öffentlich

| Vorlage | | | |
|---|---|---|---|
| **Betreff** | | | |
| **Tarifangelegenheiten** | | | |
| **Organisation** | **Bereich/Periode/Jahr/Lfd. Nr./Nachtrag** | **Datum** | **lfd. Nr. BPL** |
| **AöR** | **M/IX/2019/0608** | **30.08.2019** | **9** |

| **Beratungsfolge** | **Zuständigkeit** | **Sitzungstermin** | **Ergebnis** |
|---|---|---|---|
| Ausschuss für Tarif und Marketing der VRR AöR | Empfehlung | 18.09.2019 | ☐ |
| Unternehmensbeirat der VRR AöR | Empfehlung | 23.09.2019 | ☐ |
| Verwaltungsrat der VRR AöR | Entscheidung | 26.09.2019 | ☐ |

**Beschlussvorschlag:**

**Beschlüsse:**

**1. Tarifmaßnahmen 2020**

Wird nachgereicht.

**2. NRW-Tarif 2020**

Der Ausschuss für Tarif und Marketing und der Unternehmensbeirat empfehlen dem Verwaltungsrat die Zustimmung zum seitens des Kompetenzcenter Marketings (KCM) erarbeiten Preisvorschlag für die ab dem 01.01.2020 geltenden NRW-Pauschalpreise und –aufpreise. Den Anpassungen in den Beförderungsbedingungen NRW sowie den Tarifbestimmungen über den NRW-Tarif wird ebenfalls zugestimmt. Das Votum steht unter dem Vorbehalt der Zustimmung durch die weiteren Kooperationspartner.

**3. Tarifkooperationen**

Der Ausschuss für Tarif und Marketing und der Unternehmensbeirat empfehlen dem Verwaltungsrat die Zustimmung zu den dargestellten Tarifkooperationen des VRR zum Netz2020 Ticket der BOGESTRA und zur Vertragsverlängerung der WelcomeCard Ruhr.

Des Weiteren wird die Umsetzung des X-MAS Ticket, sowie die Freifahrt für aktive Soldaten*Innen in Uniform bei der DB Fernverkehr und der DB Regio zur Kenntnis genommen.

**4. Maßnahmen zur Kundenbindung 2020**

Der Ausschuss für Tarif und Marketing und der Unternehmensbeirat empfehlen dem Verwaltungsrat die Umsetzung und Evaluation der vorgelegten tariflichen Sonderangebote Nr. 1 bis 4 zur Kundenbindung für das Jahr 2020.

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

1. Einnahmen und Fahrten Januar – Juni 2019
2. Anträge und Anfragen aus dem 2. Sitzungsblock
3. Fortentwicklung OnDemand-Tarif
4. CityTicket
5. NRW-Beförderungsbedingungen für E-Tretroller

**Begründung/Sachstandsbericht:**

**Beschlüsse:**

**1. Tarifmaßnahmen 2020**

Wird nachgereicht.

**2. NRW-Tarif 2020**

**Ausgangslage**

Das Kompetenzcenter Marketing (KCM) hat als Koordinierungsstelle für den NRW–Tarif einen Preisvorschlag im Rahmen der gemeinsamen Sitzungen der Landesarbeitsgruppe (LAK) Nahverkehr zur preislichen Fortschreibung des NRW-Tarifs zum Tarifwechsel 01.01.2019 vorgestellt.

Insgesamt wird eine Preismaßnahme bei den PauschalpreisTickets, den RelationspreisTickets, dem SemesterTicket NRW sowie dem NRWplus-Tarif entsprechend der beigefügten Preistabelle (siehe Anlage 1) vorgeschlagen. So steigt beispielsweise der Preis des SchönerTagTickets NRW (STT NRW) Single von bisher 31,00 € auf 31,50 € (+ 1,61 %) an. Das EinfachWeiterTicket (EWT) Erwachsene steigt von 6,80 € auf 7,00 € (+ 2,94%). Sowohl das SchöneFahrtTicket NRW als auch die RelationspreisTickets (RPT) werden dagegen preislich nicht fortgeschrieben.

Neben der preislichen Fortschreibung des NRW Tarif 2020 wurden in der Sitzung des LAK Nahverkehr am 25. Juni 2019 die Verlängerung des Piloten zum EinfachWeiterTicket bis zum 31.12.2020 empfohlen. Darüber hinaus wurde das KCM beauftragt eine Ausweitung des EinfachWeiterTicket auf das Gebiet des WestfalenTarifs und damit eine landesweite Gültigkeit zu prüfen.

Zudem sind Anpassungen in den NRW Beförderungsbedingungen sowie in den Tarifbestimmungen über den NRW-Tarif vorgesehen, insbesondere die Mitnahme von E-Scootern und E-Tretrollern ist hier NRW-weit einheitlich geregelt. Details zu den entsprechenden Regelungen sind im Sachstandsbericht zu der Beförderungsbedingungen für E-Tretroller dargestellt.
Das KCM kann das formelle Tarifgenehmigungsverfahren erst dann einleiten, wenn alle Kooperationspartner in NRW dem vorliegenden Preisvorschlag zugestimmt haben. Insofern ist die Beratung und Beschlussfassung in den VRR–Gremien unter dem Vorbehalt zu betrachten, dass auch die übrigen acht Kooperationspartner ebenfalls zustimmen.

## 3. Tarifkooperationen

### *3.1. BOGESTRA: Netz 2020*

Vor dem Hintergrund der umfangreichen Anpassungen im Leistungsangebot der BOGESTRA in Bochum und Gelsenkirchen zum Fahrplanwechsel im Dezember 2019 (Netz 2020) ist die BOGESTRA auf den VRR zugekommen, um entsprechende Marketingaktivitäten und tarifliche Sonderangebote abzustimmen. Hierzu wurde die BOGESTRA von Seiten der Städte Bochum und Gelsenkirchen aufgefordert. Es sollen, Rabattierungen und/ oder tarifliche Sonderangebote zur Umstellung auf das Netz 2020 zu erarbeitet und entsprechende Mittel zur Finanzierung für diese Aktionen bereitgestellt werden.

Konkret beabsichtigt die BOGESTRA nun ein sogenanntes „Netz2020-Ticket“ (Arbeitstitel) in Anlehnung an das 4-StundenTicket zur Einführung des Netz 2020 (ab 15.12.2019) mit einer preislichen Rabattierung anzubieten. Für die Aktion ist ein noch festzulegendes Kontingent von mehreren Tausend Tickets vorgesehen. Insofern wird das vergünstigte Ticket nur für einen gewissen Zeitraum angeboten und ist damit auf wenige Woche befristet. Die BOGESTRA hat zugesichert über den Erfolg der Aktion zu berichten. Die anderen Verkehrsunternehmen im VRR sind informiert worden.

Der VRR hat das geplante Tarifangebot daraufhin auf die Vereinbarkeit mit den Vorgaben des Verbundgrundvertrages über die Kooperation der Verkehrsunternehmen im Verkehrsverbund Rhein-Ruhr mit der VRR AöR (Kooperationsvertrag) geprüft. Der VRR hat das be-

schriebenen Tarifangebot daraufhin auf die Vereinbarkeit mit den Vorgaben des Verbundgrundvertrages über die Kooperation der Verkehrsunternehmen im Verkehrsverbund Rhein-Ruhr mit der VRR AöR (Kooperationsvertrag) geprüft. Da das 4-StundenTicket bislang keine Gültigkeit in den A3 Städten des VRR hat, stellt das beschriebene Tarifangebot eine Veränderung in der Struktur und der Höhe des VRR-Tarifs dar. Für eine Zustimmung zu diesem Tarifwunsch ist deshalb eine Zustimmung durch die VRR Gremien erforderlich. Des Weiteren ist sichergestellt, das andere Verkehrsunternehmen in ihrer wirtschaftlichen Tätigkeit nicht benachteiligt werden. Aus diesem Grunde empfiehlt der VRR die Zustimmung zur Tarifkooperation in Bochum.

### *3.2. WelcomeCard Ruhr*

Im September-Sitzungsblock 2017 ist mit Drucksache Nr. M/IX/2017/0357 unter Ziffer 4 und der dazugehörenden Ergänzung im Nachtrag zur Drucksache Nr. M/IX/2017/0378 die Einführung der WelcomeCard Ruhr in Kooperation mit der Ruhr Tourismus GmbH (RTG) diskutiert und beschlossen.

Die Einführung der WelcomeCard Ruhr war ursprünglich für den Januar bzw. das Frühjahr 2018 vorgesehen, dementsprechend wurde im Rahmen der damaligen Beschlussfassung zunächst eine Pilotphase von zwei Jahren vorgesehen. Im Rahmen dieses Zeitraums sollten weitergehende Erkenntnisse in Bezug zum Nutzungsverhalten der Touristen gesammelt werden, unter anderem wurde hierzu eine begleitende Marktforschung nach dem ersten Verkaufsjahr vereinbart. Auf Basis dieser Vorgaben wurde mit sämtlichen Beteiligten, RTG, VRR und der STOAG als vertreibendes Verkehrsunternehmen und somit als Kundenvertragspartner (KVP), eine Vertragslaufzeit bis zum 31. Dezember 2019 festgelegt.

Aufgrund von Verzögerungen, unter anderem in Verbindung mit der vertrieblichen Ausgestaltung des Tickets, konnte der Start der WelcomeCard Ruhr erst im Oktober 2018 erfolgen. Das erste Verkaufshalbjahr war zudem von einigen technischen Hindernissen im Vertrieb geprägt, so dass die Kommunikation zur WelcomeCard Ruhr erst ab Sommer 2019 intensiver gestartet werden konnte. Insofern wird aus Sicht der Beteiligten eine Verlängerung des bestehenden Vertrages erforderlich. Vor dem Hintergrund des verzögerten Starts der WelcomeCard Ruhr und der ausstehenden Marktforschung sowie zur weitergehenden Analyse der Daten und Ergebnisse wird eine Verlängerung des Vertrages bis zum 30. Juni 2021 empfohlen. Die Marktforschung ist somit im Dialog mit der RTG voraussichtlich für das 2. Quartal 2020 vorgesehen. Im Anschluss daran erfolgt im 2. Halbjahr 2020 die Auswertung der Daten.

