

Tariffortschreibung / Marketingplan 2022

Sitzungsblock März 2019

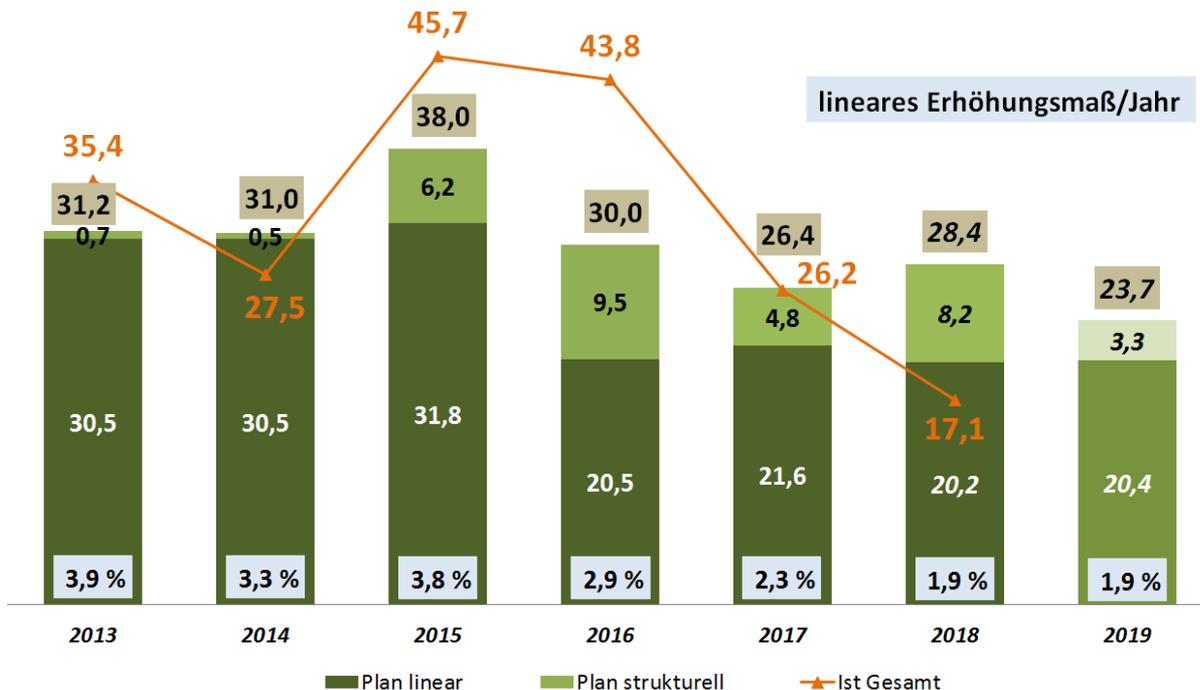
Verkehrsverbund Rhein-Ruhr AöR

Gelsenkirchen, 15.03.2019



Wirkung linearer und struktureller Tarifmaßnahmen

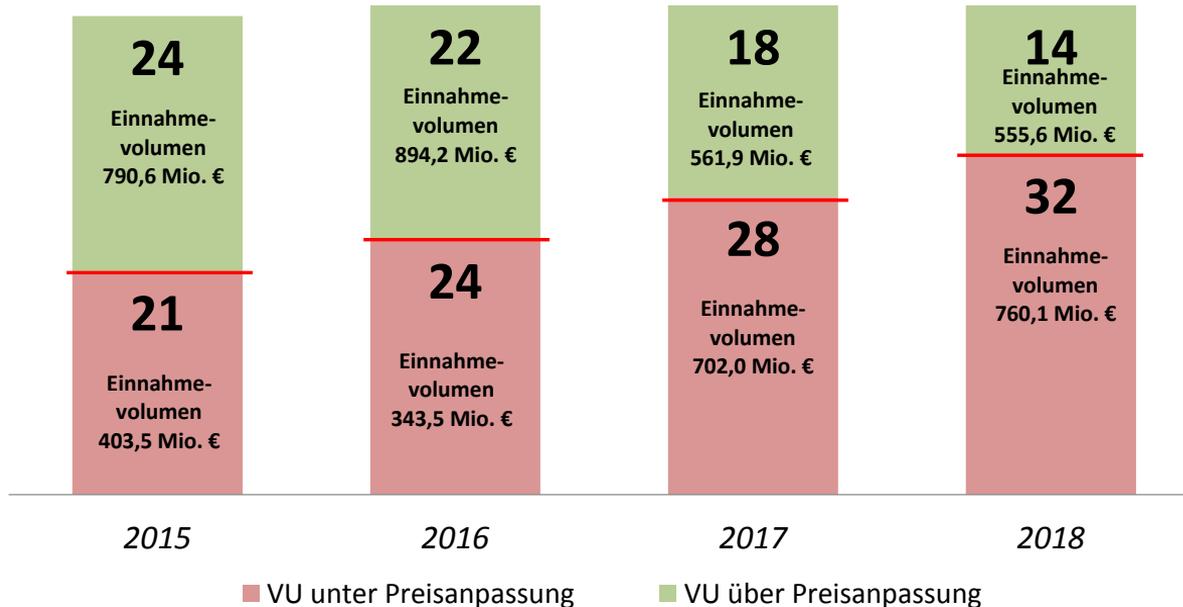
Einnahmeentwicklung linear und strukturell Ist bis 2018 und Plan bis 2019
in Mio. €



Bisher deutliche Einnahmensteigerung der strukturellen Maßnahmen
Jeweils wesentlicher Beitrag der Nutzerfinanzierung seit 2013,
2018: Ist-Wert deutlich unter Plan

Ausschöpfungsgrad der Preisanpassungen

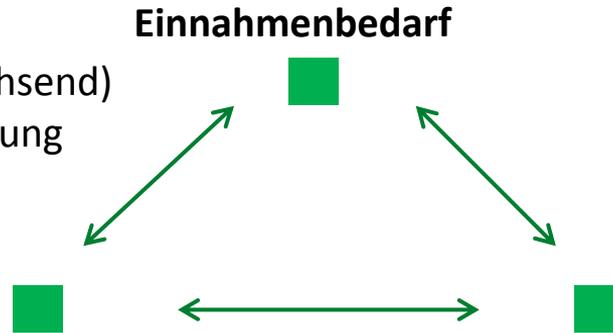
Anzahl der Verkehrsunternehmen prozentuales
Einnahmeplus über oder unter Preisanpassung



Realisierung positiver Ausschöpfung der
Preisanpassung wird schwieriger

Spannungsfeld Einnahmenbedarf <-> Durchsetzbarkeit

- Aufwandssteigerungen (perspektivisch stärker wachsend)
- Qualitätssicherung/-steigerung



**Gemeinsames Akquirieren
weiterer Drittmittel
erforderlich, Initiative starten**

Preisdurchsetzbarkeit am Markt

- lokal und segment-spezifisch unterschiedlich
- insgesamt rückläufig
- wahrgenommene Schiefelage Preis-Leistungs-Verhältnis

Umfeld

- Paradigmenwechsel
Nutzerfinanzierung
- Forderung Fahrgastzuwachs!
- Klima-Ziele
- Drittmittelfinanzierte Piloten:
BN, E, MA, 365 € (Wien, Hessen)

Ziele Marketing bis 2022

- **Marktorientierte Tarifentwicklung**

Die Tarifentwicklung selbst beinhaltet lineare und strukturelle Anteile. Das Tarifniveau orientiert sich am Leistungsangebot, der allgemeinen Verbaucherpreisentwicklung und externen Rahmenbedingungen, die für die Preis-Leistungs-Wahrnehmung am Markt relevant sind.

- **Deutlich erhöhter Absatzanteil von Tickets über Online-Shops bzw. Apps - inkl. eTarif - am Gesamtabsatz von Tickets**

Digitalisierung von Vertriebs-/Kundenprozessen zur Zugangserleichterung für Kunden und zur Verbesserung individueller und flexibler Gestaltung der Kundenbeziehung.

