öffentlich

Vorlage			
Betreff			
Tarifangelegenheiten			
Organisation	**Bereich/Periode/Jahr/Lfd. Nr./Nachtrag**	**Datum**	**Lfd. Nr. BPL**
AöR	**M/X/2022/0415**	**11.11.2022**	**18**

Beratungsfolge	**Zuständigkeit**	**Sitzungstermin**	**Ergebnis**
Unternehmensbeirat der VRR AöR	Empfehlung	28.11.2022	☐
Ausschuss für Tarif und Marketing der VRR AöR	Empfehlung	30.11.2022	☐
Verwaltungsrat der VRR AöR	Entscheidung	07.12.2022	☐

Beschlussvorschlag:

A) Beschlüsse

1. Marketingplan 2023-2024

Der Unternehmensbeirat der VRR AöR und der Ausschuss für Tarif und Marketing der VRR AöR empfehlen dem Verwaltungsrat der VRR AöR, einer Verlängerung des bestehenden Marketingplans um zwei Jahre bis 31.12.2024 zuzustimmen. In Abhängigkeit von der Verstetigung der sich gerade neu entwickelnden ÖPNV-Finanzierungsvolumina und -systematik auf Seiten von Bund und Land wird eine Überarbeitung der Marketingplanstruktur in einen Abstimmungsprozess mit den VRR-Gremien eingebracht.

Finanzielle Auswirkungen:

☒ Keine

☐ Ist im aktuellen Wirtschaftsplan berücksichtigt.

☐ Kann aus eingesparten Mitteln des aktuellen Wirtschaftsplans finanziert werden.

☐ Greift im nächsten und/oder Folgejahren und wird im Wirtschaftsplan eingeplant.

☐ Wird durch Fördermittel finanziert (Fördersatz: ___ % / Eigenmittel ___ %)

Personelle Auswirkungen:

☐ Keine

☐ Ist im aktuellen Stellenplan berücksichtigt.

☒ Wird mit dem bestehenden Personal umgesetzt/durchgeführt werden.

☐ Abweichend vom Stellenplan wird zusätzliches Personal benötigt (siehe Begründung).

☐ interne Finanzierung ☐ externe Finanzierung

2. Anpassung verbundübergreifende Aufpreise

Der Unternehmensbeirat der VRR AöR und der Ausschuss für Tarif und Marketing der VRR AöR empfehlen dem Verwaltungsrat der VRR AöR den Preisanpassungen wie folgt zuzustimmen.

- **VRS**: Der Ergänzungsaufpreis für VRR-FirmenTickets und Großkundenangebote, sowie VRS-JobTickets soll zum 01.01.2023 um 3,8 % auf 75,90 Euro angepasst werden. Diese Empfehlung gilt vorbehaltlich einer positiven Beschlussfassung in den VRS-Gremien.
- **AVV**: Der Ergänzungsaufpreis für AVV-JobTickets zur Nutzung des festgelegten Teilraums im VRR soll zum 01.01.2023 um 4,1 % auf 95,30 Euro angepasst werden.
- **NRW:** Das SemesterTicket NRW für das Sommersemester 2024 und das Wintersemester 2024/2025 soll um 4,04 % auf 61,80 Euro pro Semester für Binnenabschlüsse und um 4,07% auf 74,20 Euro für Standorte außerhalb von Deutschland angepasst werden.

Finanzielle Auswirkungen:

☐ Keine

☒ Ist im aktuellen Wirtschaftsplan berücksichtigt.

☐ Kann aus eingesparten Mitteln des aktuellen Wirtschaftsplans finanziert werden.

☐ Greift im nächsten und/oder Folgejahren und wird im Wirtschaftsplan eingeplant.

☐ Wird durch Fördermittel finanziert (Fördersatz: ___ % / Eigenmittel ___ %)

Personelle Auswirkungen:

☐ Keine

☐ Ist im aktuellen Stellenplan berücksichtigt.

☒ Wird mit dem bestehenden Personal umgesetzt/durchgeführt werden.

☐ Abweichend vom Stellenplan wird zusätzliches Personal benötigt (siehe Begründung).

☐ interne Finanzierung ☐ externe Finanzierung

3. FlexSozial

Der Unternehmensbeirat der VRR AöR und der Ausschuss für Tarif und Marketing der VRR AöR empfehlen dem Verwaltungsrat der VRR AöR einer vorübergehenden Aussetzung des Tickets FlexSozial aufgrund der neuen Rahmenbedingungen durch das Deutschlandticket zuzustimmen. Nach positiver Beschlussempfehlung der VRR-Gremien zum Deutschlandticket soll zunächst der Fokus auf dessen schnellstmögliche Umsetzung gelegt werden. Des Weiteren ist die inhaltliche Zuordnung des FlexSozials zum Deutschlandticket zu prüfen. Die Konkretisierung des Umsetzungszeitraums erfolgt im März-Sitzungsblock 2023.

Finanzielle Auswirkungen:

☒ Keine

☐ Ist im aktuellen Wirtschaftsplan berücksichtigt.

☐ Kann aus eingesparten Mitteln des aktuellen Wirtschaftsplans finanziert werden.

☐ Greift im nächsten und/oder Folgejahren und wird im Wirtschaftsplan eingeplant.

☐ Wird durch Fördermittel finanziert (Fördersatz: ___ % / Eigenmittel ___ %)

Personelle Auswirkungen:

☐ Keine

☐ Ist im aktuellen Stellenplan berücksichtigt.

☒ Wird mit dem bestehenden Personal umgesetzt/durchgeführt werden.

☐ Abweichend vom Stellenplan wird zusätzliches Personal benötigt (siehe Begründung).

☐ interne Finanzierung ☐ externe Finanzierung

4. FlexJob – Verlängerung des Pilotprojektes

Der Unternehmensbeirat der VRR AöR und der Ausschuss für Tarif und Marketing der VRR AöR empfehlen dem Verwaltungsrat der VRR AöR der einer Verlängerung des FlexJob-Piloten um ein weiteres Jahr (01.05.2023 – 30.04.2024) zuzustimmen.

Finanzielle Auswirkungen:

☒ Keine

☐ Ist im aktuellen Wirtschaftsplan berücksichtigt.

☐ Kann aus eingesparten Mitteln des aktuellen Wirtschaftsplans finanziert werden.

☐ Greift im nächsten und/oder Folgejahren und wird im Wirtschaftsplan eingeplant.