Darüber hinaus wurden im Rahmen der Ruhrkonferenz erste Gespräche zur Weiterentwicklung des Tarifangebotes geführt. Insbesondere ist angedacht, die WelcomeCard Ruhr mit

verbundweiten bzw. ruhrgebietsweiter Gültigkeit anzubieten. Hierzu wurde eine entsprechende Unterstützung des Landes in Aussicht gestellt. Der VRR wird hierzu vertiefenden Gespräche mit den weiteren Beteiligten führen und in den nächsten Gremiensitzungen berichten.

### *3.3. X-MAS Ticket Ruhr*

Im September-Sitzungsblock 2018 wurde mit Drucksache M/IX/2018/0471 das Konzept für eine Neuauflage eines Weihnachtsmarkttickets für die Weihnachtsmärkte in Bochum, Dortmund, Duisburg und Essen beschlossen. Nachdem dieses Konzept aus organisatorischen Gründen im Jahr 2018 nicht realisiert werden konnte, ist die Umsetzung für das Jahr 2019 unter dem Namen X-MAS Ticket Ruhr geplant.

An dem X-MAS Ticket Ruhr beteiligen sich nunmehr die Weihnachtsmärkte Essen, Duisburg und Dortmund mit den jeweiligen Stadtmarketing-Gesellschaften.

Das mit den Partnern entwickelte Modell beinhaltet die folgenden Rahmenbedingungen: verbundweite Gültigkeit im VRR für die Fahrten zu den drei genannten Weihnachtsmärkten innerhalb von 24 Stunden nach Entwertung.

Der Verkaufspreis liegt mit ca. 19,00 € gemäß Vertriebsrichtlinie oberhalb des Preises eines 24-StundenTickets der Preisstufe B (14,50 €). Der Wert der sonstigen Vergünstigungen beträgt ca. 15 €, der kalkulierte Fahrgeldanteil beträgt 5,17 € brutto.

Das Markvolumen wird auf 10.000 Kunden auf allen drei Weihnachtsmärkten geschätzt.

### *3.4. Freifahrt für Soldaten*Innen in Uniform*

Ab 1. Januar 2020 können aktive Soldaten*Innen in Uniform die Züge der DB (Fernverkehr und DB Regio) für dienstliche und private Fahrten kostenfrei nutzen. Hierzu wird ein eigenes Buchungsportal erstellt, in dem die gewünschten Zugverbindungen frei ausgewählt werden können. Für die Weiterfahrt in den Verbünden und NE-Bahnen hat die DB AG das Bundesverkehrsministerium an die entsprechenden Verbände, die BAG-SPNV und den VDV, als zentrale Ansprechpartner verwiesen. Die Verbände sowie der VRR unterstützen das Vorhaben zur Anerkennung und Wertschätzung der Soldaten*Innen, für die unentgeltliche Beförderung in Bussen und Bahnen entstehen jedoch Kosten, die auszugleichen sind. In welcher Höhe diese anfallen, wird derzeit durch die Verbände ermittelt. Diese sollten durch den Bund erstattet werden. Der VRR wird in den nächsten Gremiensitzungen über die weiteren Verhandlungen informieren.

**4. a. Maßnahmen zur Kundenbindung 2020**

Zurzeit erhalten die Stammkunden im VRR (Ticket1000, Ticket2000, BärenTicket, YoungTicketPLUS, SchokoTicket, Auflage ca. 740.000 Stück) 2 x pro Jahr ein Mailing mit Informationen, kleinen Rabatten sowie Freizeittipps (Vorlage M/IX/2017/0280). Dieses soll die Nutzung der Ticketprodukte auch für Freizeitaktivitäten attraktiveren und zur Weiterempfehlung motivieren. Für die Printmailings AboLust läuft zum Ende 2019 der Rahmenvertrag zum Druck aus.

Im Zuge der Weiterentwicklung der Kundenbindungsmaßnahmen und Ausrichtung auf die Ziele „Kundenbindung“ und „Anreize zur Nutzungsintensivierung“ gem. Marketingplan wurde gemeinsam mit den Verkehrsunternehmen in verschiedenen Arbeitsgruppen ein neues Konzept erarbeitet. Als Grundlage für diese Weiterentwicklung wurde im Jahr 2018 im Rahmen von Marktforschungsprojekten auch das Kundenverhalten von Abokunden untersucht. Das Ergebnis zeigte, dass eine aktive Kundenbindung u.a. durch die Belohnung für treue Nutzung von Bus und Bahn erreicht werden kann. Außerdem wurde festgestellt, dass die Zusatznutzen wie Mitnahme oder Übertragbarkeit nur eine geringe Bekanntheit aufweisen. Das Printmailing trifft heute nicht mehr die Kundenerwartungen, was sich u.a. in geringer Bekanntheit der AboLust ausdrückt. Außerdem erfordert der Rückgang der Abonnentenzahlen in den letzten fünf Jahren weiterreichende öffentlichkeitswirksame Anstrengungen in der Kundenaktivierung.

Auf Basis der Analysen und mit dem Ziel die Abokunden zu halten und insgesamt Neukunden zu gewinnen, hatte die Arbeitsgruppe aus Vertretern der Verkehrsunternehmen (Bogestra, DSW21, DVG, HST, Ruhrbahn Essen, Rheinbahn, SR, STOAG, SWK, VER, VEST, WSW mobil) und dem VRR die Aufgabe, konkrete Anforderungen an neue Kundenbindungsmaßnahmen für die Zukunft zu erarbeiten.

Als Rahmenbedingungen für Maßnahmen ab 2020 wurden folgende Grundlagen benannt:

- kurzfristig umsetzbar
- ohne technische Entwicklungen
- Kampagnen bleiben unberührt
- VRR-weite Gültigkeit
- unkompliziert und für den Kunden leicht erfassbar und verständlich

Es wurde berücksichtigt, dass die Verkehrsunternehmen als Kundenvertragspartner für die Gestaltung der Kundenbeziehung maßgeblich sind. Zudem sollte mit dem neuen Ansatz ein

verbundweit einheitliches und verbindliches Kundenbindungspaket erarbeitet werden, so dass evtl. entstehenden Mindereinnahmen alle VU gleichermaßen betreffen, durch diese getragen bzw. durch die beabsichtigten Neukundeneffekte ausgeglichen werden. Die Arbeitsgruppe hat im Folgenden verschiedene Ideen für eine Umsetzung erarbeitet, die in Abstimmung mit sämtlichen Verkehrsunternehmen bestätigt und empfohlen wurden.

**4. b. Maßnahmen der Kundenbindung 2020 durch Sondertarifmaßnahmen**

Die Ideen für Kundenbindungsmaßnahmen im Jahr 2020 wurden in Form der folgenden Maßnahmensteckbriefe vorgestellt und durch die KViV AK MTV zum Beschluss empfohlen:

1. **Ticketfreie Fahrt in 2020 am eigenen Geburtstag für Gelegenheitsfahrer sowie Mitnahme von zwei zusätzlichen erwachsenen Personen für Abonnenten an deren Geburtstag anlässlich „40 Jahre VRR“**

   Ziel: Aufmerksamkeit für den ÖPNV/VRR erzeugen, Stammkunden honorieren

   a. Gelegenheitskunden: Kundenbindung und Neukundengewinnung mit ticketfreier Fahrt, der Lichtbildausweis wird zum Ticket

   b. Abonnenten: Kundenbindung, Zusatznutzen in den Fokus stellen, Erweiterung der Personenmitnahme am Geburtstag mit Lichtbildausweis und Aboticket

2. **Ganztägige Personenmitnahme mit Ticket2000 und BärenTicket im Geltungsbereich in den Osterferien 2020**

   Ziel: Kundenbindung

   - Zusatznutzen der Personenmitnahme bei den Abokunden in den Fokus stellen, die mitgenommenen Personen auf die Nutzung von Bus und Bahn aufmerksam machen (Neukundengewinnung)

     ➢ Abwicklung durch VRR und Verkehrsunternehmen

3. **Ticket1000 Test-Upgrade auf Ticket2000 Abo**

   Ziel: Wechsel der Ticket1000 Kunden auf das Ticket2000 anreizen, Zusatznutzen in den Fokus stellen und bei den Ticket1000 Kunden bekannt machen,

   ➢ Abwicklung erfolgt über die Verkehrsunternehmen.

4. **„BlackFridayTicket“ 24-StundenTicket für 5 €**

   Das 24-StundenTicket, eine Person in der Preisstufe D ist für 5 € zu erwerben.

Ziele:

- Kundenbindung und Neukundengewinnung,
- Im Ticketshop wird ein neues BlackFridayTicket für den 27.11.2020 angelegt, Sichtbarkeit und Kauf des Tickets ist 30 Tage vor dem 27.11.2020 möglich, der Tag der Einlösung und Nutzung zur Fahrt ist nur der 27.11.2020,
- Aktivieren von Gelegenheitskunden zu Mehrfahrten und von Neukunden zur Registrierung im Ticketshop.
    - Abwicklung erfolgt über VRR und Verkehrsunternehmen

Die weiteren Details sind den Steckbriefen im Anhang zu entnehmen.
Der VRR Verwaltung ist es ein Anliegen im Bereich der Kundenbindung für das Jahr 2020 ein Maßnahmenbündel zu schnüren, dass alle Zielgruppen vom Gelegenheits- bis zum Stammkunden, vom Onlinekäufer bis zum klassischen Vertrieb abdeckt. Jeder der vier vorgeschlagenen Ansätze wird um ein passendes Kommunikationskonzept und ein systematisches Evaluationskonzept ergänzt, so dass eine mögliche Fortsetzung in den Folgejahren (Maßnahmen 2-4) fundiert erwogen und ggf. erneut zur Beschlussfassung vorgelegt werden kann.

