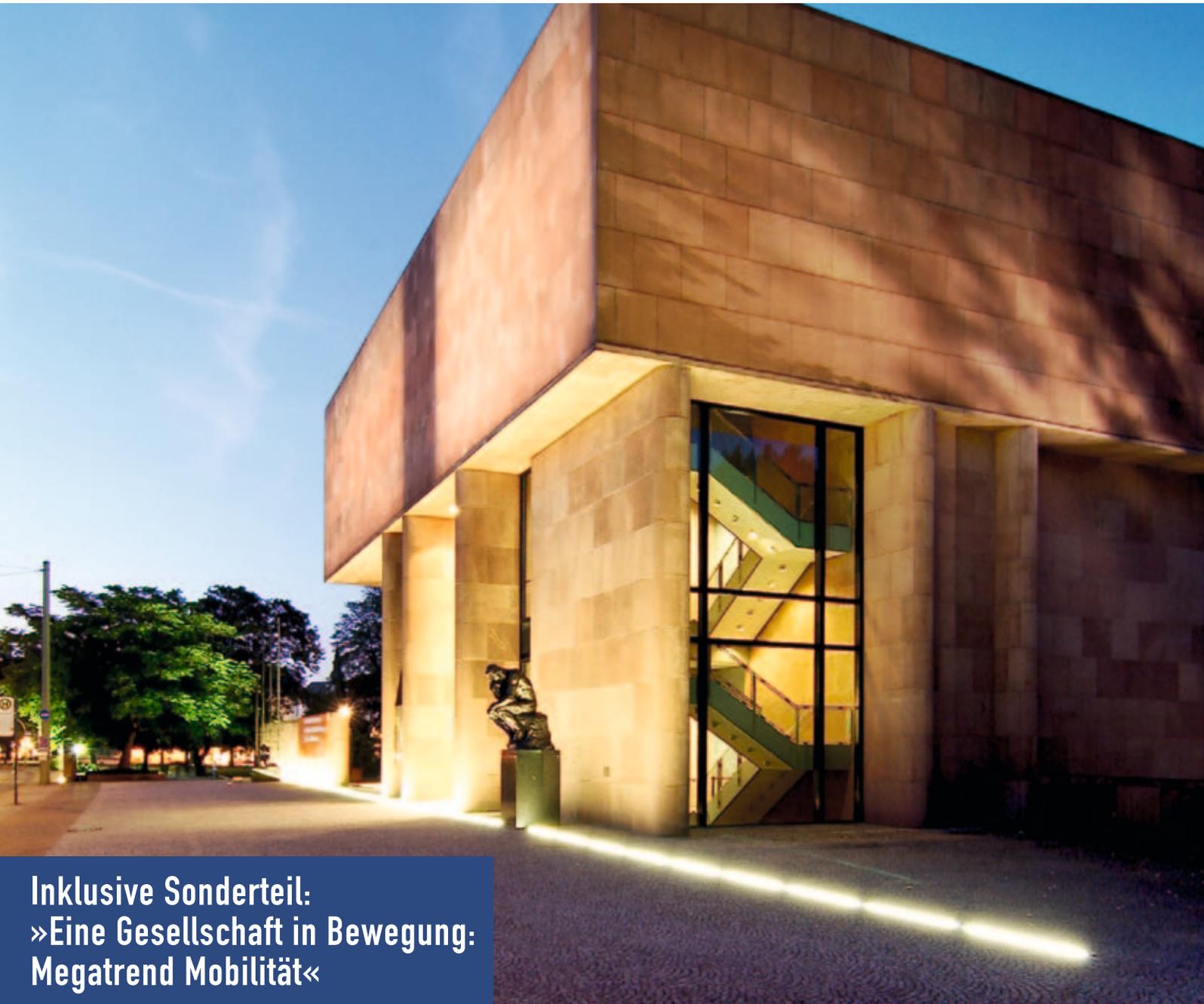


# NRW-TarifReport<sup>2010/11</sup>



**Inklusive Sonderteil:  
»Eine Gesellschaft in Bewegung:  
Megatrend Mobilität«**





## Entdecken Sie NRW!

*Seit 2006 reisen wir mit unseren Titelbildern durch das NRW-Tarifgebiet: Gestartet sind wir in Köln, dem Sitz unserer Geschäftsstelle und der des Verkehrsverbundes Rhein-Sieg (VRS). 2007/2008 repräsentierte ein Düsseldorfer Brückenpanorama die Landeshauptstadt im Verkehrsverbund Rhein-Ruhr (VRR), 2008/2009 ein Blick in das nächtliche Münster den Münsterland-Tarif. Im vergangenen Jahr wies der Gasometer Oberhausen auf das Kulturfestival RUHR.2010 hin. In diesem Jahr laden wir Sie ein in das Tarifgebiet »Der Sechser«, des OWL-Verkehr. Fahren Sie doch einmal nach ...*

**... Bielefeld!** Schon architektonisch ist die Kunsthalle Bielefeld eine Reise wert: In den 60er Jahren erbaut von dem großen amerikanischen Architekten Philip Johnson ist sie einer der bedeutendsten Museumsbauten der Nachkriegszeit. In diesem Ambiente präsentiert sich eine Sammlung mit bedeutenden Werken der Kunst des 20. Jahrhunderts, der auch der umgebende Skulpturenpark gewidmet ist. Von hier aus fußläufig zu erreichen ist außer der Shoppingzone in der Altstadt auch das Wahrzeichen Bielefelds, die Sparrenburg. Von der imponierenden Burganlage hat man einen herrlichen Panoramablick über die ganze Stadt, die einiges zu bieten hat: 13 Museen und zahlreiche Galerien, außergewöhnliche Theaterinszenierungen, vier große Veranstaltungszentren wie die Rudolf-Oetker-Halle, in der unter anderem die Bielefelder Philharmoniker zu Hause sind, und eine äußerst lebendige freie Kunst- und Kulturszene. Neben den großen Häusern gibt es auch kleine, feine Besonderheiten: das deutsche Fächermuseum beispielsweise oder die Bielefelder Puppenspiele. Unter [www.bielefeld.de](http://www.bielefeld.de) finden Sie alles Wissenswerte für einen oder mehrere spannende Ausflugstage.



**Anreise:** Der Hauptbahnhof Bielefeld liegt zentral. Von hier aus können Sie Bielefeld zu Fuß, aber natürlich auch mit Bus und Stadtbahn bequem erobern. Ein besonderes Angebot der Bielefeld Marketing GmbH und der Verkehrsunternehmen: die Bielefeld Tourist-Card. Sie beinhaltet freie Fahrt mit Bus und Bahn, eine kostenlose Stadtführung, freien oder ermäßigten Eintritt in Museen, Theater, Schwimmbäder, Parkanlagen, zur Kartbahn und anderen Freizeiteinrichtungen.



# Liebe Leserinnen und Leser, liebe Gestalter und Nutzer des ÖPNV in NRW!

»... ein einheitlicher Tarif aus einem Guss, einfach zu durchschauen, überall zu erhalten, für die Fahrgäste preislich attraktiv und trotzdem für die Verkehrsunternehmen wirtschaftlich auskömmlich«, so skizziert Hajo Kuhlisch vom NRW-Verkehrsministerium in diesem TarifReport seine Traumvorstellung vom ÖPNV in Nordrhein-Westfalen (Seite 10ff.). In den beiden Strategieklausuren der letzten Monate haben die Tarifverantwortlichen in NRW Grundsätze und Meilensteine für die schrittweise Annäherung an eine solche Traumvorstellung festgelegt. Unser Bericht ab Seite 6 macht deutlich: Vieles ist zu tun, für manches müssen Lösungen erst noch gefunden werden.

Ein Blick in die Geschichte des NRW-Tarifs mag da ermutigen: Wer hätte bei der Gründung des KCMs vor neun Jahren erwartet, dass 2010 die Menschen in NRW innerhalb eines Jahres 33 Mio. Fahrten mit dem NRW-Tarif unternehmen würden (Seite 52ff.)! Oder dass 96 % der Studierenden in NRW außer mit einer regionalen Fahrerlaubnis auch mit einem landesweiten SemesterTicket unterwegs wären (Seite 16ff.)!

Längst gestalten wir mit dem NRW-Tarif landesweite Mobilität. Unser Geschäftsbericht legt Jahr für Jahr Rechenschaft ab über die vielen kleinen und großen Schritte, die nötig waren und sind, um

den NRW-Tarif für immer mehr Menschen attraktiv zu gestalten. Mit einer neuen Aufbereitung unserer Themen in Wort und Bild wollen wir Ihnen den Zugang zu unserer Arbeit erleichtern und sie noch transparenter machen.

Bei aller Detailarbeit am NRW-Tarif sind wir uns gleichzeitig aber auch bewusst, dass Mobilität eine der großen gesellschaftlichen Herausforderungen der Zukunft ist. Nicht nur zur Neige gehende Rohstoffe verlangen neue Konzepte. Auch die Mobilitätsbedürfnisse der Menschen verändern sich. Das Zukunftsinstitut von Matthias Horx, das wir als Kooperationspartner für unseren Sonderteil »Eine Gesellschaft in Bewegung« (Seite 28ff.) gewinnen konnten, beschreibt Mobilität als sogenannten Megatrend, der nur im Kontext anderer gesellschaftlicher Veränderungen und Trends sinnvoll betrachtet und weiterentwickelt werden kann.

Gemeinsam mit dem Zukunftsinstitut laden wir Sie ein, Mobilität einmal aus vielen verschiedenen Perspektiven zu betrachten und sich inspirieren zu lassen von herausragenden Konzepten aus der ganzen Welt.

Ich wünsche Ihnen eine spannende Lektüre des NRW-TarifReports 2010/11 und freue mich auf angeregte Diskussionen mit Ihnen.



## Klaus Vollmer

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

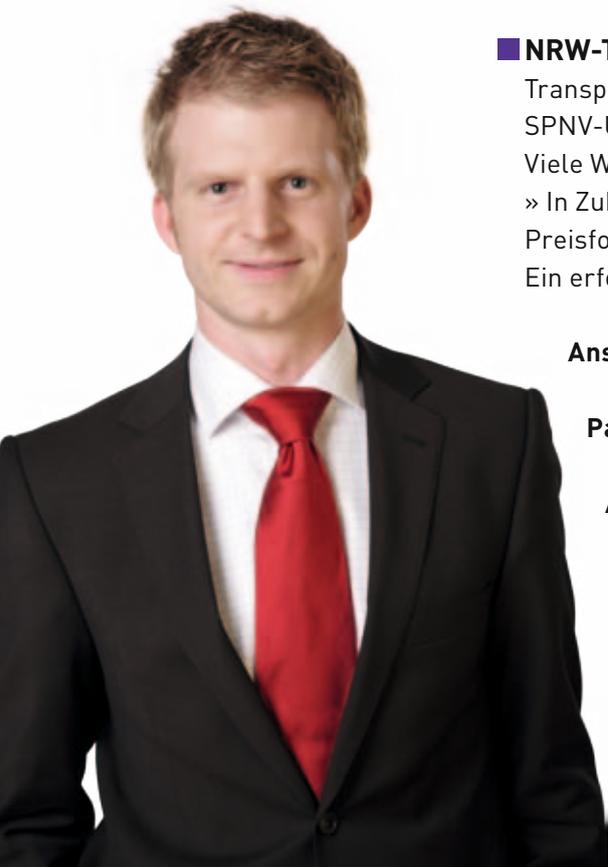
# Inhaltsverzeichnis

## Titelthema:

### Megatrend Mobilität

Eine Gesellschaft in Bewegung	28
Megatrend-Map	30
Der Einfluss der Megatrends auf die Mobilität der Zukunft	32
Wie der Nahverkehr gewinnt	34
Zukunft gestalten mit Open Innovation	35

**Christian Rauch**, Trend- und Zukunftsforscher am Zukunftsinstitut arbeitet zur Zeit an einer Studie zur Zukunft der Mobilität. In seinem Gastbeitrag schreibt er über neue Herausforderungen für Mobilitätsdienstleister.



