

NRW-Tarifbericht 2009-2010





Herausgeber

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

Glockengasse 37-39

50667 Köln

Telefon: (0221) 2 08 08-0

Telefax: (0221) 2 08 08-40

E-Mail: kcm-nrw@vrsinfo.de

Internet: www.kcm-nrw.de
www.nahverkehr.nrw.de

Verantwortlich für den Inhalt

Dipl.-Ing. Klaus Vollmer

Leiter des Kompetenzcenters Marketing NRW
Prokurist der Verkehrsverbund Rhein-Sieg GmbH

Konzeption und Redaktion

Katrin Kunkel und Klaus Vollmer

Layout und Gestaltung

amedes gbr – agentur für kommunikation

www.amedes.de

Fotos

ArtusArt, Fotolia

Essener Verkehrs-AG

Siegward Schmitz (DGPh), Wiel

Kompetenzcenter Marketing NRW

Aachener Verkehrsverbund

Stadtwerke Krefeld

Stadtwerke Wuppertal

moBiel

DB Regio NRW

CP Compartner

eurobahn

Druck

Fries Printmedien

www.fries-printmedien.de



Vorwort	4
Verkehrsmarkt NRW	6
Bilanz des Nahverkehrs in NRW	6
Organisation	9
Das KCM als Dienstleister für die NRW-Tariflandschaft	9
NRW-Tarif	12
Tarif, Tickets und Preise	12
Nachfrage- und Verkaufsentwicklung des NRW-Tarifs	16
Nahverkehrsplan NRW 2010	22
SemesterTicket NRW	24
Verbesserte Internetauskunft für das AnschlussTicket NRW	26
Harmonisierung der Beförderungsbedingungen in NRW	28
Kommunikation	30
Das neue Gesicht der Gemeinschaftskampagne	30
Kampagnenauftritt der DB Regio NRW zur RUHR.2010	34
Marktforschung	36
Relaunch des Kundenportals www.nahverkehr.nrw.de	36
Einnahmenaufteilung	38
Clearing und Einnahmenaufteilung im NRW-Tarif	38
Ansprechpartner beim KCM	40
Partner im NRW-Nahverkehr	41
Abkürzungsverzeichnis	42



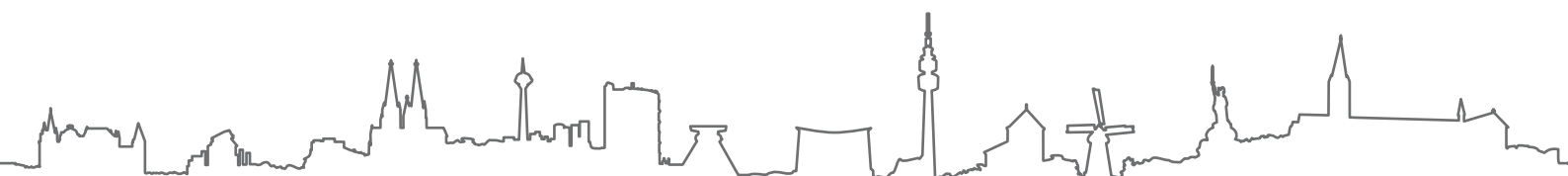
Klaus Vollmer

Liebe Leserinnen und Leser,

zehn Jahre ist es nun her: Seit dem 28. Mai 2000 ist Nordrhein-Westfalen flächendeckend mit Verbundtarifen abgedeckt. Mit der damaligen Einführung der fünf Verbundtarife in Westfalen konnte ein Prozess erfolgreich abgeschlossen werden, den das NRW-Verkehrsministerium im Jahre 1974 mit der Abgrenzung der neun Kooperationsräume für den ÖPNV begonnen hatte. Mit Blick auf die Kunden hat NRW damit im Nahverkehr die Voraussetzungen dafür geschaffen, dass die Menschen in ihren Heimat-Verbünden einfache und einheitliche Tarife vorfinden, die die Zugangsbarrieren zum ÖPNV minimieren.

Fünf Jahre später folgte am 12. Juni 2005 der NRW-Tarif, der die Lücke zwischen den Verbundtarifen geschlossen hat. Auch der NRW-Tarif ist längst aus seinen Kinderschuhen herausgewachsen und hat sich zum drittumsatzstärksten Verbundtarif in NRW entwickelt.

Mit ca. 136,4 Millionen Euro verzeichnet der NRW-Tarif im Jahr 2009 eine Rekordeinnahme (plus 8,7 Prozent gegenüber 2008). Die Steigerung ist auch in diesem Jahr im Wesentlichen auf den Erfolg des SemesterTickets NRW zurückzuführen, das 2009 mit einem Umsatz von ca. 23,5 Millionen Euro aufwarten kann (plus 112 Prozent). Inzwischen sind bereits 93 Prozent der berechtigten Studierenden mit der NRW-weiten Nahverkehrsmobilität ausgestattet.



Mit der zunehmenden Bedeutung des NRW-Tarifs sind auch die Aufgaben des KCM erheblich gewachsen. Das KCM versteht sich als Dienstleister für die NRW-Tariflandschaft und bietet umfangreiche Serviceprodukte sowie Informations- und Managementleistungen an. Mit diesen Funktionen betreut das KCM umfassend den NRW-Tarif und die landesweiten Informations- und Kommunikationsaktivitäten der Tarifakteure. Finanziert wird das KCM dabei durch das NRW-Ministerium für Bauen und Verkehr, das alle wichtigen Entscheidungen im Rahmen seines Vorsitzes im Landesarbeitskreis Nahverkehr NRW herbeiführt.

Seit Januar 2010 tritt die Gemeinschaftskampagne „Der neue Nahverkehr in NRW“ mit der kurzen und prägnanten Textbotschaft „Busse & Bahnen NRW“ auf, unter der sich alle Nahverkehrsakteure in NRW wiederfinden. Das neue Logo rückt das Wesentliche in den Vordergrund: die Verkehrsmittel des Nahverkehrs in NRW, mit denen täglich Millionen Menschen unterwegs sind.

Wichtigste Marketingaktivität im Jahr 2010 ist die Vorteilskampagne 3:0 für Bus und Bahn mit Manni Breuckmann. Im Rahmen einer Roadshow transportiert der bekannte und beliebte (Sport-)Reporter drei Werbebotschaften des ÖPNV: 1. Schont die Umwelt, 2. Spart Geld, 3. Schenkt Zeit. Radiospots flankieren die Kampagne, die an mehr als einem Dutzend Orten in NRW stattfindet und den ÖPNV fortschrittlich und dynamisch präsentiert.

Anfang 2010 ist es gelungen, die Beförderungsbedingungen für alle Nahverkehrsmittel in NRW zu einem einheitlichen Werk zusammenzufassen. Dieses Werk wird nun vom KCM betreut und nach Abstimmung in den Gremien nur noch einheitlich für NRW fortgeschrieben. Auch die neu geschaffene Mobilitätsgarantie NRW ist Bestandteil dieses Gemeinschaftswerks aller NRW-Akteure, das den landesweiten Mindeststandard bei Abfahrtsverspätungen definiert. Die Mobilitätsgarantie NRW ermöglicht den Kunden des Nahverkehrs im

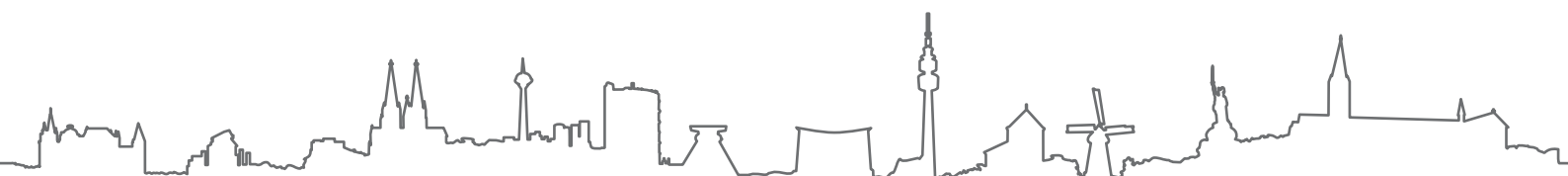
Verspätungsfall, ein Taxi oder einen Fernverkehrszug zur Erreichung ihrer Ziele zu nutzen.

Wie immer finden Sie im vorliegenden Tarifbericht aktuelle Übersichten zu Tickets, Preisen, Verkehrsvolumina und Einnahmen. Außerdem konnte das KCM eine Reihe weiterer Entwicklungen vorantreiben, die Ihnen in den folgenden Kapiteln präsentiert werden. Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Lesen und lege Ihnen bereits jetzt den Bericht des nächsten Jahres ans Herz, in dem wir u.a. über die Ergebnisse der Strategieklausur NRW berichten werden, die Mitte 2010 in Wuppertal stattfinden soll.

Klaus Vollmer

Leiter des Kompetenzzentrums Marketing NRW
Prokurist der Verkehrsverbund Rhein-Sieg GmbH

Noch ein Wort in eigener Sache: In vielfacher Weise wurde das KCM in den letzten Monaten darum gebeten, eine neue Logo-Familie für die NRW-Kompetenzcenter zu entwickeln, welche u.a. folgende Kriterien erfüllen sollte: Das Logo sollte ein modernes Design aufweisen, das Herkunftsland (NRW) sollte sichtbar sein, das Logo sollte auch ohne Erklärungen für sich stehen können. Mit der neuen Logo-Familie ist das nach unserer Überzeugung wegen des klaren Layouts und der deutlichen optischen Überlegenheit gegenüber der alten Version bestens gelungen.





Bilanz des Nahverkehrs in NRW

Der NRW-Nahverkehr trotz der Wirtschaftskrise: Bei noch geringfügig höheren Fahrgastzahlen steigen die Einnahmen um 4 Prozent.

Das Jahr 2009 geht in die deutsche Wirtschaftsgeschichte als Krisenjahr ein, in dem das Bruttoinlandsprodukt bislang seinen stärksten Rückgang in der gesamten Nachkriegszeit verzeichnet.

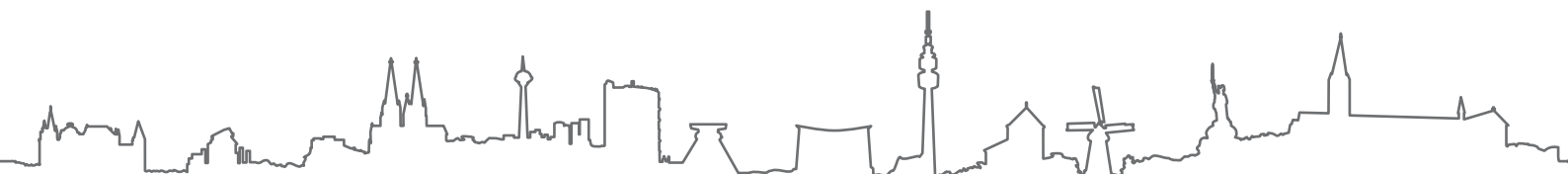
Trotz der schwierigen konjunkturellen Rahmenbedingungen blickt der Nahverkehr in Deutschland auf ein positives Geschäftsjahr zurück. Das hohe Fahrgastniveau des vergangenen Jahres konnte meist gehalten, teilweise sogar gesteigert werden. Seitens des VDV wurde dies für seine Mitgliedsunternehmen einerseits auf die leicht erhöhte Konsumnachfrage, die sich positiv im Bereich der Fahrten zum Einkauf und Freizeit auswirkten, sowie andererseits auf den vermehrten Einsatz von Kurzarbeit und eine damit einhergehende weitestgehend stabile Anzahl an Erwerbstätigen im Jahresdurchschnitt zurückgeführt.

Die nähere Betrachtung des Nahverkehrs in NRW zeigt, dass auch dieser sich nahtlos in den deutschlandweiten Trend einfügt. Im Jahr 2009 wurden 2,07 Milliarden entgeltliche Fahrten mit öffentlichen Nahverkehrsmitteln in NRW zurückgelegt. Dies entspricht einem Fahrtenzuwachs von ca. 0,2 Prozent¹⁾ gegenüber dem Jahr 2008. Die Einnahmen im öffentlichen Nahverkehr in NRW beliefen sich im Jahr 2009 auf 2,06 Milliarden Euro. Während die Fahrten relativ konstant

blieben, konnte bei den Einnahmen ein deutliches Plus von 4 Prozent verzeichnet werden. Der Nahverkehr in NRW gliedert sich aus tariflicher Sicht in neun Verbundtarife entsprechend den neun Kooperationsräumen. Ergänzend hierzu gilt für Fahrten zwischen zwei oder mehreren Kooperationsräumen der NRW-Tarif. Durch den konsequenten Ausbau der Ticketpalette ist der NRW-Tarif seit seiner Einführung im Jahr 2004 ein integraler Bestandteil der NRW-Verbundtarife.

Bezüglich ihrer Fahrgäste weisen die Verbundtarife und der NRW-Tarif stark unterschiedliche Nutzerstrukturen auf. Innerhalb der Kooperationsräume dominieren die Vielfahrer. Dies zeigt sich an dem hohen Anteil des Zeitkartensegments im Verhältnis zum Bartarif, sowohl die Fahrten als auch die Einnahmen betreffend.

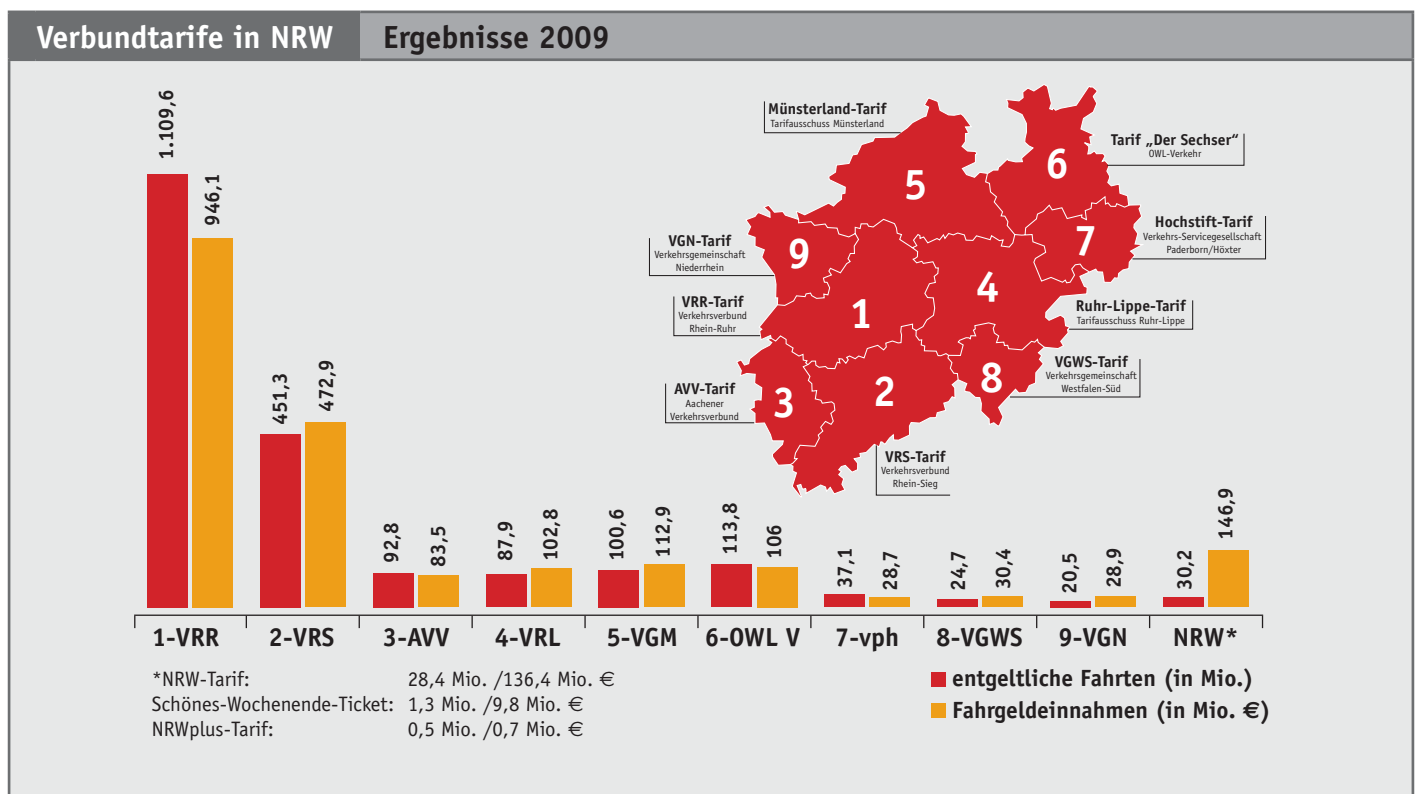
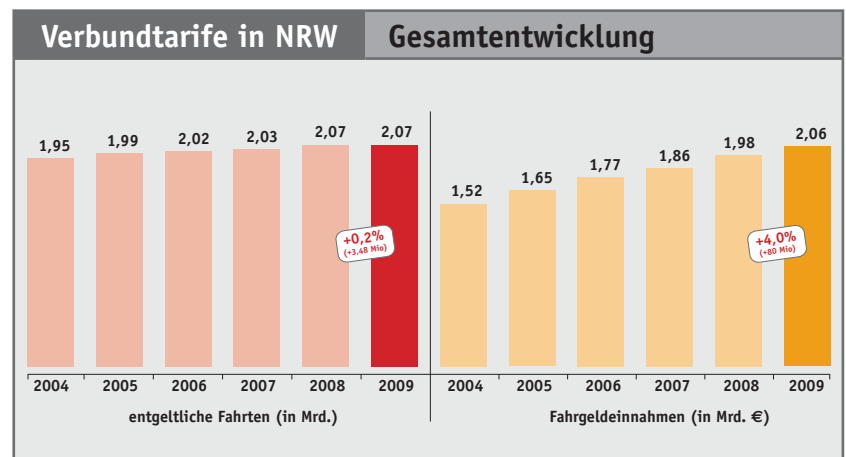
Der NRW-Tarif ist im Unterschied dazu stark vom Freizeitverkehr geprägt. Doch auch mit dem NRW-Tarif konnten in den letzten zwei Jahren mit dem SemesterTicket NRW Vielfahrer angesprochen werden, so dass im Jahr 2009 fast 50 Prozent der Fahrten und rund 28 Prozent der Einnahmen auf Zeitkarten entfielen. Vor Einführung des SemesterTickets NRW im Jahr 2007 machte das Zeitkartensegment noch einen Einnahmenanteil von 13 Prozent und 30 Prozent der Fahrten aus.