**Anlage: Maßnahmen Kundenbindung und -gewinnung für den VRR-Tarif 2020**

| **1. „40 Jahre VRR-Tarif“ im Jahr 2020<br>für Gelegenheitsfahrer ticketfreie Fahrt am Geburtstag<br>für Abonnenten an deren Geburtstag: Mitnahme von zwei zusätzlichen erwachsenen Personen** | |
|---|---|
| Ziel | Kundenbindung, Testaktion zur Neukundengewinnung, Imagesteigerung<br>Abokunden- Zusatznutzen in den Fokus bringen |
| Zielgruppe/Ausprägung | - **Gelegenheitskunden/Neukunden**:<br>Ticketfreie Fahrt im Jahr 2020 für alle Personen am eigenen Geburtstag im gesamten VRR-Raum.<br>Der Lichtbildausweis mit Geburtsdatum wird zum Ticket.<br>- **Alle Stammkunden (Abonnenten)**:<br>dürfen an ihrem Geburtstages 2020 zusätzlich zwei erwachsene Personen ganztägig mitnehmen, d.h:<br>**<u>Werktags vor</u> 19.00 Uhr für Abonnenten**:<br>Mitnahme **im Geltungsbereich** von zwei zusätzlichen erwachsenen Personen<br>**<u>Werktags nach</u> 19.00 Uhr und am Wochenende ganztags für Abonnenten**: |

| | |
|---|---|
| | **Mitnahme im gesamten VRR**<br>- SchokoTicket: 2 erw. Personen<br>- YoungticketPLUS: 3 erw. Personen<br>- Ticket1000: 2 erw. Personen, 3 Kinder<br>- Ticket2000 und BärenTicket: 3 erw. Personen und 3 Kinder |
| Wirtschaftliche Auswirkungen | Expertenteam des KViV AK „Wirtschaftliche Angelegenheiten“ hat am 13.06.2019 der Maßnahme zugestimmt.<br>Geburtstagsfreifahrt: ca. 250 Tsd. €<br>Personenmitnahme: ca. 200 Tsd. € |
| Messbarkeit | Multiplikatoren/ Werber befragen, z.B. Gewinnspiel<br>Rückmeldung der Abonnenten durch VU |
| Kommunikation/Abwicklung | Information zur Aktion an:<br>- Abonnenten: Kontakt über VU<br>- Neukunden/Gelegenheitskunden: Plakate, KundenCenter, Fahrzeuge<br>- Start der Bewerbung ab Dezember 2019<br>- Online, Presse, Webseiten VRR und VU<br><br>Beisp: Geburtstags-E-Mails nutzen, um auf Freifahrt hinzuweisen z.B. auch bei Querverbundunternehmen |
| Technikanforderung | - Abgleich des Geburtstagsdatums bei Kontrolle des Tickets<br>- Shops: kein Handlungsbedarf<br><br>Kommunikation der Regelung an Prüfpersonal (VU) erforderlich, keine Abbildung im System notwendig. |
| Zeitplan/Ablauf | Konzeption mit VU: 2019<br>Umsetzung in 2019<br>Mitarbeiter-/ Prüfpersonalinfo vom VRR (Campus) |

<table>
<tr><th colspan="2">2. Ganztägige Personenmitnahme für Ticket2000 und BärenTicket</th></tr>
<tr><td>Ziel</td><td>Kundenbindung, Testaktion zur Neukundengewinnung, Zusatznutzen „Personenmitnahme“ in den Fokus bringen, sowie weitere Zusatznutzen kommunizieren</td></tr>
<tr><td>Zielgruppe/Ausprägung</td><td>- Ticket2000 und BärenTicket, Preisstufe A-D<br>- ganztägige Personenmitnahme in den Osterferien (06.-18.4.2020; 8 Arbeitstage) im Geltungsbereich des vorhandenen Tickets<br><u>Werktags vor</u> 19:00 Uhr für Abonnenten:<br>- Mitnahme von einer zusätzlichen erwachsenen Person im Geltungsbereich<br><br><u>Werktags nach</u> 19.00 Uhr und am Wochenende ganztags für Abonnenten:<br>- Ticket2000 und BärenTicket: Mitnahme von 2 erw. Personen und 3 Kindern im Geltungsbereich</td></tr>
<tr><td>Wirtschaftliche Auswirkungen</td><td>Expertenteam des KViV AK „Wirtschaftliche Angelegenheiten“ hat am 13.06.2019 der Maßnahme zugestimmt.<br>Der Aktionszeitraum behindert die geplanten Fahrgasterhebungen nicht!<br><br><table><tr><th>Ticket</th><th>Abo-Zahl</th></tr><tr><td>Ticket2000</td><td>232.221</td></tr><tr><td>BärenTicket</td><td>42.880</td></tr><tr><td>Summe</td><td>275101</td></tr></table>Meldungen von 3/19<br><br>Ca. 200.Tsd. €</td></tr>
<tr><td>Messbarkeit</td><td>- Gewinnspiel im Anschreiben zur Messung der Akzeptanz<br>- Facebookumfrage</td></tr>
<tr><td>Kommunikation/Abwicklung</td><td>vor Ostern 2020<br>Info der Abokunden per Direktmailing, zentrale Abwicklung durch den VRR, Kontakt/Kundenadressen über VU</td></tr>
<tr><td>Technikanforderung</td><td>Kommunikation der Regelung an Prüfpersonal, keine Abbildung im System!</td></tr>
<tr><td>Zeitplan/Ablauf</td><td>- Ausschreibung/Beauftragung - VRR<br>- Abstimmung mit VU<br>- Umsetzung der Maßnahme<br>- ggf. Datenschutzvereinbarung zwischen Druckerei und VU<br>- Dateizulieferung der Abonnenten Adressen durch VU</td></tr>
</table>

| **3. Ticket1000 Test-Upgrade<br>Wechsel vom Ticket1000 – Ticket2000 fördern** | |
|---|---|
| Ziel | 1. Information der Ticket1000-Abonnenten über Mehrwerte des Ticket2000 =>Kommunikation der Ticket2000 Zusatznutzen<br>2. Attraktiveren des Ticket2000<br>3. Mehreinahmen durch upgrade, bei Verbleib im Ticket2000 nach upgrade Phase |
| Zielgruppe/Ausprägung | Ticket1000 Abonnenten (aller Preisstufen) können **3 Monate (ab 1. Mai, 1. Juni und 1. Juli; Laufzeit bis Ende September)** das Ticket2000 in der gleichen Preisstufe mit allen Zusatznutzen ohne Aufpreis testen;<br><br>- Ticket1000 aller Preisstufen, Upgrade nur innerhalb der ursprünglichen Preisstufe möglich |
| Wirtschaftliche Auswirkungen | - Bisher positive Erfahrungen der VU (ca. 50% Konversionsrate)<br>- Aktion generiert bei Umstieg dauerhafte Mehreinnahmen<br><br>Kosten für das Mailing sind aus dem VU-Marketingbudget zu übernehmen.<br>Einnahmenaufteilung: Es wird im Aktionszeitraum ein Ticket2000 gemeldet und keine Ausgleichszahlungen geleistet, da es sich um eine verbundweite Umsetzung handelt. |
| Messbarkeit | Die direkte Messbarkeit der Umsteiger auf Ticket2000 ist möglich. Auswertung:<br>- Anzahl der Direkt-Wechsler<br><br>- Anzahl der Konversion nach 3. Monat |
| Kommunikation/Abwicklung | - Aktion im **Frühsommer 2020**<br>- Direktmailing durch VU |
| Technikanforderung | Kein Handlungsbedarf |
| Zeitplan/Ablauf | VU:<br>- Filtern der Ticket1000 Kunden und Anschreiben<br>- Umstellen der Kunden im Hintergrundsystem auf Ticket2000<br>- Ausgabe/Versand der Chipkarte Ticket2000<br>- Rückabwicklung bei Kündigung: Übersendung des Ticket1000 oder<br>- Abbuchung des Ticket2000-Betrages ab 4. Monat<br>- EA-Meldung als Ticket2000<br>- Einstellen von Marketingbudget bei VU für Mailingkosten (pro Ticket1000 Kunden zu kalkulieren) |

| **4. „BlackFridayTicket“ = 24-StundenTicket der PST D, eine Person für 5 €** | |
|---|---|
| Zielsetzung | Kundenbindung, Testaktion zur Neukundengewinnung, Generierung von Registrierungen in den App-Shops |
| Zielgruppe/Ausprägung | Jeder Nutzer von Bus und Bahn, nur Online-/Mobile-Kauf<br><br>Gesondertes Ticketprodukt „BlackFridayTicket“ :<br>- 24-StundenTicket der Preisstufe D, eine Person für 5 €<br>- Verkauf nur 30 Tage vor dem 27.11.2020<br>- Ticket nur gültig am 27. November 2020<br>- Kein Kauf für Dritte möglich |
| Wirtschaftliche Auswirkungen | - Kaufpreis: 5 €<br>- durchschnittliche Einnahme pro 24-StundenTicket: 10,60 €<br>- Kauf des 24-StundenTickets PST D im Vergleichszeitraum November 2018 = 92.000 Tickets je Monat<br>- Potential der Kannibalisierung: ca.3.000 Stück (Durchschnittliche Nutzung an einem Tag)<br>- Zzgl. Chancen zur Neuregistrierung in allen Apps, Abbau der Zugangsbarriere Registrierung, Mehrverkäufe und –Einnahmen<br>- Da Nutzung nur auf einen Tag beschränkt ist, sehr geringes/kein Missbrauchspotenzial |
| Messbarkeit | - Direkt Messbarkeit über die Verkaufszahlen möglich |
| Kommunikation/Abwicklung | - Große Aufmerksamkeit der Aktion vor dem Black Friday<br>- preisgünstige, öffentlichkeitswirksame Neuregistrierung<br>- Erstmalige, attraktive Onlineaktion steigert Image und Akzeptanz der App/Ticketshops<br>- Gewünschte Kundenbindung auch für Onlinekäufer<br>- Bekanntmachung und Verkaufsförderung des<br>- 24-StundenTickets |
| Technikanforderung | - Einstellen eines neuen „BlackFridayTickets“ für 5 € in die Shops |
| Zeitplan/Ablauf | - Abstimmung mit VU nach technischer Umsetzung<br>- Kommunikationskonzept bis 06/2020<br>- Umsetzung der Maßnahme bis 10/2020 |

