

öffentlich

Vorlage			
Betreff			
Tarifangelegenheiten			
Organisation	Bereich/Periode/Jahr/Lfd. Nr./Nachtrag	Datum	lfd. Nr. BPL
AöR	M/X/2021/0029	26.02.2021	14

<u>Beratungsfolge</u>	<u>Zuständigkeit</u>	<u>Sitzungstermin</u>	<u>Ergebnis</u>
Unternehmensbeirat der VRR AöR	Empfehlung	15.03.2021	☐
Ausschuss für Tarif und Marketing der VRR AöR	Empfehlung	17.03.2021	☐
Verwaltungsrat der VRR AöR	Entscheidung	24.03.2021	☐

Beschlussvorschlag:

A) Beschlüsse

1. Richtlinie Sondertarifierung

Der Unternehmensbeirat und der Ausschuss für Tarif und Marketing empfehlen dem Verwaltungsrat der VRR AöR der "Richtlinie über tarifliche Sonderangebote im Verkehrsverbund Rhein Ruhr" gemäß Anlage zuzustimmen. Die Richtlinie tritt rückwirkend zum 01.01.2021 in Kraft.

2. FlexTicket

Der Unternehmensbeirat und der Ausschuss für Tarif und Marketing der VRR AöR empfehlen dem Verwaltungsrat der VRR AöR, der Umsetzung des Tarifpilotprojekts FlexTicket für zwei Jahre zuzustimmen.

3. Vertriebsrichtlinie

Der Unternehmensbeirat und der Ausschuss für Tarif und Marketing empfehlen dem Verwaltungsrat der VRR AöR, den Änderungen in der VRR-Vertriebsrichtlinie gemäß Anlage zuzustimmen.

4. Brancheninitiative gegenseitiger Verkauf

Der Unternehmensbeirat und der Ausschuss für Tarif und Marketing empfehlen dem Verwaltungsrat der VRR AöR, **der Zeichnung des Letter of Intent zum Beitritt** des VRR zur „Brancheninitiative gegenseitiger Verkauf (BIGV)“ zuzustimmen.

B) Sachstände

Der Unternehmensbeirat, der Tarif- und Marketingausschuss und der Verwaltungsrat der VRR AöR nehmen die nachfolgenden Sachstandsberichte zur Kenntnis:

1. Einnahmen und Fahrten Januar bis Dezember 2020
2. Umsetzung Schülerfahrkostenverordnung
3. Vertriebsanalyse
4. NRW-Beförderungsbedingungen

Begründung/Sachstandsbericht:

A) Beschlüsse

1. Richtlinie Sondertarifierung

Vom Regeltarif abweichende Sondertarife, wie z.B. das Monheim Ticket, und auch Freifahrtregelungen, z.B. anlässlich des Weltkindertages, sind nach dem VRR-Kooperationsvertrag möglich. Zur Zulässigkeit sind verschiedene Kriterien zu erfüllen, u.a.

- Erstattung der Mindereinnahmen durch Dritte an das Verkehrsunternehmen,
- keine Benachteiligung der wirtschaftlichen Tätigkeit anderer Verkehrsunternehmen,
- Beibehaltung der Höhe und Struktur des VRR-Tarifs.

Zudem besteht ein genehmigungsrechtlicher Rahmen durch das Personenbeförderungsgesetz (PBefG). Die VRR AöR ist gehalten, auf Basis der Kriterien des Kooperationsvertrages und der gesetzlichen Vorgaben die Zulässigkeit von Sondertarifen zu prüfen und gegenüber (ggü.) der Genehmigungsbehörde anzuzeigen bzw. zur Genehmigung vorzulegen. Innerhalb des Verfahrens ist die VRR AöR verpflichtet, die ihr auferlegte Neutralitätspflicht ggü. den Verkehrsunternehmen und Dritten (Privatpersonen und sonstige juristischer Personen) zu wahren.

Aufgrund der bestehenden unterschiedlichen Vorschriftsebenen erscheint es geboten, diese in geeigneter Form zusammenzufassen. Dadurch sollen bei allen Beteiligten eine höhere Transparenz, Einheitlichkeit und eine Verbindlichkeit sowie ein sicheres und abgestimmtes

Verfahren erzeugt werden.

Geeignete Wege zur Erhöhung der Verbindlichkeit:

- Änderung des Kooperationsvertrages: Die Verbindlichkeit könnte durch eine Änderung des Kooperationsvertrages erreicht werden. Dies hat aber den Nachteil, dass kurzfristige Änderungen aufgrund von Marktanforderungen nur schwierig zu realisieren sind und eines komplexen Abstimmungs- und Zustimmungsprozesses bedürfen.
- Erstellung einer Richtlinie: Zielführender erscheint es, eine entsprechende verbindliche Richtlinie zu erarbeiten, um so die einheitliche Anwendung eines gerechten Nahverkehrstarifes über alle Verkehrsmittel im Verbund zu garantieren.

Die Richtlinie wurde am 19.11.20 in den tariflichen VRR-Fachgremien als Empfehlung für die VRR Gremien beschlossen.

Die Juristen der Verbundverkehrsunternehmen haben in ihrer Sitzung am 08.12.2020 die Notwendigkeit zur Konkretisierung der Ziffer 6 der Richtlinie erkannt. Im Einvernehmen mit der Bezirksregierung und dem AK Recht wurde Ziffer 6.2 (Umgang mit nicht VRR-konformen Sondertarifen) am 17.12.2020 spezifiziert, sodass die Richtlinie erneut zum Beschluss vorgelegt wird.

2. Flexticket

Ausgangslage

In Anbetracht der Corona-Pandemie und den damit verbundenen Tätigkeiten im Home-Office, ist anzunehmen, dass Mitarbeitende und Arbeitgeber auch in einer Post-Corona-Zeit am flexiblen Arbeiten im Home-Office festhalten. VRR-Marktforschungen ergaben, dass 46 % der Voll- und Teilzeitbeschäftigten seit Beginn der Corona-Pandemie mindestens ab und zu im Homeoffice arbeiten, und dass 42 % der Unternehmen aktiv darüber nachdenken, die Homeoffice-Regelungen auszuweiten. Rechtliche Vorgaben zu möglichen Homeoffice-Regelungen sind auf Bundes- und Länderebene im Gespräch. Diese können zukünftig auch Einfluss auf die Ausgestaltung von Arbeitszeitmodellen haben.

