

NRW-TarifReport 2015//16



Herausgeber

**Kompetenzcenter Marketing NRW
bei der Verkehrsverbund Rhein-Sieg GmbH**

Glockengasse 37-39, 50667 Köln
Telefon: 0221 20808-0, Telefax: 0221 20808-40
kcm-nrw@vrsinfo.de
www.kcm-nrw.de
www.busse-und-bahnen.nrw.de

Verantwortlich für den Inhalt

Till N. Ponath · Leiter des Kompetenzzentrums Marketing NRW

Konzeption und Redaktion

Katrin Kunkel · Kompetenzcenter Marketing NRW
Zink und Kraemer AG · www.zuk.de

Layout und Gestaltung

Zink und Kraemer AG · www.zuk.de

Fotos

DB Regio AG

Fotolia · Kzenon, magdal3na, Rawpixel, rcfotostock, ted007

Getty Images · Francesco, Maskot, Thomas Vietz, Westend61

iStockphoto · danr13, Geber86, JLBarranco

Kölner Verkehrs-Betriebe AG

Kompetenzcenter Marketing NRW

Projektbüro WestfalenTarif c/o OWL Verkehr GmbH

Shutterstock · file404, ISchmidt

Verkehrsverbund Rhein-Ruhr AöR

Verkehrsverbund Rhein-Sieg GmbH

Druck

Hundt Druck GmbH · www.hundt-druck.de

Dieser Bericht wurde gedruckt auf Papier aus nachhaltiger Forstwirtschaft.



Für den Inhalt externer Webseiten Dritter übernehmen wir keine Haftung.

Die Zukunft ist jetzt

Die ÖPNV-Landschaft in NRW verändert sich zusehends, wir werden diese Veränderung mitgestalten.

Der NRW-Tarif entwickelt sich weiter. Nach der erfolgreichen Einführung des ertüchtigten NRW-Tarifes gilt es nun, den Vertrieb entsprechend anzupassen, denn da die tarifliche Lücke in die Fläche geschlossen wurde, können und sollten nun auch die relationalen Produkte landesweit verkauft werden.

Um den Tarif darüber hinaus noch attraktiver zu machen, hat der LAK im Juni die Einführung des EinfachWeiter-Tickets beschlossen – als Pilot im VRR, VRS und AVV. Hierfür möchte ich allen Beteiligten noch einmal herzlich danken.

Doch die Weiterentwicklung geht noch darüber hinaus: Mit der Umsetzung der KA Produkt- und Kontrollmodulstrategie wird die digitale Transformation in den nächsten Jahren aktiv vorangetrieben. Und genauso gehen wir auch in der Kommunikation digitale Wege. Die Imagekampagne „Pendler & andere Helden“ ist ein weiterer erfolgreicher Schritt in der Social-Media-Welt und wird 2016, dann mit Beteiligung von Verkehrsunternehmen, in die nächste Runde gehen.

Wir haben darüber hinaus ein paar Themen zusammengestellt, die die Branche und damit natürlich auch das KCM bewegen. Diese Aufzählung ist nicht abschließend und sicherlich nicht in aller Tiefe beleuchtet. Und so vage sich die Themen auch darstellen, so sicher ist, dass wir eine Antwort auf diese Punkte finden müssen.

Ich lade hiermit herzlich zur Diskussion ein.



Ihr Till N. Ponath

Leiter des Kompetenzzentrums Marketing NRW

Köln, im September 2016



Inhalt

Entwicklung der NRW-Tariflandschaft **06**



Service **16**



Vertrieb **22**



02 Impressum

03 Editorial

Entwicklung der NRW-Tariflandschaft

07 Vorwort Verkehrsministerium

08 Tariflandschaft NRW – Stand der Dinge
in den drei Regionen

12 Der Neue NRW-Tarif – Ertüchtigung

14 NRW-Nahverkehr – Bilanz 2015

Service

17 Studie zu Sozialtickets – Wie erfolgreich
ist das Ticketangebot in NRW?

19 Mobilitätsgarantie NRW – Bilanz 2015

Vertrieb

23 Kontrolle im ÖPNV – Schwachstellen
und Maßnahmen im EFM

Ausblick 2025

- 27** **Ausblick des KCM auf 2025** – Herausforderungen und Chancen im digitalen Zeitalter
-

Kommunikation

- 31** **Einführungskampagne EinfachWeiterTicket**
- 32** **Kampagne zur Ertüchtigung**
- 34** **Webcom „Pendler & andere Helden“**
-

NRW-Tarif in Zahlen

- 37** **Preisfortschreibung 2016**
- 39** **Einnahmenentwicklung des NRW-Tarifs 2015**
- 45** **Verkaufsstatisik 2014 zu 2015**
-

Anhang

- 49** **Partner im NRW-Nahverkehr**
- 50** **Abkürzungsverzeichnis**
- 51** **Ansprechpartner beim KCM**

26

Ausblick 2025



30

Kommunikation



36

NRW-Tarif in Zahlen



NRW-Tarif- landschaft

- 07** Vorwort Verkehrsministerium
- 08** Tariflandschaft NRW – Stand der Dinge in den drei Regionen
- 12** Der Neue NRW-Tarif – Ertüchtigung
- 14** NRW-Nahverkehr – Bilanz 2015





Weichen für die Zukunft stellen

Für den öffentlichen Nahverkehr sind jetzt neue Mobilitätskonzepte wichtig

Das Ministerium ist zusammen mit den Kompetenzzentren im Auftrag des Fahrgastes unterwegs, um NRW als ÖPNV-Land weiterzuentwickeln. Dazu machen wir uns für eine leistungsfähigere Infrastruktur, eine Weiterentwicklung der Tarife sowie mehr Service, bessere Information und ein gutes Sicherheitsgefühl im Land stark.

Der öffentliche Nahverkehr wird mehr und mehr zum Problemlöser für das steigende Verkehrsaufkommen in den Städten; unsere Busse und Bahnen sind einer der Schlüsselfaktoren für das Erreichen von Klimazielen.

Gleichzeitig müssen wir die Entwicklung der Digitalisierung im Auge behalten, damit die Branche den Anschluss nicht verpasst. Der Einkauf über das Internet oder das Mobiltelefon (E- und M-Commerce) sind mittlerweile Alltag – im ÖPNV besteht dagegen noch Entwicklungsbedarf. Indem wir den Zugang zur Mobilität allen Menschen mit modernen Medien wie Chipkarten und Smartphones ermöglichen, können wir den ÖPNV einfacher und damit attraktiver und alltagstauglicher machen. Dieser Ansatz muss auch nicht beim Zugang aufhören; die Weiterentwicklung des NRW-Tarifs hin zu einem eTarif und die Einbindung weiterer Mobilitäts-träger (Multimodalität) sind dann logische nächste Schritte.

Natürlich ist mir bewusst, dass das nicht von heute auf morgen geht und wir darauf achten müssen, für jeden eine Lösung anbieten zu können. Das kann auch bedeuten, dass wir zunächst weiterhin analoge Varianten vorhalten werden. Entscheidend ist, dass wir uns heute auf den Weg machen, denn die digitale Zukunft hat auch in unserer Branche schon lange begonnen.

Sabine Heinzel

Referatsleiterin im Ministerium für Bauen, Wohnen,
Stadtentwicklung und Verkehr des Landes NRW

Tariflandschaft

Das Ziel ist fast erreicht

In den drei Regionen Rhein-Ruhr, Rheinland und Westfalen wachsen die Tarife weiter zusammen

Der Auftrag an die drei SPNV-Zweckverbände in NRW, der 2011 im ÖPNVG NRW festgeschrieben wurde, lautete „[...] auf die Bildung eines einheitlichen Gemeinschaftstarifs hinzuwirken“. Seitdem hat sich viel getan an Rhein, Ruhr und in Westfalen.

Am 1. Januar 2012 begann die neue Ära der NRW-Tariflandschaft mit der Zusammenführung des Verkehrsverbundes Rhein-Ruhr (VRR) und der Verkehrsgemeinschaft Niederrhein (VGN). Seit diesem Tag kommt in beiden Räumen der VRR-Tarif zur Anwendung. Zwischenzeitlich konnten weitere strukturelle Schritte, wie die Neuordnung der Preisstufen, realisiert und Sonderregelungen abgebaut werden.

Genau drei Jahre später, zum Jahresbeginn 2015, startete im Rheinland die Tarifkooperation zwischen dem Verkehrsverbund Rhein-Sieg (VRS) und dem Aachener Verkehrsverbund (AVV). Somit gilt im Übergang zwischen VRS und AVV nun der VRS-Tarif, während im Binnenbereich des AVV weiterhin der AVV-Tarif angewendet wird. In der Region wird für das erste Jahr der Kooperation Bilanz gezogen.

In den fünf westfälischen Kooperationsräumen wird mit Hochdruck an der Einführung des gemeinsamen WestfalenTarifs gearbeitet. Mit dieser Entwicklung sind umfangreiche Vorarbeiten, wie die Vereinheitlichung von Ticketsortiment und Tarifbestimmungen, aber auch der Aufbau einer gemeinsamen Tarifdatenbank und ein abgestimmtes Tarifmarketing verbunden. Geplanter Einführungsstermin ist der 1. August 2017.

Der ertüchtigte NRW-Tarif verbindet die Regionen

Einhergehend mit den regionalen Entwicklungen erfolgte eine Weiterentwicklung des verbundraumübergreifenden NRW-Relationstarifs. Dabei wurden die aus dem bisherigen sog. Knochenprinzip resultierenden Schwächen des Tarifes beseitigt und die Tarifgrundlage neu berechnet. Seit dem 13. Dezember 2015 bietet der NRW-Tarif als vollwertiger Flächenzonentarif den Fahrgästen viele Vorteile.

Katrin Kunkel

Tarifentwicklung Rhein-Ruhr

Am 1. Januar 2012 fiel der Startschuss für den neuen Gesamtverbundraum VRR, der den Niederrhein, die nördliche Rheinschiene, das Ruhrgebiet und das niederbergisch-märkische Land umfasst. Seitdem bilden die ehemaligen Verbundräume VRR und VGN einen gemeinsamen Verkehrsraum.

Fast fünf Jahre profitieren Fahrgäste inzwischen von einem klar strukturierten Tarif, der mittlerweile – abgesehen von einigen wenigen Ausnahmen – für das gesamte Gebiet einheitlich gestaltet ist. Um dies zu erreichen, wurden anfangs die VGN-Preisstufen 1 bis 4 in die VRR-Systematik A bis D überführt. Neu hinzu kam die Preisstufe E für Fahrten im neuen Gesamtverbundraum.

Um jedoch den regionalen Besonderheiten und dem speziellen Bedarf der Nahverkehrskunden am Unteren Niederrhein Rechnung zu tragen, gab es dort für einen vereinbarten Übergangszeitraum spezielle Ticketangebote wie beispielsweise die Schnäppchenkarte, die Monatskarte im Ausbildungsverkehr und das AzubiAbo. Ende 2016 läuft diese Frist aus, entsprechend werden nun die letzten verbleibenden Sonderregelungen mit VRR-Ticketangeboten harmonisiert.

So überführt der VRR die Tickets für Auszubildende am Unteren Niederrhein beispielsweise zum 1. August 2016 in das YoungTicket. Die 7-Tage-Karte, die anfangs ebenfalls nur im ehemaligen VGN-Gebiet erhältlich war, wurde bereits 2014 ins VRR-weite Regelsortiment aufgenommen und ist seitdem online erhältlich. Die Schnäppchenkarte, mit der Fahrgäste im ehemaligen VGN-Gebiet zwischen 9 und 13 Uhr in der Preisstufe A beliebig oft Bus oder Bahn nutzen können, orientiert sich ab dem 1. Januar 2017 an dem Oberhausener CityO.Ticket. Mit diesem wurde in Oberhausen ein vergleichbares Angebot eingeführt, das dort von den Fahrgästen sehr gut angenommen wird.

Anfang 2016 unternahm der VRR einen weiteren wichtigen Schritt zu einer vollständigen Harmoni-



Bis Ende 2016 werden die Ticketangebote im VRR-Gesamtverbundraum angepasst.

Anpiff am Niederrhein



// Unter dem Motto „Anpiff am Niederrhein“ fiel am 1. Januar 2012 der Startschuss für den neuen VRR-Gesamtsverbundraum.

sierung der VRR-Tariflandschaft. Die bis zu diesem Zeitpunkt aktuellen Geltungsbereiche D und E wurden zu einer gemeinsamen Preisstufe D für die verbundweite Gültigkeit zusammengefasst. Dadurch wurde die Zahl der Preisstufen wieder reduziert und preisliche Ungerechtigkeiten zwischen den Bereichen der ehemaligen Verbundgebiete des VRR und der Verkehrsgemeinschaft Niederrhein aufgehoben, denn die Preisstufe E kam nur auf Relationen in Nord-Süd-Richtung im Übergang der Altverbund-Gebiete zum Tragen. Dieses Ungleichgewicht und ein damit verbundener Preisstufensprung von Preisstufe C zu E im Übergangsbereich wurde so behoben.

Wenn in der zweiten Jahreshälfte 2016 die Sonderregelungen am Unteren Niederrhein auslaufen, haben VRR und VGN die vom Land geforderte Harmonisierung der Nahverkehrstarife in Nordrhein-Westfalen im Gesamtverbundraum VRR vollständig vollzogen.

Erhard Wolf // VRR

Tarifentwicklung im Rheinland

Zum 1. Januar 2015 wurde die Tarifkooperation zwischen den beiden Verkehrsverbänden AVV und VRS eingeführt. Durch diese Zusammenarbeit wuchs das Gebiet, in dem einheitlich mit dem VRS-Tarif gefahren werden kann, um 30 neue Städte und Gemeinden rund um Aachen. Für eine erlösneutrale Umsetzung wurde der VRS-Tarif in den langen Reiseweiten um die Preisstufen 6 und 7 erweitert. Für Bus- und Bahnfahrten innerhalb des AVV gilt weiterhin unverändert der AVV-Tarif.

Mit Ausnahme weniger Produkte steht nun fast das komplette Sortiment des VRS-Bar- und Zeittarifs für verbundübergreifende Fahrten zur Verfügung.

Insgesamt positive Bilanz der Tarifkooperation

Im ersten Jahr der Tarifkooperation wurden in den neuen Preisstufen 6 und 7 insgesamt 8 Millionen Euro umgesetzt. Das Ergebnis setzt sich aus 5,5 Millionen Euro aus Tickets des Bartarifs, 1,9 Millionen Euro aus ZeitTickets und 600.000 Euro aus JobTicket-Erweiterungen zusammen.

Unter der Berücksichtigung, dass die Verkaufszahlen des NRW-Tarifs in den Jahren 2011 bis 2014 deutlich rückläufig waren, können die Verkaufsmeldungen 2015 als Erfolg und den Erwartungen entsprechend bezeichnet werden. Insbesondere im Segment der ZeitTickets sind im Vergleich zum prognostizierten Umsatz deutliche Steigerungen in den Preisstufen 6 und 7 festzustellen. Hier zeigt sich die für Dauerkunden vorhandene Attraktivität des Verbundtarifs im Allgemeinen und die mit zahlreichen Zusatznutzen ausgestatteten Abonnements im Besonderen.

Befürchtete Kundenabwanderungen durch den Wegfall der BahnCard oder durch unvermeidliche Preissprünge – bedingt durch unterschiedliche Tarifsysteme – sind weitestgehend ausgeblieben. So ist der Umsatzrückgang im Segment des Bartarifs in den beiden neuen Preisstufen nur geringfügig und wird durch den Zuwachs bei den ZeitTickets mehr als ausgeglichen.

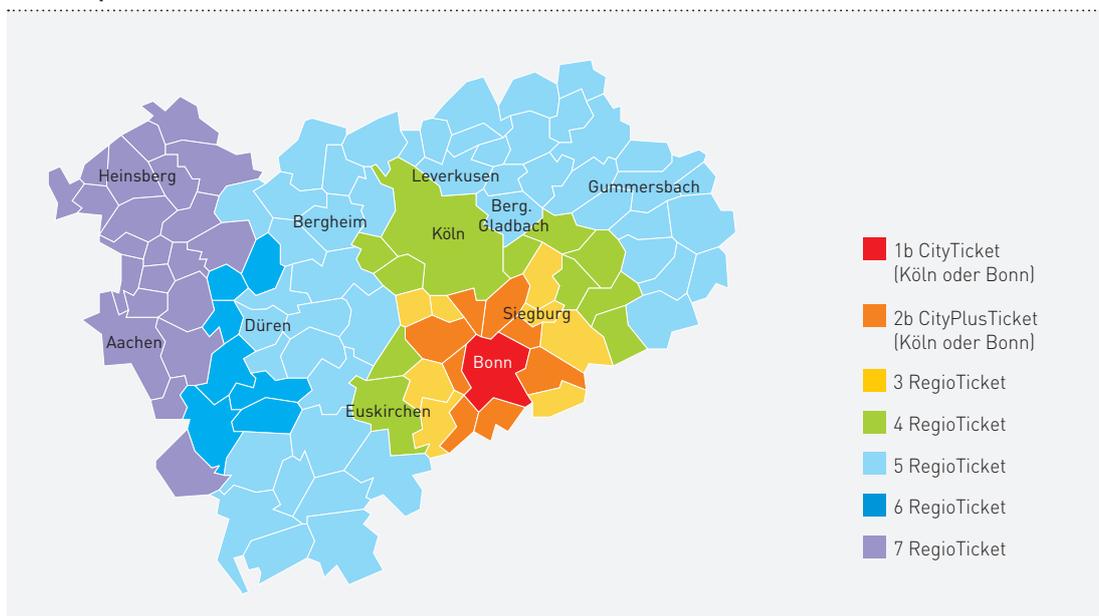
Fast alle VRS-Bar- und Zeittarife gelten für verbundübergreifende Fahrten.

Unterm Strich lässt sich festhalten, dass für die Kunden eine attraktive Lösung gefunden wurde. So ist die Auswahl der Tarifprodukte zwischen beiden Verbänden übersichtlicher und die Vertriebsmöglichkeiten deutlich fahrgastfreundlicher geworden.

Im Rheinland stößt die Kooperation durchweg auf große Zufriedenheit.

Alexander Schwan // VRS

Tarifkooperation Rheinland



// Zur besseren Übersicht sind nicht alle Gemeinden benannt, sondern lediglich die Kreisstädte und kreisfreien Städte dargestellt.

Einführung des WestfalenTarifs

Zum 1. August 2017 wird der WestfalenTarif eingeführt. Ab diesem Zeitpunkt soll er für alle Bus- und Bahnfahrten in ganz Westfalen-Lippe gelten, das Angebot des öffentlichen Nahverkehrs optimieren und somit zu einer Attraktivitätssteigerung der gesamten Region führen. Die Partner des Nahverkehrs in Westfalen haben im Juni/Juli 2016 den Grundsatzbeschluss zur Einführung am 1. August 2017 gefasst. Bereits im März 2016 wurde die Gründung der WestfalenTarif GmbH beschlossen.

Die Projektpartner – der Nahverkehr Westfalen-Lippe, die Verbundgesellschaft Paderborn/Höxter mbH, die Tarifgemeinschaft Münsterland/Ruhr-Lippe, die OWL Verkehr GmbH und die Verkehrsgemeinschaft

Westfalen-Süd – werden mit diesem neuen Gemeinschaftstarif den zweitgrößten Flächentarif in Deutschland einführen. Die fünf bislang bestehenden regionalen Nahverkehrstarife sowie die betroffenen Teile des NRW-Tarifs werden damit abgelöst.