## ■ NRW-Tariflandschaft

Die neue NRW-Tarifstrategie: Bericht aus den Strategieklausuren 2010/11	6
»... den ÖPNV wirklich attraktiver machen.« – Interview mit Hajo Kuhlisch	10
Den NRW-Tarif kontinuierlich weiterentwickeln: aktuelle Aufgaben des KCM	13

## ■ Verkehrsmarkt NRW

Fahrgastzahlen in NRW weiterhin auf hohem Niveau	14
--	----

## ■ SemesterTicket NRW

Ein voller Erfolg: SemesterTicket NRW fast flächendeckend verbreitet	16
»Eine unschätzbare Entlastung für Studierende« – Akzeptanzstudie 2010	18
»... aus ökologischer Sicht konsequent ...« – Interview mit der FH Aachen	20

## ■ Service

Wir wollen es wissen! NRW-Kundenbarometer 2010	22
Garantiert mobil: Mobilitätsgarantie NRW	26
Gut beraten über Verbundgrenzen hinweg: AnschlussTicket NRW	36
Ausdrucken und losfahren: neuer OnlineTicketShop <a href="http://www.ots-nrw.de">www.ots-nrw.de</a>	38

## ■ Kommunikation

Wunderbar wanderbar! Der neue Wanderfolder von Manuel Andrack	40
Rap'n Rec: Wettbewerb für mehr Zivilcourage	42
» ... für Aufmerksamkeit und Mitgefühl werben!« Interview mit Fatih Çevikkollu	43

## ■ NRW-Tarif

Transparent und fair: neue Methoden der SPNV-Einnahmeverteilung	44
SPNV-Unternehmen in NRW 2011: Liniennetzplan	46
Viele Wege führen zum Ziel: Einnahmeverteilung konkret	48
» In Zukunft den Aufwand verringern« – Interview mit Danijel Andrić	49
Preisfortschreibung 2011	50
Ein erfolgreiches Jahr: erneute Einnahmensteigerung im NRW-Tarif	52

<b>Ansprechpartner beim KCM</b>	58
---------------------------------	----

<b>Partner im NRW-Nahverkehr</b>	59
----------------------------------	----

<b>Abkürzungsverzeichnis</b>	60
------------------------------	----

<b>Impressum</b>	61
------------------	----



Die neue NRW-Tarifstrategie

Seite 6



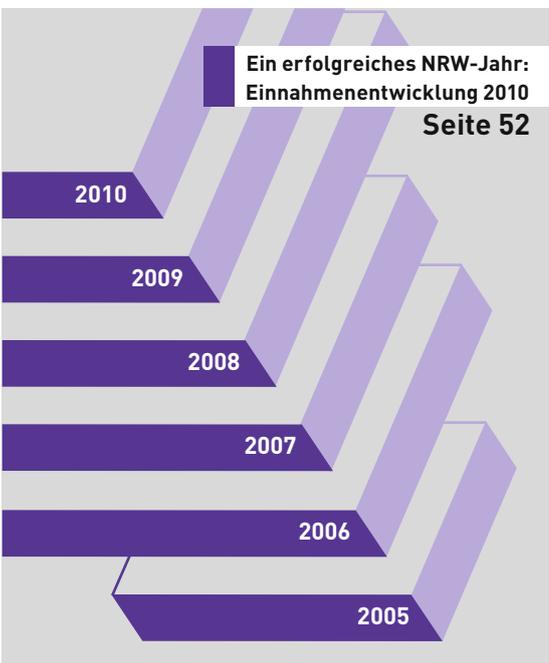
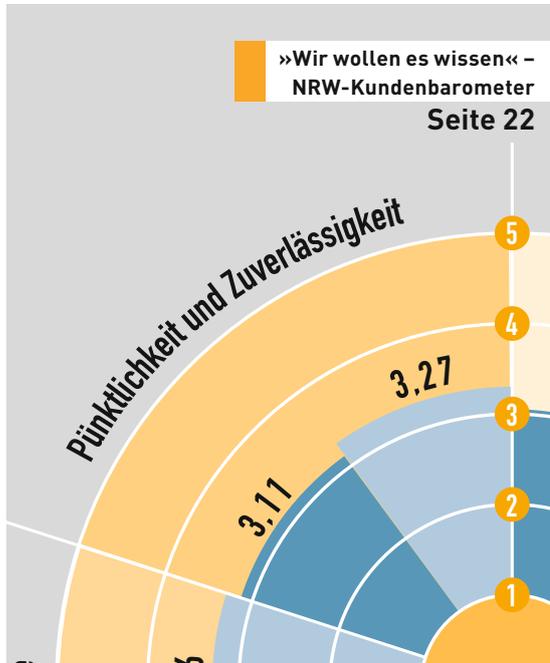
»ÖPNV attraktiver machen«  
Interview mit Hajo Kuhlisch

Seite 10



Rap'n' Rec: Der Wettbewerb  
für mehr Zivilcourage

Seite 42



**Titelthema:**  
**Eine Gesellschaft in Bewegung**  
Seite 28



## Die neue NRW-Tarifstrategie

***Die Landesregierung strebt im ÖPNV eine weitere Vereinfachung und Vereinheitlichung der nach wie vor zu unübersichtlichen Tarifvielfalt an. Auf dem Weg dahin haben in den letzten Monaten die NRW-Tarifexperten in zwei Strategieklausuren Empfehlungen für die Tarifzukunft in NRW erarbeitet. Danach sollen die aktuell existierenden neun Verbund- und Gemeinschaftstarife bis 2014/2015 zu drei Verbundtarifen fortentwickelt werden. Hinzu kommen einheitliche Kriterien für Tarifkragen sowie eine schrittweise Harmonisierung der Strukturen und Preise bei höheren Reiseweiten. Der überregionale NRW-Tarif wird zudem so ertüchtigt, dass die freizügige Nutzung aller Nahverkehrsmittel und der flächendeckende Vertrieb möglich sind.***

Im Jahre 2003 wurden im Rahmen der ersten NRW-Strategieklausur in Essen die Grundlagen für den NRW-Tarif gelegt. 2008 konnten dann in einer zweiten Runde in Duisburg die Strukturen der Zusammenarbeit aller Tarifakteure des Landes optimiert und nachhaltige Vereinheitlichungen der Tarif- und Beförderungsstrukturen vereinbart werden. Im Juni 2010 und im Mai 2011 haben sich in Wuppertal die Tarifexperten der SPNV-/ÖSPV-Zweckverbände, der Verkehrsverbände und -gemeinschaften, der Verkehrsunternehmen, des Verkehrsministeriums und der Kompetenzzentrum NRW in weiteren Strategieklausuren mit der Fortentwicklung der Tariflandschaft in NRW beschäftigt. Auf Basis der vom KCM entwickelten konzeptionellen Vorlagen haben sie Fakten analysiert, Modelle diskutiert und bewertet sowie Empfehlungen für die Tarifzukunft in NRW ausgesprochen.

Jüngste Marktforschungsergebnisse der Firma forsa im Auftrag der Verbraucherzentrale NRW aus dem Mai 2010 zeigen nochmals auf, dass die Kunden einen einheitlichen tariflichen Zugang zum ÖPNV in NRW erwarten. Um dem zu entsprechen und umfassende Verbesserungen für die Kunden im NRW-Nahverkehr zu erlangen, muss die Weiterentwicklung der NRW-Tariflandschaft folgenden Grundsätzen folgen:

- Barrierewirkung von Verbundgrenzen aufheben, zumindest aber reduzieren
- Tarifkragen vereinheitlichen und vereinfachen oder aber auflösen
- Durchlässigkeit zwischen lokaler und regionaler Tarifierung verbessern
- überregionale Tarifierung verbessern, vor allem auch der Anschlussstarife
- lokale Handlungsspielräume in der Tarifgestaltung erhalten
- Synergieeffekte nutzen und Mehrfachaufwand vermeiden

Hierzu wurden im Rahmen der **Strategieklausur NRW 2010** verschiedene Modelle diskutiert. Sie reichten von einer Verschmelzung zu drei Tarifräumen zu Lasten des NRW-Tarifs über eine Ausweitung des Geltungsbereichs des NRW-Tarifs bis zu einem durchgehenden Tarifsystem mit NRW-Preisstufen, jedoch weitgehend unveränderten Raumstrukturen. Da die Strategieklausur 2010 nicht zu mehrheitsfähigen Empfehlungen gelangen konnte, veranlasste sie eine vertiefende Analyse der Modelle. Die zu diesem Zweck gebildete »Arbeitsgruppe Tariflandschaft NRW« erarbeitete in den darauffolgenden Monaten eine detaillierte Bewertungsmatrix, nach deren Kriterien jedes Modell geprüft wurde.

Parallel zu den Diskussionen in der »Arbeitsgruppe Tariflandschaft NRW« wurden auch in den Räumen Rhein-Ruhr/Niederrhein, Rheinland und Westfalen Vorstellungen zur Tarifzukunft entwickelt:

- **Rhein-Ruhr/Niederrhein** Tariflicher Zusammenschluss VGN/VRR zum 01.01.2012, Anwendung des VRR-Tarifs und damit Wegfall des NRW-Tarifs innerhalb des neu geschaffenen »gemeinsamen Tarifraums VRR«
- **Rheinland** Wunsch nach einem einheitlichen Tarifraum AVV/VRS seitens des VRS und der VRS-Verkehrsunternehmen (der NRW-Tarif entfiel dann auch im Binnenverkehr des Rheinlands), während man im AVV noch weitgehend auf eine tarifliche und organisatorische Eigenständigkeit besteht
- **Westfalen** Entwicklung eines »Verbundes der Verbünde« der fünf westfälischen Verkehrsgemeinschaften mit dem eindeutigen Ziel einer Harmonisierung der bestehenden Tarifstrukturen und dem Vorbehalt, dies im weiteren Prozess ggf. mit spezifischen Organisations- und Aufbaustrukturen zu verbinden



In der **Strategieklausur NRW 2011** entwickelte sich eine intensive Diskussion und ein Ringen um die für NRW beste Lösung. Im Kern hat sich die Strategieklausur 2011 mit großer Mehrheit für folgende Eckpunkte ausgesprochen:

- Die aktuell existierenden neun Verbund- und Gemeinschaftstarife werden bis 2014/2015 zu drei Verbundtarifen weiterentwickelt (Tarifräume NVR, NWL und VRR).
- Zur Sicherung der Ergiebigkeit des SPNV in Reiseweiten über den nachbarörtlichen Verkehr hinaus werden die zukünftigen drei Tarife und der NRW-Tarif schrittweise dergestalt harmonisiert, dass bei ähnlichen Ticketangeboten und Reiseweiten annähernd vergleichbare Deckungsbeiträge erzielt werden.
- Der NRW-Tarif wird so ertüchtigt, dass die freizügige Nutzung aller Nahverkehrsmittel und der flächendeckende Vertrieb möglich sind.
- Soweit überhaupt erforderlich bzw. als sinnvoll erachtet, werden Tarifkragen an den Grenzen der zukünftigen Tarifräume nur nach einheitlichen Kriterien eingerichtet.
- Bei allen Maßnahmen müssen die Auswirkungen auf Einnahmenaufteilung, Wirtschaftlichkeit und Vertrieb berücksichtigt werden.
- Alle Maßnahmen müssen zudem intensiv kommunikativ begleitet werden.

Während die Vertreter des NWL für ihren ggf. spezifischen Weg zu diesen gemeinsamen Zielen auf ihr Projekt »Verbund der Verbünde« verwiesen, hielten die Vertreter des AVV für sich lediglich eine Weiterentwicklung der Übergangstarife zum VRR und VRS – insbesondere beim Jobticket – für erforderlich und ausreichend.