☐ Wird durch Fördermittel finanziert (Fördersatz: ___ % / Eigenmittel ___ %)

Personelle Auswirkungen:

☐ Keine

☐ Ist im aktuellen Stellenplan berücksichtigt.

☒ Wird mit dem bestehenden Personal umgesetzt/durchgeführt werden.

☐ Abweichend vom Stellenplan wird zusätzliches Personal benötigt (siehe Begründung).

☐ interne Finanzierung ☐ externe Finanzierung

5. Verlängerung NRW-Stammkundenaktion

Der Unternehmensbeirat der VRR AöR und der Ausschuss für Tarif und Marketing der VRR AöR empfehlen dem Verwaltungsrat der VRR AöR der Verlängerung der Stammkundenaktion auf die Monate November und Dezember 2022 analog den Kriterien der Stammkundenaktion für die Monate September und Oktober 2022 zuzustimmen.

Finanzielle Auswirkungen:

☐ Keine

☒ Ist im aktuellen Wirtschaftsplan berücksichtigt.

☐ Kann aus eingesparten Mitteln des aktuellen Wirtschaftsplans finanziert werden.

☐ Greift im nächsten und/oder Folgejahren und wird im Wirtschaftsplan eingeplant.

☐ Wird durch Fördermittel finanziert (Fördersatz: ___ % / Eigenmittel ___ %)

Personelle Auswirkungen:

☐ Keine

☐ Ist im aktuellen Stellenplan berücksichtigt.

☒ Wird mit dem bestehenden Personal umgesetzt/durchgeführt werden.

☐ Abweichend vom Stellenplan wird zusätzliches Personal benötigt (siehe Begründung).

☐ interne Finanzierung ☐ externe Finanzierung

B) Sachstände

Der Unternehmensbeirat der VRR AöR, der Ausschuss für Tarif und Marketing der VRR AöR und der Verwaltungsrat der VRR AöR der VRR AöR nehmen nachfolgende Sachstände zur Kenntnis:

1. Einnahmen und Fahrten Januar – August 2022

2. Tarifkooperationen

Finanzielle Auswirkungen:

☒ Keine

☐ Ist im aktuellen Wirtschaftsplan berücksichtigt.

☐ Kann aus eingesparten Mitteln des aktuellen Wirtschaftsplans finanziert werden.

☐ Greift im nächsten und/oder Folgejahren und wird im Wirtschaftsplan eingeplant.

☐ Wird durch Fördermittel finanziert (Fördersatz: ___ % / Eigenmittel ___ %)

Personelle Auswirkungen:

☒ Keine

☐ Ist im aktuellen Stellenplan berücksichtigt.

☐ Wird mit dem bestehenden Personal umgesetzt/durchgeführt werden.

☐ Abweichend vom Stellenplan wird zusätzliches Personal benötigt (siehe Begründung).

☐ interne Finanzierung ☐ externe Finanzierung

Begründung/Sachstandsbericht:

A) Beschlüsse

1. Marketingplan 2023-2024

Die politischen Gremien haben den Marketingplan für den VRR im Herbst 2019 beschlossen (M/IX/2019/0606). Der Plan hat eine Laufzeit bis Ende 2022, der darin enthaltene Modus der tariflichen Fortschreibung wurde im Februar-Sitzungsbock 2021 aktualisiert (siehe hierzu Drucksache M/X/2021/0031). Der Marketingplan bedarf nunmehr einer planmäßigen Aktualisierung, die formal im vierten Sitzungsblock 2022 ansteht. Das Bestehen eines Marketingplans und insbesondere der darin enthaltenen tariflichen Fortschreibung ist unerlässlich, um in der Systematik der Ausgleichszahlungen von Land und Bund einen Referenztarif zu haben.

Wie bereits in der Vorlage „Tarifangelegenheiten“ M/X/2022/0361 im September-Sitzungsblock 2022 beschrieben, haben der Ukraine-Krieg und mit ihm die Energiepreisexplosion, einklagbare Einhaltung von Schadstoff-Emissionsgrenzen und Corona die Rahmenbedingungen für das ÖPNV-Marketing im VRR und für einen Tariffortschreibungsmodus gegenüber 2019 fundamental verändert.

Diese grundstürzenden Ereignisse mit ihren teilweise unabsehbaren Wirkungsdauern erschweren die Planbarkeit von Marketingaktivitäten und verursachen gerade mit Blick auf die Preisbildung mögliche Zielkonflikte. Hinzu kommen die tariflichen Interventionen des Bundes:

- zunächst das 9-Euro-Ticket von Juni-August 2022, das die preislichen und strukturellen Maßstäbe für die künftige Tarifgestaltung aus einer Nutzerperspektive deutlich verschoben hat, und in der Folge
- das aktuell zwischen Bund und Ländern verhandelte Zeitkartenprodukt („Klimaticket Deutschland“, „49-Euro-Ticket), das dem 9-Euro-Ticket merkmalsgleich oder -ähnlich zum Anfang 2023 nachfolgen soll.

Ein solches Produkt hat in jedem Falle tiefgreifende Wirkung auf das Marketing in allen Marketingbausteinen, wie Tarif, Vetrieb und Kommunikation.

Zudem wird auf der Seite des Gesetzgebers aktuell erwogen, für ein solches zentrales, bundesweit einheitliches Ticket einen gesetzlich verankerten Modus für eine preisliche Weiterentwicklung (Preiserhöhungen für die Kundenseite) festzulegen. Dieser wird sich den üblichen Beschlussfassungszuständigkeiten auf Verbundebene entziehen und trotzdem strategische Implikationen auch auf der Verbundebene nach sich ziehen. Für die Marketingarbeit sind diese zum jetzigen Zeitpunkt noch unklar und werden sich erst nach weiteren Klärungen auf Seiten des Bundes und der Länder zu diesem neuen Ticket ergeben.

Bereits der Marketingplan 2019-22 hat die Bedeutung der Akquirierung weiterer Mittel für den ÖPNV betont. Hierzu haben der VRR, die polititschen Vertretern*innen in den VRR-Gremien, der VDV und nicht zuletzt das Land bewusstseinbildende Aktivitäten auf verschiedenen Ebenen unternommen.

Inhaltlich enthält der bestehende Marketingplan auch weiterhin aktuelle, richtige und wichtige Ziele und Strategien.

