



Richtlinie Vertrieb



Präambel

Das Zusammenwirken von Verkehrsunternehmen im Verkehrsverbund Rhein-Ruhr (VRR) erfordert über die Anwendung eines Tarifs oder eines abgestimmten Fahrplans hinaus verbindliche Regularien für den Vertrieb sowie für die Prüfung von Tickets im Rahmen der Einnahmensicherung.

Mit dieser Richtlinie wird eine bindende Arbeits- und Entscheidungsvorgabe bei der Umsetzung der einzelnen Vertriebsaufgaben vorgelegt, die bei Änderung der Rahmenbedingungen angepasst wird. Es werden im Rahmen dieser Richtlinie die vertrieblichen Mindeststandards beschrieben.

Neue Vertriebswege und –techniken müssen vom KVIV AK MTV beschlossen werden.

Ziele der Richtlinie aus Kundensicht:

- Abbau von Zugangshemmnissen

Ziele der Richtlinie aus Unternehmenssicht:

- Festlegung von Mindeststandards
- Einnahmensicherung
- Kostenreduzierung

Grundlage:

Die VRR AöR erarbeitet Konzepte und Rahmenvorgaben für das verbundeneinheitliche Vertriebssystem. Der Rahmen für das Vertriebssystem umfasst die Struktur, die Vertriebswege, das Erscheinungsbild der Vertriebsstellen, die Ticketgestaltung, eine verbundkompatible technische Ausstattung und Maßnahmen zur Einnahmensicherung gemäß

- **§ 4 (3) AöR-Satzung**
- **§ 12 AöR-Satzung**
- **§ 9 Kooperationsvertrag kommunale Verkehrsunternehmen**
- **§ 25 Verkehrsvertrag.**

Inhaltsverzeichnis

Seite:

I.	Präambel	- 1 -
II.	Grundlage	- 1 -
1.	Allgemeine Beschreibung der Vertriebskanäle:	- 3 -
1.1	Stationäre Vertriebsstellen (KundenCenter und Vertriebspartner)	- 4 -
1.2	Vertrieb durch das Fahrpersonal im Bus	- 4 -
1.3	Ticketautomaten stationär und mobil	- 5 -
1.4	e-Commerce/m-Commerce	- 5 -
2.	Abonnement	- 6 -
2.1	Marketing-Aktionen zur Kundengewinnung	- 7 -
3.	Tickets	- 7 -
3.1	Papiertickets	- 8 -
3.2	eTickets	- 8 -
3.3	Sonstige Tickets	- 9 -
4.	VertragsTickets	- 9 -
4.1	KombiTicket	- 9 -
4.2	FirmenTicket	- 10 -
4.3	Großkundenrabattmodell	- 10 -
4.4	Akquisition FirmenTicket und Großkundenrabattmodell	- 11 -
4.5	SemesterTicket	- 11 -
5.	Entwerfer für Papiertickets	- 12 -
6.	Ticketprüfung durchs Prüfpersonal	- 13 -
6.1	Allgemeine Hinweise	- 13 -
6.2	Besonderheiten bei Papiertickets	- 14 -
6.3	Besonderheiten bei eTickets	- 14 -
6.4	Besonderheiten bei sonstigen Tickets (Internet/Handy)	- 14 -
7.	Ticketprüfung durchs Fahrpersonal im Bus	- 15 -
7.1	Prüfung Papiertickets	- 15 -
7.2	Elektronische Einstiegskontrolle beim Fahrpersonal im Bus	- 15 -
8.	EBE-Statistik	- 16 -

Anlagenverzeichnis

Anlage 1 Mindestanforderungen an die einzelnen Vertriebswege

Anlage 2 „Bestimmungen für den Druck des Ticketpapiers für Verkaufsgeräte, der Tickets vom Block und Wertmarken vom Bogen“

Anlage 3 Datenaustausch im Rahmen des elektronischen Fahrgeldmanagements (EFM im VRR)

Anlage 4 „Handlungsempfehlung Elektronische Einstiegskontrolle“

Anlage 5 Formblatt: „Ticketprüfungen im VRR“ incl. Erläuterungen

1. Allgemeine Beschreibung der Vertriebskanäle:

Im ÖV wird zwischen persönlichen und unpersönlichen Vertriebskanälen unterschieden.