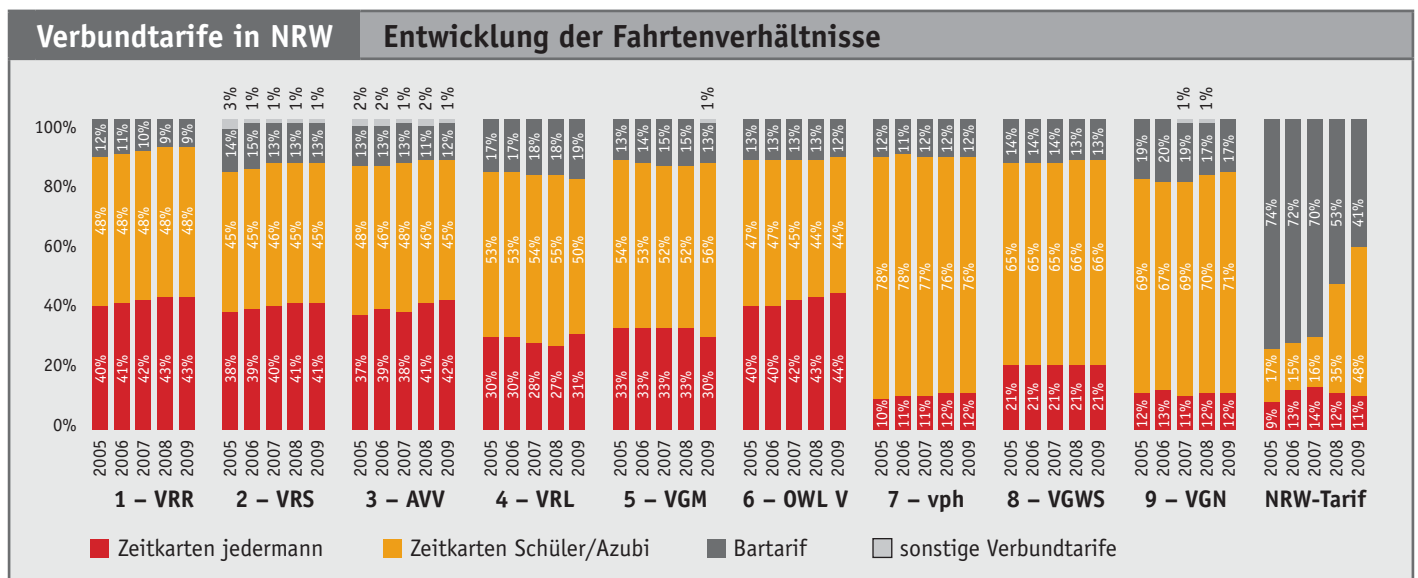
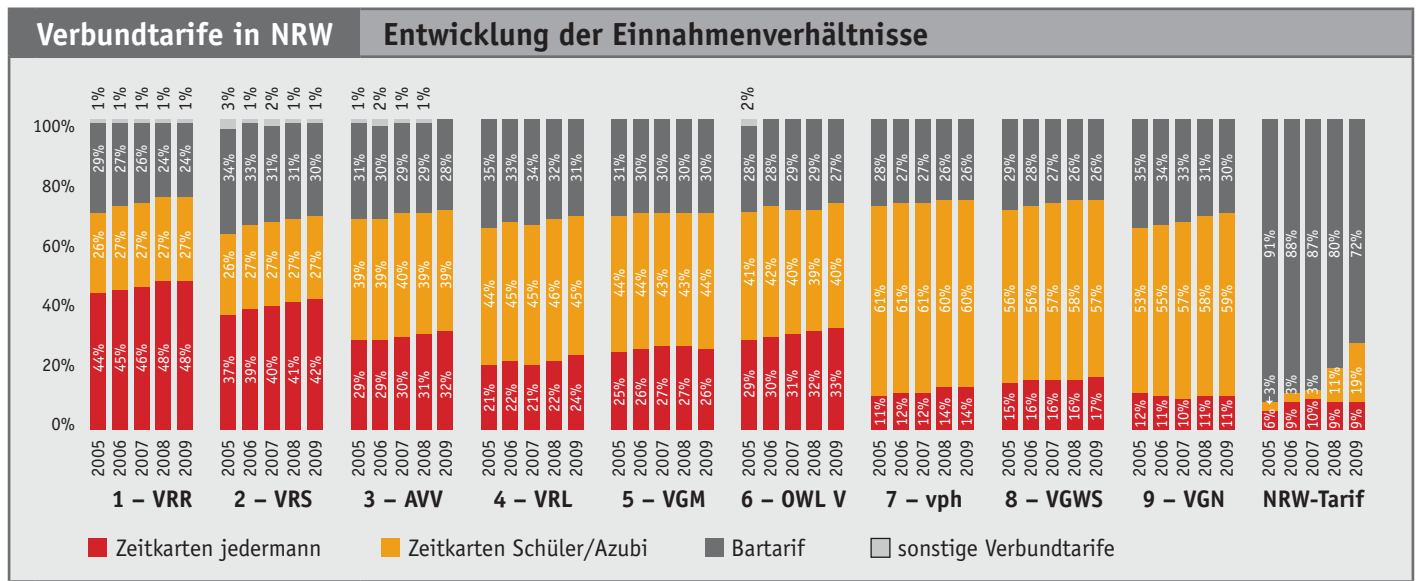
Grundsätzlich besteht beim NRW-Tarif aber nur eine begrenzte Möglichkeit, Vielfahrer wie Schüler, Senioren sowie Berufstätige anzusprechen, da in der Regel die durchschnittliche Wegeweite abgeleitet aus der Studie Mobilität in Deutschland (MID 2008) bei ca. 11 km liegt. In einer Analyse aus dem Jahr 2006 wurde bei den NRW-RelationspreisTickets eine durchschnittliche Reiseweite von 64 km ermittelt. Dies bedeutet für den NRW-Tarif, dass nur eine relativ geringe Anzahl an Personen regelmäßigen Bedarf an Fahrten im Geltungsbereich des NRW-Tarifs hat.

Mit dem SemesterTicket NRW konnte bereits eine wichtige Kundengruppe hinzugewonnen werden. Inwiefern in Zukunft spezielle Angebote im Rahmen des NRW-Tarifs für Senioren und Berufstätige etabliert werden können, muss anhand konkreter Marktforschungen analysiert

werden. Der NRW-Tarif ist derzeit in erster Linie ein Tarif für Gelegenheitsfahrer, der mehrheitlich im Freizeitbereich genutzt wird. Eine weitere Stärkung der Zeitkarten wird in Zukunft angestrebt.



Quelle: Angaben der Verkehrsverbünde/-gemeinschaften, DB Regio NRW



Petra Bieser

Kompetenzcenter Marketing NRW

1) Anmerkung: Das statistische Landesamt Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT.NRW) ermittelte, abweichend von der oben bezifferten Fahrtenanzahl, für das Jahr 2009 einen Rückgang der Fahrgastzahlen in NRW von Minus 0,3 Prozent. Hierzu sei angemerkt, dass sich die Differenz beider Angaben durch unterschiedliche statistische Zuordnung der Fahrten erklären lässt. Während die in diesem Artikel veröffentlichten Daten alle entgeltlichen Fahrten in NRW beinhalten, werden seitens des statistischen Landesamtes die Fahrgäste den Verkehrsunternehmen zugeordnet. Aufgrund einer Reihe von Vergaben von SPNV-Leistungen im vergangenen Jahr an nicht in NRW ansässige Verkehrsunternehmen werden deren Fahrgäste nun statistisch dem Bundesland ihres Unternehmenssitzes zugeschlagen, obwohl die Fahrgäste de facto mit den Bussen und Bahnen in NRW unterwegs waren.



Das KCM als Dienstleister für die NRW-Tariflandschaft

Mit zunehmender Bedeutung des NRW-Tarifs wachsen auch die Aufgaben des KCM. Daher bietet das KCM inzwischen eine reichhaltige Palette von Dienstleistungen für die NRW-Tariflandschaft an.

Das KCM hat bereits die Konzeption des NRW-Tarifs in Abstimmung mit den Akteuren im NRW-Nahverkehr ausgearbeitet und begleitet. Primäre Aufgabe des KCM ist die Planung, Organisation und Durchführung angebots-, tarif- und vermarktungsbezogener Maßnahmen für den NRW-Tarif. Die landesweite Koordination und Abstimmung von Fragen zur Einnahmenaufteilung sowie deren operative Durchführung sind weitere wesentliche Bestandteile des breiten Aufgabenspektrums.

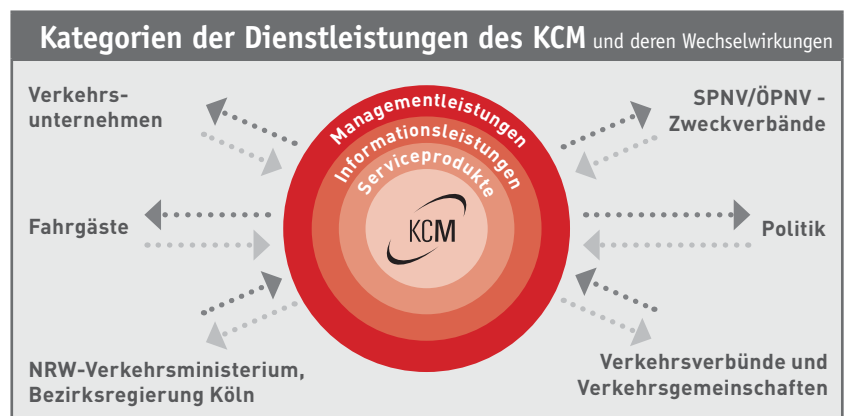
Dabei fungiert das KCM als „Geschäftsstelle“ für den NRW-Tarif, bearbeitet und koordiniert alle landesweit relevanten Tarif- und Marketingthemen, berät und unterstützt Verkehrsverbünde und Gemeinschaften, Zweckverbände sowie Verkehrsunternehmen. Durch die seit 2005 kontinuierlich gestiegene Bedeutung des NRW-Tarifs und eine zunehmende Verzahnung der NRW-Tariflandschaft erfüllt das KCM heute zahlreiche zusätzliche Funktionen über das originäre Kerngeschäft hinaus.

Die Dienstleistungen des KCM können dabei in drei Kategorien gegliedert werden:

- Serviceprodukte
- Informationsleistungen
- Managementleistungen

Diese Kategorien dürfen allerdings nicht isoliert betrachtet werden, sondern es bestehen vielmehr Wechselwirkungen zwischen den Dienstleistungen des KCM und den betroffenen Partnern bzw. dem Umfeld. Die untenstehende Abbildung verdeutlicht diese Zusammenhänge.

Vor diesem Hintergrund gibt der vorliegende Beitrag eine Übersicht der vom KCM erbrachten Dienstleistungen. Dabei werden aus den jeweiligen Kategorien einzelne Aspekte aufgegriffen und diese kurz skizziert. Eine Einbettung in das Umfeld bzw. die Berücksichtigung von Wechselwirkungen zu Dritten werden dabei außer Acht gelassen. Eine Gesamtübersicht aller Dienstleistungen des KCM bietet anhand der oben erfolgten Systematik die Abbildung am Ende des Beitrags.



Serviceprodukte

Die Kategorie Serviceprodukte umfasst primäre, teils repetitive Aufgaben des KCM, die sich im engeren Sinne mit dem NRW-Tarif befassen und einen greifbaren Output generieren.

Zentrales Serviceprodukt stellt die Ticketpalette des NRW-Tarifs dar. Mit Einführung der RelationspreisTickets im Jahr 2005 avancierte die Ticketpalette zu einem eigenständigen Verbundtarif. Durch die kontinuierliche Pflege und Weiterentwicklung des Sortiments konnten innovative und erfolgreiche Ticketangebote zusätzlich am Markt platziert werden (z. B. Konzeption und Umsetzung des SemesterTickets NRW). Zudem analysiert das KCM die Rahmenbedingungen für die Preisfortschreibungen (Verkaufszahlen, wirtschaftliche Einflüsse etc.) und erarbeitet auf dieser Basis jährlich einen Vorschlag zur preislichen und systematischen Fortschreibung des NRW-Tarifs.

Die treuhänderische Verwaltung und Aufteilung der Einnahmen aus dem NRW-Tarif ist ein weiteres wesentliches Serviceprodukt des KCM. Dabei agiert das KCM nicht nur als neutrale Clearing- und Controllingstelle, sondern auch als Schnittstelle zwischen den Kooperationspartnern. Neben der operativen Umsetzung der Einnahmenaufteilung ist das KCM für die Konzeption und Fortschreibung der Einnahmenaufteilungsverfahren verantwortlich und schafft mit den der Einnahmenaufteilung zugrunde liegenden Vertragswerken einen vertrauensvollen und rechtssicheren Rahmen für alle Akteure im NRW-Nahverkehr.

Informationsleistungen

Die Informationsleistungen stellen kundenorientierte bzw. fachspezifische Veröffentlichungen dar, die zumeist als Printmedien (z. B. der vorliegende NRW-TarifBericht 2009/2010) oder in elektronischer Fassung publiziert werden.

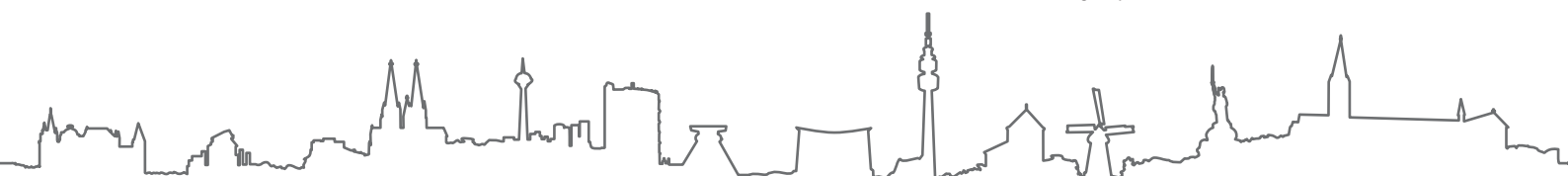
Der Internetauftritt zum landesweiten Nahverkehr unter www.nahverkehr.nrw.de bietet dem Kunden die zentralen Informationen rund um Busse & Bahnen NRW. Im Vordergrund stehen dabei grundlegende Ticketinformationen und eine mit der Fahrplanauskunft verknüpfte Tarifberatung. Der Ticketshop ermöglicht außerdem den unmittelbaren Erwerb vieler Tickets des NRW-Tarifs. Darüber hinaus werden dem Kunden zu aktuellen Themen Informationen sowie Freizeit-Tipps rund um NRW geboten.

Die Fachleute der NRW-Tariflandschaft profitieren durch diverse vom KCM durchgeführte Marktforschungen. Die aufbereiteten Ergebnisse dienen mit ihren wesentlichen Erkenntnissen als fachliche Entscheidungsgrundlage in den Landes- und regionalen Gremien und als relevantes Hintergrundmaterial für sachliche Diskussionen und Publikationen. Zu dem Bereich der Marktforschungen gehört dabei nicht nur das alle zwei Jahre erhobene NRW-Kundenbarometer zur Kundenzufriedenheit, sondern z. B. auch die Akzeptanzanalyse zum SemesterTicket NRW.

Managementleistungen

Als Grundlage zur erfolgreichen Bewältigung des Kerngeschäftes des KCM sind darüber hinaus allgemeine organisatorische Tätigkeiten unabdingbar. Diese Managementleistungen sichern den reibungslosen Ablauf sowohl in der internen als auch in der externen Kommunikation.

Beispielgebend für die Managementleistungen seien die Beratungs- und Unterstützungsfunktionen genannt. Das KCM unterstützt seine Partner in vielfältigen Bereichen: telefonisch, schriftlich und auch unmittelbar im persönlichen Gespräch. Hierbei stehen vor allem die fachliche Unterstützung bei regionalen Fragestellungen betreffend Tarif, Vertrieb, Einnahmenaufteilung sowie die Beantwortung von Kundenanfragen im Vordergrund, aber auch die Durchführung von Moderationsgesprächen in Streitfällen. Zudem



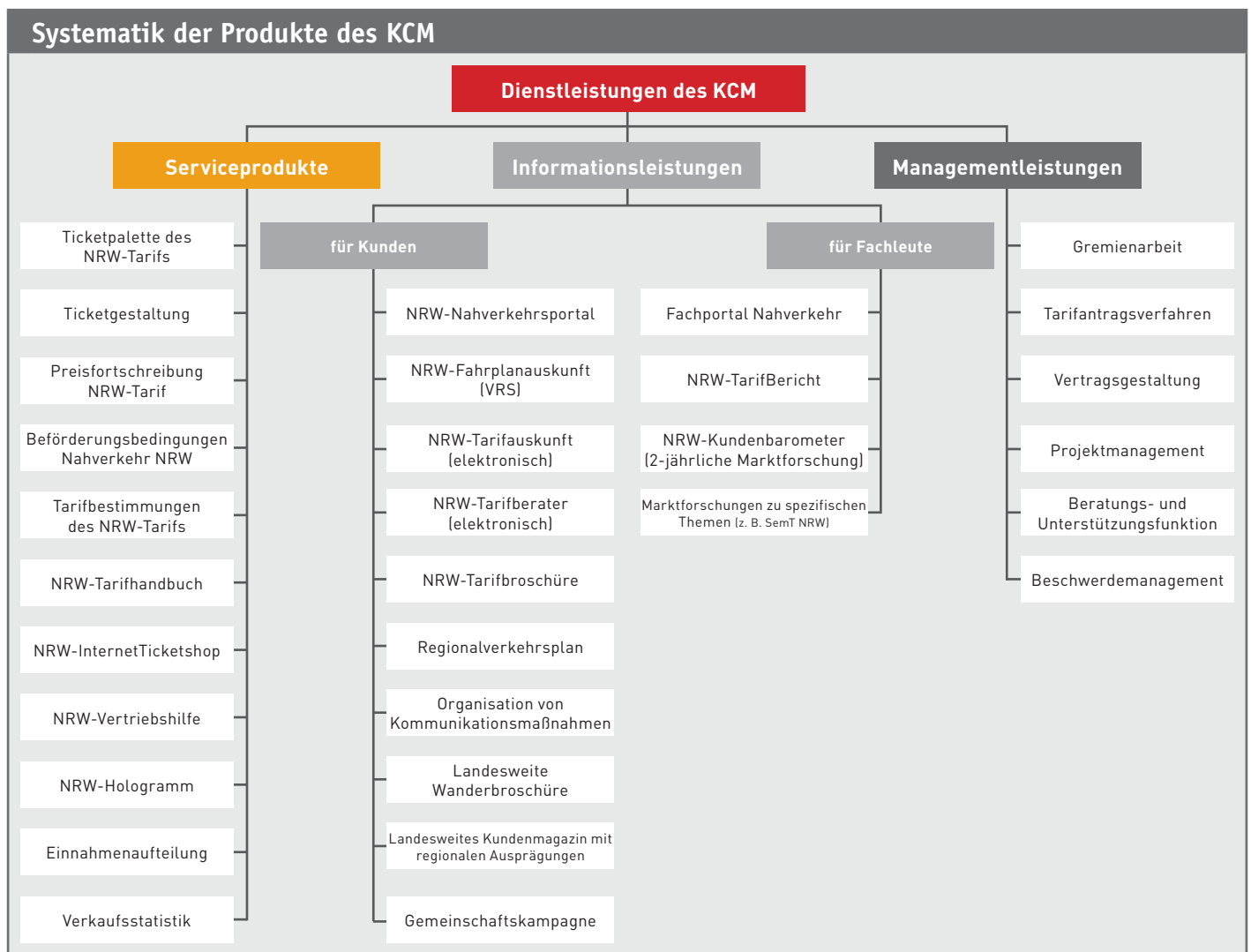
übernimmt das KCM die Federführung bei der Schaffung landesweit einheitlicher rechtlicher Rahmenbedingungen wie z. B. für das Semester-Ticket NRW oder die Mobilitätsgarantie NRW.

Um die Vollständigkeit dennoch zu gewährleisten, enthält nachfolgende Systematik abschließend eine Übersicht aller Dienstleistungen des KCM.

