

Verkehrsverbund Rhein-Ruhr

Vertriebsrichtlinie 2024



Impressum

Herausgeber:

Verkehrsverbund Rhein-Ruhr AöR
Augustastr. 1 · 45879 Gelsenkirchen
Telefon: 0209/1584-0
E-Mail: info@vrr.de
www.vrr.de

Fotos/Bildnachweis:

©VRR AöR

Inhalt

Glossar	4
Präambel	6
I. Rechtsgrundlage	6
II. Gegenstand	6
1 Grundlagen der Vertriebsrichtlinie	7
Satzung der „Gemeinsamen Anstalt öffentlichen Rechts“ Verkehrsverbund Rhein-Ruhr AöR (Auszug)	7
Verbundgrundvertrag über die Kooperation der Verkehrsunternehmen im Verkehrsverbund Rhein-Ruhr	7
1.1 Ziele der Vertriebsrichtlinie	8
1.2 Umsetzung strategischer Ziele in der Vertriebsrichtlinie	8
1.3 Überarbeitung und Fortschreibung der Vertriebsrichtlinie	9
1.4 Verantwortlichkeiten im Vertrieb	9
2 Vertriebswege	11
2.1 Merkmale der Vertriebswege	11
2.2 Personalbedienter Vertrieb	12
2.3 Selbstbedienter Vertrieb	13
2.4 Indirekter Vertrieb durch Verträge	14
3 Kundengewinnung und Kundenbindung	15
3.1 Aktionen zur Kundengewinnung und Kundenbindung	16
3.2 Abwerbung von Abokunden	16
4 Tarifprodukte	17
4.1 Bartickets	17
4.2 eTarif eezy VRR	17
4.3 Zeittickets	17
4.4 Abonnement	17
4.5 Verträge	17
4.7 Linienbedarfsverkehre	19
4.8 Sonstige Tickets	19
5 Ausgabemedien und Kontrolle/Prüfung	20
5.1 Ticketausgabe auf Papier	20
5.2 Elektronisches Fahrgeldmanagement (EFM)	21
5.3 Qualitätsmanagement	23
5.4 EBE-Prüfbericht	23
6 Bezahlarten	24
6.1 Barzahlung und Bargeldloses Bezahlen	24
7 Datenorganisation / Technische Standards	26
8 Anlagenverzeichnis	27

wird aktualisiert!

Glossar

AK MTV	Arbeitskreis Marketing, Tarif und Vertrieb im VRR
Amtlicher Lichtbildausweis	Ein amtlicher Lichtbildausweis ist ein von einer Behörde ausgestellter, mit einem Lichtbild versehener Ausweis zum Nachweis der Identität, wie z. B. Reisepass, Personalausweis.
Anspruchsberechtigter	Ein Anspruchsberechtigter gehört zu einer Gruppe von Personen, die das Recht haben, Fahrausweise zu vergünstigten Konditionen zu erwerben.
AT	Aufgabenträger
Aufgabenträger	Die Aufgabenträger sind in Deutschland für die Organisation und Finanzierung des Öffentlichen Personennahverkehrs zuständig.
Clearing	Im Verbund kommt es häufiger vor, dass ein Kunde sein Nutzermedium, wie z. B. die Chipkarte in Region A erworben hat, aber dieses in Region B verwendet. Somit möchte das Verkehrsunternehmen in Region B gewährleistet sehen, dass die Einnahmen aus dieser Fahrt ihm zufallen. Das Clearing schafft die Voraussetzungen zur Durchführung einer Leistungsvergütung zwischen den beteiligten Instanzen.
DSGVO	Die Datenschutz-Grundverordnung ist eine Verordnung der EU, die die Regeln zur Verarbeitung personenbezogener Daten EU-weit vereinheitlichen soll. Dies soll den Schutz personenbezogener Daten innerhalb der EU sicherstellen.
e-Commerce	Vertriebsweg über das Internet
eTarif	Auf die Berechnung durch elektronische Medien ausgerichteter Tarif, der den Nutzern Tarifkenntnisse ersparen soll (z. B. Luftlinien-Tarif mit Check-in/Check-out; Testphase im VRR 2018 unter nextTicket).
EVU	Eisenbahnverkehrsunternehmen
Individualverkehr	Verkehrsteilnehmer bewegen sich mit einem Fahrzeug, welches sie allein oder mit anderen Personen zusammen nutzen. Dabei sind die Fahrzeugnutzer vollkommen frei, was die Wegführung und das Fahrtziel anbelangt. Das beste Beispiel ist der klassische PKW, aber auch das Fahrrad zählt zur Kategorie des Individualverkehrs.
Intermodale Mobilität	Für eine einzige Wegeketten werden unterschiedliche Verkehrsmittel genutzt.
Interoperabilität	Beschreibt die Fähigkeiten von unterschiedlichen Systemen, möglichst nahtlos zusammenzuarbeiten.
KViV	Konzessionierte Verkehrsunternehmen im Verkehrsverbund Rhein-Ruhr
KVP	Kundenvertragspartner
m-Commerce	Vertriebsweg über App/Smartphone
Multimodale Mobilität	Unterschied zur Intermodalen Mobilität: Nutzung unterschiedlicher Verkehrsmittel für verschiedene Wege.
ÖPNV	Öffentlicher Personennahverkehr, definiert als die „allgemein zugängliche Beförderung mit Verkehrsmitteln im Linienverkehr, die überwiegend dazu bestimmt sind, die Verkehrsnachfrage im Stadt-, Vorort- oder Regionalverkehr zu befriedigen
ÖSPV	Straßenpersonennahverkehr, Teil des ÖPNV, der mit Bussen und Straßenbahnen erbracht wird
ÖV	Öffentlicher Verkehr

PayPal	PayPal ist ein Zahlungsmittel, das eine sichere Zahlung garantieren soll. Für die Zahlung loggt sich der Kunde bei PayPal ein und bestätigt die Zahlung. Die Bankverbindung oder Kreditkartennummer ist in dem PayPal-Konto hinterlegt und die Daten werden dadurch bei der Zahlung nicht übertragen.
Post-Paid	Verträge mit nachträglicher Rechnungslegung
Qualitätssicherung	Zur Qualitätssicherung können Maßnahmen wie Außendienstbesuche, Mystery Shopping oder Kundenbarometer durchgeführt werden.
SPNV	Schienenpersonennahverkehr, Teil des ÖPNV, der mit Eisenbahnzügen erbracht wird
Tarifbestimmungen	Ist nur von Tarifbestimmungen ohne Zusatz die Rede, sind die Tarifbestimmungen des VRR gemeint.
Ticket	Ein Ticket ist eine Fahrkarte für die öffentlichen Verkehrsmittel. Synonym werden auch verwendet: Fahrschein, Billet u.a.
Ticketautomaten	Synonyme: Fahrscheinautomaten, Fahrausweisautomaten
TLV-EFS	TLV = Type-Length-Value-Format (deutsch Typ-Länge-Wert), Format für den Aufbau elektronischer Fahrscheine (EFS)
VDV	Verband deutscher Verkehrsunternehmen
VDV-KA	VDV-Kernapplikation: Standard für elektronisches Ticketing
Vertriebsinformation	Preis, Geltungsbereich, etc. für die Information über KombiTickets an die Verkehrsunternehmen
Vertriebskanäle	Vertriebswege
Vertriebspartner	Vertriebspartner sind private Vertriebsstellen oder Agenturen, die im Auftrag von / in Kooperation mit den Verkehrsunternehmen Leistungen erbringen. Synonym verwendet werden: Vertriebsstellen, Agenturen usw.
Vertriebswege	Wege, über die der Verkauf von Tickets stattfinden kann, z.B. App, Website, Ticketautomat, Servicestelle, ...; Unterscheidung in personalbediente Vertriebswege, automatisierter Vertriebsweg, digitaler Vertrieb (über App und Web), Verkauf via Kooperationspartner
VRR AöR / VRR	Verkehrsverbund Rhein-Ruhr, Anstalt des öffentlichen Rechts
VRR App	Die VRR App ist eine smartphonebasierte Softwareanwendung für die Betriebssysteme iOS und Android zur Bedienung der Fahrplanauskunft.
VU	Verkehrsunternehmen

Präambel

Im Bestreben, im Verbundgebiet für eine einheitliche und wiedererkennbare Benutzeroberfläche im Sinne von § 7 Absatz 2 der Satzung der VRR AöR zu sorgen und um die wirtschaftlichen Verhältnisse der Verkehrsunternehmen im Verkehrsverbund Rhein Ruhr (VRR) zu verbessern, ergeht auf der Grundlage von § 4 Absatz 4 der Satzung der VRR AöR die nachfolgende Richtlinie.

Zur besseren Lesbarkeit wird in dieser Richtlinie das generische Maskulinum verwendet. Die in diesem Dokument verwendeten Personenbezeichnungen beziehen sich – sofern nicht anders kenntlich gemacht – auf alle Geschlechter.

I. Rechtsgrundlage

1. Die VRR AöR ist kraft Gesetzes sowie kraft Aufgabenübertragung die zuständige Behörde für die Bildung und Fortentwicklung des Gemeinschaftstarifs im Verkehrsverbund Rhein-Ruhr (VRR-Verbundtarif).
2. Unter dieser Maßgabe erarbeitet die VRR AöR gemäß § 12 der Satzung der VRR AöR Konzepte und Rahmenvorgaben für das verbundeinheitliche Vertriebssystem im Verbundgebiet. Der Rahmen für das Vertriebssystem umfasst die Struktur, die Vertriebswege, das Erscheinungsbild der Verkaufsstellen, die Fahrausweisgestaltung, eine verbundkompatible technische Ausstattung und Maßnahmen zur Einnahmensicherung.
3. Die konkrete Wahrnehmung dieser Zuständigkeit und die Gestaltung der einzelnen Vertriebs Elemente hat im Rahmen des § 14 Verbundgrundvertrag zu erfolgen.
4. Bei der Erarbeitung dieser Richtlinie wurden die Verbundverkehrsunternehmen und die Aufgabenträger nach Maßgabe der Verbundverträge und Satzungen einbezogen.
5. Vor diesem Hintergrund dient diese Richtlinie dazu, der VRR AöR und den betroffenen Verkehrsunternehmen und Gebietskörperschaften einen verbindlichen Rahmen im Sinne eines koordinierten Verkehrsangebots zu gewährleisten.
6. Rechtskonform zustande gekommene Richtlinien sind von den betroffenen Verkehrsunternehmen und Gebietskörperschaften zu beachten und umzusetzen.

II. Gegenstand

Gegenstand dieser Vertriebsrichtlinie ist die Vereinbarung von vertrieblichen Mindeststandards im Bewusstsein der gegenseitigen Verantwortung der Verkehrsunternehmen und des Verbunds für- und miteinander und mit dem Anspruch, den Kundenbedürfnissen hinsichtlich Leistung und Qualität gerecht zu werden. Mit dieser Richtlinie wird das Zusammenwirken von Verkehrsunternehmen und dem Verkehrsverbund Rhein-Ruhr durch die Anwendung eines einheitlichen Tarifs sowie von verbindlichen Regularien für den Vertrieb geregelt. Im Rahmen der Einnahmensicherung ist ein weiterer Gegenstand der Vertriebsrichtlinie das Festlegen von Sicherheitsmerkmalen sowie Prüfprozessen von Tickets bzw. Fahrausweisen, die die Zugangsberechtigung zum Öffentlichen Verkehr darstellen. Wesentliche Ziele sind die Versorgung der Kunden mit den gewünschten Leistungen sowie die Gewährleistung des einfachen Zugangs zum ÖPNV bzw. der Abbau von Zugangshemmnissen durch laufende Optimierung der Vertriebswege. Für die Kunden sollen die Nutzungshürden durch verbesserte Informationen und eine hohe Flexibilität gemäß den Fahrgastbedürfnissen gesenkt werden. Dazu ist die Steigerung des Anteils geschlossener Reiseketten aus Kundensicht wünschenswert. Da im Zuge der Digitalisierung neue Entwicklungen der Informations- und Kommunikationstechnologie alltäglicher werden, gilt es die Vertriebsrichtlinie kontinuierlich den Entwicklungen anzupassen. Die Änderung dieser Richtlinie sowie wesentliche Inhalte der Anlagen bedürfen eines mehrheitlichen Beschlusses der Gesellschafterversammlung KViV (Konzessionierte Verkehrsunternehmen im VRR) sowie der Verbundgremien.

1 Grundlagen der Vertriebsrichtlinie

Die Vertriebsrichtlinie beruht auf folgenden verbundvertraglichen und satzungsrechtlichen Grundlagen:

Satzung der „Gemeinsamen Anstalt öffentlichen Rechts“ Verkehrsverbund Rhein-Ruhr AöR (Auszug)

§ 4 Allgemeine Regelungen

(4) Zur Durchführung ihrer Aufgaben kann die VRR AöR für das Verbundgebiet Richtlinien erlassen. Bei der Erarbeitung der Richtlinien bzw. bei der Fortschreibung bestehender Richtlinien werden Vertreter der kommunalen Aufgabenträger und/oder der Verbundverkehrsunternehmen eingebunden. Die VRR AöR wirkt darauf hin, dass die lokalen Aufgabenträger im Verbundgebiet die Richtlinien bei der Aufstellung ihrer Nahverkehrspläne und im Rahmen der Betrauung von ÖSPV-Unternehmen mit gemeinwirtschaftlichen Verpflichtungen bzw. im Rahmen von Vergabeverfahren berücksichtigen.