Zu den persönlichen Vertriebskanälen zählen die KundenCenter sowie Vertriebsstellen (wobei hier auch Kooperationen mit externen Partnern eingegangen werden können) und der Ticketvertrieb durch das Fahrpersonal. Bei den persönlichen Vertriebskanälen hat der Kunde die Möglichkeit, weitergehende Informationen im persönlichen Kontakt zum Ticketerwerb zu erhalten.

Das Abonnement wird mit einer entsprechenden fachlichen Beratung in den KundenCentern sowie im Back-Office-System (Telefon, Internet, ...) angeboten.

Weiterhin gibt es für den Großkundenservice (Firmen, Messegesellschaften, Hotels...) spezielle Beratung durch Großkundenbetreuer bei den Verkehrsunternehmen.

Zu den unpersönlichen Vertriebskanälen zählen die Ticketautomaten, e-Commerce und m-Commerce (z.B. Internet und Handy).

Hier ist der Kunde für den Ticketerwerb selbst verantwortlich. Er muss die erforderlichen Tarifkenntnisse selbst besitzen bzw. selber aus den Informationen des Vertriebskanals herausarbeiten.

1.1 Stationäre Vertriebsstellen (KundenCenter und Vertriebspartner)

Dieses Vertriebsstellennetz ist unter Berücksichtigung wirtschaftlicher Aspekte der Verkehrsunternehmen an den Bedürfnissen des Kunden auszurichten. Es wird unterschieden zwischen KundenCenter und Vertriebspartner. Bei KundenCentern handelt es sich um VU-eigene Vorverkaufsstellen während Vertriebspartner Kooperationen mit externen Partner sind.

In der Anlage 1 ist das Ticketangebot und die Art der Ticketausgabe aufgelistet, die über stationäre Vertriebspartner angeboten werden.

Die KundenCenter und Vertriebspartner sind außen deutlich erkennbar mit dem VRR-Logo zu kennzeichnen. Dabei sind die im VRR-Designhandbuch dargelegten Verwendungsrichtlinien für das VRR-Logo einzuhalten. Das VRR-Logo ist im Vergleich zum Unternehmenslogo anzubringen. Das im VRR-Designhandbuch dargestellte Größenverhältnis zwischen VRR-Logo und Unternehmenslogo muss eingehalten werden. Vorschläge zur richtlinienkonformen Kennzeichnung von KundenCentern und Verkaufsstellen finden Sie im VRR-Designhandbuch.

Der Kunde erhält in den KundenCentern eine ausführliche Beratung, Fahrplan- und Tarifinformationen, Anträge für Tickets des Abonnements und Informationsschriften. In den KundenCentern erfolgt die Aufnahme von Beschwerden und Reklamationen des Kunden.

Bei den Vertriebspartnern werden mindestens die Tickets gemäß Anlage 1 aufgelistet, angeboten und ausgegeben.

Der Kunde erhält eine eingeschränkte Tarifinformation, die sich auf den Erwerb mindestens der Tickets des angebotenen Tarifs bezieht.

1.2 Vertrieb durch das Fahrpersonal im Bus

Die Ausgabe der Tickets erfolgt über elektronische Fahrausweis- und Wertmarkendrucker. Die Entwertung von im Vorverkauf erworbenen Tickets muss am Entwerter vorgenommen werden. Der Hinweis „Einstieg vorne“ ist am Fahrzeug an den Türen anzubringen. Im Online-Designhandbuch des VRR (Verweis auf Anlage und Beschluss durch MTV) werden hierzu hinsichtlich Größe und Gestaltung Vorgaben gemacht. Bei Neubeschaffungen sind diese umzusetzen.

In der Anlage 1 sind die Tickets aufgelistet, die über das Fahrpersonal als Mindestsortiment angeboten werden.

1.3 Ticketautomaten stationär und mobil

Die Ticketautomaten sind einheitlich deutlich erkennbar mit dem VRR-Logo zu kennzeichnen. Dabei sind die im VRR-Designhandbuch dargelegten Verwendungsrichtlinien für das VRR-Logo einzuhalten. Das VRR-Logo ist im Vergleich zum Unternehmenslogo anzubringen. Das im VRR-Designhandbuch dargestellte Größenverhältnis zwischen VRR-Logo und Unternehmenslogo muss eingehalten werden. Vorschläge zur richtlinienkonformen Kennzeichnung von Automaten finden Sie im VRR-Designhandbuch.