Petra Bieser und Holger Pffenings

Kompetenzcenter Marketing NRW

Da eine Beschreibung aller Dienstleistungen des KCM den Rahmen dieses Beitrages sprengen würde, möchten die Autoren sich bewusst auf die beispielgebend genannten Dienstleistungen beschränken. Hierbei handelt es sich sicherlich um typische Dienstleistungen, die leicht zu skizzieren sind. Daneben besteht eine Vielzahl weiterer Dienstleistungen, die teilweise nicht in der gebotenen Kürze abgebildet werden können.





Tarif, Tickets und Preise

Analysephase als Basis zukünftiger Optimierungsbestrebungen: Derzeit werden die Voraussetzungen zur Festlegung der strategischen und operativen Ausrichtung der kommenden Jahre geschaffen.

Die zum 10. Juni 2007 durchgeführte Systemergänzung (3. Ausbaustufe) des NRW-Tarifs, bei der die gemeindliche Gleichstellung und die Integration der schienenfernen Gemeinden in die Verkaufssysteme umgesetzt wurden, ist seitens der Fahrgäste umfassend akzeptiert worden. Darauf aufbauend wurde 2008 das OnlineTicket NRW implementiert, das SemesterTicket NRW als neues Tarifangebot am Markt positioniert und die Tarifberatung im Internet weiter verbessert.

Um die Neuerungen dem Fahrgast nahezubringen und ihn mit diesen vertraut zu machen, wurde in den beiden Folgejahren auf eine Einführung neuer Ticketangebote weitgehend verzichtet. Diese „Konsolidierungsphase“ hatte das primäre Ziel, das bestehende Tarifangebot weiter am Markt zu festigen.

Handlungsschwerpunkte 2009

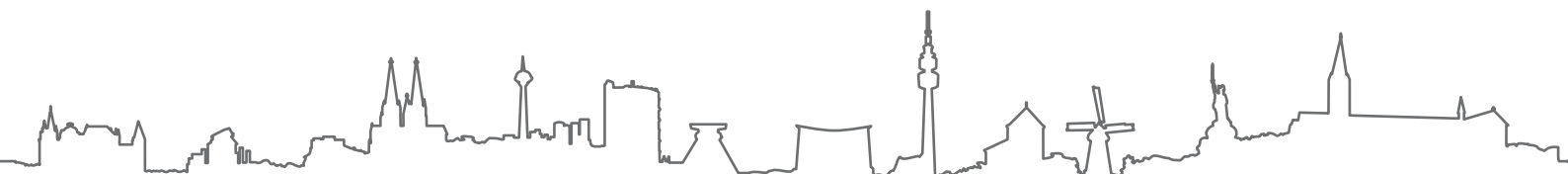
Die Arbeiten des KCM im Jahre 2009 waren vorrangig geprägt durch die Arbeitsaufträge und Ziele der vorausgegangenen 2008er Strategieklausur NRW. Zu diesen gehören:

- Strategien zur kundengerechten Weiterentwicklung der räumlichen Tariflandschaft entwickeln,

- Vorstellungen zur Modernisierung der NRW-Preissystematik bei den RelationspreisTickets erarbeiten,
- Möglichkeiten zur Änderung der Ticketpalette (RPT und PPT) aufzeigen,
- Beförderungsbedingungen NRW-weit harmonisieren und Tarifbestimmungen angleichen,
- eine landesweite Mobilitätsgarantie erarbeiten und
- die Tarifeinnahmen steigern.

Auf dieser Basis wurde eine Reihe von wesentlichen Weiterentwicklungen durch das KCM initiiert:

- NRW-einheitliche Beförderungsbedingungen (BB NRW) wurden zum 1. Januar 2010 umgesetzt.
- Bestandteil der BB NRW ist u. a. auch die Mobilitätsgarantie NRW, die landesweit einheitliche Mindeststandards im Falle von Verspätungen oder Ausfällen von Nahverkehrsmitteln festlegt.
- Das SemesterTicket NRW wurde weiter verbreitet und bedient jetzt ca. 360.000 Studierende in NRW (entspricht über 90 Prozent aller Studierenden mit regionalem Semesterticket).
- Die Aufteilung der Einnahmen im SPNV auf Aufgabenträger und EVU wurde neu geregelt: Diese Aufgabe fällt jetzt dem KCM zu.



Darüber hinaus wurde 2009 anlässlich der RUHR.2010, bei der die ganze Ruhr-Region Kulturhauptstadt ist, das RUHR.2010Ticket NRW konzipiert. Dieses zusätzliche Ticketangebot, welches im Segment der PauschalpreisTickets angesiedelt wird, ist speziell auf die Bedürfnisse der Kulturhauptstadt-Besucher abgestimmt und wird ausschließlich 2010 angeboten. Weitere Informationen zu diesem Ticketangebot enthält der Beitrag „Kampagnenauftritt der DB Regio NRW zur RUHR.2010“.

Preisfortschreibung 2010

Im Rahmen der allgemeinen Kostenentwicklung wurden die Fahrpreise im NRW-Tarif im Jahr 2010 angepasst. Dabei

orientierte sich die Preisfortschreibung im NRW-Tarif an den Entwicklungen in den neun Kooperationsräumen sowie an der Entwicklung des Nahverkehrstarifs (C-Preis) der DB. Bei den PauschalpreisTickets standen neben den wirtschaftlichen Aspekten die Marktverträglichkeit und die Orientierung an der „Leitgröße“ Schönes-Wochenende-Ticket im Vordergrund. Aufgrund der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen wurde dabei bewusst eine moderate Preismaßnahme angestrebt. Die Preisanpassung 2010 für die PauschalpreisTickets betrug im Mittel 1,6 Prozent.

Der NRW-Tarif ...

- ... ist ein landesweiter Verbundtarif
- ... gilt zwischen den Verbundregionen
- ... gilt nicht dort, wo Verbundtarife Gültigkeit haben
- ... ersetzt innerhalb von NRW die SPNV-Tarife
- ... ersetzt im Nahverkehr innerhalb von NRW den NRWplus-Tarif
- ... ist unternehmensneutral

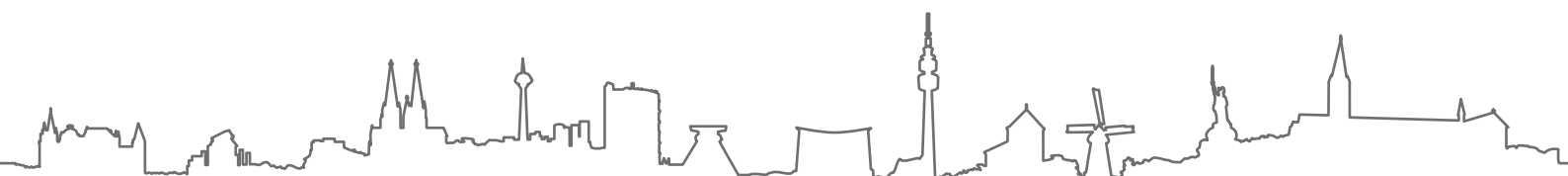
PauschalpreisTickets ...	2010	2009
für eine Fahrt		
SchöneFahrtTicket NRW Erwachsene	16,00 €	16,00 €
SchöneFahrtTicket NRW Kinder	8,00 €	8,00 €
für einen Tag		
SchönerTagTicket NRW Single ¹⁾	25,00 €	25,00 €
SchönerTagTicket NRW 5 Personen ¹⁾	35,00 €	34,00 €
FahrradTicket NRW	4,00 €	4,00 €
Schönes-Wochenende-Ticket ^{1) 2)}	37,00 €	37,00 €
für 48 Stunden		
RUHR.2010Ticket NRW (Angebot zeitlich befristet)	48,00 €	-
für einen Ferienzeitraum		
SchöneFerienTicket NRW Ostern, Herbst, Winter	23,00 €	21,50 €
SchöneFerienTicket NRW Sommer	50,00 €	50,00 €
für ein Semester	WS 09/10	SS 2009
SemesterTicket NRW	37,10 €	37,10 €
für ein Jahr		
SchönesJahrTicket NRW (1. Klasse)	3.675,00 €	3.545,00 €
darin enthaltener plus-Betrag (ÖSPV)	455,00 €	440,00 €
SchönesJahrTicket NRW (2. Klasse)	2.600,00 €	2.510,00 €
darin enthaltener plus-Betrag (ÖSPV)	455,00 €	440,00 €
im Abonnement		
SchönesJahrTicket NRW Abo (1. Klasse)	320,00 €	310,00 €
darin enthaltener plus-Betrag (ÖSPV)	40,00 €	38,50 €
SchönesJahrTicket NRW Abo (2. Klasse)	225,00 €	220,00 €
darin enthaltener plus-Betrag (ÖSPV)	40,00 €	38,50 €

¹⁾ Preis im personenbedienten Verkauf der DB/DB-Agenturen zzgl. 2,00 €

²⁾ kein NRW-Tarif; nachrichtliche Angabe

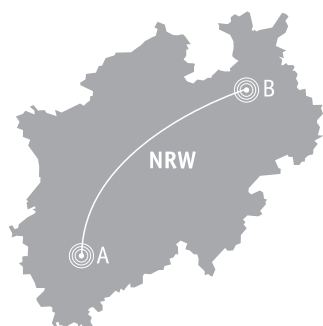


Tickets zum Pauschalpreis gelten in ganz NRW – der Einheitspreis ist unabhängig von der Reiseweite



Die Preismaßnahme bei den RelationspreisTickets war maßgeblich geprägt von der Entwicklung des Nahverkehrstarifs der DB. Zum Fahrplanwechsel 09/10 wurde im C-Preis der DB eine Erhöhung um durchschnittlich 1,8 Prozent durchgeführt. Die plus-Preise wurden um durchschnittlich

7,6 Prozent angepasst, was im Wesentlichen darauf zurückzuführen ist, dass die kleinste Einheit für eine Preismaßnahme in dieser Preiskomponente 10 Cent beträgt. Im Mittel resultierte daraus eine Preisanpassung bei den RelationspreisTickets des NRW-Tarifs von etwa 2,5 Prozent.



Tickets zum Relationspreis gelten für eine festgelegte Relation/Verbindung – der Preis ist abhängig vom Ziel

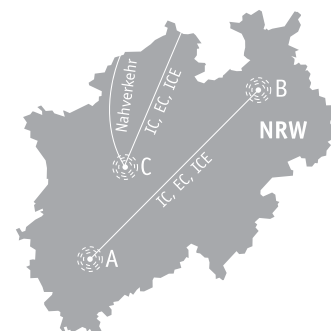
RelationspreisTickets ...		2010	2009
für eine Fahrt		plus-Beträge	
	SchöneReiseTicket NRW Erwachsene	1,20 €	1,10 €
	SchöneReiseTicket NRW Kinder	0,60 €	0,55 €
	AnschlussTicket NRW Erwachsene	1,20 €	1,10 €
	AnschlussTicket NRW Kinder	0,60 €	0,55 €
	SchöneReiseTicket NRW Gruppe Erwachsene ¹⁾	0,60 €	0,55 €
	SchöneReiseTicket NRW Gruppe Kinder ¹⁾	0,30 €	0,30 €
BahnCard25	SchöneReiseTicket NRW Erwachsene	0,90 €	0,85 €
	SchöneReiseTicket NRW Kinder	0,45 €	0,40 €
	AnschlussTicket NRW Erwachsene	0,90 €	0,85 €
	AnschlussTicket NRW Kinder	0,45 €	0,40 €
BahnCard50	SchöneReiseTicket NRW Erwachsene	0,60 €	0,55 €
	SchöneReiseTicket NRW Kinder	0,30 €	0,30 €
	AnschlussTicket NRW Erwachsene	0,60 €	0,55 €
	AnschlussTicket NRW Kinder	0,30 €	0,30 €
für eine Hin- und Rückfahrt			
	SchöneReiseTicket NRW Hin&Rück Erwachsene	2,40 €	2,20 €
	SchöneReiseTicket NRW Hin&Rück Kinder	1,20 €	1,10 €
	AnschlussTicket NRW Hin&Rück Erwachsene	2,40 €	2,20 €
	AnschlussTicket NRW Hin&Rück Kinder	1,20 €	1,10 €
	SchöneReiseTicket NRW Gruppe Hin&Rück Erwachsene ¹⁾	1,20 €	1,10 €
	SchöneReiseTicket NRW Gruppe Hin&Rück Kinder. ¹⁾	0,60 €	0,55 €
BahnCard25	SchöneReiseTicket NRW Hin&Rück Erwachsene	1,80 €	1,70 €
	SchöneReiseTicket NRW Hin&Rück Kinder	0,90 €	0,80 €
	AnschlussTicket NRW Hin&Rück Erwachsene	1,80 €	1,70 €
	AnschlussTicket NRW Hin&Rück Kinder	0,90 €	0,80 €
BahnCard50	SchöneReiseTicket NRW Hin&Rück Erwachsene	1,20 €	1,10 €
	SchöneReiseTicket NRW Hin&Rück Kinder	0,60 €	0,55 €
	AnschlussTicket NRW Hin&Rück Erwachsene	1,20 €	1,10 €
	AnschlussTicket NRW Hin&Rück Kinder	0,60 €	0,55 €
für eine Kalenderwoche			
	SchöneWocheTicket NRW	5,10 €	4,90 €
für einen Monat			
	SchönerMonatTicket NRW	18,80 €	18,10 €
	SchönerMonatTicket NRW Azubi	14,10 €	13,60 €
im Abonnement			
	SchönerMonatTicket NRW Abo	15,70 €	15,10 €
	SchönerMonatTicket NRW Azubi Abo	11,80 €	11,30 €

C-Preis²⁾ +

¹⁾ plus-Betrag pro Person ²⁾ Tarif für Züge der Produktklasse C der Deutschen Bahn AG

¹⁾ plus-Betrag pro Person ²⁾ Tarif für Züge der Produktklasse C der Deutschen Bahn AG

NRWplusTickets ...		2010	2009
		<i>plus-Beträge</i>	
<i>für eine Fahrt</i>	NRWplus Einzelfahrt Erwachsene	2,20 €	2,10 €
	NRWplus Einzelfahrt Kinder	1,20 €	1,20 €
<i>für eine Hin- und Rück-fahrt</i>	NRWplus Hin&Rück Erwachsene	4,40 €	4,20 €
	NRWplus Hin&Rück Kinder	2,40 €	2,40 €
<i>für einen Monat</i>	NRWplus Monat ICE	52,00 €	50,00 €
	NRWplus Monat ICE Abo	45,00 €	44,00 €



Auch bei den NRWplusTickets beträgt die kleinste Anpassungseinheit 10 Cent. Des Weiteren stand das Ziel im Vordergrund, den Kinderfahrpreis des NRWplus-Tarifs in die allgemeine Systematik des NRW-Tarifs zu überführen. Daher wurden die Kinderfahrpreise bei den plus-Beträgen nicht angepasst, um in Übereinstimmung mit der Systematik des restlichen NRW-Tarifs ein Niveau des halben Fahrpreises von Kindern im Vergleich zu dem Fahrpreis von Erwachsenen zu erreichen. Insgesamt erfolgte eine Anpassung der NRWplus-Beträge in Höhe von etwa 2,8 Prozent.

Weiterentwicklung des NRW-Tarifs – Analysephase

Im Anschluss an die „Konsolidierungsphase“ der Jahre 2008/2009 soll im Rahmen einer mehrstufigen „Analysephase“ die bestehende Ticketpalette auf Transparenz, Ausgereiftheit und Vollständigkeit überprüft werden. In einem ersten Schritt schafft das KCM die Grundlagen für eine fachliche Diskussion. Hierzu gehört neben einer Analyse des Status quo auch das Erarbeiten von Lösungsansätzen und -strategien. In einem zweiten Schritt werden die Inhalte durch Abstimmungsgespräche priorisiert und anschließend in einer dritten Stufe im Rahmen einer landesweiten Strategieklausur NRW im Sommer 2010 zur Diskussion gestellt. Die Strategieklausur NRW 2010 soll dabei die Weichen für die strategische und operative Ausrichtung in den kommenden Jahren stellen und fundierte Arbeits- und Untersuchungsaufträge aussprechen bzw. konkrete Umsetzungsvorgaben formulieren. Aus diesem Grund sind neben der temporären Einführung des RUHR.2010Tickets NRW anlässlich der Kulturhauptstadt RUHR.2010 keine weiteren Neuerungen

im Bereich der Produktpalette für das Jahr 2010 geplant.

Vielmehr sollen zur Weiterentwicklung des NRW-Tarifs weiterführende Analysen auf Grundlage umfangreicher Marktforschungsstudien vorgenommen werden. Auf diesem Wege sollen vorhandene, noch nicht ausgeschöpfte Potenziale aufgezeigt und Marktnischen zur Platzierung neuer Tarifangebote identifiziert werden. Dabei wird vor allem der Wunsch der Fahrgäste nach einfachen und verständlichen Tarifen im Vordergrund stehen. Auch neue Preissystematiken, wie die des „Quer-durchs-Land-Tickets“ der DB, welches 2009 als Pilotprojekt implementiert wurde, werden berücksichtigt. Somit ist erst nach Abschluss der Analysephase mit Durchführung der Strategieklausur NRW 2010 mit einer Anpassung und weiteren Optimierung der Systematik des NRW-Tarifs zu rechnen.

Neben diesen strukturellen Anpassungserwägungen muss parallel die preisliche Fortschreibung für 2011 diskutiert und dabei die geänderten Marktgegebenheiten berücksichtigt werden. Nach einem Rückgang der Energiekosten scheint deren weitere Entwicklung derzeit nicht zuverlässig prognostizierbar, während die Personalkosten tendenziell weiter steigen. Wie sich die Preise des NRW-Tarifs vor diesem Hintergrund entwickeln werden, wird sicherlich auch von den übrigen Marktgegebenheiten und äußeren Rahmenbedingungen abhängen.

Holger Pfnennings

Kompetenzcenter Marketing NRW

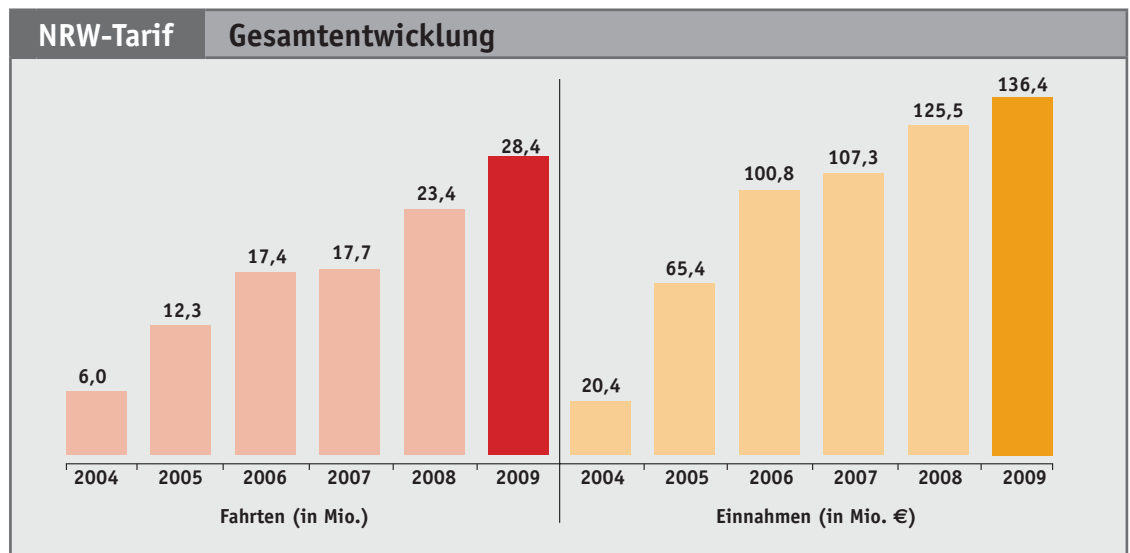
Tickets des NRWplus-Tarif sind fakultativ zu Tickets des Fernverkehrs sowie des ein- oder ausbrechenden Nahverkehrs erhältlich.