Im Hinblick auf die Tariffortschreibung betont bereits der Beschluss M/X/2021/0031, dass die Tariffortschreibung keinem Automatismus unterliegt und die Orientierung an wesentlichen Verbraucherpreis- und Kostenindizes als Basis für den Dialog zur Preisgestaltung zu verstehen ist. Insofern ist dies – gerade im Hinblick auf die jüngsten Tarifimpulse des Bundes – eine auch für 2023 und 2024 geeignete formale Grundlage.

Weiteres Vorgehen

Aus den vorgenannten Gründen empfiehlt der VRR den bestehenden Marketingplan um zwei Jahre bis 31.12.2024 zu verlängern, davon ausgehend, dass sich im Laufe der nächsten zwei Jahre wesentliche gesetzliche und finanzielle Rahmenbedingungen geklärt bzw. stabilisiert haben und ebenso Klarheit über das zukünftige Klimaticket Deutschland herrscht, so dass anschließend der Dialog für den folgenden Marketingplan aufgenommen werden kann.

2. Anpassung verbundübergreifende Aufpreise

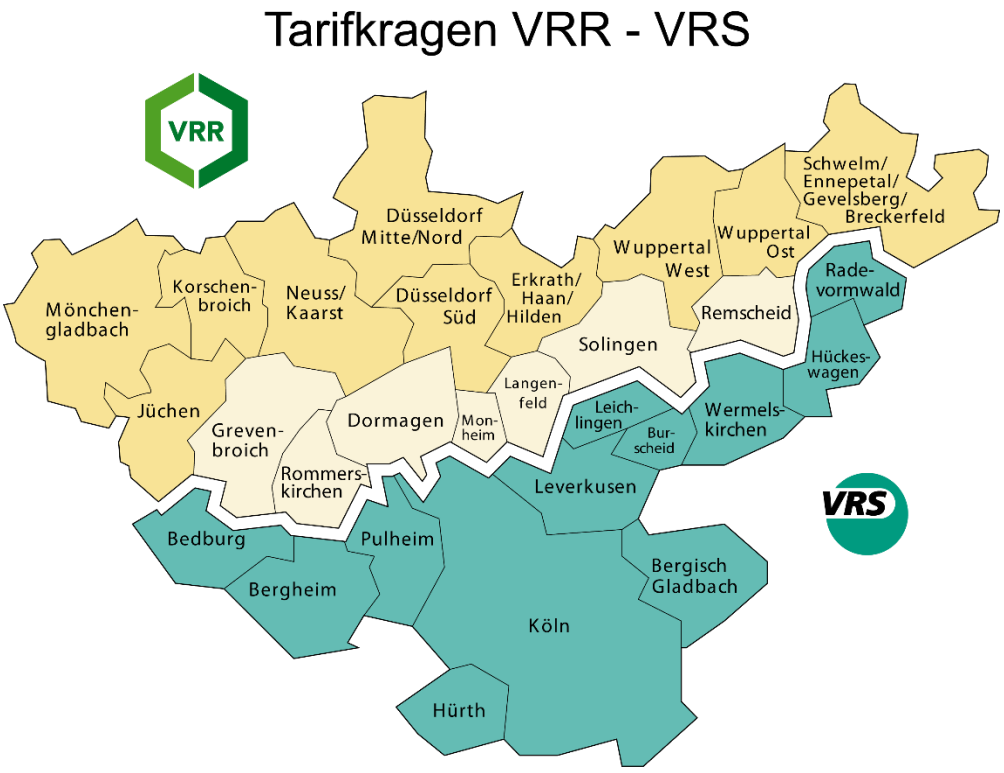
Begründung

Die Tarifentwicklung der Verbundbinnentarife (VRS, AVV und VRR) bildet alljährlich die Grundlage für die Fortschreibung der wechselseitigen Ergänzungsaufpreise. Zu den VRR-Großkundenangeboten gibt es aktuell fakultative Ergänzungsaufpreise für die Nutzung der Nachbarverbünde VRS und AVV. Ebenso können Inhaber*innen von AVV- oder VRS-Job-Tickets gegen einen Aufpreis einen Teil des VRR-Tarifraums nutzen. Durch das Nachfolgemodell des 9-Euro-Tickets ist zu erwarten, dass die Nachfrage von Ergänzungsprodukten im Jahr 2023 deutlich sinken wird. Für die Berechnung der Ausgleichsbeträge aus dem Rettungsschirm ist eine Preisfortschreibung, wie auch im September-Sitzungsblock für den allgemeinen VRR-Tarif beschlossen, notwendig (M/X/2022/0361/1).

Ergänzungsaufpreis zwischen VRR und VRS

Zwischen VRR und VRS ist ein einheitlicher Ergänzungsaufpreis vereinbart. Die beiden Verbünde passen ihre allgemeinen Preise zum 01.01.2023 an.

Der Geltungsbereich des gemeinsamen Ergänzungsaufpreises ist der Geltungsbereich des großen Tarifkragens zwischen VRR und VRS, die jeweilige Seite des anderen Verbundes. Der Preis liegt derzeit bei 73,10 Euro. In Absprache mit dem VRS wird ab dem 01.01.2023 ein Preis von 75,90 Euro vorgeschlagen. Dies entspricht einer Preisanpassung von 3,8%. Die VRS GmbH wird diesen Preis entsprechend in die VRS-Gremien zur Entscheidung einbringen. Die Empfehlung des VRR gilt vorbehaltlich der Beschlussfassung im VRS.

