



öffentlich

Vorlage			
Betreff			
NRW e-Tarif und nextTicket 2.0			
Organisation	Bereich/Periode/Jahr/Lfd. Nr./Nachtrag	Datum	lfd. Nr. BPL
AöR	M/IX/2020/0779	28.08.2020	17

<u>Beratungsfolge</u>	<u>Zuständigkeit</u>	<u>Sitzungstermin</u>	<u>Ergebnis</u>
Ausschuss für Tarif und Marketing der VRR AöR	Kenntnisnahme	14.09.2020	<input type="checkbox"/>
Unternehmensbeirat der VRR AöR	Kenntnisnahme	14.09.2020	<input type="checkbox"/>
Verwaltungsrat der VRR AöR	Kenntnisnahme	05.10.2020	<input type="checkbox"/>

Beschlussvorschlag:

Der Tarif- und Marketingausschuss, der Unternehmensbeirat und der Verwaltungsrat der VRR AöR nehmen den Sachstand zur Kenntnis.

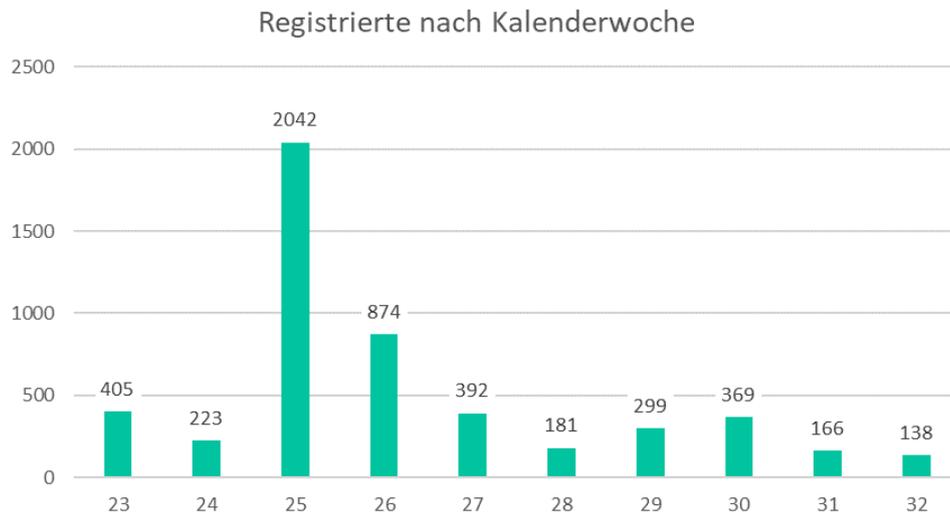
Begründung/Sachstandsbericht:

Die Marktphase von nextTicket 2.0 ist mit dem Kundenvertragspartner Stadtwerke Neuss am 15.06.2020 erfolgreich gestartet. Seit Anfang August wird die MwSt.-Absenkung beim Preisdeckel pro Fahrt in der Preisstufe D, beim 24-Stunden- sowie 30-Tagedeckel in der PST D ebenfalls bei nextTicket 2.0 berücksichtigt.

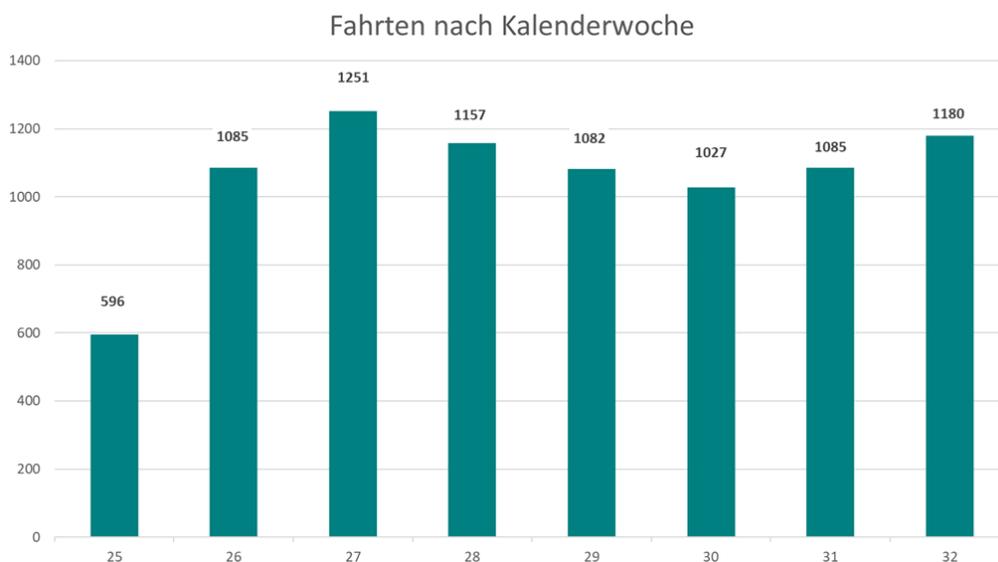
Wie angekündigt wird die nextTicket-App laufend weiterentwickelt. Neben den Zahlverfahren SEPA-Lastschrift und Kreditkarte wird im Laufe des Monats August PayPal für die Kunden zur Verfügung stehen. Aktuelle Tests hierzu laufen momentan.