- **Segmentspezifische Erschließung neuer Kundenpotentiale zur Verbreiterung der Absatzbasis: Mehr Menschen, die sich für die Nutzung des ÖPNV entscheiden.**

Strategien bis 2022



- Jährliche Preiserhöhungen gemäß Fortschreibungsmodus
- Einführung eTarif
- Pauschalisierung und Differenzierung
- Tarifprodukt-Veränderungen bzw. -Neuentwicklungen

- Attraktivierung/Beanreizung Online-/Appverkauf
- Kommunikation zum Vertrieb (Möglichkeiten oft noch unbekannt)
- Vertriebskooperationen (spez. online, ggf. auch offline)

- Kundenbindung (Abonnenten und Nicht-Abonnenten)
- Anreize zur Nutzungsintensivierung
- Zugangsvereinfachung
- Neukundengewinnung

Fortschreibungskorridor um Verbraucherpreisindex herum

Verbraucherpreisindex



Einfluss strukturelle Maßnahmen und Sondereffekte
Elastizität

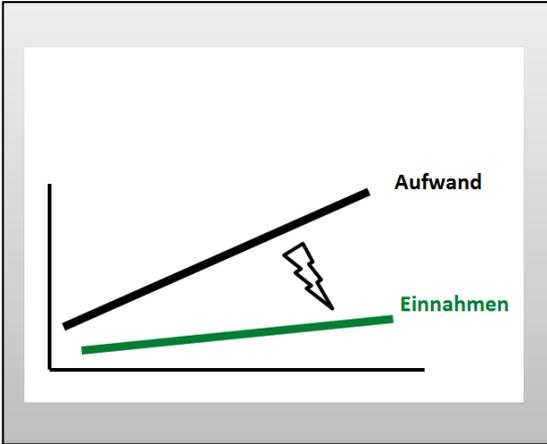
Elastizität:

- Verhältnis von Nachfrageveränderung zu Preisveränderungen
- Bringt zurückliegende Preisdurchsetzung am Markt auf allgemeiner Ebene mit ein.

Strukturelle Maßnahmen und Sondereffekte :

- tarifstrukturelle Maßnahmen (wie z.B. SemesterTicket 2015, PST-Differenzierung)
- Entfall einer Ticket-Förderung
- Harmonisierungs-Anpassung an höherpreisigen Nachbarverbund
- ...

Zusätzlicher Finanzierungsbedarf



Aufwandstreiber

- Personalkosten
- Betriebl. Mehraufwand
- Ersatzinvestitionen
- Neue Antriebstechnologien

Zusätzlicher Finanzierungsbedarf

- Kommunen, Land & Bund
- Potentielle Instrumente:
 - Ausbau bisheriger Förderprogramme
 - auch neue Instrumente (z.B.: Parkraumbewirtschaftung)

- Die Aufwandssteigerungen im bisherigen Umfang durch die Nutzer zu refinanzieren, ist nicht möglich.
- Wenn man die Verkehrswende ernst nimmt (→ Ausbau des Leistungsangebotes), müssen weitere Finanzierungsmittel in den ÖV fließen.

Drittmittelinitiative

Analyse Finanzbedarfe (=> 10 Jahres Perspektive) & Entwicklungen von Programmen

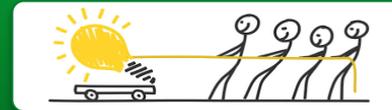


Netzwerkmanagement –
intensiver Dialog erforderlich (Kommunen, Land, Bund)

Verbünde,
VDV

Städtetag ...