Durch die Tätigkeit im Home-Office fahren Mitarbeitende werktags nicht täglich ins Büro. Dadurch könnten Vielfahrer-Abonnements kundenseitig als nicht länger zeitgemäß und finanziell lohnend empfunden werden. Angesichts dieser Entwicklungen und ersten Kündigungen im FirmenTicket-Segment zeigten sich verschiedene VRR-Verkehrsunternehmen interessiert an einem Pilotprojekt, in dem ein Homeoffice-Tarifmodell für Großkunden getestet

wird.

Ein solches Ticket schließt die Lücke zwischen den Tickets für Vielfahrer- und Gelegenheitskund*innen; es spricht verschiedene Kundengruppen gleichermaßen an. Daher wird anstelle des Arbeitstitels „Home-Office-Ticket“ die Namensgebung „FlexTicket“ verwendet.

In Zusammenarbeit mit der Rheinbahn und in der Diskussion mit den anderen Verkehrsunternehmen wurde das Abo-Modell „FlexTicket“ entwickelt, welches zunächst Großkunden im Rahmen eines zeitlich begrenzten Angebots offeriert wird.

FlexTicket-Modell

Der/die Nutzer*in zahlt einen Grundbetrag von 20 EUR und erhält dafür einen prozentual vergünstigten Zugang zu zwölf 24-StundenTickets für einen Zeitraum von 30 Tagen (bis zu - 70 % in allen Preisstufen). Der Grundbetrag bleibt in allen Preisstufen gleich und wird vom Arbeitgeber eingezogen. Er kann entweder vom Mitarbeitenden selbst oder in Form eines Zuschusses durch den Arbeitgeber gezahlt werden. Die Abrechnung des Abonnements erfolgt gemäß Abrechnungsturnusse bei den Arbeitgebern.

VRR-Abfragen im Rahmen der Corona-Marktforschung ergaben, dass Mitarbeitende im Schnitt 2-3 Tage in der Woche weiterhin an ihrem Arbeitsplatz, statt im Homeoffice, arbeiten. Aus diesem Grund wurde für das Modell ein Durchschnitt von zwölf Arbeitstagen mit Büropräsenz angesetzt. Die 24-StundenTickets können einzeln abgerufen werden – je nach individuellem Bedarf, sodass die Flexibilität gewährleistet ist und bspw. auf variierende Anforderungen von Arbeitsplatzpräsenzen reagiert werden kann.

Das 24-StundenTicket folgt nicht der Logik des Tarifniveaus innerhalb der Preisstufe A, sodass unterschiedliche Preisstufen A-D gewählt werden können, vorausgesetzt der Arbeitsort ist abgedeckt. Ab dem 13. Tag wird der reguläre Preis eines 24-StundenTickets gezahlt. Eine Mindestabnahme der Abonnements in den teilnehmenden Unternehmen ist nicht erforderlich. Das Abonnement kann monatlich gekündigt werden. Ein Grundbetrag von 20 EUR wurde als marktgerecht eingestuft. Auch andere Verbünde arbeiten mit Beträgen von bis zu 40 EUR.

Preise im FlexTicket

Das Ziel des zeitlich begrenzten Tarifprojekts ist es, Abonnent*innen ein Angebot zu unterbreiten, für die das Vielfahrer*innen-Abonnement nicht länger attraktiv ist. Daher wurde eine Rabatterwartung von 20 % gegenüber dem bisherigen FirmenTicket als realistisch betrachtet und auf Basis des „FirmenTicket 11 %“ kalkuliert. Bei einem Grundbetrag von 20 EUR erge-

ben sich folgende Preise für die einzelnen 24-StundenTickets:

Preisstufe (PST)	Preis eines einzelnen 24-StundenTicket im FlexTicket-Modell
A	2,50 €
B	4,40 €
C	6,60 €
D	8,60 €

Bei einem Grundbetrag von 20 EUR, plus dem Zugriff auf zwölf stark rabattierte 24-StundenTickets, bezahlen Mitarbeitende der beteiligten Unternehmen im FlexTicket-Modell für die Preisstufe B zukünftig 72,80 EUR auf Grundlage dieser Kalkulation: 20 EUR + (12 x 4,40 EUR).

Da Kund*innen für jeden Nutzungstag die individuell erforderliche Preisstufe wählen können und jeden Monat eine andere Anzahl an 24-StundenTickets genutzt werden kann, variieren die Preise für das FlexTicket monatlich. Wenn alle 24-StundenTickets abgerufen werden und die Kund*innen in derselben Preisstufe unterwegs sind, ergibt sich in allen Preisstufen im FlexTicket ein Rabatt von ca. 20 % gegenüber dem „FirmenTicket-Rabattmodell“.

Vertrieb des FlexTicket-Modells

Der Bestellprozess erfolgt analog des Großkunden-Ablaufs mit der Erweiterung um das FlexTicket. Das Modell soll vorerst bestehenden Großkunden angeboten werden, kann aber zu einem späteren Zeitpunkt zur Neukundenakquise eingesetzt werden.

Zeitplan

Bei Zustimmung des Verwaltungsrats am 24.03.2021 kann der Sondertarifantrag gestellt werden. Eine Angebotsstart im 2. Quartal 2021 wird daher als realistisch gesehen und ist zunächst für auf

zwei Jahre begrenzt. Eine Teilnahme weiterer Verkehrsunternehmen ist während dieser Zeit möglich. Ein erster Bericht in den Verbundgremien kann voraussichtlich sechs Monate nach der Inmarktbringung vorgestellt werden.

3. Vertriebsrichtlinie

Die Vertriebsrichtlinie regelt das Zusammenwirken von Verkehrsunternehmen und Verkehrsverbund Rhein-Ruhr (VRR) durch einheitliche und verbindliche Regularien zu vertrieblichen Themen. Sie ist seit dem 01.01.2008 in Kraft und wurde aufgrund der Dynamik im Vertrieb zuletzt im Jahr 2019 ganzheitlich neu verfasst.