Die Benutzerführung und Ticketauswahl erfolgt am Ticketautomat entweder über Tasten oder über einen Bildschirm mit menügesteuerten Computergrafiken. Der Benutzer wird schrittweise zu seiner Auswahl geführt. Die Standard-Tickets des VRR-Regeltarifs (EinzelTicket, TagesTicket...) sind im Vordergrund anzuordnen. Sie stellen das Grundangebot der Tickets dar und müssen problemlos über einen „Schnellverkaufsmodus“ erworben werden können. Darüber hinaus müssen die Automaten einmal ausgewählten Tickets in einem Warenkorb speichern.

Die Interaktivität, d.h. der ständige Abgleich zwischen den angezeigten Bildern und Aktionen des Benutzers, muss mittels einer angenehmen und benutzerfreundlichen Oberfläche erfolgen. Für den Kunden ist eine Schritt-für-Schritt Bedienung vorzunehmen, die Hilfsfunktionen bietet.

Die Reihenfolge der Menüführung in den einzelnen Masken und Bedienelementen muss einem noch zu erstellenden Rahmenlastenheft entnommen werden.

Bedienungs- und Anzeigeelemente müssen behindertengerecht angeordnet werden.

1.4 e-Commerce/m-Commerce

In der Anlage 1 sind die Tickets aufgelistet, die über die Vertriebskanäle e- und m-Commerce angeboten werden.

Ziel ist es, den Standard der Internetanwendungen im VRR auf einem qualitativ hohen, vergleichbarem Niveau zu halten, damit dem Kunden größtmöglicher Nutzen und eine ausreichende Sicherheit bei der Inanspruchnahme der vertrieblichen Anwendungen der VRR-Verkehrsunternehmen geboten werden kann. Zudem erhalten

die Unternehmen dadurch die Möglichkeit, Synergien zwischen den Einzelanwendungen zu nutzen, um eine Verbesserung der Wirtschaftlichkeit des Vertriebswegemixes zu erzielen.

Unter e-Commerce versteht man den Kauf von Tickets über das Internet, wobei entweder das Ticket direkt über das Internet geliefert und über den privaten Drucker ausgedruckt werden kann oder das Ticket über das Internet gekauft und postalisch ausgeliefert wird.

Unter m-Commerce wird der Erwerb bzw. Kauf einer Ware per Handy verstanden. Das Ticket wird unmittelbar auf das Handy geliefert.

Ziel der neuen Vertriebswege ist es, neue Kunden zu gewinnen. Hierfür können die Möglichkeiten der elektronischen Auskunft direkt mit dem Internetvertrieb/Handy verknüpft werden. Grundsätzliche Voraussetzung für eine Genehmigung ist eine Zugangsmöglichkeit für alle Kunden, die elektronische Prüfbarkeit für alle Verkehrsunternehmen im VRR.

2. Abonnement

Die Tickets des Abonnements werden als elektronische Tickets ausgegeben. Tariflich bindende Angaben sind auf dem Chip gespeichert. Lediglich bei einer Bestellung eines Abonnements über das Internet ist die Ausgabe eines PapierTickets (nach VDV-KA-Standard) für den ersten Monat möglich.

Das EFM ermöglicht es, Tickets zu sperren. Die Verkehrsunternehmen haben täglich ihre gesperrten Tickets zu den vom KCEFM vorgegebenen Zeitfenstern an das VRR-Verbundsystem zu melden und ebenfalls täglich die verbundweite Sperrliste abzuholen. Im Rahmen der Ticketprüfung (entweder durch die Prüfer oder beim elektronischen kontrollierten Vordereinstieg) erfolgt ein Abgleich mit dieser Sperrliste bevor geprüft wird, ob das Ticket tariflich (räumlich und zeitlich) gültig ist. Wenn ein Ticket gesperrt ist, wird es markiert und ein entsprechender Datensatz wird über das VRR-Verbundsystem an das ticketausgebende Verkehrsunternehmen zurückgemeldet.

2.1 Direktmarketing-Aktionen zur Kundengewinnung

Direktmarketingaktionen zur Abokundengewinnung können von einzelnen oder mehreren Verkehrsunternehmen oder gemeinsam durchgeführt werden. Dabei ist eine Kooperation mit Dritten denkbar. Als Direktmarketingaktion verstehen sich Aktionen, bei denen potentiellen Kunden persönlich angeschrieben oder angerufen werden. Die verwandten Datensätze gehen hierbei über die bei dem Verkehrsunternehmen vorhandenen Kundendaten hinaus.