Die Verkehrsunternehmen stehen vor der Aufgabe, ihren Vertrieb und ihre Fahrgastkommunikation anzupassen – vom Bordverkauf im Bus über Automaten bis hin zu Kundenzentren und privaten Vertriebspartnern. Letztlich stellt die Vereinheitlichung von Ticketsortiment und Tarifbestimmungen aber eine Vereinfachung für die Unternehmen und Mitarbeiter dar, so zum Beispiel bei der Ticketprüfung. Das Begleitpersonal muss sich mit wesent-

lich weniger Tarifgrenzen auseinandersetzen und Übergangstarife entfallen gänzlich.

Ein abgestimmtes Tarifmarketing bietet zudem die Chance, durch die Bündelung von Aktivitäten bei gleichem oder geringerem Aufwand eine größere Reichweite bei der Kundenansprache zu erzielen. Durch die einheitliche Informationsquelle ist eine deutliche Informationsreduktion für den Fahrgast zu erwarten – er erhält ein einheitliches Bild und eine bessere Orientierung. Darüber hinaus wird die Fahrplanauskunft um einen Tarifberater ergänzt und somit der Zugang für den Fahrgast erleichtert.

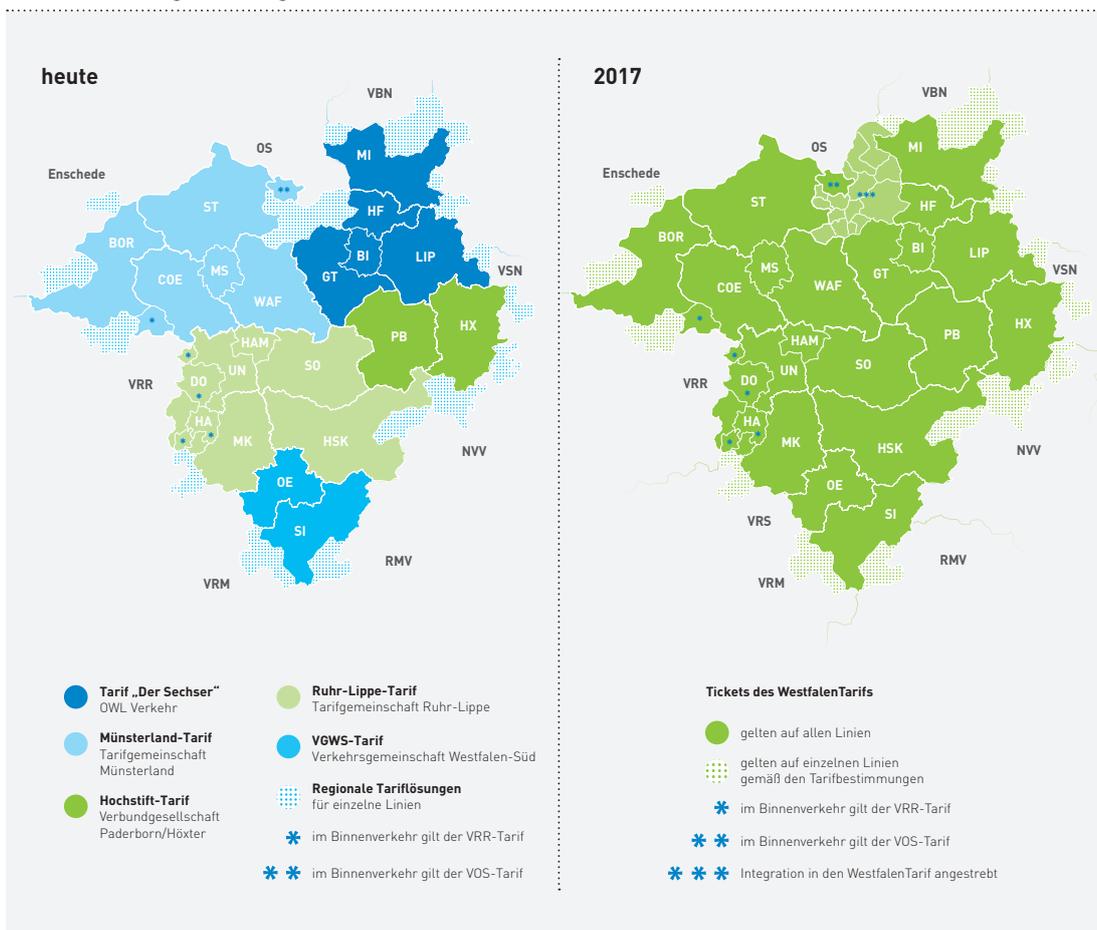
In Abstimmung mit den Kooperationspartnern in Westfalen wurde zudem eine gemeinsame Tarifdatenbank aufgebaut, die Grundlage der Vertriebssysteme der Unternehmen wird. Für Unternehmen, die raumübergreifend in Westfalen unterwegs sind, erübrigt sich die Vorhaltung mehrerer Tarifgrundlagen. Insbesondere der SPNV profitiert mittelfristig von Vertriebskosteneinsparungen. Nicht zuletzt bietet die westfälische Tarifdatenbank erstmals die Chance, eine westfalenweite Plattform für das E-Ticketing anzubieten.



Der Westfalen-Tarif schafft mehr Orientierung und fördert die Attraktivität des Nahverkehrs.

Projektbüro WestfalenTarif

Die Veränderung des Tarifgebiets



// Ab 2017 wird der WestfalenTarif als zweitgrößter Flächentarif in Deutschland in Kraft treten.

Der Neue NRW-Tarif

Ertüchtigt und flexibel ausgestaltet

Seit dem 13. Dezember 2015 stellt der NRW-Tarif einen Flächenzonentarif dar

Bis zum großen Fahrplanwechsel im Dezember 2015 brachte das sogenannte Knochenprinzip des NRW-Tarifs einige Unwägbarkeiten für die Fahrgäste mit sich. So war es nicht möglich, die Verkehrsmittel flexibel zu wählen und beispielsweise Verbindungen nur mit Bussen zu nutzen.

Ziel der Ertüchtigung war es daher, den NRW-Tarif zu einem vollwertigen Verbundtarif in Form eines Flächenzonentarifs weiterzuentwickeln. Zu diesem Zweck wurde eine umfassende Neuberechnung der Tarifgrundlage für alle Relationen des NRW-Tarifs durchgeführt. Im Ergebnis wird für jede Relation ein Geltungsbereich abgeleitet, der einen Raum zwischen Start und Ziel aufspannt.

Positive Bilanz

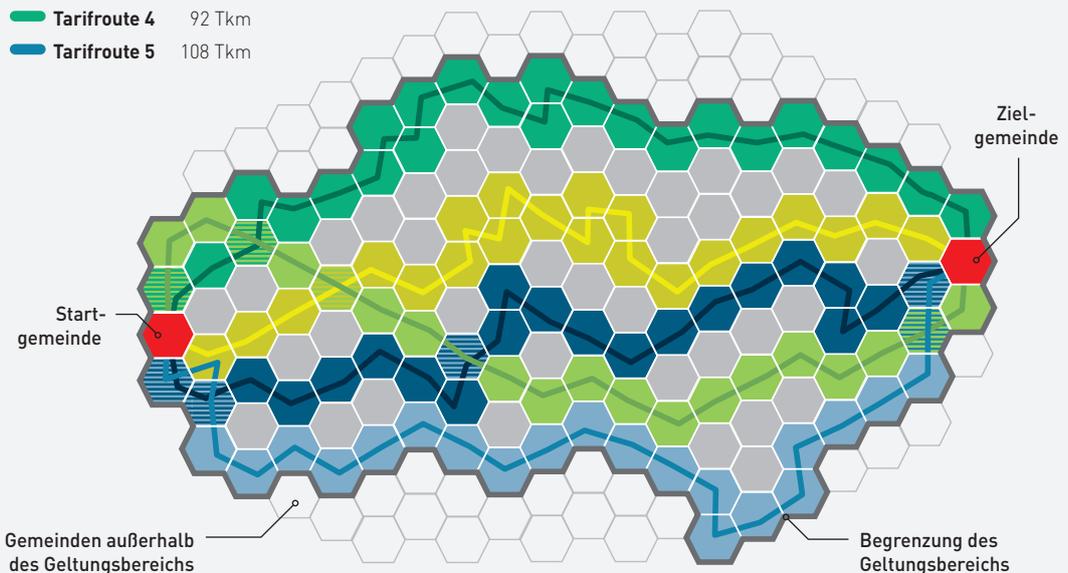
Mit erfolgter Umsetzung zum 13. Dezember 2015 können Fahrgäste den Neuen NRW-Tarif nun mit all seinen Vorzügen nutzen. Galten die RelationspreisTickets zuvor meist nur für eine festgelegte Strecke bzw. einen festgelegten Anbindungsbahnhof, so kann nun jeder Weg mit allen Nahverkehrsmitteln innerhalb des Geltungsbereichs genutzt werden. Die zuvor festgelegte Fahrtenfolge Bus – Zug – Bus muss nicht mehr eingehalten werden. Das bedeutet, auch reine Busverbindungen über Verbundgrenzen hinweg oder Abkürzungen mit der Straßenbahn zur Nachbargemeinde sind möglich. Zudem kann, wenn die Fahrt innerhalb des Geltungsbereichs unterbrochen wird, auch der lokale

Freie Strecken- und Verkehrsmittelwahl sind die Vorteile des Neuen NRW-Tarifs.

Geltungsbereich

- Tarifroute 1** 55 Tkm
- Tarifroute 2** 65 Tkm
- Tarifroute 3** 71 Tkm
- Tarifroute 4** 92 Tkm
- Tarifroute 5** 108 Tkm

im Geltungsbereich eingeschlossene Gemeinden



// Im Geltungsbereich sind alle Reisewege zugelassen und haben Fahrgäste freie Verkehrsmittelwahl.

Verkehr vor Ort genutzt werden. Früher war hierfür ein Extra-Ticket nötig.

Nach Einschätzung der Verkehrsunternehmen, der Verkehrsverbünde und -gemeinschaften in NRW sowie des Verkehrsministeriums und des KCM sind diese deutlichen Verbesserungen als Erfolg zu bezeichnen und werden von den Fahrgästen sehr gut angenommen.

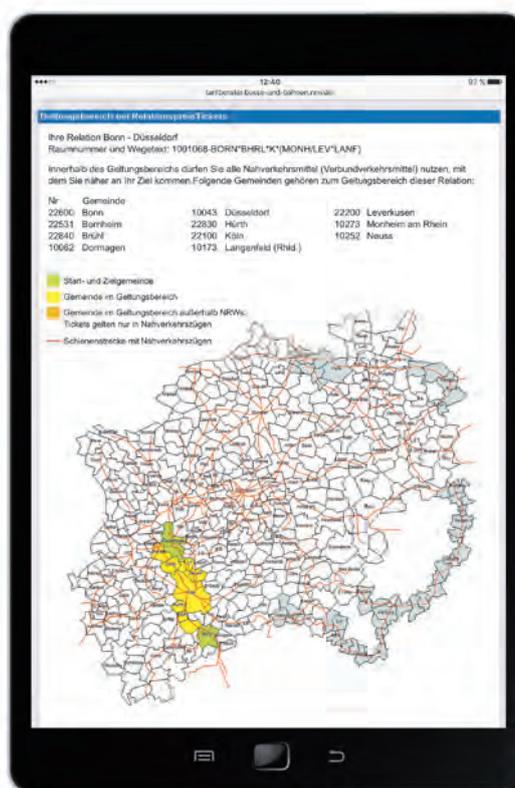
Geltungsbereich online erfassen

Damit Fahrgäste den Geltungsbereich ihres Tickets eigenständig ermitteln können, wurde im Mobilitätsportal NRW ein Online-Tool installiert. Dieses ist entweder über die Eingabe einer Fahrtverbindung (Start – Ziel) in der Fahrplanauskunft oder über eine Direkteingabemaske nutzbar. Bei der Direkteingabemaske kann neben der Start-/Zielangabe auch die auf dem Ticket aufgebrachte 7-stellige Raumnummer eingetippt werden. Bei allen Optionen wird im nächsten Schritt der jeweilige Geltungsbereich eines Tickets als Liste von Gemeinden sowie in Kartenform angezeigt. So sehen Kunden auf einen Blick, in welchen Gemeinden sie sich mit ihrem Ticket bewegen können.

Optimierungen bringen weitere Vorteile

Aufgrund notwendiger systemischer Anpassungen sind einige Tarifräume kleiner ausgefallen als geplant. Daher arbeiten die Nahverkehrsakteure in NRW momentan zusammen an weiteren Optimierungen des Tarifs.

In vertrieblicher Hinsicht gilt es weiterhin, den Verkauf der RelationspreisTickets auch durch die kommunalen und privaten ÖSPV-Unternehmen zu realisieren. Während die PauschalpreisTickets praktisch flächendeckend von nahezu allen Verkehrsunternehmen in NRW angeboten werden,



// Nach Eingabe von Start und Ziel wird der Geltungsbereich des Tickets in Listenform sowie als Karte angezeigt.

kann man die RelationspreisTickets gegenwärtig trotz Vereinfachung der Vertriebssystematik nur bei den SPNV-Unternehmen und über einen Online-Shop erwerben. Daher muss für die Anfahrt zum Bahnhof in vielen Fällen der örtliche Tarif gekauft werden, obwohl diese Fahrt bereits Bestandteil des RelationspreisTickets ist. Einige kommunale ÖSPV haben jedoch bereits signalisiert, dass sie beabsichtigen, den NRW-Tarif vollumfänglich zu vertreiben.

Katrin Kunkel

Kunden können sich online den Geltungsbereich ihres Tickets als Karte anzeigen lassen.

Bilanz

Starke Zunahme der Verbundtarife

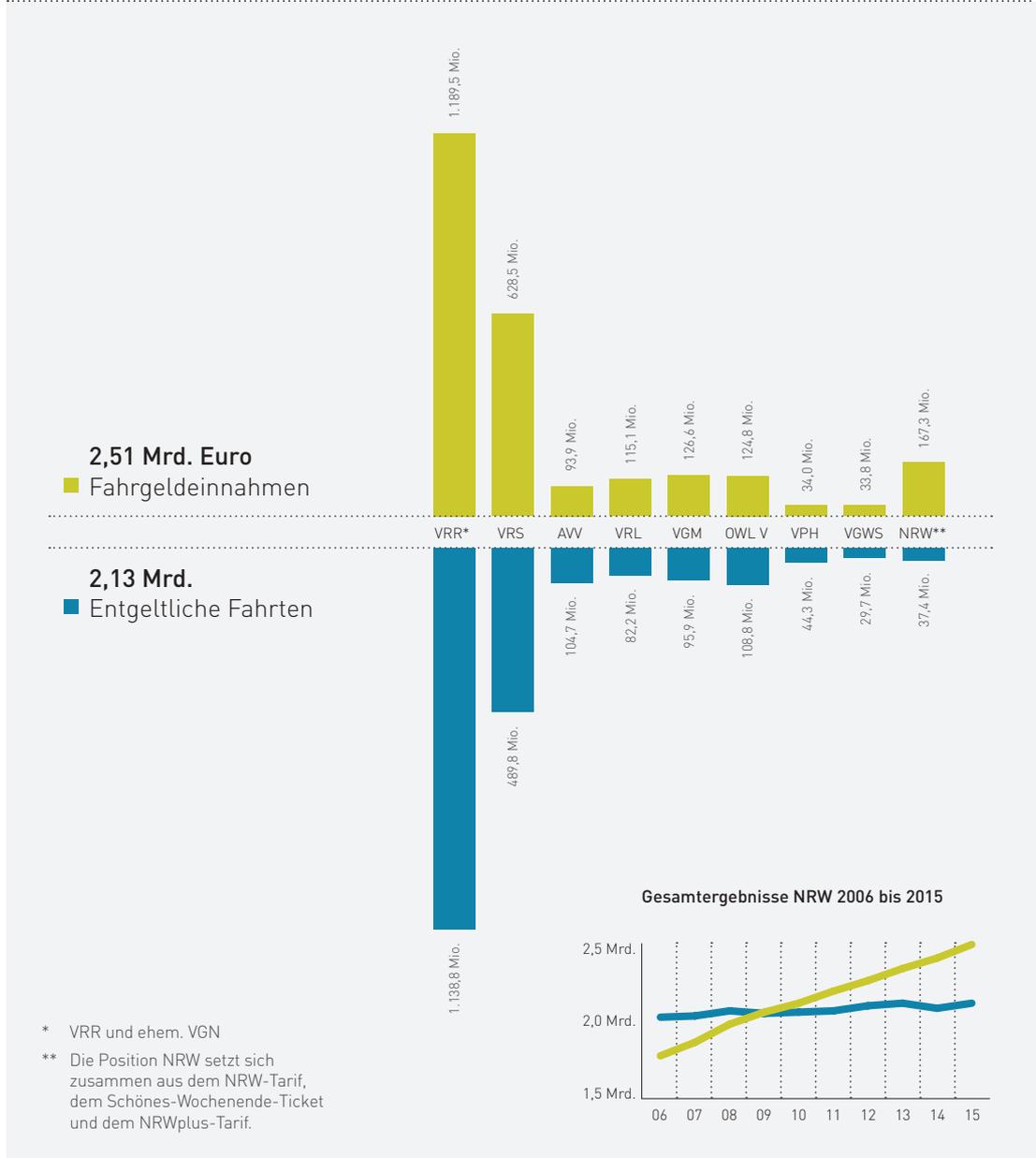
Zusammenfassung der Tarifentwicklung in NRW im Jahr 2015

2015 waren 2,13 Mrd. Fahrgäste entgeltlich mit Bussen und Bahnen in NRW unterwegs.

2015 waren 2,13 Mrd. Fahrgäste entgeltlich mit Bussen und Bahnen in NRW unterwegs. Die daraus resultierenden Einnahmen von 2,51 Mrd. Euro bedeuten gegenüber 2014 ein absolutes Plus von über 94 Mio. Euro. Das ist eine Steigerung um fast 4%. Im Gegensatz zum Vorjahr geht dies auch mit einer Zunahme der Fahrten einher.

Die mittlerweile acht Verbundtarife verzeichnen insgesamt einen Fahrtenzuwachs von fast 43 Mio. (2,1%) und einen Einnahmewachstum von fast 100 Mio. Euro (4,4%). Aufgrund der Veränderung der Tariflandschaft zeigt sich im Vergleich zu den Vorjahren ein Verlagerungseffekt ehemaliger Fahrten im NRW-Tarif in die Verbundtarife. Dies führt zu Rückgängen im

Verteilung der entgeltlichen Fahrten und der Einnahmen 2015



// **Veränderungen** in der NRW-Tariflandschaft führen zu deutlichen Verlagerungseffekten.



// Die Fahrgastzahlen in NRW sind 2015 mit 2% deutlich gestiegen.

NRW-Tarif: Die Einnahmen sanken im Vergleich zum Jahr 2014 um ca. 5 Mio. Euro (2,9%) und die Fahrten haben um 0,8% abgenommen – das entspricht einer Anzahl von ca. 300.000.

Fahrgastzahlen stark überdurchschnittlich

Der Verband Deutscher Verkehrsunternehmen VDV weist im Jahr 2015 für seine Mitgliedsunternehmen bundesweit eine Steigerung der Fahrgastzahlen um

0,5% aus. Mit einem Fahrtenzuwachs von 2,0% liegt NRW damit deutlich über dem bundesweiten Durchschnitt. Dies zeigt sich auch in der Einnahmentwicklung in NRW. Die Einnahmesteigerung in NRW liegt mit 3,9% über der durchschnittlichen Steigerung der VDV-Unternehmen (3,5%).

