

öffentlich

Vorlage			
Betreff			
nextTicket 2.0			
Organisation	Bereich/Periode/Jahr/Lfd. Nr./Nachtrag	Datum	lfd. Nr. BPL
AöR	M/IX/2020/0721	30.03.2020	

<u>Beratungsfolge</u>	<u>Zuständigkeit</u>	<u>Sitzungstermin</u>	<u>Ergebnis</u>
Verwaltungsrat der VRR AöR	Entscheidung	01.04.2020	☐

Beschlussvorschlag:

Der Verwaltungsrat der VRR AöR stimmt zu im Rahmen der eTarif-Markteinführung nextTicket 2.0 Maßnahmen des Preisvertrauens und der Nutzungsbeanreizung (Preisdeckel pro Fahrt je Preisstufe K-D, Stufen-Rabatt-Modell, 30Tage-/24Stunden-Deckel in der Preisstufe D) anzuwenden.

Begründung/Sachstandsbericht:

Das Projekt nextTicket 2.0 ist nach der Beschlussfassung im Juni 2019 (M/IX/2019/0569) in die operative Vorbereitung übergegangen. Starttermin wird das 2. Quartal 2020 sein. Im Rahmen von nextTicket 2.0 sollen zusätzliche Erkenntnisse bzgl. des Tarifparameters Luftlinie gewonnen werden. Die Stadtwerke Neuss möchten im Bereich der Digitalisierung Akzente setzen – Sie fungieren als Systembesteller und Kundenvertragspartner bei diesem VRR-weiten Projekt.

Der im 3. Sitzungsblock 2019 (M/IX/2019/0607) durch die VRR-Gremien beschlossene allgemeingültige eTarif umfasst Maßnahmen des Preisvertrauens und der Nutzungsbeanreizung. Das beschlossene eTarif-Paket für das nextTicket 2.0 beinhaltet

folgende ergänzende Maßnahmen:

- 1) Preisdeckel pro Fahrt je Preisstufe
- 2) Stufen-Rabatt (10 % ab der 5. Fahrt, 50 % ab der 20. Fahrt innerhalb von 30 Tagen)
- 3) Preisdeckel pro 24-Stunden/ 30 Tagen in der Preisstufe D

Hinsichtlich der zu erwartenden Einnahmeneffekte durch diese Maßnahmen des Preisvertrauens wurden im letzten Jahr Gespräche mit dem Verkehrsministerium NRW geführt. Ende Januar wurde seitens des Verkehrsministeriums mitgeteilt, dass ein Engagement erst im Rahmen einer Anwendung eines landesweiten Tarifs von CiBo-NRW möglich wäre. Die Verbünde und Tarifgemeinschaften in NRW erarbeiten momentan zusammen mit dem Kompetenzzentrum Marketing ein gemeinsames Zielbild für einen eTarif im Rahmen von CiBo-NRW.

Um die wirtschaftlichen Auswirkungen einer Anwendung der Tarifmaßnahmen 1) bis 3) im Rahmen von nextTicket 2.0 zu quantifizieren, hat die VRR AöR zusammen mit dem externen Beratungsunternehmen mobilité Kalkulationen vorgenommen. Die Marktphase nextTicket 2.0 ist laut VRR-Gremien-Beschluss aus Juni 2019 auf ein Jahr und 15.000 Kunden beschränkt. Die geschätzten Mindererlöse belaufen sich auf 136.000 € durch die oben aufgeführten Maßnahmen.

Die eTarif-Markteinführung von nextTicket 2.0 wird marktforscherisch begleitet. Die Marktforschung wird durch die VRR AöR durchgeführt bzw. begleitet. Methodisch ist eine Online-Befragung unter allen Teilnehmer*innen an nextTicket 2.0 vorgesehen, die zu einer Befragung einwilligen. Der Start der Feldarbeit ist ca. 4 Wochen nach dem Beginn von nextTicket 2.0 vorgesehen, damit Befragte Gelegenheit hatten, erste Erfahrungen mit dem neuen System und Tarif zu machen. Da Teilnehmer*innen erfahrungsgemäß über einen längeren Zeitraum verteilt zu nextTicket 2.0 hinzustoßen, muss die Feldarbeit ebenfalls rollierend angepasst werden. Dank der längeren Laufzeit von nextTicket 2.0 (1 Jahr) erwartet die VRR AöR durch eine zweite Befragungswelle profunde Erkenntnisse über Veränderungen des ÖPNV-Nutzungsverhaltens der Teilnehmer*innen. Die zweite Befragungswelle startet ca. ein halbes Jahr nach der ersten. Ergebnisse der Befragung werden im 4. Sitzungsblock 2020 und im 2. Sitzungsblock 2021 eingebracht.

Im Rahmen der Kommunikationsentwicklung zu nextTicket 2.0 finalisiert die angeschlossene Agentur derzeit die Gestaltungslinie und den Medieneinsatzplan. Hier agiert die SWN GmbH federführend, die VRR AöR unterstützt mit den Erfahrungen aus nextTicket 1.0.

Im Fokus der Maßnahmen wird die Online-Bewerbung mit dem Aufruf zur Registrierung auf der Landingpage www.nextticket.de sowie in der App stehen. Flankierend werden im Zuge der Kampagne Out-of-Home-Medien wie CityLight-Plakate, Großflächen und Station-Videos in Bahnhöfen zum Einsatz kommen sowie Fahrzeugwerbung und Print-Medien.