Regelmäßige Überprüfungen und auch Beschlüsse der VRR-Gremien können die Anpassung der Vertriebsrichtlinie notwendig machen. Die hier vorgesehenen Änderungen betreffen:

- Kapitel 3 Kundengewinnung und Kundenbindung: Ein Konzept zur Kundengewinnung sollte der Vertriebsrichtlinie als Anlage 7 beigelegt werden. Die Maßnahmen zur Kundengewinnung als auch Kundenbindung sind bereits in der Vertriebsrichtlinie aufgeführt. Zusätzlich gelten die im Marketingplan aufgeführten Marketingmaßnahmen. Daher sind ein zusätzliches Konzept und der Platzhalter für die Anlage nicht erforderlich.
 - Kapitel 3.1.1: Die Kündigungsmodalitäten für Abonnenten im ersten Abonnementjahr sind angepasst worden.
- Kapitel 4 Tarifprodukte:
 - Kapitel 4.5.3 Großkunden-Rabattmodell: Das Arbeitgeberzuschuss-Modell wird umbenannt in Großkunden-Vorteilsprogramm. Die Beschreibung des Modells wird angepasst.
 - Kapitel 4.6 Aufpreise: Die Beschreibung des ZusatzTickets ist angepasst worden, da die Fahrradmitnahme entfällt.
 - Kapitel 4.7.2 On-Demand-Verkehre: Die Planung On-Demand-Verkehre hier inhaltlich zu beschreiben wird nicht weiter verfolgt. Es gelten die in den Tarifbestimmungen aufgeführten Regelungen.
- Anlagenverzeichnis: Die Nummerierung der Anlagen wird angepasst, da die o.g. Anlagen nicht mehr aufgeführt werden. Folgende Anlagen wurden den aktuellen Bestimmungen angepasst:
 - Anlage 01 Marketingplan des VRR
 - Anlage 03 Vertriebsmatrix
 - Anlage 05: Tarifbestimmungen VRR
 - Anlage 08 Tarifbestimmungen NRW-Tarif
 - Anlage 09 EFM Abbildung und Kontrolle der Tarife in NRW
 - Anlage 18 Musterverträge

Die aktuell erforderlichen Änderungen und Ergänzungen der Vertriebsrichtlinie sind in der Anlage 1 detailliert dargestellt und in rot markiert. Textpassagen, die nicht mehr der Aktualität entsprechen, sind durchgestrichen.

4. Brancheninitiative gegenseitiger Verkauf

Anlass und Ziel

Die Erwartungshaltung von Kund*innen an die digitale Kaufbarkeit von Tickets macht nicht an den Verbundgrenzen oder Grenzen von Bundesländern halt. Die Kund*innen kaufen nicht nur online oder über Apps Produkte/ Dienstleistungen, sondern nutzen auf ihrem Weg der Entscheidungsfindung diese Kanäle als Informationsquellen. Allerdings können Kund*innen bis heute ihre Fahrscheine nicht vertriebs- und tarifräumübergreifend erwerben, da häufig bisher die technischen Schnittstellen und einheitliche vertragliche Regelungen fehlen.

Die von VDV, BAG SPNV, Mofair, AWE und DB ins Leben gerufene „Brancheninitiative gegenseitiger Verkauf“ (BIGV) hat sich zum Ziel gesetzt, diese Zugangshürden für Kund*innen zum Ticketerwerb durch einheitliche vertragliche/ organisatorische Regelungen für den gegenseitigen Vertrieb zu senken. Dabei ist nicht vorgesehen, eine Verpflichtung zum gegenseitigen Vertrieb zu schaffen. Die finale unternehmerische Entscheidung, welche Tickets verkauft werden, liegt stets beim jeweiligen Verbund oder bei den Verkehrsunternehmen.

Der Mehrwert dieser Aktivitäten umfasst insbesondere die stärkere Positionierung der ÖPNV-Branche auf dem Markt und zeigt sich somit digital und zukunftsorientiert. Die Zugangshürde für Kund*innen wird dadurch gesenkt, da der Zugang zu Tickets deutschlandweit einfacher gestaltet werden kann. Die gegenseitige Öffnung der Tarife umfassen u.a. Verbundtarife, den C-Tarif (künftig Deutschlandtarifverbund DTV) sowie perspektivisch des DB-Fernverkehrstarifs.

Das Lizenzmodell

Die BIGV hat seit Dezember 2018 an einer branchenweiten Verständigung gearbeitet, um eine gegenseitige Vertriebsöffnung möglich zu machen. Das Ergebnis ist ein Letter of Intent (LOI), der die wesentlichen Empfehlungen zur Vertriebsöffnung bündelt. Insbesondere der Vertrieb im digitalen Bereich soll für die Verbund- und Landestarife geöffnet werden, indem über ein Musterlizenzvertrag, der als Anlage dem LOI beigelegt wird, „nicht-exklusive“ Lizenzen an Vertriebspartner vergeben werden können. Der Musterlizenzvertrag ist so aufgebaut, dass dieser Vertrag durch optionale Vertragsbausteine an örtliche Gegebenheiten und vertriebliche Besonderheiten angepasst werden kann.

Das Lizenzmodell sieht vor, dass die externen Vertragsparteien die eingenommenen Einnahmen zu 100 % an das Verkehrsunternehmen abtreten, mit dem das Vertragsverhältnis besteht. Somit wird ein Eingriff in das bestehende Einnahmenaufteilungsverfahren vermieden. Das Ticketsortiment soll sich dabei auf Gelegenheitskund*innen fokussieren, d. h. Einzelfahrten, Tageskarten oder 24-Stunden-Fahrscheine. Eine regionalspezifische Erweiterung ist möglich. Dieses Lizenzmodell dient vornehmlich Kund*innen und ist als Service/ Dienstleistung für diese und damit für die Stärkung des eigenen (digitalen) Vertriebskanals anzusehen

Weiteres Vorgehen

Der VRR als auch die Verkehrsunternehmen teilen die Grundidee der Brancheninitiative. Der LOI als auch der Musterlizenzvertrag werden durch den VRR in Zusammenarbeit mit den Verkehrsunternehmen diskutiert und überarbeitet, damit eine Unterzeichnung des LOI voraussichtlich Mitte Juni 2021 möglich ist. Dies umfasst auch den Abschluss eines "Anerkennungsvertrages" zwischen VRR und Verkehrsunternehmen zur Übernahme der sich aus den o.g. Verträgen ergebenden Rechte und Pflichten. Dabei werden auch mögliche Wechselwirkungen mit dem angestrebten gegenseitigen Vertrieb in NRW (vgl. Beschlussvorlage M/X/2021/0032)) beachtet.