§ 12 Vertrieb im Verbundgebiet

Die VRR AöR erarbeitet Konzepte und Rahmenvorgaben für das verbundeinheitliche Vertriebssystem im Verbundgebiet. Der Rahmen für das Vertriebssystem umfasst die Struktur, die Vertriebswege, das Erscheinungsbild der Verkaufsstellen, die Fahrausweisgestaltung, eine verbundkompatible technische Ausstattung und Maßnahmen zur Einnahmensicherung.

Verbundgrundvertrag über die Kooperation der Verkehrsunternehmen im Verkehrsverbund Rhein-Ruhr

§ 14 Vertrieb

- (1) Der VRR erarbeitet in Abstimmung mit den Verbundverkehrsunternehmen Konzepte und Rahmenvorgaben für eine verbundeinheitliche Vertriebssystematik als Richtlinien nach Maßgabe des § 20.
- (2) Der Rahmen für eine verbundeinheitliche Vertriebssystematik umfasst insbesondere die Struktur, die Vertriebswege, das Erscheinungsbild der Verkaufsstellen, die Fahrausweisgestaltung, eine verbundkompatible technische Ausstattung und Maßnahmen zur Einnahmensicherung.
- (3) Die Fortentwicklung der Vertriebssystematik ist unter Berücksichtigung neuer innovativer Lösungen in die Marketingstrategie einzubringen.
- (4) Das Verkehrsunternehmen gestaltet sein Vertriebssystem unter Beachtung der Konzepte und Richtlinien nach Absatz 1.

§ 20 Richtlinien

- (1) Zur Durchführung seiner Aufgaben, insbesondere zur Sicherstellung einer einheitlichen Benutzeroberfläche im VRR, erlässt der VRR nach Maßgabe des § 4 Absatz 4 der AöR-Satzung in Abstimmung mit den Verbundverkehrsunternehmen Richtlinien. Dabei sind Kriterien der wirtschaftlichen Zumutbarkeit zu beachten.
- (2) Das Verkehrsunternehmen ist verpflichtet, die ordnungsgemäß zustande gekommenen Richtlinien zu beachten und umzusetzen.

Im folgenden Kapitel werden die Ziele der Vertriebsrichtlinie, die Verantwortlichkeiten im Vertriebsbereich sowie die Überarbeitung und Fortschreibung der Vertriebsrichtlinie erläutert und Hinweise zur Benutzung der Richtlinie gegeben.

1.1 Ziele der Vertriebsrichtlinie

Der Vertrieb ist die Schnittstelle zwischen dem Kunden und den Verkehrsunternehmen im VRR-Gebiet und trägt wesentlich zur Imagebildung, des Nahverkehrs bei. Dabei muss zwischen Kundeninteressen und wirtschaftlichen Erfordernissen sowie den Aufgaben des VRR als Aufgabenträger und seinen Aufgaben der Daseinsvorsorge abgewogen werden. Im Folgenden werden die Ziele aus Sicht der Verkehrsunternehmen und die Ziele aus Sicht des VRR beschrieben, unter stetiger Berücksichtigung der Kundeninteressen und -anforderungen.

1.1.1 Ziele aus Sicht der Verkehrsunternehmen im Verbund

Aus Unternehmenssicht soll die Richtlinie dazu dienen, alle Mindeststandards für die Ausgestaltung des Vertriebs in einem Dokument vorzufinden. Der Vertrieb trägt zu einem möglichst einfachen Zugang und zum Abbau/ zur Senkung von Zugangshemmnissen zwischen dem Kunden und dem Verkehrsunternehmen bei. Zum Vertrieb gehören der personalbediente und der selbstbediente Verkauf von Tarifprodukten. In der Richtlinie sind Möglichkeiten zur Sicherung einer vertrieblichen Grundversorgung sowie zur Erhöhung der vertrieblichen Flexibilität durch Ausbau der Vertriebswege und durch Nutzung der elektronischen Medien zum Fahrausweisvertrieb dargestellt. Darüber hinaus muss für die Verkehrsunternehmen – durch Reduzierung der Verluste durch Erschleichung von Beförderungsleistungen, Missbrauch und Betrug – eine Einnahmensicherung gewährleistet sein.

Auch hierzu finden sich in der Richtlinie die entsprechenden Vorgaben und Erläuterungen. Eine Übersicht über die Verkehrsunternehmen im VRR gibt die Website des VRR.

1.1.2 Ziele aus Sicht des VRR

Ziel des VRR ist es, mit dieser Richtlinie die ihm übertragenen Aufgaben umzusetzen und Rahmenvorgaben für das verbundeneinheitliche Vertriebssystem zu schaffen. Zusätzlich zu den oben genannten Zielen aus Punkt 1.1.1 soll die Richtlinie eine Grundlage für die Abstimmung mit und zwischen den Verkehrsunternehmen schaffen. Die Einhaltung der vertrieblichen Mindeststandards ist u. a. Voraussetzung für die tarifliche (Aus-)Gestaltung. Die Vertriebsrichtlinie soll als „lebendige Richtlinie“ auch als Handbuch für Mitarbeiter der Verkehrsunternehmen und des VRR dienen.

1.2 Umsetzung strategischer Ziele in der Vertriebsrichtlinie

Die Erwartung der Fahrgäste an Dienstleistungen wie Verkauf, Fahrplanauskunft und Beratung, haben sich in den letzten Jahren verändert. Die Veränderungen sind laufend zu beobachten und die Vertriebsstrategie sowie die darin festgelegten Maßnahmen dahingehend auszurichten. Diese sind im jeweils aktuellen Marketingplan des VRR in der *Anlage 1* enthalten. Die Fortschreibungen der Vertriebsstrategie im Marketingplan sowie daraus abgeleitete Maßnahmen können sich auf die Ausgestaltung der Vertriebsrichtlinie auswirken. Die Vertriebsstrategie im Marketingplan wird laufend an die sich wandelnden Kundenbedürfnisse angepasst.

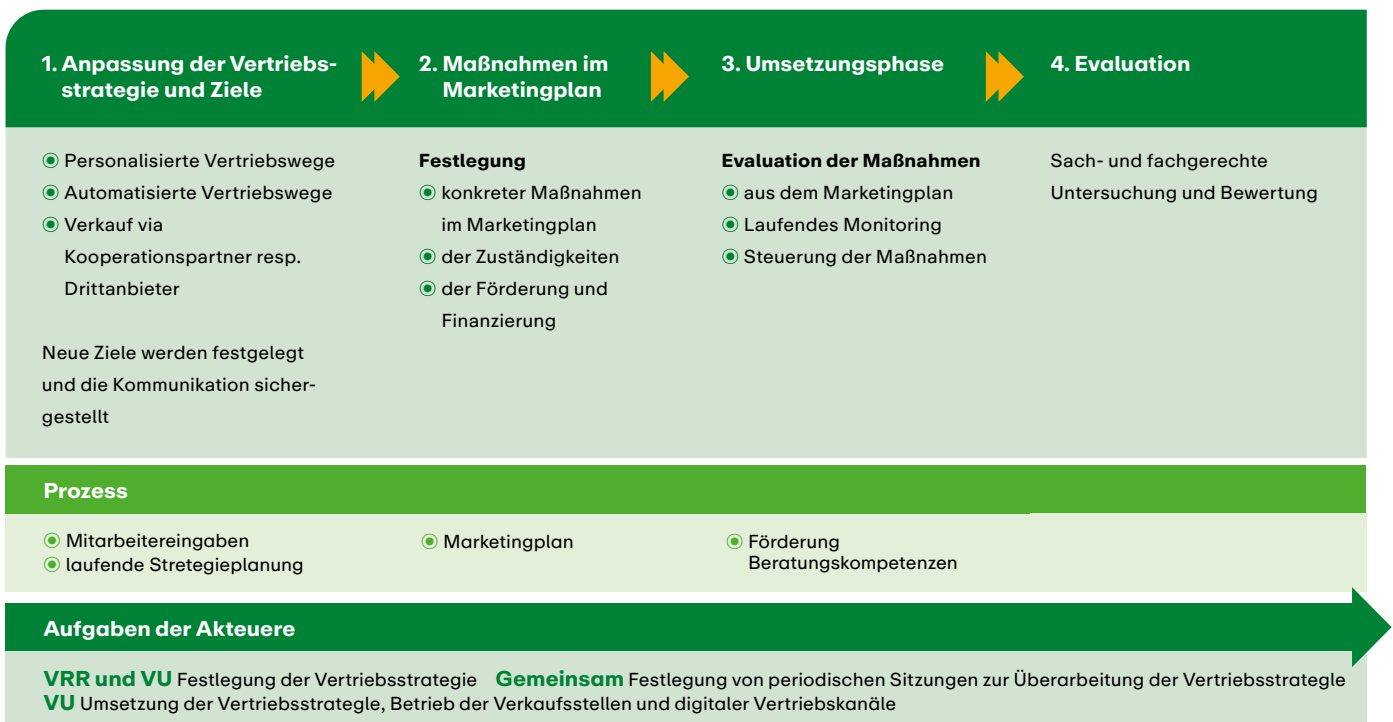


Abbildung 1 Weiterentwicklungsprozess der Vertriebsrichtlinie im Zusammenhang mit dem Marketingplan

Dabei sollen aktuelle Trends (z.B. die steigende Nachfrage nach Selbstbedienung, neue digitale Vertriebskanäle, After-Sales-Service, Dienstleistungen oder neue Zahlungsarten) und strategische Vertriebsziele der Verkehrsunternehmen (z.B. Verzicht auf Bargeld und perspektivisch auf Papier) in den Weiterentwicklungsprozess (vgl. *Abbildung 1*) mit aufgenommen werden und können als zeitlich und räumlich begrenzte Pilotprojekte erprobt werden. (Pilotprojekte können nach Beschlussempfehlung durch die MTV oder bei Bedarf durch die politischen Gremien erfolgen).

1.3 Überarbeitung und Fortschreibung der Vertriebsrichtlinie

Der VRR erarbeitet in Abstimmung mit den Verkehrsunternehmen Konzepte und Rahmenvorgaben für eine verbund-einheitliche Vertriebssystematik. Diese umfassen die stetige Überprüfung und Fortentwicklung der Vertriebssystematik unter Berücksichtigung neuer innovativer Lösungen (wie z.B. eTarif) und ist in diese Richtlinie sowie in den Marketingplan einzubringen. Der VRR stellt die erarbeiteten Konzepte und Rahmenvorgaben unter Einbindung der Verkehrsunternehmen in den jeweiligen Arbeitskreisen vor. Nach jeder Fortschreibung des Marketingplans wird dieser mit der Vertriebsrichtlinie abgeglichen und bei Änderungen wird die Vertriebsrichtlinie dementsprechend angepasst.

1.4 Verantwortlichkeiten im Vertrieb

In diesem Abschnitt wird aufgezeigt, welche Akteure im Vertriebsbereich beteiligt sind und welche Zuständigkeiten und Verantwortlichkeiten sie jeweils wahrnehmen. Die Themen Vertrieb und Einnahmesicherung werden, soweit nicht anders dargestellt, gemeinsam behandelt und unter dem Begriff „Vertrieb“ zusammengefasst.

Rollendefinition der Akteure

Es sind folgende Akteure involviert:

- VRR-Verkehrsunternehmen
- VRR AöR
- Zweckverband VRR Eigenbetrieb Fahrzeuge und Infrastruktur (FaIn-EB)
- Kompetenzzentrum des Landes NRW
- Kooperationspartner, Dienstleister

1.4.1 VRR-Verkehrsunternehmen

Soweit nicht anders in dieser Richtlinie geregelt, gestalten die Verkehrsunternehmen den Vertrieb in Art und Umfang in eigener Verantwortung oder im Rahmen ihrer verkehrsvertraglichen Verpflichtungen aus. Dabei können sie die Durchführung des Vertriebs auf Kooperationspartner und Dienstleister übertragen. Grundsätzlich liegt die Kosten- und Einnahmenverantwortung bei den Verkehrsunternehmen.

1.4.2 VRR AöR

Im Hinblick auf die Vertriebsaktivitäten im Verbundgebiet übernimmt die VRR AöR umfangreiche Koordinierungs- und Abstimmungsaufgaben. Dazu zählen insbesondere:

- Tarif und Tarifentwicklung (Entwicklung eines einheitlichen Gemeinschaftstarifes), inkl. der Erstellung von Rahmenverträgen (Schüler-, Studierendenmarkt und Jobticket-Segment usw.)
- Vorgaben für Einheitliche Ticketausgaben (Layout); Kontrolle der Einhaltung
- Sachgerechte Verteilung der Fahrgeldeinnahmen nach den jeweiligen Verkehrsleistungen
- Bereitstellung einer verbundweit einheitlichen Fahrgastinformation
- Verbundraumübergreifendes Marketing und Kommunikationskampagnen zu den Angeboten im ÖSPV und SPNV
- Ticketsicherheit, Erarbeitung von Maßnahmen zur Einnahmesicherung und das dazu gehörige Reporting Betrieb PV-System
- Fälschungen und Schwarzfahrer Erschleichung von Beförderungsleistungen erarbeitung von Maßnahmen zur Einnahmesicherung und das dazu gehörige Reporting
- Im Nachgang nochmal prüfen (Aufgaben)

Die einzelnen Aufgaben sind beispielsweise in der *Anlage 2* im Verbundgrund- und Kooperationsvertrag vereinbart. Dieser Vertrag regelt die Zusammenarbeit zwischen dem VRR und den Verkehrsunternehmen zur Erreichung der jeweiligen gesetzlichen und satzungsmäßigen Ziele.