Die VRR-Partnerunternehmen sind frühzeitig über geplante Aktionen (Direktmarketingaktionen und Haushaltsverteilungen) zu unterrichten. Es besteht eine Informationspflicht. Darüber hinaus ist allen Verkehrsunternehmen ein Datenabgleich mit den Bestandskunden anzubieten.

Die Direktmarketing-Aktionen sowie der Datenabgleich zwischen den Verkehrsunternehmen müssen den aktuellen Bestimmungen des Datenschutzes entsprechen.

Aktionen sind zeitlich auf maximal 3 Monate plus 1 Monat Verlängerung zu begrenzen.

Führt die Aktion zu einem Abo-Abschluss, ist vom Kunden schriftlich zu bestätigen, dass er mindestens 6 Monate vor Vertragsbeginn nicht Kunde eines anderen VRR-Partnerunternehmens war.

2.2 Haushaltsverteilungen zur Kundengewinnung

Im Gegensatz zu Direktmarketingaktionen werden bei Haushaltsverteilungen keine konkreten Adressdaten eingesetzt. Die Werbeträger werden gem. Vorgabe des ausgebenden Verkehrsunternehmens Postleitzahlenmäßig oder Straßenmäßig (z. B entlang einer beworbenen Linie) verteilt.

Die VRR-Partnerunternehmen sind frühzeitig über geplante Aktionen zu unterrichten. Es besteht eine Informationspflicht.

3. Tickets

Die Tickets stellen die Zugangsberechtigung zur Nutzung des ÖV dar. Sie müssen in gedruckter oder elektronischer Form die tarifrelevanten Angaben wie Bezeichnung

des Tickets, Gattung, Tarifstand, Preisstufe, Fahrpreis, VRR-Wabe, Bezeichnung des ausgebenden Verkehrsunternehmens aufweisen.

Im Rahmen der Fälschungssicherungsmaßnahmen wurde festgestellt, dass das Ticketpapier für die Verkehrsunternehmen einen Wert darstellen und sicher aufbewahrt werden muss.

Die Abgabe des Papiers für den Ticketdruck muss personenbezogen (Name, Personalnummer), automatenbezogen bzw. auf das KundenCenter/die Vertriebsstelle bezogen erfolgen. Leere Rollenkerne, Ticketpapierreste und Reste von Wertmarkenbögen müssen sicher entsorgt werden.

3.1 Papiertickets

Angaben zu Ticketpapier und der Ausführung ist den „Bestimmungen für den Druck des Ticketpapiers für Verkaufsgeräte, der Tickets vom Block und Wertmarken vom Bogen“ (Anlage 2) zu entnehmen. Das Papier für die Tickets muss mit den aktuellen Fälschungssicherungskriterien versehen sein. Jedes im VRR erworbene Papierticket muss ohne Störung in den Entwertern aller beteiligten VU entwertet werden können.

3.2 eTickets

Die Abonnements werden als eTickets auf einem Chip gespeichert. Befindet sich dieser Chip auf einer von den Verkehrsunternehmen im VRR herausgegebenen Chipkarte, so müssen diese einheitlich gestaltet sein. Auf der Rückseite müssen bei den persönlichen Tickets (Ticket1000, Ticket2000 - personenbezogen, SchokoTicket, YoungTicketPLUS, FirmenTicket und BärenTicket) der Name sowie das ausgebende VU aufgebracht sein. Die Chipkarte muss den Vermerk „Nur gültig in Verbindung mit Lichtbildausweis“ enthalte. Die Chipkarte muss KA-fähig sein, d.h., sie muss die Sicherheitsvorgaben der VDV-Kernapplikation erfüllen. Die Struktur der Ticketdaten ist im VRR-Dokument „Einsatz von Chipkarten und Sicherheitsmodulen“ in der jeweils aktuellen Version beschrieben. Um eTickets ausstellen oder prüfen zu können, verpflichtet sich das jeweilige Unternehmen zwingend am „Datenaustausch im Rahmen des elektronischen Fahrgeldmanagements (EFM) im VRR“ (siehe Anlage 3) teilzunehmen.

3.3 Sonstige Tickets

Hierzu zählen e-Commerce und m-Commerce. Maßgeblich hierfür sind die ausgebenen Drucker und das Handydisplay. Beim Online-Tickets aus dem Internet ist mindestens der 2D-Barcode nach VDV-KA aufzubringen.