**Neue Arbeitsgruppen gegründet** Die Strategieklausur 2011 und der Landesarbeitskreis Nahverkehr NRW haben inzwischen zur Umsetzung und Begleitung der Maßnahmen in den Kooperationsräumen eine »Lenkungsgruppe Raumstrukturen NRW« und eine »Arbeitsgruppe Lange Reiseweiten/Tarifkragen NRW« eingerichtet. Die Lenkungsgruppe soll im weiteren Prozess die Abstimmung der Räume untereinander und mit dem Land sicherstellen; die Arbeitsgruppe wird themenbezogene Konzepte erarbeiten bzw. weiterentwickeln und dem Landesarbeitskreis Nahverkehr NRW zur Entscheidungsfindung vorlegen. Darüber hinaus einigen sich die Tarifverantwortlichen in Nordrhein-Westfalen aktuell auf die Einführung eines landesweit einheitlichen, absolut vereinfachten Anschlusstickets. Im Raum Rhein-Ruhr/Niederrhein ist die Entwicklung inzwischen bereits so weit fortgeschritten, dass der VRR und die VGN zum 01.01.2012 eine Tarifkooperation eingehen werden; sämtliche Konzepte und Beschlüsse liegen bereits vor bzw. sind in Vorbereitung. Den weiteren Prozess innerhalb Westfalens wird das Ministerium für Wirtschaft, Energie, Bauen, Wohnen und Verkehr organisatorisch dadurch unterstützen, dass es dem NWL die befristete Förderung personeller Kapazitäten für eine Projektgruppe zu gewähren gedenkt.

**Änderung des ÖPNV-Gesetzes** Zur Absicherung der weiteren Entwicklungen beabsichtigt der Gesetzgeber im Rahmen der Revision des ÖPNV-Gesetzes NRW den § 5 Abs. 3 dahingehend zu ändern, dass der jeweilige SPNV-Zweckverband (die Anstalt öffentlichen Rechts) auf die Bildung eines einheitlichen Gemeinschaftstarifs hinzuwirken hat, wobei die Bildung kooperationsraumübergreifender Tarife mit dem Ziel eines landesweiten Tarifs als weitere gesetzliche Zielvorgabe erhalten bleibt (Entwurf ÖPNVG vom 20.07.2011, siehe Infokasten). Das Land behält sich zudem vor, die Pauschalen aus § 11 ÖPNVG zu kürzen, zurückzufordern oder ihre Auszahlung auszusetzen, wenn der Hinwirkungspflicht nicht nachgekommen wird (ebenda).

In Nordrhein-Westfalen ist damit ein Entwicklungsprozess angestoßen worden, der für die Kunden die Anzahl der Tarife reduzieren und den Zugang zum ÖPNV erleichtern soll. Zudem bleibt es das Ziel, durch eine Harmonisierung der Strukturen und Preise der längeren Reiseweiten sowie durch die Konzeption von landesweit einheitlichen Tarifkragen größere Transparenz bei gleichmäßig steigender Tarifergiebigkeit zu erzielen.

**Weiterentwickeln und gestalten** Das Kompetenzzentrum Marketing NRW ist von der Strategieklausur 2011 und vom Landesarbeitskreis Nahverkehr NRW beauftragt worden, die überregionalen Entwicklungsprozesse zu begleiten und voranzubringen. Dazu gehört es, weitere Fakten zusammenzutragen und zu analysieren, Konzepte zu erarbeiten bzw. erarbeiten zu lassen und den Entscheidern diese im kommenden Jahr in einer weiteren Strategieklausur vorzulegen. Zudem sollen die Entwicklungen innerhalb der zukünftigen Verbundräume unter Mitnahme aller Beteiligten konstruktiv vorangebracht werden. Um die weiteren Entwicklungsschritte zu koordinieren, wird die »Lenkungsgruppe Raumstrukturen NRW« bis 2014/2015 jährliche, interne Zielvorgaben definieren. Die Ergebnisse der »Arbeitsgruppe Lange Reiseweiten/Tarifkragen NRW« werden zudem dazu beitragen, die Wechselwirkungen der Themenfelder unmittelbar zu berücksichtigen und personelle Synergien zu nutzen.

Das **Gesetz über den öffentlichen Personennahverkehr in Nordrhein-Westfalen – ÖPNVG NRW** – vom 7. März 1995 (Fn 1) (Fn 7) soll gemäß dem Entwurf des Änderungsgesetzes gem. Erlass »Revision des ÖPNVG« v. 20.07.2011 geändert werden.

### § 5 Überörtliche Zusammenschlüsse, Koordination

(3) Dem Zweckverband ist die Entscheidung über die Planung, Organisation und Ausgestaltung des SPNV zu übertragen. Er hat in Abstimmung mit seinen Mitgliedern auf eine integrierte Verkehrsgestaltung im ÖPNV hinzuwirken, insbesondere auf die **Bildung eines einheitlichen Gemeinschaftstarifs\***, auf die Bildung kooperationsraumübergreifender Tarife mit dem Ziel eines landesweiten Tarifs, auf ein koordiniertes Verkehrsangebot im ÖPNV und einheitliche Beförderungsbedingungen, Produkt- und Qualitätsstandards, Fahrgastinformations- und Betriebssysteme und ein übergreifendes Marketing. Er hat darüber hinaus auf eine Ausgestaltung angemessener Kundenrechte durch Aufnahme von entsprechenden Regelungen in die Tarifbestimmungen des Gemeinschaftstarifs hinzuwirken.

\* ersetzte Formulierung: **Fortentwicklung der bestehenden Gemeinschaftstarife**

## » ... den ÖPNV wirklich attraktiver machen.«

**Hajo Kuhlisch ist Leiter des Referates VI B 4 im Ministerium für Wirtschaft, Energie, Bauen, Wohnen und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen. Das Referat beschäftigt sich mit der wirtschaftlichen und betrieblichen Organisation des Öffentlichen Nahverkehrs, mit den Zweckverbänden und Verbänden sowie der Bahnwirtschaft. Unsere Redaktion wollte wissen, wie er die Ergebnisse der jüngsten Strategieklausuren bewertet und welche Maßnahmen er für wichtig hält, um den ÖPNV in NRW weiter voran zu bringen.**



**KCM In den letzten Jahren haben sich die NRW-Nahverkehrsakteure regelmäßig zu Strategieklausuren zusammengefunden. Was sind die Gründe?**

**Kuhlisch** Alle in NRW an der Tarifentwicklung beteiligten Akteure stimmen seit Jahren mit Erfolg »das laufende Geschäft« im regelmäßig tagenden Landesarbeitskreis Nahverkehr ab. Die Ergebnisse können sich absolut sehen lassen. Denken sie nur an die NRW-PauschalpreisTickets, das NRW-SemesterTicket oder die landesweite Mobilitätsgarantie. Grundsätzliche Richtungsentscheidungen erfordern jedoch eine ganz besonders intensive Auseinandersetzung; sie brauchen Zeit und Raum. Die Chancen und Risiken sind zu benennen und abzuwägen. Natürlich gibt es auch unterschiedliche Interessen, die offen diskutiert werden müssen. In NRW hat sich die Vorgehensweise, alle Akteure an einen Tisch zu holen, bewährt. So konnten in den bisherigen Strategieklausuren Entscheidungen vorbereitet

werden, die die gesamte Tariflandschaft in NRW entscheidend geprägt haben. Wir haben dadurch unter den Partnern des NRW-Nahverkehrs mittlerweile eine sehr vertrauensvolle Atmosphäre der Zusammenarbeit aufgebaut, die so manchen Streit in der Sache aushält.

**KCM Die diesjährige Strategieklausur zum Thema »Weiterentwicklung der NRW-Tariflandschaft« sollte Impulse zu einer Neuordnung der Verbund- und Gemeinschaftstarife und des NRW-Tarifs geben. Konnte das Ziel erreicht werden?**

**Kuhlisch** Diese anspruchsvolle Aufgabe der Strategieklausur wurde durch die eindeutigen Formulierungen in der Koalitionsvereinbarung nochmals bestätigt. Die qualifizierte Vorarbeit in der Arbeitsgruppe Tariflandschaft ermöglichte es jedoch, auf der Grundlage aufgearbeiteter Fakten und Analysen sehr schnell in einen konstruktiven Dialog einzutreten. Daraus haben sich Empfehlungen entwickelt, die mit großer Mehrheit von den NRW-Tarifakteuren für sinnvoll und zielführend angesehen werden.

**KCM Danach soll es zukünftig neben dem NRW-Tarif nur noch drei Verbundtarife in NRW geben. Ist das Ihre Idealvorstellung?**

**Kuhlisch** Traumvorstellung ist ein einheitlicher Tarif aus einem Guss, einfach zu durchschauen, überall zu erhalten, für die Fahrgäste preislich attraktiv und trotzdem für die Verkehrsunternehmen wirtschaftlich auskömmlich. Das hat was vom Idealgewicht: So etwas gibt es nur leider im wahren Leben

so gut wie nicht und wenn, dann ist das Ergebnis eigentlich doch eher mager. Die Ausgangssituation in NRW prägen nun mal neun Verkehrsverbünde bzw. -gemeinschaften mit all ihren gewachsenen, zum Teil sehr speziellen Tarifangeboten und unterschiedlichen Tarifphilosophien. Hinzu kommen Übergangsregelungen, die zum Teil der Phantasie keine Grenzen setzen, höchst unterschiedliche Vertriebssysteme und komplexe Regelungen zur Einnahmenaufteilung. Gerade bezüglich letzterer erwarten mehr als 100 Verkehrsunternehmen zu Recht, dass Neuerungen zumindest nicht zu Einnahmeverlusten führen. Wenn wir jedoch den ÖPNV wirklich attraktiver machen wollen,

**Kuhlisch** Das Land unterstützt den ÖPNV mit hohen Millionenbeträgen. Damit verbunden sind klare Erwartungen an ein für die Bürgerinnen und Bürger attraktives Angebot bei Bussen und Bahnen. Eine bunte Tarifvielfalt, mag sie auch noch so gut gemeint sein, ist im ÖPNV aber allenfalls etwas für absolute Kenner. »Neun Mal gut gemeinte Tarife« wird das Land nicht weiter unterstützen. Deshalb sieht die Novelle des ÖPNV-Gesetzes auch für die drei SPNV-Aufgabenträger VRR, NWL und NVR eine Hinwirkungspflicht zur Bildung von einheitlichen Gemeinschaftstarifen vor (s. Infokasten zum Entwurf der Novelle des ÖPNVG NRW auf Seite 9). Zudem behält sich das Land vor, finanzielle Pauschalen an die Aufgabenträger zu kürzen,

wenn dieser Hinwirkungspflicht und damit letztlich natürlich auch einer tatsächlichen Umsetzung nicht nachgekommen wird. Daneben bieten wir den Verantwortlichen vor Ort aber auch logistische Unterstützung durch das KCM und die Möglichkeit einer befristeten und überschaubaren personellen Projektförderung.



**Vorfahrt für Busse und Bahnen in NRW: ... Wir nehmen die Verantwortung des Landes für den SPNV ernst und werden vor diesem Hintergrund prüfen, welche Maßnahmen notwendig sind, um den SPNV in NRW effektiver im Sinne seiner Nutzer zu gestalten. Hierbei sollen auch Vorschläge zur Beseitigung der unübersichtlichen Tarifvielfalt im ÖPNV und für die Weiterentwicklung zu einem echten, landesweiten Verbundtarif sowie zur Verbesserung der Fahrgastrechte entwickelt werden. ... (Auszug aus dem Koalitionsvertrag zwischen der NRW SPD und Bündnis 90/Die Grünen vom Juli 2010)**



*müssen wir aus Kundensicht nach wie vor existierende Barrieren abbauen. Bevor wir dabei lange und vergeblich nach einem einheitlichen Tarifsystem suchen, das wir den neun Räumen überstülpen, erscheint es uns sehr viel effektiver, die Zahl der bestehenden Tarife zu reduzieren und sie im Übrigen zu harmonisieren und zu vereinfachen.*

**KCM Die Umsetzung soll bis 2014/15 erfolgen. Welche Maßnahmen ergreift das Land, um die Entwicklungsprozesse abzusichern?**

**KCM Die Umsetzung der neuen Tarifstrategie NRW ist mit Sicherheit eine Mammutaufgabe. Wer muss jetzt was tun?**

**Kuhlisch** Ich sehe die Entwicklung insgesamt bereits auf einem guten Weg. VRR und NVN arbeiten schon seit einigen Jahren unter einem gemeinsamen Dach. Jetzt haben der VRR und die VGN die tarifliche Kooperation zum 01.01.2012 beschlossen: Der VRR-Tarif wird die »Leitwährung«. Mehr als ein Anfang

ist also bereits gemacht. In Westfalen, wo die Ausgangssituation mit fünf Räumen vermeintlich am schwierigsten ist, erarbeiten Zweckverbände und Verkehrsgemeinschaften bereits sehr konstruktiv die Grundlagen für tarifliche Lösungen im Sinne der gemeinsamen Zielsetzung. Ich bin sicher, dass die entsprechenden organisatorischen Veränderungen folgen werden. Zwischen Köln und Aachen rumort es zurzeit noch am heftigsten. Das kennen wir von Gewittern, die sich ja auch gern mal zwischen Eifel und Rhein entladen. Da ist halt jeder von der Qualität seines eigenen Tarifsystems besonders überzeugt und hat die Sorge, dass die spezifischen Bedürfnisse der Region im großen Tarifverbund zu kurz kommen. Das alles bedarf zwar noch einer Menge Überzeugungsarbeit. Aber ich bin sicher, am Ende siegt die Einsicht, dass für eine einheitlichere und einfachere Tariflandschaft im Interesse der Kunden Kompromisse gefunden werden müssen. Raumstrukturen sind nirgendwo in Stein gemeißelt.