Nachfrage- und Verkaufsentwicklung des NRW-Tarifs

In den vergangenen Jahren wurde das Ticketsortiment des NRW-Tarifs kontinuierlich nachfrageorientiert ausgebaut. Ein Blick in die Verkaufsstatistik belegt, dass die Kenntnis der Kundenwünsche ein wichtiger Garant für den nach wie vor ungebrochenen Erfolg des NRW-Tarifs ist. Und so fällt die Bilanz auch für das Jahr 2009 ein weiteres Mal positiv aus.

Im Jahr 2009 ist ein Anstieg der Fahrten und Einnahmen im NRW-Tarif zu verzeichnen

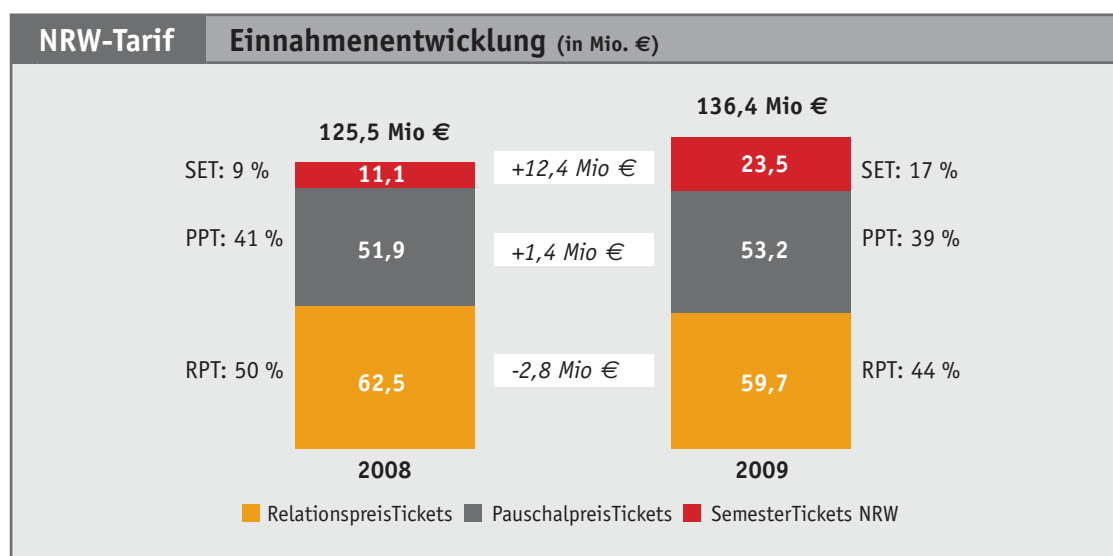


Die Erweiterung des Zeitkartensegments im Jahr 2008 mit der Einführung des SemesterTickets NRW hat einen wesentlichen Anteil am aktuellen Erfolg des NRW-Tarifs. So beliefen sich die Einnahmen im Jahr 2009 auf 136,4 Millionen Euro. Dies ist eine Steigerung im Vergleich zu 2008 um 8,7 Prozent bzw. in absoluten Werten um knapp 11 Millionen Euro. Durch den deutlichen Zuwachs im Zeitkartensegment konnte erwartungsgemäß auch die Anzahl an Fahrten von 23,4 Millionen im Jahr 2008 auf 28,4 Millionen Fahrten (+21,2 Prozent) im Jahr 2009 gesteigert werden.

SemesterTicket NRW

Das solidarfinanzierte Ticket ermöglicht den Studierenden eine an ihren sozialen und wirtschaftlichen Bedürfnissen ausgerichtete, umweltverträgliche Mobilität.

Das erstmals im Sommersemester 2008 angebotene SemesterTicket NRW hat in den vergangenen Semestern einen wahren Siegeszug in der Hochschullandschaft von NRW erlebt. Beteiligten sich zu Beginn nur acht Hochschulen mit insgesamt 83.000 Studierenden, so waren im Wintersemester 2009/2010 bereits 46 Hochschulen bzw. deren Studierende Vertragspartner des SemesterTickets NRW. Seit dem zurückliegenden Wintersemester sind nun erstmals alle großen Hochschulen, von der RWTH Aachen bis hin zur Westfälischen Wilhelms-Universität Münster, beim Semester-Ticket NRW dabei. Rund 370.000 Studierende im Land waren im Wintersemester 2009/2010 Inhaber eines SemesterTickets NRW. Dies bedeutet nach nur vier Semestern eine nahezu flächendeckende Ausstattung der Studierenden mit der NRW-weiten Fahrtberechtigung. Neue



Das SemesterTicket NRW realisiert bereits 17 Prozent der Einnahmen 2009

Vertragsabschlüsse werden dementsprechend in Zukunft nur noch vereinzelt mit kleineren Hochschulen erwartet.

Dieser Erfolg spiegelt sich auch in den Einnahmen wider. Im Jahr 2008 entfiel knapp ein Zehntel der Gesamteinnahmen auf das SemesterTicket NRW (11,1 Millionen Euro). Dieser Anteil erhöhte sich im Jahr 2009 auf 17 Prozent. Die Einnahmen beliefen sich nun auf 23,5 Millionen Euro.

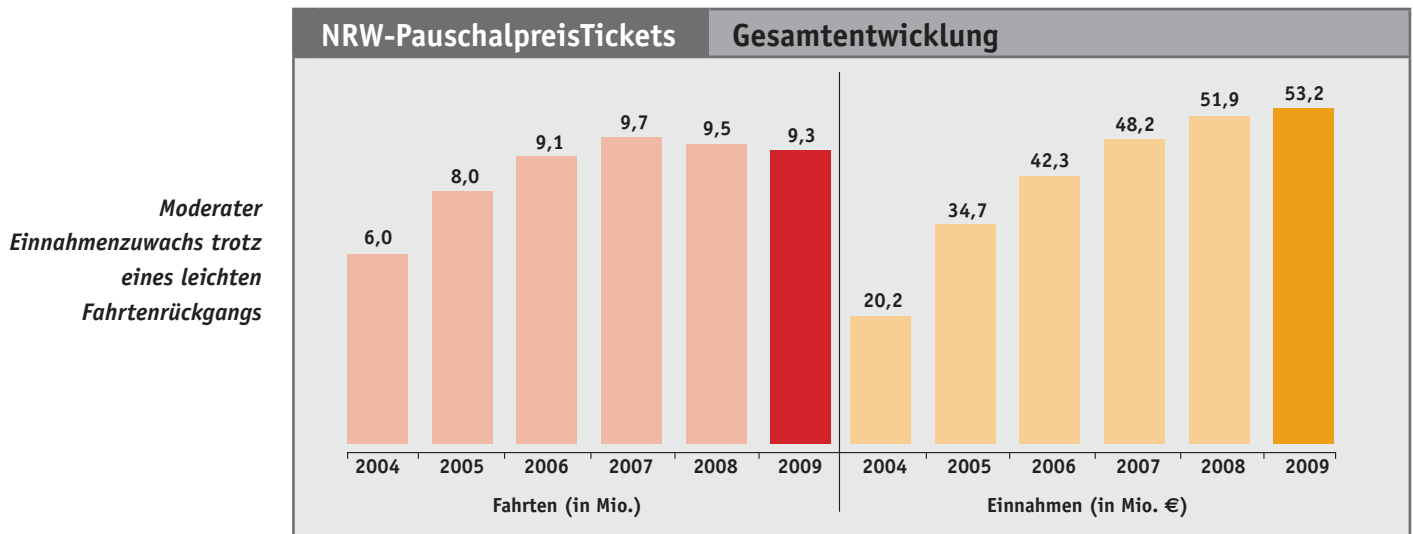
PauschalpreisTickets

Die eingängige Tarifierung der PauschalpreisTickets macht diese Tickets sehr beliebt bei den Fahrgästen. Mit einem PauschalpreisTicket ist der Fahrgast in einem festgelegten Zeitraum (2 Stunden, einem Tag, einem Ferienzeitraum oder einem Jahr) beliebig häufig mit nordrhein-westfälischen Nahverkehrsmitteln unterwegs.

Im Jahr 2009 konnten die Einnahmen der PauschalpreisTickets um 2,7 Prozent auf 53,2 Millionen Euro gesteigert werden. Das Einnahmenplus von ca. 1,4 Millionen Euro lässt sich hauptsächlich auf eine moderate Preisanpassung im Jahr 2009 zurückführen.

Die nähere Analyse der einzelnen Ticketarten zeigt, dass der Ticketabsatz des SchönerTagTickets NRW Single um 2,5 Prozent bzw. die Einnahmen um 1,1 Millionen Euro gesteigert werden konnten. Darüber hinaus verzeichnen die SchönesJahr Tickets NRW sowie die Abovariante eine über 50 Prozentige Absatzsteigerung. Dies entspricht Mehreinnahmen von 0,45 Millionen Euro. Besonders positiv ist diese Entwicklung, da weitere Kunden dauerhaft an den NRW-Tarif gebunden werden konnten.





Zunehmender Beliebtheit erfreut sich das FahrradTicket NRW. Die unkomplizierten Regelungen für eine NRW-weite Fahrradmitnahme schlagen sich auch in den Verkaufszahlen nieder. Knapp 125.000 Tickets wurden 2009 verkauft. Das war ein Zuwachs im Vergleich zum Vorjahr von 48 Prozent. Gemessen an den Gesamteinnahmen aus PauschalpreisTickets kommt dem FahrradTicket NRW lediglich eine geringe Bedeutung zu. Es zeigt sich aber dennoch, dass es ein nicht zu unterschätzendes, das Sortiment gut ergänzendes Ticketangebot ist und dem wachsenden Bedarf der Kunden nach Intermodalität entspricht.

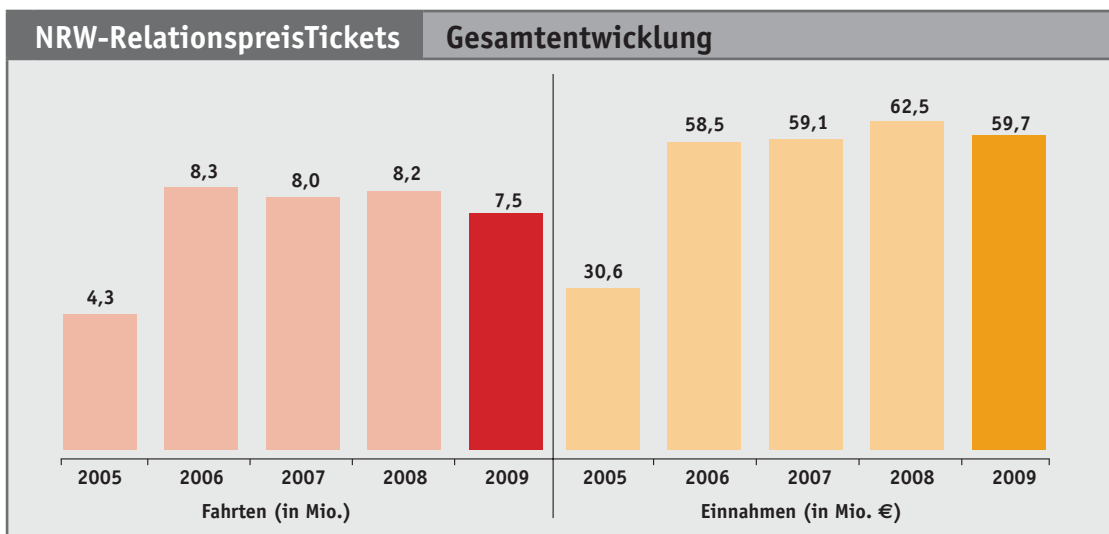
Wie auch schon im Jahr 2008 sind bei den SchöneFahrtTickets NRW wie auch bei den SchöneFerienTickets NRW weiterhin deutliche Rückgänge zu verzeichnen. Die Ursache für diesen Rückgang lässt sich durch Abwanderungseffekte zugunsten des SemesterTickets NRW erklären. Negativ entwickeln sich die Absatz- und Umsatzzahlen des SchönerTagTickets NRW

5 Personen. Ähnlich dem DB-Angebot des Schönes-Wochenende-Tickets weist dieses Ticket seit geraumer Zeit eine negative Tendenz auf, der langfristig im Rahmen der Weiterentwicklung des Ticketangebots begegnet werden könnte.

RelationspreisTickets

Wie sich aus dem Namen bereits ableiten lässt, gelten RelationspreisTickets auf einer festgelegten Verbindung, d.h. Start- und Zielgemeinde werden vom Kunden beim Ticketkauf angegeben. Die Preisbildung bei den RelationspreisTickets erfolgt auf Grundlage der Reiseweite. Eine Besonderheit ist hierbei, dass die BahnCard 25 und BahnCard 50 anerkannt werden.

Die RelationspreisTickets bilden mit 59,7 Millionen Euro im Jahr 2009 nach wie vor die einnahmestärkste Säule im NRW-Tarif. Stellten diese im Jahr 2007 – vor Einführung des SemesterTickets NRW – noch einen Einnahmenanteil von 55 Prozent, sank der Anteil für das Berichtsjahr 2009 auf nunmehr 44 Prozent der Gesamteinnahmen. Der Anteil der Einnahmen, der auf den Vor- und



Leichte Rückgänge bei Fahrten und Einnahmen der RelationspreisTickets

Nachlauf im ÖSPV entfällt, beträgt im Jahr 2009 5 Millionen Euro. Die Einnahmen aus diesen sogenannten plus-Beträgen sind damit nahezu konstant geblieben.

Insbesondere im Bartarif der RelationspreisTickets macht sich der Substitutionseffekt durch das SemesterTicket NRW deutlich bemerkbar. Aufgrund der bereits oben erwähnten nahezu flächendeckenden Ausstattung der Studierenden mit dem SemesterTicket NRW kann davon ausgegangen werden, dass der dadurch verursachte Substitutionseffekt bald sein maximales Ausmaß erreicht hat. Die entstandenen Verlagerungseffekte fielen, in Gesamtheit betrachtet, weitestgehend moderat aus.

Unbeeindruckt von den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und Verlagerungseffekten innerhalb des Ticketsortiments des NRW-Tarifs befinden sich – ebenso wie bei den PauschalpreisTickets – die Verkäufe im Abo-Bereich weiterhin im Aufwärtstrend. Sowohl die Einnahmen aus dem SchönerMonatTicket NRW Abo als auch

vom SchönerMonatTicket NRW Azubi Abo legen im Vergleich zum Jahr 2008 um jeweils über 8 Prozent zu.

Abschließend bleibt zu sagen, dass es dem NRW-Tarif gelungen ist, auch in einem wirtschaftlich schwierigen Jahr wie dem zurückliegenden seine Bedeutung für den Nahverkehr in NRW ein weiteres Mal unter Beweis zu stellen. Um den Erfolg der letzten Jahre fortführen zu können und den Fahrgästen auch weiterhin eine attraktive Alternative zum MIV bieten zu können, wird in den kommenden Jahren die Weiterentwicklung der Ticketpalette im Vordergrund stehen.

Petra Bieser

Kompetenzcenter Marketing NRW



PauschalpreisTickets

Ticketsortiment	Einnahmen [in Euro]		Veränderung		Fahrten ³⁾		Veränderung		Ticketabsatz		Veränderung	
	2009	2008	in %	absolut	2009	2008	in %	absolut	2009	2008	in %	absolut
SchöneFahrtTicket NRW Erwachsene	10.279.664	10.459.196	-1,7%	-179.532	642.491	688.110	-6,6%	-45.619	642.491	688.110	-6,6%	-45.619
SchöneFahrtTicket NRW Kinder	177.290	175.964	0,8%	1.326	22.163	23.154	-4,3%	-991	22.163	23.154	-4,3%	-991
SchönerTagTicket NRW Single	13.423.613	12.369.843	8,5%	1.053.770	1.585.785	1.547.661	2,5%	38.124	528.595	515.887	2,5%	12.708
SchönerTagTicket NRW 5 Personen	25.566.073	25.632.951	-0,3%	-66.878	4.440.102	4.579.224	-3,0%	-139.122	740.017	763.204	-3,0%	-23.187
FahrradTicket NRW	499.731	294.875	69,5%	204.856					124.933	84.250	48,3%	40.683
Bartarif gesamt	49.946.372	48.932.830	2,1%	1.013.542	6.690.541	6.838.149	-2,2%	-147.608	2.058.199	2.074.605	-0,8%	-16.406
SchönesJahrTicket NRW (1. Klasse)	35.450	23.730	49,4%	11.720	8.300	5.810	42,9%	2.490	10	7	42,9%	3
SchönesJahrTicket NRW (2. Klasse)	233.430	213.600	9,3%	19.830	77.190	73.870	4,5%	3.320	93	89	4,5%	4
SchönesJahrTicket NRW Abo (1. Klasse)	66.340	56.928	16,5%	9.412	14.766	13.248	11,5%	1.518	214	192	11,5%	22
SchönesJahrTicket NRW Abo (2. Klasse)	1.028.500	617.400	66,6%	411.100	322.575	202.860	59,0%	119.715	4.675	2.940	59,0%	1.735
Zeitkarten für jedermann	1.363.720	911.658	49,6%	452.062	422.831	295.788	43,0%	127.043	4.992	3.228	54,6%	1.764
SchöneFerienTicket NRW (große Ferien)	1.052.750	1.055.908	-0,3%	-3.158	1.158.025	1.209.890	-4,3%	-51.865	21.055	21.998	-4,3%	-943
Zeitkarten für Schüler	1.925.134	2.009.968	-4,2%	-84.835	2.176.300	2.411.565	-9,8%	-235.265	61.786	70.065	-11,8%	-8.279
Zeitkarten gesamt	3.288.854	2.921.626	12,6%	367.228	2.599.131	2.707.353	-4,0%	-108.222	66.778	73.293	-8,9%	-6.515
PauschalpreisTickets gesamt	53.235.226	51.854.456	2,7%	1.380.770	9.289.672	9.545.502	-2,7%	-255.830	2.124.977	2.147.898	-1,1%	-22.921
Schönes-Wochenende-Ticket (nachrichtlich)	9.815.416	11.033.093	-11,0%	-1.217.677	1.308.290	1.553.775	-15,8%	-245.485	261.658	310.755	-15,8%	-49.097