**Sachstände:**

**1. Einnahmen und Fahrten Januar – Juni 2019**

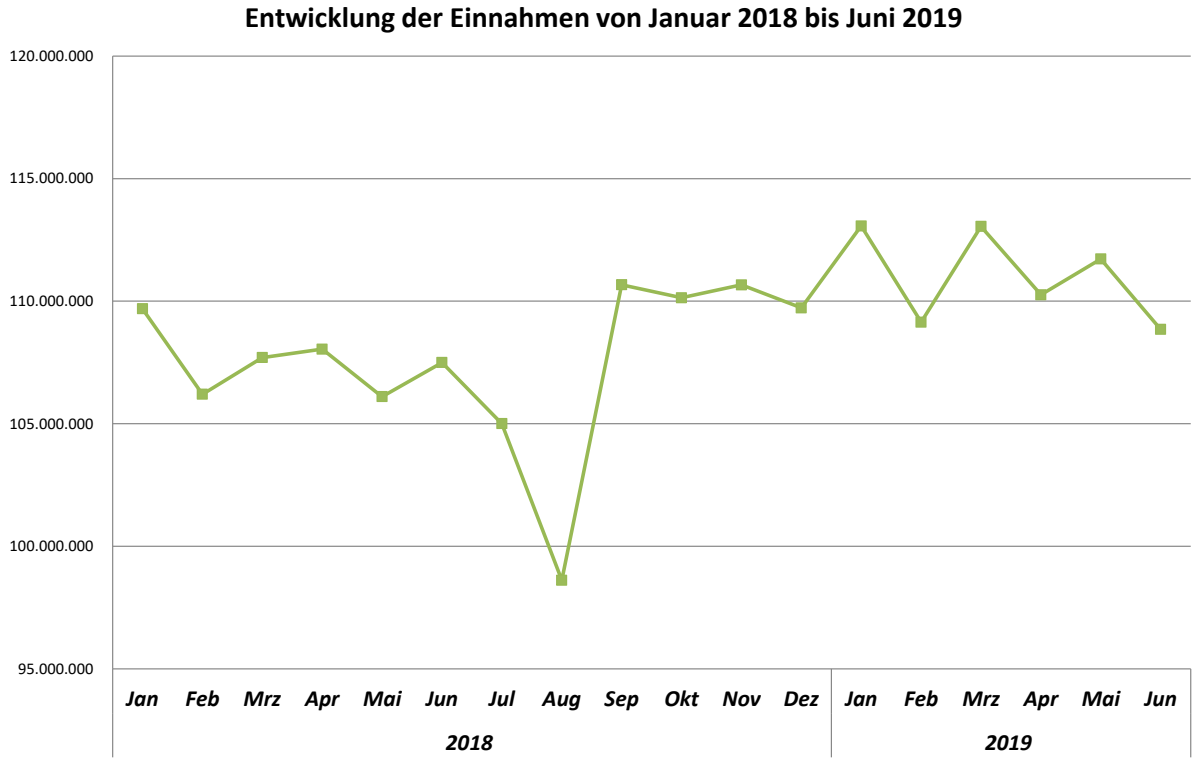
Die sehr positive Entwicklung setzt sich auch im zweiten Quartal 2019 fort, die Einnahmen sind von 645,2 Mio. € auf 666,1 Mio. € um + 20,9 Mio. € gestiegen (+ 3,2 %).

Die Regelzeitkarten sind von 219,4 Mio. € auf 224,8 Mio. € um 5,3 Mio. € (+ 2,4 %) gestiegen, die SemesterTickets verzeichnen einen Zuwachs von 1,7 Mio. € auf 37,9 Mio. € (+ 4,7 %) und auch die FirmenTickets haben sich mit 2,7 Mio. € (+ 5,1 %) erfreulich entwickelt. Die Einnahmen der AzubiTickets sind nach der Reform im letzten Jahr im ersten Halbjahr 2019 um 4,1 Mio. € gestiegen, ein Plus von 15,4 % und die SchülerTickets sind um 0,7 Mio. € (+ 0,6 %) gestiegen.

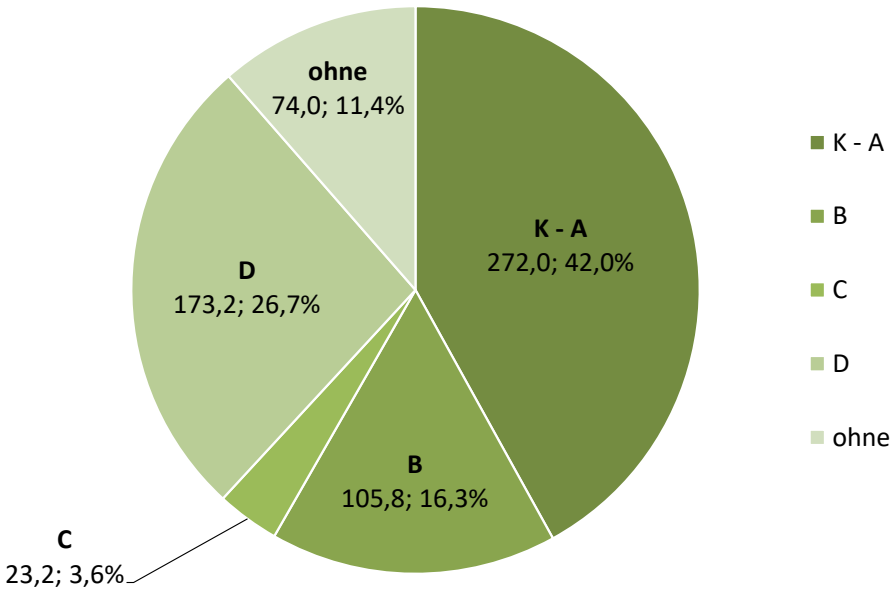
Auch das Barsortiment verzeichnet bis Juni 2019 eine Einnahmesteigerung von 7,5 Mio. € (+ 5,7 %), davon allein das EinzelTicket + 4,0 Mio. €.

Die Fahrten im VRR zeigen im Betrachtungszeitraum mit + 1,7 Mio. Fahrten (+ 0,3 %) eine leicht positive Entwicklung.

Beim SozialTicket sind die Einnahmen bis Juni 2019 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 2,6 Mio. € (- 5,4 %) gesunken. Die Absatzzahlen verzeichnen einen Rückgang von 6,3 %. Im Monatsdurchschnitt beträgt die Zahl der SozialTicketkunden aktuell rd. 145 Tsd., dies entspricht einer Nutzerquote von 10,8 % der Anspruchsberechtigten.



**Einnahmeanteile Januar bis Juni 2019 in Mio. € nach Preisstufen**



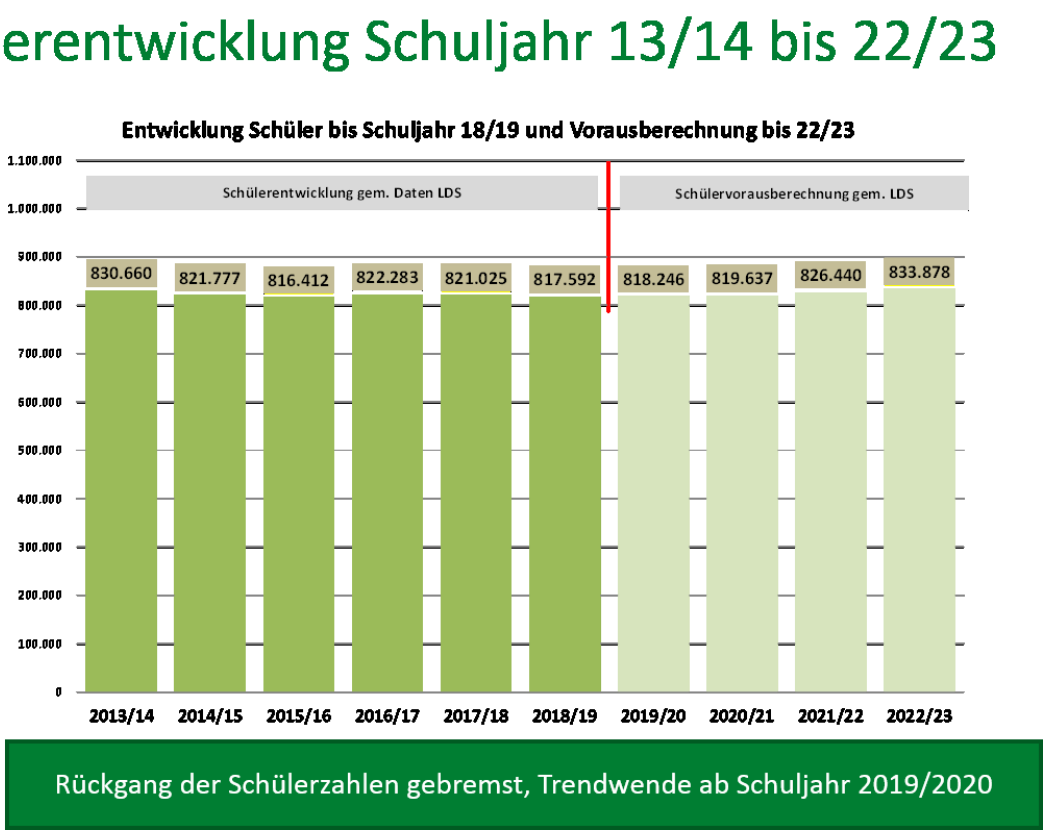
## Absatz-, Einnahmen- und Fahrtenveränderung zum Vorjahreszeitraum
**- nach Ticketgruppen -**