1.4.3 Der Zweckverband VRR Eigenbetrieb Fahrzeuge und Infrastruktur (ZV VRR FaIn-EB)

Dem Zweckverband VRR Eigenbetrieb Fahrzeuge und Infrastruktur (FaIn-EB) obliegt die Gestaltung des Vertriebs auf der Grundlage dieser Richtlinie. Dabei kann er die Durchführung des Vertriebs auf Kooperationspartner/Dienstleister übertragen. Grundsätzlich trägt er die Kosten- und Einnahmenverantwortung. Der FaIn-EB ist insbesondere für die Gestaltung des SPNV-Vertriebs zuständig, da er auf Seiten des VRR als Auftraggeber für den zentralen Vertriebsdienstleister im SPNV-Vertrieb dient.

1.4.4 Die Kompetenzcenter des Landes NRW

Für den Vertrieb im VRR sind zwei Kompetenzcenter von großer Bedeutung: das Kompetenzcenter Digitalisierung (KCD) und das Kompetenzcenter Marketing (KCM). Die Kompetenzcenter tragen durch Wissensvermittlung zur Ausgestaltung und Weiterentwicklung dieser Vertriebsrichtlinie bei. Das KCD bündelt Digitalthemen rund um die ÖPNV-Organisationsstruktur in NRW. Die Potenziale der Digitalisierung für neue Mobilitätskonzepte sollen genutzt werden, um vernetzte Lösungen und Angebote für die Menschen in NRW zu schaffen. Das KCD unterstützt die Verkehrsunternehmen und den VRR bei den Themen Elektronisches Fahrgeldmanagement (EFM) und Fahrgastinformation. Es stellt das Dokument „*Abbildung und Kontrolle der Tarife in NRW*“ mit Anlagen zum Download auf seiner Seite bereit.

Das KCM ist für den NRW-Tarif zuständig. Als solches vereinbart es auch kombinierte Produkte, bei denen ein Verbundtarifprodukt die Basis für ein NRW-Tarifprodukt bildet (z.B. NRW-SemesterTicket).

1.4.5 Kooperationspartner / Dienstleister

Bei der Durchführung des Vertriebs mit einem oder mehreren Kooperationspartnern und/oder Dienstleistern hat der jeweilige Auftraggeber (in diesem Zusammenhang das jeweilige Verkehrsunternehmen) die Verantwortung für die Einhaltung der Vorgaben dieser Richtlinie zu sorgen. Beispiele für Kooperationspartner/Dienstleister sind:

- Vorverkaufsstellen
- Vertriebsdienstleister, z. B. Transdev Vertrieb GmbH

1.5 Hinweise zur Benutzung der Vertriebsrichtlinie

Die Verkehrsunternehmen nehmen die ihnen durch diese Richtlinie übertragenen Aufgaben wahr und verpflichten sich, im Hinblick auf die Erfüllung der im öffentlichen Interesse liegenden Aufgaben die Vertriebsrichtlinie einzuhalten. Bei Veränderungen und Unsicherheiten besteht die Verpflichtung, diese in den Arbeitskreisen (AK KVIV MTV) an den VRR zu melden. Der VRR hat die Pflicht Verpflichtung, für Transparenz zwischen den Verkehrsunternehmen zu sorgen. Daraus ergibt sich ebenfalls die Pflicht, Änderungen in den Arbeitskreisen bekannt zu machen.

1.6 Vertriebsmatrix

Die *Anlage 3 „Vertriebsmatrix“* legt einen Mindeststandard über die Vertriebswege, Ausgabearten der Fahrtberechtigungen, das anzubietende Sortiment sowie der dazugehörigen Bezahlarten fest. Die Anforderungen gelten für alle Vertriebswege, sofern diese sowie die zugehörigen Verkehrsangebote vom jeweiligen Verkehrsunternehmen angeboten werden. Je Vertriebsweg ausgeschlossene Vertriebsprodukte sind entsprechend gekennzeichnet. Darüber hinaus können über den abgebildeten Mindeststand weitere Ausgabe- und Zahlarten von einem Verkehrsunternehmen angeboten werden, sofern diese nicht explizit in der Vertriebsmatrix verboten sind oder gegen die jeweiligen Tarifbestimmungen, Abonnementbedingungen oder Beförderungsbedingungen NRW verstoßen. Jedes erlösverantwortliche Verkehrsunternehmen muss Fahrtberechtigungen über mindestens einen in der Vertriebsmatrix aufgelisteten Vertriebsweg anbieten.

2 Vertriebswege

Tickets können vom Fahrgast in KundenCentern, bei Vertriebspartnern, an stationären und mobilen Ticketautomaten, sowie per Internet und Smartphone erworben werden (vgl. auch Anlage 3 „Vertriebsmatrix“). Beim Fahrpersonal in Fahrzeugen besteht ebenfalls die Möglichkeit Tickets zu erhalten, allerdings steht hier nur eine eingeschränkte Produktauswahl mit beschränkten Zahlungsmöglichkeiten zur Verfügung. Die einzelnen Vertriebswege werden im nachfolgenden Kapitel dargestellt. Die spezifischen Regelungen und Mindestanforderungen zu jedem einzelnen Vertriebsweg werden detailliert in Steckbriefen in Anlage 4 „Vertriebswege“ aufgeführt. Im Öffentlichen Nahverkehr wird zwischen personal- und selbstbedientem Vertrieb sowie dem indirekten Vertrieb über Verträge unterschieden. Die Gliederung der Vertriebswege gestaltet sich wie folgt:

tenden Bestimmungen. Für den einzelnen Vertriebsweg spezifische Regelungen werden in den darauffolgenden Abschnitten 2.2, 2.3 und 2.4 und den dazugehörigen Steckbriefen in Anlage 4 „Vertriebswege“ je Vertriebsweg beschrieben. In den Steckbriefen werden jeweils die für den einzelnen Vertriebsweg relevanten Merkmale beschrieben.

2.1 Vertriebsinfrastruktur

Unter „Vertriebsinfrastruktur“ werden in den Steckbriefen die technische Ausstattung und die Standards der Vertriebswege erläutert. Eine Übersicht der notwendigen Dokumente findet sich in Kapitel 7 „Datenorganisation / Technische Standards“.

2.1 Merkmale der Vertriebswege

Unter diesem Punkt erfolgt die Beschreibung der in den Steckbriefen (Anlage 4 „Vertriebswege“) verwendeten Begriffe und der übergreifend über alle Vertriebswege gel-

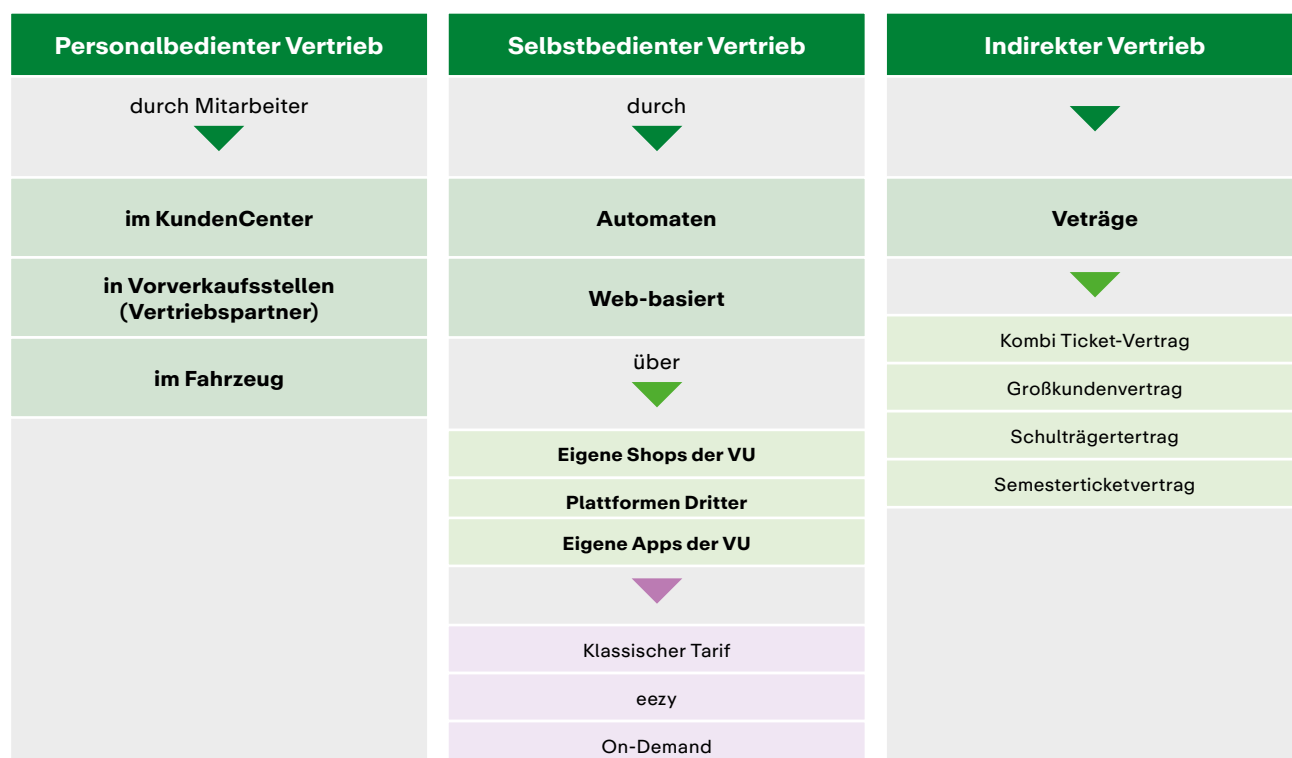


Abbildung 2 Gliederung der Vertriebswege

2.1.2 Standortauswahl

Die Kriterien, nach denen die Standortauswahl oder -veränderungen erfolgen und wer dafür verantwortlich ist, sind in den Steckbriefen unter „Standortauswahl“ beschrieben. Eine Übersicht über die Standorte der KundenCenter im VRR gibt die Website des VRR). Generell gilt, dass keine Konkurrenz unter Verkehrsunternehmen Verkehrsunternehmen entstehen soll, im Zweifelsfall nimmt der Verkehrsverbund die Vermittlerrolle ein.

2.1.3 Qualitätssicherung

Verantwortlich für die Qualitätssicherung sind die Verkehrsunternehmen. Die Richtlinie gibt einen Rahmen für Maßnahmen zur Qualitätssicherung, der keinen Eingriff in die vertrieblichen Entscheidungen der Verkehrsunternehmen Verkehrsunternehmen darstellt. Maßnahmen zur Qualitätssicherung, die in den Steckbriefen aufgelistet werden, könnten z.B. sein:

Mystery Shopping:

ist ein allgemeines Verfahren zur Erhebung von Dienstleistungsqualitäten, bei denen geschulte Beobachter, sog. Testkäufer oder Testkunden, als normale Kunden auftreten und reale Kundensituationen kreieren.

ÖPNV-Kundenbarometer:

ist eine im Öffentlichen Personennahverkehr verbreitete Marktforschungsmethode. Ziel ist es, die Kundenzufriedenheit zu ermitteln. Das ÖPNV-Kundenbarometer erfragt die Globalzufriedenheit sowie die Zufriedenheit mit ausgewählten Leistungsmerkmalen. Die Verkehrsunternehmen können im Barometer für bis zu 31 Qualitätsmerkmale eine entsprechende Bewertung der Kunden erhalten, z. B. Anschlüsse, Linien- und Streckennetz, Fahrkartensortiment, Freundlichkeit des Personals.

2.1.4 Produktportfolio

Unter „Produktportfolio“ wird in den Steckbriefen jeweils danach benannt, welche Tarifprodukte über den Vertriebsweg angeboten werden. Dabei wird für die Einzelheiten jeweils auf die Vertriebsmatrix verwiesen. Das gesamte Produktportfolio ist in der Vertriebsmatrix (*Anlage 3*) aufgeführt. Grundlage bilden die Tarifbestimmungen des VRR in *Anlage 5 „Tarifbestimmungen“*.

2.1.5 Tarife

Die über den Vertriebsweg angebotenen Tarife werden in den Steckbriefen unter diesem Punkt aufgeführt, gegebenenfalls inklusive der über den VRR-Tarif hinausgehenden Tarife (z.B. NRW-Tarif). Grundsätzliche Regelungen dazu finden sich in den Tarifbestimmungen des VRR (*Anlage 5 „Tarifbestimmungen“, Teil B*).

2.1.6 Designvorgaben

Grundsätzlich gilt der Styleguide des VRR, online verfügbar. Gelten weitere Bestimmungen zu Ticket oder Gestaltung der Servicestellen, werden diese in den Steckbriefen unter „Designvorgaben“ beschrieben oder es wird auf die entsprechenden weiterführenden Vorgaben und Dokumente verwiesen.

2.1.7 Bezahlarten

Welche Bezahlarten möglich sind oder möglich sein müssen, ist in den Steckbriefen Inhalt unter „Bezahlarten“. Detailliertere Grundlagen dazu sind in *Kapitel 6 „Bezahlarten“* beschrieben.

2.1.8 Besonderheiten

Wichtige Merkmale, die beim jeweiligen Vertriebsweg außerdem zu beachten sind, werden in den Steckbriefen genannt.

2.1.9 Weitere Leistungen

Werden über den Vertriebsweg weitere Leistungen, die über den Ticketvertrieb hinausgehen, angeboten, werden sie in den Steckbriefen genannt.

2.1.10 Zu erhebende Daten und Weitergabe an den VRR

Wenn Daten aufgrund von Beschlüssen zu erheben und an den VRR zu liefern sind, wird dies in den Steckbriefen unter „Zu erhebende Daten und Weitergabe an den VRR“ beschrieben.

2.2 Personalbedienter Vertrieb

Zum personalbedienten Vertrieb zählen das Fahrpersonal in Fahrzeugen, Mitarbeitende in den KundenCentern und bei den Vertriebspartnern. Kunden bekommen die Möglichkeit, weitergehende Informationen zum Ticketerwerb im persönlichen Kontakt zu erhalten. Eine Grundlagenschulung sowie nachfolgende Schulungen zu Tarifproduktpassungen der Vertriebsmitarbeiter erfolgen bei den Verkehrsunternehmen selbst.