Lars Koenen



Die Einnahmen von 2,51 Mrd. Euro bedeuten ein Plus von 3,9%.



Seit dem Zusammenschluss von VRR und VGN am 1. Januar 2012 gibt es in NRW nur noch acht Verbundtarife. Seit 2004 werden sie um den NRW-Tarif als neunten Verbundtarif für verbundraumüberschreitende Fahrten ergänzt.

Service

17 Studie zu Sozialtickets

19 Mobilitätsgarantie NRW



Aktuelle Studie

Sozialtickets NRW

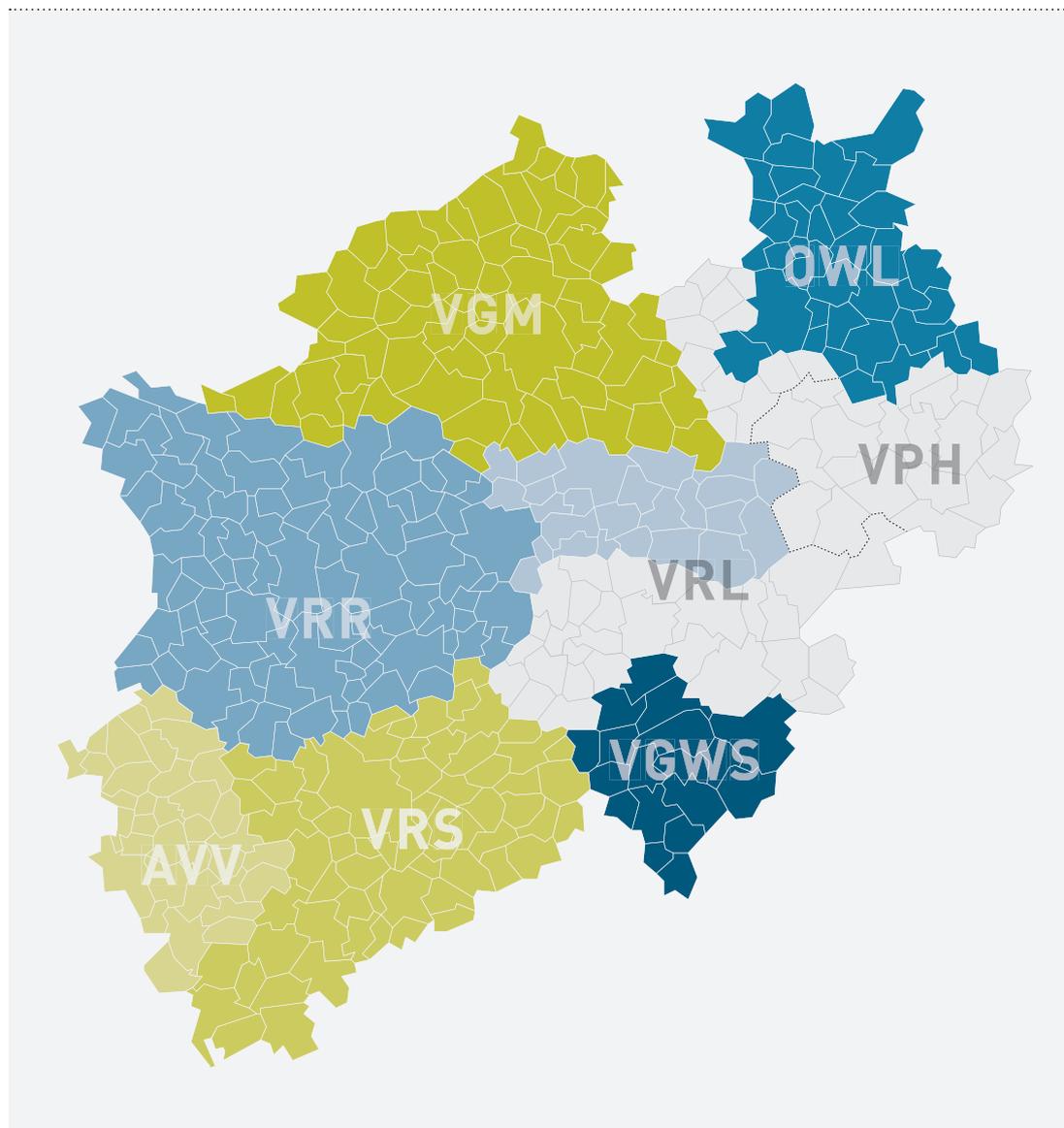
Erfolgreich und akzeptiert

In weiten Teilen NRWs können bedürftige Personen rabattierte Tickets für die Nutzung von Bussen und Bahnen erwerben – sogenannte Sozialtickets. Damit sie diese günstigen Tickets anbieten können, werden Städte und Gemeinden bzw. Verkehrsunternehmen und Verbünde seit 2011 vom Land NRW bei der Finanzierung unterstützt.

Zielgruppenspezifisches Angebot

Unter die Gruppe der bedürftigen Personen fallen Empfänger von Hilfen nach SGB II oder SGB XII, Personen, die Regelleistungen nach dem Asylbewerberleistungsgesetz erhalten, sowie Personen, die laufende Leistungen der Kriegsopferfürsorge nach dem Bundesversorgungsgesetz empfangen.

Überblick über Räume mit Sozialticket im Jahr 2016



Quelle: eigene Darstellung des KCM auf Grundlage der Vorlage 16/2042 im Landtag NRW vom 30. Juni 2014 sowie aktuelle Informationen vom MBWSV

// Überblick über Räume, in denen ein Sozialticket erhältlich ist. Nur in den grau hinterlegten Räumen werden 2016 keine Sozialtickets angeboten.



Sozialtickets sind ein guter Schritt, um Bedürftigen die Teilnahme am ÖPNV und somit Mobilität zu ermöglichen.

Darüber hinaus können Sozialtickets aber auch weiteren Personengruppen angeboten werden. 2015 nutzten rund 290.000 Bedürftige die Sozialtickets. Aufgrund der räumlichen Ausweitung der Sozialtickets seit 2015 sowie der starken Zuwanderung von Flüchtlingen im letzten Jahr dürfte die Zahl 2016 aber deutlich höher sein. Die Ausgestaltung der Sozialticketangebote in NRW ist auf die lokalen Gegebenheiten zugeschnitten. Je nach Raum können Sozialticket-Berechtigte Monats- (im Einzelkauf oder im Abo) oder auch 4er-Tickets erwerben. Die Tickets gibt es in einigen Teilen NRWs jeweils nur für eine Stadt oder einen Kreis, in anderen Teilen preisstufenbezogen zu kaufen.

Nutzerbefragung

Um die Wirkung der Sozialticket-Angebote in NRW zu evaluieren, führte das KCM im Auftrag des MBWSV im Sommer 2015 eine Marktforschungsstudie durch. Im Rahmen dieser Studie bat das KCM zum einen Zuwendungsempfänger in NRW (u. a. Zweckverbände, Aufgabenträger) in einer schriftlichen Befragung, ihre Erfahrungen mit den jeweils vor Ort angebotenen Sozialtickets zu dokumentieren. Zum anderen beauftragte das KCM das Marktforschungsinstitut TARGET GROUP mit einer Befra-

gung der Nutzer von Sozialtickets. Diese erfolgte in Verkaufsstellen oder als schriftliche Befragung.

Zentrale Ergebnisse im Überblick

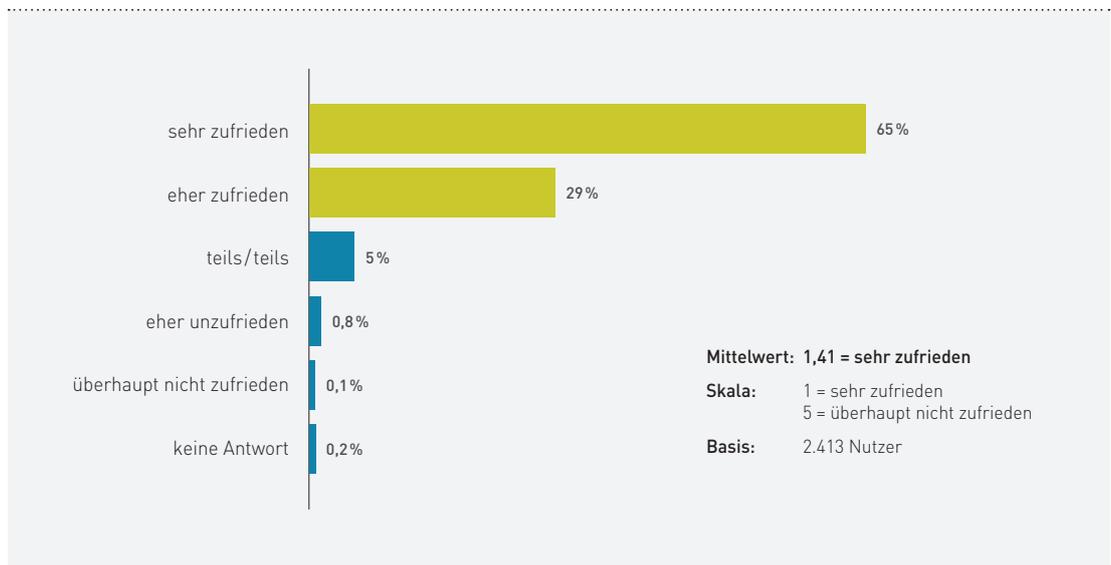
- // Nur jeder achte Sozialticket-Käufer hat alternativ Zugang zu einem Pkw.
- // Die Hälfte der Sozialticket-Nutzer fährt durch das Sozialticket häufiger mit Bus und Bahn.
- // Die Sozialticket-Nutzer fühlen sich über das Angebot gut informiert und schätzen den mit dem Sozialticket verbundenen Aufwand als niedrig bzw. angemessen ein (Berechtigungsausweis besorgen und Ticketkauf).
- // Die Ticketkontrollen werden nicht als diskriminierend empfunden.
- // 80 % der Sozialticket-Käufer beurteilen die heutigen Ticketpreise als angemessen.
- // Die Zufriedenheit mit den Sozialtickets ist sehr hoch. Über 90 % sind mit dem Sozialticket sehr bzw. eher zufrieden.

Die Ergebnisse der Marktforschung zeigen, wie erfolgreich und akzeptiert das Sozialticket ist.

Alexandra Gast

Zufriedenheit mit dem Sozialticket

Quelle: Befragung der Sozialticket-Nutzer durch TARGET GROUP 2015



// Die Sozialticket-Angebote in NRW sorgen für große Zufriedenheit bei den Kunden.

Mobilitätsgarantie NRW

Garantiert mobil durchs Land

Fahrgäste kennen sich immer besser mit Bestimmungen der Garantie aus

Seit nunmehr 6 Jahren zeigt sich die Mobilitätsgarantie NRW als beliebtes Serviceversprechen bei Verkehrsunternehmen und Nahverkehrskunden in Nordrhein-Westfalen. Verspäten sich Nahverkehrszüge, Busse oder Straßenbahnen um mehr als 20 Minuten oder fallen ganz aus, so können Fahrgäste alternativ ein Taxi nehmen oder auf den Fernverkehr umsteigen, um ihr Ziel zu erreichen.

Die Kosten für den Umstieg werden im Nachhinein erstattet – bei der Taxinutzung von maximal 25 Euro pro Person tagsüber (zwischen 5 und 20 Uhr) bis maximal 50 Euro pro Person nachts (zwischen 20 und 5 Uhr) und beim Umstieg auf den Fernverkehr die zusätzlichen Kosten in voller Höhe. Somit wird sichergestellt, dass der Fahrgast seine Mobilität aufrechterhalten kann und nicht im Nachhinein nur eine bloße Entschädigung erhält.

Über 15.000 Anträge im Jahr 2015

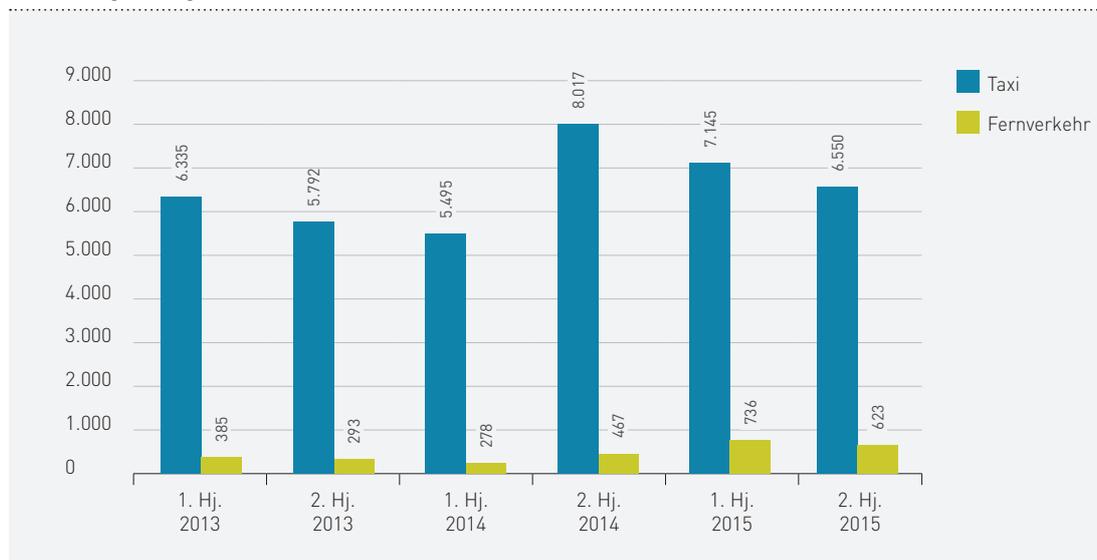
Die Garantie ist weiterhin nachgefragt, denn im vergangenen Jahr wurden bei den Verkehrsunternehmen insgesamt 15.054 Anträge auf Erstattung von Kosten eingereicht – davon über 90% für Taxifahrten. Ein Großteil der Anträge wird zudem bei den Eisen-

bahnverkehrsunternehmen eingereicht, die insgesamt 75% ausmachen. Dieser Wert ist über die letzten Jahre relativ konstant geblieben. Ebenso wie die räumliche Verteilung der Anträge, da aufgrund der Siedlungsdichte und Verkehrsinfrastruktur im Bereich Rhein-Ruhr die Mehrheit der Erstattungsfälle zu finden ist. Im Vergleich mit den Vorjahren ist allerdings im westfälischen Raum im 2. Halbjahr mit 20% gegenüber 10% ein deutlicher Anstieg zu verzeichnen.

Mehr als 360.000 Euro ausgezahlt

Über alle Verkehrsunternehmen in NRW wurden 2015 insgesamt 363.628 Euro ausgezahlt. Gegenüber dem Vorjahreszeitraum ist dies ein leichter Rückgang, jedoch seit Einführung der Garantie immer noch auf einem hohen Niveau. Der Großteil dieser Gelder wird mit 80% durch die Eisenbahnverkehrsunternehmen aufgebracht, die oftmals höhere Erstattungsbeträge auszahlen, als dies die kommunalen Verkehrsunternehmen im städtischen Bereich tun. Durchschnittlich werden je bewilligter Erstattung 26,60 Euro ausgezahlt, wobei für Taxikosten mit 27,20 Euro mehr als für den Fernverkehrsumstieg mit 20,90 Euro ausgezahlt wird.

Erstattungsanträge



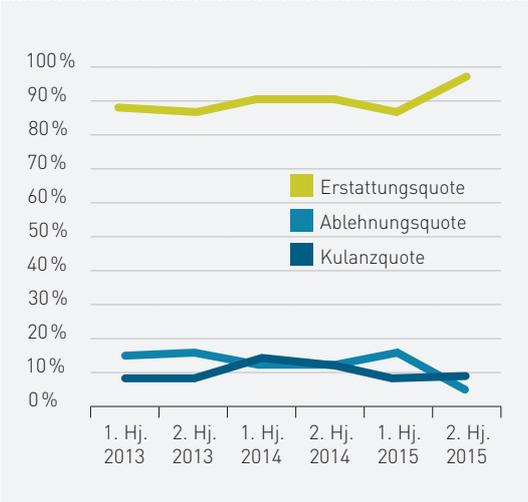
Durchschnittlich wurden 2015 pro Erstattung 26,60 Euro ausgezahlt.

// Im gesamten Jahr 2015 ist die Zahl der eingereichten Erstattungsanträge gegenüber den Vorjahren weiter angestiegen.



Der hohe Anteil der regulären Erstattungen zeigt, dass sich die Fahrgäste mit den Bestimmungen immer besser auskennen.

Erstattungs-, Ablehnungs- und Kulanzquote



// Die Erstattungsquote erreicht im zweiten Halbjahr 2015 mit fast 96% einen neuen Rekordwert. Hinweis: Die Erstattungsquote setzt sich aus den regulären Erstattungen nach den Bestimmungen der Garantie sowie der seitens der Verkehrsunternehmen gewährten Kulanz zusammen.

dass in diesen Fällen die Verkehrsleistung der Verkehrsunternehmen schlechter geworden ist. Vielmehr können die Zahlen derart interpretiert werden, dass der Bekanntheitsgrad der Garantie bei den Fahrgästen immer weiter zunimmt. Denn 6 Jahre nach Einführung der Garantie liegt die Erstattungsquote, d. h. der Anteil der Anträge, die erstattet wurden, erstmalig bei über 90%. Der deutliche Anstieg im 2. Halbjahr 2015 wird durch die regulären Erstattungen verursacht. Also nicht die Kulanz der Verkehrsunternehmen ist für diesen Anstieg verantwortlich, sondern die Tatsache, dass die Fahrgäste immer besser informiert sind und sich mit den Bestimmungen der Garantie gut auskennen. Insgesamt wird aber mit 7% Kulanz auch der Ermessensspielraum der Verkehrsunternehmen weiter im Sinne der Fahrgäste genutzt.

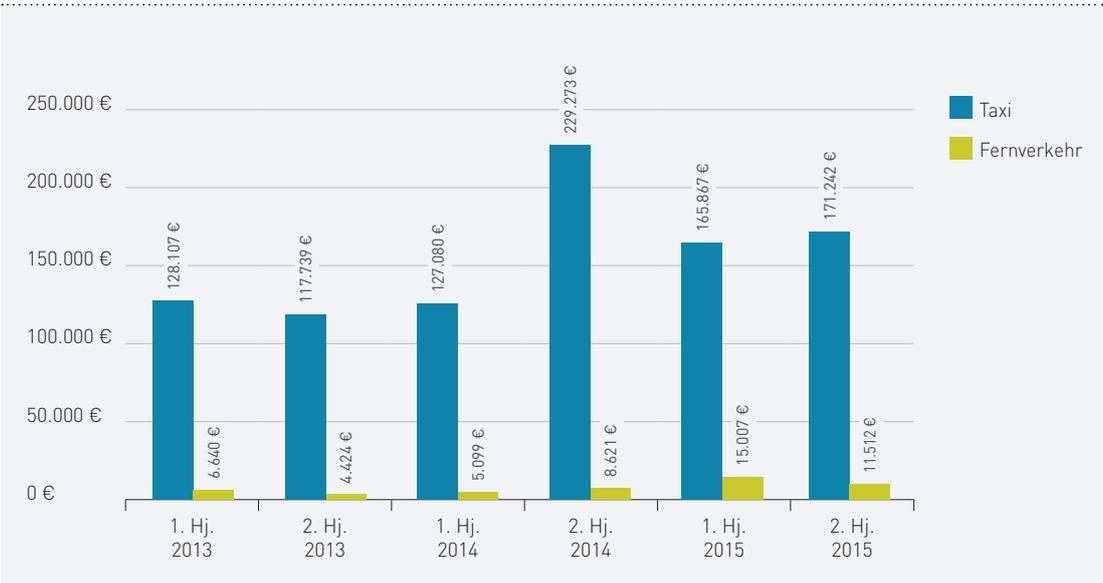
Deutlicher Anstieg der Erstattungsquote

Der beschriebene Anstieg der Inanspruchnahme der Mobilitätsgarantie NRW bedeutet jedoch nicht,

Eine interne Befragung bei den Verkehrsunternehmen in NRW hat u. a. ergeben, aus welchen Gründen auf Kulanzbasis erstattet wird. Erfahren Sie mehr auf der nächsten Seite.

