

Enquetekommission zur Finanzierung, Innovation und Nutzung des öffentlichen Personenverkehrs (FINÖPV)

Stellungnahme Bremer Straßenbahn AG zu B. Weiterentwicklung von Tarif- und Vertriebsstrukturen

1.
 - a. Welche Tarifinnovationen wurden in Ihrem Unternehmen / Verband eingeführt?
 - b. Wie hat sich das ausgewirkt?
 - c. Welche Problematiken ergaben sich bei der Umstellung?
2.
 - a. Wie lässt sich die Zahl der Abonnenten steigern?
 - b. Wie ist mit Gelegenheitsnutzenden umzugehen?
 - c. Wie können Angebote so geschaffen werden, dass beide (Ziel?)Gruppen zur Nutzung des ÖPNV motiviert werden
3.
 - a. Wie sind Tarif-/Vertriebsinnovationen in Bezug auf ihre Ergiebigkeit zu bewerten?
 - b. Wie im Hinblick auf ihre soziale Verträglichkeit?
4. Welche Erkenntnisse konnten hier Modellprojekte, bspw. zu E-Tarifen, liefern?
5.
 - a. Unterschiedliche Tarif- und Vertriebsformen werden von Kunden in ihrer Vielfalt auch als Zugangsbarrieren empfunden. Welche Lösungsansätze bieten sich hier an?
 - b. Wie beurteilen Sie vor diesem Hintergrund Systeme wie Delfi, qixxit, ?

Die BSAG ist größter Partner im Verkehrsverbund Bremen / Niedersachsen. Sie hat in 2014 rd. 104 Mio. Fahrgäste befördert und Beförderungserträge in Höhe von rd. 96.814 T€ erzielt. Die BSAG betreibt 7 Straßenbahn- und 44 Buslinien und setzt insgesamt 329 Fahrzeuge ein.

Der Vertrieb der BSAG gliedert sich wie folgt auf:

- 51.700 MIA/MIA plus – Kunden (Abonnenten)
- 17.700 Job-Ticket Kunden
- 78.500 BOB – Kunden (Gelegenheitsnutzer im Postpaid – System)
- 3 KundenCenter
- 140 private Verkaufsstellen
- 209 Busse mit Fahrausweisdruckern
- 120 Straßenbahnen mit mobilen Automaten
- 2 stationäre Automaten

LANDTAG
NORDRHEIN-WESTFALEN
16. WAHLPERIODE

STELLUNGNAHME
16/3366

A25

Antworten zu

1.a. Welche Tarifinnovationen wurden in Ihrem Unternehmen / Verband eingeführt?

In 2005 wurde zunächst bei den drei kommunalen Unternehmen in Bremen, Bremerhaven und Oldenburg das Tarifangebot „BOB“ (Bequem ohne Bargeld) eingeführt. Es handelt sich hierbei um ein kartenbasiertes Postpaid – Angebot für Gelegenheitsnutzer. Basis ist die GeldKarte und hierauf die Anwendung DF_Fahrschein. Diese Anwendung ist der vorherige Standard zur VDV – Kernapplikation. Die VDV – Kernapplikation bietet höhere Sicherheitsstandards und bis 2015 auch im Gegensatz zu BOB die kontaktlose Bedienung. Ab 2016 ff. wird BOB schrittweise um eine kontaktlose Bedienung bzw. Kontrolle ergänzt. Die dafür notwendigen Dual-Interface Karten wurden Ende 2015 an die Kunden ausgegeben.

BOB ist ein Bestpreissystem, d.h. die Fahrten eines Tages werden zusammen betrachtet. Grundsätzlich wird jede Fahrt mit dem Preis eines rabattierten 4er Tickets bzw. mit einem EinzelTicket berechnet. Wenn mehrere Fahrten an einem Tag z.B. günstiger mit einem TagesTicket zu fahren gewesen wären, dann berechnet BOB entsprechend das (günstigere) TagesTicket. Die Kunden erhalten eine monatliche Rechnung ab einem Mindestumsatz von 10 € (bzw. in jedem Fall eine Quartalsrechnung). Der Rechnungsbetrag wird vom Girokonto der Kunden eingezogen.

BOB ist so konzipiert, dass alle Verkehrsunternehmen des VBN die Fahrten kontrollieren können. Es ist weiterhin so konzipiert, dass alle Verkehrsunternehmen des VBN BOB auch verkaufen können. Allerdings sind die technischen Voraussetzungen (selbst bediente Terminals oder Automaten) von den Verkehrsunternehmen zu stellen. Seit 2013 beteiligt sich die NordWestBahn an BOB, seit 2014 auch die DB Regio AG.