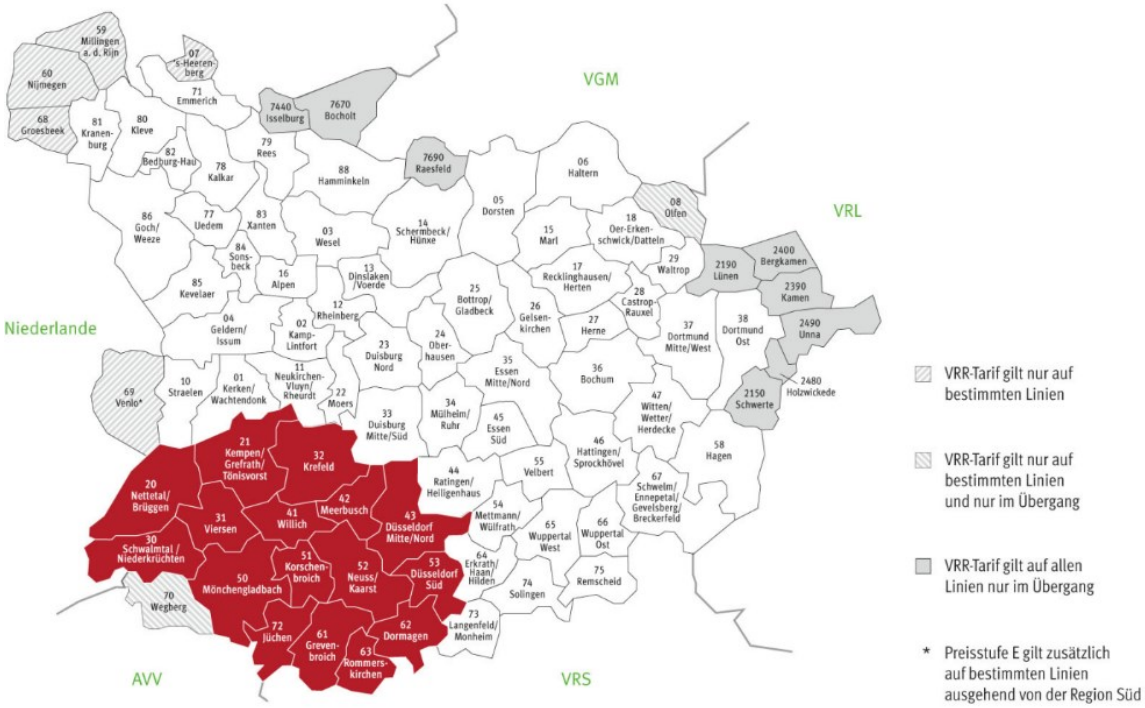


Ergänzungsaufpreise zwischen AVV und VRR

AVV und VRR legen die Preise für die Nutzung ihrer Verbundräume eigenständig und unterschiedlich in ihren jeweiligen Gremien fest.

Der Ergänzungsaufpreis zu VRR-Firmen- und Großkundenangeboten für die Nutzung des gesamten AVV-Raums wurde von 80,90 Euro auf 81,90 Euro angehoben. Dies entspricht einem Erhöhungsmaß von 1,2%.

Der Ergänzungsaufpreis zu AVV-JobTickets für die Nutzung des festgelegten Teilraums im VRR beträgt aktuell 91,60 Euro. Analog zur allgemeinen Preisanpassung im Segment der Zeitkarten im VRR wird eine Anpassung des Ergänzungsaufpreises um 4,1% auf 95,30 Euro vorgeschlagen.



Fortschreibung NRW-Tarif 2023 SemesterTicket NRW

In den VRR-Gremien wurde das NRW-Tariftableau mit einem Erhöhungsmaß von 3,5 % zum 01.01.2023 zum Beschluss empfohlen. Dieser Beschluss wurde von den politischen VRR-Gremien im September-Sitzungsblock bestätigt.

Das KCM beabsichtigt eine Überarbeitung der Zusammenhänge zwischen Verbund-SemesterTicket und dem Semester-Ticket NRW-Aufpreis, die bis zum Zeitpunkt der Vorlage für den Sitzungsblock September noch nicht abgeschlossen war. Um die Informationspflichten gegenüber den Vertragspartnern zur Preisfortschreibung fristgerecht zu wahren, wird die Preisfortschreibung des SemesterTickets NRW für das Sommersemester 2024 und das Wintersemester 2024/2025 mit einem Aufpreis i.H.v 61,80 € (+4,04 %) pro Semester für Binnenabschlüsse und 74,20 € (+4,07 %) für Standorte außerhalb von Deutschland zum Beschluss empfohlen. Die Überarbeitung der SemesterTicket NRW-Aufpreise soll im Laufe des Jahres 2023 zwischen KCM und den NRW-Verbünden diskutiert und abgeschlossen werden.

3. FlexSozial

Ausgangslage

Gemäß Auftrag des Verwaltungsrates im Sitzungsblock Juni 2021 zur Weiterentwicklung des SozialTickets, wurden mehrere Anforderungen gestellt: Hierbei sollte zum einen die

Ausweitung des SozialTickets auf Abonnements geprüft werden und zum anderen soll ein Angebot im Bereich der Gelegenheitskund*innen / Barsortiment über alle Preisstufen betrachtet werden.

Die Arbeitsgruppe bestehend aus VRR-Verkehrsunternehmen (VRR-VU) und der VRR-Verwaltung hat konkrete Umsetzungsvorschläge erarbeitet:

- Eine SozialTicket-Abonnement-Variante für SozialTicketkund*innen wurde als eine schlüssige Ergänzung zum bestehenden Ticketangebot beschlossen (M/X/2022/0361) und wird ab dem 01.01.2023 verkauft.
- Eine FlexSozial-Variante ist eine attraktive Ergänzung für Gelegenheitskund*innen, die im Bartarif für alle Distanzen und damit Preisstufen genutzt werden kann. Hierzu wurde im Sitzungsblock September 2022 berichtet (s. Vorlage M/X/2022/0361)

FlexSozial-Variante

Folgender Vorschlag wurde in enger Zusammenarbeit mit den VRR-Verkehrsunternehmen erarbeitet und zum Beschluss in den Arbeitsgremien empfohlen. Hierbei wird die bekannte FlexTicket-Logik angewandt:

- Grundpreis: 2,90 € pro Monat (30 Tage)
- 50 % Rabatt auf EinzelTickets in allen Preisstufen („EinzelTicket FlexSozial“)

Der Vertrieb des FlexSozial erfolgt über die digitalen Vertriebswege (z.B. VRR-App).

Die Einführung des FlexTicket Sozial-Angebots erfolgt unter der Voraussetzung, dass die bisherigen Fördermittel des Landes NRW für die SozialTickets weiterhin und dauerhaft zur Verfügung stehen. Ein regelmäßiges Monitoring aller SozialTicket-Produkte wird die Produkteinführungen AboSozial und FlexSozial begleiten. Durch die Erweiterung der SozialTicket-Varianten wird ein Mindererlös i.H.v. 2,6 Mio. EUR pro Jahr erwartet.

Auswirkungen Deutschlandticket und weiteres Vorgehen

Das FlexSozial ist als digitales Produkt geplant, welches in enger Zusammenarbeit mit den technischen Dienstleistern und den VRR-Verkehrsunternehmen umgesetzt werden soll. Durch die vorgesehene Einführung des Deutschlandticket haben sich die tariflichen- und vertrieblichen Rahmenbedingen geändert und der Fokus einer digitalen Umsetzung verschoben.