Seit dem Start der Kommunikation am 02.06.2020 haben sich ca. 5.100 Kunden vollständig registriert (Stand KW 32). Die meisten Neuregistrierungen erfolgten in der KW 25 und KW 26.

Dies ist insbesondere der werblichen Kommunikation zum Start sowie der Presseresonanz zu verdanken. Die Sommerferien in NRW von der KW 27 bis zur KW 33 hatten, wie bei nextTicket im Jahr 2018, einen Effekt auf die Nachfrage und Neuregistrierungen. Damals haben sich in den ersten 10 Wochen nach dem Start der Kommunikation ca. 4.200 Kunden vollständig registriert.



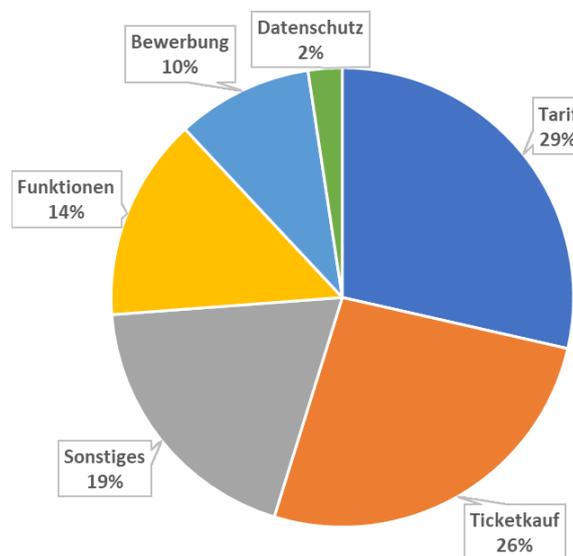
Seit dem Start der Marktphase von nextTicket 2.0 am 15.06.2020 wurden ca. 8.500 Fahrten unternommen (Stand KW 32). Im Vergleich dazu wurden im Jahr 2018 im gleichen Zeitraum ca. 18.780 Fahrten durchgeführt.



Diese ersten Auswertungen zeigen, dass trotz der Ferien und der Corona-Situation bedingten Nachfrage, der Start von nextTicket 2.0 positiv zu bewerten ist. Die hohe Bereitschaft der

Kunden sich vollständig zu registrieren in Kombination mit den Fahrtenzahlen legen nahe, dass der eTarif für viele interessant ist, aber es in einigen Fällen noch keinen konkreten Fahrtanlass zur Nutzung gab. Neben diesen ersten Ergebnissen werden weitere Analysen und Eckpunkte als Präsentation in der Sitzung des Ausschusses für Tarif und Marketing am 14.09.20 zur Verfügung gestellt. Ein detaillierter Tarifbericht, inkl. der ersten Auswertung zur Marktforschung ist für den 4. Sitzungsblock 2020 geplant.

Auch bei nextTicket 2.0 gab es einen präqualifizierenden Dialog auf der Dialogplattform Einsteigen und Mitreden. Interessierte Kunden konnten vom 02.06.2020 bis zum 14.06.2020 dieses Angebot nutzen. Die meisten Beiträge gingen zum Thema Tarif und Ticketkauf ein. Am wenigsten wurde das Thema Datenschutz diskutiert. Die Ergebnisse sind sehr ähnlich mit denen aus dem Jahr 2018.