2.2.1 Fahrpersonal im Fahrzeug

Der Kunde kann beim Fahrpersonal des kommunalen Verkehrsunternehmens ein Ticket aus einem stark eingeschränkten Ticketsortiment über einen elektronischen Fahrausweisdrucker erhalten. Der Ticketverkauf kann sowohl in Bussen als auch in Straßenbahnen erfolgen.

Perspektivisch ist der Erwerb der Produkte in den Fahrzeugen nur noch bargeldlos möglich. Im SPNV ist ein Verkauf über die Zugbegleiter nur in Ausnahmefällen möglich, wenn der eindeutige Nachweis vorliegt, dass der Ticketkauf am Fahrausweisautomaten nicht möglich war (Notfahrtschein). Näheres dazu in *Anlage 4 „Vertriebswege“*.

2.2.2 KundenCenter

KundenCenter sind von den Verkehrsunternehmen selbst betriebene Vertriebsstellen oder durch die VU beauftragte Dienstleister. Kunden erhalten in den KundenCentern vom unternehmenseigenen Personal eine ausführliche Beratung, Fahrplan- und Tarifinformationen, Bestellscheine für Abonnements sowie Informationsschriften. Ebenfalls erfolgt hier die Aufnahme von Resonanzen der Kunden. Näheres dazu in *Anlage 4 „Vertriebswege“*.

2.2.3 Vertriebspartner

Vertriebspartner sind private Vertriebsstellen oder Agenturen, die im Auftrag des Verkehrsunternehmens Leistungen erbringen. Bei den Vertriebspartnern erhalten Kunden vom Personal des Vertriebspartners eingeschränkte Tarifinformationen, welche sich mindestens auf den Erwerb der Tickets des angebotenen Tarifs beziehen. Unter Vertriebspartnerschaften sind Mischformen ebenfalls möglich, z.B. Vertriebsstellen, die im Hinblick auf die Kernleistungen (Vertrieb und Beratung) mit KundenCentern gleichgestellt sind, jedoch nicht alle darüberhinausgehenden Teilleistungen umfassen. Eine räumliche Bündelung mit verkehrsfremden Funktionen (z.B. Einzelhandel) ist zulässig, sofern für den Fahrgast die Vertriebsfunktion klar erkennbar ist. Näheres dazu in *Anlage 4 „Vertriebswege“*.

2.3 Selbstbedienter Vertrieb

Der selbstbediente Vertrieb zeichnet sich dadurch aus, dass der Erwerb für den Fahrausweis in der Verantwortung des Kunden liegt. Dem Kunden werden die erforderlichen Tarifkenntnisse, sofern er diese nicht besitzt, über die Fahrplanauskunft oder die Online-Ticketberatungsfunktion zur Verfügung gestellt. Er kann frei innerhalb der internetbasierten Informations-, Beratungs- und Verkaufskanäle wählen und so seinen individuellen Bedarf decken. Dabei wird zwischen Automaten und Endnutzengeräten unterschieden.

2.3.1 Automaten

Die Fahrkartenautomaten werden in mobile und stationäre Automaten unterschieden. An allen stationären Automaten ist der anzuwendende Tarif anzubieten, mit Ausnahmen, wie Tickets im Abonnement, SemesterTickets und Schülertickets. Der Ticketkauf liegt in der Verantwortung des Kunden. Stationäre Automaten befinden sich in Bahnhöfen und an Haltestellen, während die mobilen Automaten der kommunalen Verkehrsunternehmenden Fahrerverkauf ersetzen und/oder ergänzen und sich in den Fahrzeugen der kommunalen Verkehrsunternehmen sowie vereinzelt im SPNV befinden. An den mobilen Automaten wird ein stark reduziertes Ticketsortiment angeboten. Näheres dazu in *Anlage 4 „Vertriebswege“*.

2.3.2 Endnutzengeräte

Vertrieb über Endnutzengeräte bedeutet, dass die Vermarktung und der Absatz von Tickets über digitale Vertriebswege erfolgen, bei denen der Kunde das entsprechende Endgerät, wie bspw. Smartphone oder Tablet, besitzt. In erster Linie werden Onlineshops (e-Commerce) sowie mobile Applikationen (Apps, m-Commerce) als Vertriebskanäle genutzt, um mit dem Kunden zu kommunizieren, die Leistungen bereitzustellen und Geschäfte abzuwickeln. Die Grenzen zwischen e- und m-Commerce werden im Zuge der Digitalisierung immer fließender. Ein Ticketverkauf kann sowohl über den eigenen Onlineshop und/oder über die Apps der Verkehrsunternehmen als auch durch das Eingehen von Vertriebskooperationen und die Übertragung des Verkaufsrechts von Fahrausweisen an Dritte erfolgen. Der Verkauf über Plattformen Dritter, die nicht Verbund-Verkehrsunternehmen nach § 3 Abs. 6 der VRR-AöR-Satzung sind, bedarf der Zustimmung des KVIV AK MTV. Gleiches gilt für sonstige Kooperationen. Näheres dazu in *Anlage 4 „Vertriebswege“*.

2.3.2.1 Onlineshops der Verkehrsunternehmen / e-Commerce

Unter e-Commerce versteht man den Kauf von Tickets über einen Onlineshop im Internet. Der Kunde hat die Möglichkeit, das Ticket direkt über das Internet zu generieren (BarcodeTicket). Anschließend kann es dann vom Kunden entweder als PDF-Dokument auf dem Smartphone verwendet werden oder über den privaten Drucker zu Hause ausgedruckt werden.

2.3.2.2 Apps der Verkehrsunternehmen / m-Commerce

Unter m-Commerce wird der Kauf eines Tickets per Smartphone verstanden. Die Fahrtberechtigung (der Barcode) wird hier unmittelbar auf das Smartphone des Kunden geliefert. Bei der Verwendung neuer digitaler Vertriebswege werden die Möglichkeiten der elektronischen Auskunft zum Kundennutzen direkt mit dem Internetvertrieb/Smartphone verknüpft. Grundsätzliche Fahrtberechtigung der über e- oder m-Commerce erworbenen Tickets ist dessen elektronische Prüfbarkeit. Über e- oder m-Commerce kann der eTarif abgebildet werden (Details in *Anlage 4 „Vertriebswege“*).

Der eTarif eezy VRR stellt eine Kombination aus Vertriebsweg und Tarif dar. Hierbei erfolgt die Ausstellung der Fahrtberechtigung durch manuellen Check-In vor Betreten des Fahrzeugs per Smartphone. Die Fahrt wird nach Verlassen des Fahrzeugs durch einen Check-Out beendet. Die Preisberechnung erfolgt automatisiert nach dem Check-Out. Während der Fahrt müssen mobile Dienste und GPS eingeschaltet bleiben, ansonsten erlischt die Fahrtberechtigung.

2.3.3 Plattformen Dritter

Unter einer Kooperation mit Plattformen Dritter versteht man die überbetriebliche Zusammenarbeit mit externen Mobilitätsanbietern in Verbindung mit wirtschaftlichen und verkehrsstrategischen Zielen. Innerhalb der Kooperationen gibt es klare Entscheidungsregelungen in Form von Kooperationsverträgen. Die Zusammenarbeit ist zeitlich definiert. Grundlegendes Ziel von Kooperationen ist es, einen größeren Nutzen für alle Partner zu erwirtschaften. Weitere Ziele können z.B. sein: Imagegewinn, Stammkundengewinn, Einnahmensicherung, Kostenreduzierung. Für die Vereinbarung von neuen Kooperationen liegt eine Checkliste mit Punkten vor, die zur Vorbereitung eines Letters of Intent oder eines Kooperationsvertrages anzusprechen sind. (*Anlage 6 „Checkliste Kooperationen“*). Näheres dazu in *Anlage 4 „Vertriebswege“*.

2.4 Indirekter Vertrieb durch Verträge

Der Vertrieb mittels Verträge beinhaltet die Behandlung und Betreuung von Vertragspartner. Die zur vertrieblichen Abwicklung notwendigen Daten liegen dem lokalen Verkehrsunternehmen oder durch dem Verkehrsunternehmen beauftragten Dienstleister vor. Der VRR ist für die Erstellung und Abstimmung von Rahmenverträgen verantwortlich und wird bei Vertragsabschluss informiert bzw. erhält die Verträge zum Mitzeichnen, falls dies im jeweiligen Vertrag vorgesehen ist.

2.4.1 KombiTicket-Vertrag

Das KombiTicket ist eine Leistungskombination, bei der eine Grundleistung aus einem anderen Bereich (z.B. Eintritt) gleichzeitig eine Fahrtberechtigung für den ÖPNV enthält. Der Vertrag wird zwischen dem Verkehrsunternehmen am Austragungsort, dem VRR (als Mitzeichner) und dem jeweiligen Veranstalter geschlossen. Der Vertrieb der KombiTickets erfolgt in der Regel über den Veranstalter, kann aber nach Abstimmung mit diesem auch aus den Verkaufssystemen der kommunalen Verkehrsunternehmen erfolgen. Die Vertriebsinformation für die betroffenen weiteren Verkehrsunternehmen muss eine Woche vor Beginn der Veranstaltung erfolgen. Hierzu ist der VRR mindestens sechs Wochen vor der Veranstaltung über das KombiTicket zu informieren. Näheres dazu in *Anlage 4 „Vertriebswege“*.

2.4.2 Großkundenvertrag

Ein Großkundenvertrag bedeutet die Weitergabe von Fahrtberechtigungen an Endkunden, die auf Basis eines Vertrages mit einem Großkunden ausgegeben werden. Die Ausgabe von Fahrtberechtigungen erfolgt entweder direkt an

den Endkunden oder über den Großkunden. Näheres zu den einzelnen Verträgen in *Anlage 4 „Vertriebswege“*.

2.4.3 Schulträgervertrag

Die Verkehrsunternehmen und die VRR AöR haben mit öffentlichen und privaten Schulträgern im VRR Verträge über die Abnahme von verbundweit gültigen SchokoTickets (Schülertickets) geschlossen. Das SchokoTicket ist ein solidarfinanziertes Ticket aus Einnahmen aus Schulträgerzahlungen für anspruchsberechtigte Schüler, Eigenanteile von anspruchsberechtigten Schülern, sowie Einnahmen aus dem Verkauf an selbstzahlenden Schülern. Der Vertragsabschluss ist Voraussetzung für den Erwerb eines SchokoTickets, auch für selbstzahlende Schüler. Vertragspartner sind der Schulträger, das jeweilige Verkehrsunternehmen und der VRR. Wenn ein Schulträger einen SchokoTicket-Vertrag abgeschlossen hat, schafft er damit die Voraussetzung eine Ergänzungsvereinbarung zum Erwerb des DeutschlandTicket Schule abzuschließen.

2.4.4 SemesterTicket-Vertrag

Die Verkehrsunternehmen und der VRR haben mit den Hochschulen und Fachhochschulen im VRR-Verträge über die Abnahme von verbundweit gültigen SemesterTickets geschlossen. Vertragspartner sind der Allgemeine Studierendenausschuss (AStA) (bzw. die vom AStA beauftragte Hochschulverwaltung) als Interessenvertretung der Studierenden, das jeweilige Verkehrsunternehmen sowie der VRR. Wenn die Hochschule einen VRR-SemesterTicket-Vertrag abgeschlossen hat, schafft sie damit die Voraussetzung, einen NRW-Semester-Ticket-Vertrag mit dem KCM oder eine zum VRR-SemesterTicket-Vertrag ergänzende Änderungsvereinbarung zum Erwerb des Deutschlandtickets abzuschließen.

2.4.5 FirmenTicket-Vertrag

Hierbei handelt es sich ebenfalls um eine Form der Vertragstickets des VRR. Im Rahmen dieses Tarifmodells können für das Bedienungsgebiet des kommunalen Verkehrsunternehmens von Firmen, Verbänden und Behörden etc. für alle Mitarbeiter Monatskarten im Abonnement zu den jeweils gültigen Abonnementbedingungen erworben werden. Innerhalb der Firmen-/Großkundenrabattmodelle werden verschiedene Rabattvarianten angeboten: Sowohl für die Abnahmemenge als auch für die Vertriebsunterstützung gilt eine Rabattstaffel. Die Verkehrsunternehmer erhalten hiermit die Möglichkeit, im Verkaufsgespräch über die Leistung des Vertragspartners zu sprechen und zu verhandeln. Vertragspartner sind die abschließenden Firmen, das jeweilige Verkehrsunternehmen und der VRR. Die Firmen-/ Großkundenabschlüsse müssen an den VRR gemeldet werden.

3 Kundengewinnung und Kundenbindung

Der Öffentliche Personennahverkehr ist einem zunehmenden Wettbewerb ausgesetzt. Die Anforderungen an den ÖPNV steigen mit fortschreitender Digitalisierung und erfordern eine erhebliche Angebotsverbesserung. Bei nicht beeinflussbaren Umständen, wie Krankheiten oder Unwettern, die zu Fahrtausfällen oder Verspätungen führen, sollte der Fokus auf die Leistungen gerichtet werden, die in der Hand der Verkehrsunternehmen selbst liegen und steuerbar sind: die Ausstattung von Haltestellen/ Stationen und Fahrzeugen, der Kundenservice durch geschultes Personal sowie eine ausreichende Fahrgastinformation. Die Angebote müssen fortlaufend den Bedürfnissen und Wünschen der Kunden angepasst werden, um die Stammkunden zu halten und potentielle Neukunden zu gewinnen.