B) Sachstände

1. Einnahmen und Fahrten Januar bis Dezember 2020

Die Corona-Pandemie hat sich 2020 deutlich negativ auf die Entwicklung der Verkehrsunternehmen im VRR ausgewirkt und steht auch weiter im Fokus. Die ab Sommer 2020 entspanntere Situation hat sich leider mit dem Teil-Lockdown im November 2020 und dem zweiten Lockdown im Dezember 2020 wieder verschärft. Insgesamt sind die Einnahmen, gerade im Barsortiment und den Zeitkarten im Einzelkauf, deutlich zurückgegangen. Die Abonnentenentwicklung durch Abopause oder-kündigung liegt im Mittel beim VRR noch immer unter 5 % - bei regional starken Unterschieden! Insgesamt ist dieses aber deutliches Zeichen unserer Abokunden für das Vertrauen in den ÖPNV.

Auf Basis der vorläufigen Abrechnungsdaten sind die Einnahmen 2020 (Stand: 01.02.2021) um 233,5 Mio. EUR (- 17,5 %) im Vergleich zum Vorjahr gesunken. Auch die Fahrten verzeichnen einen Rückgang von 246,5 Mio. Fahrten (- 21,6 %). In den nächsten Wochen sind noch Korrekturbuchungen und Nachmeldungen (13. Meldung) von den Verkehrsunternehmen zu erwarten, die das Ergebnis noch leicht verändern werden.

Die Einnahmen für die Regelzeitkarten sind von 445,3 Mio. EUR auf 393,3 Mio. EUR um 52,0

Mio. EUR (- 11,7 %) gesunken. Die FirmenTickets verzeichnen einen Rückgang um - 2,7 Mio. EUR (- 2,4 %). Die Einnahmen YoungTicketPLUS sind 2020 um - 3,5 Mio. EUR (- 5,6 %) zurückgegangen. Auch bei den SchülerTickets verzeichnen wir ein Minus von - 7,5 Mio. EUR (- 2,7 %). Einzig die SemesterTickets verzeichnen einen Zuwachs von 2,2 Mio. EUR (+ 2,9 %).

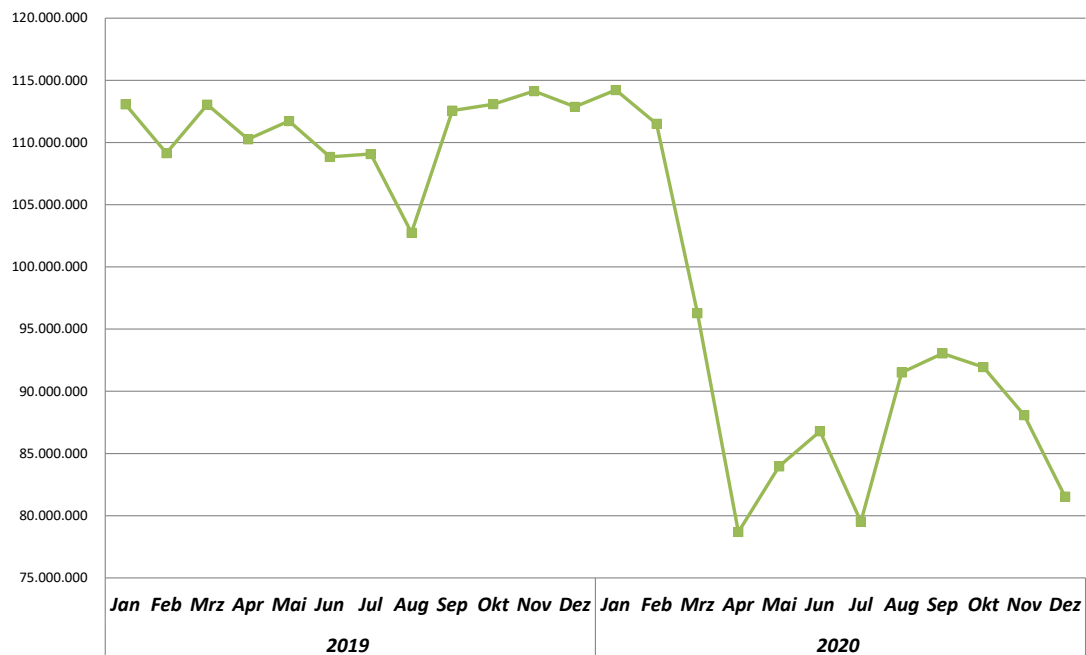
Deutlich zeigen sich die Auswirkungen der Corona-Pandemie im Barsortiment. Hier sanken die Einnahmen im Jahr 2020 um - 129,3 Mio. EUR (- 44,5 %), davon entfallen allein auf das EinzelTicket Erwachsene - 73,2 Mio. EUR (- 46,3 %).

Beim SozialTicket sind die Einnahmen im vergangenen Jahr im Vergleich zum Vorjahr um 20,6 Mio. EUR (- 23,6 %) gesunken. Die Absatzzahlen verzeichnen einen Rückgang von über 30 %, im Monatsdurchschnitt des gesamten Jahres 2020 sehen wir rd. 96 Tsd. SozialTicketkunden.