4. VertragsTickets

4.1 KombiTicket

Das KombiTicket bietet dem Kunden die Gelegenheit, ohne zusätzlichen Ticketkauf zum Veranstaltungsort zu gelangen. Die Eintrittskarte dient dabei gleichzeitig als Ticket für alle VRR-Verkehrsmittel. Werden die Eintrittskarten 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 durch VRR und VU ermittelt. Diese basiert auf den genehmigten Tarifprodukten und der Nutzung der einzelnen Ticketarten im Regelverkehr unter Berücksichtigung der Vorgaben des VDV. Die entsprechenden Musterverträge werden vom VRR zur Verfügung gestellt.

Zukünftige fakultative KombiTicket-Angebote unterliegen besonderen Voraussetzungen. Wenn der Gültigkeitsbereich auf eine Stadt festgelegt ist (Preisstufe A), muss der Preis des KombiTickets über dem des TagesTickets der Preisstufe A liegen. Hat das fakultative KombiTicket-Angebot eine verbundweite Gültigkeit, so muss der Preis oberhalb des Preises des TagesTickets der Preisstufe B liegen.

Vertragspartner sind:

- Veranstalter
- Verkehrsunternehmen
- VRR

Für Maßnahmen bis 5.000 € (Fahrgeldeinnahmen pro Jahr) gelten vereinfachte Bestimmungen. Hierfür gelten standardisierte Angebotspreise, die auf den aktuellen Preisen unter Berücksichtigung von Geltungsdauer und -bereich sowie dem zu erwartenden ÖPNV-Anteil basieren. In diesen Fällen ist der VRR nicht Vertragspartner, ihm muss aber eine Kopie des Vertrages unmittelbar nach Unterzeichnung, spätestens aber eine Woche vor Beginn der Veranstaltung, zugeleitet werden.

Für alle KombiTickets gilt:

Auf den KombiTickets sind das Vertragsverkehrsunternehmen und der VRR zu vermerken. Die aufzudruckende Kennzeichnung für die Fahrtberechtigung ist den jeweiligen allgemeinen Geschäftsbedingungen zu entnehmen. Das KombiTicket-Logo ist im Online-Designhandbuch hinterlegt.

Die Vertriebsinformation für die betroffenen Verkehrsunternehmen muss eine Woche vor Beginn der Veranstaltung erfolgen. Hierzu ist der VRR rechtzeitig über das KombiTicket zu informieren.

4.2 FirmenTicket

Das FirmenTicket stellt eine besonders rabattierte VRR-Monatskarte im Abonnement dar, die von Firmen, Behörden oder Verbänden für deren Mitarbeiter erworben werden kann.

Vertragspartner sind:

- Firma
- Verkehrsunternehmen
- VRR

Die FirmenTicketabschlüsse werden durch den VRR im Campus veröffentlicht.

Sämtliche am FirmenTicket teilnehmenden Firmen sind mit Name und Anschrift des Firmensitzes aufzuführen.

4.3 Großkundenrabattmodell

Hierbei handelt es sich um ein Modell auf Basis des bestehenden Regelangebotes. Dies bedeutet, dass die Preise jährlich verbundweit festgelegt und genehmigt werden.

Sowohl für die Abnahmemenge als auch für die Vertriebsunterstützung gibt es eine Rabattstaffel. Die VU erhalten hiermit die Möglichkeit, im Verkaufsgespräch über die Leistung des Vertragspartners zu sprechen und zu verhandeln. Vertragspartner sind die abschließende Firma, das VU und der VRR.

Die Großkundenrabattmodellabschlüsse werden durch den VRR im Campus veröffentlicht.

Sämtliche am Großkundenrabattmodell teilnehmenden Unternehmensteile, die zur Unternehmensgruppe gehören, sind mit Name und Unternehmensanschrift aufzuführen.

4.4 Akquisition FirmenTicket und Großkundenrabattmodell

Als Instrument der Einnahmensicherung ist die Neukundengewinnung von Firmen bzw. Unternehmen im Verbund anzusehen. Bei der Neukundenakquisition ist darauf zu achten, dass Maßnahmen, die der Abwerbung von Firmenkunden dienen, unterlassen werden. Hierzu ist eine zentrale Datenbank, auf die jedes Verkehrsunternehmen Zugriff hat, erforderlich.

Firmendatenbank

In der Datenbank für Institutionen, Unternehmen, Firmen etc. werden nachfolgende Angebote aufgenommen:

- FirmenTicket 100/100 Modell
- FirmenTicket Rabattmodell
- Großkunden-Service
- Großkundenrabattmodell.