RelationspreisTickets

Ticketsortiment	Einnahmen [in Euro]		(plus-Beträge) Veränderung		Fahrten		Veränderung		Ticketabsatz		Veränderung	
	2009	2008	in %	absolut	2009	2008	in %	absolut	2009	2008	in %	absolut
SchöneReiseTicket NRW	1.942.323	1.911.256	1,6%	31.068	2.149.948	2.355.988	-8,7%	-206.040	2.149.948	2.355.988	-8,7%	-206.040
SchöneReiseTicket NRW Hin&Rück	1.009.599	944.893	6,8%	64.705	1.261.594	1.313.268	-3,9%	-51.674	630.797	656.634	-3,9%	-25.837
SchöneReiseTicket NRW Gruppe	14.364	14.308	0,4%	56	27.777	30.627	-9,3%	-2.850	2.701	2.906	-7,1%	-205
SchöneReiseTicket NRW Gruppe Hin&Rück	35.732	36.621	-2,4%	-890	84.006	95.354	-11,9%	-11.348	2.971	3.331	-10,8%	-360
AnschlussTicket NRW	438.702	559.230	-21,6%	-120.527	446.668	632.870	-29,4%	-186.202	446.668	632.870	-29,4%	-186.202
AnschlussTicket NRW Hin&Rück	428.435	466.843	-8,2%	-38.408	477.556	588.258	-18,8%	-110.702	238.778	294.129	-18,8%	-55.351
Bartarif gesamt	3.869.156	3.933.152	-1,6%	-63.997	4.447.549	5.016.365	-11,3%	-568.816	3.471.863	3.945.858	-12,0%	-473.995
SchöneWocheTicket NRW	131.262	138.963	-5,5%	-7.701	280.907	310.149	-9,4%	-29.243	26.753	29.538	-9,4%	-2.785
SchönerMonatTicket NRW	394.068	398.404	-1,1%	-4.336	1.022.297	1.081.188	-5,4%	-58.891	21.751	23.004	-5,4%	-1.253
SchönerMonatTicket NRW Abo	441.145	407.982	8,1%	33.162	1.077.329	1.043.844	3,2%	33.485	29.117	28.212	3,2%	905
Zeitkarten für jedermann	966.475	945.349	2,2%	21.125	2.380.533	2.435.181	-2,2%	-54.649	77.621	80.754	-3,9%	-3.133
SchönerMonatTicket NRW Azubi	121.438	133.367	-8,9%	-11.929	401.535	461.295	-13,0%	-59.760	8.923	10.251	-13,0%	-1.328
SchönerMonatTicket NRW Azubi Abo	84.414	77.857	8,4%	6.557	263.447	254.172	3,6%	9.275	7.442	7.180	3,6%	262
Zeitkarten für Schüler/Azubi	205.852	211.224	-2,5%	-5.372	664.982	715.467	-7,1%	-50.485	16.365	17.431	-6,1%	-1.066
Zeitkarten gesamt	1.172.326	1.156.573	1,4%	15.753	3.045.514	3.150.648	-3,3%	-105.134	93.986	98.185	-4,3%	-4.199
plus-Beträge gesamt	5.041.482	5.089.726	-0,9%	-48.244								
	Einnahmen [in Euro]	(plus-Beträge)										
	2009	2008	in %	absolut								
Bartarif gesamt	46.220.966	49.084.492	-5,8%	-2.863.526								
Zeitkarten für jedermann	11.149.513	11.070.782	0,7%	78.731								
Zeitkarten für Schüler/Azubi	2.312.188	2.339.182	-1,2%	-26.994								
RelationspreisTickets gesamt	59.682.667	62.494.456	-4,5%	-2.811.789	7.493.063	8.167.013	-8,3%	-673.950	3.565.849	4.044.043	-11,8%	-478.194

SemesterTicket NRW

	Einnahmen [in Euro]				Fahrten ³⁾				Ticketabsatz			
	2009 ¹⁾	2008 ²⁾	in %	absolut	2009 ¹⁾	2008 ²⁾	in %	absolut	2009 ¹⁾	2008 ²⁾	in %	absolut
SemesterTicket NRW	23.487.146	11.124.073	111,1%	12.363.074	11.575.674	5.708.124	102,8%	5.867.550	643.093	317.118	102,8%	325.975

NRW-Tarif

	Einnahmen [in Euro]				Fahrten				Ticketabsatz			
	2009	2008	in %	absolut	2009	2008	in %	absolut	2009	2008	in %	absolut
RelationspreisTickets	59.682.667	62.494.456	-4,5%	-2.811.789	7.493.063	8.167.013	-8,3%	-673.950	3.565.849	4.044.043	-11,8%	-478.194
PauschalpreisTickets	53.235.226	51.854.456	2,7%	1.380.770	9.289.672	9.545.502	-2,7%	-255.830	2.124.977	2.147.898	-1,1%	-22.921
SemesterTicket NRW ¹⁾	23.487.146	11.124.073	111,1%	12.363.074	11.575.674	5.708.124	102,8%	5.867.550	643.093	317.118	102,8%	325.975
NRW-Tarif gesamt	136.405.039	125.472.984	8,7%	10.932.055	28.358.409	23.420.639	21,1%	4.937.770	6.333.919	6.509.059	-2,7%	-175.140

1) SS 2009 und WS 2009/2010

2) SS 2008 und WS 2008/2009

3) Fahrten basieren auf einer Schätzung

NRWplus-Tarif

Der NRWplus-Tarif ist ein fakultativer Aufpreis zur Nutzung des ÖSPV am Start- und/oder Zielort. NRWplus dient seit 2005 als Ergänzung zum NRW-Tarif für Verbindungen mit Fernverkehrszügen sowie bei Fahrten mit Nahverkehrszügen zwischen NRW und anderen Bundesländern.

Aufgrund von Preisoffensiven der DB Fernverkehr in den zurückliegenden Jahren befand sich NRWplus in einem Aufwärtstrend. Auch für das Jahr 2009 kann eine Einnahmensteigerung von 1,7 Prozent festgestellt werden. Allerdings resultiert diese hauptsächlich aus einer Preiserhöhung im durchschnittlich gewichteten Mittel von 4,7 Prozent. Mit Ausnahme der Kindertarife im Barsortiment (jeweils über

30 Prozent) sowie bei NRWplus ICE Abo (2,2 Prozent) sind jedoch die Verkäufe im Jahr 2009 leicht rückläufig. Den Negativrekord halten dabei die Monatszeitkarten mit einem Minus von 16,5 Prozent der abgesetzten Tickets.

NRWplus ist erfahrungsgemäß abhängig von der Entwicklung des Fernverkehrs. Dementsprechend liegt die Annahme nahe, dass das verhaltene Ergebnis für 2009 einerseits durch Umsatzrückgänge beim Regel-Ticketangebot im Personenfernverkehr und andererseits durch vermehrte Sonderangebote (bei denen NRWplus nicht gilt) begründet ist.

Petra Bieser

Kompetenzcenter Marketing NRW

NRWplus-Tarif

Ticketsortiment	Einnahmen [in Euro]				Fahrten				Ticketabsatz			
	2009	2008	in%	absolut	2009	2008	in%	absolut	2009	2008	in%	absolut
NRWplus Einzelfahrt Erwachsene	156.923	150.593	4,2%	6.330	74.722	75.194	-0,6%	-472	74.722	75.194	-0,6%	-472
NRWplus Hin&Rück Erwachsene	88.455	89.866	-1,6%	-1.411	42.118	44.884	-6,2%	-2.766	21.059	22.442	-6,2%	-1.383
NRWplus Einzelfahrt Kinder	1.068	804	32,8%	264	890	670	32,8%	220	890	670	32,8%	220
NRWplus Hin&Rück Kinder	432	322	34,3%	110	360	268	34,3%	92	180	134	34,3%	46
Bartarif gesamt	246.878	241.585	2,2%	5.293	118.090	121.016	-2,4%	-2.926	96.851	98.440	-1,6%	-1.589
NRWplus Monat ICE	110.950	127.552	-13,0%	-16.602	104.199	124.785	-16,5%	-20.586	2.217	2.655	-16,5%	-438
NRWplus Monat ICE Abo	358.856	335.818	6,9%	23.038	300.551	294.150	2,2%	6.401	8.123	7.950	2,2%	173
Zeitkarten gesamt	469.806	463.370	1,4%	6.436	404.750	418.935	-3,4%	-14.185	10.340	10.605	-2,5%	-265
NRWplus-Tarif gesamt	716.684	704.955	1,7%	11.729	522.840	539.951	-3,2%	-17.111	107.191	109.045	-1,7%	-1.854

Nahverkehrsplan NRW 2010

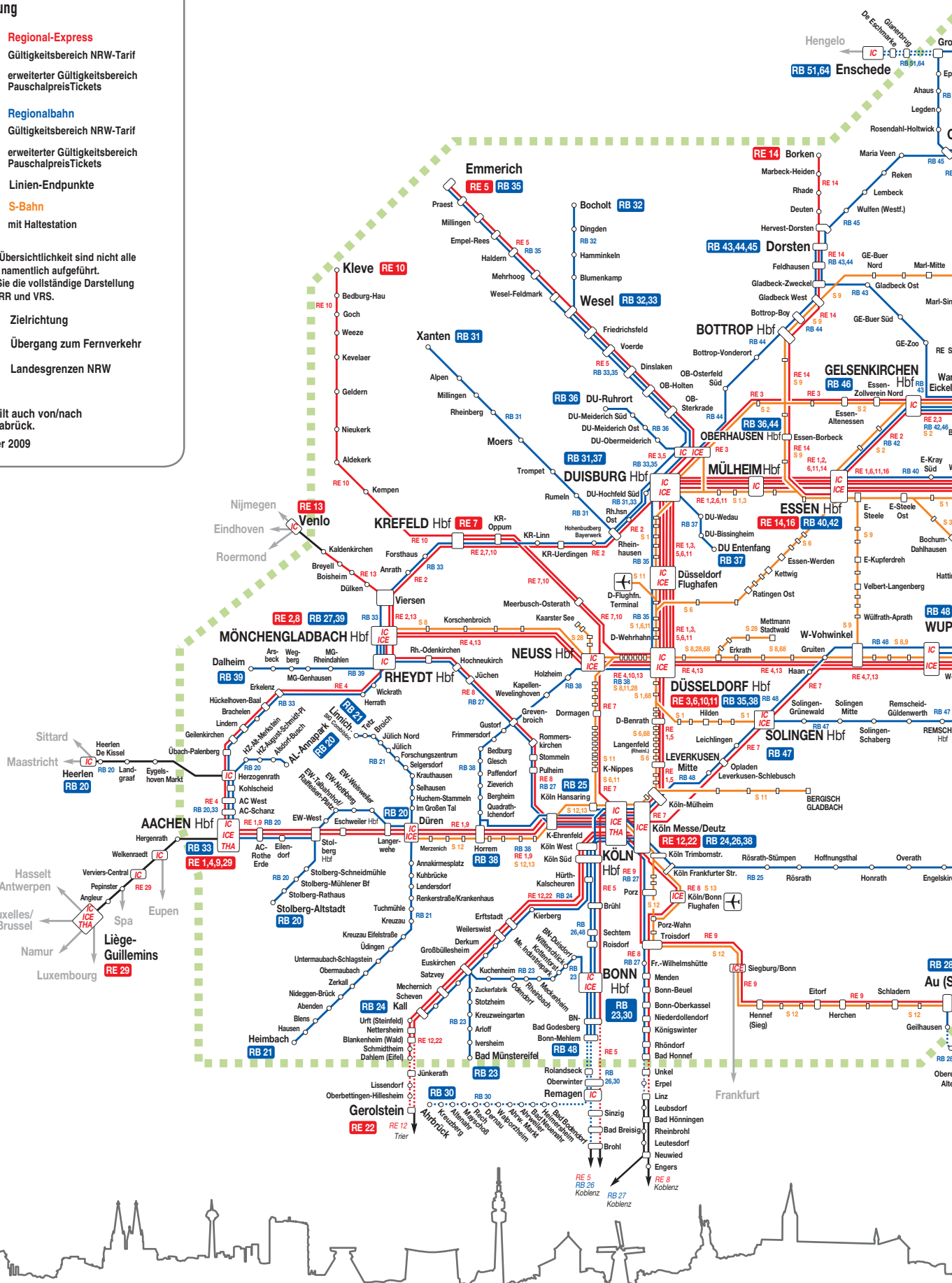
Zeichenerklärung

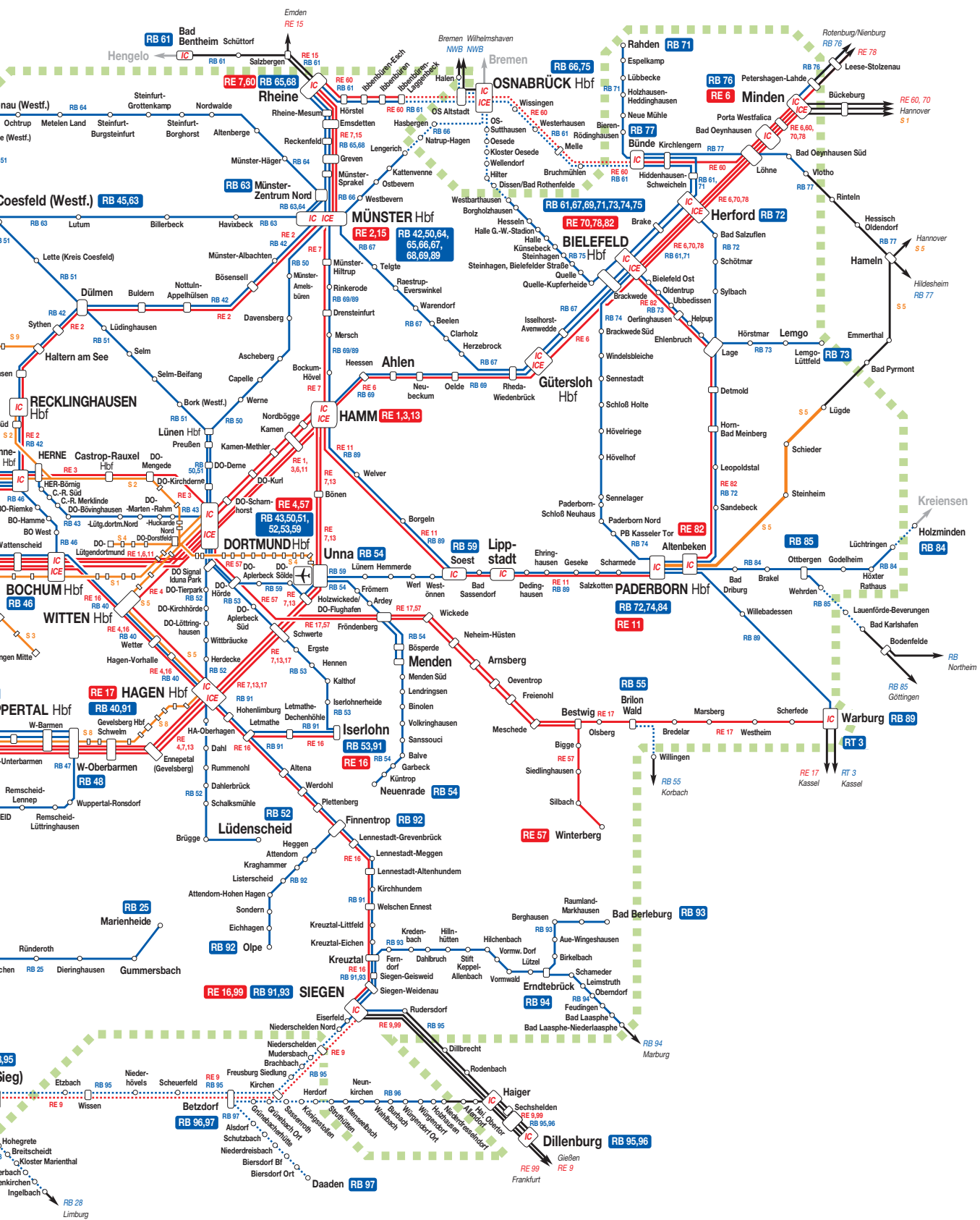
- RE 1** — **Regional-Express**
Gültigkeitsbereich NRW-Tarif
erweiterter Gültigkeitsbereich
PauschalpreisTickets
- RB 48** — **Regionalbahn**
Gültigkeitsbereich NRW-Tarif
erweiterter Gültigkeitsbereich
PauschalpreisTickets
- RE 1 RB 48** — — **Linien-Endpunkte**
- S 13** — **S-Bahn**
mit Haltestation

Aus Gründen der Übersichtlichkeit sind nicht alle S-Bahn-Stationen namentlich aufgeführt. Bitte entnehmen Sie die vollständige Darstellung den Plänen von VRR und VRS.

- ➔ **Zielrichtung**
- IC ICE THA **Übergang zum Fernverkehr**
- **Landesgrenzen NRW**

Der NRW-Tarif gilt auch von/nach Stadtgebiet Osnabrück.
Stand: November 2009



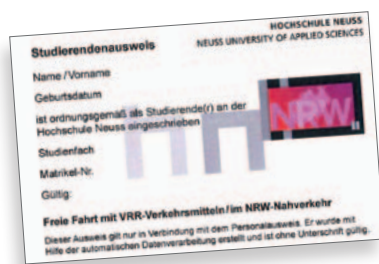


SemesterTicket NRW

Der Erfolg des SemesterTickets NRW wird auch im zweiten Jahr fortgesetzt. Nach nur vier Semestern ist eine nahezu flächendeckende Verbreitung erreicht.

Das SemesterTicket NRW ermöglicht den Studierenden an den Hochschulen in NRW in Verbindung mit ihrem regionalen Semesterticket die landesweite Mobilität mit dem NRW-Nahverkehr. Da es sich hierbei – analog zu den regionalen Semestertickets – um ein solidarfinanziertes Ticket handelt, bedeutet dies für die Studierenden, dass sie sich an ihrer Hochschule mehrheitlich für die Abnahme des Tickets aussprechen müssen. Denn es gilt je Hochschule/Hochschulstandort das Prinzip „alle oder keiner“. Dieser Ansatz ermöglicht es, einen dem

Die Zahl der ausgegebenen SemesterTickets NRW belief sich im Wintersemester 2009/2010 auf fast 370.000. Aufgrund fünf weiterer Vertragsabschlüsse zum Sommersemester 2010 u. a. mit der Studierendenschaft der FH Köln fahren derzeit ca. 386.000 Studierende mit dem SemesterTicket NRW durch das Land, d. h. 77 Prozent der Studierenden in NRW haben aktuell ein SemesterTicket NRW; bezogen auf die Hochschulen, die über ein regionales Semesterticket verfügen, liegt die Quote bei 93 Prozent.



SemesterTicket NRW mit Hologramm-Lösung

begrenzten Budget der Studierenden angemessenen Aufpreis anbieten zu können.

Ticketverbreitung

Im Jahr 2003 äußerten die Studierenden den Wunsch nach einer landesweit gültigen Fahrtberechtigung. Nach einer vom KCM beauftragten Marktforschung durch das Institut für Verkehrswissenschaften der Universität zu Köln und einer Reihe von Verhandlungsrunden wurde das tarifliche Angebot am Markt etabliert.

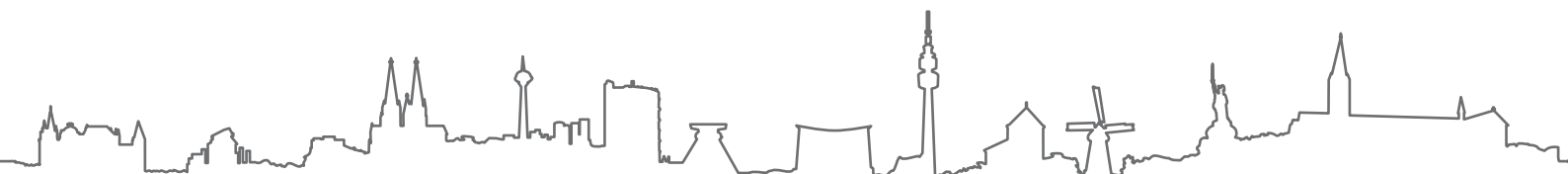
Die ersten Studierendenschaften an acht Hochschulen des Landes haben zum Sommersemester 2008 einen Vertrag zum SemesterTicket NRW geschlossen. Bereits im darauffolgenden Semester rollte eine ganze Welle von Vertragsabschlüssen durchs Land, so dass im Wintersemester 2008/2009 jeder zweite Studierende in NRW Inhaber eines solchen Tickets war. Neben mehreren kleineren Hochschulen schlossen sich im Sommersemester 2009 auch die Studierenden der RWTH Aachen und der Bergischen Universität Wuppertal dem Kreise der SemesterTicket NRW-Bezieher an. Mit den Vertragsabschlüssen der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster und der Rheinischen Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn kamen zum Wintersemester 2009/2010 nochmals ca. 64.000 Studierende hinzu.