Die Befragungen der ersten Welle der Online-Marktforschung haben am 20.07.2020 begonnen. Da Teilnehmer*innen über einen längeren Zeitraum verteilt zu nextTicket 2.0 hinzustoßen, werden die Teilnehmer*innen sukzessiv angeschrieben. Um den Kund*innen Gelegenheit zu geben, Erfahrungen mit nextTicket zu machen, werden sie jeweils ca. 4 Wochen nach ihrer Registrierung angeschrieben. Ein gutes Drittel der Teilnehmer*innen an nextTicket 2.0 hat derzeit im Rahmen der Registrierung ihre Zustimmung zur Marktforschung gegeben. Das sind ca. 15%-Punkte weniger als bei nextTicket 1.0, aber immer noch ein sehr guter Wert. Der Rücklauf von zum Fragebogen Eingeladenen liegt zurzeit bei ca. 50%, und damit auf dem gleichen Niveau wie bei nextTicket 1.0.

Die Kommunikation wird federführend durch die SWN GmbH gesteuert, die sich in enger Abstimmung mit den beiden Projektpartnern der Rheinbahn AG sowie der VRR AöR befindet.

Im Rahmen der ersten Kommunikationsphase (02.06.2020 – 28.06.2020) kamen mit regionalem Fokus auf Neuss und Düsseldorf eine Vielzahl von Medien zum Einsatz. Mit Großflächenpostern, Stationsvideos im Bahnhofsumfeld sowie Fahrzeugwerbung wurde der Start kommunikativ unterstützt. Im Printbereich wurden neben Anzeigenschaltungen weitere Informationsmedien wie ein Flyer und Plakate eingesetzt. Im Online/Mobile-Bereich wurden über diverse Kanäle Anzeigen ausgespielt. Neben der Bespielung von Facebook und Instagram wurden zudem lokale Influencer für Beiträge auf Ihren Kanälen gebucht. Nach den Sommerferien ist ein weiterer Kommunikationsschwerpunkt zur Generierung weiterer Tester geplant.

NRW eTarif

Momentan erarbeiten die Verbände und Tarifgemeinschaften in NRW zusammen mit dem Kompetenzzentrum Marketing (KCM) ein gemeinsames Zielbild für einen eTarif im Rahmen von CiBo-NRW. Ziel ist es, in Struktur und Höhe möglichst einheitliche Parameter für das NRW-weite System zu erzielen und dabei die Autonomie der Verbundtarife zu gewährleisten. Das Grobkonzept wurde bis zum 31.07.2020 finalisiert und durch das KCM an das Verkehrsministerium NRW gesandt. Des Weiteren hat am 14.08.2020 ein Sonder-LAK (NRW-Gremium) zum Thema eTarif-NRW stattgefunden. In diesem Termin wurde unter anderem das Grobkonzept durch das KCM vorgestellt. Anschließend erfolgt nun in enger Zusammenarbeit mit den VRR-Verkehrsunternehmen sowie VRR-Gremien die Konkretisierung des NRW-Zielbildes auf Verbundebene.

Hierbei soll das bereits im VRR erprobte Prinzip aus Grundpreis pro Fahrt und Arbeitspreis pro Kilometer in ganz NRW angewandt werden. Zur weiteren Vereinfachung wird, wie auch schon bei nextTicket 2.0, in ganz NRW die Luftlinie zwischen der Start- und der Zielhaltestelle für die Ermittlung der Kilometer angestrebt. Spürbare Preissprünge für die Kunden werden durch die Definition von Bandbreiten bei den tariflichen Parametern verhindert, ermöglichen aber zugleich eine Flexibilität für regionale Anpassungen.

Des Weiteren sollen Hin- und Rückfahrten für die Kunden preislich identisch sein, sowohl verbundintern wie auch verbundübergreifend. Tarifkragen helfen im konventionellen Sortiment mögliche Preishärten abzuschwächen. Bei einem relationsbezogenen eTarif auf Luftlinienbasis gibt es diese Preishärten nicht – dies ist einer der Vorteile eines eTarifs. Demnach soll laut dem Grobkonzept die Kragenbereiche des konventionellen Tarifs nicht in den eTarif überführt werden. Darüber hinaus wäre eine einheitliche Logik für ein Anreizsystem wünschenswert, die eine gewisse lokale Modifikation erlaubt.

Um die ambitionierten Ziele zu ermöglichen wird eine Unterstützung durch das Land NRW angestrebt. Momentan befindet sich die VRR AöR, zusammen mit den anderen Tarifverantwortlichen in NRW sowie mit dem KCM, in Gesprächen mit dem Verkehrsministerium NRW um eine mögliche Förderung in den Bereichen Tarif, Anreizsystem, Kragenbereiche, vertriebliche Aufwendungen, Marketingaktivitäten und Aufwand für die Fördermittelzuwendung. Über den Fortschritt bei den Gesprächen wird im Ausschuss für Tarif- und Marketing am 14.09. berichtet.