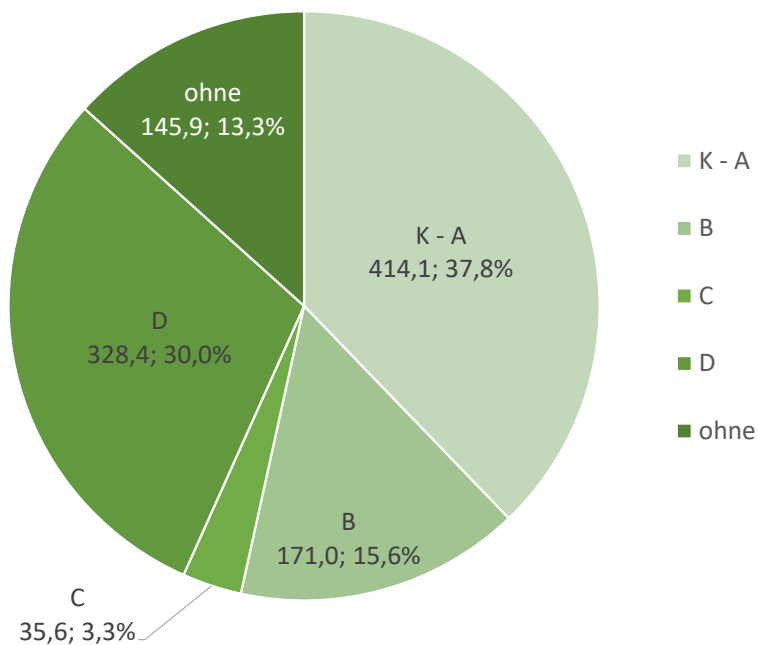
Insgesamt zeigt sich eine sehr angespannte Situation, die jedoch von unseren Abonent*innen noch deutlich abgefedert wird. Der aktuelle Lockdown und die damit verbundenen Kontaktbeschränkungen werden noch bis Mitte Februar 2021 oder darüber hinaus andauern. Eine Entspannung ist somit kurzfristig nicht zu erwarten. Wir werden diese Entwicklung auch weiterhin sehr kritisch beobachten.

Der Corona-Rettungsschirm der Landesregierung dient dazu, die Einnahmefälle aus dem Jahr 2020 abzufedern. Inwiefern eine Mittelübertragung aus dem Jahr 2020 auf das Jahr 2021 erfolgt, liegt derzeit zur Entscheidung beim Verkehrsministerium. Weitere Corona-Maßnahmen des VRR finden sich in der Sitzungsblockvorlage zu den Corona-Maßnahmen.

Entwicklung der Einnahmen von Januar 2019 bis Dezember 2020



Einnahmenanteile Januar bis Dezember 2020 in Mio. € nach Preisstufen



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

	Ticketgruppe	GESAMT		Veränderung	Veränderung
		Jan-Dez 2019	Jan-Dez 2020	zum Vorjahr absolut	zum Vorjahr in %
Summe von Absatz	Barsortiment	64.733.557	34.494.228	-30.239.329	-46,7
	davon EinzelTicket Erwachsene	47.260.903	24.760.433	-22.500.470	-47,6
	davon 4erTicket Erwachsene	6.113.962	3.853.770	-2.260.192	-37,0
	4-StundenTicket	508.744	341.372	-167.372	-32,9
	24h/48h-Varianten	2.050.972	1.028.390	-1.022.582	-49,9
	FirmenTickets	1.623.906	1.560.387	-63.519	-3,9
	davon FirmenTicket 100/100-Modell	716.998	609.019	-107.979	-15,1
	davon FirmenTicket GroKu-Modell	665.544	659.529	-6.015	-0,9
	davon FirmenTicket Rabatt-Modell	232.480	219.672	-12.808	-5,5
	davon FirmenTicket AZ-Modell	8.884	72.167	63.283	712,3
	Regelzeitkarten	5.627.795	4.922.285	-705.510	-12,5
	davon Ticket2000 Abo (inkl. 9 Uhr)	2.767.159	2.524.497	-242.662	-8,8
	davon Ticket1000 Abo (inkl. 9 Uhr)	1.088.851	1.007.080	-81.771	-7,5
	davon Ticket1000/2000 - MK/WK (inkl. 9 Uhr)	1.252.394	906.670	-345.724	-27,6
	davon BärenTicket	519.391	484.038	-35.353	-6,8
	Schüler/AzubiTickets	5.752.040	5.519.806	-232.234	-4,0
	davon SchokoTicket Selbstzahler	2.547.298	2.425.790	-121.508	-4,8
	davon YoungTicketPLUS inkl. Vorkursticket	995.408	937.826	-57.582	-5,8
	SemesterTickets	3.094.923	3.138.165	43.242	1,4
	SozialTickets	1.698.093	1.149.628	-548.465	-32,3
	1. Klasse Zuschlag	25.972	19.159	-6.813	-26,2
	ÜT-Tarif	1.450.265	314.813	-1.135.452	-78,3
	KombiTickets	5.707.318	2.935.272	-2.772.046	-48,6
	Sonstiges	80	-1.009	-1.089	-1.361,3
Summe von Einnahmen	Barsortiment	290.833.532	161.498.320	-129.335.213	-44,5
	davon EinzelTicket Erwachsene	157.981.791	84.801.759	-73.180.033	-46,3
	davon 4erTicket Erwachsene	69.062.168	42.763.318	-26.298.851	-38,1
	4-StundenTicket	2.136.725	1.433.762	-702.962	-32,9
	TagesTicket/24h/48h-Varianten	28.981.901	14.183.797	-14.798.104	-51,1
	FirmenTickets	111.532.581	108.867.495	-2.665.086	-2,4
	davon FirmenTicket 100/100-Modell	41.327.619	35.369.781	-5.957.838	-14,4
	davon FirmenTicket GroKu-Modell	50.953.056	50.487.573	-465.483	-0,9
	davon FirmenTicket Rabatt-Modell	18.612.716	17.748.864	-863.852	-4,6
	davon FirmenTicket AZ-Modell	639.190	5.261.277	4.622.088	723,1
	Regelzeitkarten	445.312.649	393.269.281	-52.043.368	-11,7
	davon Ticket2000 Abo (inkl. 9 Uhr)	214.300.898	197.917.929	-16.382.970	-7,6
	davon Ticket1000 Abo (inkl. 9 Uhr)	79.137.324	73.505.301	-5.632.023	-7,1
	davon Ticket1000/2000 - MK/WK (inkl. 9 Uhr)	105.804.445	77.953.883	-27.850.562	-26,3
	davon BärenTicket	46.069.982	43.892.168	-2.177.813	-4,7
	Schüler/AzubiTickets	279.152.943	271.701.140	-7.451.804	-2,7
	davon SchokoTicket Selbstzahler	93.485.837	89.921.571	-3.564.266	-3,8
	davon YoungTicketPLUS inkl. Vorkursticket	62.383.890	58.878.316	-3.505.573	-5,6
	SemesterTickets	76.338.455	78.540.903	2.202.448	2,9
	SozialTicket inkl. Zuwendung	87.086.776	66.504.349	-20.582.427	-23,6
	1. Klasse Zuschlag	1.587.227	1.167.520	-419.707	-26,4
	ÜT-Tarif	25.372.613	11.723.628	-13.648.985	-53,8
	KombiTickets	13.054.004	3.056.916	-9.997.089	-76,6
	Sonstiges	281.283	768.577	487.294	173,2
Summe von Fahrten	Barsortiment	90.710.371	49.760.270	-40.950.102	-45,1
	davon EinzelTicket Erwachsene	47.460.184	24.815.924	-22.644.260	-47,7
	davon 4erTicket Erwachsene	24.455.848	15.415.080	-9.040.768	-37,0
	4-StundenTicket	1.271.860	853.430	-418.430	-32,9
	TagesTicket/24h/48h-Varianten	8.177.800	3.766.806	-4.410.995	-53,9
	FirmenTickets	79.264.183	69.812.259	-9.451.924	-11,9
	davon FirmenTicket 100/100-Modell	20.792.942	15.657.219	-5.135.723	-24,7
	davon FirmenTicket GroKu-Modell	43.010.203	37.625.826	-5.384.377	-12,5
	davon FirmenTicket Rabatt-Modell	14.878.720	12.266.168	-2.612.552	-17,6
	davon FirmenTicket AZ-Modell	582.318	4.263.046	3.680.728	632,1
	Regelzeitkarten	335.555.577	258.954.484	-76.601.093	-22,8
	davon Ticket2000 Abo (inkl. 9 Uhr)	176.955.032	142.329.484	-34.625.548	-19,6
	davon Ticket1000 Abo (inkl. 9 Uhr)	62.237.383	50.589.669	-11.647.714	-18,7
	davon Ticket1000/2000 - MK/WK (inkl. 9 Uhr)	72.990.567	47.029.268	-25.961.299	-35,6
	davon BärenTicket	23.372.595	19.006.063	-4.366.532	-18,7
	Schüler/AzubiTickets	436.158.950	368.537.317	-67.621.633	-15,5
	davon SchokoTicket Selbstzahler	193.594.648	162.319.439	-31.275.209	-16,2
	davon YoungTicketPLUS inkl. Vorkursticket	74.655.600	62.001.062	-12.654.538	-17,0
	SemesterTickets	92.847.690	83.669.870	-9.177.820	-9,9
	SozialTicket	103.583.673	62.523.991	-41.059.682	-39,6
	1. Klasse Zuschlag	0	0	0	
	ÜT-Tarif	0	0	0	
	KombiTickets	2.567.409	891.509	-1.675.900	-65,3
	Sonstiges	0	0	0	
Gesamt: Summe von Absatz		89.713.949	54.052.734	-35.661.215	-39,7
Gesamt: Summe von Einnahmen		1.330.552.065	1.097.098.128	-233.453.937	-17,5
Gesamt: Summe von Fahrten		1.140.687.853	894.149.700	-246.538.153	-21,6