Umsetzungs- / Kommunikationskonzept



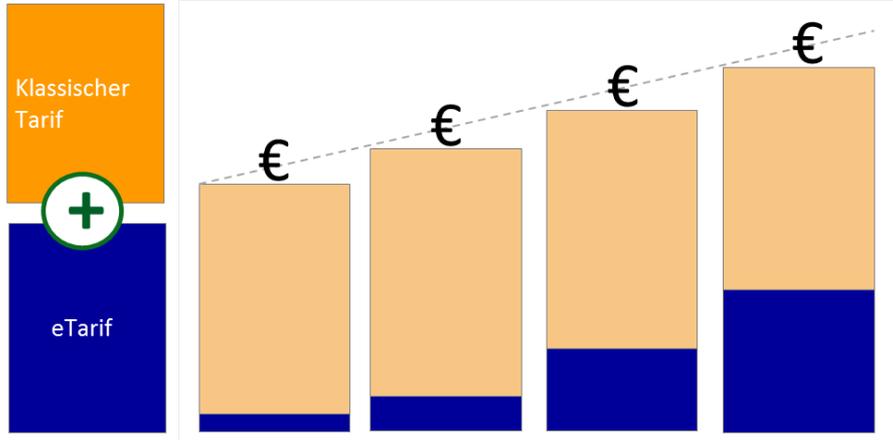
Beispiele für Umsetzung:

Dialog mit Kämmerern / neue eTarif Förderung durch Verkehrsministerium

Backup

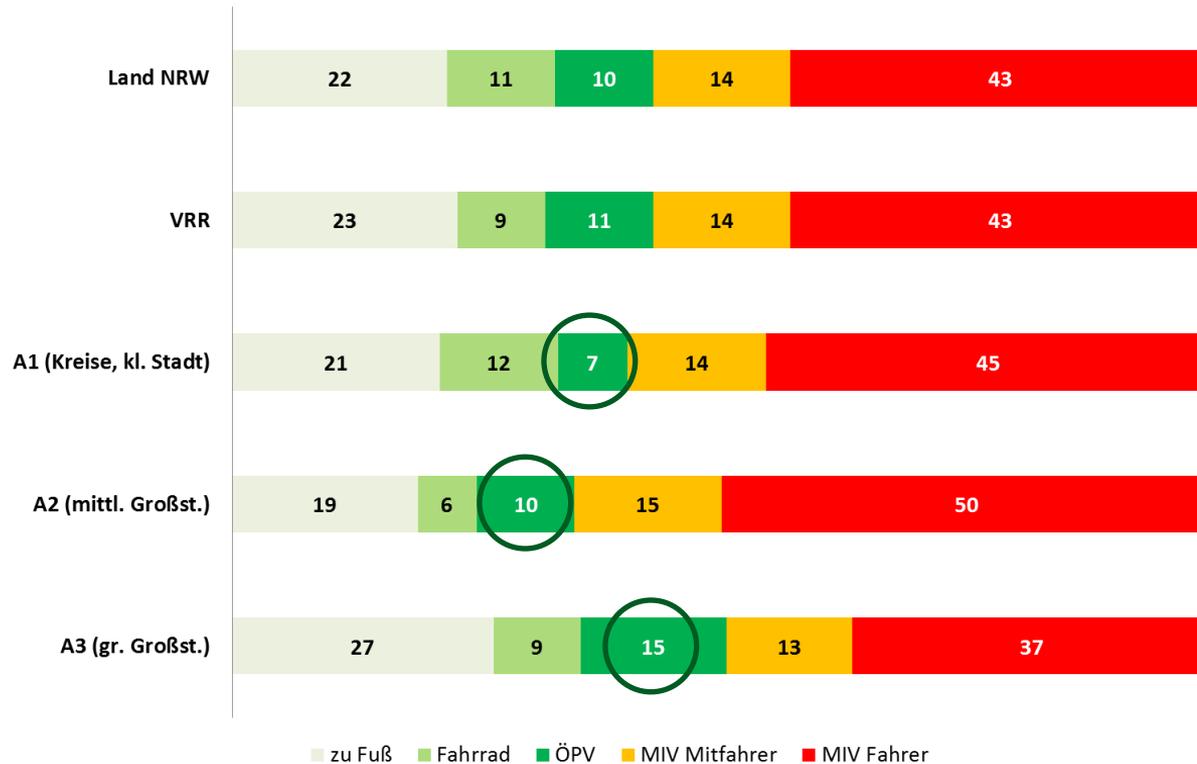


Einnahmenentwicklung bis 2030



- eTarif zum Abbau der Nutzungsbarrieren
 - eTarif bietet gerade bei den Preissprüngen zwischen Preisstufen eine höhere Leistungsgerechtigkeit.
 - Die Nutzung kann vollständig ohne Tarifwissen erfolgen.
 - Auch außerhalb seiner Mobilitätsfltrate kann der Stammkunde den ÖV einfach nutzen und zwar verbundübergreifend.
 - eTarif als wichtiges Element zur Verknüpfung mit neuen Mobilitätsformen.

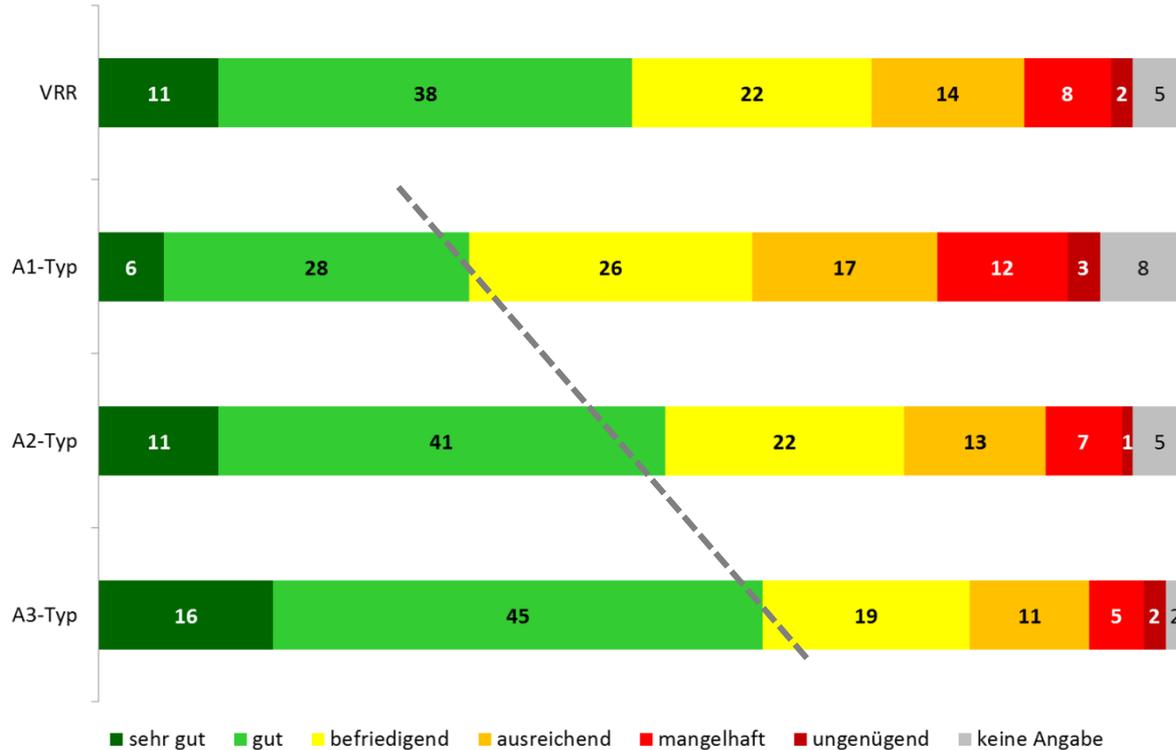
%-Anteile Hauptverkehrsmittel nach Regionstyp



Quelle: MID 2017

Der Modal Split im VRR bewegt sich insgesamt auf NRW-Niveau, variiert aber in den Regionstypen.

Bewertung allgemeine ÖV-Situation am Wohnort in %



Quelle: MID 2017

Je dichter das ÖPNV-Angebot vor Ort, desto besser die Bewertung durch die Bevölkerung.