**KCM Die Strategieklausur 2011 hat sich auch mit den Tarifen und Fahrpreisen in höheren Reiseweiten beschäftigt. Was ist der Hintergrund für diese Überlegungen?**

**Kuhlisch** Das Land stellt den drei SPNV-Aufgabenträgern zur Finanzierung des SPNV-Betriebes schon heute jährlich mehr als 850 Mio. Euro zur Verfügung. Der Bedarf ist weiter steigend, entsprechend sind auch die Erwartungen in den drei Räumen. Vor diesem Hintergrund hat das Land den berechtigten Anspruch, dass auch die Entwicklung der Einnahmenseite sichergestellt ist. Dafür muss es jedoch gerade bei den langen Reiseweiten innerhalb der Tarifräume eine vereinheitlichte und langfristige gesicherte Entwicklung der Tarife unter Berücksichtigung ihrer

Ergiebigkeit geben. In diesem Zusammenhang steht auch, den NRW-Tarif so zu ertüchtigen, dass überall die freizügige Nutzung aller Nahverkehrsmittel und der flächendeckende Vertrieb möglich werden.

**KCM Das Zusammenwirken der neuen Verbundtarife untereinander und mit dem NRW-Tarif bedarf einer fachlich fundierten Begleitung. Wie wird diese sichergestellt? Und welche Bedeutung erhalten oder behalten Tarifkragen?**

**Kuhlisch** Wir haben uns darauf verständigt, dass für Tarifkragen zwischen den neuen Verbundtarifen, soweit sie überhaupt als erforderlich oder zumindest sinnvoll angesehen werden, einheitliche Kriterien gelten müssen. Das KCM erarbeitet gerade konkrete Vorschläge. Allerdings steht hierzu bereits im aktuellen ÖPNVG, dass kooperationsraumübergreifende Tarife mit dem Ziel eines landesweiten Tarifs – also des NRW-Tarifs – eingerichtet werden sollen. Der Spielraum für Tarifkragen ist also begrenzt. Sie können im Einzelfall bei besonderen Verkehrsströmen dem Kundeninteresse dienen, sie dürfen aber nicht den NRW-Tarif systematisch unterlaufen. Im Übrigen wird der gesamte Entwicklungsprozess fachlich vom KCM und der Lenkungsgruppe Raumstrukturen, die mit Vertretern des Ministeriums und Entscheidungsträgern der Räume besetzt ist, begleitet. Neben der Diskussion in den Fachgremien werden wir auch im nächsten Jahr wieder im Rahmen einer Strategieklausur Zwischenbilanz ziehen und die nächsten Schritte gemeinsam mit allen NRW-Tarifakteuren vereinbaren. Bisher hat sich die »Tariffamilie NRW« auch bei echten Herausforderungen immer noch bewährt.

**KCM Herr Kuhlisch, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.**

# Den NRW-Tarif kontinuierlich weiterentwickeln: aktuelle Aufgaben des KCM

*Seit 2002 ist das KCM als »Geschäftsstelle« maßgeblich an der Konzeption, Koordination und Umsetzung des NRW-Tarifs beteiligt. Mit dessen zunehmender Bedeutung sind auch unsere Aufgaben erheblich gewachsen: Wir verstehen uns als Dienstleister für die NRW-Tariflandschaft und bieten umfangreiche Serviceprodukte sowie Informations- und Managementleistungen für den landesweiten ÖPNV an.*

Nach der erfolgreichen Etablierung des NRW-Tarifs stehen neben der Weiterentwicklung des Tarifs ebenso Nahverkehrsthemen von landesweitem Interesse im Fokus unserer Arbeit. Die aktuellen Aufgaben des KCM sind geprägt durch die Umsetzung der mittel- bis langfristigen Zielvereinbarungen, die im Rahmen der Strategieklausuren NRW getroffen wurden. Aus den Strategieklausuren 2010 und 2011 ergeben sich u. a. folgende Herausforderungen:

- **Entwicklung eines pauschalen AnschlussTickets NRW** Das AnschlussTicket NRW ist ein Angebot für Inhaber von Verbundzeitfahrausweisen, die einmal über diesen Geltungsbereich hinaus fahren möchten. Es wird jeweils als RelationspreisTicket von der Grenze der Gültigkeit des Zeitfahrausweises bis zum Ziel berechnet. Mit der Umstellung auf ein PauschalpreisTicket entfällt für den Kunden die komplexe Suche und Angabe des Anschlussbahnhofs (siehe auch Seite 36).
- **Überprüfung der Preisbildung im NRW-Tarif** Preisliche Grundlage des NRW-Tarifs stellt der Nahverkehrstarif (C-Preis) der DB dar. Da der C-Preis einigen Tarifierungsschwächen, v. a. im Bereich der Raumbegrenzung, aber auch hinsichtlich der Einbindung von Bus-Tarifpunkten unterliegt, gilt es, diesen in Zusammenarbeit mit der DB auf zeitgemäße Anforderungen zu überprüfen. Gleichzeitig muss die Systematik des NRW-Tarifs selbst verbessert werden, indem z. B. eine freie Wahl von Verkehrsmitteln in jedem Abschnitt der Reise sichergestellt wird.
- **Tarifkragen nach landesweit einheitlichen Kriterien etablieren** Als Übergangstarife zwischen Verbänden werden Tarifkragen meist bilateral zwischen zwei Verbänden vereinbart und bei Bedarf etabliert, so dass unterschiedliche Ausprägungen existieren. Da viele Tarifkragen vor dem NRW-Tarif eingeführt wurden, ist für Kunden häufig unklar, ob der Kragentarif oder der NRW-Tarif zur Anwendung kommt. Hier unterstützt das KCM im Sinne des Kunden eine Vereinheitlichung der landesweiten Kriterien und Regeln.
- **Übertragung des Mitfahrer-Prinzips** Ziel ist es, das heutige pauschale SchönerTagTicket NRW mit der gleichen »Mitfahrer-Logik« auszustatten wie das Quer-durchs-Land-Ticket der DB: Der Grundpreis gilt für einen Fahrgast; bis zu vier Fahrgäste zahlen jeweils einen Aufpreis.





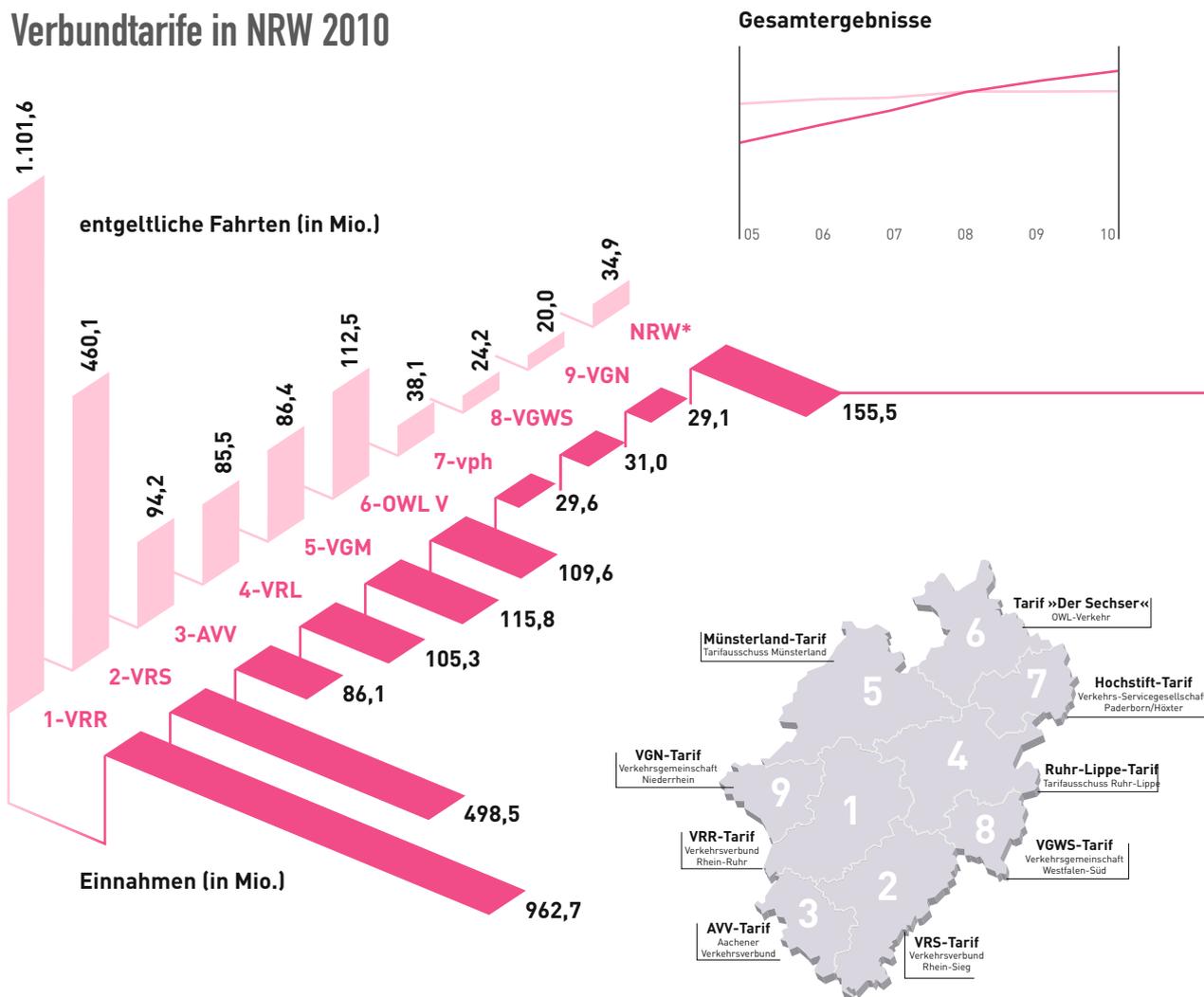
## Fahrgastzahlen in NRW weiterhin auf hohem Niveau

**Der Nahverkehr in NRW zeichnet sich durch Beständigkeit aus: Auch im zurückliegenden Jahr wurden 2,06 Mrd. entgeltliche Fahrten mit Bussen und Bahnen in NRW zurückgelegt.**

**D**er Nahverkehr hat sich im Jahr 2009 nicht nur in NRW, sondern bundesweit als äußerst stabil und wenig krisenanfällig erwiesen. Diese Stabilität setzt sich nun auch 2010, im Jahr des wirtschaftlichen Aufschwungs, fort. Während der Verband Deutscher Verkehrsunternehmen VDV für seine Mitgliedsunternehmen für 2010 bundesweit eine leichte Erhöhung sowohl des Verkehrsaufkommens als auch der Verkehrsleistung um jeweils 0,5 % konstatiert, liegt der NRW-Nahverkehr mit einer Steigerung der Fahrgastzahlen von 0,1 % leicht unter dem bundesweiten Trend. Bezogen auf die Einnahmentwicklung kommen NRWs Busse und Bahnen annähernd an den Bundesschnitt (+ 3,5 %) heran. So erzielte der Nahverkehr in NRW im zurückliegenden Jahr 2,12 Mrd. Euro Einnahmen und fuhr bei nahezu konstanten Fahrgastzahlen\* ein Einnahmenplus von 3,2 % im Vergleich zu 2009 ein.