Die Entwicklungen weltweit führen dazu, dass Prozesse vereinheitlicht und zukünftig noch stärker online abgebildet werden. Daher ist es insbesondere bei der Einführung der Bargeldloszahlung wichtig, dass die Kunden mitgenommen werden.

Das nachfolgende Kapitel beschreibt die gängigen Konzepte zur Kundengewinnung als auch der Kundenbindung. Zusätzlich gilt der jeweils aktuelle Marketingplan (*Anlage 1*) mit den darin aufgeführten Maßnahmen. Grundlegendes Ziel von Kundenbindungsmaßnahmen ist, Kundenbedürfnisse zu berücksichtigen und eventuell auch eine individuelle Ansprache der Kunden zu erreichen. Daraus folgen weitere Ziele, wie z. B. Gewinnung neuer Fahrgäste, (u. a. Onlinekäufer) Erhöhung der Fahrtenanzahl bei bestehenden Kunden, Steigerung der Verweildauer (z. B. im Abo) und Steigerung von Fahrgeldeinnahmen.



Motiv folgt!

3.1 Aktionen zur Kundengewinnung und Kundenbindung

3.1.1 Verkaufsförderungsmaßnahmen (VKF)

Unter Verkaufsförderungsmaßnahmen werden zeitlich begrenzte Aktionen verstanden, mittels derer der Verkauf unmittelbar erhöht werden soll. Die Verkehrsunternehmen haben dabei die Möglichkeit, lokale und zeitlich begrenzte VKF-Aktionen durchzuführen, z. B. zu innerstädtischen und/oder betrieblichen Anlässen sowie Kooperationen. Die Meldung der lokalen VKF-Aktionen erfolgt spätestens vier Wochen vor der geplanten Aktion als E-Mail an den VRR. Der VRR informiert daraufhin via Campus die Mitglieder des Arbeitskreises KVIV MTV. Die VKF-Maßnahmen unterliegen einer festgelegten Wertgrenze des Ticket2000. Wird aufgrund der Aktion ein Abonnement abgeschlossen, wird eine Prämie im Wert von 40,00 Euro festgelegt. Die Prämie darf erst zum Übergang in das Jahresabonnement nach Ablauf des dritten Testmonats an den Kunden ausbezahlt werden.

3.1.2 Kunden-werben-Kunden-(K-w-K) Aktionen

Im Rahmen von Kundenbindungsmaßnahmen wird ein feststehender Betrag an den werbenden Abonnenten mittels eines Prämiegutscheins ausgegeben. Ziel ist es, insbesondere auch den bestehenden Abo-Kunden den identischen Anreiz für eine Empfehlung zu bieten wie den Neukunden für ihren eigenen Abschluss. Die Aufteilung der Auszahlung der K-w-K-Prämie obliegt dem jeweils betroffenen Verkehrsunternehmen, insofern kann z. B. eine hälftige Aufteilung zugunsten des Neukunden und des werbenden Kunden erfolgen. Der werbende und der geworbene Kunde können dabei Abonnenten bei unterschiedlichen Verkehrsunternehmen sein. Eine Kombination der beiden Prämien, sowohl K-w-K als auch Abo-Prämie bei der Neuausstellung eines Abonnements, ist nicht zulässig. Die Höhe der Prämie liegt dabei wie bei der Verkaufsförderungsmaßnahme bei 40,00 Euro. Dies betrifft nur das Ticket 2000. Die Anwerbung eines SchokoTickets ist explizit ausgenommen. Die Auszahlung der Prämie obliegt dem Verkehrsunternehmen, welches einen Neukunden erhält. Das Verkehrsunternehmen kann demnach entscheiden, wie die Aufteilung der Prämie an den Stamm- und/oder Neukunden erfolgt.

Motiv folgt!

3.1.3 eezy Rabattaktionen

Durch Pilotphasen sowie befristeten Gutschein- und Rabattaktionen können die Verkehrsunternehmen mit eezy verkaufsfördernde Maßnahmen durchführen.

Je nach Ausgestaltung der Maßnahme muss diese von der VRR AöR oder über die VRR AöR durch die Bezirksregierung genehmigt werden. Maßnahmen sind in jedem Fall gegenüber der VRR AöR anzuzeigen.

3.2 Abwerbung von Abokunden

Aktionen zur Kundengewinnung können entweder von einzelnen Verkehrsunternehmen oder gemeinsam mit anderen Verkehrsunternehmen durchgeführt werden. Eine vorherige Abstimmung mit dem Verkehrsverbund ist erforderlich. Die Unternehmen sind frühzeitig über geplante Aktionen durch den Verkehrsverbund zu unterrichten. Eine Beteiligung weiterer Verkehrsunternehmen ist abhängig von der jeweiligen Aktion. Es besteht eine Informationspflicht. Aktionen sind grundsätzlich so zu gestalten, dass eine Abwerbung von Stammkunden nicht erfolgt. Die Verleitung zum Vertragsbruch, d. h. eine bewusste Beeinflussung des Kunden, ist grundsätzlich unlauter und rechtswidrig. Im Verbund ist ein wettbewerbswidriges bzw. sittenwidriges Abwerben von Kunden untersagt.

4 Tarifprodukte

Im Rahmen des VRR-Tarifs werden verschiedene Tarifprodukte angeboten, die über unterschiedliche Medien ausgegeben werden können. Da sich tarifliche und vertriebliche Komponenten bedingen, werden im Folgenden die vertrieblich relevanten Aspekte der Tarifprodukte dargestellt. Für weitere tarifliche Informationen sind die jeweils gültigen Tarifbestimmungen maßgebend (*Anlage 5 „Tarifbestimmungen“*), eine Übersicht über die Tarifprodukte gibt auch die Vertriebsmatrix (*Anlage 3*).

Im VRR dürfen Tickets in folgenden Varianten an den Kunden ausgegeben werden:

- Tickets, die durch den Kunden direkt gekauft und für die bevorstehende Fahrt verwendet werden (Barticket; begrenzte Anzahl an Fahrten, die beim Kauf vom Kunden gewählt wird)
- Tickets, die über ein Abonnement vom Kunden abgeschlossen und bezogen werden (monatliche Abbuchung)
- Tickets, die für einen bestimmten Zeitraum (bspw. ein Monat) per Monatskarte vom Kunden gekauft werden
- eTarif über eezy
- Verträge
- Aufpreise
- Linienbedarfsverkehre
- Sonstige Produkte

4.1 Bartickets

„Bartarif“ ist ein historisch gewachsener Begriff, da diese Tarifprodukte früher nur in bar erworben werden konnten. Mittlerweile können die Fahrscheine auch über andere Bezahlmethoden erworben werden. Der Bartarif stellt die Fahrausweise dar, die für eine beschränkte Anzahl an Fahrten gelten (EinzelTicket oder Mehrfahrtenticket, wie z.B. 4erTicket). In der Vertriebsmatrix sind der Bartarif sowie die dazugehörigen Vertriebswege unter der Rubrik „Ab-und-zu-Fahrer“ dargestellt (*Anlage 3*). In den Tarifbestimmungen sind weitere Informationen zum Sortiment des Bartarifs enthalten.

4.2 eTarif eezy VRR

Bei dem relationsbezogenen eTarif eezy VRR handelt es sich um ein Check-In-/Check-Out-System, das ausschließlich über eine entsprechende App gebucht werden kann (VRR App, Apps der Verkehrsunternehmen). In eezy VRR wird der Preis anhand der Luftlinienkilometer zwischen der Start- und Zielhaltestelle ermittelt. Das eezy VRR-Basismodell beinhaltet

einen Festpreis sowie einen Leistungspreis pro angefangenem Luftlinienkilometer. Unter Berücksichtigung verschiedener Kriterien können Fahrten mit eezy VRR rabattiert werden (Fahrtendeckel, Tagesdeckel, Monatsdeckel). Zudem haben Nutzer in eezy VRR die Möglichkeit, weitere Personen und Fahrräder mitzunehmen. Langfristig soll eezy VRR als Hauptprodukt für Gelegenheitsnutzer platziert werden.

4.3 Zeittickets

Zeittickets (auch Zeitkarten oder Zeitfahrausweise) sind Fahrkarten, die zur uneingeschränkten Nutzung der öffentlichen Verkehrsmittel innerhalb einer bestimmten Zeit, eines bestimmten Gebietes oder auf einer bestimmten Strecke berechtigen. In der Vertriebsmatrix (*Anlage 3*) sind die Vertriebswege unter der Rubrik „Vielfahrer im VRR“ aufgeführt. In den Tarifbestimmungen (*Anlage 5*) sind weitere Informationen zum Sortiment der Zeittickets enthalten.

4.4 Abonnement

Die meisten Zeittickets können auch im Abonnement erworben werden. Für Verkehrsunternehmen ist der Vertrieb von Abonnements besonders attraktiv, da diese einen kontinuierlichen Umsatz garantieren und zudem kostengünstig sind. Im Abonnement werden die Fahrausweise als elektronische Tickets ausgegeben (Daten werden auf einem Chip gespeichert oder als Barcode ausgegeben). Lediglich bei einer Bestellung eines Abonnements über das Internet erfolgt die Ausgabe eines Tickets (nach VDV-KA-Standard) für den ersten Monat entweder digital oder auf Papier. Zur Stärkung und Weiterentwicklung des digitalen Vertriebs besteht die Möglichkeit, Abonnements auf dem Smartphone auszugeben. Dabei erfolgt derzeit die Ausgabe als Barcodetickets, die monatlich neu versendet werden, ähnlich einer monatlich wiederholten Bestellung von 30-TageTickets. Die einzelnen Produkte, die der Kunde im Abonnement erwerben kann, sind in der Vertriebsmatrix (*Anlage 3*) dargestellt sowie in den Tarifbestimmungen (*Anlage 5*) niedergeschrieben.

4.5 Verträge

In den folgenden Kapiteln werden die Tarifprodukte der Verträge erläutert. Näheres zu den dazugehörigen Verträgen und Prozessen ist unter *Kapitel 2 „Vertriebswege“* und in den dazugehörigen Steckbriefen (*Anlage 4 „Vertriebswege“*) beschrieben.

4.5.1 KombiTickets

Das KombiTicket bietet dem Kunden die Gelegenheit, ohne zusätzlichen Ticketkauf zum Veranstaltungsort hin- und zurückzugelangen. Die Eintritts- oder Teilnehmerkarte einer Veranstaltung dient dabei gleichzeitig als Ticket für alle VRR-Verkehrsmittel. Werden die Eintritts- oder Teilnehmerkarten auch über ein Online-Verfahren ausgegeben, muss die Fahrberechtigung zwingend gesondert und personenbezogen ausgegeben werden. Das zu vereinbarende Entgelt wird zu jeder Maßnahme durch eine individuelle Kalkulation von VRR und Verkehrsunternehmen ermittelt. Diese basiert auf den genehmigten Tarifprodukten und der Nutzung der einzelnen Ticketarten im Regelverkehr unter Berücksichtigung der VDV-KA-Vorgaben. Die aufzudruckende Kennzeichnung für die Fahrberechtigung ist den jeweiligen allgemeinen Geschäftsbedingungen zu entnehmen (*Anlage 7 „AGB KombiTicket“*).

Solidarmodell:

Beim Solidarmodell wird das Fahrgeld neben der Gewichtung nach den Bartickets des Regeltarifs und der Reiseweiten zusätzlich unter Berücksichtigung des ÖPNV-Anteils und vorhandener Zeitkarten ermittelt und in alle Eintrittskarten inkludiert. Daher wird das Fahrgeld von allen Eintrittskartenkäufern, unabhängig der tatsächlichen ÖPNV-Nutzung, gezahlt.

4.5.2 FirmenTickets

Es wird ein Vertrag zwischen Unternehmungen, Behörden oder Verbänden, der VRR AöR und einem Verkehrsunternehmen geschlossen. Die Musterverträge werden den Verkehrsunternehmen vom VRR zur Verfügung gestellt.

Das VRR-Modell FirmenTicket-100/100 ist ein solidarisches Ticket. Jeder Mitarbeiter muss bei einer Firmen-Mindestgröße von 100 ständigen Mitarbeitern ein FirmenTicket erwerben.

4.5.3 Großkunden-Vorteilsprogramm

Es wird ein Vertrag zwischen Unternehmungen, Behörden oder Verbänden, der VRR AöR und einem Verkehrsunternehmen geschlossen. Voraussetzung für den Vertrag ist, dass für mindestens 30 der ständigen Mitarbeiter der jeweiligen dem Vertrag beigetretenen Institutionen persönliche Monatskarten im Jahresabonnement abgenommen werden. Das Ticket2000 kann bei Zahlung eines Arbeitgeberzuschusses wahlweise persönlich oder übertragbar ausgegeben werden. Ein Mustervertrag wird den Verkehrsunternehmen zur Verfügung gestellt (*Anlage 17*). Um Missbrauch zu vermeiden, darf pro Mitarbeiter nur ein Ticket ausgegeben werden. Bei dem Großkunden-Vorteilsprogramm erhalten die Arbeitnehmer bei einer

Mindestabnahme von 30 Tickets einen von der Gesamtabnahmemenge unabhängigen Rabatt durch das Verkehrsunternehmen und ggf. einen Zuschuss durch den Arbeitgeber. Die Höhe des Arbeitgeberzuschusses und der Neukundenquote sind in der *Anlage 17 Musterverträge* zu entnehmen.

