererlöse generiert, im aktuellen Jahr sind die Einnahmen um ca. 1,8 Mio. € gestiegen. Insgesamt wurden mit der Reform somit positive Marktentwicklungen erreicht.

Eine Betrachtung der Absatz- und Einnahmenentwicklung nach den Clustern A1 bis A3 plus SPNV ergibt das nachfolgende Bild:

	Absatz		Veränderung		Einnahmen in Mio. €		Veränderung	
	2017	2018	absolut	in %	2017	2018	absolut in Mio. €	in %
A3	448.074	470.209	22.135	4,9	27,046 €	28,294 €	1,248 €	
A2	238.467	254.571	16.104	6,8	15,138 €	15,527 €	0,389 €	
A1	133.631	155.600	21.969	16,4	9,554 €	9,578 €	0,024 €	
SPNV	70.497	85.243	14.746	20,9	5,259 €	5,444 €	0,185 €	
	890.669	965.623	74.954	8,4	56,997 €	58,843 €	1,846 €	

Die Verkehrsunternehmen im Cluster A3 konnten die Einnahmen um ca. 4,6 % steigern. Anzunehmen sind hier insbesondere zusätzliche Erträge durch den hohen Anteil ehemaliger PST A – Kunden, die nun einen höheren Betrag für das Ticket zahlen müssen. Der deutliche Anstieg im SPNV um 3,5 % ist der sehr positiven Absatzsteigerung von plus 20,9 % zu verdanken. Gerade im SPNV und im Cluster A1 war die Ausgangssituation anders als in den weiteren Clustern. Hier wurden im Jahr 2017 deutlich mehr YoungTickets in den Preisstufen mit höheren Reiseweiten C und D abgesetzt. Durch die Absatzsteigerung von über 16 % im

Cluster A1 konnten hier die Einnahmen jedoch nur um 0,3 % erhöht werden, da mit der Reform zum 01.01.2018 teils deutliche Preissenkungen für Kunden in höheren Preisstufen verbunden waren. Das Cluster A2 verbucht dagegen sowohl ein Umsatzplus von 2,6 % bei zugleich steigendem Absatz von 6,8 %.

Abschließend bewertet der VRR die Reform des YoungTicketPLUS nach dem ersten Jahr als Erfolg. Sowohl die negative Absatz- wie auch die Einnahmenentwicklungen wurde nicht nur gestoppt, sondern ins Positive gedreht. Für einzelne Verkehrsunternehmen sind aktuell noch teilweise negative Entwicklungen im Vergleich zum Vorjahr zu verzeichnen. Zum Start des Ausbildungsjahres 2019 sind umfangreiche Marketingmaßnahmen in Vorbereitung. Diese führen gemeinsam mit der Einführung des Azubitickets NRW im August 2019 zu weiteren Absatz- und Umsatzsteigerungen.