Die Daten (Anschrift der Firma und Vertrags-VU) werden seitens des VRR stets aktuell in den Campus eingestellt.

Dabei ist darauf zu achten, dass bei FirmenTicket- oder Großkunden-Kooperationen alle Firmen (bei Rahmenverträgen) mit allen Standorten mit Angabe der Postleitzahl von den Verkehrsunternehmen dem VRR gemeldet werden. Die Datenbank wird vom VRR gepflegt und im Campus den Verkehrsunternehmen zur Verfügung gestellt. Die Daten werden in einer Excel-Datei bzw. in einem CSV-Format zur Verfügung gestellt. Bei der Großkundenakquisition ist ein Datenabgleich in der Datenbank vorzunehmen.

4.5 SemesterTicket

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 Studentenausschuss (AStA) als Interessenvertretung der Studierenden (bzw. vom AStA beauftragte), das Verkehrsunternehmen und die VRR AöR. Das SemesterTicket ist ein persönliches Ticket

und nur in Verbindung mit einem Lichtbildausweis oder einer Studienbescheinigung gültig.

Die Vorgaben zum Erscheinungsbild des SemesterTickets sind einzuhalten. Folgende Angaben sind zwingend in lesbarer Form aufzubringen:

Name und Vorname des Studierenden, Name der Hochschule, gültiges Semester.

Die Lesbarkeit muss ohne Hilfsmittel oder mit den im VRR eingesetzten Kontrollgeräten gewährleistet sein.

5. Entwerter für Papiertickets

Für eine klassische Ticketprüfung sind verbundweit einheitliche Entwertermerkmale erforderlich.

Der Entwerter hat folgende Merkmale aufzubringen:

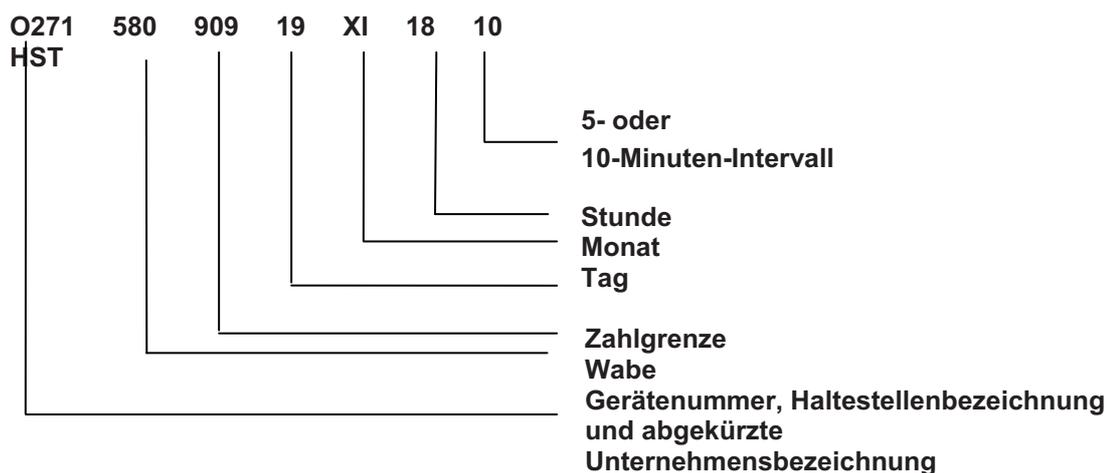
Bezeichnung des Entwertergerätes durch Unternehmensabkürzung und Geräte-
nummer,

Einstiegstelle Wabennummer,

Zeitpunkt des Einstiegs: Tag, Monat, Stunde, 5- oder- 10- Minuten-Intervall*.

*Die Geltungsdauer beginnt mit dem vollen 10-Minuten-Intervall, das der hier angegebenen Uhrzeit folgt.

Beispiel eines VRR- Entwertungsabdrucks



Die Monatsbezeichnung kann auch mit JAN, FEB, MRZ, APR, MAI, JUN, JUL, AUG, SEP, OKT, NOV, DEZ erfolgen.

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

6. Ticketprüfung durchs Prüfpersonal

6.1 Allgemeine Hinweise

Grundlage für die Ticketprüfung sind die Beförderungsbedingungen und Tarifbestimmungen des VRR. Die Verkehrsunternehmen sind für die Durchführung der Ticketprüfungen in ihrem Unternehmensbereich zuständig.