Die VRR-Verwaltung regt an, nach einer positiver Beschlussempfehlung der VRR-Gremien zum Deutschlandticket, den Fokus auf die schnellstmögliche Umsetzung des 9-Euro-Ticket-Nachfolgemodells zu legen. Des Weiteren ist die tarifliche Struktur des FlexSozial im Kontext der sonstigen VRR-Tarifprodukte und des Deutschlandtickets zu prüfen. Die Konkretisierung des Umsetzungszeitraums des FlexSozial soll im März-Sitzungsblock 2023 erfolgen. Die Terminsetzung eines möglichen Einführungstermins hat dabei einen technischen Umsetzungszeitraum von ca. 6 Monaten zu beachten.

4. FlexJob – Verlängerung des Pilotprojektes

Ausgangslage

Durch die Corona-Pandemie und den damit verbundenen Steigerungen der Home-Office-Nutzungen, wurde bereits im Jahr 2020 festgestellt, dass Vielfahrer-Abonnements kundenseitig als z.T. nicht länger zeitgemäß empfunden werden. Angesichts eines sinkenden Großkunden-Anteils zeigte sich die Rheinbahn interessiert an einem Pilotprojekt, in dem ein Home-Office-Tarifmodell für Großkunden getestet wird. Dieses Modell sollte auch die Lücke zwischen den Tickets für Vielfahrer- und Gelegenheitskund*innen schließen. Im Verwaltungsrat am 24.03.2021 (Vorlage M/X/2021/0029) wurde die Umsetzung des FlexJob-Abonnements als Pilotprojekt für zwei Jahre beschlossen.

FlexJob-Modell

Der/die Nutzer*in bezahlt einen monatlichen Grundbetrag von 20,00 € und erhält dafür einen prozentual vergünstigten Zugang (ca. -70%) zu max. zwölf 24-Stunden-Tickets für einen Monat. Der Grundbetrag von 20,00 € kann entweder vom Mitarbeitenden selbst oder in Form eines Zuschusses durch den Arbeitgeber bezahlt werden. Das Pilotprojekt begann am 01.05.2021 und sollte regulär am 30.04.2023 enden oder ins Regelsortiment überführt werden.

Entwicklung des Modells

Seit Mai 2021 wurden 19 Unternehmen mit 1.177 FlexTicket-Abnehmer*innen akquiriert. Fast alle Großkunden bezahlen ihren Mitarbeiter*innen teilweise einen Zuschuss, bei 7 Unternehmen wird der gesamte Grundbetrag von 20,00 € übernommen. Insgesamt entwickelten sich die Abnehmer*innenzahlen positiv: Der größte Anstieg der Abnehmer*innenzahl wurde von August auf September 2022, nach Ende der 9-Euro-Ticket-Aktion, festgestellt.

Im Oktober 2021 wurde bei den Abnehmern*innen eine Umfrage zum Nutzungsverhalten und der Zufriedenheit durchgeführt, an der sich 139 FlexTicket-Abnehmer*innen beteiligten. Die Abfrage ergab, dass im Schnitt 5 bis 6 der 24-StundenTickets pro Monat abgerufen

werden. Des Weiteren wurde die Möglichkeit der Fahrradmitnahme vermisst, sodass dieser Parameter des Modells ggf. im Laufe einer weiteren möglichen Pilotphase ergänzt werden könnte.

Trotz der positiven Entwicklung wurde der Pilot durch die weiterhin anhaltende Corona-Pandemie und dem 9-Euro-Ticket stark beeinflusst. Des Weiteren wurde zum 01.01.2022 das Flex25 und Flex35 eingeführt; die Auswirkungen des Flex-Modells für Privatkund*innen auf das FlexJob konnten noch nicht hinreichend analysiert werden.

Weiteres Vorgehen

Im ursprünglichen Beschluss wurde festgelegt, dass das Modell nach positiver Bewertung in den Regeltarif übernommen wird. Aufgrund der aktuellen Unsicherheit bzgl. des Nachfolgetickets zum 9-Euro-Ticket und dessen Auswirkungen auf das bestehende VRR-Tarifsortiment, soll der Pilot um ein Jahr verlängert werden. In diesem weiteren Jahr können die neu für dieses Ticket gewonnenen Kunden*innen gehalten werden und gleichzeitig kann beobachtet werden, ob das FlexJob ggf. eine tarifliche Lücke für Großkunden zum Klimaticket schließt. Die Teilnahme weiterer VRR-Verkehrsunternehmen am Piloten ist weiterhin möglich.

5. Verlängerung NRW-Stammkundenaktion

Ausgangslage und weiteres Vorgehen

Gemäß der Vorlage M/X/2022/0263 für den März-Sitzungsblock wurde die Umsetzung der NRW-Stammkunden-Aktion im Jahr 2022 ursprünglich für einen viermonatigen Zeitraum von 01.06. bis 30.09.2022 beschlossen. Aufgrund der 9-Euro-Ticket-Aktion in den Monaten Juni, Juli und August wurde die Durchführung der Stammkundenaktion überdacht und an das Ende der 9-Euro-Ticket-Aktion auf die Monate September und Oktober verlegt (M/X/2022/0328). Um weiterhin eine möglichst große Anzahl der im Aktionszeitraum gewonnenen Abonnenten*innen im System zu halten und da der ursprüngliche Beschluss einen viermonatigen Aktionszeitraum vorsah, wurde die Stammkundenaktion nach Vorabsprachen mit den Tarifverantwortlichen in NRW auf die Monate November und Dezember 2022 erweitert. Somit ist die ursprünglich im März 2022 beschlossene Aktionsdauer nicht überschritten worden. Die Rettungsschirmkonformität wurde mit dem Land NRW geklärt.

Kommunikationsmaßnahmen

Zur Kommunikation wurde vom KCM (KompetenzCenter Marketing) ein Key Visual entwickelt, welches von den Verbünden im Rahmen ihrer Kommunikation ebenfalls genutzt wurde. Im

Zuge der Verlängerung der Kampagne wurden die Medien mit dem entsprechenden Verlängerungs-Hinweis überarbeitet:



Beispiel: Plakatmotiv VRR (September und Oktober)



Beispiel: Anzeigenmotiv VRR (November und Dezember)

Im Rahmen der Aktion wurde vom KCM (KompetenzCenter Marketing) ein umfangreiches Medienpaket sowie die dazugehörigen offenen Daten zur eigenen Weiterverarbeitung zur Verfügung gestellt.