Erweiterung der Vertriebswege

Aufgrund der teils stark unterschiedlichen organisatorischen Anforderungen seitens der Akteure vor Ort wurden entgegen der ursprünglichen Planung eines einheitlichen Vertriebs schließlich drei unterschiedliche Vertriebsvarianten angeboten (separates Ticket, NRW-Hologramm auf dem regionalen Semesterticket, Ticket2Print). Aufgrund der Wünsche der Studierenden zur leichteren Handhabbarkeit gibt es mittlerweile zwei zusätzliche Ticketvarianten, die als Abwandlung der schon bestehenden Lösungen zu sehen sind. Zum einen handelt es sich hierbei um das separate SemesterTickets NRW, das um einen Hinweis zum regionalen Semesterticket ergänzt ist und somit auch die regionale Fahrtberechtigung in einem Dokument beinhaltet. Zum anderen gibt es eine kombinierte Ticket2Print-Variante. Auch hier wurde die NRW-weite Fahrtberechtigung um den regionalen Fahrausweis ergänzt.

SemesterTicket NRW als eTicket

Eine völlig neue Ticketvariante wird im Rahmen des SemesterTicket NRW mit dem eTicket ab dem Wintersemester 2010/2011 an vorab festgelegten Hochschulen als Pilotversuch getestet. An diesem Pilotprojekt nehmen u. a. die Hochschule Duisburg-Essen sowie mehrere kleinere westfälische Hochschulen teil. Es werden insgesamt



ca. 35.000 Studierende mit einer elektronischen Chipkarte als Fahrausweis ausgerüstet. Entgegen der originären eTicket-Philosophie, bei welcher die Fahrtberechtigung ausschließlich auf dem Chip hinterlegt ist, einigten sich die Akteure der NRW-Nahverkehrslandschaft darauf, das eTicket zusätzlich mit Sichtkontrollmerkmalen zu versehen. Das Pilotprojekt soll dazu dienen, erste Erfahrungen mit einem elektronischen SemesterTicket NRW zu sammeln und Verbesserungspotenziale aufzuzeigen.

Akzeptanzstudie zum SemesterTicket NRW

Im Mai 2010 ist eine neuerliche Marktforschung zum SemesterTicket NRW in die Feldphase gestartet. Mit dieser Studie sollen Erkenntnisse über die Akzeptanz des Ticketangebots gewonnen werden. Grundlage dieser Marktforschung ist eine Online-Befragung von ca. 280.000 Studierenden an Hochschulen mit SemesterTicket NRW. Es haben ca. 33.000 Studierende an der Befragung teilgenommen. Die hohe Rücklaufquote belegt das große Interesse seitens der Studierenden am NRW-Angebot. Bereits jetzt kann aufgrund des Antwortverhaltens der Probanden bei den allgemeinen Fragen auf eine hohe Zufriedenheit mit dem Tarifangebot

geschlossen werden. Mit belastbaren Ergebnissen der Studie ist im Herbst 2010 zu rechnen.

Fazit

Innerhalb von nur wenigen Semestern konnte sich das Angebot bei den Studierenden in NRW etablieren. Im Sommersemester 2010 verfügen schon mehr als drei Viertel der Studierenden über die landesweite Fahrtberechtigung. Räumlich betrachtet gibt es nunmehr in jedem Kooperationsraum mindestens eine am SemesterTicket NRW teilnehmende Hochschule. Gerade im Bereich der kleinen bzw. neugegründeten Hochschulen zeigte sich, dass das SemesterTicket NRW immer wieder ein wichtiges Thema war und als zusätzlicher Attraktivitätsfaktor des Hochschulstandortes betrachtet wurde. Mit dem Angebot des SemesterTickets NRW konnten die Akteure im NRW-Nahverkehr einen neuen Mobilitätsstandard für die Studierenden bieten, der sich großer Beliebtheit unter seinen Abnehmern erfreut und gleichzeitig einen wichtigen Beitrag zum Bildungsstandort Nordrhein-Westfalen leistet.

Petra Bieser

Kompetenzcenter Marketing NRW

Verbreitung des SemesterTickets NRW						
Kooperationsraum	Gesamt		mit regionalem Semesterticket		mit SemesterTicket NRW im SS 2010	
	Anzahl der HS	Studierende	Anzahl der HS	Studierende	Anzahl der HS	Studierende
VRR	43	230.383	23	159.977	21	153.846
VRS	26	110.121	17	103.359	14	96.634
AVV	4	42.990	4	42.990	4	42.990
VRL	6	7.594	3	2.313	3	2.313
VGM	12	50.418	6	46.146	4	36.812
OWL	10	31.387	7	30.731	3	24.611
vph	5	16.223	4	15.829	3	15.074
VGWS	2	13.449	1	13.155	1	13.155
VGN	1	134	1	134	1	134
Gesamt	109	502.699	66	414.634	54	385.569
%-Anteil gesamt		100%				77%
%-Anteil an regionalen Semestertickets				100%		93%

Anmerkung: Aufgrund von Befreiungsregelungen zum Semesterticket (z. B. für Schwerbehinderte, Exmatrikulationen im laufenden Semester etc.) kommt es zu Abweichungen der abgerechneten Studierendenzahlen mit den Studierendenzahlen von IT NRW (2010)

Quelle: Information und Technik NRW (IT NRW) (2010): „Amtliche Hochschulstatistik/ Studierendenzahlen WS 09/10“. Düsseldorf

Im Sommersemester 2010 sind bereits 93 Prozent aller berechtigten Studierenden im Besitz eines SemesterTickets NRW

Verbesserte Internetauskunft für das AnschlussTicket NRW

Aufgrund der komplizierten Vertriebssituation beim AnschlussTicket NRW hat das Kompetenzzentrum Marketing NRW die bereits vorhandene Tarifoptimierungsfunktionalität des NRW-Tarif-Moduls um eine nutzerorientierte Beauskunftung des AnschlussTickets NRW erweitert.

Das NRW-Tarif-Modul

Seit der Einführung der RelationspreisTickets des NRW-Tarifs im Jahr 2005 stellt das NRW-Tarif-Modul im Zusammenspiel mit den Auskunftssystemen der Verbünde und Verkehrsunternehmen die Beauskunftung der Fahrpreise des NRW-Tarifs sicher. Durch das NRW-Tarif-Modul konnte vermieden werden, dass die Bus- und Stadtbahnunternehmen als wichtiges Glied der Transportkette den landesweiten Haus-zu-Haus-Tarif zwar anwenden, aber nicht beauskunften können.

Neben einer Fahrpreisberechnung verfügt das Programm-Modul ferner über eine Tarifoptimierungslogik (NRW-Tarifberater), auf deren Grundlage dem Kunden je nach Reisegruppengröße, Lebensalter oder vorhandener BahnCard der günstigste Fahrpreis ermittelt wird. Das Programm-Modul ist in eine Serveranwendung eingebettet und kann dezentral auf eigenen Servern der Anwender von Fahrplanauskunftssystemen installiert werden.

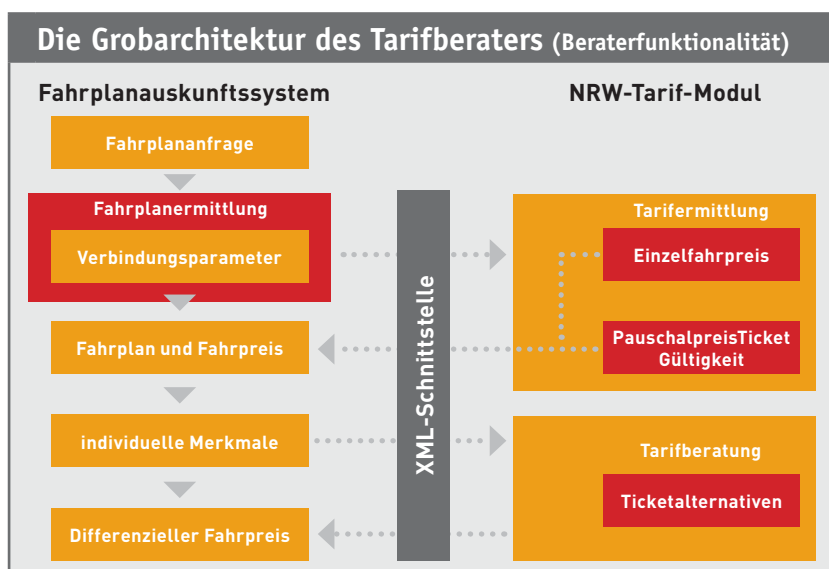
Kaufberatung für das AnschlussTicket NRW

Das AnschlussTicket NRW ist mehr als ein „Nischenprodukt“ des NRW-Tarifs: Nicht weniger als 22 Prozent aller Fahrten mit den Tickets der NRW-Tarif-Familie für einzelne Fahrten finden mit dem AnschlussTicket NRW statt.

Nutzer des Tarifangebots „AnschlussTicket NRW“ sind im Regelfall Stammkunden der Verbünde: Als Inhaber eines Zeittickets für den heimischen Verbundraum geht die Fahrt gelegentlich in den Nachbarverbund, was in einem polyzentralen Raum wie NRW recht häufig vorkommt! Allerdings gilt für die noch verbleibende Strecke naturgemäß der benachbarte Verbundtarif, der vor Ort bei Fahrtantritt nicht gekauft werden kann. Diese vertriebliche Lücke hat das AnschlussTicket NRW geschlossen.

Die tariflich gute und einfache Regelung des AnschlussTickets NRW hat leider einen kleinen vertrieblichen „Haken“: Der Kunde muss beim Ticketkauf den letzten Bahnhof im Geltungsbereich seiner vorhandenen Zeitkarte kennen, um das richtige AnschlussTicket kaufen zu können. Hiermit sind vielfach die Kunden – stellenweise auch das Personal – überfordert.

Um eine nutzerorientierte Beauskunftung des AnschlussTickets NRW zu ermöglichen, wurde der NRW-Tarifberater in seiner Funktionalität erweitert. Eine Implementierung des Tarifberaters erreichen Kunden über die Fahrplanauskunft der Websites www.vrsinfo.de oder www.nahverkehr.nrw.de. Zunächst muss die gesamte Fahrtstrecke von Start bis Ziel über die Fahrplanauskunft angefragt werden. Unter jeder ermittelten Route findet sich rechts der Button „Beratung & Kauf“ bzw. „Tarifberater“, der den



Zugang zum NRW-Tarifberater bietet. Im Tarifberater kann der Kunde nun individuelle Einstellungen zu seinem Fahrtwunsch vornehmen – unter anderem auch

- die unmittelbare Auswahl des Anschlussbahnhofs (letzter Bahnhof im Geltungsbereich der vorhandenen Zeitkarte in Richtung auf das Fahrtziel),
- die Auswahl des letzten Tarifgebiets im Geltungsbereich des vorhandenen Zeittickets über interaktive Grafiken der Verbundtarifgebiete in NRW.

Im Hintergrund wird die ermittelte Fahrstrecke der Fahrplanauskunft mit dem angegebenen Anschlussbahnhof oder Anschlussstarifgebiet verglichen, das AnschlussTicket NRW für die verbleibende Reststrecke bepreist und dem Kunden empfohlen.

Ausblick

Auch wenn die umgesetzte Lösung zur Beauskunftung des AnschlussTickets NRW dem Kunden noch ein gewisses Tariffwissen abverlangt (er muss den Geltungsbereich seiner Zeitkarte kennen!), so verkörpert sie doch das zurzeit Mögliche: In mehreren Tarifräumen in NRW besteht zurzeit keine elektronisch abbildbare Festlegung des Geltungsbereichs zwischen Start- und Zielort der Zeitkarte („Raumbegrenzung“). Ziel muss dennoch sein, dass der Kunde in Zukunft sein vorhandenes Zeitticket mit wenigen Klicks beschreibt und auf Grundlage des dem Tarifberater hinterlegten Geltungsbereichs dieses Tickets der Preis des AnschlussTickets NRW ermittelt wird.

Da etwa 75 Prozent der AnschlussTickets NRW ab den „Grenzbahnhöfen“ der Verbünde angefragt werden, soll die Beauskunftung kurzfristig um eine Auswahlmöglichkeit verbreiteter netzweit gültiger Verbundtickets (z. B. VRR-BärenTicket, Sechser-Abo Gesamtnetz) ergänzt werden.

Kritisch bleibt anzumerken, dass die Kunden bei elektronischen Auskunftssystemen grundsätzlich noch viel zu häufig den Hinweis „Preis- auskunft nicht möglich!“ erhalten.

Das NRW-Tarif-Modul unterstützt als Baustein die Prozesskette vor Fahrtantritt im ÖPNV, die sich aus Fahrplan- info, Preisinfo und Ticketvertrieb zusammensetzt. Der Vertrieb wird dabei von vielen als eigenständiger Prozess verstanden – Schnittstellen zur Auskunft und Ticket- beratung sind dabei eher selten. In modernen Verbundtarifsystemen sind diese Prozesse jedoch nicht mehr voneinander zu trennen: Der Kunde will ohne umfassende Tariffkenntnisse das seinem Fahrtwunsch am besten entsprechende Produkt erhalten. Deshalb müssen Fahrplaninfo → Tarifinfo → Ticketvertrieb viel stärker als organischer Prozess verstanden und miteinander modular verknüpft werden. Zu diesem Denkansatz gehört beispielsweise die konsequente Verknüpfung vorhandener e- und m-Commerce-Verfahren für den Ticketvertrieb mit der Auskunftswelt, was dem Kunden einen wirklichen Mehrwert liefert.

Ihre Fahrdaten

Datum: 14.07.2010
 Abfahrt: 15:01 ab BONN, Bonn Hauptbahnhof (DB)
 Ankunft: 16:18 an DUISBURG, Duisburg Hbf

Falls Sie eine Beratung für eine andere Verbindung wünschen, nutzen Sie bitte die Fahrplanauskunft zur Berechnung einer anderen Route.

Tarifberatung NRW-Tarif

Ermitteln Sie Ihre persönliche Tarifempfehlung für den NRW-Tarif auf Ihrer Strecke:

Ihr Reiseprofil

Geben Sie hier Ihr persönliches Reiseprofil ein:

Sie suchen eine Tarifempfehlung für:

☒ eine Einzelfahrt
☐ Hin- und Rückfahrt (am gleichen Tag)
☐ Regelmäßige Fahrten (Zeikkarten)

AnschlussTicket NRW: Sie haben bereits eine Verbundzeitkarte / KombiTicket?

Bitte wählen Sie den Tarifraum aus, für den Sie bereits ein Ticket besitzen:

VRS-Tarif (Verkehrsverbund Rhein-Sieg)

VRS-Tarif (Verkehrsverbund Rhein-Sieg)

Bitte wählen Sie auf der Karte das Tarifgebiet aus, bis zu dem Ihr vorhandenes Ticket in Richtung auf Ihr Fahrtziel gültig ist (Tarifgebiet muss am gewünschten Reiseweg liegen).

Eine Verbundtarifgrafik ermöglicht es Nutzern, den gewünschten Grenzbahnhof gezielt anzuwählen

Dirk Meinhard

Ingenieurgruppe IVV (Aachen)

Harmonisierung der Beförderungsbedingungen in NRW

Zum 1. Januar 2010 wurden die Beförderungsbedingungen für den öffentlichen Nahverkehr in Nordrhein-Westfalen zu einem landesweit einheitlichen Werk zusammengefasst.



Grundlegendes Ziel der Harmonisierung war es, eine landesweit einheitliche Benutzeroberfläche für den NRW-Nahverkehr zu schaffen und den Kunden Reisen mit dem ÖPNV dadurch zu erleichtern.

Bereits im Jahr 2005 wurden die einzelnen Beförderungsbedingungen der neun Kooperationsräume durch den sogenannten Kooperationsvertrag über den NRW-Tarif angepasst. Die Umsetzung der 3. Stufe des NRW-Tarifs als landesweiter Nahverkehrstarif, der auf Relationen über Verbundraumgrenzen hinweg gilt, machte eine weitere Angleichung der Beförderungsbedingungen notwendig. Hintergrund hierbei ist, dass unterschiedliche Beförderungsbedingungen in Räumen, in denen zwei Tarife zur Anwendung kommen, zu einer schwierigen Rechtslage führen

können. So gestaltet sich beispielsweise eine eindeutige Zuordnung von Zuständigkeiten bei Fahrgästen ohne Ticket schwierig.

Präzisierung und Neuregelung von Sachverhalten

Im Rahmen der Harmonisierung 2010 wurden die Beförderungsbedingungen aller neun Kooperationsräume in NRW sowie des NRW-Tarifs zu den Beförderungsbedingungen Nahverkehr NRW (BB NRW) zusammengeführt. Auf Grundlage eines Gutachtens wurden die stärksten Abweichungen bei Regelungen und im Wortlaut identifiziert und auf Basis der Beförderungsbedingungen des NRW-Tarifs vereinheitlicht.

Neben einer Präzisierung beinhaltet dies ebenfalls die Neuregelung von Sachverhalten. So sind beispielsweise die Regelungen zur Fahrrad- bzw.

Hundemitnahme zukünftig landesweit einheitlich geregelt. Damit wird gewährleistet, dass sich auch im Freizeitverkehr die Fahrgäste in „fremden“ Verbünden zurechtfinden. Ebenfalls einheitlich geregelt ist die Kinderfreifahrtregelung, nach der Kinder bis einschließlich 5 Jahren in ganz NRW zukünftig unentgeltlich im Nahverkehr unterwegs sind.

Ebenso bei der Anerkennung von „alten“ Tickets nach Preismaßnahmen gilt nun eine landesweit einheitliche Regelung: Tickets, die zum alten Preisstand gekauft wurden, werden noch drei Monate anerkannt bzw. können noch bis zu drei Jahre beim verkaufenden Verkehrsunternehmen umgetauscht werden.

Auch die seit dem 1. Januar 2010 geltende Mobilitätsgarantie NRW ist Bestandteil der BB NRW. Als landesweiter Mindeststandard tritt die Garantie bei 20 Minuten Abfahrtsverspätung in Kraft und ermöglicht Kunden des Nahverkehrs ohne eine alternative Fahrtmöglichkeit, ein Taxi oder einen Fernverkehrszug zur Erreichung ihres Zieles zu nutzen. Die zusätzlichen Kosten für die Nutzung eines Fernverkehrszuges werden dabei vollständig erstattet, während für die Taxinutzung pro Person bis zu 20 Euro gezahlt werden. Einzige Ausschlusskriterien für die Garantie stellen Streik, Bombendrohungen, Unwetter sowie Naturgewalten dar.