\* Bei der Angabe »Fahrten« bzw. »Fahrgastzahlen« handelt es sich um statistisch ermittelte Werte, die auf Nutzungshäufigkeiten je Ticketart basieren. In einigen Kooperationsräumen wurden diese Nutzungshäufigkeiten neu festgelegt. Dies führte auch zu Korrekturen für das Jahr 2009 und zu Abweichungen zu den im letzten NRW-Tarifbericht 2009/2010 veröffentlichten Angaben.

## Verbundtarife in NRW 2010



\* Anmerkung: Die Position NRW setzt sich zusammen aus dem NRW-Tarif, dem Schöne-Wochenende-Ticket und dem NRWplus-Tarif.

Die Tariflandschaft in NRW besteht aus neun Verbundtarifen. Seit 2004 werden diese durch den NRW-Tarif als 10. Verbundtarif für kooperationsraumüberschreitende Fahrten erfolgreich ergänzt. Hinsichtlich seiner Nutzung differiert der NRW-Tarif sehr deutlich von den Verbundtarifen, die geprägt sind von Vielfahrern. Dies schlägt sich in einem hohen Zeitkartenanteil in den Verbundtarifen nieder. Der NRW-Tarif wird hingegen stark für Gelegenheitsfahrten im Freizeitbereich genutzt. Entsprechend bedeutsam ist hier der Bartarif.

**Steigende Bedeutung von Zeitkarten** Wie bei den Verbundtarifen ist auch im NRW-Tarif in den letzten Jahren ein sukzessiver Anstieg im Zeitkartensegment festzustellen. Neben dem allgemeinen Trend zu Zeitkarten gibt es zusätzliche Bestrebungen, im Rahmen des NRW-Ticketsortiments mit speziellen Zeitkarten bestehende Kundengruppen an den NRW-Tarif zu binden und Neukunden zu gewinnen. Sehr erfolgreich konnte dies zuletzt mit dem SemesterTicket NRW umgesetzt werden. Ein weiterer Baustein in diesem Kontext könnte ein JobTicket NRW sein. Eine entsprechende Marktforschung läuft derzeit. Darüber hinaus wird aktuell über strukturelle Anpassungen der bestehenden Ticketpalette beraten. Ein Garant für den bisherigen Erfolg des NRW-Tarifs stellte das nachfrageorientierte Ticketangebot dar. Dieses gilt es auch in Zukunft im Blick zu halten und sukzessive kundengerecht fortzuentwickeln. Mittel- bis langfristig wird landesweit ein weiteres tarifliches Zusammenwachsen einzelner Teilräume angestrebt, so dass sich die Anzahl der Verbundtarife in den nächsten Jahren verringern wird. Das System »Nahverkehr« soll so für den Fahrgast klarer strukturiert und noch besser zugänglich werden (siehe auch Seite 6ff.).



## Ein voller Erfolg: SemesterTicket NRW fast flächendeckend verbreitet

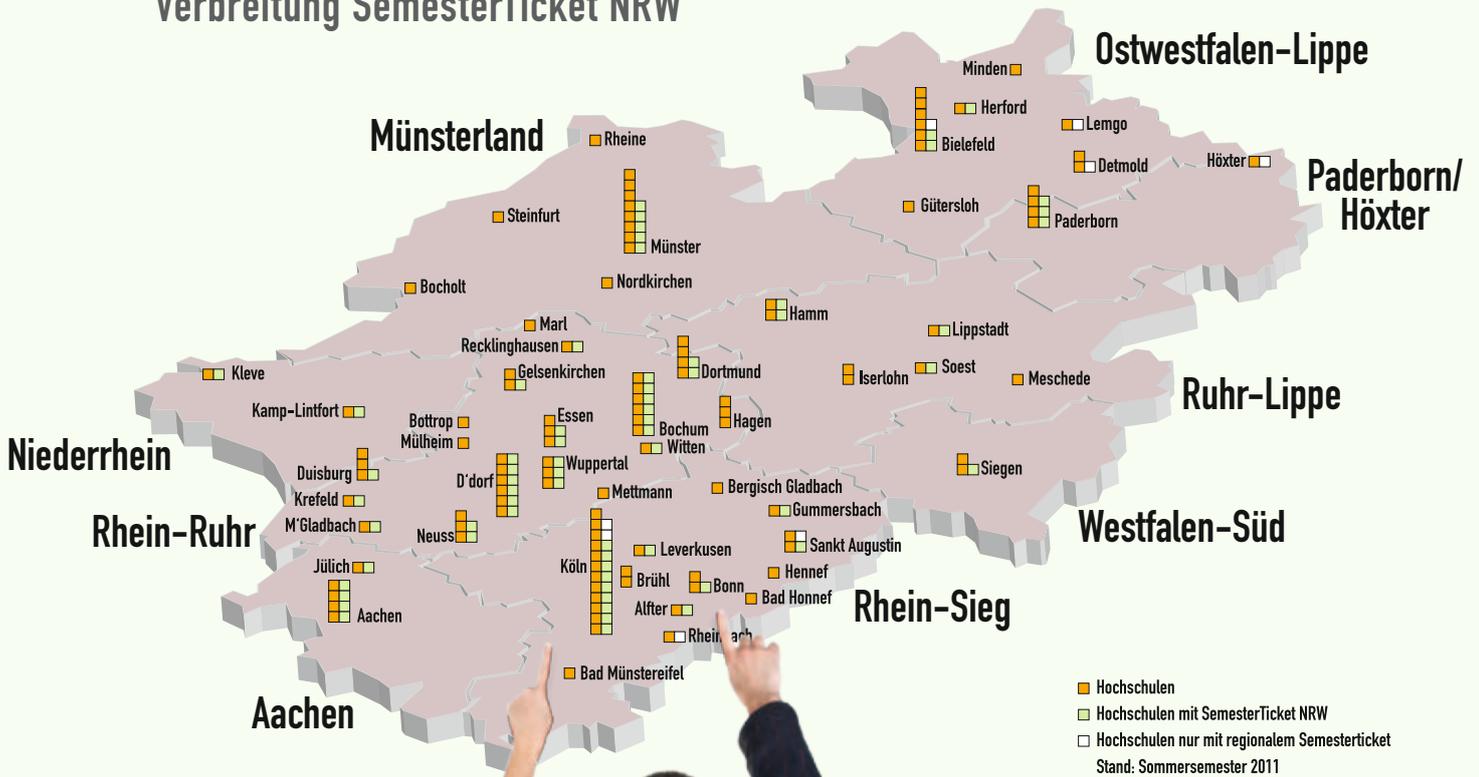
*Das SemesterTicket NRW konnte sich innerhalb von nur drei Jahren zu einer wichtigen Größe im Rahmen des NRW-Tarif-Ticketangebots entwickeln. Nachdem schon im vergangenen Jahr eine nahezu flächendeckende Verbreitung des Tickets erreicht war, sprachen sich im Vorfeld des Sommersemesters 2011 weitere kleinere Hochschulen, zum Teil auch Neugründungen, für das SemesterTicket NRW aus.*

In Absolut-Werten gesprochen verfügen derzeit 78 % der 529.000\* an den Hochschulen in NRW eingeschriebenen Studierenden über die landesweite Fahrtberechtigung. Berücksichtigt man, dass das Vorhandensein eines regionalen Semestertickets Voraussetzung für das als »Add-on« konzipierte SemesterTicket NRW ist, so sind heute sogar 96 % der Studierenden, die über ein regionales Semesterticket verfügen, im Besitz der landesweiten Fahrtberechtigung.

Die starke Bedeutung des SemesterTickets NRW in der nordrhein-westfälischen Hochschullandschaft zeigt die Abbildung der Hochschulstandorte auf der nächsten Seite. Bei den Hochschulen ohne SemesterTicket NRW handelt es sich überwiegend um Standorte, für die aufgrund der speziellen Studienform (z. B. Fernuniversität Hagen) oder der schlechten ÖPNV-Anbindung ein Semesterticket nicht infrage kommt und daher auch keine regionale Fahrtberechtigung vorliegt.

\*Quelle: IT NRW 2011

## Verbreitung SemesterTicket NRW



» Es ist wirklich klasse, NRW-weit mit einem Ticket unterwegs sein zu können! \* «

\*Originalzitat eines Studierenden aus der Akzeptanzstudie

# »Eine unschätzbare Entlastung für Studierende«

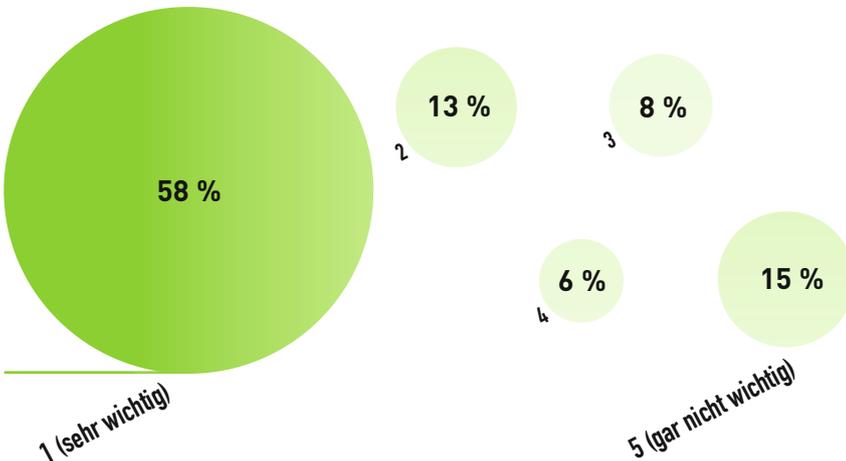
32 Hochschulen aus sieben von neun Kooperationsräumen in NRW haben 2010 an der Akzeptanzstudie des KCM zum SemesterTicket NRW teilgenommen. Rund 280.000 Studierende wurden per Mail oder Brief von ihren Hochschulen zur Teilnahme an unserer Online-Befragung eingeladen: Etwa 12 % haben mitgemacht.

Insgesamt erhielten wir 33.150 vollständig ausgefüllte Fragebögen. Den Studierenden ist »ihr« SemesterTicket NRW wichtig. Auf einer Skala von 1 (sehr zufrieden) bis 5 (gar nicht zufrieden) liegt die durchschnittliche Zufriedenheit bei 2,13. Insgesamt 41 % der Studierenden sind sehr zufrieden (=1), weitere 30 % zufrieden (=2). Nur wenige, nämlich 9 %, sind gar nicht zufrieden (=5). Fragt man nach der durch das Semesterticket ermöglichten landesweiten Mobilität, vergeben die Studierenden mit 2,08 durchschnittlich eine noch bessere Note: Mehr als der Hälfte der Studienteilnehmer ist das SemesterTicket NRW sehr wichtig.

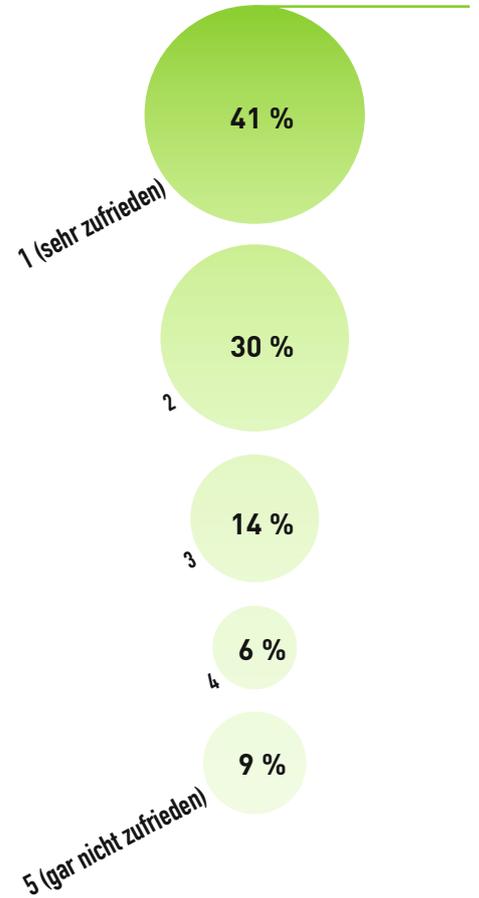
» Ich möchte ein NRW-weites Semester-ticket nicht mehr missen.\* «

## Wie wichtig ist für Sie, dass Sie mit Ihrem SemesterTicket NRW in ganz NRW den Nahverkehr nutzen können, ohne ein zusätzliches Ticket kaufen zu müssen?