In 2013 wurde MIA/MIA plus (Mobil im Abo) eingeführt. Es handelt sich hierbei um ein kartenbasiertes Abonnement für Stammkunden. Zum Einsatz kommt die gleiche Kartentechnologie wie bei BOB. Vor Einführung von MIA wurde die Umstellung auf die Kernapplikation des VDV geprüft, konnte letztendlich aus Kostengründen aber nicht umgesetzt werden. Die Karten für MIA / MIA plus sind sogenannte „Dual-Interface-Karten, d.h. sie können sowohl kontaktlos als auch kontaktbehaftet geprüft werden. MIA plus kostet im Vergleich zum MIA Ticket immer 6 € p.m. mehr und beinhaltet dafür eine Reihe von Zusatznutzen (Mitnahmemöglichkeit, Nachtlinienzuschlag inkludiert, verbundweite Gültigkeit am Wochenende).

In 2015 wurde im VBN ein HandyTicket eingeführt. Das HandyTicket stellt eine Weiterentwicklung der Fahrplaner APP des VBN dar. So können aus der Fahrplanauskunft heraus entsprechende Handy-Tickets gebucht werden. Dieser Vertriebsweg befindet sich noch im Aufbaustadium. Das Ticketsortiment umfasst Tickets für Gelegenheitsnutzer.

Ab 2016 erneuert die BSAG die Vertriebsgeräte. Neue Funktionalitäten werden dann auch die Zahlung mit kontaktlosen Medien (Karten und z.B. Zahlung über Handy) sein. Weiterhin werden die Kontrollmöglichkeiten der elektronischen Tickets stark vereinfacht. Vorstellbar sind dann auch weitere elektronische Tickets, wie z.B. kontaktlose Mehrfahrten-Tickets.

1.b. Wie hat sich das ausgewirkt?

Das System BOB hat sich mit starkem Kundenzuwachs bemerkbar gemacht und hat von der reinen Kundenanzahl MIA / MIA plus überholt. Allerdings sind die Gesamtumsätze mit BOB geringer als mit MIA / MIA plus. Bis dahin unbekannte Gelegenheitsnutzer wurden zu bekannten Kunden. Kunden mit BOB fahren ca. 9 % mehr als Kunden, die normale Einzel- und 4er Tickets erwerben. Darüber hinaus konnten Neukunden gewonnen werden, die sich insbesondere wegen der einfachen Bedienung für BOB entschieden haben. Das liegt einerseits daran, dass BOB den Tarif optimiert (z.B. 1 TagesTicket bei mehreren Fahrten), andererseits aber nachträglich eine Rechnung stellt. BOB stellt für die Kunden daher eine bequeme Anwendung dar. Ein positiver Nebeneffekt hat sich dadurch ergeben, dass es durch BOB eine Verringerung der Ticketkäufe bei den Fahrenden gegeben hat. Dadurch konnte Pünktlichkeit und Zuverlässigkeit verbessert werden bzw. erhalten bleiben.

In MIA / MIA plus sind die Veränderungen hauptsächlich im Handling erkennbar. Aufgrund der Verlustgefahr mussten die Kunden vor MIA / MIA plus monatlich die Tickets wechseln (MIA / MIA plus ist übertragbar). MIA / MIA plus kann – genauso wie BOB – einfach gesperrt werden.

Das HandyTicket im VBN ist noch zu neu, um daraus Effekte bewerten zu können.

1.c. Welche Problematiken ergaben sich bei der Umstellung?

Die größten Probleme ergeben sich aus den unterschiedlichen Einführungsgeschwindigkeiten neuer Angebote und finanzielle Möglichkeiten bei den Verkehrsunternehmen. So müssen Kartensysteme von allen Verkehrsunternehmen mindestens kontrolliert werden können. Postpaid-Systeme wie BOB erfordern eine große Anzahl an Beteiligung bei den Verkehrsunternehmen. Wenn Kunden Systeme nicht verbundweit nutzen können, bleibt die Akzeptanz aus.

Die technischen Probleme beschränkten sich auf übliche Einführungsprobleme.

2.a. Wie lässt sich die Zahl der Abonnenten steigern?

Abonnenten sind Stammkunden und i.d.R. Intensivnutzer. Sie erwarten daher in erster Linie entsprechende Preisvorteile. Aufgrund des besonderen Vertragsstatus werden oft auch exklusive Leistungen erwartet. Das können z.B. besondere Vorteile wie „unentgeltliche Nutzung eines Verbundes am Wochenende“ sein. Grundsätzlich ist im Verbund zu klären, wie durch eine Steigerung der Abonnentenzahlen auch die Umsätze insgesamt gesteigert werden können. Der Nachteil der Abonnements ist der „Flatrate – Charakter“ dieser Angebote. Bei der Preisgestaltung ist daher darauf zu achten, dass die Umsätze aus dem Kreise der Gelegenheitsnutzer nicht stärker zurückgehen als der Zuwachs im Abonnement. Das war in den 80er Jahren bei Einführung der „Umweltabos“ regelmäßig der Fall.

Bewährt haben sich besondere Aktionen für die Abonnenten. Hier sind z.B. Prämienaktionen, „Kunden werben Kunden“ und besondere Kundenbindungsprogramme exklusiv für Vertragskunden zu erwähnen (im VBN „Bodo Bonus“).