Katrin Kunkel

Erstattungsgelder



// Trotz Zunahme der eingereichten Anträge ist die Erstattungssumme 2015 gegenüber dem Vorjahr leicht zurückgegangen.

Mobilitätsgarantie NRW

Interne Umfrage

Ergebnisse einer Befragung bei den NRW-Verkehrsunternehmen

Im Januar 2010 wurde die Mobilitätsgarantie NRW als das Serviceversprechen der Verkehrsunternehmen in NRW etabliert. Anlässlich des 5-jährigen Bestehens hat das KCM ein Resümee zur praktischen Anwendung der Garantie bei den Verkehrsunternehmen gezogen. Inhalte der kurzen Online-Befragung waren: Was läuft gut? Was ist vielleicht verbesserungsfähig? Gibt es Anregungen zur Weiterentwicklung der Garantie?

33 Verkehrsunternehmen (davon sechs SPNV-Unternehmen) aus allen Regionen des Landes gaben ihr Feedback ab. Erfreulich für die Fahrgäste ist, dass die Verkehrsunternehmen in vielen Fällen aus Kulanz Fahrkosten erstatten, auch wenn die Fahrgäste nach den Bestimmungen keinen Rechtsanspruch darauf haben.

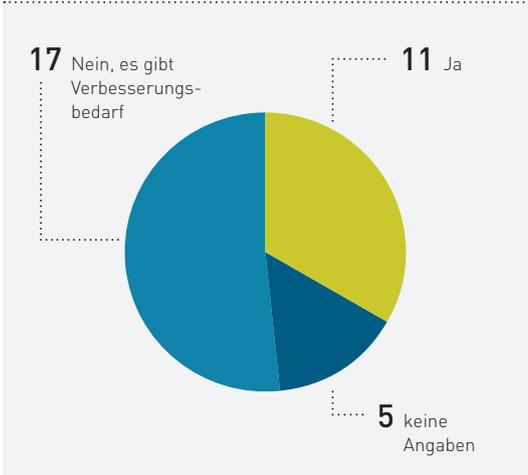
Gründe für Erstattung aus Kulanz

- // Unwetter
- // Verspätungen über 20 Minuten
- // Zu frühe Abfahrt
- // Vorbeifahrten wegen Überfüllung
- // Linienweg wurde nicht eingehalten
- // Bei Nachtfahrten oder letzter Fahrt
- // Bei älteren Menschen, Menschen mit Handicap, Minderjährigen
- // Interne Klärung war nicht möglich (Im Zweifel für den Fahrgast)

Anregungen für Verbesserungen

Verbesserungsfähig ist aus Sicht der Hälfte der Verkehrsunternehmen die Kommunikation zur Mobilitätsgarantie beim Kunden.

Sind die Fahrgäste in NRW Ihrer Meinung nach ausreichend über die Garantie informiert?



// Ein Großteil der Befragten sieht Verbesserungsbedarf bei der Information.

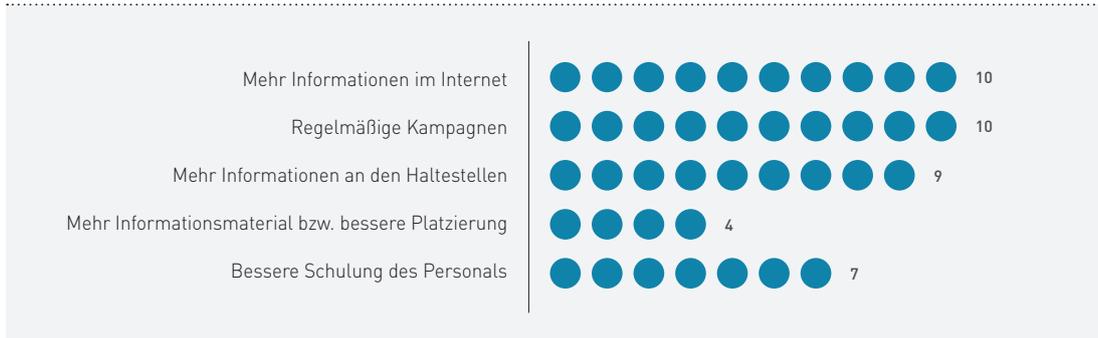
Auch ganz praktische Verbesserungsvorschläge erhielt das KCM, beispielsweise zum Thema Erstattungsformular, die bereits umgesetzt wurden: So wurde eine bessere Trennung der Zahlen im Feld für die IBAN angeregt, damit diese besser abgelesen werden können, oder eine deutlichere Hervorhebung der Freigabe zur Datenweitergabe an andere Verkehrsunternehmen. Die so gewonnenen Erkenntnisse aus dieser Befragung helfen dem KCM bei der Weiterentwicklung der Garantie und können bei den aktuellen Diskussionen im Rahmen der Landesgremien berücksichtigt werden.

Silke Lorenz

Insbesondere bei älteren Menschen oder Personen mit Handicap wird großzügig bei der Mobilitätsgarantie NRW verfahren.

Welchen Verbesserungsbedarf sehen Sie konkret bei der Information der Fahrgäste?

Mehrfachnennungen waren möglich



// Mehr Onlineangebote und Kampagnen sollen Fahrgäste besser über die Mobilitätsgarantie NRW informieren.

Vertrieb

23 Kontrolle im ÖPNV



Kontrolle im ÖPNV

Digitale Fahrausweisprüfung

Schwachstellen und Maßnahmen im Elektronischen Fahrgeldmanagement

Elektronisches Fahrgeldmanagement (EFM) ist der Oberbegriff für alle Maßnahmen rund um das elektronische Ticketing und umfasst damit sowohl Maßnahmen der Einführung elektronischer Bezahlssysteme als auch elektronische Tickets im Vertrieb des Öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV). Das EFM basiert in Deutschland und somit auch in NRW auf der VDV-Kernapplikation (VDV-KA), dem offenen Daten- und Schnittstellen-Standard für elektronisches Ticketing bzw. EFM im ÖPNV.

Die VDV-KA ist das technologische Herzstück des elektronischen Fahrkartensystems ((eTicket Deutschland, auf dem die deutschlandweit eingeführten EFM-Systeme von Verkehrsverbänden und -unternehmen basieren. Durch kryptische Verschlüsselungen, Sicherheitsmodule, Sperrlisten etc. ist das System unangreifbar. Allerdings gibt es in der praktischen Anwendung und Umsetzung einige Unzulänglichkeiten, auf die wir nachstehend eingehen werden. Bevor es zur Praxis geht, ist es erforderlich, kurz die verschiedenen EFM-Vertriebskanäle zu benennen: In NRW sind Chipkarten, auf denen die Fahrtberechtigung als elektronischer Fahrschein (EFS) geschrieben ist, von Online- bzw. Handytickets zu unterscheiden, die Informationen in einem sogenannten VDV-2D-Barcode speichern.

Fehler bei der Fahrausweisprüfung

Um eTickets sachgerecht prüfen zu können, müssen diese natürlich korrekt ausgestellt und von den Fahrausweisprüfgeräten/EKS als gültiges oder ungültiges eTicket erkannt werden. Leider ist dies nicht immer der Fall. Zum Beispiel gab es bei der Einführung und der damit verbundenen Ausstellung des Schöne60Tickets NRW Abo 2015 einen Fehler bei der Preisstufendarstellung (im Abgleich mit dem neuen NRW-weit gültigen Produkt). Dies hatte zur Folge, dass die Prüfgeräte der kommunalen Verkehrsunternehmen das neue Produkt nicht erkannt haben und vielen Fahrgästen ein erhöhtes Beförderungsentgelt ausgestellt wurde. Nach Feststellung des Fehlers wurden alle Chipkarten ausgetauscht.

Bei der Einführung des ertüchtigten NRW-Tarifes zum Fahrplanwechsel im Dezember 2015 führte eine unterschiedliche Auslegung der Spezifikation der Kernapplikation dazu, dass die DB beim NRW-Tarif nicht genutzte Felder (Eintrag von mehreren Raumnummern bei Umwegfahrten) mit „0“ gefüllt hat. Dies hatte zur Folge, dass die Prüfgeräte die „0“ nicht erkannten und sich „aufhängen“ – die Onlinetickets waren somit nicht prüfbar. Inzwischen hat die DB die Programmierung geändert, so dass eine Prüfung wieder möglich ist.



// Rückseitenansicht des Schöne60Tickets NRW.

Insbesondere wenn neue Prüfgerätehersteller komplexe tarifliche Darstellungen in Prüfgeräten oder EKS abbilden müssen oder neue Tarifprodukte etabliert werden, kommt es immer wieder zu Problemen bei der Fahrausweisprüfung. So wurde das Schöne60Ticket NRW Abo analog zum SchönesJahrTicket NRW mit dem Eintrag „NRW-Netz“ für die räumliche Gültigkeit (anstelle einer Raumnummer) ausgestellt. Dies wurde für das SchönesJahrTicket bei dessen Einführung festgelegt. Zumindest die Prüfgeräte eines sehr großen Herstellers konnten die räumliche Gültigkeit des Schöne60Tickets nicht prüfen, da der Eintrag „NRW-Netz“ offenbar als „Ausnahme“ in einem Workaround für das SchönesJahrTicket programmiert wurde. Das Wort „NRW-Netz“ wurde dementsprechend in eine nicht existierende Raumnummer (R15000) umgewandelt. Auch hier wurde den Fahrgästen ein erhöhtes Beförderungsentgelt ausgestellt. Die Programmierung wurde inzwischen geändert.



// Auf der Vorderseite des eTickets sind QR-Codes mit den gültigen Fahrausweisinformationen enthalten.

Wenn Chipkarten/Barcodes an den Prüfgeräten nicht gelesen werden können, hat das Prüfpersonal nur die Möglichkeit, ein erhöhtes Beförderungsentgelt (EBE) auszustellen oder auf die elektronische Kontrolle zu verzichten und das Ticket nur visuell zu prüfen. Dadurch erhöht sich das Risiko, dass die Fahrausweisprüfer das System im Ganzen infrage stellen und auf die erforderliche elektronische Prüfung verzichten.

Maßnahmen

Damit solche Fehler zukünftig minimiert werden, wurde vom LAK Nahverkehr NRW ein Qualitätsmanagement beschlossen. Jedes Verkehrsunternehmen ist vor der Ausgabe von neuen oder modifizierten eTickets sowie vor der erstmaligen Ausgabe von eTickets verpflichtet, sich am Qualitätsmanagement zu beteiligen. Unter Federführung des KCM erfolgt ein Praxistest, d. h., die übersandten eTickets werden von 10 Verkehrsunternehmen mit ihren eigenen Prüfgeräten/EKS und dem KCEFM auf alle möglichen Arten von Fehlern überprüft. Wir raten daher jedem Verkehrsunternehmen, bei Ausschreibungen von Prüfgeräten/EKS eine Zertifizierung im Prüflabor der ETS (zuständig für die KA) zu verlangen.

Mehraufwand der Qualitätsprüfung

Bei der Einführung des EFM war allen Akteuren bewusst, dass die bisherige Quantitätsprüfung von einer Qualitätsprüfung mit dem dafür jedoch notwendigen zusätzlichen Zeitbedarf abgelöst wird. Früher war eine visuelle Fahrausweisprüfung ausreichend, da die Möglichkeit von Ticketfälschungen relativ gering war. Heute werden Fahrausweisrollen entwendet und täuschend echte Wertmarken gedruckt, die auch von geschulten Fahrausweisprüfern nicht mehr als Fälschung erkannt werden.

Prüfung von eTickets auf Chipkarten

Der Fahrausweisprüfer muss die Chipkarte des Fahrgastes an das Prüfgerät halten. Im Falle eines persönlichen eTickets ist der Fahrgast verpflichtet, das dafür notwendige Dokument, z. B. einen amtlichen Lichtbildausweis oder Schülerschein, vorzulegen. Dies kostet viel Zeit und führt teilweise dazu, dass bereits das Vorzeigen einer Chipkarte manchen Fahrausweisprüfern ausreicht oder zumindest nicht zusätzlich nach dem erforderlichen Dokument bei persönlichen Tickets gefragt wird. So sind unberechtigte Weitergaben von persönlichen Chipkarten an Dritte relativ risikolos möglich.

Prüfung von Online- bzw. Handytickets

Die Besonderheit bei Onlinetickets ist, dass diese tausendfach ausgedruckt bzw. kopiert werden können. Die zusätzlichen visuellen Sicherheitsmerkmale sind heutzutage relativ einfach nachahmbar, d. h., davon können höchstens noch Laien abgeschreckt werden. Die gesamte Sicherheit liegt deshalb im VDV-Barcode, wo nach der KA das Geschlecht, der Vor- und Nachname sowie das Geburtsdatum des Nutzers aufgeführt sind.

Beim Handyticket ist ein Missbrauch (Screenshot etc.), je nach den visuellen Sicherheitsmerkmalen (z. B. laufendes Symbol), etwas schwerer zu bewerkstelligen. Anstelle des Namens wird häufig ein Kontrollmedium (Personalausweisnummer, Kreditkartennummer etc.) verlangt. Die Daten sind auch hier im VDV-Barcode abgespeichert. Obwohl extrem

wichtig, wird auch hier vom Prüfpersonal nur sehr selten das Vorzeigen eines amtlichen Lichtbildausweises bzw. des Kontrollmediums verlangt.

Fazit

Der Fahrausweisprüfer ist das entscheidende Glied beim EFM. Ohne eine sachgerechte elektronische Prüfung, verbunden mit dem dafür notwendigen Vorzeigen eines entsprechenden Dokuments bei persönlichen Tickets, ist die gesamte teure Technik überflüssig. Es muss deshalb ein Paradigmenwechsel in den Köpfen der Fahrausweisprüfer, aber auch bei den Entscheidungsträgern stattfinden. An erster Stelle muss die Qualität der Fahrausweisprüfungen stehen und nicht mehr die Quantität.

Eike Radike



// Die **Qualitätsprüfung** steht beim Elektronischen Fahrgeldmanagement an erster Stelle, um Ticketfälschungen zu vermeiden.

Ausblick 2025



KCM 2025

Die Zukunft der Mobilität

Herausforderungen und Chancen im digitalen Zeitalter

Die zunehmende Digitalisierung wirft auch für den ÖPNV in Nordrhein-Westfalen derzeit noch viele Fragen auf. Die digitale Revolution hat Auswirkungen auf alle Betriebsbereiche: Von internen Prozessabläufen bis hin zum Ticketvertrieb, vom Fahrgast-service bis zur Fahrgastinformation ist der digitale Wandel in vollem Gange. Das stellt Verkehrsunternehmen und -verbände sowie die Zweckverbände vor unterschiedliche Herausforderungen, bietet gleichzeitig aber auch große Chancen.

Gesellschaft im Wandel

Nutzen statt besitzen lautet – zumindest in der jungen Generation – das neue Credo, gepaart mit einem Trend zu einem verantwortungsvollerem Ressourcenumgang. Der Verhaltenswandel bei Konsumenten wird die Mobilität in Zukunft stark verändern. Fest steht schon jetzt: Die Welt der „Shared Mobility“, in der Fahrzeuge geteilt und Mobilitätsangebote gemeinsam genutzt werden, wird bereits bis 2020 steigende Umsätze und Kundenzahlen verbuchen, prognostiziert die Unternehmensberatung Roland Berger. In diesem Markt muss es dem Nahverkehr gelingen, Teil des Mobilitäts-Mind-Sets zu bleiben.

Auch der Trend zur Urbanisierung bildet sich immer weiter aus: Während Ballungsräume stetig wachsen und das ÖPNV-System an die Lastgrenze geführt wird, nimmt im ländlichen Raum die Nachfrage stetig ab – so weit, dass teilweise die Sinnhaftigkeit einer klassischen ÖPNV-Bedienung infrage gestellt wird.

Die zunehmende Digitalisierung bietet Chancen, Nachfrage und Angebot besser aufeinander abzustimmen und alternative Bedienformen in den Mobilitätsmix zu integrieren. So ließe sich flexibel auf unterschiedliche Nachfragen reagieren.

Digitale Transformation

Im Tarif, Vertrieb und in der Kommunikation bietet die Digitalisierung große Chancen. Es gilt, die bestehenden Prozesse zu überdenken und neue Konzepte zu entwerfen. Chipkarten und Smartphones sind hierbei die idealen Träger für elektronische Fahr-

scheine (eTickets) in NRW. Auf dieser Basis lassen sich vergleichsweise teure klassische Vertriebswege reduzieren oder sogar ganz abschaffen. Gleichzeitig bietet die Digitalisierung die Möglichkeit, die Qualität von Produkt und Dienstleistung perspektivisch zu verbessern. Damit wird die Kundenakzeptanz erhöht und es können neue Systeme auf dem Markt etabliert werden.

Das Handyticket erlaubt heute schon den Kauf solcher eTickets, jedoch mit noch überschaubarem Erfolg. Diese zögerliche Nutzung von mobilen Vertriebswegen ist ein globales Phänomen. Es ist jedoch absehbar, dass der Mobile-Commerce erhebliche Steigerungsraten erleben wird. Die derzeit noch schwache Nutzung mobiler Vertriebswege sollte daher nicht zu dem Reflex führen, dass das „eh alles Quatsch ist“ und man an klassischen Vertriebswegen festhält.

Entscheidend für den Erfolg wird die Integration des Verkaufs in den gesamten Kundenprozess sein. Die Customer Journey von Information – Kauf – Fahrt muss als integrierter Prozess verstanden werden. Denn obwohl das Handy noch nur Verhalten zum Kauf genutzt wird, boomt die mobile Fahrplanauskunft – diese Marktdurchdringung gilt es zu nutzen, um den Gesamtprozess erfolgreich zu transformieren.

Eine Weiterentwicklung des Vertriebs sind sogenannte Check-in/Be-out-Systeme. Der Kunde hat den Vorteil, unkompliziert und mit geringem Aufwand das ÖPNV-System zu nutzen. Und zusätzlich bietet dieses Pay-per-Use-Modell Anknüpfungspunkte zur Marktbearbeitung, die analog nur schwer abzubilden (z. B. Sammelkarten) oder nicht möglich sind (z. B. Flatrate-Abos).

Sinnvollerweise geht ein solches System mit der Einführung eines eTarifes einher, den der Kunde „tarifgrenzenlos“ nutzen kann.

In Bezug auf die Einnahmensicherung sind digitale Fahrtberechtigungen den analogen weit überlegen.



Die zunehmende Digitalisierung bietet große Chancen bei der Gestaltung des gesellschaftlichen Wandels.

Die Customer Journey von Information – Kauf – Fahrt muss als integrierter Prozess verstanden werden.

Hier besteht die Herausforderung darin, landesweite Systeme zu etablieren, um Fahrscheine als eTickets auf Smartphones oder Chipkarten überall in NRW prüfen und sperren zu können, so dass Ticketfälschungen und -missbrauch entgegengewirkt werden kann.