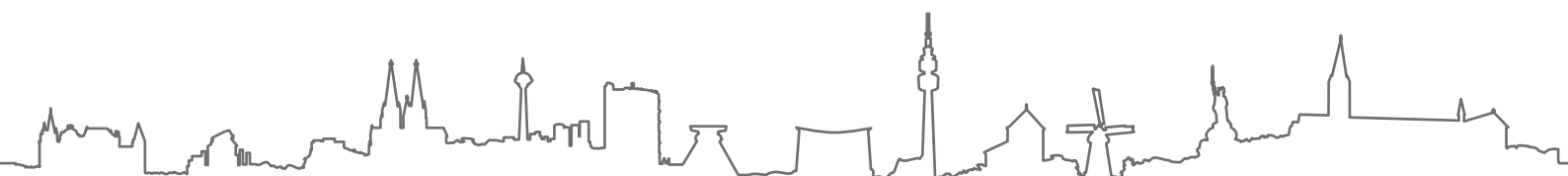
Um regionalen Besonderheiten und Tarifangeboten gerecht zu werden, werden die Tarifbestimmungen für die einzelnen Verbund- und Gemeinschaftstarife sowie den NRW-Tarif weiterhin gesondert ausgegeben und ergänzen die BB NRW. Ein nächster Schritt wird sein, auch im Bereich der Tarifbestimmungen Vereinheitlichungen umzusetzen.

Die zu Jahresbeginn erfolgte Harmonisierung der Beförderungsbedingungen zu einem landesweit einheitlichen Werk stellt somit einen wichtigen Meilenstein dar, um vorhandene Barrieren im ÖPNV weiter abzubauen.

Kinder unter 6 Jahren sind landesweit unentgeltlich mit Bussen und Bahnen unterwegs

Katrin Kunkel

Kompetenzcenter Marketing NRW





Das neue Gesicht der Gemeinschaftskampagne

Das Ministerium für Bauen und Verkehr des Landes NRW, Zweckverbände sowie Verkehrsunternehmen, -verbünde und -gemeinschaften haben das gemeinsame Ziel, das öffentliche Nahverkehrsangebot in NRW weiter zu verbessern. Seit der Gründung der Gemeinschaftskampagne „Der Neue Nahverkehr in NRW“ 1998 konnten zahlreiche Projekte unter dieser Dachmarke umgesetzt werden.

EU-Ausschreibung

Im Rahmen eines europaweiten Vergabeverfahrens wurde im Sommer/Herbst 2009 der Auftrag für Marketing- und Kommunikationsdienstleistungen für die Gemeinschaftskampagne „Der Neue Nahverkehr in NRW“ ausgeschrieben.

Bei der Aufgabenstellung wurde besonderes Augenmerk auf die Entwicklung einer neuen Dachmarke für die Gemeinschaftskampagne gelegt. Mit dem Vorschlag „Busse & Bahnen NRW“ konnte sich die Agentur CP Compartner aus Essen erneut gegen die Mitbewerber durchsetzen. Seit Januar 2010 tritt die Gemeinschaftskampagne mit dieser kurzen und prägnanten Textbotschaft auf, unter der sich alle Nahverkehrsakteure in Nordrhein-Westfalen wiederfinden.

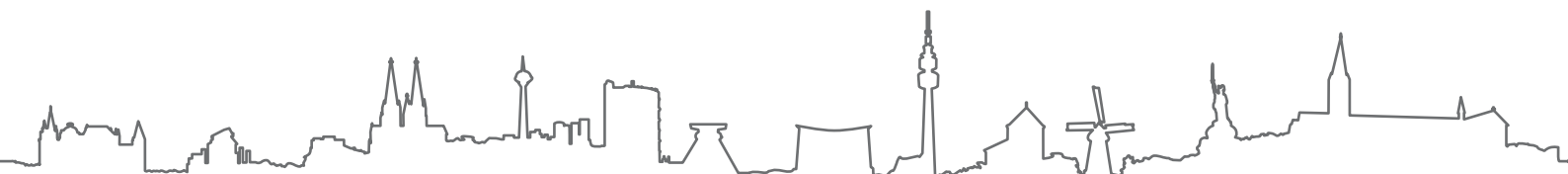
Das neue Logo ist eine reine Schriftlösung, um das Wesentliche in den Fokus zu rücken: die Verkehrsmittel, mit denen Millionen Fahrgäste Tag für Tag in NRW unterwegs sind.

BUSSE & BAHNEN NRW

Zu den Kommunikationszielen der Akteure der Gemeinschaftskampagne gehören sowohl die Neukundenakquisition und die Kundenrückgewinnung als auch die Imageverbesserung des ÖPNV und die Positionierung des Nahverkehrs in NRW.

Freizeitverkehre

Die Gemeinschaftskampagne konzentriert sich in ihren Marketingaktivitäten auf die Vermarktung der Verkehre in den sogenannten Schwachlastzeiten, hier mit Priorität Freizeitverkehre. Freizeitverkehre umfassen sehr heterogene Aktivitäten, wie z. B. den Besuch von Freizeiteinrichtungen, naturbezogene Freizeitaktivitäten oder Wochenendausfahrten. Ziel der Gemeinschaftskampagne ist es, den Freizeitverkehr als Marktsegment stärker zu positionieren. Bisher wird im Segment Freizeitverkehr nur ein geringer Teil der Wege mit öffentlichen Verkehrsmitteln zurückgelegt, zum Teil wohl aus mangelnder Kenntnis des ÖPNV-Angebotes bei den Verkehrsteilnehmern. Deshalb werden im Rahmen verschiedener Kampagnen das Angebot, die Produktvorteile und Qualitätsverbesserungen im Nahverkehr intensiv dargestellt.



Zielgruppenauswahl

Die Zielgruppenanalyse ist sowohl die Basis für eine zielgruppengerechte Entwicklung von neuen Produkten als auch für die richtige Ansprache der Zielgruppe. Eine Zielgruppenanalyse auf Basis der Typologie der Wünsche hat ergeben, dass die Altersgruppe 30–69 Jahre im ÖPNV unterdurchschnittlich vertreten ist. Im Umkehrschluss sind die Zielgruppen 14–29 J. und 70 plus überdurchschnittlich häufig vertreten.

Die weitere Differenzierung dieser Zielgruppe nach Wünschen und Nutzungsverhalten des ÖPNV hat verschiedene Zielgruppensegmente ergeben. 2010 erfolgt eine Konzentration auf die Zielgruppe „Ältere“ (50–69 J.) mit einem Potenzial in NRW von 4,08 Mio. Einwohnern. Diese Zielgruppe nutzt den ÖPNV überwiegend für den Freizeitverkehr und für Besorgungen. Einflussfaktoren auf das Freizeitverhalten dieser Zielgruppe sind ein größeres Zeitkontingent, gesteigerter Wohlstand und größere Mobilität. Verschiedene auf die Zielgruppe fokussierte Kampagnen sorgen für eine kontinuierliche Präsenz in der Öffentlichkeit.



An der Diskussionsrunde in Köln nahmen teil (von links nach rechts): „Vater Beimer“ Joachim Hermann Luger, Peter Burggraf (KVB), Klaus Vollmer (KCM) und „Mr. Radio“ Manni Breuckmann

Vorteilskampagne

Kern der NRW-Kommunikation ist die Vorteilskampagne. Die Gemeinschaftskampagne hat sich für den Einsatz eines Testimonials entschieden, das dem Kunden Glaubwürdigkeit und Seriosität vermittelt. Testimonials steigern den Aufmerksamkeitswert und die Überzeugungskraft der Vorteilskampagne. 2009 hat Bernd Stelter als Sympathieträger fungiert, 2010 ist Manni Breuckmann die „Stimme des Nahverkehrs“.

Die Vorteilskampagne 2010 kommuniziert über Events (Roadshows u. a.) und Medien drei Werbebotschaften des ÖPNV:

1. Schont die Umwelt
2. Spart Geld
3. Schenkt Zeit

Der Kampagnenslogan lautet „3:0 für Bus & Bahn!“.

Die Roadshow wurde bisher in 10 Städten erfolgreich durchgeführt. Auf weiteren Stationen bietet Manni Breuckmann seinen Gästen ein interessantes Forum für Gespräche zu den Themen Nahverkehr, Mobilität und Fußball. Ticket- und Mobilitätsangebote werden vorgestellt und über Sicherheit in Bus und Bahn diskutiert. Natürlich kommt auch das Thema Freizeit nicht zu kurz. Dazu gibt es ein abwechslungsreiches Rahmenprogramm.

Radiospots, Virals (Einsatz z. B. auf YouTube) und begleitende Presse- und Öffentlichkeitsarbeit flankieren die Kampagne.



Das Kampagnenplakat präsentiert den Slogan der Vorteilskampagne 2010: „3:0 für Bus und Bahn!“

In Köln gastierte die NRW-Roadshow am 3. Juni 2010 zentral in der Schildergasse



Manuel Andrack weist auf attraktive Wandertouren durch NRW hin



Wanderkampagne

Um das Informationsangebot deutlich zu verbessern, hat die Gemeinschaftskampagne einen Wanderführer entwickelt: Wunderbar wanderbar! Dabei wurden nur Ziele ausgewählt, die gut mit dem ÖPNV zu erreichen sind. Die Broschüre stellt neun Wanderstrecken vor, die quer über NRW verteilt sind. Buchautor und Wanderfan Manuel Andrack unterstützt das Projekt zum zweiten Mal. Zu jeder Tour liefert „Wunderbar wanderbar!“ eine Wanderkarte, Informationen zum Profil der Strecke sowie An- und Abreisemöglichkeiten mit Bus und Bahn.

Wanderbahnhof 2010

„Busse & Bahnen NRW“ rufen erstmals zur Wahl des Wanderbahnhofs des Jahres 2010 auf. Gesucht wird der Bahnhof in NRW, der als Start- oder Zielbahnhof einer Wandertour ideal geeignet ist, z. B. wegen seiner Lage, guter Verbindungen, komfortabler Stationsausstattung oder einer ansprechenden Bahnhofsgastronomie.

Diese Aktion wirkt darauf hin, Nahverkehrs- und Wandernetze nachhaltig miteinander zu verknüpfen. Eine Jury aus Nahverkehrs- und Wanderexperten kürt im September 2010 den Wanderbahnhof des Jahres NRW.



Die Zivilcourage-Kampagne ist eine gemeinsame Aktion des Landes NRW sowie des NRW-Nahverkehrs

Sicherheit im ÖPNV

Im Rahmen der Gemeinschaftskampagne wurde eine Zivilcourage-Kampagne für mehr Sicherheit in Bus und Bahn entwickelt. Ziele der Kampagne sind die Stärkung von Mitgefühl und Verantwortung, der Aufbau einer intrinsischen Motivation um zu helfen und konkrete Hilfestellung in Form von Handlungsalternativen aufzuzeigen. Die Fahrgäste im ÖPNV sollen für die Problematik sensibilisiert werden und das subjektive Sicherheitsgefühl soll gestärkt werden. Eine sogenannte Helferkarte gibt Verhaltenstipps und konzentriert sich auf eine Telefonnummer – 110.

Mittels PK, Presseinformation und der Einbindung in die Basismedien der Gemeinschaftskampagne wird eine umfangreiche Öffentlichkeitsarbeit sichergestellt.

Internet

Mit dem Start der Frühjahrskampagne 2010 löste ein moderner, flashbasierter Internetauftritt das alte Webportal der Gemeinschaftskampagne ab.

Das neue WebZine-Konzept verbindet inhaltliche Flexibilität mit Nutzerfreundlichkeit und enthält neben einer modernen Gestaltung viele spielerische Elemente. So sorgt beispielsweise eine globale Navigation dafür, dass der Nutzer von allen Punkten des Internets zu den gewünschten Inhalten gelangen kann.

Die Einbindung von audiovisuellen Elementen ermöglicht stärker als in der Vergangenheit den Einsatz des Internets als flankierendes Kampagneninstrument und bietet den Nutzern einen gesteigerten Unterhaltungswert.

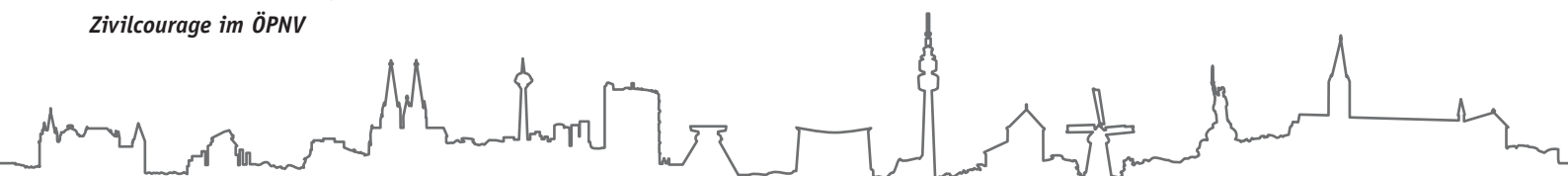
Eine barrierefreie Version garantiert, dass die Webinhalte unabhängig von körperlichen oder technischen Einschränkungen genutzt werden können.



Die „NRW-Helferkarte“ gibt Tipps für mehr Zivilcourage im ÖPNV

Birgit Strecker

Kompetenzcenter Marketing NRW



Kampagnenauftritt der DB Regio NRW zur RUHR.2010

Das Ruhrgebiet ist Kulturhauptstadt Europas 2010. Unter dem Motto „Wandel durch Kultur – Kultur durch Wandel“ führen über 2.500 Ausstellungen und Veranstaltungen durch die kulturelle Geschichte des traditionsreichen Industriegebiets. Das RUHR.2010Ticket NRW bringt die Besucher preiswert zum Ziel.



In Tageszeitungen sowie auf großflächigen Plakaten wird das RUHR.2010Ticket NRW beworben

Als Hauptsponsor der RUHR.2010 nimmt die Deutsche Bahn das kulturelle Großevent zum Anlass, eine neue Kommunikationskampagne für die Unternehmenstochter DB Regio NRW zu starten. Im Mittelpunkt der Kampagne steht die Bewerbung des RUHR.2010Tickets. Um dieses Kommunikationsziel zu erreichen, wurde ein Mediaetat im höheren sechsstelligen Bereich bereitgestellt, um die Zielgruppe der 30- bis 59-Jährigen über verschiedene Kanäle flächendeckend anzusprechen.

Die Mediastrategie: Steigerung von Sympathie- und Erinnerungswerten

Die aus drei Flights (Januar, April und Juli) bestehende Kommunikationskampagne soll unter Einsatz einer Waving-Strategie hohe Sympathie- und Erinnerungswerte erzielen. Infolge dieser Mediastrategie kommt es zu einem sehr schnellen Aufbau des Werbedrucks, wodurch sich die Werbebotschaft bei der Zielgruppe optimal einprägt. Auf die Periode des erhöhten Werbedrucks folgt eine Phase der kommunikativen Ruhe. Dieser

nachlassende Werbedruck wirkt sich positiv auf die Sympathiewerte des beworbenen Produktes RUHR.2010Ticket aus, ohne dass dabei ein größerer Einbruch der Erinnerungswerte zu verzeichnen ist.

Die während der Kommunikationskampagne zum Einsatz kommenden Werbemaßnahmen konzentrieren sich hauptsächlich auf den Raum außerhalb der Kulturhauptstadt. Dadurch soll NRW-weit eine möglichst hohe Zahl an potenziellen Besuchern der RUHR.2010 erreicht und dazu animiert werden, den Kulturhauptstadt-raum mit der Bahn zu bereisen.

Ausgewogener Mediamix bildet mediale Basis

Tageszeitungen zeichnen sich durch hohe Glaubwürdigkeit und Verlässlichkeit aus. Aus diesem Grund und aufgrund der Affinität, die die Zielgruppe dem Medium Print entgegenbringt, wurde es als eines der Basismedien der Kampagne gewählt. In insgesamt zehn Tageszeitungen, darunter Westfälische Nachrichten, der General-Anzeiger Bonn und die Aachener Zeitung, wurden Eckfeldanzeigen geschaltet. Zur optimierten Ansprache der lokalen und regionalen Zielgruppen wurden zwei Anzeigen entwickelt, die sich lediglich in der Wahl der eingesetzten Störer und des Copy-Textes unterscheiden. So lassen sich Streuverluste und Ausgaben für Werbeschaltungen gering halten und Teile des Kampagnenbudgets an anderer Stelle zielgerichtet einsetzen.

Marktforschungsergebnissen zufolge weist die zu bewerbende Zielgruppe neben starker Affinität gegenüber Tageszeitungen ein gesteigertes Interesse an den Medien Funk und Internet auf. Daher wurden bei regionalen Radiosendern

wie Antenne Münster, Radio Bielefeld und Radio Köln Funkspots geschaltet. Somit wird die Zielgruppe optimal angesprochen und eine NRW-weite Streuung der Werbebotschaft gewährleistet.

Komplettiert wird die mediale Basis der Kampagne durch Online-Werbung und Werbemaßnahmen im Bahnhofsumfeld. Im Online-Bereich werden Banner auf den Seiten der Anbieter gmx.de und web.de geschaltet. Um die Zielgruppe direkt an den Bahnhöfen der Region zu bewerben, kommen Motive im Großflächenformat, DIN-A1-Plakate sowie diverse Promotion-Aktionen zum Einsatz.

Kommunikatives Grundrauschen gewährleistet lange Produktpräsenz

Für ein ganzjähriges kommunikatives Grundrauschen nach Ablauf der Werbeflights sorgen Trainposter in den Zügen der DB Regio NRW. Zusätzlich kommen verlinkte Schlagworte des Suchmaschinenanbieters Google zum Einsatz. Die sogenannten Google-AdWords verweisen Kultur- und Veranstaltungssuchende direkt auf das RUHR.2010Ticket.

Vertrieb der beworbenen Tickets

Neben den klassischen Vertriebswegen über die DB Reisezentren und DB Agenturen ist das RUHR.2010Ticket auch als Online-Ticket zum Selbstaussdruck über die Internetseite der Deutschen Bahn erhältlich und kann so bequem von zu Hause aus erworben werden. Zudem wurde der Feldversuch des innovativen eTicketing-Verfahrens Touch&Travel auf Nordrhein-Westfalen ausgeweitet und steht für das RUHR.2010Ticket NRW für Testpersonen zur Verfügung. Bei dem mit den Technologiepartnern T-Mobile und Vodafone entwickelten System melden sich Nutzer vor Fahrtantritt über ihr Mobiltelefon an einem sogenannten Touchpoint an und nach Fahrtende an einem anderen Touchpoint wieder ab.

Eine weitere bundesweite Möglichkeit des Ticketerwerbs stellen die DB-Automaten dar.



Die Werbemaßnahmen innerhalb des Kampagnenzeitraums der RUHR.2010

Hier kann sich der Kunde über Ticketinformationen hinaus über die zahlreichen Rabattpartner und Konditionen des RUHR.2010Tickets informieren. So bieten einige Kooperationspartner in Verbindung mit dem Kauf des Tickets bis zu 20 Prozent Rabatt auf Eintrittskarten. Ergänzt wird dieses Informationsangebot durch einen QR-Code. Dieser befindet sich sowohl auf der Angebotsseite des RUHR.2010Tickets in den DB-Automaten als auch auf den Plakaten der Kampagne. Mithilfe dieser innovativen Technik wird der Mobilfunknutzer auf den Internetauftritt der DB AG weitergeleitet und dort direkt mit der RUHR.2010-Kampagne verlinkt.

Neben den punktuell eingesetzten Kommunikationsmaßnahmen wird die Zielgruppe NRW-weit via Radio, Tageszeitung und Online-Werbung schwerpunktmäßig außerhalb des Kulturhauptstadttraumes angesprochen (in der Karte grau unterlegt).