4.5.4 SchokoTicket

Es wird ein Vertrag zwischen den Schulträgern, der VRR AöR und den Verkehrsunternehmen geschlossen. Anspruchsberechtigte zahlen für das SchokoTicket einen ermäßigten monatlichen Eigenanteil. Das SchokoTicket gilt für alle Schüler unter 25 Jahren, die laut den Tarifbestimmungen zur Nutzung des SchokoTickets berechtigt sind. Ein Mustervertrag wird den Verkehrsunternehmen auf Anfrage zur Verfügung gestellt. Das Ticket ist VRR-weit gültig. Weiteres ist in den Tarifbestimmungen (*Anlage 5*) erläutert.

4.5.5 DeutschlandTicket Schule

Es wird eine Vertragsergänzung zum Schokoticketvertrag zwischen den Schulträgern, der VRR AöR und den Verkehrsunternehmen geschlossen. Es gelten die Tarifbestimmungen des Deutschlandtickets und die Bedingungen des Erlasses des Landes NRW zur Finanzierung des Deutschlandticket Schule.

4.5.6 VRR-SemesterTicket

Es wird ein Vertrag zwischen der Bildungseinrichtung, der VRR AöR und den Verkehrsunternehmen geschlossen. (Näheres dazu in den Tarifbestimmungen des VRR, *Anlage 5*). In der Regel wird das VRR-SemesterTicket mit einem SemesterTicket NRW oder einer Änderungsvereinbarung zum Erwerb des DeutschlandTickets kombiniert.

4.5.7 SemesterTicket NRW

Möchte eine Fach- oder Hochschule die verbundweit gültige Fahrberechtigung des VRR-SemesterTicket auf eine NRW-weit gültige Fahrberechtigung ausdehnen, kann sie einen Vertrag sowie eine Betriebsvereinbarung zwischen der verfassten Studierendenschaft der Hochschule (AStA) oder einer sonstigen juristischen Person, dem Verkehrsunternehmen, dem VRR sowie dem Kompetenzcenter Marketing NRW für das SemesterTicket NRW abschließen. Voraussetzung ist, dass die Fach- oder Hochschule unter das Hochschulgesetz NRW / Kunsthochschulgesetz fällt. Die Studierenden erhalten somit das regionale Verbund-SemesterTicket. Für die Ausgabe des SemesterTickets NRW gelten die tariflichen Vorgaben des NRW-Tarifs (*Anlage 8*) sowie die technische Ausgestaltung nach dem EFM für alle Tarife in NRW (*Anlage 9*).

4.5.8 Deutschlandsemesterticket

Es wird eine Vertragsergänzung zum VRR-SemesterTicket-Vertrag zwischen der Bildungseinrichtung, der VRR AöR und den Verkehrsunternehmen geschlossen. Es gelten die Tarifbestimmungen des Deutschlandsemestertickets.

4.6 Aufpreise: ZusatzTickets

Das ZusatzTicket kann ausschließlich zusammen mit einem weiteren, gültigen VRR-, NRW- oder DeutschlandTicket-Ticket verwendet werden und gilt je Zusatzleistung, Person und Fahrt. Der Geltungsbereich für nicht verbundweit gültige Zeitickets kann auf Verbundgültigkeit erweitert werden und pro Person und Fahrt kann auf die 1. Klasse-Nutzung aufgestockt werden. Näheres dazu in der *Anlage 5 "Tarifbestimmungen des VRR"*. Tarifbestimmungen des VRR.

4.7 Linienbedarfsverkehre

Zu den Linienbedarfsverkehren gehören das AnrufSammelTaxi (AST) und die On-Demand-Verkehre. Vor der Einführung der Linienbedarfsverkehre sind die Verkehrsunternehmen dazu verpflichtet, diese beim VRR vorzustellen und abzustimmen. Im Linienbedarfsverkehr gelten nicht alle Bestimmungen des allgemeinen Tarifs. Diese Linienbedarfsverkehre verkehren nur nach vorheriger Anmeldung durch den Kunden durchgeführt. Näheres dazu in den Tarifbestimmungen des VRR (*Anlage 5*).

4.7.1 AST – AnrufSammelTaxi

AnrufSammelTaxis werden vorab per Anruf bestellt. Dabei werden vor Beginn der Fahrt Start- und Zielhaltstelle festgelegt, wodurch sich automatisch der Preis bestimmt. AST-Verkehrefahren eine festgelegte Anzahl an Haltstellen an. Für AST-Verkehre gelten die Beförderungsbedingungen und die Tarifbestimmungen des VRR mit besonderen Preisstufenordnungen.

4.7.2 On-Demand-Verkehre

KundenOn-Demand-Verkehre werden über die Apps der anbietenden Verkehrsunternehmen oder eigens für das Angebot eingerichtete Apps bestellt. Dabei werden vor Beginn der Fahrt Start- und Zielhaltstelle festgelegt, wodurch sich automatisch der Preis bestimmt. On-Demand-Verkehre fahren sogenannte virtuelle Haltestellen an, die speziell für On-Demand-Angebote eingerichtet werden und große Flächen möglichst engmaschig abdecken sollen. Die Preisberechnung erfolgt angelehnt an eazy VRR über die zurückgelegte Luftlinie. Die anbietenden Verkehrsunternehmen haben die Möglichkeit, über Zu- oder Abschlagsstufen die Preisgestaltung ihres Angebots zu beeinflussen.

4.8 Sonstige Tickets

4.8.1 Haustarife/Sondertickets

Sondertarife der Verkehrsunternehmen müssen beim VRR gemeldet und der Genehmigungsbehörde angezeigt werden. KombiTickets müssen beim VRR gemeldet werden, der eine Liste aller KombiTicket-Verträge pflegt.

4.8.2 Kragentarife / benachbarte Tarife

Bei Fahrten, die über den VRR hinausgehen, gelten vom VRR-Tarif abweichende Regelungen. Hierzu wurden mit den folgenden Partnern der angrenzenden Gebiete Übergangsregelungen in Form von Kragentarifen eingerichtet: Aachener Verkehrsverbund (AVV), Verkehrsverbund Rhein-Sieg (VRS), WestfalenTarif Die Kragentarife umfassen dabei nicht grundsätzlich die gesamten Verbundräume, sondern sind nach relevanten Verkehrsströmen zugeschnitten (siehe Anlage 5 „Tarifbestimmungen“). Dabei sind die jeweils gültigen vertrieblichen Vorgaben der genannten Verkehrsverbände zu beachten.

4.8.3 NRW-Tarif

Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, Tickets des NRW-Tarifs zu verkaufen. Der NRW-Tarif (vgl. auch Anlage 8 „Tarifbestimmungen NRW-Tarif“) ist der Nahverkehrstarif für Fahrten innerhalb Nordrhein-Westfalens, die über die Grenzen der Verkehrsverbände und -gemeinschaften hinausgehen. Dabei sind die vertrieblichen Vorgaben des NRW-Tarifs zu beachten.

5 Ausgabemedien und Kontrolle/ Prüfung

Fahrgeldeinnahmen stellen die wichtigste Finanzierungsquelle der Verkehrsunternehmen dar. Es ist deshalb erforderlich, diese Einnahmen abzusichern, damit das Angebot des ÖPNV sowohl in der aktuellen Qualität wie auch Quantität aufrechterhalten werden kann. Wegen der damit verbundenen wirtschaftlichen Aspekte nehmen die Kontrolle und Prüfung einen hohen Stellenwert ein. Die Tickets haben je nach Ausgabemedium unterschiedliche Prüfmerkmale, die sich in einigen Punkten überschneiden und immer überprüft werden müssen:

- Tarifprodukt
- Identität des Benutzers (bei persönlichen Tickets)
- Zeitpunkt der Fahrt
- Räumlicher Geltungsbereich
- Benutzte Klasse und Mitnahmeregelungen

Für die Prüfung der Fahrausweise sind die Verkehrsunternehmen eigenverantwortlich zuständig. Dabei haben sie die Möglichkeit, eigenes und/oder externes Personal einzusetzen. Im Busbereich erfolgt aus Gründen der Einnahmensicherung die Prüfung optional durch einen kontrollierten Fahrgasteinstieg vorne beim Busfahrer. Dabei wird eine Sichtprüfung durch das Fahrpersonal vorgenommen. Verkehrsunternehmen können nach Bedarf und nach Umsetzungsstand des ausschließlich selbstbedienten, bargeldlosen Bezahlers den (elektronischen) kontrollierten Vordereinstieg (EKS) weiterhin durchführen und als einnahmensichernde Maßnahme weiter nutzen. Dabei wird eine Sichtprüfung durch das Fahrpersonal vorgenommen und im Falle der Erschleichung von Beförderungsleistungen kann der Busfahrer sofort handeln. Prozess zum kontrollierten Vordereinstieg für die verschiedenen Ticketarten ist in der *Anlage 10 „Geschäftsprozesse zum kontrollierten Vordereinstieg“* festgehalten.

Sollte ein Fahrgast ohne gültiges Ticket angetroffen werden, so ist er zur Zahlung des erhöhten Beförderungsentgeltes (EBE) aufzufordern. Näheres dazu wird in *Kapitel 5.4 „EBE-Prüfbericht“* beschrieben. Im Folgenden werden die verschiedenen Ausgabemedien für Fahrausweise, ihre Merkmale und die damit verbundene Entwertung und Kontrolle behandelt. Grundlage für die Ticketprüfung sind die Beförderungsbedingungen und Tarifbestimmungen des VRR (*Anlage 5*). Eine Kurzform aller wichtigen Inhalte zur Ticketprüfung ist in *Anlage 11 „Ticketprüfung kurz und kompakt“* zu finden.

5.1 Ticketausgabe auf Papier

Für Papiertickets ohne Barcode, wie z.B. EinzelTickets oder 4erTickets, gelten die allgemeinen Vorgaben des VRR (siehe *Anlage 12 „Papiertickets – Bestimmungen für den Druck“*). Dennoch werden Papiertickets in unterschiedlichster Form von den Verkehrsunternehmen ausgegeben, weil die Vorgaben durch die Vertriebssystem-Anbieter unterschiedlich umgesetzt werden. Dennoch gibt es einheitliche Sicherheitsmerkmale für das Thermopapier (siehe *Anlage 12*), die von allen Verkehrsunternehmen eingehalten werden müssen.

5.1.1 Entwertung

Tickets können entweder entwertet oder nicht entwertet ausgegeben werden. Im Falle, dass ein Ticket nicht entwertet ausgegeben wird, stehen entsprechende Entwerter an den Automaten oder Bahnhöfen zur Verfügung. Entwerter dienen dazu, Fahrkarten zu markieren, um damit den Zeitpunkt und Ort ihrer Nutzung zu dokumentieren und/oder eine weitere Verwendung zu verhindern. Jedes im VRR erworbene Papierticket muss ohne Störung im Entwerter aller beteiligten Verkehrsunternehmen entwertet werden können. Auch die Entwertung ist ein Prüfmerkmal für den Fahrausweisprüfer. Für die klassische Ticketprüfung sind verbundweit einheitliche Entwertungsmerkmale erforderlich. Verkehrsunternehmen müssen dafür sorgen, dass Entwertungsmöglichkeiten für die zu entwertenden Fahrausweise bereitgestellt werden. Hierbei kann es sich um stationäre Entwerter an Haltestellen oder in Fahrzeugen handeln. Der Entwertungsabdruck hat folgende Merkmale aufzuweisen:

- Bezeichnung des Entwertungsgerätes durch Unternehmensabkürzung und Gerätenummer
- Zahlgrenze, die für jede Haltestelle eine Haltestellennummer vorsieht
- Wabenummer der Einstiegstelle
- Zeitpunkt des Einstiegs: Tag, Monat, Stunde, 5- oder 10-Minuten-Intervall



Abbildung 3 Beispiel eines VRR-Entwertungsaufdrucks



Abbildung 4 Design Trägerkarte mit Austauschwertmarke

Der Aufdruck der Entwertungsmerkmale muss klar lesbar, lichtfest, wischfest und dokumentenecht ausgeführt werden.

5.1.2 Prüfung Papiertickets

Die Prüfung von Papiertickets erfolgt durch eine Sichtprüfung durch den Fahrausweisprüfer oder durch den Busfahrer beim kontrollierten Vordereinstieg.

Folgende Prüfaufgaben ergeben sich anhand des Ticket- bzw. Entwertungsaufdrucks:

- Gültigkeitszeitraum
- Gültigkeitsbereich
- Tarifstand (Übergangsfristen beachten)
- Benutzte Wagenklasse

Bei Zeitkarten mit Trägermedium ist zusätzlich zu prüfen, ob die Nummer der Kundenkarte auf der Wertmarke eingetragen bzw. aufgedruckt wurde. Handelt es sich bei der Zeitkarte um ein persönliches Ticket, so ist dieses nur in Verbindung mit einem amtlichen Lichtbildausweis gültig. Durch den Einsatz unterschiedlicher Vertriebsinfrastruktur werden die Wertmarken auf unterschiedlichem Papier aufgedruckt, was die Prüfung zusätzlich erschwert. Um eine Übersicht zu erhalten, wo und in welchem Umfang gefälschte und manipulierte Tickets im Umlauf sind, werden einmal im Jahr in ausgewählten Tarifgebieten (oder nach Bedarf verbundweit) im Rahmen der Kontrollen die angetroffenen Wertmarken ausgetauscht und im Nachgang intensiv geprüft. Da Wertmarken von Kunden für regelmäßige Fahrten genutzt werden, ist es notwendig, die Wertmarken durch Austauschwertmarken zu ersetzen, denen auf Anhieb sowohl die Gültigkeit anzusehen ist, als auch die Tatsache, dass die Wertmarke des Kunden bereits ausgetauscht wurde. Die betroffenen Verkehrsunternehmen erhalten daher Austauschwertmarken, die durch die VRR AöR zentral beschafft werden. Die Austauschwertmarken haben folgendes Design (Abweichungen können sich ergeben, da die genauen Druckdaten sowie die Guilloche erst nach Auftragsvergabe feststehen):

Die Verkehrsunternehmen füllen während der Überprüfungsaktion einen Ausfüllbogen aus. Es wird im Ausfüllbogen vermerkt, um welches Ticket und um welche Preisstufe es sich handelt. Des Weiteren wird auch vermerkt, wie viele Kunden sich geweigert haben, die Tickets austauschen zu lassen. Im Anschluss werden alle ausgetauschten Wertmarken an das Verkehrsunternehmen geschickt, das die Wertmarke ausgestellt hat, um die Echtheit zu überprüfen. Nach der Echtheitsüberprüfung senden die Verkehrsunternehmen innerhalb von drei Wochen die Meldebögen an den VRR zurück. Die Ergebnisse werden zusammengestellt und in den Steuerungs- sowie Arbeitskreisen vorgestellt. Auf Basis der Ergebnisse werden beispielsweise Maßnahmen zur Ticketsicherheit erstellt oder weiter ausgebaut.