Um eine verbundeinheitliche Begriffserläuterung, angepasst an die im VRR gebräuchlichen Begriffe zu verwenden, werden folgende Begriffe benutzt:

- Fahrausweis, Fahrkarten, Fahrschein = Ticket
- Fahrausweisprüfer, Kontrollschaffner = Prüfpersonal
- Fahrausweisautomat, Fahrkartenautomat, Fahrscheinautomat, elektrische Fahrausweis- und Wertmarkendrucker = Ticketterminal
- Barticket, Zeitticket, eTicket, HandyTicket, OnlineTicket = Ticket

Die vorgezeigten Tickets sind sorgfältig zu prüfen in Bezug auf:

Tarifstand, die Person des Benutzers (bei persönlichen Tickets), den Zeitpunkt der Fahrt, den Geltungsbereich, die benutzte Klasse. Diese Angaben müssen ohne Hilfsmittel oder mit Hilfe der in dieser Richtlinie beschriebenen, im VRR eingesetzten technischen Standards geprüft werden können.

Wird bei einer Ticketprüfung ein gefälschtes oder manipuliertes Ticket vorgezeigt, ist hier genau so zu verfahren, als ob der Fahrgast kein gültiges Ticket vorweisen kann. Die Anschrift des Fahrgastes ist anhand eines Lichtbildausweises festzustellen.

Danach ist der Fahrgast zur Zahlung des erhöhten Beförderungsentgeltes (EBE) aufzufordern. Kommt der Fahrgast dieser Aufforderung nach, so ist eine Quittung auszustellen.

Weigert sich ein Fahrgast, seine Personalien anzugeben, oder kann ein Ausweis nicht vorgezeigt werden, ist die Polizei einzuschalten.

Wird ein Fahrgast ohne gültiges Ticket angetroffen und behauptet dieser Fahrgast, im Besitz eines gültigen Tickets zu sein, so sind seine Personalien festzustellen. Es ist ihm mitzuteilen, dass er innerhalb der in den Beförderungsbedingungen festgelegten Frist von einer Woche ab Feststellungstag bei der Verwaltung des Verkehrsunternehmens nachzuweisen hat, dass er zum Zeitpunkt der Feststellung Inhaber eines gültigen persönlichen Zeittickets war.

Ein Ticket, das nur in Verbindung mit einer Bescheinigung oder einem im Beförderungstarif vorgesehenen Lichtbildausweis gültig ist, gilt als ungültig, wenn dieser Nachweis nicht mitgeführt wird.

Bei Manipulationen muss die Polizei zwecks Feststellung der Personalien herbeigeholt werden. Das manipulierte Ticket ist einzuziehen. In diesem Fall ist in der Regel ein Strafantrag zu stellen.

6.2 Besonderheiten bei Papiertickets

Die Tickets müssen auf die gültigen Fälschungssicherheitsmerkmale, gültigen Tarifstand, auf die Entwerterkennung und Bewertung bei Wertmarken geprüft werden. Kundennummern müssen auf der Trägerkarte und auf der Wertmarke identisch sein.

6.3 Besonderheiten bei eTickets

Beim e-Ticket bekommt der Kunde anstelle des herkömmlichen, auf Papier gedruckten Tickets, ein elektronisches Ticket auf eine Chipkarte gespeichert. Tickets auf Chipkarten lassen sich nur mit einem speziellen Kontrollgerät überprüfen. In allen Kontrollgeräten sind die aktuellen Sperrlisten gespeichert (siehe auch Kapitel 2). Gesperrte Tickets werden bei der Auslesung erkannt und markiert. Danach erfolgt eine Prüfung auf räumliche und zeitliche Gültigkeit.

Die VU verpflichten sich, an der Verbundkommunikation hinsichtlich des Meldewesens bei gesperrten Tickets teilzunehmen und einzuhalten.

Gesperrte / markierte Tickets sind ungültig. Beim Vorzeigen der Chipkarte, ohne dass sich ein gültiges Ticket auf der Chipkarte befindet, handelt es sich um den Tatbestand der Täuschung.

Bei nichtlesbaren Tickets sind die VU-spezifischen Regelungen anzuwenden bis zum Zeitpunkt einer verbundweiten Regelung.

6.4 Besonderheiten bei sonstigen Tickets (Internet/Handy)

Die neuen Technologien bieten den VRR-Kunden die Möglichkeit, direkt ein Ticket auf elektronischem Weg zu erwerben.