Der VRR ließ für beide Kampagnenabschnitte jeweils Plakate und Roll-ups für die Kunden-Center der Verkehrsunternehmen produzieren.

Ebenso wurde die Aktion über die VRR-eigenen Kanäle (Webseite mit FAQ, Social Media, Newsletter) verlängert und durch externe verbundübergreifende Anzeigenschaltungen im Print- und Online Bereich bei der Funke Medien Gruppe, der Rheinischen Post und der BILD unterstützt.

B) Sachstände

1. Einnahmen und Fahrten Januar – August 2022

Einnahmen und Fahrten 1–8/2022

Die Einnahmesituation bei den Verkehrsunternehmen hat sich in den Monaten Juni bis August 2022 deutlich verändert: Die erfreulich hohe Nachfrage nach dem 9-Euro-Ticket bei bisherigen Nicht- und Gelegenheitsnutzer*innen konnte erwartungsgemäß den deutlichen Rückgang der Tarifeinnahmen bei Zeitkartennutzer*innen und Abonnent*innen nicht ausgleichen. Die reduzierten Tarifeinnahmen werden durch den ÖPNV-Rettungsschirm ausgeglichen.

Die Einnahmen sind dadurch in den ersten acht Monaten bis einschließlich August 2022 um - 124,0 Mio. € (- 18,4 %) im Vergleich zum Vorjahr zurückgegangen. Bei den Fahrten verzeichnete der VRR trotz der im Januar 2022 aufgrund von Corona nochmals um 5 % reduzierten Fahrtenhäufigkeiten durch das 9-Euro-Ticket ein deutliches Plus von + 63,8 Mio. Fahrten (+ 12,0 %).

Bei den Regelzeitkarten sind die Einnahmen von 236,1 Mio. € um 73,4 Mio. € (- 31,1 %) auf 162,6 Mio. € zurückgegangen. Auch bei den FirmenTickets zeigen sich ähnlich starke Einnahmenrückgänge von 19,7 Mio. € (- 31,9 %). Die Einnahmen der Azubitickets sind im Betrachtungszeitraum um - 9,0 Mio. € (- 26,7 %), die Einnahmen der SchülerTickets um - 31,3 Mio. € (- 23,6 %) zurückgegangen. Die SemesterTickets sind um - 13,2 Mio. € (- 25,5 %) gesunken.
Das Barsortiment hatte sich in den ersten fünf Monaten wieder deutlich entspannt. Von Juni bis August macht sich das 9-Euro-Ticket bemerkbar, so dass hier die Einnahmen von 110,3 Mio. € auf 102,1 Mio. € (- 8,2 Mio. €, - 7,4 %) gesunken sind.

Beim SozialTicket nahmen die Einnahmen 2022 im Vergleich zum Vorjahr um - 6,8 Mio. € (-17,1 %) ab.

eezy VRR

Im Dezember 2021 sind die eezy-Tarife der Verbünde und des Landes NRW im Rahmen von CiBo-NRW gestartet. Es kommen sukzessiv weitere Verkehrsunternehmen bzw. Kundenvertragspartner hinzu, die den neuen eezy-Tarif zusätzlich über deren digitale Vertriebskanäle anbieten. Auch hier hat sich die bis Mai 2022 positive Einnahmenentwicklung in den drei Folgemonaten deutlich abgeschwächt, jedoch nicht so stark wie im klassischen Bartarif.

Einnahmen eezy VRR

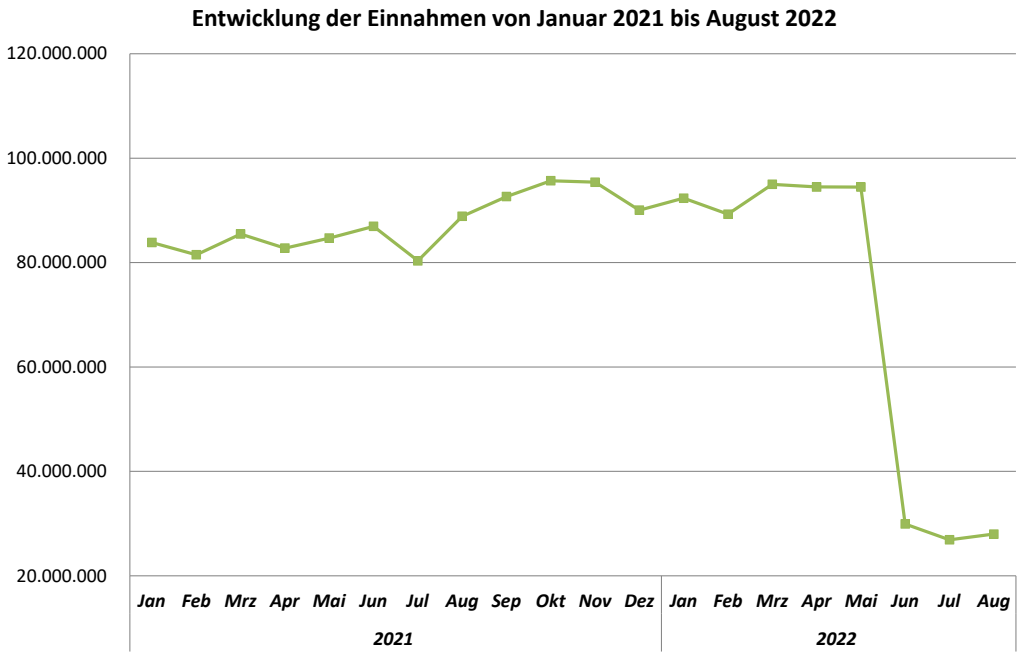
	Dez 21	Jan 22	Feb 22	Mrz 22	Apr 22	Mai 22	Jun 22	Jul 22	Aug 22
VRR eTarif 2. Klasse	25.301 €	28.113 €	38.879 €	72.058 €	82.637 €	139.668 €	32.849 €	6.781 €	46.987 €
VRR eTarif 1. Klasse	282 €	279 €	388 €	710 €	811 €	1.433 €	446 €	97 €	567 €
VRR eTarif Fahrrad	65 €	11 €	137 €	607 €	650 €	1.050 €	169 €	75 €	154 €
	25.648 €	**28.403 €**	**39.404 €**	**73.375 €**	**84.098 €**	**142.151 €**	**33.463 €**	**6.953 €**	**47.707 €**