2. Umsetzung Schülerfahrkostenverordnung

Ausgangslage

Zum Schuljahreswechsel am 01.08.2021 werden die Eigenanteile des SchokoTickets für Schüler*innen angepasst, die einen Anspruch auf Fahrkostenübernahme gemäß Schülerfahrkostenverordnung NRW haben. Hierzu erging der Beschluss des Verwaltungsrates am 10.12.2020 mit Drucksache M/IX/2020/0811/1.

Grundlage für die Einführung des SchokoTickets in einer Gemeinde/Stadt ist ein Vertrag zwischen Verkehrsunternehmen, Schulträgern und Verbundgesellschaft. Zur Umsetzung der Preisanpassung der Eigenanteile ist zu jedem SchokoTicket-Vertrag ein Vertragsnachtrag zu formulieren und von allen Vertragsparteien zu unterzeichnen. Die VRR AöR hat bis Ende 2020 die entsprechenden Vertragsnachträge formuliert, unterzeichnet und den Verkehrsunternehmen zwecks weiterer Zeichnung zugesandt. Diese haben die Nachträge wiederum nach Unterzeichnung an die Schulträger weitergeleitet.

Eigenanteile anspruchsberechtigter Schüler*innen sind eine von drei Finanzierungssäulen des SchokoTickets, die zur Auskömmlichkeit des Tickets beitragen. Eine fristgerechte Unterzeichnung der Vertragsnachträge ist Basis für den Fortbestand des SchokoTickets in einer Gemeinde bzw. für Schüler*innen eines privaten Schulträgers.

Informationsveranstaltungen

Die VRR AöR hat im Dezember 2020 und Januar 2021 zur Information aller öffentlichen Schulträger Informationsveranstaltungen durchgeführt, in denen das Prozedere zu den Vertragsnachträgen erläutert und aufkommende Fragen geklärt wurden. An drei Veranstaltungen haben 82 Vertreter von Schulträgern sowie der Vertragsbetreuer der jeweiligen Verkehrsunternehmen teilgenommen. Eine vierte Veranstaltung findet am 25.02.2021 mit privaten Schulträgern statt.

Aktueller Status der Vertragsnachträge

Mit Stand vom 15.02.2021 sind im Alt-VGN-Raum alle 49 relevanten Verträge unterzeichnet. Die Frist für Vertragsnachträge aus diesem Raum war aufgrund der 6-monatigen Kündigungsfrist der 25.01.2021.

Im Alt-VRR läuft die Frist zur Unterzeichnung bis zum 31.03.2021. Mit Stand vom 15.02.2021 sind 77 Nachträge der 206 relevanten Vertragsnachträgen unterzeichnet. Aus den Gesprächen der Verkehrsunternehmen mit den Schulträgern geht hervor, dass eine fristgerechte Unterzeichnung erwartbar ist. Ein mündliches Update zum Status der Vertragsrückläufe er-

folgt in Tarif- und Marketingausschuss am 15.03.2021.