Multimodalität

Die reine Fokussierung auf den ÖPNV wird zukünftig nicht mehr reichen, um den Mobilitätsmarkt kundengerecht zu bedienen. Die Forderung der Kunden nach einem lückenlosen Mobilitätsangebot von Tür zu Tür blieb jahrelang ungehört. Ein zunehmendes Angebot von Shared Services (z. B. Car-Sharing, Bike-Sharing) erlaubt heute die Realisierung dieses Anspruches, wobei die für den Kunden einfache Handhabung darüber entscheiden wird, ob und wie multimodale Dienste genutzt werden. In diesem Zusammenhang stellt sich für die Verkehrsunternehmen die Frage, wie sie sich in Zukunft zum Thema Multimodalität aufstellen. Werden sie ver-

kehrsmittelübergreifende Mobilitätsdienstleister, die als Plattform für Mobilitätsfragen dienen, oder werden sie „multimodale Mobilitätsanbieter“, die weitere Verkehrsträger, wie Leihfahrräder, in ihr Angebot integrieren?

Autonomes Fahren

Was bis vor kurzem noch Vision war, kann schon 2025 Wirklichkeit sein: der flächendeckende Einsatz von fahrerlosen Verkehrsmitteln. Experten sind sich einig, dass diese Entwicklung den Mobilitätsmarkt grundlegend verändern wird. Obwohl der große Durchbruch in der ÖPNV-Branche bislang über einige Pilotversuche noch nicht hinausgekommen ist, birgt das Thema „autonomes Fahren“ jedoch viel aktuelle Brisanz für die Verkehrsunternehmen in sich. Denn im Zuge der Automatisierung kommen Autos auf den Markt, die eine immer mehr Zeit sparende, günstigere und entspanntere Fahrt versprechen. Das sind Vorteile, die bisher dem ÖPNV vorbehalten waren.



// **Multimodalität:** Die Nachfrage nach einem lückenlosen Mobilitätsangebot ist eine Herausforderung für die Zukunft. Die Integration von Leihfahrrädern ist hier nur ein erster Schritt.

Damit entsteht für Busse und Bahnen im Mobilitätsmarkt der Zukunft eine zusätzliche ernst zu nehmende Konkurrenz.

Wollen Verkehrsunternehmen die autonome Entwicklung als Chance nutzen, müssen sie ihre Funktion und ihre Geschäftsmodelle überdenken und weiterentwickeln. Darüber hinaus gilt es, den Stakeholdern zu verdeutlichen, dass die Autonomisierung zu gravierenden Veränderungen des Mobilitätsmarkts führen wird. Eine rein technologische Betrachtung der Entwicklung zugunsten der Automobilbranche könnte ansonsten im schlimmsten Fall einen drastischen Anstieg des Verkehrsaufkommens auf der Straße zur Folge haben und so den verkehrspolitischen Zielen entgegenstehen.

Digitale Kommunikation / Social Media

Der Kunde steht im Mittelpunkt, auch in der Kommunikation. Um den oben geschilderten Marktveränderungen trotzen zu können, wird die Kundenbeziehung das entscheidende Erfolgskriterium sein, vorausgesetzt die Dienstleistung ist konkurrenzfähig. Verschiedenste Social-Media-Kanäle kommen und gehen schnell und sind mehr oder weniger sinnvoll. Entscheidend wird sein, zu identifizieren, welcher Inhalt für den Kunden einen Mehrwert stiftet und über welche Kanäle dieser transportiert werden kann. Hier ist maßgebend, welchen Kanal der Kunde nutzt, und nicht, über welchen Kanal der ÖPNV-Anbieter die Inhalte am leichtesten zur Verfügung stellen kann. Diesen gilt es professionell zu bedienen. Das derzeit beste Beispiel hierzu sind Störmeldungen: Im Prinzip kennt das System die Störung, es ist ein Leichtes, diese Information mit dem Kunden zu teilen, um ihm die Möglichkeit zu geben, seine Reise umzuplanen – das macht ihn vielleicht nicht glücklich, aber nimmt ihm die Ohnmacht.

Ein weiterer Punkt im Kontext der digitalen Medien und der Kundenbeziehung ist der Umgang mit Werbemedien und Kundendaten – ein sicherlich sehr heikles, aber auch sehr lukratives Thema. Schon heute stellen sich Werbetreibende die Frage, wie Kunden während der Fahrt erreicht werden können und wie sich deren Bedürfnisse identifizieren lassen,

um möglichst individuelle Botschaften gezielt adressieren zu können. Es sei die Frage erlaubt, ob hier nicht Ansatzpunkte für die eigene Kundenkommunikation zu finden wären. Zumindest zeigt sich aber, dass es für diese Informationen einen Markt gibt, entweder für die Daten oder für die Werbefläche.



// Der DB Regio Streckenagent informiert Fahrgäste über Störungen.

In einer Zeit von zunehmend knappen Kassen und stetigen Fahrpreissteigerungen stellt sich die Frage, wie lange wir uns der Diskussion entziehen können bzw. wie lange es dauert, bis jemand anderes diese Frage für uns beantwortet.

Till N. Ponath

Digitale Mobilitätskonzepte müssen sich am Kunden ausrichten.

Kommuni- kation

- 31 Einführungskampagne
EinfachWeiterTicket
- 32 Kampagne zur Ertüchtigung
- 34 Webcom „Pendler & andere Helden“



Neues Produkt im NRW-Tarif

Einführungskampagne EinfachWeiterTicket

Pauschales Anschlussticket soll neue Zielgruppe erschließen

Im Januar 2017 wird mit der Einführung eines pauschalen Anschlusstickets für einen Teilbereich NRWs die Produktpalette des NRW-Tarifs erweitert. Zur Vermarktung des neuen Angebots wurde eine Einführungskampagne entwickelt, die den Kundennutzen in den Vordergrund stellt.

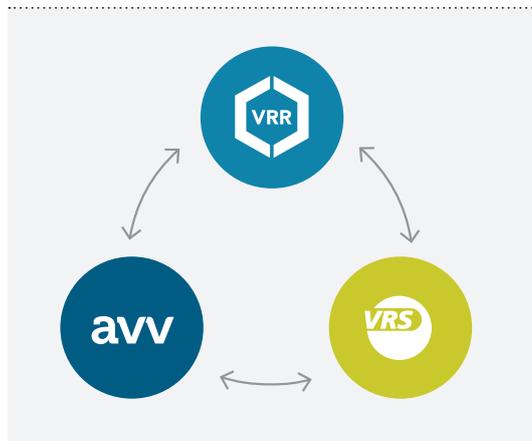
Das neue Ticket stellt für Fahrgäste aus den beteiligten Kooperationsräumen eine „einfache“ und vor allem einheitliche Ergänzung zu den vorhandenen Tarifangeboten dar. Das Ticket gilt in allen öffentlichen Verkehrsmitteln für insgesamt vier Stunden. Da das Ticket bis zur Einführung des WestfalenTarifs vorläufig nur für einen Teilbereich NRWs gelten wird (AVV, VRS und VRR) und die Fahrten für einige Kunden im Vergleich zu den bisherigen Angeboten teurer werden, steht die Kommunikationsarbeit vor besonderen Herausforderungen. Im Fokus der geplanten Kampagne steht der Kundenvorteil.

Neuer Name, neues Konzept

Aufbauend auf der bestehenden Produktpalette des NRW-Tarifs wird aus dem AnschlussTicket NRW das Ticket, das „einfach“ weiterbringt, das EinfachWeiterTicket! Während der Pilotphase zunächst ohne den Zusatz „NRW“. Der Fokus der Kommunikation liegt auf der Darstellung des Kundennutzens: den vereinfachten Anschlussfahrten über die Verbundgrenzen hinaus. Werbe-Hotspots sind insbesondere Bonn, Köln, Düsseldorf und Aachen. Kern des

Kreativkonzeptes sind regionsspezifische Motive, die den konkreten Nutzen vor Ort thematisieren und so einen größeren Bezug und eine höhere Aufmerksamkeit erzielen werden.

Das EinfachWeiterTicket



// Das EinfachWeiterTicket ermöglicht Anschlussfahrten über Verbundgrenzen hinaus.

Um auf das neue Angebot aufmerksam zu machen, werden insbesondere Großflächenplakate und Info-screens an den Points of Sale und den Haltestellen zum Einsatz kommen. Das Keyvisual muss schnell erfassbar sein; Sprache und Tonalität werden daher direkt und einfach gehalten.

Nina Kradepohl



// Die unterschiedlichen Plakate veranschaulichen das leicht verständliche Prinzip des EinfachWeiterTickets.

Das EinfachWeiter-Ticket ist die sinnvolle Ergänzung zum bestehenden Tarifangebot.

Neuerungen in der Tarifsystematik

Kundenkampagne zur Ertüchtigung des NRW-Tarifs

Mit einem auffallenden Motiv wurden die Fahrgäste auf die neuen Vorteile aufmerksam gemacht

Zum Fahrplanwechsel im Dezember 2015 sind Neuerungen im NRW-Tarif in Kraft getreten, die Inhabern von RelationspreisTickets zahlreiche Verbesserungen bieten: Freie Verkehrsmittelfolge, flexible Streckenwahl und mehr Leistungen bei Reiseunterbrechungen gestalten Fahrten, zum Beispiel mit dem SchöneReiseTicket NRW oder dem SchöneWocheTicket NRW, deutlich flexibler.

Eine crossmediale Kampagne mit einem aufmerksamkeitsstarken Motiv und einer markanten Botschaft

sorgte Mitte Dezember dafür, dass die Fahrgäste in NRW auf die Neuerungen aufmerksam gemacht wurden. Die Idee hinter der Kreativlinie: zwei sympathische Spatzen im beliebten Pixar-Stil, an denen man einfach nicht vorbeischauchen kann! Die beiden lustigen Charaktere sorgten nicht nur für die nötige Aufmerksamkeit, sondern boten zudem eine gute Gelegenheit, das komplizierte Tarifthema auf charmante Weise zu transportieren. Das Motto „Die Spatzen pfeifen es von der Oberleitung“ – der eine Nahverkehrsfan, der andere kritischer Grummelgriesgram.

Die auffällige Kundenkampagne machte im Dezember 2015 auf die Neuerungen im NRW-Tarif aufmerksam.



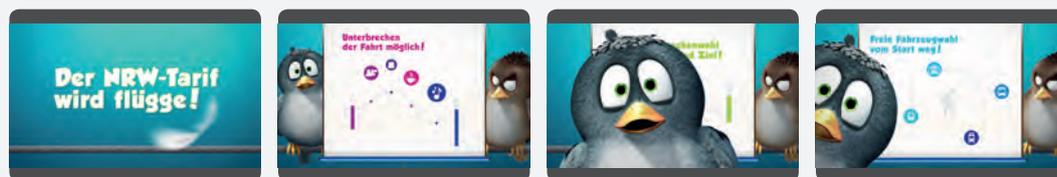
// Im Erklärfilm zum NRW-Tarif diskutieren die beiden Spatzen über die Neuerungen. Jetzt QR-Code scannen und Film ab! (<https://player.vimeo.com/video/149421138>)

Die Kampagne umfasste Out-of-Home-Maßnahmen, einen Informationsflyer, ein Themenspecial im Kundenmagazin MOBILZEIT und einen Erklärfilm.

Über die Verkehrsunternehmen in Nordrhein-Westfalen, allen voran DB Regio NRW, wurden 41.300 Flyer verteilt, die ausführlich und kundengerecht alle Neuerungen erklären. Zudem wurden über die Verkehrsunternehmen weitere 1.200 Plakate in den Kundencentern platziert.

Auch ein Themenspecial im Mobilitätsportal NRW widmete sich ganz den Tarifneuerungen. Internetnutzer hatten hier zudem die Möglichkeit, sich anhand eines Erklärfilms über die Änderungen zu informieren.

Nina Kradepohl



// **Im Erklärfilm** werden Kunden über die Vorteile des neuen NRW-Tarifs aufgeklärt. Der Film transportiert alle wichtigen Informationen auf humorvolle Art und Weise.

NEULICH AUF DER OBERLEITUNG ZWISCHEN KÖLN UND HAMM.

Warum fliege ich eigentlich noch selbst?

Der NRW-Tarif wird flügge!*

* Ab 13.12.2015 mehr Flexibilität bei Strecken- und Fahrzeugwahl!

Gilt in Details und weitere Informationen zu den Neuerungen finden Sie unter busse-und-bahnen.nrw.de/tarifneuheiten oder 01806 - 504030 Ein Service-Partner für Bus & Bahn in NRW. Preiszeit: 20 Cent/Anruf. Mobilfunk max. 40 Cent/Anruf.

BUSSE & BAHNEN NRW
DER TARIF FÜRS GANZE LAND

// **Außenwerbung:** 524 Großflächen, 750 City-Light-Poster, 107 Infoscreens, 3.147 A1-Poster an Stationen in ganz NRW.

Webcom

Pendler & andere Helden

Die Imagekampagne nimmt im Herbst erneut Fahrt auf

Mit dem Ziel, das Image des Nahverkehrs mit einer gemeinsamen Kampagne nachhaltig zu verbessern, beschriftet die Gemeinschaftskampagne „Busse & Bahnen NRW“ in Kooperation mit DB Regio NRW im Herbst 2015 neue Wege. In Zusammenarbeit mit dem bekannten Regisseur Peter Thorwarth (u. a. Bang Boom Bang) entwickelten die Partner eine eigene Webserie mit sympathischen Geschichten von „Pendlern & anderen Helden“, die über das Internet verbreitet wurden. Im Herbst 2016 startet die 2. Staffel.

Die Serie erzählt auf humorvolle Weise kleine und charmante Geschichten, wie sie sich jeden Tag im Nahverkehr ereignen und die jeder schon mal so oder so ähnlich erlebt hat. Vier Charaktere stehen dabei stellvertretend für die bunte Mischung der Fahrgäste: die Weltverbesserin, der integrierte Deutschtürke, der Computernerd und der unverbesserliche Autoprofi und Bahnhaser. Der Nahverkehr bringt die vier zusammen und lässt sie gemeinsam verschiedene Situationen durch- und erleben. Das verbindet und schweißt zusammen.

Knapp 4.500 Abonnenten verfolgten die Geschichten 2015 bei YouTube regelmäßig – 1,8 Mio. Videoaufrufe

wurden über die 18 Folgen insgesamt verzeichnet. Im Schnitt wurde jedes Video 35.000 angeklickt, die Verweildauer lag bei 2:10 Minuten, dies entspricht fast der Gesamtlänge der einzelnen Clips. Insgesamt also Zahlen, die sich sehen lassen können.

Die Auswertung der Zahlen zeigte jedoch auch, dass die Serie von Männern deutlich besser angenommen wurde als von Frauen. Das Verhältnis lag im Durchschnitt bei 3 Zuschauern zu 1 Zuschauerin pro Folge. Als Gründe hierfür kristallisierten sich der eher männeraffine Humor sowie die eher männlich dominierte Bildsprache heraus: drei Protagonisten, eine Darstellerin. Und auch die grafische Gestaltung der Werbemittel war rückblickend betrachtet eher auf eine männliche Zielgruppe zugeschnitten.

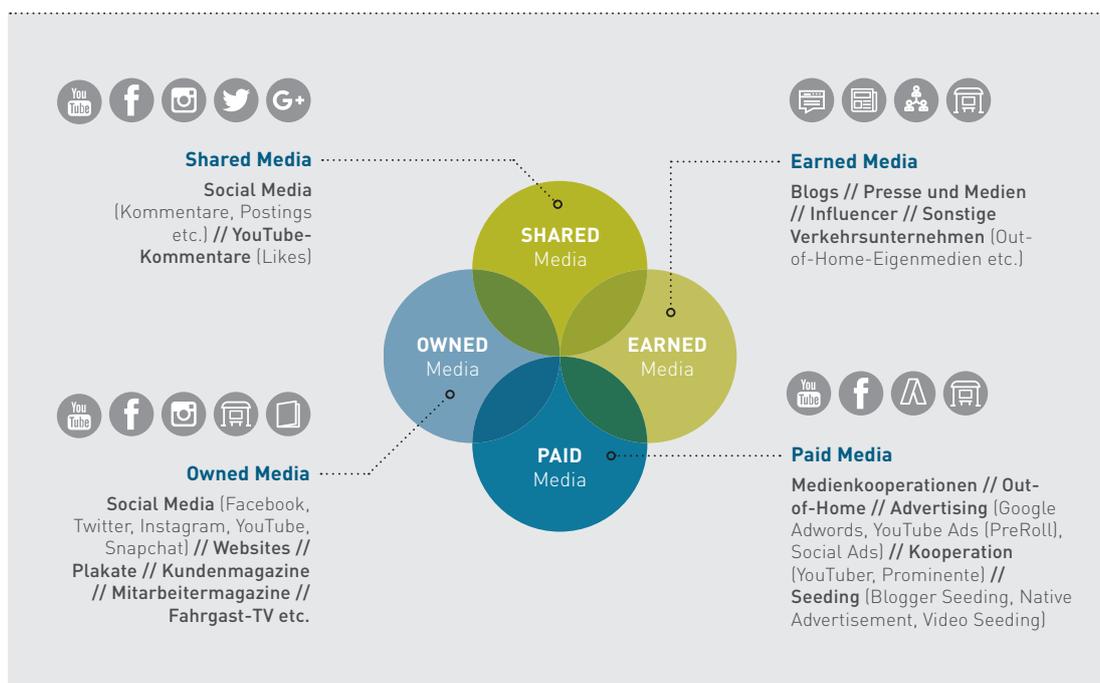
Neue Staffel, neue Gestaltung

2016 soll daher die weibliche Fangemeinde ausgeweitet werden. Der Humor wird nun etwas feiner; die Figuren und die Beziehungskonstellation untereinander erhalten mehr Entwicklungsspielraum: Anders als in der 1. Staffel geraten die Figuren nicht in Situationen, die sie formen, sondern die Figuren formen die Geschichten aus ihren Charakteren heraus. Zudem wird es eine zusätzliche Hauptdarstellerin

Ein neues Konzept soll insbesondere mehr Zuschauerinnen erreichen.



// Die neue Staffel startet im Herbst 2016 und bietet einige Neuerungen.



// Die Mediastrategie 2016 setzt vor allem auf Onlinemedien und eine größere Reichweite.

geben, die den Altersdurchschnitt der Gruppe etwas erhöht. Eine Liebesgeschichte, die sich über die verschiedenen Episoden hinweg erzählt, soll darüber hinaus den Bindungscharakter der Serie steigern und die Zuschauer zum regelmäßigeren Schauen und Weiterverfolgen animieren. Anders als 2015 werden in der neuen Staffel auch die Akteure des Nahverkehrs mehr in Szene gesetzt: durch authentische Figuren, die als Schaffner und Fahrkartenkontrolleure auftreten und damit dem Nahverkehr ein sympathisches und glaubwürdiges Gesicht verleihen.