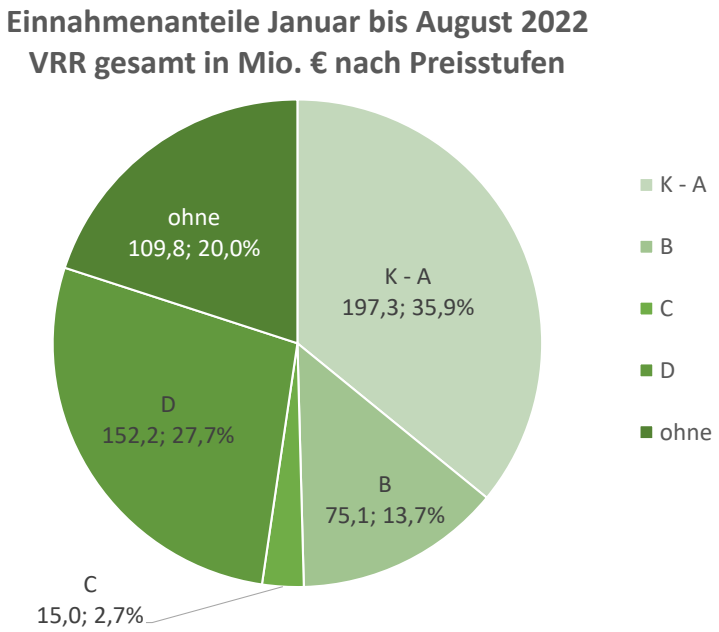
Fahrten eezy VRR

	Dez 21	Jan 22	Feb 22	Mrz 22	Apr 22	Mai 22	Jun 22	Jul 22	Aug 22
VRR eTarif 2. Klasse	7.782	9.437	13.262	23.592	25.552	43.928	12.563	2.643	18.081
VRR eTarif 1. Klasse	42	40	50	92	101	375	174	17	387
	7.824	**9.477**	**13.312**	**23.684**	**25.653**	**44.303**	**12.737**	**2.660**	**18.468**

9-Euro-Ticket

Das 9-Euro-Ticket kann sicherlich als Erfolg verbucht werden: Über die drei Verkaufsmonate hinweg haben durchschnittlich über 1,3 Mio. Kund*innen das Ticket genutzt. Die anfänglichen Kapazitätsprobleme direkt zu Beginn der Aktion zu Pfingsten haben sich über die Laufzeit des Ticketangebotes eingespielt.




Einnahmenanteile Januar bis August 2022
VRR gesamt in Mio. € nach Preisstufen
ohne
109,8; 20,0%
K - A
197,3; 35,9%
D
152,2; 27,7%
B
75,1; 13,7%
C
15,0; 2,7%
K - A
B
C
D
ohne