Die einzelnen Prüfaspekte sind im Anhang festgelegt.

Neue Technologien müssen vom KVIV AK MTV genehmigt werden.

Grundsätzliche Voraussetzung für eine Genehmigung ist eine Zugangsmöglichkeit für alle Teilnehmer.

7. Ticketprüfung durchs Fahrpersonal im Bus

7.1 Prüfung Papiertickets

Aus Gründen der Einnahmensicherung wird im VRR der kontrollierte Fahrgasteinstieg beim Fahrpersonal ganztägig im Busbereich eingeführt.

Beim kontrollierten Fahrgasteinstieg wird eine Sichtprüfung der Tickets durch das Fahrpersonal vorgenommen. Weist der Kunde kein gültiges Ticket vor, so ist er zum Kauf eines Tickets aufzufordern.

Im Online-Designhandbuch des VRR werden hinsichtlich der Kennzeichnung an den Türen (wie z.B. Farbe und Größe der Markierung (Klebefolie)) Vorgaben gemacht.

7.2 Elektronische Einstiegskontrolle beim Fahrpersonal im Bus

7.2.1 eTickets

Die Kontrolle der eTickets soll bundweit elektronisch durchgeführt werden, da die eTickets nur mit entsprechenden Kontrollgeräten im Einstiegsbereich gelesen werden können. Der aufgebrachte Aufdruck auf der Rückseite der Chipkarten dient ausschließlich zur Kundeninformation.

Bei dem elektronischen Einstiegskontrollsystem werden die eTickets gelesen, gegen die Sperrliste sowie auf zeitliche und räumliche Gültigkeit geprüft und das Ergebnis der Prüfung dem Fahrpersonal signalisiert. Alle eingesetzten Kartentypen müssen vom Einstiegskontrollsystem akzeptiert werden. Alle Chipkarten mit kontaktloser Schnittstelle müssen in einem bestimmten Abstand vom Einstiegsleser sicher erkannt und gelesen werden. Einzelheiten zur Kontrolle sind der „Handlungsempfehlung Elektronische Einstiegskontrolle“ (Anlage 4) zu entnehmen.

Im Online-Designhandbuch des VRR werden hinsichtlich der Kennzeichnung an den Kontrollgeräten für die Kundenschnittstelle Vorgaben gemacht.

7.2.2 Barcode-Tickets

Die Kontrolle von Barcode-Tickets soll bundweit elektronisch durchgeführt werden. Heute kommt der Barcode bei Online-Tickets und HandyTickets (hier nur bei den Java-Tickets) zum Einsatz. Bei der elektronischen Prüfung werden die Daten

des Tickets gelesen und auf zeitliche und räumliche Gültigkeit geprüft. Hierzu hält der Kunden den Barcode unter den Scanner am Einstiegsleser. Einzelheiten zur Kontrolle sind der „Handlungsempfehlung Elektronische Einstiegskontrolle“ (Anlage 4) zu entnehmen.

Im Online-Designhandbuch des VRR werden hinsichtlich der Kennzeichnung an den Kontrollgeräten für die Kundenschnittstelle Vorgaben gemacht

8. EBE-Statistik

Für die Ticketprüfungen wird VRR-weit ein Kontrollgrad festgelegt. Davon kann ein Teil durch den kontrollierten Vordereinstieg erreicht werden. Die Werte werden vom KVIV AK MTV halbjährlich überprüft und festgelegt.

Die Auswertung der Kontrollergebnisse soll Aufschluss darüber geben, ob sich der Umfang der Ticketprüfungen im vorgegebenen Rahmen bewegt und örtlich und materiell bestimmte Hinterziehungs- und Missbrauchsschwerpunkte erkennbar werden. Aufgrund der Kontrollvorgaben stellen die VRR-Verkehrsunternehmen dem VRR die Prüfergebnisse halbjährlich zur Auswertung zur Verfügung. Die dafür notwendigen Daten melden sie bis spätestens zum Ende des Julis bzw. Januars auf dem nachfolgenden Formblatt „Ticketprüfung im VRR“ (siehe Anlage 5).

Der VRR wertet die Einzelergebnisse aus und beurteilt sie im Rahmen der Wirtschaftlichkeit des Verbundverkehrs. Der VRR gibt den Verkehrsunternehmen die ausgewerteten Prüfergebnisse im Rahmen eines Halbjahresberichtes bekannt.