5.2 Elektronisches Fahrgeldmanagement (EFM)

Elektronisches Fahrgeldmanagement (EFM) ist der Oberbegriff für alle Systeme und Prozesse zur Ausgabe, Verwaltung und Kontrolle elektronischer Tickets. Dazu zählen unter anderem:

- elektronische Verkaufs- und Bezahlsysteme
- Ausgabeterminale für Chipkarten
- Apps für das HandyTicket
- elektronische Ticketmedien
- Ticketprüfgeräte mit zugehörigen Hintergrundsystemen
- Hintergrundsysteme zur Berechnung der Wegestrecke, der kundenspezifischen Abrechnung und des Clearings

EFM wird eingesetzt, um die Effizienz des Fahrscheinvertriebs zu erhöhen und Zugangshemmnisse zum ÖPNV zu mindern, die mit dem Vertrieb zusammenhängen. Um In-sellösungen und Parallelentwicklungen zu vermeiden, wurde durch die Verkehrsunternehmen des VDV sowie Industrie- und Beratungsunternehmen die sog. „VDV-Kernapplikation elektronisches Fahrgeldmanagement“ (VDV-KA) erarbeitet.

Sie stellt einen gemeinsamen Standard für die Einführung eines standardisierten und interoperablen EFM dar. Mit der VDV-KA stehen bisher drei Ausbauprodukte zur Verfügung:

1. Elektronisches Bezahlen: Kunden können ihren Fahrschein bargeldlos kaufen.
2. Elektronisches Ticket: Der Fahrschein ist auf einer Chipkarte, auf einem Nutzermedium oder in einem 2D-Barcode gespeichert.
3. Automatische Fahrpreisberechnung: Der Kunde kann sich mit seinem elektronischen Ticket beim Ein- und Aussteigen an Terminals an- und abmelden.

Im VRR kommt bisher die Ausbaustufe 2 für Abonnements zur Anwendung. Für die Abbildung und Kontrolle von elektronischen Tickets gelten die Vorschriften gemäß *Anlage 9 „EFM für alle Tarife in NRW“*. Aus der Vertriebsmatrix (*Anlage 3*) ist ersichtlich, welche Tarifprodukte auf welchen Medien (2D-Barcode oder Chipkarte) ausgegeben werden. Die Verkehrsunternehmen sind verpflichtet, am Datenaustausch im Rahmen des Elektronischen Fahrgeldmanagements teilzunehmen (*siehe Anlage 9*).

5.2.1 Barcodetickets

Zu den Barcodetickets gehören die Tickets zum Selbstaussdruck / die BarcodeTickets als PDF über die OnlineShops der Verkehrsunternehmen, die Tickets aus den Apps der einzelnen Verkehrsunternehmen sowie die Fahrtberechtigung bei In/Out-Systemen (z.B. eazy, Fairtiq). Bei Handy- und Onlinetickets zum Selbstaussdruck ist der VDV-Barcode ebenfalls nach TLV-EFS aufzubringen. Des Weiteren gilt für Handy- und Onlinetickets, die als PDF-Dokument auf dem Smartphone angezeigt werden, weiterhin, dass der VDV-Barcode nach TLV-EFS ausgegeben werden muss. Die Verkehrsunternehmen müssen ggf. bei der Ausgabe der Tickets als PDF ihre Allgemeinen Geschäftsbedingungen für HandyTickets anpassen, dass kein Selbstaussdruck des Tickets nötig ist und das Ticket als PDF-Dokument akzeptiert wird. Für das Layout von HandyTickets gilt die Vorgabe aus *Anlage 13*.

5.2.1.1 Prüfung der Barcodetickets

Die Kontrolle von Barcodetickets wird bundweit elektronisch durchgeführt. Heute kommt der Barcode bei Onlinetickets und HandyTickets zum Einsatz. Bei der elektronischen Prüfung werden die Daten des Tickets gelesen und auf zeitliche und räumliche Gültigkeit geprüft. Alle eTickets und alle Tickets mit einem VDV-Barcode (z.B. Internettickets, HandyTickets) sollten im Bus durch Kontrollgeräte beim elektronisch kontrollierten Vordereinstieg geprüft werden. Die Geschäftsprozesse dazu sind in *Anlage 10 „Geschäftsprozesse zum kontrollierten Vordereinstieg“* beschrieben. Die Prüfung erfolgt nach den Vorschriften zum Elektronischen Fahrgeldmanagement (*Anlage 9*), die Prüfgeräte müssen zur Prüfung gemäß dieser Vorschrift in der Lage sein. Bei persönlichen

Tickets ist ein amtlicher Lichtbildausweis vorzulegen. Die wesentlichen Sicherheitselemente für die Sichtkontrolle bei Tickets zum Selbstaussdruck sind in *Anlage 9 „EFM-Abbildung und Kontrolle der Tarife in NRW“* aufgeführt. Dazu gehören z.B.

- geeignete Darstellung der persönlichen Daten des Ticketnutzers und der individuellen Ticket-Daten im Hintergrund in Kombination mit geeigneten grafischen Elementen
- geeignete Darstellung ausgewählter Zahlen aus der TicketID im Hintergrund durch dynamische Generierung einer Hintergrundgrafik
- grafisch aufwendiges Symbolsystem
- darüber hinaus ggf. weitere Sicherheitsmerkmale, wie z. B. versteckte Pixelfehler oder Spiegeleffekte.

Die Sichtprüfungsmerkmale dienen Verkehrsunternehmen außerhalb des VRR, die über keine Geräte zur elektronischen Prüfung verfügen, zur groben Prüfung. Die Sicherheitsmerkmale erschweren es einerseits dem Ticketnutzer erheblich, das Ticket so zu manipulieren, dass dies bei der Sichtprüfung nicht erkannt wird. Sie können andererseits für das Prüfpersonal ohne technische Hilfsmittel schnell genug erfasst und geprüft werden. Abweichende Daten der elektronischen Prüfung und der Sicherheitselemente für die Sichtkontrolle können auf einen Fälschungsversuch hindeuten. Die Daten aus der elektronischen Prüfung sollten immer vorrangig behandelt werden.

5.2.2 Tickets auf Chipkarten (eTicket)

Beim eTicket wird anstelle des herkömmlichen Papiertickets ein elektronisches Ticket auf einer Chipkarte gespeichert. Mit dem elektronischen Ticket lassen sich Fahrten bargeldlos und ohne Papierfahrschein abrechnen. Die Chipkarten müssen die Sicherheitsvorgaben der VDV-Kernapplikation erfüllen.

5.2.2.1 Prüfung der Chipkarten

Die Kontrolle der eTickets – egal ob in Barcodes oder Chipkarte – wird bundweit elektronisch durchgeführt, da die eTickets nur mit entsprechenden Kontrollgeräten gelesen werden können. Der aufgebrauchte Aufdruck auf der Rückseite der Chipkarten dient ausschließlich zur Kundeninformation. Alle eTickets und alle Tickets mit einem VDV-Barcode (z.B. Tickets aus dem Onlineshop, HandyTicket) sollten im Bus durch Kontrollgeräte beim elektronisch kontrollierten Vordereinstieg geprüft werden. Dabei werden die eTickets eingelesen und gegen die Sperrliste sowie auf zeitliche und räumliche Gültigkeit geprüft. Das Ergebnis der Prüfung wird dem Fahrpersonal auf dem Kontrollgerät angezeigt. Einzelheiten zur Kontrolle sind den „Geschäftsprozessen zum kontrollierten Vordereinstieg“ (*Anlage 10*) zu entnehmen. Die Prüfung erfolgt nach den Vorschriften des EFM (*Anlage 9*). Die Prüfgeräte müssen zur Prüfung gemäß diesen Vorschriften

in der Lage sein. Bei persönlichen Tickets ist ein amtlicher Lichtbildausweis vorzulegen. Die wesentlichen Sicherheitselemente für die Sichtkontrolle bei Tickets zum Selbstausdruck sind in der *Anlage 10 „EFM für alle Tarife in NRW“* aufgeführt. Die Sichtprüfungsmerkmale dienen Verkehrsunternehmen außerhalb des VRR, die keine Geräte zur elektronischen Prüfung verfügen, zur groben Prüfung. Die Sicherheitsmerkmale erschweren es einerseits dem Ticketnutzer erheblich, das Ticket so zu manipulieren, dass dies bei der Sichtprüfung nicht erkannt wird. Sie können andererseits für das Prüfpersonal ohne technische Hilfsmittel schnell genug erfasst und geprüft werden. Abweichende Daten der elektronischen Prüfung und der Sicherheitselemente für die Sichtkontrolle können auf einen Fälschungsversuch hindeuten.

5.2.2.2 Sperrung von elektronischen Tickets

Bei Ablauf der Gültigkeit oder bei Meldung von Diebstahl oder Verlust durch den Kunden wird das Ticket durch das Verkehrsunternehmen sofort gesperrt. Diese Sperrungen werden an den KOSE gemeldet. KOSE steht für KontrollService der VDV-Kernapplikation, das für das Sperrlisten-Management steht. Wird eine Sperrung durchgeführt, nimmt KOSE die Sperraufträge entgegen und aktualisiert die relevanten Sperrlisten. Die Sperrlisten werden zur Abholung bereitgestellt, d.h. die Verkehrsunternehmen rufen sich die Sperrliste ab. Bei einer Prüfung wird ein Ticket, das auf der Sperrliste steht, als gesperrt markiert. Bei dieser und künftigen Prüfungen erscheint auf dem Prüfgerät die Meldung, dass ein Ticket ungültig ist.

5.3 Qualitätsmanagement

Damit elektronische Tickets mit und ohne Barcodes problemlos durch den Kunden genutzt werden können, sind diese Tickets gemäß dem Dokument „Qualitätsmanagement im VRR“ (*Anlage 14*) im jeweils aktuellen Stand zu prüfen. Das ausgebende Verkehrsunternehmen übermittelt im Rahmen dieses Qualitätsmanagements die zu prüfenden Tickets an die VRR AöR anhand eines Prüfprotokolls (*Anlage 15*). Die VRR AöR und die am Qualitätsmanagement teilnehmenden Verkehrsunternehmen prüfen die Tickets. Die teilnehmenden Verkehrsunternehmen und ihre Kontaktdaten sind im Campus in einem separaten Dokument veröffentlicht.

5.4 EBE-Prüfbericht

Im jährlichen Prüfbericht „Erhöhtes Beförderungsentgelt (EBE)“ werden die getätigten Maßnahmen der Verkehrsunternehmen zur Ticketkontrolle und Senkung der Schwarzfahrerquote dargestellt sowie die Daten der EBE-Statistik vorgestellt. Die EBE-Statistik basiert auf den Meldungen der Verkehrsunternehmen über die Ergebnisse der Fahrausweisung (aufgeteilt nach den Betriebszweigen Bus, Straßenbahn und SPNV). Die Verkehrsunternehmen stellen dem VRR monatlich, spätestens halbjährlich (nach Monaten aufgeteilt) die Ergebnisse zur Auswertung zur Verfügung. Die dafür notwendigen Daten werden spätestens zum Ende des jeweiligen Monats oder bei einer halbjährlichen Meldung bis Ende Juli bzw. Januar mit dem Formblatt „Ticketprüfung im VRR“ (*Anlage 16*) gemeldet. Der VRR wertet die Einzelergebnisse aus, beurteilt sie im Rahmen der Wirtschaftlichkeit und gibt die ausgewerteten Prüfergebnisse im Rahmen eines Jahresberichtes bekannt. Vereinbarungsgemäß wird im EBE-Bericht kein unternehmensbezogener Vergleich der Prüfquoten dargestellt. Ebenso wird auf einen Abgleich der Verkehrsunternehmen-spezifischen Prüfquoten zum VRR-weit festgelegten Kontrollgrad verzichtet. Stattdessen werden qualitative Maßnahmen der Unternehmen zum Vorgehen gegen Schwarzfahrer in individuellen Situationen beschrieben.

6 Bezahlarten

Im Folgenden werden die wesentlichen Merkmale und Besonderheiten der Zahlungsmöglichkeiten im VRR erläutert. Beginnend mit dem Ticketverkauf in den Fahrzeugen, der perspektivisch ausschließlich bargeldlos erfolgen soll, haben die VU die untenstehende Maßnahmenfolge vereinbart (Abbildung 5).

6.1 Barzahlung und Bargeldloses Bezahlen

Die bargeldlose Zahlung wird in Deutschland immer beliebter. Die Variante des bargeldlosen Bezahlers bietet zeitliche, hygienische und wirtschaftliche Vorteile, die sowohl für den Kunden als auch für das Verkehrsunternehmen gewinnbringend sind.

