



PRO BAHN NRW e. V. • Mülheimer Str. 91 • 47058 Duisburg

Landtag Nordrhein-Westfalen

Enquetekommission IV

Postfach 10 11 43

40002 Düsseldorf

LANDTAG
NORDRHEIN-WESTFALEN
16. WAHLPERIODE

STELLUNGNAHME
16/3464

A25

**Fahrgastverband PRO BAHN
Landesverband Nordrhein-Westfalen e. V.**

Mülheimer Str. 91

47058 Duisburg

Fon 0203 398 1698

Fax 0203 289 4898

✉ info@probahn-nrw.de

🌐 www.probahn-nrw.de

Ihr Ansprechpartner:

Lothar Ebbers

Neugahlener Straße 20

46149 Oberhausen

Fon 0208 635 1916

✉ ebbers@probahn-nrw.de

Duisburg, den 15. Februar 2016

Stellungnahme zur Anhörung „Weiterentwicklung von Organisation, Struktur und Vertrieb“ der Enquetekommission IV am 26. Februar 2016

Sehr geehrte Damen und Herren,

vielen Dank für die Aufforderung zu einer Stellungnahme zu dem Themenbereich „Weiterentwicklung von Tarif- und Vertriebsstrukturen“.

Die ÖPNV-Zukunftskommission NRW, in der auch der Fahrgastverband PRO BAHN vertreten war, hat sich in ihrer Arbeit sehr intensiv mit diesem Thema beschäftigt. In ihrem Abschlussbericht (Langfassung) beschäftigen sich vor allem die Kapitel 5.11 Tarif und Vertrieb und 5.12 Elektronisches Ticketing und Fahrgeldmanagement ausführlich mit den Chancen und Risiken neuer Tarif- und Vertriebsstrukturen – auch aus Fahrgastsicht. Wir möchten in erster Linie auf diese Ausführungen verweisen, die wir weitestgehend mittragen, und nur ergänzend einzelne Aspekte beleuchten.

Zu den einzelnen Fragen:

1. Welche Tariffinnovationen wurden in Ihrem Unternehmen/Verband eingeführt? Wie hat sich dies ausgewirkt? Welche Problematiken ergaben sich bei der Umsetzung?

Keine Antwort möglich

2. Wie lässt sich die Zahl von Abonnenten steigern? Wie ist mit Gelegenheitsnutzenden umzugehen? Wie können Angebote so geschaffen werden, dass beide (Ziel?)Gruppen zur Nutzung des ÖPNV motiviert werden?

Das Beispiel des VRR zeigt, dass eine große Zahl von Abonnenten insbesondere dadurch erreicht wird, dass eine niedrige Nutzenschwelle für Zeitkarten und insbesondere für Abonnements gegenüber Einzel- bzw. 4er-Tickets eingerichtet wird. So werden auch Kunden, die nicht an allen

Werktagen fahren, zur Zeitkartennutzung animiert. Durch verschiedene Zusatznutzen (Mitnahmemöglichkeit, Netzgültigkeit abends und am Wochenende, Übertragbarkeit) wird beim Ticket2000 auch die ÖPNV-Nutzung im Freizeitbereich stimuliert. In anderen Verbänden bzw. Verkehrsgemeinschaften sind vergleichbare Zusatznutzen mit Abonnements verbunden und gelten daher nicht bei Einzelkauf von Monatskarten. Ein weiterer Baustein sind zielgruppenbezogene Abonnements z. B. für Schüler, Studenten und Senioren sowie verschiedene Formen von Job/GroßkundenTickets.

Dennoch bleibt eine Angebotslücke für häufige Gelegenheitsfahrer. Insbesondere Änderungen in der Arbeitswelt haben dazu geführt, dass immer mehr Berufstätige nicht an fünf oder sechs Tagen in der Woche dasselbe Ziel ansteuern, sondern nur an wenigen Tagen (HomeOffice), oder aber immer wieder verschiedene Ziele anfahren müssen. Hierzu sind die bestehenden Zeitkarten bzw. Abonnements oft zu starr. Hier besteht die Möglichkeit, mit elektronischen Tarifen neue Angebote in Kombination von Grundpreis und ermäßigtem Leistungspreis (analog zur BahnCard) zu schaffen.

Seltenere Gelegenheitsfahrer werden oft von der Komplexität der Tarife abgeschreckt und verzichten daher auf ÖPNV-Fahrten auf ihnen nicht vertrauten Relationen. Elektronische Tarife mit Erkennung und automatischer Abrechnung des korrekten Tarifs (z. B. mit CiCo) können hierbei hilfreich sein.

3. Wie sind Tarif-/Vertriebsinnovationen in Bezug auf ihre Ergiebigkeit zu bewerten? Wie im Hinblick auf ihre soziale Verträglichkeit?