3. Vertriebsanalyse

Ausgangslage

Im Rahmen der digitalen Transformation unterliegt auch der Vertrieb einem digitalen Wandel. Mit der Einführung eines CiBo-Systems im Laufe des Jahres 2021, in Verbindung mit einem eTarif im VRR, stellt sich perspektivisch und grundsätzlich die Frage nach der Entwicklung aller Vertriebskanäle der Verkehrsunternehmen im VRR. Auch wurden die Arbeiten an der Tarifstrategie 2030 des VRR aufgenommen. Um parallel zu den möglichen Tarifzielen bis 2030 eine dazugehörige Vertriebsstrategie 2030 zu erstellen, sind die vorhandenen Daten zu den Vertriebsstrukturen, -umsätzen, -absätzen und -prozessen mit neuen Daten anzureichern und zu erweitern.

Ergänzend wurde im Dezember Sitzungsblock 2019 der Wunsch an die VRR-Verwaltung herangetragen, einen Vergleich der Vertriebsstrukturen insbesondere zwischen digitalen Vertriebswegen (inkl. eTarif, Online Shops) und dem klassischen Tarif und Vertrieb (inkl. Automaten, personalbediente Verkaufsstellen, Verkauf über das Fahrpersonal) durchzuführen und mögliche Handlungsszenarien zu entwickeln.

Die Aufgabe des Ticketsvertriebs ist gemäß Verbundgrundvertrag eine der Kernaufgaben der Verkehrsunternehmen bzw. des SPNV-Aufgabenträgers. Die Unternehmen melden monatlich die Verkaufsdaten je Ticketgruppe je Periode.

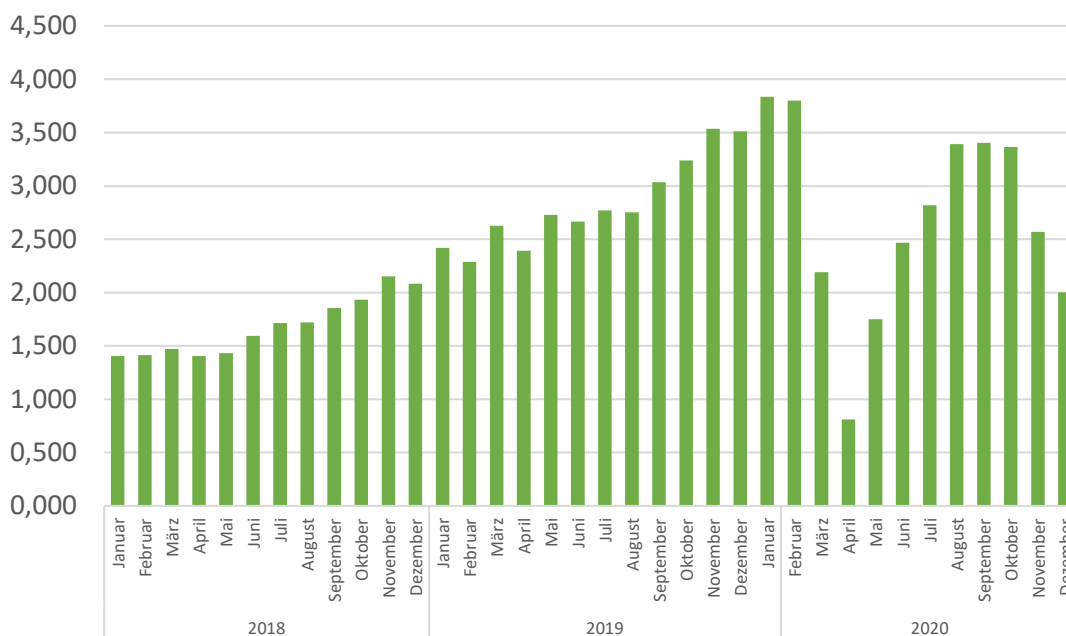
Der Gestaltungsrahmen im Bereich des Vertriebs ist durch verschiedene rechtliche Rahmenbedingungen festgelegt. So ist das Vorhalten von Bargeld als Zahlungsmittel beim Ticketverkauf über das Fahrpersonal verpflichtend sowie z.B: der Ticketverkauf zum sofortigen Fahrtantritt im Fahrzeug oder an Stationen.

Aktuelle Entwicklungen in den Vertriebskanälen

In den letzten Jahren ist bereits eine intensive Diskussion zum Erfordernis von Entwertern geführt worden. Die Marktforschungsstudie „Vorverkauf- und Entwerter“ des VRR aus dem Jahr 2017 ergab, dass ein Großteil der befragten Kund*innen die Fahrscheine an Fahrscheinautomaten kauft. Tickets über die VRR-App hatte bis 2017 jede sechste Person (16%) schon einmal gekauft: In der jüngeren Generation (16-39 Jahre) jede dritte Person, von den über 60-Jährigen so gut wie niemand. Eine Beibehaltung der unentwerteten Papiertickets wurde kurzzeitig empfohlen.

Die Online-Verkäufe (ohne VRR-Shop) erfuhren dann seit Januar 2018 einen Anstieg um 173% bei den Einnahmen. Zusätzlich zeigen nun erste VRR-Befragungen, dass die COVID-19-Pandemie das Nutzerverhalten hin zu mehr digitalen Bezahl-Optionen verstärkt hat. In einer VRR-Befragung gaben 49% der Befragten an, seit Beginn der Pandemie häufiger kontaktlose Bezahlwege, z.B. Girokarte, zu nutzen. Die zunehmende Bedeutung des online/ mobilen Vertriebes zeigt sich auch bei Betrachtung der Jahre 2018-2020 bei den ÖSPV-Unternehmen: Auch vor Corona war eine deutliche Steigerung über diesen Vertriebsweg zu verzeichnen. Nach kurzzeitigem Einbruch erholte sich der digitale Vertrieb nach dem ersten Lockdown im April 2020 umgehend und erzielte im August 2020 mehr Einnahmen als in den Vorjahren.

Online-Vertrieb von 2018 bis 2020 in Mio. €



Es ist anzunehmen, dass die zunehmende Vielfalt der Vertriebswege immer weiter von den Kund*innen angenommen wird. Dieses wird als mittelfristige Perspektive eine Verbreiterung der Vertriebswege mit sich bringen. Die bestehenden Vertriebskanäle (Kundencenter, externe Vertriebsstellen, Automaten, Backoffice für Abonnenten) bleiben bestehen und neue (digitale) Vertriebswege (Apps, Ticketshops, CiBo-System) werden ergänzt. Hierdurch entstehen zusätzliche Kosten, die nicht unmittelbar durch Kostenreduktion im klassischen Vertrieb kompensiert werden können. Ziel ist im Rahmen der Analyse Handlungsszenarien zu entwickeln, die in einem Stufenmodell die Entwicklung neuer Vertriebskanäle darstellt aber auch auf der anderen Seite eine nachfrageorientierte Anpassung der klassischen Vertriebskanäle abbildet.