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

		GESAMT		Veränderung zum Vorjahr	Veränderung zum Vorjahr
	Ticketgruppe	Jan-Aug 2021	Jan-Aug 2022	absolut	in %
Summe von Absatz	Barsortiment	25.765.943	23.011.859	-2.754.084	-10,7
	davon EinzelTicket Erwachsene	19.548.014	16.838.759	-2.709.255	-13,9
	davon 4erTicket Erwachsene	2.232.704	1.837.169	-395.535	-17,7
	4-StundenTicket	282.405	261.346	-21.059	-7,5
	24h/48h-Varianten	645.588	676.755	31.167	4,8
	Flexvarianten	1.815.653	2.119.948	304.295	16,8
	eTarif	0	151.303	151.303	
	FirmenTickets	902.365	902.942	577	0,1
	davon FirmenTicket 100/100-Modell	357.950	230.004	-127.946	-35,7
	davon FirmenTicket GroKu-Modell	363.600	197.003	-166.597	-45,8
	davon FirmenTicket Rabatt-Modell	121.792	75.774	-46.018	-37,8
	davon FirmenTicket GroKu Vop	57.306	392.295	334.989	584,6
	davon FlexJob	1.717	7.866	6.149	358,1
	Regelzeitkarten	2.939.160	2.779.648	-159.512	-5,4
	davon Ticket2000 Abo (inkl. 9 Uhr)	1.487.208	1.465.948	-21.260	-1,4
	davon Ticket1000 Abo (inkl. 9 Uhr)	606.656	631.321	24.665	4,1
	davon Ticket1000/2000 - MK/WK (inkl. 9 Uhr)	564.898	404.223	-160.675	-28,4
	davon BärenTicket	280.398	278.156	-2.242	-0,8
	Schüler/AzubiTickets	3.400.130	3.431.962	31.832	0,9
	davon SchokoTicket Selbstzahler	1.474.706	1.586.675	111.969	7,6
	davon YoungTicketPLUS inkl. Vorkursticket	536.721	541.507	4.786	0,9
	SemesterTickets	2.049.652	2.012.062	-37.590	-1,8
	SozialTickets	649.017	532.276	-116.741	-18,0
	1. Klasse Zuschlag	8.964	7.766	-1.198	-13,4
	9-Euro-Ticket	0	3.985.157	3.985.157	
	ÜT-Tarif	182.892	174.321	-8.571	-4,7
	KombiTickets	178.278	2.759.256	2.580.978	1.447,7
	Sonstiges	-249	1	250	100,4
Summe von Einnahmen	Barsortiment	110.286.790	102.127.949	-8.158.840	-7,4
	davon EinzelTicket Erwachsene	64.467.537	57.788.813	-6.678.724	-10,4
	davon 4erTicket Erwachsene	24.778.270	21.190.895	-3.587.376	-14,5
	4-StundenTicket	1.186.101	1.123.788	-62.313	-5,3
	24h/48h-Varianten	8.493.594	9.405.535	911.941	10,7
	Flexvarianten	3.300.025	3.934.324	634.299	19,2
	eTarif	0	455.554	455.554	
	FirmenTickets	61.649.925	41.999.595	-19.650.330	-31,9
	davon FirmenTicket 100/100-Modell	20.450.271	12.988.216	-7.462.055	-36,5
	davon FirmenTicket GroKu-Modell	27.333.145	14.463.293	-12.869.852	-47,1
	davon FirmenTicket Rabatt-Modell	9.637.864	5.996.593	-3.641.271	-37,8
	davon FirmenTicket GroKu Vop	4.215.788	8.480.532	4.264.744	101,2
	davon FlexJob	12.857	70.961	58.104	451,9
	Regelzeitkarten	236.068.670	162.640.646	-73.428.024	-31,1
	davon Ticket2000 Abo (inkl. 9 Uhr)	117.111.105	78.246.539	-38.864.565	-33,2
	davon Ticket1000 Abo (inkl. 9 Uhr)	44.221.331	31.327.198	-12.894.133	-29,2
	davon Ticket1000/2000 - MK/WK (inkl. 9 Uhr)	49.121.877	36.160.811	-12.961.066	-26,4
	davon BärenTicket	25.614.357	16.906.098	-8.708.260	-34,0
	Schüler/AzubiTickets	166.815.667	126.472.323	-40.343.344	-24,2
	davon SchokoTicket Selbstzahler	55.049.908	41.922.631	-13.127.277	-23,8
	davon YoungTicketPLUS inkl. Vorkursticket	33.817.078	24.799.116	-9.017.962	-26,7
	SemesterTickets	51.917.685	38.668.520	-13.249.165	-25,5
	SozialTicket inkl. Zuwendung	39.937.589	33.118.504	-6.819.085	-17,1
	1. Klasse Zuschlag	533.567	464.213	-69.355	-13,0
	9-Euro-Ticket	0	35.866.413	35.866.413	
	ÜT-Tarif	6.469.447	4.854.169	-1.615.278	-25,0
	KombiTickets	171.712	3.040.308	2.868.596	1.670,6
	Sonstiges	571.974	675.614	103.639	18,1
Summe von Fahrten	Barsortiment	34.661.059	31.351.196	-3.309.863	-9,5
	davon EinzelTicket Erwachsene	19.524.615	16.838.389	-2.686.226	-13,8
	davon 4erTicket Erwachsene	8.930.816	7.348.676	-1.582.140	-17,7
	4-StundenTicket	706.013	653.365	-52.648	-7,5
	24h/48h-Varianten	2.218.603	2.522.464	303.861	13,7
	Flexvarianten	1.705.247	1.961.298	256.051	15,0
	eTarif	0	150.294	150.294	
	FirmenTickets	39.516.207	36.926.002	-2.590.205	-6,6
	davon FirmenTicket 100/100-Modell	9.524.117	5.963.874	-3.560.243	-37,4
	davon FirmenTicket GroKu-Modell	20.160.499	10.379.368	-9.781.131	-48,5
	davon FirmenTicket Rabatt-Modell	6.623.418	3.908.684	-2.714.734	-41,0
	davon FirmenTicket GroKu Vop	3.204.803	16.660.441	13.455.638	419,9
	davon FlexJob	3.370	13.635	10.265	304,6
	Regelzeitkarten	149.853.331	135.516.128	-14.337.203	-9,6
	davon Ticket2000 Abo (inkl. 9 Uhr)	81.443.207	76.662.478	-4.780.729	-5,9
	davon Ticket1000 Abo (inkl. 9 Uhr)	29.554.512	29.155.420	-399.092	-1,4
	davon Ticket1000/2000 - MK/WK (inkl. 9 Uhr)	28.200.488	19.684.614	-8.515.874	-30,2
	davon BärenTicket	10.655.124	10.013.616	-641.508	-6,0
	Schüler/AzubiTickets	220.471.404	212.239.827	-8.231.577	-3,7
	davon SchokoTicket Selbstzahler	95.855.890	98.373.850	2.517.960	2,6
	davon YoungTicketPLUS inkl. Vorkursticket	34.350.144	33.031.927	-1.318.217	-3,8
	SemesterTickets	53.290.952	52.313.612	-977.340	-1,8
	SozialTicket	33.748.884	26.081.524	-7.667.360	-22,7
	1. Klasse Zuschlag	0	0	0	
	9-Euro-Ticket	0	99.628.925	99.628.925	
	ÜT-Tarif	0	23	23	
	KombiTickets	24.662	1.127.770	1.103.108	4.472,9
	Sonstiges	0	0	0	
Gesamt: Summe von Absatz		36.076.152	39.748.553	3.672.401	10,2
Gesamt: Summe von Einnahmen		674.423.026	550.383.808	-124.039.218	-18,4
Gesamt: Summe von Fahrten		531.566.499	595.335.301	63.768.803	12,0

2. Tarifkooperationen

Ausgangslage

Vom 14. Juni bis zum 14. Juli 2024 wird die Fußball-Europameisterschaft (UEFA EURO 2024) in Deutschland stattfinden. Im Verbundgebiet liegen mit Dortmund (Signal-Iduna-Park), Gelsenkirchen (Veltins-Arena) und Düsseldorf (Merkur-Spiel-Arena) drei der 10 Spielorte. Je Spielort sind 4 – 6 Spiele vorgesehen (Dortmund 6 Spiele, Gelsenkirchen 4 Spiele, Düsseldorf 5 Spiele). Zusätzlich befindet sich mit Köln (Rhein-Energie-Stadion, 5 Spiele) ein Spielort in „Nahverkehrs-Distanz“ zum VRR-Verbundraum. Veranstalter ist jeweils die UEFA.

In verschiedenen Akteursgruppen (VDV, DFB, betroffene Städte/„Host Cities“ und Verbünde) werden derzeit tarifliche, rechtliche und verkehrsplanerische Konzepte erarbeitet. Auf tariflicher Ebene wurden KombiTicket-Kalkulationen für Besucher*innen, Volunteers, Pressevertreter und Staff erstellt. Die zeitliche Gültigkeit der KombiTickets wird nach aktueller Planung 36 bis 48 Stunden betragen. Des Weiteren haben VRR und VRS der EURO 2024 GmbH gemeinsam angeboten, den Geltungsbereich der KombiTickets bei Spielen in den vier NRW-Spielstätten auf beide Verbünde auszuweiten.

Die Gespräche mit der EURO 2024 GmbH werden fortgeführt; ein Vertragsabschluss zu einem KombiTicket wird im ersten Quartal 2023 erwartet. Der VRR wird über den Fortgang berichten.

Neben den tariflichen Aspekten wird auch die weitere Koordination der Mobilität zur Fußball-Europameisterschaft 2024 vorangetrieben. Der VRR ist im Austausch mit den Spielort-Städten Dortmund, Gelsenkirchen und Düsseldorf und den Verkehrsunternehmen vor Ort und unterstützt diese bei Bedarf koordinierend beim Aufstellen entsprechender Konzepte und Planungen. Gleichzeitig wird der VRR die Möglichkeiten zur Verstärkung des SPNV-Angebots während dieser Zeit prüfen.