Die Umstellung auf das ausschließlich bargeldlose Bezahlen erfolgt sukzessiv bei den Verkehrsunternehmen. Nach der Umstellung besteht weder beim Fahrpersonal noch an den mobilen Automaten die Möglichkeit, mit Bargeld zu bezahlen. Die Kunden sind darüber hinreichend zu informieren. Sollte der Erwerb eines gültigen Tickets nur in Form von Bargeld durch den Kunden möglich sein, kann er dies im Kunden-Center, stationären Automaten oder an den Verkaufsstellen im Zuge des personalbedienten Verkaufs im Vorfeld tun.

Bis zur Umstellung auf das ausschließlich bargeldlose Bezahlen soll das zusätzliche bargeldlose Bezahlen eingeführt und angeboten werden. Dementsprechend kann bargeldloser Zahlungsverkehr unter den nachfolgend genannten Voraussetzungen durchgeführt werden. Fahrausweise an Fahrausweisautomaten können nur mit den dort vorgesehenen Zahlungsmitteln bzw. Bezahlformen gekauft werden. In Fahrzeugen mit mobilen Fahrausweisautomaten ist das

Personal nicht verpflichtet, Geld zu wechseln. Bei der Einrichtung von bargeldlosem Zahlungsverkehr ist zu gewährleisten, dass sich der Kunde in zumutbarer Weise, auch im Wege der Barzahlung, mit Fahrausweisen versorgen kann. Dabei ist die EU-Verordnung Nr. 974/98 zu beachten, die z.B. in Art. 11 Satz 3 vorschreibt, dass bei einer einzelnen Zahlung bis zu 50 Münzen anzunehmen sind.

Im bargeldlosen Zahlungsverkehr spielen Sicherheitsaspekte für alle Beteiligten eine wichtige Rolle. Die Identität bzw. Berechtigung der zahlenden Person kann mit Besitz (Debit- oder Kreditkarte, Smartphone), Wissen (Persönliche Identifikationsnummer PIN, Passwort) und Biometrie (Fingerabdruck, Iris-Erkennung) festgestellt werden und sollte mit mindestens zwei der Kriterien geprüft werden. Für die Auswahl der Zahlungsarten und die Gewährleistung der Sicherheit der Verfahren sind die Verkehrsunternehmen zuständig.

6.2.1 Bargeldloses Bezahlen - Kontoabbuchung

Ein beliebtes Zahlungsmittel in Deutschland ist die Zahlung per Kontoabbuchung. Seit 2009 gibt es das EU-einheitliche SEPA-Lastschriftverfahren, das in Deutschland die Einzugsermächtigung ersetzt hat. Aufgrund der steigenden Beliebtheit von bargeldlosen Zahlungsprozessen bei den Kunden und den sich daraus ergebenden Kosten- und Sicherheitsvorteilen für die Verkehrsunternehmen, sollte beim Vertrieb von Fahrscheinen auch die Möglichkeit des SEPA-Lastschriftverfahrens gegeben sein. Auch bei Online-Vertragsabschlüssen ist es möglich, das SEPA-Lastschriftverfahren einzusetzen. Das Unternehmen muss jedoch im eigenen Interesse sicherstellen, dass es den

Umsetzung: Sukzessive Umstellung des ausschließlich bargeldlosen Bezahlers im Fahrzeug

2025	2026	2027
<p>Einige VUs bieten zusätzlich das bargeldlose Bezahlen an.</p> <p>Und einige VUs stellen bereits auf ausschließlich bargeldloses Bezahlen um.</p> <p>→ Weiterhin Parallelvertrieb möglich</p>	<p>Alle VUs stellen planmäßig bis Ende 2026 auf ausschließlich bargeldloses Bezahlen um.</p>	<p>Ausschließlich bargeldloses Bezahlen. Der Parallelvertrieb wird eingestellt.</p>

Abbildung 5 Zeitschiene hinsichtlich der Realisierung des ausschließlich bargeldlosen Bezahlers im Fahrzeug

Nachweis über den Vertragsabschluss ohne eigenhändige Unterschrift erbringen kann und dass gewisse Sicherheitsstandards im Onlineshop eingehalten werden. Bei sorgfältiger Buchführung wird davon ausgegangen, „dass im Großteil der Fälle der Vertragsschluss nicht bestritten wird und es zu keinen Komplikationen hinsichtlich der Beweisbarkeit kommt“. Um das Lastschriftverfahren möglichst wirtschaftlich anbieten zu können, sind Rücklastschriften zu vermeiden und Spielräume bei den Preisverhandlungen der Verkehrsunternehmen mit den Banken hinsichtlich der SEPA-Konditionen auszunutzen.

6.2.2 Bargeldloses Bezahlen - Kartenzahlung

In Deutschland ist die Zahlung mit Karte ein beliebtes und gängiges Zahlungsmittel. Unterschieden werden muss dabei zwischen Debit-, Prepaid- und Kreditkarten. Zunehmend werden auch kleinere Beträge immer häufiger mit Karte gezahlt. In den letzten Jahren wurde auch die kontaktlose Zahlung (z.B. per NFC) immer beliebter. In diesem Fall muss der Kunde seine Karte oder sein NFC-fähiges Endgerät (z.B. Smartphone oder Smartwatch, mit in einer App hinterlegten Konto- bzw. Kreditkartendaten) kurz an eine am Fahrscheinautomaten gekennzeichnete Fläche halten, ohne dabei das kontaktbehaftete Kartenlesegerät zu nutzen. Zitiert aus: „Gutachten zur Rechtssicherheit bei Online-Vertragsabschluss“ erstellt durch Rechtsanwalt Dr. Philip Kempermann, LL.M. und Rechtsanwältin Alexa Finke, LL.M. im Auftrag des VRR im Januar 2019 (dort finden sich auch weitere Informationen dazu). Da auch im Ausland die Zahlung mit Kreditkarte weit verbreitet ist, sollte im Hinblick auf den Tourismus die Möglichkeit der Kartenzahlung sowohl physisch per Kartenlesegerät als auch kontaktlos weiter ausgebaut werden.

6.2.3 Bargeldloses Bezahlen - Bezahlvorgänge über Dienstleister (PayPal, Sofort Überweisung, etc.)

Immer populärer werden Bezahlvorgänge über Dienstleister wie PayPal. Der Vorteil für den Kunden ergibt sich daraus, dass bei der Zahlung per Dienstleister keine Kontodaten übertragen werden. Für den Bezahlvorgang loggt sich der Kunde bei seinem Dienstleister ein und bestätigt die Zahlung. Die Bankverbindung oder Kreditkartennummer ist in dem Benutzerkonto hinterlegt, sodass Bank- und Kreditkartendaten nicht übertragen werden müssen. Gleichzeitig kann für den Vertrieb von z.B. Fahrscheinen auch die Infrastruktur der Mobilfunkanbieter genutzt werden. Dabei werden die erhaltenen Leistungen über die Mobilfunkrechnung des Kunden abgerechnet. Wird dies genutzt, so trägt der Kunde ab dem dritten Kauf zusätzlich zum Ticketpreis auch die anfallenden Abrechnungsgebühren gemäß der jeweils gültigen Tabelle, die mit den regulären Preistabellen veröffentlicht wird. Aufgrund der zunehmenden Beliebtheit von Bezahlvorgängen über Dienstleister ist ggf. eine Zusammenarbeit mit den Anbietern mit der größten Marktdurchdringung anzustreben.

6.2.4 Bargeldloses Bezahlen - Sonstige (IDBT, Rechnung, Zahlschein, Dauerauftrag, etc.)

Sonstige Bezahlarten, wie z.B. die Bezahlung auf Rechnung per Zahlschein, Dauerauftrag, Nachnahme, Vorkasse sind eher Nischenprodukte und im ÖPNV unüblich. Dennoch sollte der Markt der Bezahlarten regelmäßig beobachtet werden, um relevante Entwicklungen zu erkennen. Alle außer den unter 6.1 bis 6.2.3 aufgeführten Zahlungsarten müssen vor der Einführung beim VRR in den entsprechenden Steuerungskreisen angezeigt werden.

7 Datenorganisation / Technische Standards

Für die verschiedenen Teilbereiche der Digitalisierung im ÖPNV wird in Zukunft als Basis der Vernetzung verschiedener Auskunftssysteme, Applikationen und Handyticket-Systeme (z.B. VDV-KA, PKM) eine einheitliche Daten-Governance festgelegt. Ein wichtiges Ziel dabei ist die Etablierung von einheitlichen Standards. Dafür werden zunächst präzise Regelungen im Rahmen des Datenmanagements von Unternehmen und Organisationen gesammelt. In dem „Leitfaden zur Standardisierung und Daten Governance des ÖPV in NRW“, der im Rahmen der ÖPNV-Digitalisierungsoffensive erstellt wurde, liegt in der Version: 1.1 vom 20.12.2022 vor und ist über folgendem Link abrufbar: (https://digitalemobilitaet.nrw/fileadmin/Redaktion/05_Downloads/Leitfaden_zur_Standardisierung_und_Daten_Governance_des_OEPV_in_NRW_1.0.pdf).

Mit der Einführung des Deutschlandtickets sind die Verkehrsunternehmen zur Anerkennung der UIC-Barcodes mit Deutschlandtickets verpflichtet. Die Spezifikation des Deutschlandtickets als UIC-Barcode ist Stand Ende 2024 noch nicht abgeschlossen.

Die aktuellen normativen Dokumente zum Thema sind Teil der Liste der technischen Dokumente (s.u.). Anstehende Änderungen (Sperrlisten, Meldung an neue Produktverantwortlichen-Systeme) können künftig zu Anpassungen in der Vertriebsrichtlinie und nachgelagerten Dokumenten führen.

Durch die Einführung des Deutschlandtickets und der dazugehörigen Produktgruppe steigt die Gesamtheit der im Umlauf befindlichen Fahrtberechtigungen signifikant und eine gesicherte Interoperabilität deutschlandweit ist wichtiger denn je.

Der VRR als Produktverantwortlicher des VRR-Tarifs stellt die notwendigen Informationen zur Ticketausgabe und -prüfung als Tarifmodul nach PKM (Produkt- und Kontrollmodul) bereit. Dazu stellt der VRR zu Kontrollzwecken seit mehreren Jahren Tarifmodule nach PKM (Kontrollmodule) zur Verfügung. Für vertriebliche Aktivitäten werden Tarifmodule nach PKM nicht derzeit genutzt und es ist nicht absehbar, ob und wann eine Umsetzung durch ein Verkehrsunternehmen (KVP i. S. d. VDV-KA) erfolgt.

Um den technischen Standard nach VDV-KA anbieten zu können, bedarf es neben einem Teilnahmevertrag bei ((eTicket Deutschland der passenden Infrastruktur.

Der aktuelle Ticketing-Standard der VDV-Kernapplikation (VDV-KA) 1.8.x wird weiterentwickelt und durch ((etiCORE 3.0 ersetzt. Die Weiterentwicklung beruht vor allem darauf, dass veraltete Sicherheitszertifikate für Chipkarten und Barcodes auslaufen und mit dem veralteten Standard der Kryptographieverfahren nicht dem heutigen Standard entsprechen und dementsprechend durch moderne Technologien ersetzt werden müssen.

Motics (Mobile Ticketing Crypto Service) ist ein Verfahren, bei dem der Ticketkauf zur Laufzeit durch einen dynamischen Barcode mit dem Smartphone des Fahrgastes verknüpft wird. Motics verfügt über verschiedene Ausbaustufen. In der ersten Ausbaustufe wird in den dynamischen Barcode ein Zeitstempel integriert, der sich innerhalb weniger Sekunden erneuert. Sollte das Ticket kopiert oder weitergeleitet werden, wird der dynamische Barcode zu einem statischen Barcode, da er nicht mehr aktualisiert werden kann. Derartige Tickets würden bei Motics-fähigen Kontrollen auffallen. Dieses Verfahren gilt bei entsprechender Umsetzung als sehr fälschungssicher.

Nachfolgend sind alle technischen Dokumente aufgelistet, um eine Übersicht über alle Standards zu erhalten:

- Abbildung und Kontrolle der Tarife in NRW *Anlage 9*
- Qualitätsmanagement Ausgabe VRR *Anlagen 14, 15*

Weitere Dokumente, wie die VRR-EFM-Daten, Tickettypen oder auch die VRR-Relationen, werden auf der Website des KC Digitalisierung regelmäßig aktualisiert und für die Verkehrsunternehmen zur Verfügung gestellt.

8 Anlagenverzeichnis

Im Folgenden sind alle Anlagen der Vertriebsrichtlinie aufgelistet.

- Anlage 1 Marketingplan des VRR*
- Anlage 2 Verbundgrundvertrag*
- Anlage 3 Vertriebsmatrix
- Anlage 4 Vertriebswege
- Anlage 5 Tarifbestimmungen*
- Anlage 6 Checkliste Kooperationen
- Anlage 7 AGB KombiTicket*
- Anlage 8 Tarifbestimmungen NRW-Tarif*
- Anlage 9 EFM Abbildung und Kontrolle der Tarife in NRW
- Anlage 10 Geschäftsprozesse zum kontrollierten Vordereinstieg
- Anlage 11 Ticketprüfung kurz und kompakt
- Anlage 12 Papiertickets – Bestimmungen für den Druck
- Anlage 13 HandyTicket – Layout (Tickets im Display)
- Anlage 14 Qualitätsmanagement im VRR
- Anlage 15 Qualitätsmanagement VRR-Prüfprotokoll
- Anlage 16 Ticketprüfung im VRR Protokoll und Erläuterungen
- Anlage 17 Musterverträge

* in der jeweils gültigen Fassung

Verkehrsverbund Rhein-Ruhr AöR
Augustastr. 1
45879 Gelsenkirchen
www.vrr.de