2.b. Wie ist mit Gelegenheitsnutzenden umzugehen?

Gelegenheitsnutzende sind eine Zielgruppe, die für jede durchgeführte Fahrt zahlt. Insofern ist diese Zielgruppe wichtig für die Verkehrsunternehmen. Für diese Zielgruppe müssen die Zugangsbarrieren möglichst niedrig sein. Das betrifft vor allem den Zugang zum Tarifsysteem. In Deutschland sind die

Tarifsysteme mehr oder weniger kompliziert. Das betrifft z.B. die richtige Wahl des Tickets und der richtigen Preisstufe. An selbstbedienten Systemen ist daher besonders viel Wert auf eine einfache Wahl zu legen. In der Regel wissen die Kunden, wo sie hin möchten und mit wie vielen Personen sie unterwegs sind. Je nach Tarifsystem ist die Wahl des Zieles dabei noch am schwierigsten („Ort“, „Sehenswürdigkeit“, „Haltestelle“ oder „Adresse“). Weiterhin sind bargeldlose Zahlungsmöglichkeiten zu empfehlen. Regelmäßig werden hohe Preise von barzahlenden Gelegenheitsnutzenden kritisiert. Im Gegensatz dazu sind Kunden z.B. mit einem Lastschriftinzug nicht so preissensibel.

Das im VBN eingesetzte Postpaid-System „BOB“ verfolgt diesen Weg. Das in 2005 eingeführte System hat inzwischen rd. 100.000 Kunden. Das sind deutlich mehr als Abonnenten im VBN. BOB ist das erfolgreichste Kartensystem für Gelegenheitsnutzende in Deutschland. Die Erfolgsfaktoren für BOB sind:

- Einfache Bedienung
- Keine Grundkosten
- Bestpreissystem (auf Tagesbasis)
- Nachträgliche Bezahlung

Ähnliche Systeme sind inzwischen auch mit Smartphones möglich. Hier muss ein großes Augenmerk auf die Sicherheit gegen Kopieren gelegt werden.

2.c. Wie können Angebote so geschaffen werden, dass beide (Ziel?)Gruppen zur Nutzung des ÖPNV motiviert werden

Die Interessen beider Zielgruppen unterscheiden sich deutlich. Daher ist zu empfehlen, beide Zielgruppen unterschiedlich zu behandeln. Die Zielgruppe der Stammkunden kann über attraktive Zusatznutzen stärker gebunden werden. Die Kunden dieser Zielgruppe erwarten oft die Behandlung als „Premiumkunde“. Daher empfehlen sich entsprechende exklusive Leistungen.

Die Zielgruppe der Gelegenheitsnutzer zeichnen sich durch höhere Zugangshemmnisse aus. Hier empfehlen sich Tarifprodukte, die einen einfachen Zugang bieten. Sehr geeignet sind Bestpreissysteme wie z.B. BOB.

3.a. Wie sind Tarif-/Vertriebsinnovationen in Bezug auf ihre Ergiebigkeit zu bewerten?

Es sind Wirtschaftlichkeitsberechnungen notwendig. BOB – Kunden führen ca. 9 % mehr Fahrten durch als normale Gelegenheitsnutzer.

3. b. Wie im Hinblick auf ihre soziale Verträglichkeit?

Es werden keinerlei Personen ausgeschlossen. Im Rahmen des Tarifes sind alle Tickets entsprechend erhältlich. Bei Vertragskunden wird aufgrund der monatlichen Abbuchung vom Konto eine entsprechende Bonität vorausgesetzt.

4. Welche Erkenntnisse konnten hier Modellprojekte, bspw. zu E-Tarifen, liefern?

Entsprechende Modellprojekte fehlen

5.a. Unterschiedliche Tarif- und Vertriebsformen werden von Kunden in ihrer Vielfalt auch als Zugangsbarrieren empfunden. Welche Lösungsansätze bieten sich hier an?

Es ist eine zielgruppengerechte Ansprache notwendig.

5.b. Wie beurteilen Sie vor diesem Hintergrund Systeme wie Delfi, qixxit, ?

Delfi ist eine Fahrplanauskunft und soll ausgebaut werden. Im VBN ist nur die Fahrplanauskunft umgesetzt. Aufgrund der technischen Basis (VDV – KA) ist eine wirtschaftlich sinnvolle Integration wegen der hohen Kosten im VBN nicht wahrscheinlich.

Qixxit verbindet Auskunft und Buchungssystem. Ähnliche Systeme gibt es vor allem in HandyTicket Systemen, die nur ÖPNV kennen. Qixxit bietet für Kunden einen guten Überblick über alternative Fahrtangebote. Für Verkehrsunternehmen kann dieser Vergleich sowohl Vorteile als auch Nachteile bieten. Hier ist eine Beurteilung der Gesamtsituation im Einzelfall (ja Verkehrsunternehmen) notwendig.

Bremer Straßenbahn AG

03.02.2016