| | | GESAMT | | Veränderung zum Vorjahr absolut | Veränderung zum Vorjahr in % |
|---|---|---|---|---|---|
| | Ticketgruppe | Jan-Jun 2018 | Jan-Jun 2019 | | |
| Summe von Absatz | Barsortiment | 31.147.508 | 31.369.423 | 221.915 | 0,7 |
| | davon EinzelTicket Erwachsene | 22.880.944 | 22.915.746 | 34.802 | 0,2 |
| | davon 4erTicket Erwachsene | 2.987.783 | 2.967.846 | -19.937 | -0,7 |
| | 4-StundenTicket | 0 | 216.156 | 216.156 | |
| | TagesTicket/24h/48h-Varianten | 891.199 | 935.370 | 44.171 | 5,0 |
| | FirmenTickets | 785.472 | 802.082 | 16.610 | 2,1 |
| | davon FirmenTicket 100/100-Modell | 382.537 | 361.803 | -20.734 | -5,4 |
| | davon FirmenTicket GroKu-Modell | 289.712 | 323.296 | 33.584 | 11,6 |
| | davon FirmenTicket Rabatt-Modell | 113.223 | 115.479 | 2.256 | 2,0 |
| | davon FirmenTicket AZ-Modell | 0 | 1.504 | 1.504 | |
| | Regelzeitkarten | 2.838.707 | 2.838.433 | -274 | 0,0 |
| | davon Ticket2000 Abo (inkl. 9 Uhr) | 1.426.537 | 1.391.515 | -35.022 | -2,5 |
| | davon Ticket1000 Abo (inkl. 9 Uhr) | 542.937 | 543.629 | 692 | 0,1 |
| | davon Ticket1000/2000 - MK/WK (inkl. 9 Uhr) | 616.959 | 645.269 | 28.310 | 4,6 |
| | davon BärenTicket | 252.274 | 258.020 | 5.746 | 2,3 |
| | Schüler/AzubiTickets | 2.866.661 | 2.893.276 | 26.615 | 0,9 |
| | davon SchokoTicket Selbstzahler | 1.294.176 | 1.283.931 | -10.245 | -0,8 |
| | davon YoungTicketPLUS gesamt | 433.604 | 490.149 | 56.545 | 13,0 |
| | SemesterTickets | 1.539.415 | 1.551.778 | 12.363 | 0,8 |
| | SozialTickets | 963.383 | 902.668 | -60.715 | -6,3 |
| | 1. Klasse Zuschlag | 14.147 | 13.349 | -798 | -5,6 |
| | ÜT-Tarif | 687.815 | 723.394 | 35.579 | 5,2 |
| | KombiTickets | 2.125.391 | 1.977.152 | -148.239 | -7,0 |
| | Sonstiges | 114 | 71 | -43 | -37,7 |
| Summe von Einnahmen | Barsortiment | 132.077.013 | 139.605.488 | 7.528.475 | 5,7 |
| | davon EinzelTicket Erwachsene | 72.073.786 | 76.114.224 | 4.040.438 | 5,6 |
| | davon 4erTicket Erwachsene | 32.735.535 | 33.554.959 | 819.424 | 2,5 |
| | 4-StundenTicket | 0 | 907.855 | 907.855 | |
| | TagesTicket/24h/48h-Varianten | 11.989.147 | 12.965.619 | 976.472 | 8,1 |
| | FirmenTickets | 52.370.919 | 55.038.776 | 2.667.857 | 5,1 |
| | davon FirmenTicket 100/100-Modell | 21.462.726 | 20.874.959 | -587.767 | -2,7 |
| | davon FirmenTicket GroKu-Modell | 21.955.549 | 24.792.600 | 2.837.051 | 12,9 |
| | davon FirmenTicket Rabatt-Modell | 8.952.644 | 9.264.678 | 312.034 | 3,5 |
| | davon FirmenTicket AZ-Modell | 0 | 106.540 | 106.540 | |
| | Regelzeitkarten | 219.448.928 | 224.753.159 | 5.304.231 | 2,4 |
| | davon Ticket2000 Abo (inkl. 9 Uhr) | 107.618.528 | 107.715.704 | 97.176 | 0,1 |
| | davon Ticket1000 Abo (inkl. 9 Uhr) | 38.776.689 | 39.534.348 | 757.659 | 2,0 |
| | davon Ticket1000/2000 - MK (inkl. 9 Uhr) | 51.181.558 | 54.616.733 | 3.435.175 | 6,7 |
| | davon BärenTicket | 21.872.156 | 22.886.374 | 1.014.218 | 4,6 |
| | Schüler/AzubiTickets | 139.529.280 | 144.357.220 | 4.827.940 | 3,5 |
| | davon SchokoTicket Selbstzahler | 46.590.336 | 47.120.268 | 529.932 | 1,1 |
| | davon YoungTicketPLUS gesamt | 26.650.850 | 30.758.790 | 4.107.940 | 15,4 |
| | SemesterTickets | 36.246.116 | 37.945.008 | 1.698.892 | 4,7 |
| | SozialTicket inkl. Zuwendung | 48.222.444 | 45.612.864 | -2.609.580 | -5,4 |
| | 1. Klasse Zuschlag | 857.223 | 817.306 | -39.917 | -4,7 |
| | ÜT-Tarif | 12.691.714 | 13.131.101 | 439.387 | 3,5 |
| | KombiTickets | 3.711.176 | 4.733.401 | 1.022.225 | 27,5 |
| | Sonstiges | 84.683 | 98.791 | 14.108 | 16,7 |
| Summe von Fahrten | Barsortiment | 42.884.349 | 43.669.522 | 785.173 | 1,8 |
| | davon EinzelTicket Erwachsene | 22.880.944 | 22.915.746 | 34.802 | 0,2 |
| | davon 4erTicket Erwachsene | 11.951.132 | 11.871.384 | -79.748 | -0,7 |
| | 4-StundenTicket | 0 | 540.390 | 540.390 | |
| | TagesTicket/24h/48h-Varianten | 3.559.605 | 3.682.567 | 122.962 | 3,5 |
| | FirmenTickets | 37.056.157 | 38.849.189 | 1.793.032 | 4,8 |
| | davon FirmenTicket 100/100-Modell | 11.093.573 | 10.492.287 | -601.286 | -5,4 |
| | davon FirmenTicket GroKu-Modell | 18.716.312 | 20.867.892 | 2.151.580 | 11,5 |
| | davon FirmenTicket Rabatt-Modell | 7.246.272 | 7.390.656 | 144.384 | 2,0 |
| | davon FirmenTicket AZ-Modell | 0 | 98.354 | 98.354 | |
| | Regelzeitkarten | 169.717.722 | 169.426.363 | -291.359 | -0,2 |
| | davon Ticket2000 Abo (inkl. 9 Uhr) | 91.094.464 | 88.952.935 | -2.141.529 | -2,4 |
| | davon Ticket1000 Abo (inkl. 9 Uhr) | 30.967.365 | 31.057.397 | 90.032 | 0,3 |
| | davon Ticket1000/2000 - MK (inkl. 9 Uhr) | 36.303.563 | 37.805.131 | 1.501.568 | 4,1 |
| | davon BärenTicket | 11.352.330 | 11.610.900 | 258.570 | 2,3 |
| | Schüler/AzubiTickets | 217.432.442 | 219.398.379 | 1.965.937 | 0,9 |
| | davon SchokoTicket Selbstzahler | 98.357.376 | 97.578.756 | -778.620 | -0,8 |
| | davon YoungTicketPLUS gesamt | 32.520.300 | 36.761.175 | 4.240.875 | 13,0 |
| | SemesterTickets | 46.182.450 | 46.553.340 | 370.890 | 0,8 |
| | SozialTicket | 58.766.363 | 55.062.748 | -3.703.615 | -6,3 |
| | 1. Klasse Zuschlag | 0 | 0 | 0 | |
| | ÜT-Tarif | 6.120 | 0 | -6.120 | |
| | KombiTickets | 68.764 | 813.188 | 744.424 | |
| | Sonstiges | 0 | 0 | 0 | |
| **Gesamt: Summe von Absatz** | | 42.968.613 | 43.071.626 | 103.013 | 0,2 |
| **Gesamt: Summe von Einnahmen** | | 645.239.496 | 666.093.115 | 20.853.619 | 3,2 |
| **Gesamt: Summe von Fahrten** | | 572.114.367 | 573.772.728 | 1.658.361 | 0,3 |

**Schülermarkt**

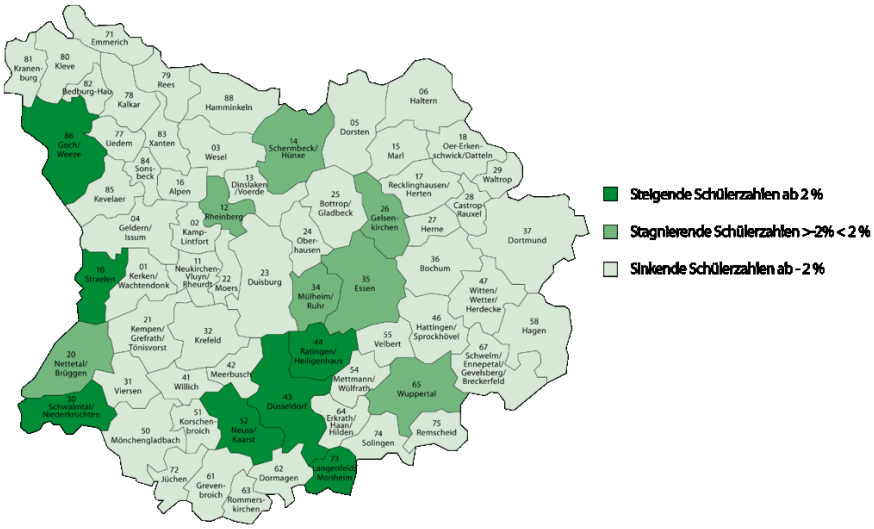
Im Rahmen des 2. Sitzungsblock der VRR–Gremien 2019 wurde über die Beauftragung des VRR, die derzeitige Situation und die prognostizierte Entwicklung des Schülermarktes zu analysieren und denkbare alternative Handlungsszenarien zu den bestehenden Finanzierungsmechanismen des Schokotickets aufzuzeigen, berichtet.