Grazia Fischer



RUHR.2010Ticket-Störer sind in vielen Broschüren sowie im Internet abgebildet





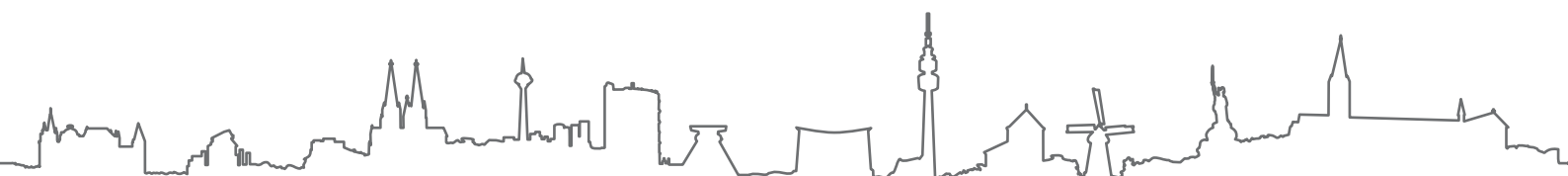
Relaunch des Kundenportals www.nahverkehr.nrw.de

Eine Akzeptanzabfrage des KCM macht deutlich: Der neue Internetauftritt der Gemeinschaftskampagne „Busse & Bahnen NRW“ findet bei den Nutzern regen Anklang.

Um zu erfahren, wie der neu konzipierte Internetauftritt www.nahverkehr.nrw.de zum Nahverkehr in NRW bei seinen Nutzern ankommt, beauftragte das KCM Anfang 2010 ein Marktforschungsinstitut in Köln mit der Durchführung eines sogenannten Pretests. Für diese qualitative Untersuchung wurden 40 Testpersonen rekrutiert, die eine gelegentliche Internetnutzung sowie eine gelegentliche Nutzung von Bus und/oder Bahn aufweisen konnten.

Die Probanden wurden für die Untersuchung in ein Marktforschungsstudio in Köln eingeladen, in dem für sie ein Computer mit der zu überprüfenden Dummy-Internetseite zum Nahverkehr in NRW bereitstand. Mithilfe eines Fragebogens wurden sie zu ausgewählten Elementen der neu gestalteten Website zu ihren Erfahrungen und Meinungen befragt.

Struktur und Oberfläche der alten Nahverkehrshomepage sollten benutzerfreundlich weiterentwickelt werden





Die neue Benutzeroberfläche bietet Kunden des Nahverkehrs übersichtlich gestaltete Informationen und Tarifoptionen

Im Vergleich zur vorherigen links vertikal positionierten Navigation sieht die neue Gestaltung eine globale Navigation vor, die überall auf der Website angezeigt wird. Kernelement des Pretests war also die Frage nach der Benutzerfreundlichkeit der Seite. Findet die neue Struktur mit spielerischen Elementen – wie beispielsweise einem „Tourenfinder“ – Akzeptanz und Gefallen bei den Nutzern?

Insgesamt ist festzustellen, dass die neu gestaltete Internetseite grundsätzlich positiv bewertet wurde und sich die Testpersonen trotz neuer „ungewohnter“ Navigation gut orientieren konnten. Auch die optische Gestaltung im Hinblick auf Bilder, Farbgebung und Lesbarkeit hat grundsätzlich Anklang gefunden und die Website wurde im Ganzen als übersichtlich, modern und freundlich beurteilt. Es wurde jedoch auch deutlich, dass die Nutzer vor allem den Bereichen Fahrplanauskunft und Tickets einen elementaren Stellenwert beimessen, mit dessen Platzierung auf der Seite sich die Nutzer ebenfalls zufrieden zeigten. Die Testpersonen fanden aber auch an den dargebotenen Freizeitthemen auf der Website z. B. Wanderrouen („Wunderbar wanderbar!“) oder Ausflugstipps in Form des „Tourenfinders“

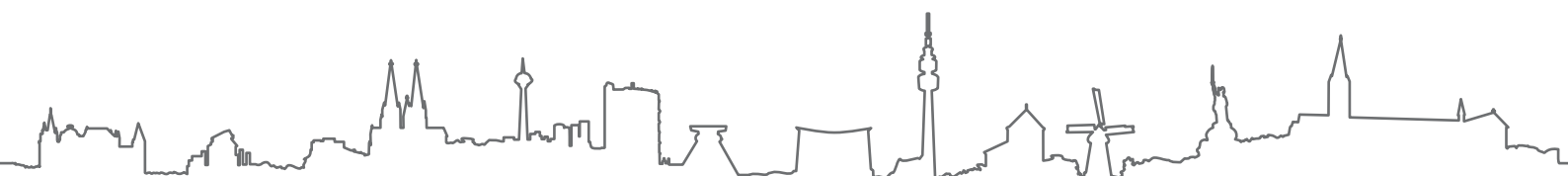
großes Interesse und würden diese Funktionen auch durchaus im Alltag als Ideenquelle nutzen.

Detailspekte, wie beispielsweise die Schriftgröße oder die fließende Textstruktur bei den Ticketbeschreibungen, wurden zum Teil kritisiert, so dass hier noch Optimierungen vorgenommen werden mussten.

Im Ganzen hat der Pretest gezeigt, dass der neu gestaltete Webaufttritt auf Akzeptanz bei den Testpersonen gestoßen ist und die „neue“ Navigation sich als intuitiv bedienbar und verständlich erwiesen hat. Somit konnte die neue Internetseite der Gemeinschaftskampagne „Busse & Bahnen NRW“ im Frühjahr 2010 online gehen.

Julia Steinke-Sorg

Kompetenzcenter Marketing NRW





Clearing und Einnahmenaufteilung im NRW-Tarif

Das Kompetenzzentrum Marketing NRW nimmt landesweite Aufgaben wahr. Dazu zählt gemäß Kooperationsvertrag über den NRW-Tarif (2005) auch die Funktion der Clearingstelle für die Einnahmenaufteilung.

Die mit den Clearingprozessen verbundenen Funktionen des KCM sind in zwei weiteren, speziellen Verträgen mit den nordrhein-westfälischen Aufgabenträgern und/oder ihren Gesellschaften, den Bahnen (DB und NE), die in NRW derzeit Verkehrsleistungen erbringen, sowie den nordrhein-westfälischen Verkehrsverbünden und -gemeinschaften, bestätigt und weiter konkretisiert worden.

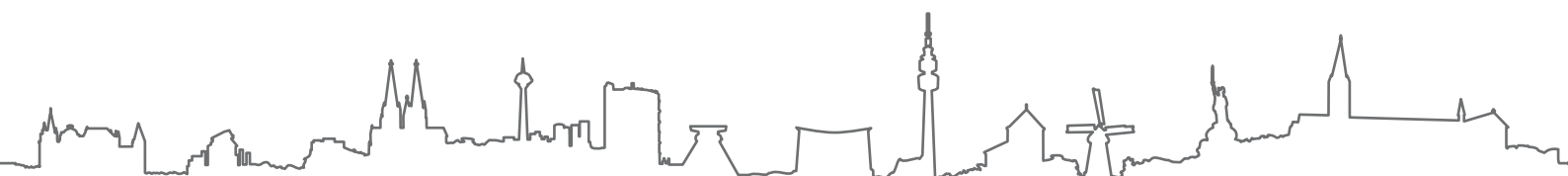
Zentrale Bestandteile der bestehenden Verträge zur Einnahmenaufteilung sind – neben den grundlegenden Verfahrensrichtlinien – Regelungen zur operativen Umsetzung, d. h. Meldeverfahren, Datenverarbeitung, Statistikführung, Abrechnung und Zahlungsverkehr. Es bestehen hohe Anforderungen an eine sorgfältige Bearbeitung der übertragenen Aufgaben sowie eine lückenlose Dokumentation der durchgeführten Arbeiten.

Im Rahmen der Verfahrensentwicklung zur Einnahmenaufteilung im SPNV haben sich die Akteure auf einen vertriebsdatenbasierten Ansatz verständigt. In dem Bewusstsein, dass die

Einführung eines solch komplexen Systems nur mittelfristig realisierbar, jedoch mit einem überschaubaren finanziellen Aufwand verbunden ist, fiel die Entscheidung aufgrund eindeutiger Vorteile im Vergleich zu den bestehenden Alternativen zugunsten dieses Verfahrens.

Das Verfahren ermöglicht eine transparente, faire und gerechte Einnahmenaufteilung. Dabei wird es der heterogenen Eigenschaften der nordrhein-westfälischen Verkehrslandschaft gerecht.

Das KCM ist gehalten, die gestellten Anforderungen auf einem zeitgemäßen technischen Niveau zu erfüllen. Die Definition von Schnittstellen zum Datenaustausch unter Anwendung gängiger, marktüblicher Formate wird dabei genauso vorausgesetzt wie die Programmierung der für die Einnahmenaufteilung notwendigen IT-Anwendungen unter z. B. strikter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger DV-gestützter Buchführungssysteme (GoBS). Infolge dieser Standardisierungen wird sichergestellt, dass das Clearing in Zukunft zeitnah erfolgen kann und der



Aufwand für das Clearing sich für alle Beteiligten in einem vertretbaren Rahmen bewegt. Auf diese Weise wird ein hohes Maß an wirtschaftlicher Planungssicherheit erreicht.

Die beim KCM angesiedelte Durchführung des Clearings beinhaltet unter anderem Einsichtsrechte in die verkaufsrelevanten Daten der im Rahmen des NRW-Tarifs partnerschaftlich agierenden Eisenbahnverkehrsunternehmen. Der Schutz dieser – unter wettbewerblichen Gesichtspunkten – sensiblen Informationen gegen unberechtigte Kenntnisnahme ist von entscheidender Bedeutung. Vor diesem Hintergrund hat das KCM umfangreiche technische und organisatorische Maßnahmen ergriffen, um die erforderlichen Rahmenbedingungen für eine vertrauensvolle Zusammenarbeit zu schaffen.

Bei der Erfüllung der technischen Anforderungen bedient sich das KCM interner und externer Spezialisten. Im Rahmen des IT-Umfelds, der IT-Organisation sowie der IT-Infrastruktur ist sichergestellt, dass maximale organisatorische Vorkehrungen zum Schutz der Vertraulichkeit getroffen sind.

Die zur Einhaltung der Vertraulichkeitsvereinbarung erforderlichen technischen und organisato-

rischen Maßnahmen werden entsprechend den Anforderungen an ein Qualitätsmanagementsystem gemäß DIN EN 9001 dokumentiert und nachgewiesen.

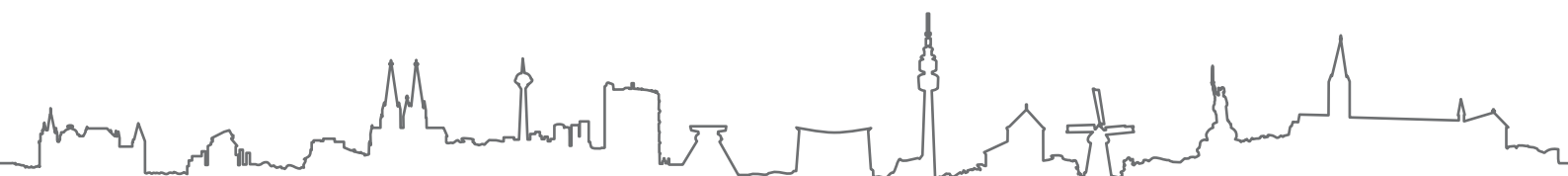
Operative Leistungen

Einhergehend mit einer Steigerung der Qualitätsanforderungen an die vom KCM wahrzunehmende Servicefunktion „Clearing/Einnahmenaufteilung“ wird auch das Aufgabenspektrum sukzessive erweitert. Das Arbeitsvolumen im Bereich Einnahmenaufteilung steigt seit Jahren kontinuierlich. Das KCM erbringt bislang die hiermit verbundenen Leistungen mit minimalem personellem Aufwand.

Im Interesse aller Beteiligten muss sichergestellt werden, dass in regelmäßigen Abständen eine aufgabenorientierte Überprüfung und Anpassung der Kapazitäten an den veränderten Bearbeitungsaufwand bei dieser wichtigen Servicefunktion erfolgt. Nur so können eventuelle Risiken frühzeitig erkannt und entsprechende Maßnahmen ergriffen werden.

Danijel Andrić

Kompetenzcenter Marketing NRW



Leitung KCM

Klaus Vollmer

Telefon: (0221) 2 08 08-23
Telefax: (0221) 2 08 08-823
klaus.vollmer@vrsinfo.de

Stellv. Leitung KCM

Birgit Strecker

Telefon: (0221) 2 08 08-720
Telefax: (0221) 2 08 08-8720
birgit.strecker@vrsinfo.de

Tarif/Vertrieb

Katrin Kunkel

Telefon: (0221) 2 08 08-657
Telefax: (0221) 2 08 08-8657
katrin.kunkel@vrsinfo.de

Holger Pfennings

Telefon: (0221) 2 08 08-43
Telefax: (0221) 2 08 08-843
holger.pfennings@vrsinfo.de

Eike Radike

Telefon: (0221) 2 08 08-26
Telefax: (0221) 2 08 08-826
eike.radike@vrsinfo.de

Einnahmenaufteilung

Danijel Andrić

Telefon: (0221) 2 08 08-25
Telefax: (0221) 2 08 08-825
danijel.andric@vrsinfo.de

Ursula Bardtke

Telefon: (0221) 2 08 08-756
Telefax: (0221) 2 08 08-8756
ursula.bardtke@vrsinfo.de

Petra Bieser

Telefon: (0221) 2 08 08-655
Telefax: (0221) 2 08 08-8655
petra.bieser@vrsinfo.de

Christina Thönnessen

Telefon: (0221) 2 08 08-755
Telefax: (0221) 2 08 08-8755
christina.thoennessen@vrsinfo.de

Kommunikation

Ralf Foerste

Telefon: (0221) 2 08 08-49
Telefax: (0221) 2 08 08-849
ralf.foerste@vrsinfo.de

Nina Kradepohl

Telefon: (0221) 2 08 08-374
Telefax: (0221) 2 08 08-8374
nina.kradepohl@vrsinfo.de

Ute Reuschenberg

Telefon: (0221) 2 08 08-57
Telefax: (0221) 2 08 08-857
ute.reuschenberg@vrsinfo.de

Marktforschung

Anja Derkum

Telefon: (0221) 2 08 08-752
Telefax: (0221) 2 08 08-8752
anja.derkum@vrsinfo.de

Alexandra Gast

Telefon: (0221) 2 08 08-749
Telefax: (0221) 2 08 08-8749
alexandra.gast@vrsinfo.de

Silke Lorenz

Telefon: (0221) 2 08 08-653
Telefax: (0221) 2 08 08-8653
silke.lorenz@vrsinfo.de

Monika Schreiber

Telefon: (0221) 2 08 08-751
Telefax: (0221) 2 08 08-8751
monika.schreiber@vrsinfo.de

Presse/Öffentlichkeit

Holger Klein

Telefon: (0221) 2 08 08-47
Telefax: (0221) 2 08 08-847
holger.klein@vrsinfo.de

Finanzen

Simone Neubauer

Telefon: (0221) 2 08 08-50
Telefax: (0221) 2 08 08-850
simone.neubauer@vrsinfo.de

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

Ministerium für
Bauen und Verkehr
des Landes Nordrhein-Westfalen



**Ministerium für Bauen und Verkehr
des Landes Nordrhein-Westfalen**
Jürgensplatz 1
40219 Düsseldorf
www.mbv.nrw.de



Kompetenzcenter
Marketing NRW

**Kompetenzcenter Marketing NRW
c/o Verkehrsverbund Rhein-Sieg**
Glockengasse 37-39
50667 Köln
www.kcm-nrw.de



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



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



Verkehrsverbund OstWestfalenLippe
Jahnplatz 5
33602 Bielefeld
www.vvowl.de



Nahverkehrsverbund Paderborn/Höxter
Bahnhofstraße 27a
33102 Paderborn
www.nph.de



**Zweckverband Personenverkehr
Westfalen-Süd**
Koblenzer Straße 73
57072 Siegen
www.zws-online.de

BUSSE & BAHNEN NRW

Verkehrsverbund Rhein-Ruhr
Augustastrasse 1
45879 Gelsenkirchen
www.vrr.de



Verkehrsverbund Rhein-Sieg
Glockengasse 37-39
50667 Köln
www.vrsinfo.de



Aachener Verkehrsverbund
Neuköllner Straße 1
52068 Aachen
www.avv.de



Münsterland-/Ruhr-Lippe-Tarif
Bahnhofstraße 15
48143 Münster
www.vgm-vrl.de



Der Sechser c/o OWL Verkehr
Willy-Brandt-Platz 2
33602 Bielefeld
www.dersechser.de



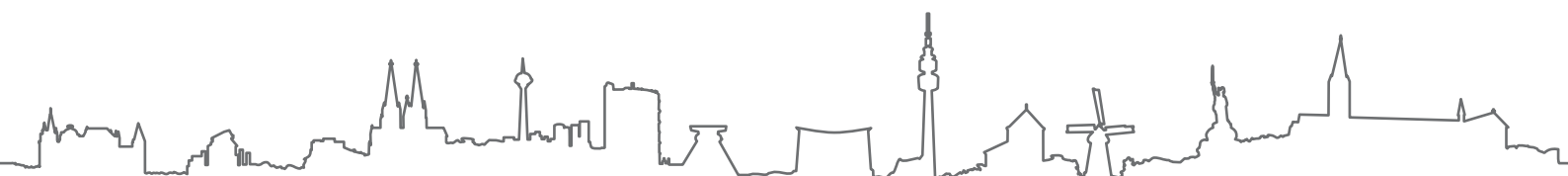
**Verkehrs-Servicegesellschaft
Paderborn/Höxter**
Rolandsweg 80
33102 Paderborn
www.vph.de



**Verkehrsgemeinschaft
Westfalen-Süd**
Spandauer Straße 36
57072 Siegen
www.vgws.de



**Verkehrsgemeinschaft
Niederrhein**
Homberger Straße 113
47441 Moers
www.vgn-online.de



Abkürzungsverzeichnis

AVV	Aachener Verkehrsverbund
BB NRW	Beförderungsbedingungen Nahverkehr NRW
DB	Deutsche Bahn
EAV	Einnahmenaufteilungsverfahren/-vertrag
EVU	Eisenbahnverkehrsunternehmen
GoBS	Grundsätze ordnungsmäßiger DV-gestützter Buchführungssysteme
IT NRW	Information und Technik Nordrhein-Westfalen
KCM	Kompetenzcenter Marketing NRW
KVB	Kölner Verkehrs-Betriebe
MBV	Ministerium für Bauen und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen
MIV	Motorisierter Individualverkehr
NE	Nichtbundeseigene Eisenbahn
ÖPNV	Öffentlicher Personennahverkehr
ÖSPV	Öffentlicher straßengebundener Personenverkehr
OWL V	OWL Verkehr
PK	Pressekonferenz
PPT	PauschalpreisTicket
RPT	RelationspreisTicket
QR-Code	Quick-Response-Code
SET	SemesterTicket NRW
SPNV	Schienenpersonennahverkehr
VDV	Verband Deutscher Verkehrsunternehmen
VGM	Verkehrsgemeinschaft Münsterland
VGN	Verkehrsgemeinschaft Niederrhein
VGWS	Verkehrsgemeinschaft Westfalen-Süd
vph	Verkehrs-Servicegesellschaft Paderborn/Höxter
VRL	Verkehrsgemeinschaft Ruhr-Lippe
VRR	Verkehrsverbund Rhein-Ruhr
VRS	Verkehrsverbund Rhein-Sieg