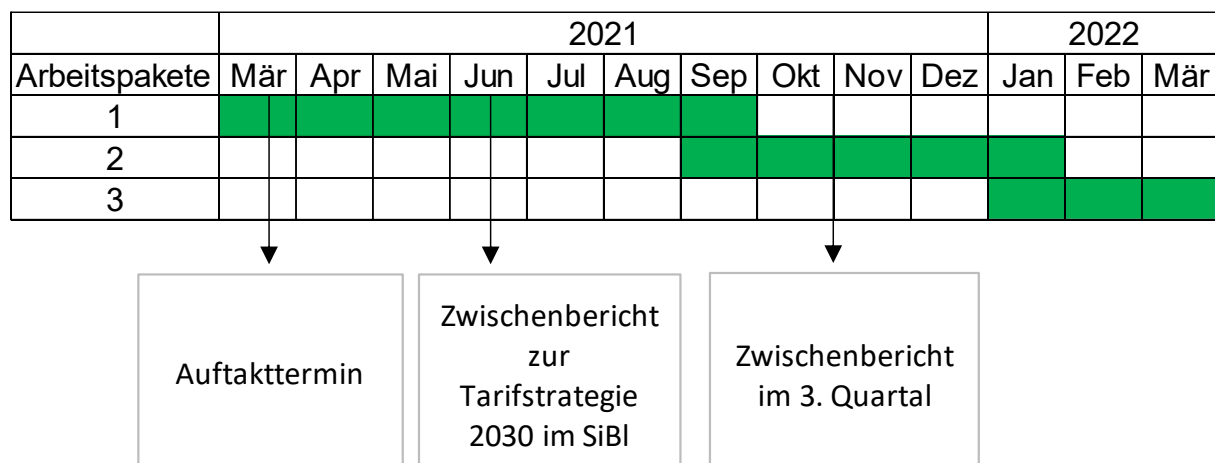
Weiteres Vorgehen

Bedingt durch die generellen Verhaltensänderungen bei Kund*innen, den strukturellen Veränderungen durch die COVID-19-Pandemie und den anstehenden tariflichen Änderungen durch die Einführung eines digitalen Kundenzugangs mit einem eTarif (CiBo) beim VRR, erarbeitet der VRR aktuell mögliche Entwicklungsszenarien zur Weiterentwicklung des klassischen Tarifs einerseits und des eTarifs andererseits. Als zeitlicher Horizont werden 2025/30 fokussiert. Im Zuge dieser Betrachtungen ist auch eine Bewertung der Vertriebskanäle und deren Entwicklung zweckmäßig. Um zahlenbasierte Aussagen zur Entwicklung der Vertriebskanäle, deren Absatz- und Umsatzentwicklung darstellen zu können, ist die Datenlage derzeit noch nicht umfassend. Die VRR Facharbeitskreis MTV verständigte sich im Dezember 2020 auf die Gründung einer Arbeitsgruppe, die gemeinsam mit einem externen Berater Handlungsszenarien für die zukünftige Vertriebsausrichtung für die VRR Gremien erarbeiten wird. Weiterhin werden im Rahmen einer Neuauflage der Marktforschungsstudie „Vorverkauf- und Entwerter“ aus 2017 die erarbeiteten Szenarien eingearbeitet und kundenseitig bewertet. Anschließend soll die Gesamtheit aller Vertriebskanäle geprüft und ggf. neu priorisiert werden.

Die Vergabe für die Beratungsdienstleistung befindet sich aktuell in Vorbereitung. Ein erstes Arbeitstreffen (ggf. noch ohne Berater) ist für März 2021 geplant. Das Projekt wird in drei Arbeitspakete gegliedert (s.u.):

- (1) Bedarfsanalyse & Handlungsszenarien
- (2), Akzeptanzanalyse (=> Erneuerung der Entwerter-Studie)
- (3), Ergebniszusammenführung und Handlungsempfehlungen

Nachstehendes Gantt-Chart gibt einen Einblick in den geplanten Projektablauf inkl. Berichte in den Sitzungsblöcken:



4. NRW-Beförderungsbedingungen

Mobilitätsgarantie NRW

Die in allen Verbünden gleichlautenden Beförderungsbedingungen Nahverkehr NRW (BB NRW) sollen zum 01.07.2021 angepasst werden.

Die Verbünde in NRW, die Aufgabenträger des Schienenpersonennahverkehrs und das Land NRW haben sich verständigt, die Mobilitätsgarantie im Falle einer Verspätung oder bei Ausfall eines Busses, einer Straßenbahn oder eines Zuges zu erweitern.

Zukünftig sollen Kund*innen bei der Wahl eines alternativen Verkehrsmittels im Falle einer Verspätung oder bei Ausfall des Verkehrsmittels die Möglichkeit haben, auf einen taxiähnlichen Dienstleistungsanbieter (z.B. on demand-Verkehr oder Uber) umzusteigen. Die Dienstleistung muss von professionellen und lizenzierten Anbietern durchgeführt werden. Der Privat-PKW ist damit ausgeschlossen. Die Erstattungsregelungen sind analog zum Taxi ausgestaltet:

Bei Nutzung der Mobilitätsgarantie eines professionellen Fahrdienstvermittlers beläuft sich die Obergrenze bei einer fahrplanmäßigen Abfahrtszeit zwischen 05:00 und 20:00 Uhr auf 30,00 Euro je Fahrgast, bei einer fahrplanmäßigen Abfahrtszeit zwischen 20:00 und 05:00 Uhr auf 60,00 Euro je Fahrgast.

Darüber hinaus sollen Kund*innen bei der Wahl eines alternativen Verkehrsmittels die Möglichkeit haben, auf ein anderes Nahverkehrsmittel auszuweichen, auch wenn dieses außerhalb der Tarifzone seines ursprünglichen Tickets verkehrt. Der Erwerb des neuen Nahverkehrstickets soll Kund*innen analog zum Fernverkehrsticket erstattet werden.