In den letzten Jahren verzeichnete die Schülerentwicklung im VRR einen stetigen Rückgang der Schülerzahlen. Seit dem Schuljahr 2019/2020 ist hier eine Trendwende zu erkennen.




Stadt- bzw. gemeindebezogen betrachtet zeigt sich eine sehr heterogene Landschaft im Gebiet VRR. So sind in einzelnen Städten und Tarifgebieten steigende sowie stagnierende Schülerzahlen verzeichnet worden. In vielen Kommunen wurden aber sinkende Schülerzahlen dokumentiert.

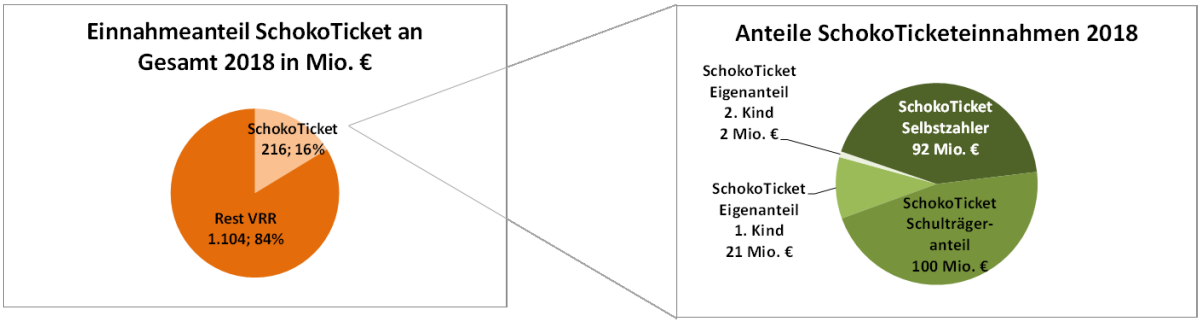
## VRR-weite und stadtbezogene Entwicklung




Heterogene Landschaft

Die Erlöse aus dem Schülermarkt sind im VRR ein wichtiger Einnahmebestandteil. Mit rd. 216 Mio. € jährlicher Einnahme machen Schülerverkehre rd. 16% der Gesamteinnahme im VRR aus. Außerdem stellen die rd. 820 Tsd. Schülerinnen und Schüler 10,5% der Bevölkerung im VRR (7,8 Mio. Einwohner) dar und bilden eine wichtige Zielgruppe. Nicht zuletzt die jüngste Motivationswende bei Schülern, sich mit Nachhaltigkeit und umweltbewussten Verhalten zu beschäftigen und damit Verantwortung für die Zukunft zu übernehmen (Friday for Future), zeigt die Bedeutsamkeit dieser Zielgruppe. Heutige Schüler sind die Berufspendler von morgen, der Schülermarkt ist somit Gegenwart und Zukunft zugleich.

## Bedeutung der Einnahmen Schülersegment




SchokoTicket = bedeutsame Einnahmegröße

2 gleichgewichtige Säulen des Schülermarkts: Freifahrtberechtigt Schüler und selbstzahlende Schüler

Im Schülermarkt sind in den letzten Jahren wesentliche Veränderungen insbesondere durch

Verlagerungen von Schulstandorten verzeichnet worden. In der Schulstandortpolitik sind verschiedene Trends zu beobachten.

- Zusammenlegung von Schulen wegen sinkender Schülerzahlen => ein Teil der Schulen schließt. => Anzahl freifahrtberechtigter Schüler steigt.
- Einführung Sekundarschulen => Realschulen und Hauptschulen werden geschlossen bzw. zu Sekundarschulen zusammengeführt.
- Verstärkt Inklusionsklassen => Förderschulen werden geschlossen. => neue Schulwege.

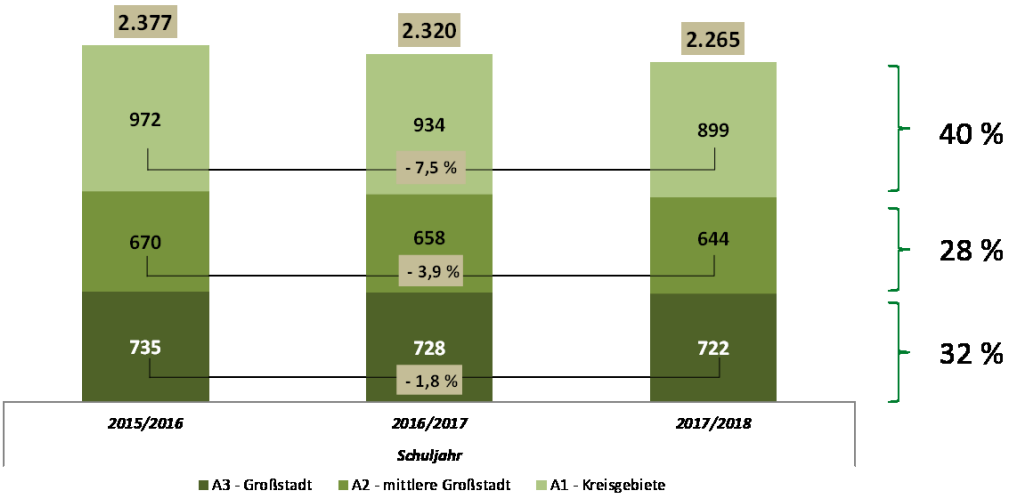
Schulschließungen führen zu längeren Schulwegen, diese führen zu mehr anspruchsberechtigten Schülerinnen und Schülern bei gleichbleibender oder sinkender Anzahl Schüler.

Im Mai dieses Jahres erfragte die VRR AöR bei den VRR-Verkehrsunternehmen schulträgerbezogene Schülerdaten, um stadt-/gemeindebezogenen Betrachtungen in die Analyse einbeziehen zu können. Erste Untersuchungen der Daten ergeben ein heterogenes, vielfältiges Bild.

Aktuell bestehen verbundweit 237 SchokoTicket-Verträge. 112 davon wurden mit privaten und 125 mit öffentlichen Schulträgern abgeschlossen. Von 143 Verträgen mit pauschalem Abrechnungsverfahren beinhalten 70 Verträge eine, im Jahre 2009 eingeführte, Revisionsklausel.

Bei den 73 SchokoTicket-Verträgen mit pauschalem Abrechnungsverfahren, ohne Revisionsklausel, sind mit der geänderten Schulstandortpolitik Risiken für Verkehrsunternehmen verbunden auf potentielle Einnahmen zu verzichten. Alle Verträge mit pauschalem Abrechnungsverfahren sind von einem Wechsel von ehemals selbstzahlenden SchokoTicketkunden hin zu anspruchsberechtigten Schülerinnen und Schülern mit einem dann für diese Kunden preislich deutlich niedrigeren Eigenanteil betroffen. Insoweit verbleiben für die Kunden lediglich Eigenanteile von 12 oder 6 Euro statt des Selbstzahlerpreises von monatlich 36,70 Euro

## Entwicklung Schulstandorte bei Schulträgern




Schulstandorte in den letzten drei Jahren rückläufig durch Schulschließungen und –zusammenlegungen, insbesondere im ländlichen Raum
Längerer Schulweg ⇨ Wechsel von SZ zu Anspruchsberechtigten ⇨ weniger Einnahmen für VU

Hinzu kommen diverse Auffälligkeiten bei der Finanzierung des SchokoTickets, die immer häufiger deutlich werden.

In den Verträgen wird Bezug genommen auf Schulträgerzahlungen vor der Einführung des SchokoTickets. Dies ist rd. 20 Jahre her und kann die sich wandelnden Rahmenbedingungen nur zum Teil abbilden. Bei Prüfungen des Gemeindeprüfungsamtes treten gelegentlich Fragen nach den Finanzierungssäulen auf. Gesetzliche bedingte Deckelungen (§2 Schülerfahrkostenverordnung) verhindern zudem Preisanpassungen bei den Eigenanteilen (12,-€ für das 1. Kind seit 2012 erreicht, 6,- € für das 2. Kind bereits seit 2009) und in absehbarer Zeit auch bei Schulträgerleistungen insgesamt.