Die verstärkte Hinwendung zu Zeitkarten und Abonnements hat insbesondere in den großen Verbundräumen VRR und VRS in den letzten Jahrzehnten zu deutlich höheren Einnahmen geführt. Allerdings gibt es in den insgesamt heterogenen Tarifräumen regional unterschiedliche Entwicklungen, die bislang nicht ausreichend berücksichtigt wurden. Meist wurde vorrangig die Entwicklung in den großen Oberzentren betrachtet, die Situation in kleineren Städten und im ländlichen Raum aber ausgeblendet.

Bei den zielgruppenbezogenen Angeboten bleiben einzelne Gruppen außen vor, z. B. Auszubildende oder Beschäftigte in Kleinbetrieben. Hier gilt es, auch für diese Zielgruppen Angebote zu entwickeln.

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

Die Anwendung elektronischer Tarife in NRW steckt noch in den Kinderschuhen. Die Umsatzmengen sind bislang zu gering, um daraus Schlüsse für die Gesamtergiebigkeit oder zu Migrationen zwischen verschiedenen Tarifen schließen zu können.

Es ist nachvollziehbar, dass elektronische Tarife als Pilotprojekte zunächst als Handyticket (genauer: Smartphoneticket) angeboten werden. Langfristig muss dabei aber auch der Vertrieb als ((e-ticket vorgesehen werden, da sonst nicht alle Kunden erreicht werden. Aus Fahrgastsicht ist auch zu bemängeln, dass beim Smartphoneticket sowohl Kosten als auch Betriebsrisiken einseitig auf den Fahrgast abgewälzt werden. Auszüge aus den VRR-Tarifbestimmungen für HandyTickets: „Der Nutzer ist für die Betriebsbereitschaft des Mobiltelefons, für die notwendige Vorsorge gegen Missbrauch sowie für die Anzeige des vollständigen Textinhaltes des Tickets verantwortlich.“... „Kann der Nutzer den Nachweis des Tickets bei der Ticketkontrolle wegen Versagens des Mobiltelefons nicht erbringen, (z.B. infolge technischer Störungen, leerer Akku etc.) wird dies als Fahrt ohne gültiges Ticket nach den Beförderungsbedingungen und Tarifbestimmungen geahndet.“

Neue, auf die örtliche Situation angepasste Tarifangebote wie z. B. das CityO.Ticket im VRR zeigen erste Erfolge, ohne dass Kannibalisierungseffekte erkennbar sind. Eine regelmäßige Evaluation ist erforderlich.

5. Unterschiedliche Tarif- und Vertriebsformen werden von Kunden in ihrer Vielfalt auch als Zugangsbarrieren empfunden. Welche Lösungsansätze bieten sich hier an? Wie beurteilen Sie vor diesem Hintergrund Systeme wie Delfi, qixxit,?

Problematisch für Fahrgäste ist insbesondere, wenn innerhalb eines Verbundraums bei denselben Verkehrsmitteln unterschiedliche Vertriebsformen angewandt werden (Verkauf am Automaten an der Haltestelle, am Automaten im Fahrzeug, beim Fahrpersonal, Ausgabe der Tickets aus Automaten entwertet oder unentwertet). Hier sind eindeutige Hinweise an den Haltestellen und den Automaten erforderlich. Eine Vereinheitlichung zumindest innerhalb der einzelnen Verbundräume ist anzustreben.

Ein weiteres Problem sind (überwiegend) namensgleiche Tickets mit unterschiedlicher Ausgestaltung in verschiedenen Verbundräumen, insbesondere beim Bartarif. So gilt beim VRS das TagesTicket 5 Personen montags bis freitags erst ab 9 Uhr, im Gegensatz zum VRS-TagesTicket 1 Person oder den VRR-TagesTickets für 1 bis 5 Personen. Hier wäre eine Umbenennung in 9Uhr-TagesTicket hilfreich.

Ebenso stellt sich als Problem dar, dass bei Übergangstarifen der Ticketkauf außerhalb des originären Verbundraums nicht immer problemlos möglich ist. So gilt der z. B. der VRL-Tarif zwar uneingeschränkt bis Dortmund (VRL-Tarifkragen), wird aber bei der DSW21 nur begrenzt vertrieben. Auch die Vertriebsbeschränkungen bei den NRW-Relationstickets (Vertrieb überwiegend über DB-Vertriebskanäle) sind ein Hindernis.

Beim Ticketkauf über elektronische Vertriebswege ist aus Fahrgastsicht die Kombination von Fahrplan- und Tarifauskunft sowie Ticketerwerb wichtig. Hinweise wie „Preisauskunft nicht möglich“ (DB-Standardtext bei Verbundtarifen) sind dabei wenig hilfreich.