(durchschn. Wichtigkeit = 2,08)



## Wie zufrieden sind Sie mit Ihrem SemesterTicket NRW? (durchschn. Zufriedenheit = 2,13)



» Das NRW-Ticket ist in jeder Hinsicht zufriedenstellend und eine unschätzbare Entlastung.\* «

\*Originalzitate von Studierenden aus der Akzeptanzstudie

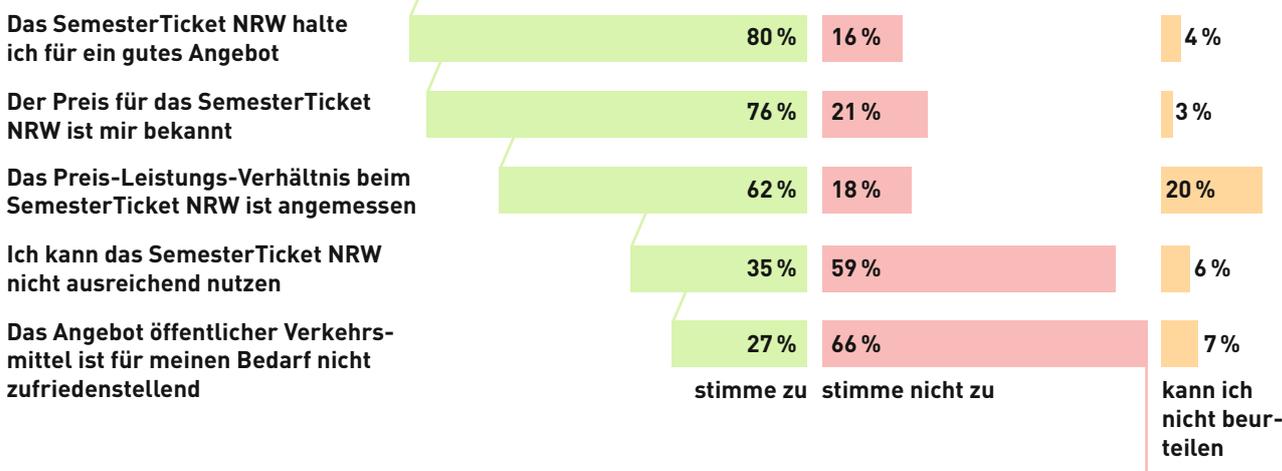
## Mögliche ÖPNV-Nutzung ohne SemesterTicket NRW

Würden Sie ohne das SemesterTicket NRW Ihre Fahrten, die Sie heute mit öffentlichen Verkehrsmitteln über den Gültigkeitsbereich Ihres regionalen Semestertickets hinaus tätigen, weiterhin mit Bus und Bahn tätigen?\*



\*Es wurden nur Studierende befragt, die Bus bzw. Bahn zumindest selten benutzen.

## Aussagen zum SemesterTicket NRW



### Anregungen der Studierenden:

»Ich würde es besser finden, wenn das NRW-Ticket direkt mit auf dem Studentenausweis wäre, so dass man nicht mehr den Extra-Zettel dabei haben muss.«

»Das Material ist sehr ungünstig gewählt, da das Papier nach kurzer Zeit schon abnutzt. Plastikkarten wären benutzerfreundlicher.«

»Das NRW-Ticket in Plastikkartenform wäre wünschenswert!«

### Antwort des KCM:

Ab dem Sommersemester 2012 ist das SemesterTicket NRW als Chipkarte bzw. elektronisches Ticket erhältlich. Langfristige Perspektive ist es, nur noch ein elektronisches SemesterTicket NRW anzubieten, wobei die Hochschule auch die Möglichkeit hat, das Ticket mit anderen Services der Uni auf eine Multifunktionskarte aufzubringen.

## »... aus ökologischer Sicht konsequent ...«

**Die FH Aachen hat zum WS 2008/2009 das SemesterTicket NRW eingeführt, nachdem die Studierenden am 11. Januar 2008 in einer Urabstimmung dafür gestimmt hatten. Unsere Redaktion sprach mit Marion Steffen M. A., Dezernentin für akademische und studentische Angelegenheiten, sowie mit Dr. Roger Uhle, Leiter der Stabsstelle für Presse-, Öffentlichkeitsarbeit und Marketing.**

**KCM Die Studierenden der FH Aachen haben sich eindeutig für das SemesterTicket NRW ausgesprochen. Haben Sie seitens der Hochschule die Entscheidungsfindung aktiv unterstützt?**

**FH Aachen** Die Hochschulleitung begrüßt die Einführung des SemesterTickets NRW und freut sich sehr über das befürwortende Votum der Studierenden. Das regionale Semesterticket ist seit über sieben Jahren etabliert, und Studierende sind viel unterwegs. Da ist es allein aus ökologischer Sicht nur konsequent, sie auch landesweit zur Benutzung des ÖPNV zu motivieren. Und als solidarfinanziertes Ticket ist es auch unter sozialen Gesichtspunkten ein wichtiger Schritt. Bereits im Vorfeld unterstützte die Hochschulleitung die Studierenden aktiv mit Informationen. Es hat eine ganze Reihe von Gesprächen gegeben, die mit der Hochschulleitung und auch den Fachbereichen geführt worden sind.

**KCM Sie werben mit dem SemesterTicket NRW auf Bussen des Aachener Verkehrsunternehmens ASEAG. Was versprechen Sie sich davon?**

**FH Aachen** Unser AStA (Allgemeiner Studierenden-ausschuss) als treibende Kraft und Vertragspartner der ASEAG ist zu Recht stolz auf die Einführung des NRW-Tickets. Mit der Werbung werden Studierende motiviert, ihre landesweite Fahrerlaubnis für den ÖPNV zu nutzen, aber auch die Öffentlichkeit erfährt, dass es das NRW-Ticket an unserer Hochschule gibt. Wir wollen durch unsere Buswerbung eine stärkere Nutzung des ÖPNV erzielen. Auch im Rahmen unseres künftigen Mobilitätskonzepts ist die Stärkung der ÖPNV-Nutzung erklärtes Ziel, so dass unter anderem weniger Parkplätze bei unseren Bauvorhaben nachgewiesen werden müssen.

**KCM Welche weiteren Kommunikationsmittel nutzen Sie darüber hinaus, um Informationen über das SemesterTicket NRW an der FH Aachen zu platzieren?**

**FH Aachen** Zum einen nutzen wir wie bereits angesprochen die Buswerbung. Zum anderen informieren sowohl die Hochschule als auch der AStA in ihrem Online-Angebot über das Semesterticket.

**KCM 96% aller Studierenden in NRW mit regionalem Semesterticket haben inzwischen das SemesterTicket NRW; die meisten Hochschulen verfügen über das Ticketangebot. Stellt das SemesterTicket NRW heute noch einen Standortvorteil für eine Hochschule dar?**

**FH Aachen** Es gibt keinen direkten Zusammenhang zwischen der Einführung des SemesterTickets NRW und den Studierendenzahlen, wir halten ihn auch für unwahrscheinlich. Trotzdem gehört eine landesweite Fahrerlaubnis inzwischen zum Standard, auf den keine Hochschule verzichten kann.

**KCM Haben Sie Verbesserungswünsche für das SemesterTicket NRW oder auch das regionale Semesterticket, um die Ansprüche der Studierenden auf Mobilität zu bedienen?**

**FH Aachen** Mit der Einführung von elektronischen Chipkarten als Studierendenausweis an den Aachener Hochschulen sollte das SemesterTicket NRW als Funktion der Chipkarte integriert werden. Die Gespräche mit AVV/ASEAG zum Thema Interoperabilität waren bisher leider erfolglos. Die internen Entscheidungen des AVV zum eTicket sind noch offen. Weder in den Chipkarten der RWTH noch in denen der FH Aachen kann derzeit das Semesterticket integriert werden. Wir hoffen jedoch auf eine zeitnahe Lösung. Weiterhin erhoffen wir uns mehr zügige Direktverbindungen zwischen Jülich und Aachen, damit die Fahrt mit dem Bus attraktiver wird.



» In ganz Deutschland sollten Fahrten mit dem Nahverkehr möglich sein, allein schon zu Bildungszwecken.\* «



» Es wäre natürlich toll, wenn man nicht nur den Nahverkehr nutzen könnte bzw. für schnellere Züge Ermäßigungen bekäme. Mir ist aber bewusst, dass dies schwierig umzusetzen ist.\* «



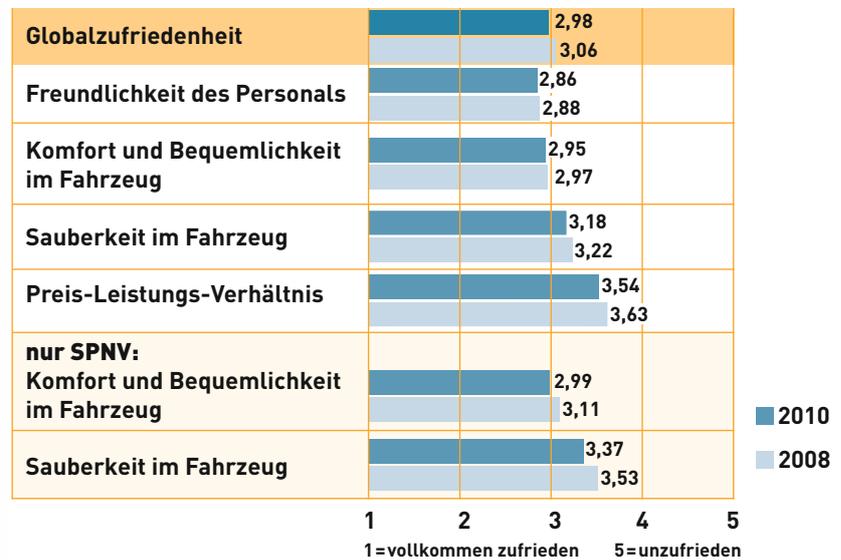
## Wir wollen es wissen!

***Nur wer weiß, was seine Kunden wirklich wollen, kann sich weiterentwickeln. Mit dem NRW-Kundenbarometer, das das KCM im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft, Energie, Bauen, Wohnen und Verkehr des Landes NRW (MWEBWV) durchführt, füllen die für den Nahverkehr in NRW Verantwortlichen das Schlagwort »Kundenorientierung« mit Leben.***

**A**lle zwei Jahre bittet das KCM Nahverkehrskunden in NRW im Rahmen von telefonischen Befragungen um ihre Meinung, und zwar zu 31 Aspekten des ÖPNVs: von der Beurteilung des Preis-Leistungs-Verhältnisses bis zur Sauberkeit der Fahrzeuge, von der Freundlichkeit des Personals bis zum Nahverkehrsangebot am Wohnort. So erhalten wir detaillierte Informationen über die Beurteilung des ÖPNVs in den jeweiligen Kooperationsräumen und gleichzeitig ein Stimmungsbild zum Nahverkehr in NRW insgesamt. Im mittlerweile fünften landesweiten Kundenbarometer befragte das Institut TNS Infratest zwischen September und November 2010 rund 10.200 Nahverkehrskunden ab 16 Jahren – 5.500 Interviews davon förderte das MWEBWV.

Auf Basis dieser Daten wird der Nahverkehr in NRW kontinuierlich weiterentwickelt und verbessert: Auf NRW-Landesebene nutzt zum einen das Ministerium die Ergebnisse, zum anderen fließen die Erkenntnisse aus dem Kundenbarometer in die Arbeit der Landesarbeitskreise ein. Und last, but not least erhalten die Kooperationsräume Auswertungen der Ergebnisse bezogen auf ihre jeweiligen Verkehrsräume. Dass auf Basis der Ergebnisse viel unternommen wird, zeigt die Globalzufriedenheit: Sie ist im Vergleich zur Vorgängerstudie aus dem Jahr 2008 signifikant gestiegen.