Als erstes Fazit kann festgestellt werden, dass das SchokoTicket ein wirkliches Erfolgsmodell ist. Hohe Kundenakzeptanz auf der einen Seite und erfolgreiche Zusammenarbeit mit Kommunen und Land auf der anderen Seite, machen es zum Leuchtturmprojekt weit über die VRR-Grenzen hinaus. Aus unterschiedlichsten Perspektiven heraus besteht nunmehr Handlungsbedarf für eine einfache, transparente und dauerhaft nachhaltige Finanzierung. Insofern arbeitet der VRR in Abstimmung mit den Verkehrsunternehmen an verschiedenen Handlungsszenarien für das Schülersegment.

**2. Anträge und Anfragen aus dem 2. Sitzungsblock**

**Antrag der Fraktionen von CDU, SPD und Bündnis90/Grüne**

**1. Verbundweiter, ticketfreier Nahverkehrstag 2020**

Der VRR wurde von Seiten des Verwaltungsrates mit der Planung eines verbundweiten, ticketfreien Nahverkehrstages beauftragt. Ähnliche Aktionen wurden in diesem Jahr bereits im Verkehrsverbund Rhein-Sieg (VRS) am 13. Juni 2019 durchgeführt. Außerdem findet in der Landeshauptstadt Düsseldorf am 15. September 2019 ein ticketfreier Nahverkehrstag statt. Die Erfahrungen in VRS waren insgesamt positiv, detaillierte Erkenntnisse in Bezug zum Erfolg stehen leider nicht zur Verfügung. Allgemein wurden positive Kundenrück-meldungen verzeichnet, zudem gab es ein gutes Medienecho. Die Wirkung auf die Kunden-bindung oder Neukundengewinnung konnte nicht ermittelt werden.

Die Erfahrungen aus dem ticketfreien Tag in Düsseldorf am 15. September werden noch abgewartet und dann bei der weiteren Konzeptionierung für den verbundweiten ticketfreien Tag im VRR berücksichtigt.

In Orientierung an die Aktionen im VRS und in Düsseldorf schlägt der VRR für einen verbundweiten ticketfreien Nahverkehrstag vor ebenfalls einen Sonntag auszuwählen.
Als mögliche Termine für den ticketlosen Nahverkehrstag kommen aus Sicht der Verwaltung die folgenden Sonntage in Frage:

1. Sonntag in der europäischen Woche der Mobilität (20.09.2020)
2. Tag des Hauptkundenevents zum Jubiläum des VRR-Tarifs (Termin offen)
3. Tag der Kommunalwahl in NRW (Termin offen)

Es wird empfohlen, den ticketfreien Nahverkehrstag am gleichen Tag wie der VRS durchzuführen, falls dieser wie angekündigt in 2020 wiederholt werden sollte. Hierdurch sind die Verkehrsunternehmen im Kragenbereich zwischen VRS und VRR nur einmal von der Aktion und den entgehenden Einnahmen betroffen.

Damit der Aktionstag von den Fahrgästen wahrgenommen wird, ist dieser im Vorfeld zu bewerben. Dafür gilt es ein entsprechendes Kommunikationsbudget einzuplanen. Des Weiteren sind Einnahmenausfälle für die Verkehrsunternehmen zu erwarten. In erster Linie ist hier von ausbleibenden Ticketkäufen durch Gelegenheitskunden auszugehen, da die Abonnenten und Monatskarteninhaber ihre Tickets regulär weiternutzen können. Insofern werden die Einnahmenausfälle anhand der durchschnittlichen Einnahmesituation im Bartarifsegment an einem Sonntag geschätzt. Als weiterer Maßstab dienten die Erfahrungen aus dem nextTicket Pra-

xistest. Demgemäß haben 6 % der Fahrten an Sonntagen stattgefunden. Auf Basis dieser Erkenntnisse geht der VRR von einem Betrag von ca. 1 Mio. € an entgehenden Erlösen aus, woran sämtliche Verkehrsunternehmen im VRR im Verhältnis ihrer Einnahmen betroffen sind.

**Anfrage der Fraktionen von CDU, SPD und Bündnis90/Grüne**
**2. Was kostet ein 365-Tage-Ticket die jeweilige Stadt?**
In Verbindung mit den vielfältigen Diskussionen zur Verkehrswende und der Bedeutung der Preisgestaltung der Nahverkehrstarife für die Nutzung von Bus und Bahn wurden an vielen Stellen Verweise zur Einführung des 365-Tage-Tickets für 365 € in Wien angeführt. In vielen Städten und Kreisen im VRR wurden des Weiteren Überlegungen angestellt, inwieweit eine Übertragung dieses Modell auch für den VRR Raum denkbar ist.

Aufgrund der Komplexität dieser Thematik, die Stadt Wien hat neben der Preisgestaltung des Tickets differenzierte verkehrspolitische Entscheidungen wie z.B. eine Anhebung der Parkgebühren und eine deutliche Ausweitung des ÖPNV Leistungsangebotes forciert, wurde die Verwaltung gebeten eine Aussage in Bezug zu den zu erwartenden Mindererlösen im Zuge der Einführung eines 365 € Ticket in Städten und Kreisen im VRR gebeten
.
Für die differenzierte Analyse zur Einführung eines 365 € Tickets mit Gültigkeit in den verschiedenen Städten und Tarifgebieten im VRR Raum wurde ein Kalkulationstool erarbeitet, das es den Verkehrsunternehmen ermöglicht anhand ihrer individuellen Absatzzahlen eine Abschätzung zu den potentiellen Erlösveränderungen zu treffen. Mit einem 365 € Ticket sind monatlich 30,42 € an Erlösen für die Verkehrsunternehmen möglich, dies stellt sowohl eine deutliche Rabattierung gegenüber den derzeitigen Preisen für Regelzeitkarten wie z.B. dem Ticket1000 oder dem YoungTicketPLUS als auch gegenüber den FirmenTickets dar. Auch im Vergleich zum SozialTicket erfolgt eine deutliche Preisreduzierung. Beispielsweise bedeutet das 365 € Ticket gegenüber einem Ticket2000 Abo in der Preisstufe A3 eine Rabattierung in Höhe von 61 %, gegenüber dem SozialTicket eine Rabattierung von 21 %. Die Preise der weiteren
Preisstufen B-D bestehen auch bei Einführung des 365 € Ticket unverändert fortbestehen. Im Analysetool werden dementsprechend die Absätze der Verkehrsunternehmen sowie die derzeitigen Einnahmen der potentiellen Einnahme in Verbindung mit einem 365 € Ticket gegenübergestellt. Die Absatzzahlen beziehen sich dabei nur auf die seitens Verkehrsunternehmen für 2018 gemeldeten Stückzahlen in den Preisstufen A1-A3. Neben den Mindererlösen aufgrund des veränderten Ticketkaufs durch die Fahrgäste werden potentielle Neukunden aufgrund der günstigen Preiskonstellation einkalkuliert (z.B. 5 %). In Summe werden

anhand dieser Kalkulation Mindererlöse in Höhe von ca. 220 Mio. € pro Jahr im VRR erwartet.

**Anfrage der CDU Fraktion**
**Tarifstufe A2 für Mülheim an der Ruhr trotz Angebotsreduktion?**
Die Stadt Mülheim an der Ruhr plant eine erhebliche Angebotsreduktion des ÖPNV in Verbindung mit dem „Netz 2023“ (vgl. Ratsvorlage 19/0296-01). Aus diesem Grunde wurden seitens der CDU-Fraktion Fragen an die VRR Verwaltung gerichtet, die nachfolgend beantwortet werden:

1. Welche Veränderungen lassen sich für einschlägige Kennzahlen erwarten, z. B. Zahl der Fahrgäste, Zahl der Abonnenten, Einnahmen etc.?

Eine wesentliche Reduzierung des Leistungsangebotes und damit verbunden eine Veränderung der Linienverläufe, Umlaufzeiten, Angebotsdichte usw. senkt die Attraktivität des ÖPNV und führt zur Nutzung von alternativen Mobilitätsangeboten (MIV, Fahrrad, Taxi) und damit zu sinkenden Fahrgastzahlen sowie Kündigungen von Bestandskunden. Eine Abschätzung zu den Auswirkungen der Angebotsreduzierung auf die Erlössituation der Ruhrbahn Mülheim kann aktuell noch nicht getroffen werden, da die genaue Ausgestaltung des zukünftigen Leistungsangebotes sowie die Kundenreaktionen hierauf derzeitig nicht bekannt nicht.

2. Ist die Einstufung von Mülheim an der Ruhr in die Tarifstufe A2 weiterhin gerechtfertigt?

Gemäß der Richtlinie über die differenzierte Einteilung der Tarifgebiete im Verkehrsverbund Rhein Ruhr in die Preisniveaus A1, A2 und A3 (Drucksache M/IX/2018/0460) werden die Tarifgebiete sowie die tariflich geteilten Städte mit zwei Tarifgebieten im VRR in die aufsteigenden Preisniveaus A1, A2, A3 eingeteilt. Die Bewertung zur Einstufung
erfolgt anhand eines Kalkulationsmodells bestehend aus Bewertungskriterien,
errechnetem Index, Schwellenwerten und Mindeststandards.

Neben einer regelmäßigen Revision der Richtlinie alle vier Jahre sind Änderungsanträge durch die lokalen Aufgabenträger möglich. Hierzu müssen sich mindestens zwei Bewertungskriterien (z.B. die Betriebsleistung und die Gesamterlösentwicklung) wesentlich verändert haben.

Eine Überprüfung der Einordnung von Mülheim an der Ruhr bedarf eines abgestimmten Änderungsantrags der Stadt Mülheim mit den betroffenen Verkehrsunternehmen. Zudem ist ein Gutachten zur Bewertung der Wirkung der Änderung auf die Einnahmesituation der betroffe-

nen Verkehrsunternehmen erforderlich.

Gemäß dem dargelegten Verfahren kann eine Neueinordnung von Mülheim somit erst nach der Umsetzung der Angebotsreduzierungen in Verbindung mit dem Netz 2023 erfolgen.