Die Serie bietet die Möglichkeit, unschwerflich die Werbebotschaften des Nahverkehrs über glaubwürdige Botschafter zu transportieren: Der Nahverkehr ist bequem, schnell, günstig, umweltfreundlich und in jedem Fall ein Erlebnis. Ziel ist es, durch das konsistente, glaubhafte und sympathische Erzählen von unterhaltsamen Geschichten ein Image zu kreieren, das sich in „Kopf und Bauch“ der Zielgruppe verankert – einer Gruppe, die über klassische Werbebotschaften nicht zu erreichen ist und einen Großteil ihrer Zeit im Internet verbringt. Darüber hinaus

wird es Kooperationen mit bekannten YouTubern geben, die in Gastrollen in der Serie auftreten. Mit „Dr. Allwissend“ konnte ein YouTube-Kanalbetreiber gewonnen werden (480.834 Abonnenten), der im Rahmen der Kooperation nicht nur die Reichweitensteigerung der Serie unterstützt, sondern auch darüber hinausgehende Nahverkehrsthemen über seinen eigenen Kanal verbreitet. Er bietet damit die Möglichkeit, klassische Imagevorteile wie Umweltverträglichkeit, Freizeitgewinn etc. als unzweifelhafter Botschafter zu transportieren.

Im Unterschied zu 2015, als ein bunter Media-Mix den Start der Serie begleitete, um in erster Linie Aufmerksamkeit für die neue Serie zu generieren und diese bekannt zu machen (Out-of-Home, Radio-Werbung, Anzeigen etc.), setzt die Mediastrategie 2016 in erster Linie auf Onlinemedien wie YouTube, Google, Facebook, Twitter und Instagram. Damit zielt sie insbesondere auf eine Reichweitensteigerung in Form von (Shared) Views und Klicks ab.

Nina Kradepohl

NRW-Tarif in Zahlen

- 37** Preisfortschreibung 2016
- 39** Einnahmentwicklung
des NRW-Tarifs 2015
- 45** Verkaufsstatistik 2014 zu 2015



Preisfortschreibung

Leichter Anstieg der Preise

Moderate Preisfortschreibung 2016 und Verbesserungen im Bereich der RelationspreisTickets

Zum Jahreswechsel 2015/2016 wurde der NRW-Tarif preislich nur moderat im Bereich der Freizeittickets sowie der Zeitkarten fortgeschrieben. Für die Gelegenheitskunden (Bartarif) kam es zu keinen Preiserhöhungen, wohl aber zu Verbesserungen des tariflichen Angebots.

RelationspreisTickets

Im sogenannten „Bartarif“ (Einzelfahrscheine) wurden die plus-Beträge für 2016 nicht erhöht. Hiervon profitierten insbesondere die Gelegenheitskunden. Die plus-Beträge der Zeitkarten wurden um durchschnittlich 2,8% erhöht. Beide Kundengruppen profitieren dabei von den Neuerungen und Verbesserungen im Bereich der RelationspreisTickets.

Durch die gemeinsame Wirkung mit der Anpassung des C-Preises der DB AG, der im Bartarif für 2016 um durchschnittlich 2,0% erhöht wurde, liegt die seitens des Kunden wahrgenommene Preismaßnahme bei ca. 1,9% im Bartarif. Da im C-Preis bei den Zeitkarten keine Anpassung erfolgte, liegt hier die durch den Kunden wahrgenommene Preismaß-

nahme bei den Zeitkarten der RelationspreisTickets lediglich bei 0,2%.

PauschalpreisTickets

Die PauschalpreisTickets wurden für 2016 um durchschnittlich 2,2% leicht erhöht. Ursächlich hierfür ist eine geringe Anpassung der beliebten SchönerTagTickets NRW sowie Erhöhungen bei den SchöneFahrtTickets NRW und den SchöneFerienTickets NRW. Eine Preismaßnahme für das SchöneJahrTicket NRW sowie das Schöne60Ticket NRW erfolgte für 2016 nicht.

NRWplus-Tarif

Der NRWplus-Tarif wurde ausschließlich im Bereich der Zeitkarten um durchschnittlich 2,3% angepasst.

SemesterTicket NRW

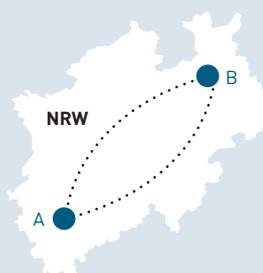
Der Aufpreis für das solidarfinanzierte SemesterTicket NRW wurde in Anlehnung an die Fortschreibung bei den Zeitkarten um 2,9% erhöht.

Holger Lorenz

RelationspreisTickets (plus-Beträge)	2016	2015
für eine Fahrt		
SchöneReiseTicket NRW Erwachsene	1,60 €	1,60 €
AnschlussTicket NRW Erwachsene	1,60 €	1,60 €
SchöneReiseTicket NRW Gruppe Erwachsene ¹⁾	0,80 €	0,80 €
für eine Hin- und Rückfahrt		
SchöneReiseTicket NRW Hin&Rück Erwachsene	3,20 €	3,20 €
AnschlussTicket NRW Hin&Rück Erwachsene	3,20 €	3,20 €
SchöneReiseTicket NRW Gruppe Hin&Rück Erwachsene ¹⁾	1,60 €	1,60 €
für eine Kalenderwoche		
SchöneWocheTicket NRW	6,30 €	6,10 €
für einen Monat		
SchönerMonatTicket NRW	22,60 €	22,00 €
SchönerMonatTicket NRW Azubi	17,00 €	16,50 €
im Abonnement		
SchönerMonatTicket NRW Abo	18,80 €	18,30 €
SchönerMonatTicket NRW Azubi Abo	14,20 €	13,80 €

Sämtliche RelationspreisTickets des Bartarifs sind für Kinder zum halben Fahrpreis erhältlich. Außerdem werden im Bartarif BahnCard 25 und 50 anerkannt.

¹⁾ plus-Betrag pro Person



RelationspreisTickets gelten zwischen Start und Ziel in einem festen Geltungsbereich mit freier Verkehrsmittelwahl auf allen Reisewegen.



Tickets zum Pauschalpreis gelten in ganz NRW. Der Einheitspreis ist unabhängig von der Reiseweite.

PauschalpreisTickets

2016

2015

für eine Fahrt

SchöneFahrtTicket NRW Erwachsene	19,00 €	18,40 €
SchöneFahrtTicket NRW Kinder	9,50 €	9,20 €

für einen Tag

SchönerTagTicket NRW Single ¹⁾	29,50 €	29,00 €
SchönerTagTicket NRW 5 Personen ¹⁾	43,00 €	42,00 €
FahrradTagesTicket NRW	4,70 €	4,70 €

für eine Veranstaltung

TeilnehmerTicket NRW ²⁾	15,90 € / 12,30 €	15,60 € / 12,00 €
------------------------------------	-------------------	-------------------

für einen Ferienzeitraum

SchöneFerienTicket NRW Ostern, Herbst, Winter	30,00 €	29,50 €
SchöneFerienTicket NRW Sommer	60,00 €	59,00 €

für ein Semester

SemesterTicket NRW	WS 16 / 17	WS 15 / 16
	49,50 €	48,10 €

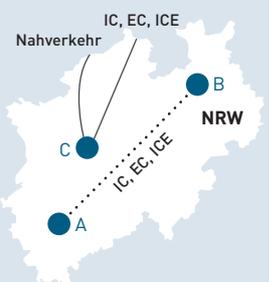
für ein Jahr

SchönesJahrTicket NRW (1. Klasse)	4.040,00 €	4.040,00 €
SchönesJahrTicket NRW (2. Klasse)	2.860,00 €	2.860,00 €

im Abonnement

SchönesJahrTicket NRW Abo (1. Klasse)	355,00 €	355,00 €
SchönesJahrTicket NRW Abo (2. Klasse)	250,00 €	250,00 €
Schöne60Ticket NRW Abo (1. Klasse)	212,00 €	212,00 €
Schöne60Ticket NRW Abo (2. Klasse)	149,00 €	149,00 €

¹⁾ Im personenbedienten Verkauf der DB/DB-Agenturen zzgl. 2,00 € ²⁾ Ticketpreis abhängig von Teilnehmerzahl



Tickets des NRWplus-Tarifs sind fakultativ zu Tickets des Fernverkehrs sowie des ein- und ausbrechenden Schienenpersonennahverkehrs erhältlich.

NRWplusTickets (fakultativ)

2016

2015

für eine Fahrt

NRWplus Einzelfahrt Erwachsene	2,80 €	2,80 €
NRWplus Einzelfahrt Kinder	1,40 €	1,40 €

für eine Hin- und Rückfahrt

NRWplus Hin&Rück Erwachsene	5,60 €	5,60 €
NRWplus Hin&Rück Kinder	2,80 €	2,80 €

für einen Monat

NRWplus Monat ICE	61,00 €	59,50 €
NRWplus Monat ICE Abo	51,00 €	49,60 €

Einnahmenentwicklung

NRW-Tarif verzeichnet geringeren Rückgang als erwartet

Die Tarifkooperation AVV/VRS geht mit einer Reduktion im Bereich der Einnahmen und Fahrten einher

Wie bereits im letztjährigen TarifReport vermutet, zeigen sich im Jahr 2015 die Auswirkungen der Tarifkooperation AVV/VRS – mit einer deutlichen Reduktion im Bereich der Einnahmen und Fahrten. Zudem dürften sich im vergangenen Jahr weitere besondere Einflüsse, wie vorhersehbare und unvorhersehbare Zugausfälle (z. B. durch Baumaßnahmen/Streckensperrungen, Streikmaßnahmen) oder auch die Konkurrenzierung durch den Fernbusmarkt, negativ auf den NRW-Tarif ausgewirkt haben. Die Einnahmen sind um ca. 3,8 Mio. Euro auf 160 Mio. Euro gesunken. Dies entspricht einer Abnahme von 2,3%. Aufgrund der steigenden Bedeutung der SemesterTickets NRW mit einer hohen Fahrtenhäufigkeit nahm die Zahl der Fahrten mit 205.000 deutlich geringer ab als die Einnahmen. Im vergangenen Jahr wurden 36,2 Mio. Fahrten mit dem NRW-Tarif zurückgelegt.

Der im Vergleich zu den Prognosen bezüglich der Auswirkungen der Tarifkooperation AVV/VRS geringe Einnahmerückgang ist vor allem auf die weiterhin äußerst positive Entwicklung des SemesterTickets NRW zurückzuführen. Des Weiteren scheinen sich die tarifstrukturellen Änderungen im Bereich der PauschalpreisTickets erst mit einer

gewissen zeitlichen Verzögerung bemerkbar zu machen. Ein ähnlicher Effekt war bereits bei der Zusammenführung von VRR und VGN zu beobachten. Deutlichere Auswirkungen auf die PauschalpreisTickets werden daher im nächsten Jahr erwartet. Mögliche Änderungen des Fahrgastverhaltens, die auf Basis der Ertüchtigung des NRW-Tarifs entstehen, werden ebenfalls frühestens im nächsten Jahr sichtbar werden.

Veränderung der Tariflandschaft

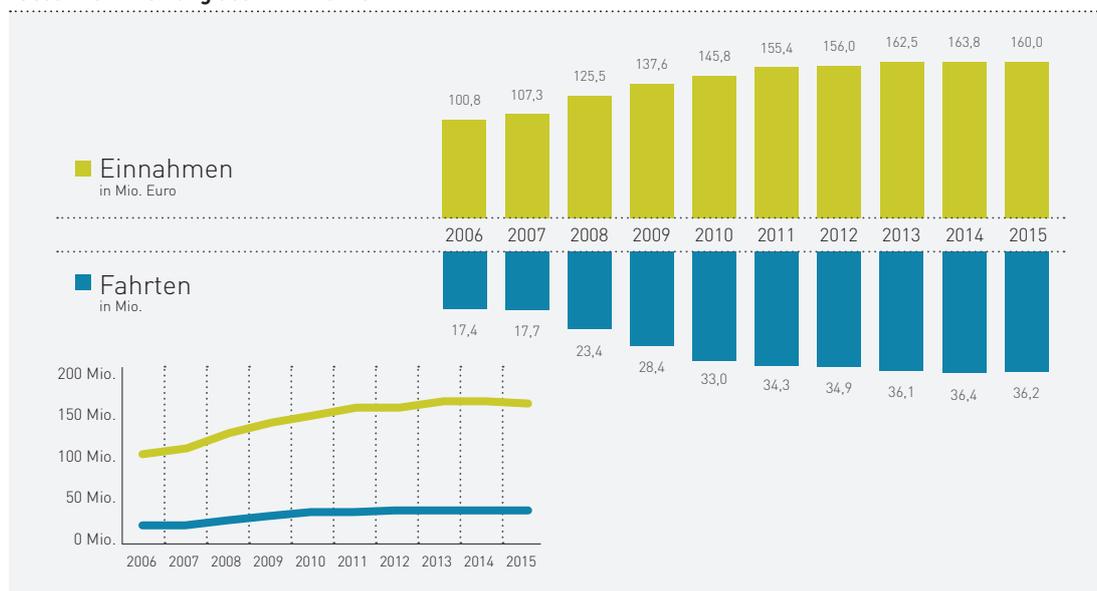
Die Tariflandschaft in Nordrhein-Westfalen befindet sich im Wandel hin zu größeren Verbundräumen. Beginn dieser Entwicklung war im Jahr 2012 die Zusammenführung der Tarife des Verkehrsverbunds Rhein-Ruhr (VRR) und der Verkehrsgemeinschaft Niederrhein (VGN). Als Folge dieser Entwicklung werden Fahrten zwischen diesen Kooperationsräumen seit dem 1. Januar 2012 nicht mehr nach dem NRW-Tarif, sondern nach dem VRR-Tarif tarifiert.

Dieser Prozess wurde zum 1. Januar 2015 mit der Tarifkooperation AVV/VRS fortgeführt. Das führte, wie schon bei der Zusammenführung von VRR und VGN, zu einer erwarteten „natürlichen“ Reduktion des NRW-Tarifs.



Der Wandel der Tariflandschaft wirkt sich auf Einnahmen und Fahrten im NRW-Tarif aus.

Gesamtentwicklung des NRW-Tarifs



// Strukturbedingter Rückgang 2015 im NRW-Tarif aufgrund der Tarifkooperation AVV/VRS.

Entwicklung innerhalb der NRW-Tarifsegmente

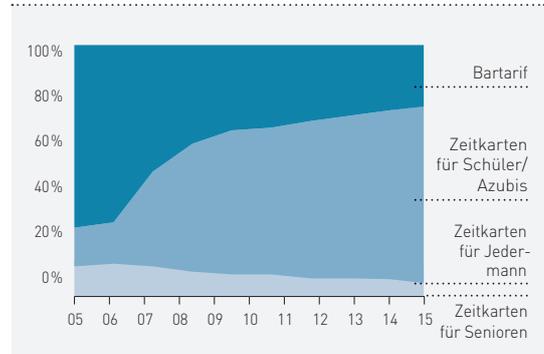
Die Entwicklung im Bereich der unterschiedlichen Ticketsegmente des NRW-Tarifs setzt sich entsprechend den Vorjahren weiter fort. Sowohl bei den Einnahmen wie auch bei den Fahrten nimmt die Bedeutung des Bartarifs und der Zeitkarten für Jedermann ab, während die Bedeutung der Zeit-

karten für Schüler und Azubis weiter zunimmt. Des Weiteren ist im Jahr 2015 mit Zeitkarten für Senioren ein Ticketsegment hinzugekommen. Genauere Informationen zu diesem neuen Produkt enthält der NRW-TarifReport 2014/2015 auf der Seite 25.

Verteilung der Einnahmen nach Ticketsegmenten



Verteilung der Fahrten nach Ticketsegmenten

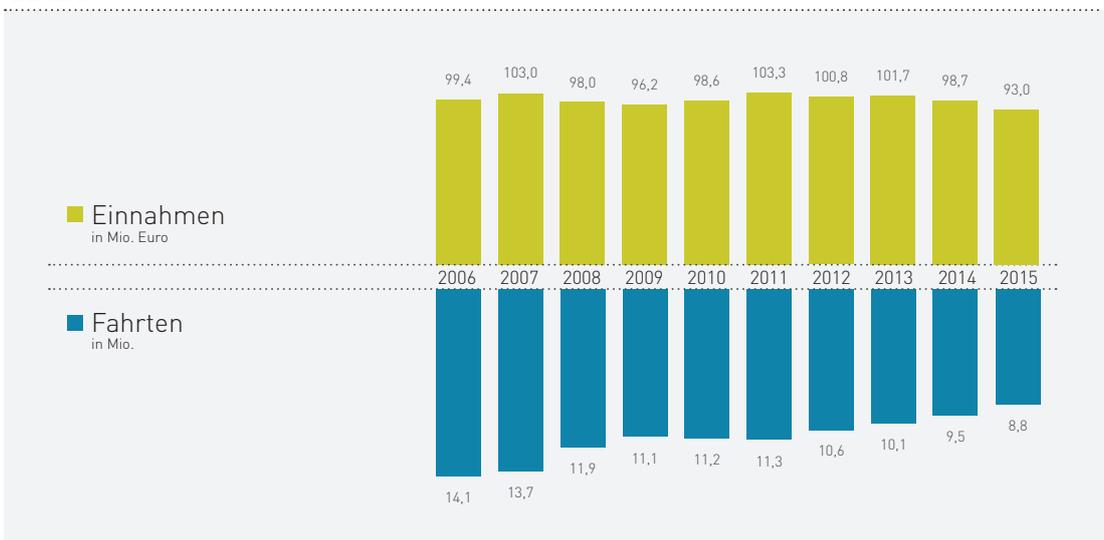


Entwicklung Bartarif

Der Bartarif verzeichnet einen Einnahmerrückgang von fast 6 Mio. Euro. Damit sinkt das Gesamtvolumen auf knapp 93 Mio. Euro. Trotz eines ebenfalls leichten Fahrtenrückgangs von ca. 750.000 und einem in den letzten Jahren zu beobachtenden relativen Bedeutungsverlust gegenüber den Zeitkar-

ten für Schüler/Azubis bleibt der Bartarif weiterhin das mit Abstand bedeutendste Segment im NRW-Tarif. Insgesamt werden fast 60% der Einnahmen des NRW-Tarifs in diesem Segment generiert. Dies ist auf seine Eigenschaft als Tarif für Freizeit- und Gelegenheitsfahrten zurückzuführen.

Bartarif

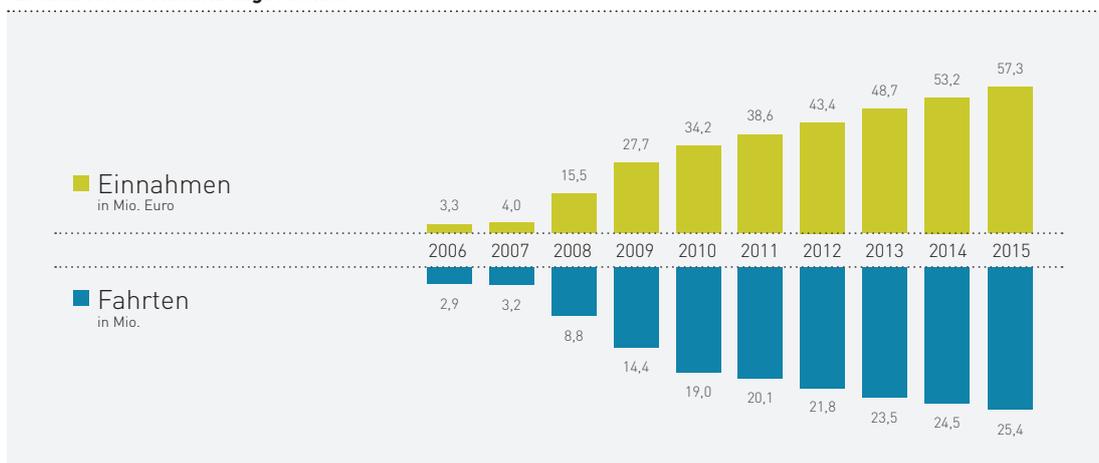


Entwicklung Zeitkarten im Ausbildungsverkehr

Die Zeitkarten im Ausbildungsverkehr entwickeln sich mit Einnahmen von über 57 Mio. Euro zu einer immer wichtigeren Säule des NRW-Tarifs. Die seit 2008 kontinuierlichen, deutlichen Steigerungen konnten auch im Jahr 2015 fortgesetzt werden. Vor allem das SemesterTicket NRW gehört inzwischen

an fast allen nordrhein-westfälischen Hochschulen zur Grundausstattung der Studierenden (für eine detaillierte Betrachtung siehe auch NRW-Tarif-Report 2012/2013 S. 21ff.). 70% der Fahrten im NRW-Tarif werden mittlerweile über dieses Segment erbracht.