## Höhere Globalzufriedenheit und bessere Noten (Auswahl)



Die Nahverkehrskunden in Nordrhein-Westfalen sind im Durchschnitt mit den Leistungen des ÖPNV zufrieden. Sie vergaben im Vergleich zur Vorgängerstudie im Jahr 2008 bessere Noten u. a. für Sauberkeit, Komfort, das Preis-Leistungsverhältnis und die Freundlichkeit des Personals.

## Bestnoten für Fahrplanauskünfte im Internet: 2,57

Die beste Note vergeben unsere Kunden nach wie vor für Fahrplanauskünfte im Internet. Trotzdem bewerten sie diese in der aktuellen Studie schlechter als noch 2008 (2,52). Hier zeichnen sich die steigenden Ansprüche der Bus- und Bahnfahrer durch die permanenten Weiterentwicklungen der Services für Internet und Smartphones ab. Dementsprechend entwickeln auch wir unsere Online-Services kontinuierlich weiter: Auf Seite 36 stellen wir zum Beispiel die verbesserte Internetauskunft zum AnschlussTicket NRW vor.



Die vollständigen Daten des NRW-Kundenbarometers stehen zum Download bereit unter [www.kcm-nrw.de](http://www.kcm-nrw.de).

## Ausgewählte Leistungsmerkmale mit verschlechterten Noten

Das Sicherheitsgefühl unserer Fahrgäste ist – sicher auch bedingt durch die aufsehen-erregenden Vorfälle körperlicher Gewalt im letzten Jahr – im Vergleich zu 2008 gesunken. Die Verkehrsunternehmen in NRW setzen sich mit vielerlei Maßnahmen für die Sicherheit im Nahverkehr ein. Zugleich können aber auch die Fahrgäste einen Beitrag leisten, indem sie aufmerksam sind und bei Zwischenfällen mit Bedacht handeln. »Busse & Bahnen NRW« setzt daher auch 2011 seine Aktivitäten für mehr Zivilcourage im Nahverkehr fort: Der Videowettbewerb »Rap'n'Rec« soll das Bewusstsein für Zivilcourage unter Jugendlichen und jungen Erwachsenen stärken. Prominenter Botschafter der Kampagne ist der Kölner Kabarettist und Comedian Fatih Çevikkollu.



Sicherheit tagsüber im Fahrzeug: 2,60 (2,55)  
 Sicherheit tagsüber an Stationen: 2,68 (2,60)  
 Sicherheit abends an Stationen: 3,43 (3,40)  
 Schnelligkeit der Fahrverbindung: 2,63 (2,58)  
 Fahrplan-Informationen an Stationen: 2,90 (2,84)  
 Platzangebot im Fahrzeug: 3,05 (3,02)  
 Fahrkartensortiment: 3,07 (3,02)

1=vollkommen zufrieden 5=unzufrieden 2010 (2008)

Zivilcourage? Wenn du was zu sagen hast, kannst du es auch rappen!

**Rap'n'Rec**  
Der Videowettbewerb

**Rappen, filmen und gewinnen!**  
Schick uns deinen Clip und gewinne eine professionelle Musikproduktion.  
Wie es geht, zeigt dir Fatih Çevikkollu im Internet.

[www.nahverkehr.nrw.de](http://www.nahverkehr.nrw.de)

BUSSE & BAHNEN **NRW**

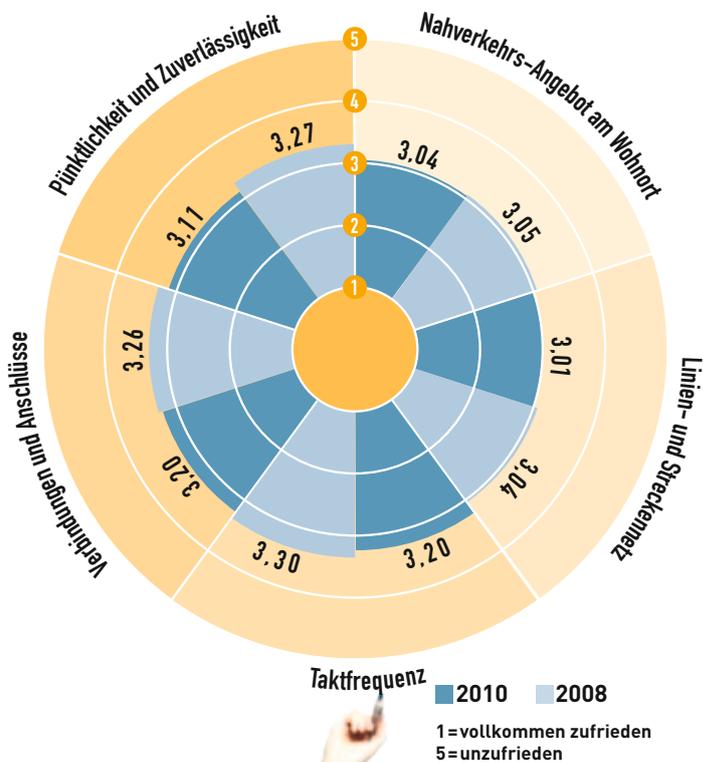
Bei allen Sicherheitsvorkehrungen, die die Verkehrsunternehmen treffen: Aufmerksamkeit und Hilfsbereitschaft der Fahrgäste untereinander sind unverzichtbar. Das KCM wirbt mit dem Kölner Kabarettisten und Comedian Fatih Çevikkollu für mehr Zivilcourage (siehe auch Seite 42).

## Hier müssen wir aktiv werden!

Auch wenn sich die Zufriedenheit der Fahrgäste im Vergleich zu 2008 teilweise verbessert hat, so fordern die hier zusammengefassten SPNV-Leistungsmerkmale doch unsere Aktivität, und zwar weil sie unseren Kunden besonders wichtig sind. Ein gutes Beispiel für einen Schritt in diese Richtung ist die Initiative:

»Mehr RE für NRW« Zum Fahrplanwechsel am 12. Dezember 2010 gab es verschiedene Neuerungen im Netz der Regional-Express (RE)-Linien, die sukzessive bis Ende 2011 umgesetzt werden. Ob zum täglichen Pendeln oder für Freizeittouren durchs Land: Nach dem Motto »Mehr Takt. Mehr Platz. Mehr Zug.« profitieren die Fahrgäste von besseren Verbindungen, dichteren Takten und einer komfortableren Reise. Für neue und schnellere Direktverbindungen sorgen veränderte Streckenführungen bei den Linien RE 1, RE 2 und RE 11. Außerdem gibt es in den Zügen von RE 1, RE 2 und RE 5, mit denen besonders viele Menschen zu ihrer Arbeitsstelle pendeln, mehr Sitzplätze durch zusätzliche Doppelstockwagen. Und durch dichtere Takte auf verschiedenen Linien ergeben sich auf den zentralen Achsen durchs Land neue Fahrtmöglichkeiten zum Beispiel am Wochenende.

Bewertung von SPNV-Kunden (Auswahl)



Problem erkannt – Problem angepackt: Die Initiative »Mehr RE für NRW« bringt den Fahrgästen bessere Verbindungen, dichtere Takte und eine komfortablere Reise.

# Garantiert mobil: Mobilitätsgarantie NRW

**Seit dem 1. Januar 2010 gilt für Nahverkehrskunden in Nordrhein-Westfalen die Mobilitätsgarantie NRW. Die Fallzahlen für 2010 weisen auf einen erfolgreichen Start der Garantie hin, die sicherstellt, dass Fahrgäste trotz Verspätungen von mehr als 20 Minuten möglichst zügig ihr Reiseziel erreichen.**

Nach der Einführung der europäischen Fahrgastrechte im Sommer 2009 wurde schnell ersichtlich, dass die gesetzlichen Vorgaben zwar die Rechte von Fernverkehrskunden stärken, für Kunden von Verbund- und Gemeinschaftstarifen allerdings nicht ausreichend sind. Dies liegt zum einen daran, dass die Fahrgastrechte für den Schienenfern- und Schienennahverkehr gelten, nicht aber für Busse und Straßenbahnen (ÖSPV). Zum anderen führt die zugrunde gelegte Bagatellgrenze dazu, dass im Nahverkehr kaum Ansprüche geltend gemacht werden können.

Vor diesem Hintergrund haben die für den Nahverkehr in NRW Verantwortlichen – Verkehrsverbünde und -gemeinschaften, Aufgabenträger, Verkehrsunternehmen sowie das Land NRW – gemeinsam eine Garantie erarbeitet. Sie kommt landesweit den Kunden des Nahverkehrs zugute, integriert den ÖSPV, verzichtet auf eine Bagatellgrenze und hat nur wenige, leicht verständliche und nachvollziehbare Ausschlusskriterien. Während die gesetzlichen Fahrgastrechte auf anteilige Fahrpreiserstattungen zielen, steht bei der NRW-Regelung im Vordergrund, dass der Fahrgast möglichst zügig sein Reiseziel erreicht.

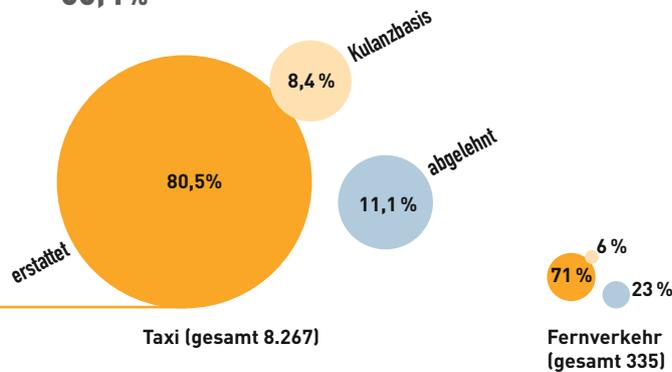
## Die Mobilitätsgarantie NRW – mehr Leistung für Nahverkehrskunden

Mobilitätsgarantie NRW	gesetzliche Fahrgastrechte
Ziel: Fahrgast soll möglichst zügig sein Reiseziel erreichen	Ziel: Fahrgast erhält bei Verspätung eine anteilige Fahrpreiserstattung
Gültig im Nahverkehr in NRW: SPNV und ÖSPV	Gültig für SPNV und SPNV
Gilt für alle Tickets der 10 Verbundtarife in NRW, auch für stark rabattierte Ticketangebote, wie z.B. Semestertickets	Stark rabattierte Ticketangebote (z. B. Tagestickets, Semestertickets) sind teilweise ausgeschlossen
Keine Bagatellgrenze	Bagatellgrenze von 4,00 Euro
Recht auf Taxinutzung: Tritt bei Abfahrtsverspätung von 20 Minuten in Kraft	Taxinutzung ist an bestimmte Bedingungen geknüpft: Ausfall der letzten Verbindung bzw. mind. 60 Minuten Verspätung bei geplanter Ankunftszeit zwischen 0:00 und 5:00 Uhr
Erstattung von Taxikosten bis zu 20,00 Euro pro Person	Erstattung der Taxikosten bis zu 80,00 Euro pro Person
Recht auf Fernverkehrsnutzung: Tritt bei Abfahrtsverspätung von 20 Minuten in Kraft	Recht auf Fernverkehrsnutzung: Tritt in Kraft, wenn eine 20-minütige Ankunftsverspätung »absehbar« ist
Erstattung der zusätzlichen Kosten für Weiterfahrt mit Fernverkehr	Entschädigung für Ticketpreis in Höhe von 25% (bei 60 Min.) oder 50% (bei 120 Min.)
Wenige klar definierte Ausschlusskriterien: Verspätungen durch Streik, Unwetter*, Naturgewalten oder Bombendrohungen	Entschädigung nur bei Verschulden des EVU, das Ausschlusskriterium »Höhere Gewalt« ist juristisch nicht definiert und gibt keine Rechtssicherheit

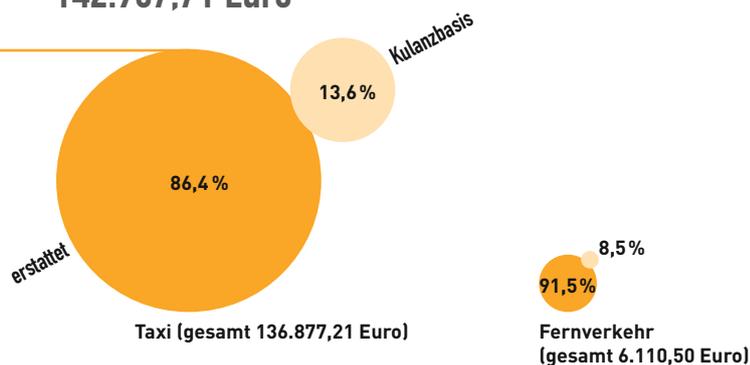
\*»Unwetter« können als Ausschlusskriterium nur herangezogen werden, wenn eine amtliche Unwetterwarnung des Deutschen Wetterdienstes vorliegt. Das Herbstlaub oder »normaler Frost« gehören nicht hierzu, wohl aber Warnungen des Deutschen Wetterdienstes vor Beeinträchtigung der gesamten Verkehrslage (etwa aufgrund starker Schneefälle).