### 3. Fortentwicklung OnDemand-Tarif

Der aktuelle OnDemand-Tarif ist mit Sitzungsblockvorlage M/IX/2018/0471 bewusst als Zwischenstufe bis zu einem vollständigen Tarifkonzept dargestellt worden. Hier stellen wir die aktuellen tariflichen Eckpunkte für die Weiterentwicklung des OnDemand-Tarifs dar.

1. Ein einheitlicher verbundweit gültiger OnDemand-Tarif, wie er im VRR-Regeltarif angewendet wird, erfüllt nicht die lokalen Anforderungen an eine erfolgreiche Positionierung der Verkehrsunternehmen gegenüber Konkurrenten. Verschiedene betriebliche Angebotskonzepte (Ersatz, Verdichtung, Ergänzung) erfordern unterschiedliche tarifliche Lösungen.
2. Unterschiedliche Preisbereitschaften der Kunden, die Berücksichtigung kundenseitiger Bedürfnisse sollen zudem bei der Preisbildung auch im Hinblick auf unterschiedliche Wettbewerbssituationen bei den Angebotskonzepten (Ersatz, Verdichtung, Ergänzung) berücksichtigt werden.
3. Die OnDemand-Preisfestsetzung (Richtpreis) soll sich zwischen dem VRR-Regeltarif (EinzelTicket Erwachsene) als Untergrenze und dem Taxi-Tarif als Obergrenze mit einem Abstandsgebot von jeweils 50 % bewegen.
4. Die grundsätzliche Festlegung, dass ein OnDemand-Tarif zukünftig auch als digitaler Tarif angewendet werden soll, legt die Überlegung nahe, dass der OnDemand-Tarif sich der bereits im nextTicket erprobten Systematik einer Preisbildung von Fest- und Luftlinien-Kilometerpreis bedient. Dies stellt zudem sicher, dass der On-Demand-Tarif in Zukunft möglicherweise mit einem digitalen Tarif verknüpft werden und auf dessen Logistik zurückgreifen kann.
5. Als zusätzliche Preisbildungsparameter sollen im Rahmen von Marketingmaßnahmen Aktionspreise zur Nachfragesteigerung und Rabatte/Boni zur Kundenbindung preisbildend berücksichtigt werden und einen genehmigten Tarifbestandteil darstellen.

   Rabatte/Boni sowie Aktionspreise (analog dem Berlkönig in Berlin) sind als Bestandteil eines On-Demand-Tarifs nach Aussage der Bezirksregierung Düsseldorf unter folgenden Bedingungen genehmigungsfähig:

   - zeitlich und räumlich begrenzt,
   - periodisch Erfahrungsbericht an die Bezirksregierung über die Maßnahme,

- der Gleichheitsgrundsatz wird beachtet,
- Rabattierung beträgt max. 50 % ggü. dem EinzelTicket beträgt.

On-Demand-Tarife können zudem in der Laufzeit der aktuellen Genehmigung verändert werden. Bereits mit der Tarifanpassung des VRR zum 01.01.2019 ist der Tarif schon einmal geändert worden.

6. Die bisher im VRR angewendeten Kriterien zur differenzierten Abschöpfung von Preisbereitschaften drücken sich in der Einteilung der Preisstufe A in die Preislagen A1, A2 und A3 in einem Tarifgebiet aus.

   Bei gleichzeitig angewendeten unterschiedlichen OnDemand-Angebotskonzepten innerhalb eines Tarifgebietes (z.B. Ersatz und Verdichtung) ist eine Einteilung A1, A2 und A3 nicht praktikabel. Um denoch differenzierte Preisbereitschaften innerhalb eines Tarifgebietes bei unterschiedlichen Angebotskonzepten zu berücksichtigen, sollen weitere Preisbildungsparameter eingeführt werden:

   a) Service-Angebot: Innenstadt/gute und hohe Bediendichte, A3-Einteilung für Angebote im (kompletten) Tarifgebiet,
   b) Basis-Angebot:Randbezirke/ ausreichende Bediendichte, A1/A2-Einteilung für Angebote im (kompletten) Tarifgebiet.

   Der Festpreis soll im Service-Angebot höher als im Basis-Angebot liegen. Der Leistungspreis ist im Service-Angebot analog höher anzusetzen.

7. Eine Durchtarifierung von OnDemand-Verkehren zu anderen VRR-Verkehren ist im analogen Betrieb aufgrund auftretender Systembrüche (z.B. OnDemand-Kilometer-Tarif zu Flächentarif) nicht durchführbar. Sollte eine technische Verknüpfung von On-Demand-Abrechnungsplattformen und eine Beauskunftung im CiBo-System durchführbar sein, so ist eine Durchtarifierung zukünftig möglich, da dann das Verbundtarifsystem und OnDemand-Tarifsysteme über gleichwertige technische Lösungen betrieben werden können. Die im Jahre 2020 angedachte Weiterentwicklung des On-Demand-Tarifs kann aus diesem Grund nur als Insel-Tarif analog des bestehenden Tarifs im Linienbedarfsverkehr umgesetzt werden.

Bei der Preisberechnung ist der oben beschriebene Grundsatz der Berücksichtigung der Preisober- und Preisuntergrenze (Taxitarif und Verbundtarif ET EW) mit der Maßgabe des 50 %igen Abstandsgebotes, der Berücksichtigung lokaler Angebotskonzepte mit entspre-

chenden Preiszuschlägen und Preisabschlägen und der Berücksichtigung lokaler Preisbereitschaften zu achten. Der in der Grafik dargestellte Richtpreis ergibt sich für eine Fahrt von 5 Kilometer Länge. Die Höhe der Abschläge bzw. Zuschläge ist eine Annahme:

Auf Basis der dargestellten Grundsätze ergeben sich für die Verkehrsunternehmen bei einem verbundweit einheitlich definierten Tarif unterschiedliche Möglichkeiten der tariflichen Ausbildung eines OnDemand-Tarifes auf lokaler Ebene. Hierbei werden angebotsseitige Konzepte, Preisbereitschaften, Wettbewerbssituationen und verschiedene Preisbildungsparameter berücksichtigt.

Im Rahmen eines Workshops zusammen mit Vertretern Verkehrsunternehmen soll des Weiteren ein Katalog von Marketingmaßnahmen z.B. Rabatten/Boni und Aktionspreisen zum Kundendialog erarbeitet werden. Dieser Katalog soll Bestandteil des genehmigten OnDemand-Tarifs werden und bildet somit einen Rahmen für die lokale Ausgestaltung der Marketingaktionen.

Zielsetzung ist dern VRR-Gremien den ausgearbeiteten OnDemand-Tarif im 4. Sitzungsblock 2019 zur Beschlussfassung einzubringen. Die Einführung des fortentwickelten On-Demand-Tarifs soll im 1. oder 2. Quartal 2020, spätestens zum 01.04.2020, erfolgen.

## 4. CityTicket

Seit dem 1. August 2018 gibt die DB Fernverkehr (DB Fv) das CityTicket unabhängig von der Bahncard auch für die Ticketkategorien Sparpreis, Flexpreis und Business Flex aus.
Das Ziel der Ausweitung war, die Kundenwahrnehmung zu verbessern und eine vollständige Mobilitätskette bei Reisen mit DB Fv zu gewährleisten.

Im VRR-Gebiet gilt das City-Ticket in 20 Städten:
Bochum, Bottrop, Dortmund, Duisburg, Düsseldorf, Essen, Gelsenkirchen, Hagen, Herne, Krefeld, Mönchengladbach, Moers, Mülheim an der Ruhr, Neuss, Oberhausen, Recklinghausen, Remscheid, Solingen, Witten, und Wuppertal.

Die Abgeltungsbeträge betrugen im Jahr 2017 3,7 Mio. € und im Jahr 2018 4,2 Mio. €.

Als weiteren Schritt erwägt die DB Fv die Inkludierung des CityTickets in die touristischen Tarife Sparpreis Touristik und Flexpreis Touristik ab November 2019. Dadurch werden die touristischen Angebote der DB hinsichtlich des CityTickets mit dem Regelangebot im DB-Fernverkehr gleichgestellt, was zu mehr Transparenz bei den Konditionen führt. Für die Verkehrsunternehmen bedeutet die Steigerung der ausgegebenen CityTickets eine weitere mo-

derate Steigerung der zu erwarteten Abgeltungsbeträge.

## 5. NRW-Beförderungsbedingungen für E-Tretroller

Mit den Entscheidungen der Bundesregierung und des Bundesrates im Frühjahr 2019 wurden sogenannte „E-Scooter“ bzw. E-Tretroller in Deutschland zugelassen. Dementsprechend wurde nun die Mitnahme von E-Tretrollern im ÖPNV zwischen den Verkehrsverbünden in NRW sowie den Verkehrsunternehmen abgestimmt und im Rahmen der Landesarbeitsgruppe (LAK) Nahverkehr als eine Ergänzung bzw. Anpassung der NRW Beförderungsbedingungen empfohlen.

Es sind Änderungen in den Ziffern 9.4 und 9.5 der Beförderungsbedingungen NRW erforderlich. Zum einen erfolgt dort eine Präzisierung des Begriffs E-Scooter, hiermit sind Elektromobile gemeint. Zum anderen wird die Mitnahme der E-Tretroller definiert: Zusammengeklappte E-Tretroller sind demnach als Gepäck zu behandeln und nicht zusammenklappbare bzw. nicht zusammengeklappte E-Tretroller (mit „fahrradähnlichen“ Maßen) sind wie Fahrräder zu tarifieren. Außerdem werden sogenannte Segways von der Beförderung ausgeschlossen. Diese Änderungen der NRW Beförderungsbedingungen wurden bereits zum 01. August 2019 umgesetzt.