Zeitkarten im Ausbildungsverkehr



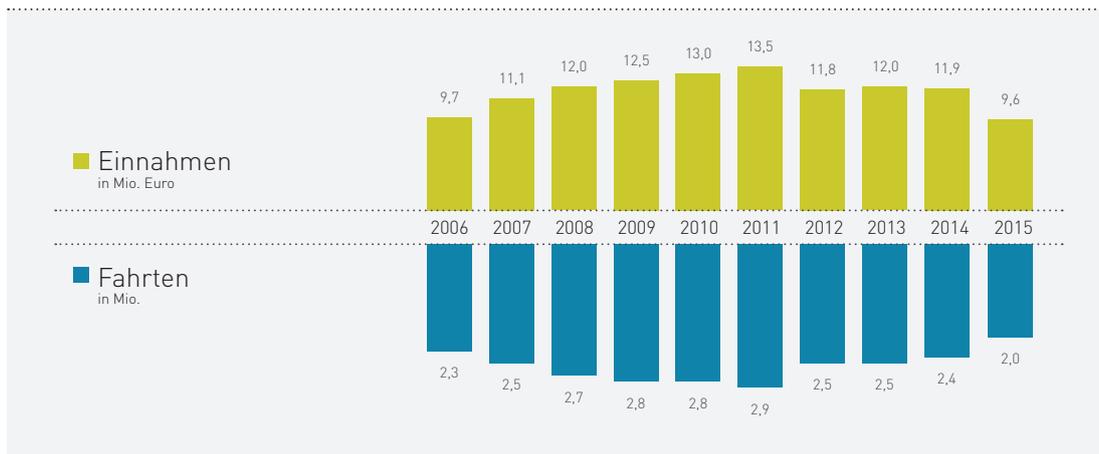
Die Zeitkarten im Ausbildungsverkehr entwickeln sich zu einer immer wichtigeren Säule des NRW-Tarifs.

Entwicklung Zeitkarten für Jedermann

Das Gesamtvolumen der Zeitkarten für Jedermann hat sich in den letzten Jahren als sehr stabil herausgestellt. 2015 bildet somit eine Ausnahme. Im Vergleich zu den Vorjahren nehmen die Einnahmen und auch die Fahrten deutlich ab. Vermutlich könnte es sich dabei – zumindest teilweise – um einen Substi-

tutionseffekt weg vom SchönesJahrTicket NRW hin zum neu geschaffenen Schöne60Ticket NRW handeln. Diese Vermutung liegt nahe, da sich besonders das Segment des SchönesJahrTickets NRW in den vergangenen Jahren, trotz Abnahmen in anderen Bereichen, weiter positiv entwickelt hatte.

Zeitkarten für Jedermann

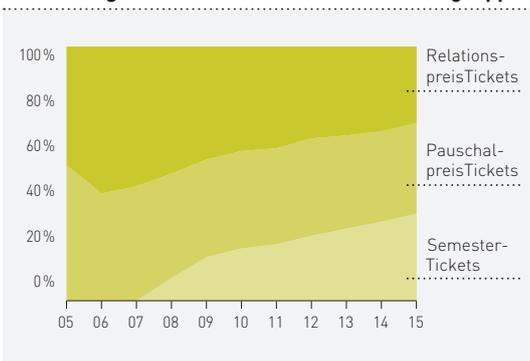


Entwicklung innerhalb der Sortimentsgruppen

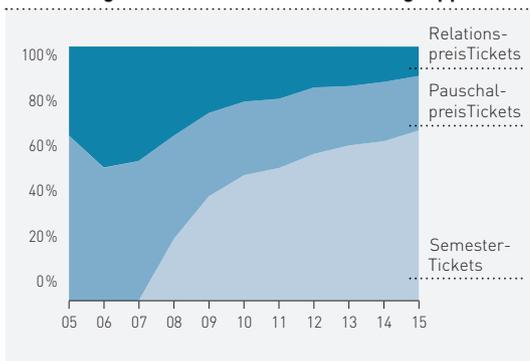
Die Entwicklung der Vorjahre setzt sich 2015 nur bei den Fahrten fort. Hier nehmen die SemesterTickets NRW weiterhin sowohl absolut als auch relativ stark zu, während Fahrten mit PauschalpreisTickets und RelationspreisTickets absolut und relativ gesehen abnehmen. Durch den starken Einnahmerückgang der RelationspreisTickets bei starken Einnahmengewinnen der SemesterTickets wirken sich die Ver-

änderungen im Bereich der PauschalpreisTickets nur unwesentlich auf den relativen Einnahmenanteil aus. Generell lässt sich jedoch sagen, dass der NRW-Tarif deutlich diversifizierter ist als in seinen Anfängen und mittlerweile durch jede Sortimentsgruppe ca. ein Drittel der Einnahmen generiert wird. Dieser Trend setzt sich auch 2015 fort und wird voraussichtlich 2016 weiter anhalten.

Verteilung der Einnahmen nach Sortimentsgruppen



Verteilung der Fahrten nach Sortimentsgruppen



Gesamtentwicklung NRW-PauschalpreisTickets

Wie auch im Vorjahr nahmen sowohl die Zahl der Fahrten als auch die Einnahmen bei PauschalpreisTickets leicht ab. Die Einnahmen sanken dabei – geringer als im Vorjahr – um ca. 950.000 Euro auf 57,3 Mio. Euro. Zum Teil mag dies daran liegen, dass mit dem Schöne60Ticket (TarifReport 2014/2015 S. 25) ein neues Angebot für Personen ab 60 Jahren geschaffen wurde. Die geringen Einnahmenverluste

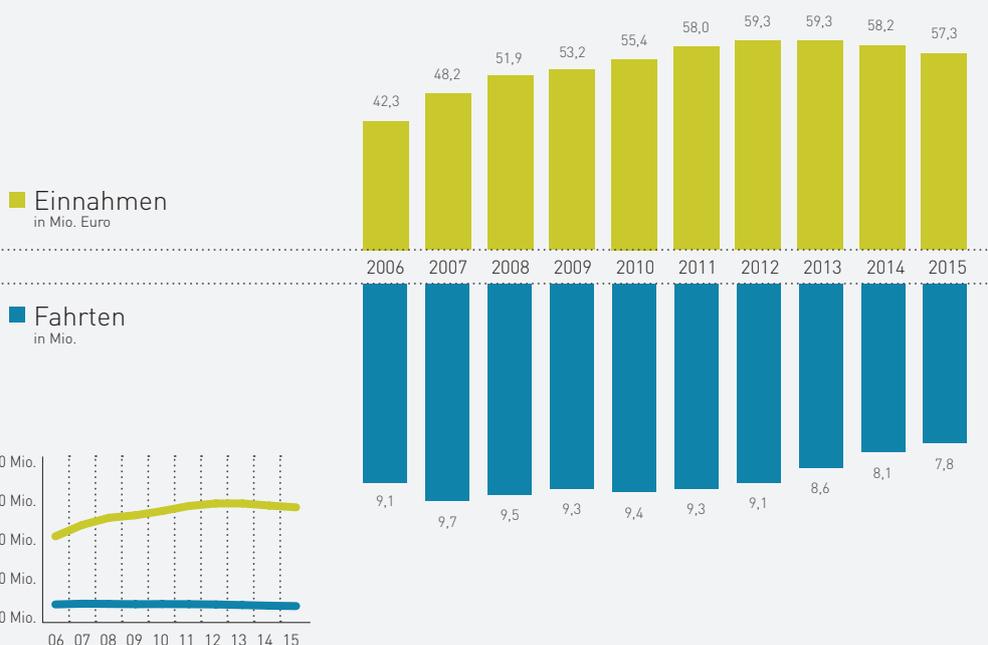
legen nahe, dass sich die Änderungen durch die Tarifkooperation AWW/VRS in den Ergebnissen der PauschalpreisTickets nicht so stark auswirken, wie dies bei den RelationspreisTickets der Fall ist. Auch bei der letzten großen tarifstrukturellen Veränderung (VRR/VGN) kam es zu einer gewissen Verzögerung, bis die Auswirkungen auf die PauschalpreisTickets deutlich wurden.

Gesamtentwicklung NRW-RelationspreisTickets

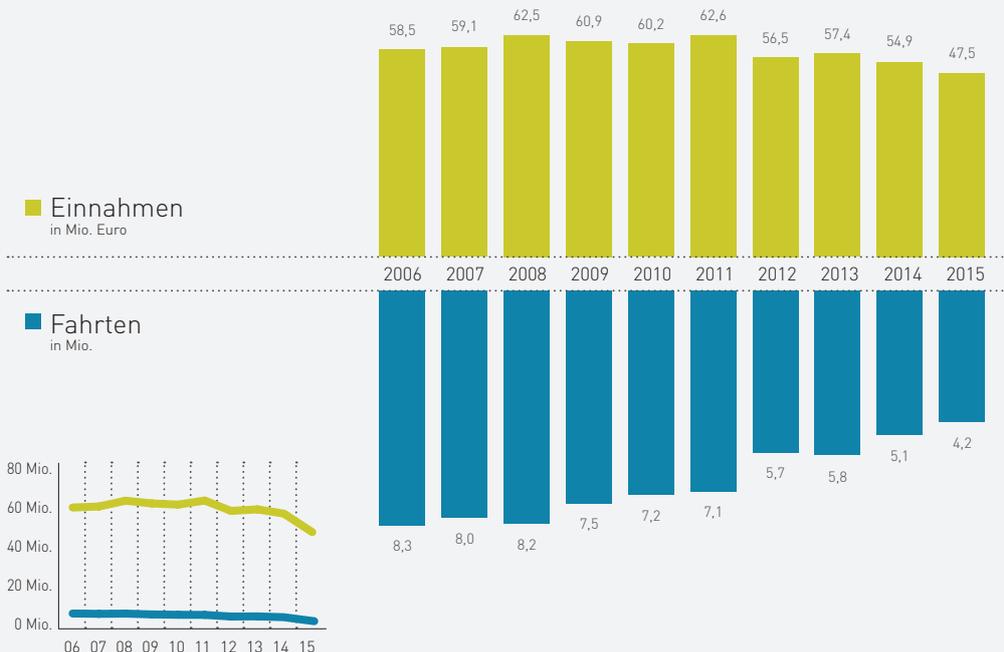
Bei den RelationspreisTickets lässt sich die Auswirkung der Tarifkooperation AWW/VRS am deutlichsten erkennen. Während zwar auch im letzten Jahr leichte Einnahmenverluste von ca. 4 % verzeichnet wurden, nahmen die Einnahmen 2015 um 7,4 Mio. Euro bzw. 13,5 % auf 47,5 Mio. Euro ab. Auch die Zahl der

Fahrten sank um fast eine Million auf 4,2 Mio. Der Rückgang ist über das gesamte Ticketsortiment der RelationspreisTickets zu verzeichnen. Besonders auffällig sind die Einnahmenverluste der Zeitkarten für Azubis (24,6 %) und der Zeitkarten für Jedermann (24 %).

PauschalpreisTickets

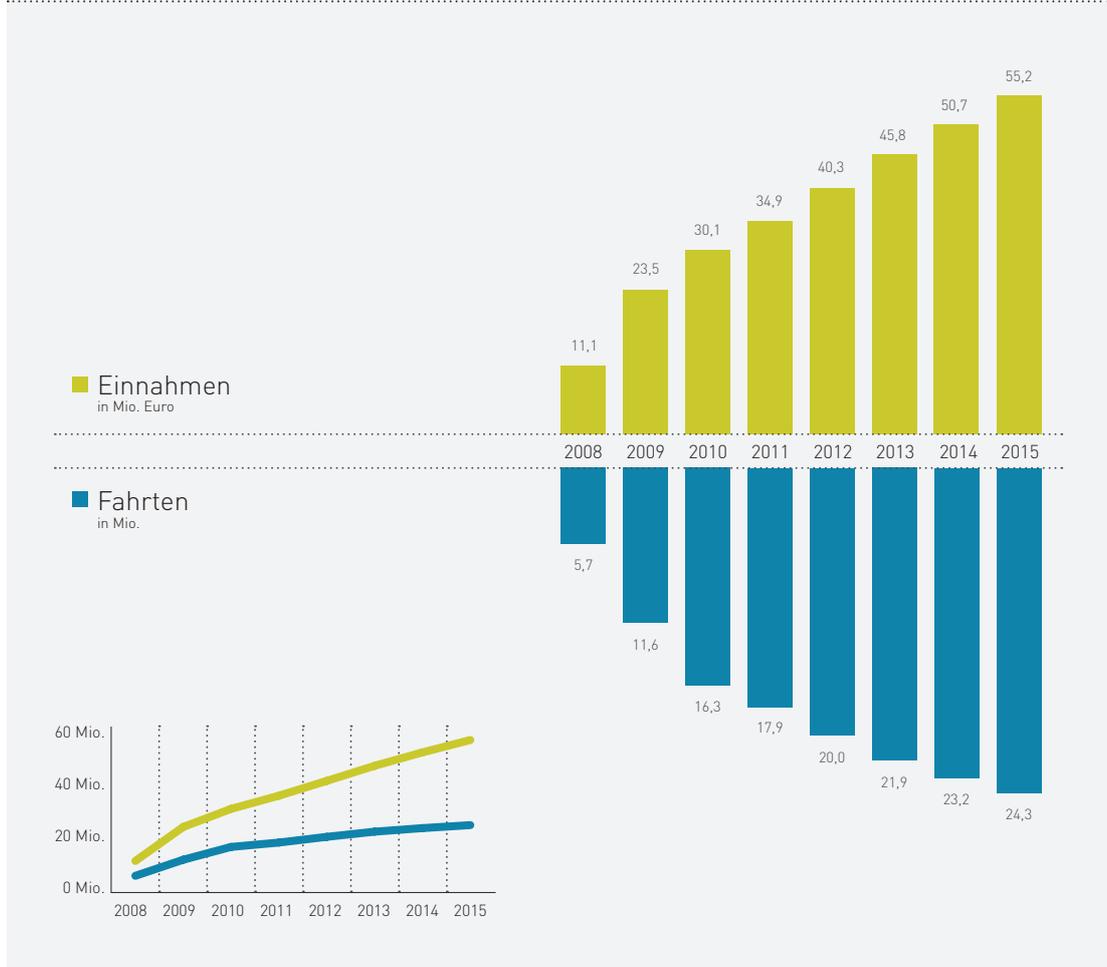


RelationspreisTickets



Die (durch die Tarifkooperation AVV/VRS bedingten) Einnahmen- und Fahrtenrückgänge sind am deutlichsten bei den Relationspreis-Tickets zu verzeichnen.

SemesterTicket NRW



Gesamtentwicklung SemesterTicket NRW

Seit 2010 steigen die Einnahmen aus dem SemesterTicket NRW jedes Jahr konstant um ca. 5 Mio. Euro. Diese überaus positive Entwicklung des Ticketsegments hält 2015 weiter an und ist auch in diesem Jahr auf eine stetig wachsende Zahl von Studierenden in NRW zurückzuführen. Wenn auch nicht ganz so stark wie im Vorjahr, konnten die Einnahmen um 9 % (4,6 Mio. Euro) auf insgesamt 55,2 Mio. Euro gesteigert werden.

Insgesamt wurden im Sommersemester 2015 und im Wintersemester 2015/2016 ca. 51.000 Studierende mehr als im Vorjahr mit einem SemesterTicket NRW ausgestattet. Es konnten insgesamt vier neue Vertragshochschulen hinzugewonnen werden. Die Zunahme des Ticketabsatzes wurde jedoch fast ausschließlich durch die gestiegene Studierendenzahl an den bestehenden Vertragshochschulen erreicht.

Lars Koenen

Bilanz

Verkaufsstatistik 2015

Ticketabsatz, Fahrten und Einnahmen für 2014 und 2015 im Vergleich

PauschalpreisTickets NRW-Tarif

Ticketsortiment	Einnahmen (in Euro)		Veränderung		Fahrten		Veränderung		Ticketabsatz		Veränderung	
	2015	2014	Anteil	absolut	2015	2014	Anteil	absolut	2015	2014	Anteil	absolut
SchöneFahrtTicket NRW Erwachsene	9.701.616	10.293.736	-5,8%	-592.120	526.860	578.300	-8,9%	-51.440	527.471	578.301	-8,8%	-50.830
SchöneFahrtTicket NRW Kinder	143.997	165.895	-13,2%	-21.898	15.646	18.640	-16,1%	-2.994	15.665	18.640	-16,0%	-2.975
SchönerTagTicket NRW Single ¹⁾	16.527.447	16.087.683	2,7%	439.765	1.708.290	1.693.449	0,9%	14.841	570.203	564.483	1,0%	5.720
SchönerTagTicket NRW 5 Personen ¹⁾	26.114.714	26.678.255	-2,1%	-563.540	3.729.792	3.906.492	-4,5%	-176.700	622.286	651.082	-4,4%	-28.796
FahrradTagesTicket NRW	440.217	441.893	-0,4%	-1.675	nicht relevant				93.697	93.999	-0,3%	-302
Bartarif gesamt	52.927.991	53.667.460	-1,4%	-739.469	5.980.588	6.196.881	-3,5%	-216.293	1.829.322	1.906.505	-4,0%	-77.183
SchönesJahrTicket NRW ^(1. Klasse)	40.400	51.415	-21,4%	-11.015	8.300	10.790	-23,1%	-2.490	10	13	-23,1%	-3
SchönesJahrTicket NRW ^(2. Klasse)	348.920	383.600	-9,0%	-34.680	101.260	113.710	-10,9%	-12.450	122	137	-10,9%	-15
SchönesJahrTicket NRW Abo ^(1. Klasse)	195.250	242.200	-19,4%	-46.950	37.950	47.748	-20,5%	-9.798	550	692	-20,5%	-142
SchönesJahrTicket NRW Abo ^(2. Klasse)	2.646.750	2.919.910	-9,4%	-273.160	730.503	822.342	-11,2%	-91.839	10.587	11.918	-11,2%	-1.331
Zeitkarten für Jedermann	3.231.320	3.597.125	-10,2%	-365.805	878.013	994.590	-11,7%	-116.577	11.269	12.760	-11,7%	-1.491
SchöneFerienTicket NRW ^(kleine Ferien)	403.286	424.302	-5,0%	-21.016	342.700	389.925	-12,1%	-47.225	13.745	15.597	-11,9%	-1.852
SchöneFerienTicket NRW ^(große Ferien)	547.074	532.208	2,8%	14.866	510.290	504.680	1,1%	5.610	9.278	9.176	1,1%	102
Zeitkarten für Kinder/Jugendliche	950.360	956.510	-0,6%	-6.150	852.990	894.605	-4,7%	-41.615	23.023	24.773	-7,1%	-1.750
Schöne60Ticket NRW Abo ²⁾	147.362	-	100,0%	147.362	65.590	-	100,0%	65.590	937	-	100,0%	937
Zeitkarten für Senioren	147.362	-	100,0%	147.362	65.590	-	100,0%	65.590	937	-	100,0%	937
Zeitkarten gesamt	4.329.042	4.553.635	-4,9%	-224.593	1.796.593	1.889.195	-4,9%	-92.602	35.229	37.533	-6,1%	-2.304
PauschalpreisTickets gesamt	57.257.033	58.221.095	-1,7%	-964.062	7.777.181	8.086.076	-3,8%	-308.895	1.864.551	1.944.038	-4,1%	-79.487
Schönes-Wochenende-Ticket ^(nachrichtlich)	6.639.623	7.786.202	-14,7%	-1.146.579	727.400	828.060	-12,2%	-100.660	145.534	176.959	-17,8%	-31.425

Nach Ticketsegment	Einnahmen (in Euro)		Veränderung		Fahrten		Veränderung		Ticketabsatz		Veränderung	
	2015	2014	Anteil	absolut	2015	2014	Anteil	absolut	2015	2014	Anteil	absolut
Bartarif gesamt	52.927.991	53.667.460	-1,4%	-739.469	5.980.588	6.196.881	-3,5%	-216.293	1.829.322	1.906.505	-4,0%	-77.183
Zeitkarten für Jedermann	3.231.320	3.597.125	-10,2%	-365.805	878.013	994.590	-11,7%	-116.577	11.269	12.760	-11,7%	-1.491
Zeitkarten für Kinder/Jugendliche	950.360	956.510	-0,6%	-6.150	852.990	894.605	-4,7%	-41.615	23.023	24.773	-7,1%	-1.750
Zeitkarten für Senioren	147.362	-	100,0%	147.362	65.590	-	100,0%	65.590	937	-	100,0%	937
PauschalpreisTickets gesamt	57.257.033	58.221.095	-1,7%	-964.062	7.777.181	8.086.076	-3,8%	-308.895	1.864.551	1.944.038	-4,1%	-79.487

¹⁾ inklusive 2 Euro Zuschlag für personenbedienten Verkauf

²⁾ Ticketangebot wurde zum 01.08.2015 eingeführt.

SemesterTickets NRW NRW-Tarif

	Einnahmen (in Euro)		Veränderung		Fahrten		Veränderung		Ticketabsatz		Veränderung	
	2015 ³⁾	2014 ⁴⁾	Anteil	absolut	2015 ³⁾	2014 ⁴⁾	Anteil	absolut	2015 ³⁾	2014 ⁴⁾	Anteil	absolut
SemesterTickets NRW gesamt	55.240.295	50.686.766	9,0%	4.553.528	24.275.727	23.205.462	4,6%	1.070.265	1.155.987	1.105.022	4,6%	50.965

³⁾ SS 2015 und WS 2015/2016

⁴⁾ SS 2014 und WS 2014/2015

Trotz Abbildung der korrekten Einzelwerte kann es auf den Seiten 45 – 47 bei Summenbildung ggf. zu Rundungsdifferenzen kommen.

RelationspreisTickets

NRW-Tarif

Ticketsortiment	Einnahmen (in Euro)		Veränderung		Fahrten		Veränderung		Ticketabsatz		Veränderung	
	2015	2014	Anteil	absolut	2015	2014	Anteil	absolut	2015	2014	Anteil	absolut
SchöneReiseTicket NRW	29.930.567	32.560.973	-8,1%	-2.630.405	1.849.301	2.127.417	-13,1%	-278.116	1.849.301	2.127.417	-13,1%	-278.116
SchöneReiseTicket NRW Hin&Rück	6.175.761	8.102.742	-23,8%	-1.926.982	457.174	632.256	-27,7%	-175.082	228.587	316.128	-27,7%	-87.541
SchöneReiseTicket NRW gesamt	36.106.328	40.663.715	-11,2%	-4.557.387	2.306.475	2.759.673	-16,4%	-453.198	2.077.888	2.443.545	-15,0%	-365.657

darin enthalten ermäßigt ausgegebene Fahrausweise:

BC 25	SchöneReiseTicket NRW	4.788.063	5.355.659	-10,6%	-567.596	310.212	365.965	-15,2%	-55.753	310.212	365.965	-15,2%	-55.753
	SchöneReiseTicket NRW Hin&Rück	1.089.951	1.503.490	-27,5%	-413.538	78.562	111.756	-29,7%	-33.194	39.281	55.878	-29,7%	-16.597
BC 50	SchöneReiseTicket NRW	5.209.813	5.845.035	-10,9%	-635.222	466.679	555.426	-16,0%	-88.747	466.679	555.426	-16,0%	-88.747
	SchöneReiseTicket NRW Hin&Rück	1.902.766	2.579.899	-26,2%	-677.133	200.068	285.622	-30,0%	-85.554	100.034	142.811	-30,0%	-42.777

AnschlussTicket NRW	1.560.081	1.699.098	-8,2%	-139.017	178.901	204.337	-12,4%	-25.436	178.901	204.337	-12,4%	-25.436
AnschlussTicket NRW Hin&Rück	1.773.414	1.955.861	-9,3%	-182.447	234.654	270.668	-13,3%	-36.014	117.327	135.334	-13,3%	-18.007
AnschlussTicket NRW gesamt	3.333.495	3.654.959	-8,8%	-321.464	413.555	475.005	-12,9%	-61.450	296.228	339.671	-12,8%	-43.443

darin enthalten ermäßigt ausgegebene Fahrausweise:

BC 25	AnschlussTicket NRW	248.075	267.328	-7,2%	-19.253	30.588	34.629	-11,7%	-4.041	30.588	34.629	-11,7%	-4.041
	AnschlussTicket NRW Hin&Rück	420.776	449.676	-6,4%	-28.899	55.544	62.330	-10,9%	-6.786	27.772	31.165	-10,9%	-3.393
BC 50	AnschlussTicket NRW	120.861	131.389	-8,0%	-10.529	20.788	23.716	-12,3%	-2.928	20.788	23.716	-12,3%	-2.928
	AnschlussTicket NRW Hin&Rück	294.318	322.114	-8,6%	-27.795	56.860	66.354	-14,3%	-9.494	28.430	33.177	-14,3%	-4.747

SchöneReiseTicket NRW Gruppe	314.055	330.586	-5,0%	-16.531	33.161	35.936	-7,7%	-2.775	3.514	3.704	-5,1%	-190
SchöneReiseTicket NRW Gruppe Hin&Rück	305.198	396.659	-23,1%	-91.461	45.418	63.040	-28,0%	-17.622	1.751	2.321	-24,6%	-570
SchöneReiseTicket NRW Gruppe gesamt	619.253	727.245	-14,8%	-107.993	78.579	98.976	-20,6%	-20.397	5.265	6.025	-12,6%	-760
Bartarif gesamt	40.059.076	45.045.919	-11,1%	-4.986.843	2.798.609	3.333.654	-16,0%	-535.045	2.379.381	2.789.241	-14,7%	-409.860
SchöneWocheTicket NRW	978.702	1.343.447	-27,1%	-364.746	126.210	171.360	-26,3%	-45.150	12.020	16.320	-26,3%	-4.300
SchönerMonatTicket NRW	2.804.940	3.624.590	-22,6%	-819.650	511.313	657.530	-22,2%	-146.217	10.879	13.990	-22,2%	-3.111
SchönerMonatTicket NRW Abo	2.540.050	3.352.593	-24,2%	-812.543	466.496	609.723	-23,5%	-143.227	12.608	16.479	-23,5%	-3.871
Zeitkarten für Jedermann	6.323.692	8.320.631	-24,0%	-1.996.939	1.104.019	1.438.613	-23,3%	-334.594	35.507	46.789	-24,1%	-11.282
SchönerMonatTicket NRW Azubi	673.756	911.631	-26,1%	-237.875	156.870	209.925	-25,3%	-53.055	3.486	4.665	-25,3%	-1.179
SchönerMonatTicket NRW Azubi Abo	461.871	654.608	-29,4%	-192.737	105.421	149.246	-29,4%	-43.825	2.978	4.216	-29,4%	-1.238
Zeitkarten für Schüler/Azubis	1.135.627	1.566.239	-27,5%	-430.612	262.291	359.171	-27,0%	-96.880	6.464	8.881	-27,2%	-2.417
Zeitkarten gesamt	7.459.319	9.886.869	-24,6%	-2.427.551	1.366.310	1.797.784	-24,0%	-431.474	41.971	55.670	-24,6%	-13.699
RelationspreisTickets gesamt	47.518.395	54.932.788	-13,5%	-7.414.394	4.164.919	5.131.438	-18,8%	-966.519	2.421.352	2.844.911	-14,9%	-423.559

Nach Ticketsegment	Einnahmen (in Euro)		Veränderung		Fahrten		Veränderung		Ticketabsatz		Veränderung	
	2015	2014	Anteil	absolut	2015	2014	Anteil	absolut	2015	2014	Anteil	absolut
Bartarif gesamt	40.059.076	45.045.919	-11,1%	-4.986.843	2.798.609	3.333.654	-16,0%	-535.045	2.379.381	2.789.241	-14,7%	-409.860
Zeitkarten für Jedermann	6.323.692	8.320.631	-24,0%	-1.996.939	1.104.019	1.438.613	-23,3%	-334.594	35.507	46.789	-24,1%	-11.282
Zeitkarten für Schüler/Azubis	1.135.627	1.566.239	-27,5%	-430.612	262.291	359.171	-27,0%	-96.880	6.464	8.881	-27,2%	-2.417
RelationspreisTickets gesamt	47.518.395	54.932.788	-13,5%	-7.414.394	4.164.919	5.131.438	-18,8%	-966.519	2.421.352	2.844.911	-14,9%	-423.559

Alle Tickets NRW-Tarif

Nach Sortimentsgruppen	Einnahmen (in Euro)		Veränderung		Fahrten		Veränderung		Ticketabsatz		Veränderung	
	2015	2014	Anteil	absolut	2015	2014	Anteil	absolut	2015	2014	Anteil	absolut
RelationspreisTickets	47.518.395	54.932.788	-13,5%	-7.414.394	4.164.919	5.131.438	-18,8%	-966.519	2.421.352	2.844.911	-14,9%	-423.559
PauschalpreisTickets	57.257.033	58.221.095	-1,7%	-964.062	7.777.181	8.086.076	-3,8%	-308.895	1.864.551	1.944.038	-4,1%	-79.487
SemesterTickets NRW	55.240.295	50.686.766	9,0%	4.553.528	24.275.727	23.205.462	4,6%	1.070.265	1.155.987	1.105.022	4,6%	50.965
NRW-Tarif gesamt	160.015.722	163.840.650	-2,3%	-3.824.928	36.217.827	36.422.976	-0,6%	-205.149	5.441.890	5.893.971	-7,7%	-452.081

Nach Ticketsegment	Einnahmen (in Euro)		Veränderung		Fahrten		Veränderung		Ticketabsatz		Veränderung	
	2015	2014	Anteil	absolut	2015	2014	Anteil	absolut	2015	2014	Anteil	absolut
Bartarif gesamt	92.987.067	98.713.379	-5,8%	-5.726.312	8.779.197	9.530.535	-7,9%	-751.338	4.208.703	4.695.746	-10,4%	-487.043
Zeitkarten für Jedermann	9.555.012	11.917.756	-19,8%	-2.362.744	1.982.032	2.433.203	-18,5%	-451.171	46.776	59.549	-21,4%	-12.773
Zeitkarten für Senioren	147.362	-	100,0%	147.362	65.590	-	100,0%	65.590	937	-	100,0%	937
Zeitkarten für Schüler/Azubis	57.326.281	53.209.515	7,7%	4.116.766	25.391.008	24.459.238	3,8%	931.770	1.185.474	1.138.676	4,1%	46.798
NRW-Tarif gesamt	160.015.722	163.840.650	-2,3%	-3.824.928	36.217.827	36.422.976	-0,6%	-205.149	5.441.890	5.893.971	-7,7%	-452.081

Alle Tickets NRWplus-Tarif

Ticketsortiment	Einnahmen (in Euro)		Veränderung		Fahrten		Veränderung		Ticketabsatz		Veränderung	
	2015	2014	Anteil	absolut	2015	2014	Anteil	absolut	2015	2014	Anteil	absolut
NRWplus Einzelfahrt Erwachsene	65.185	67.272	-3,1%	-2.087	23.275	24.881	-6,5%	-1.606	23.275	24.881	-6,5%	-1.606
NRWplus Hin&Rück Erwachsene	32.031	34.839	-8,1%	-2.808	11.498	13.230	-13,1%	-1.732	5.749	6.615	-13,1%	-866
NRWplus Einzelfahrt Kinder	221	257	-13,9%	-36	158	190	-16,8%	-32	158	190	-16,8%	-32
NRWplus Hin&Rück Kinder	25	33	-22,7%	-7	18	24	-25,0%	-6	9	12	-25,0%	-3
Bartarif gesamt	97.463	102.401	-4,8%	-4.938	34.949	38.325	-8,8%	-3.376	29.191	31.698	-7,9%	-2.507
NRWplus Monat ICE	139.255	133.974	3,9%	5.282	110.027	108.664	1,3%	1.363	2.341	2.312	1,3%	29
NRWplus Monat ICE Abo	433.922	419.648	3,4%	14.274	323.158	321.012	0,7%	2.146	8.734	8.676	0,7%	58
Zeitkarten gesamt	573.177	553.622	3,5%	19.555	433.185	429.676	0,8%	3.509	11.075	10.988	0,8%	87
NRWplus-Tarif gesamt	670.640	656.022	2,2%	14.617	468.134	468.001	0,0%	133	40.266	42.686	-5,7%	-2.420

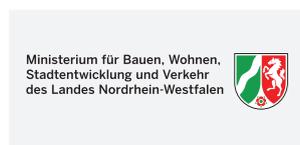
Anhang

- 49** Partner im NRW-Nahverkehr
- 50** Abkürzungsverzeichnis
- 51** Ansprechpartner beim KCM



Partner im NRW-Nahverkehr

Partner im NRW-Nahverkehr sind die SPNV-Zweckverbände sowie die in den NRW-Verkehrsverbänden und -gemeinschaften organisierten öffentlichen und privaten Verkehrsunternehmen.



Ministerium für Bauen, Wohnen, Stadtentwicklung und Verkehr NRW

Jürgensplatz 1
40219 Düsseldorf
www.mbwsv.nrw.de



Verkehrsverbund Rhein-Ruhr

Augustastr. 1
45879 Gelsenkirchen
www.vrr.de



Kompetenzcenter Marketing NRW c/o Verkehrsverbund Rhein-Sieg

Glockengasse 37-39
50667 Köln
www.kcm-nrw.de



Verkehrsverbund Rhein-Sieg

Glockengasse 37-39
50667 Köln
www.vrsinfo.de



Nahverkehr Rheinland

Glockengasse 37-39
50667 Köln
www.nahverkehr-rheinland.de



Aachener Verkehrsverbund

Neuköllner Straße 1
52068 Aachen
www.avv.de



Nahverkehr Westfalen-Lippe

Friedrich-Ebert-Straße 19
59425 Unna
www.nwl-info.de



Tarifgemeinschaft Münsterland/Ruhr-Lippe

Schorlemerstraße 12-14
48143 Münster
www.vgm-vrl.de



Verkehrsverbund OstWestfalenLippe

Jahnplatz 5
33602 Bielefeld
www.vvowl.de



OWL Verkehr

Willy-Brandt-Platz 2
33602 Bielefeld
www.owlverkehr.de



Nahverkehrsverbund Paderborn/Höxter

Bahnhofstraße 27a
33102 Paderborn
www.nph.de



Verbundgesellschaft Paderborn/Höxter

Rolandsweg 80
33102 Paderborn
www.vph.de



Zweckverband Personen- nahverkehr Westfalen-Süd

Koblenzer Straße 73
57072 Siegen
www.zws-online.de



Verkehrsgemeinschaft Westfalen-Süd

Spandauer Straße 36
57072 Siegen
www.vgws.de



Verkehrsgemeinschaft Niederrhein

Homberger Straße 113
47441 Moers

Abkürzungsverzeichnis

AVV	Aachener Verkehrsverbund
DB	Deutsche Bahn
EBE	Erhöhtes Beförderungsentgelt
EFM	Elektronisches Fahrgeldmanagement
EFS	Elektronischer Fahrschein
EKS	Einstiegskontrollsystem
ETS	VDV eTicket Service
KA	Kernapplikation
KCEFM	Kompetenzcenter Elektronisches Fahrgeldmanagement NRW
KCM	Kompetenzcenter Marketing NRW
LAK	Landesarbeitskreis Nahverkehr NRW
MBWSV	Ministerium für Bauen, Wohnen, Stadtentwicklung und Verkehr NRW
ÖPNV	Öffentlicher Personennahverkehr
ÖPNVG	Gesetz über den öffentlichen Personennahverkehr
ÖSPV	Öffentlicher straßengebundener Personennahverkehr
OWL V	OWL Verkehr
SPNV	Schienenpersonennahverkehr
Tkm	Tarifkilometer
VDV	Verband Deutscher Verkehrsunternehmen
VGM	Verkehrsgemeinschaft Münsterland
VGN	Verkehrsgemeinschaft Niederrhein
VGWS	Verkehrsgemeinschaft Westfalen-Süd
VPH	Verbundgesellschaft Paderborn/Höxter
VRL	Verkehrsgemeinschaft Ruhr-Lippe
VRR	Verkehrsverbund Rhein-Ruhr
VRS	Verkehrsverbund Rhein-Sieg

Ansprechpartner beim KCM

Stand September 2016

// Leitung KCM



Till N. Ponath
0221 20808-723
till.ponath@vrsinfo.de

// Stellvertretende Leitung KCM



Birgit Strecker
0221 20808-720
birgit.strecker@vrsinfo.de

// Tarif | Gremien



Holger Lorenz
0221 20808-43
holger.lorenz@vrsinfo.de



Katrin Kunkel
0221 20808-657
katrin.kunkel@vrsinfo.de

// Vertrieb | EFM



Eike Radike
0221 20808-26
eike.radike@vrsinfo.de



Jan Hoffmann
0221 20808-36
jan.hoffmann@vrsinfo.de



Swen Christian
0221 20808-68
swen.christian@vrsinfo.de

// Einnahmenaufteilung | Vertragscontrolling



Danijel Andrić
0221 20808-25
danijel.andric@vrsinfo.de



Lars Koenen
0221 20808-655
lars.koenen@vrsinfo.de



Ursula Schulte
0221 20808-756
ursula.schulte@vrsinfo.de

// Kommunikation | Marketing



Nina Kradepohl
0221 20808-374
nina.kradepohl@vrsinfo.de



Grazia Fischer
0221 20808-728
grazia.fischer@vrsinfo.de

// Finanzen



Simone Neubauer
0221 20808-50
simone.neubauer@vrsinfo.de

// Presse | Öffentlichkeit



Holger Klein
0221 20808-47
holger.klein@vrsinfo.de

// Marktforschung



Silke Lorenz
0221 20808-653
silke.lorenz@vrsinfo.de



Alexandra Gast
0221 20808-749
alexandra.gast@vrsinfo.de



Monika Schreiber
0221 20808-751
monika.schreiber@vrsinfo.de



bei der Verkehrsverbund Rhein-Sieg GmbH

Glockengasse 37-39, 50667 Köln
Telefon: 0221 20808-0, Telefax: 0221 20808-40
kcm-nrw@vrsinfo.de
www.kcm-nrw.de
www.busse-und-bahnen.nrw.de

VERMITTELN KOORDINIEREN GESTALTEN

SEIT 2002 FÜR NRW AKTIV