## NRW-Gesamtübersicht 2010

Erstattungsquote 2010:  
88,4 %



Erstattungssumme 2010:  
142.987,71 Euro



Im Jahr 2010 wurden ca. 8.600 Anträge zur Inanspruchnahme der Mobilitätsgarantie NRW eingereicht. 88,4 % von ihnen wurden erstattet. Die Erstattungssumme beläuft sich auf knapp 143.000 Euro. Die Zahlen weisen auf einen Erfolg der Mobilitätsgarantie NRW hin. Vor allem die hohe Erstattungsquote zeigt, dass die Kriterien für die Kunden transparent und nachvollziehbar sind und die Garantie nur in wenigen Fällen nicht zur Anwendung kommen konnte.

**Bilanz und Perspektive** Nach anderthalb Jahren Erfahrung mit der Mobilitätsgarantie NRW beurteilt Sara Buschner, Leiterin der Schlichtungsstelle Nahverkehr bei der Verbraucherzentrale NRW, sie sehr positiv:



Die Mobilitätsgarantie NRW ist eine sehr gute Garantie für die Kunden des Nahverkehrs in NRW. Sicherlich bestehen hinsichtlich der Anwendbarkeit noch Verbesserungspotenziale, wie beispielsweise die Schaffung einer Anschlussgarantie, doch bereits heute wird sichergestellt, dass die Fahrgäste ihren Zielort auch bei Verspätungen und Ausfällen erreichen können. Unserer Erfahrung nach müsste indes verstärkt kommuniziert werden, dass gerade die Mobilitätsgarantie NRW die sogenannte höhere Gewalt nicht als Ausschlusskriterium vorsieht, um sie stärker von den Fahrgastrechten abzugrenzen.



Ein nächstes Ziel ist jetzt, die Mobilitätsgarantie NRW weiter bekannt zu machen und sie als selbstverständliches Recht im Bewusstsein der Fahrgäste zu verankern. Ein landesweiter Konsens konnte im ersten Schritt nur in Bezug auf die Abfahrtsverspätung als objektives Kriterium gefunden werden. Ein weiteres Ziel wird deshalb sein, die Reisekette zu schließen und die Mobilitätsgarantie NRW dahingehend weiterzuentwickeln, dass sie auch im Falle des Anschlussverlustes greift.

# Eine Gesellschaft in Bewegung

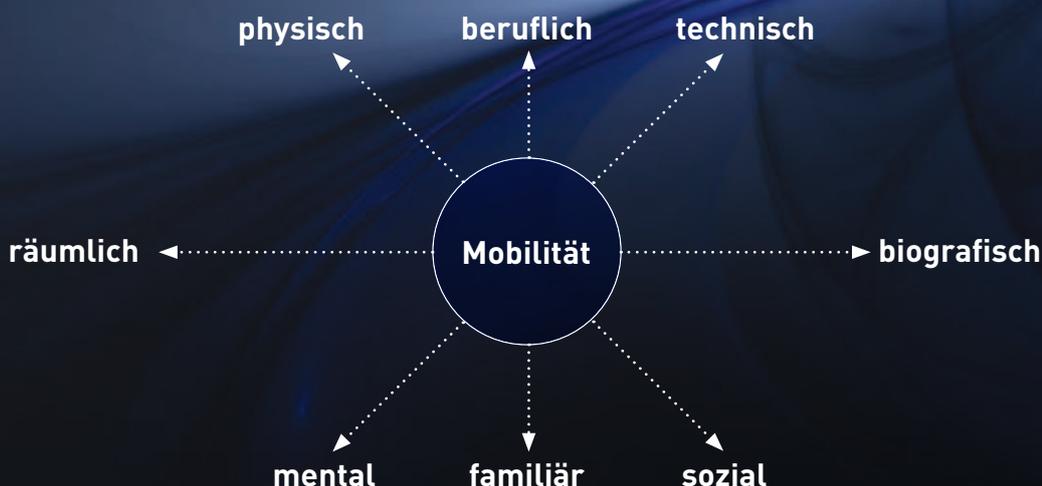
In Kooperation mit dem Zukunftsinstitut, [www.zukunftsinstitut.de](http://www.zukunftsinstitut.de)

Wenn wir über Mobilität der Zukunft nachdenken, drängen sich vorrangig ökologische Fragen auf. Ja, es scheint geradezu so, als seien zur Neige gehende Rohstoffe und der Klimawandel die Hauptgründe, sich mit dem Thema zu beschäftigen. Tatsächlich ist die Vorstellung vieler Millionen Autofahrender Menschen in den Schwellenländern ein abschreckendes Szenario, sind wir uns doch zumindest darin einig, dass der CO<sub>2</sub>-Ausstoß weltweit dringend reduziert werden muss. Da erscheint eMobilität derzeit die nächstliegende, zumindest meistdiskutierte und -beachtete Lösung. Doch führen neue Antriebskonzepte und alternative Kraftstoffe allein wirklich zu einer zukunftsfähigen Mobilität?

Mobilität ist mehr als die Bewegung von A nach B. In modernen Gesellschaften ist sie von vielen Faktoren abhängig: Allein die Vielfalt der Siedlungsformen von der zentralen urbanen Wohnlage über die Speckgürtel der Städte bis hin zu den überkommenen ländlichen Dorfstrukturen zeugt eine Vielfalt der Mobilitätsbedürfnisse in einer Gesellschaft. Auch das Aufbrechen der klassischen Rollenmuster – Männer pendeln zwischen Arbeit und Zuhause, Frauen finden zwischen Zuhause und Einkauf – bringt zahlreiche Bewegungsvarianten hervor.

ger erst recht in Patchworkfamilien, wenn die zum engsten persönlichen Umfeld gehörenden Menschen an verschiedenen Orten leben? Wie viel Zeit verbringen wir damit, Freunde zu besuchen, die wir an unseren verschiedenen, in der Regel beruflichen Lebensstationen hinterlassen haben? Und schließlich: was, wenn auch die aktuelle Erwerbstätigkeit an vielen verschiedenen Orten in der ganzen Welt stattfindet? Kurzum: Der ökologische ist nur ein Aspekt von vielen, die bei der Betrachtung von Mobilität berücksichtigt werden müssen. Die Mobilitätsbedürfnisse von Menschen sind vielschichtig: Sie sind bedingt durch ihre Arbeitswelt, durch soziale Strukturen, durch den Raum, in dem sie leben, und nicht zuletzt durch persönliche Prägung und Wertvorstellungen.

Um wie viel komplexer wird Mobilität bezogen auf das Individuum wird Mobilität immer mehr zur Kulturtechnik, zu einer Fähigkeit, das Leben zu gestalten. Mobil ist im 21. Jahrhundert nicht, wer ein schnelles Auto fährt und viele Flugreisen macht, sondern wer zwischen den verschiedenen Lebensbereichen virtuos vermitteln und Balance halten kann.



**»Der moderne Kapitalismus ist undenkbar  
ohne physische Mobilität.«**

*Richard Sennett, US-amerikanischer Soziologe, 2007*

## Megatrend Mobilität

Wer die Mobilitätsbedürfnisse der Menschen – und um diese geht es – ernst nimmt, muss sich der Komplexität des Themas stellen. Mobilität ist ein Megatrend. Sie entsteht, entwickelt und verändert sich im unmittelbaren Wechselspiel mit anderen gesellschaftlichen Entwicklungen, auf die sie ihrerseits großen Einfluss nimmt: Die Individualisierung unserer Lebensstile, neue Arbeitswelten (New Work), die zunehmende Urbanisierung und last, but not least ein neo-ökologisches Bewusstsein sind ihrerseits Megatrends, die mit dem Megatrend Mobilität aufs Engste verknüpft sind. Eine zukunftsfähige Mobilität kann nur entstehen, wenn sie im Wechselspiel mit anderen gesellschaftlichen Entwicklungen gesehen wird. Das macht die Sache kompliziert, aber auch spannend und lohnend! Denn in der Komplexität, in der Betrachtung des Phänomens aus verschiedenen Perspektiven, stecken gleichzeitig auch Lösungen für eine Mobilität der Zukunft.

## Megatrends

sind keineswegs jene Trends, die uns die Welt der Werbung und des Marketings schmackhaft zu machen versucht. So schnell neue Angebote zum »Megatrend« werden, so flüchtig und unberechenbar sind sie gleichzeitig. **Megatrends** im wissenschaftlichen Sinne hingegen entfalten ihre Wirkung über mehrere Jahrzehnte und nehmen großen Einfluss auf gesellschaftliche Fragen, ja sie formen ganze Gesellschaften um. Gerade deshalb können sie richtungsweisend für jegliche Art von Zukunftsplanung sein.

### Öko-Stadt Curitiba

*Curitiba gilt als modernste Stadt Brasiliens und als Vorzeigestadt, wenn es um nachhaltige Stadtentwicklung geht. Curitiba ist eine auffällig grüne Metropole mit einem vorbildlichen öffentlichen Nahverkehrssystem. Obwohl sich die Bevölkerung der Stadt in den letzten 30 Jahren vervierfacht hat, ist die Anzahl der Autos auf den Straßen um 30 Prozent gesunken. Curitiba besitzt einen perfekt funktionierenden öffentlichen Personennahverkehr, den 85 Prozent aller Einwohner nutzen. In der Innenstadt hält an manchen Haltestellen alle 60 Sekunden ein Bus. Jedes Ziel innerhalb der Stadt kann zu einem Einheitspreis erreicht werden. [www.curitiba-brazil.com](http://www.curitiba-brazil.com)*



# MEGATREND-MAP

Die Megatrend-Map zeigt die elf zentralen Megatrends unserer Zeit. Megatrends sind nie linear und eindimensional, sondern vielfältig, komplex und vernetzt. Die Form der Darstellung zeigt daher nicht nur die Trends an sich, sondern visualisiert auch die Überschneidungen und Parallelen zwischen den Megatrends.

Die einzelnen Stationen einer Megatrend-Line wiederum verdeutlichen die unterschiedlichen Dimensionen, Facetten und Trendsaspekte. Sie bilden die Vielschichtigkeit eines Megatrends und die diversen Einflussfaktoren ab, die im Umfeld eines Megatrends wirken.

- INDIVIDUALISIERUNG
- FEMALE SHIFT
- SILVER SOCIETY
- BILDUNG
- NEW WORK
- GESUNDHEIT
- NEO-ÖKOLOGIE
- CONNECTIVITY
- GLOBALISIERUNG
- URBANISIERUNG
- MOBILITÄT



**Megatrends** sind jene Trends, die einen großen und epochalen Charakter haben. Ihre Halbwertszeit (die Zeit bis zum Zenit ihrer Wirksamkeit) nehmen wir mit 30 Jahren oder mehr an.

Das entscheidende Merkmal von Megatrends ist aber weniger ihre Dauer, sondern ihr „Impact“. Sie verändern nicht nur einzelne Segmente oder Bereiche des sozialen Lebens oder der Wirtschaft. Sie formen ganze Gesellschaften um.

# NEO-ÖKOLOGIE

## MOBILITÄT



## CONNECTIVITY

# Der Einfluss der Megatrends

**Ausgewählte**

## Megatrend Individualisierung – die Vielfalt der Lebensstile

In modernen Gesellschaften sinkt die Abhängigkeit des Einzelnen von traditionellen sozialen Bindungen und Normen. Jeder kann sein Leben in eigener Regie, nach eigenen Wünschen und Vorstellungen gestalten. Die Folge: Formen des Zusammenlebens sind immer weniger Ergebnis gesellschaftlicher Zwänge und Vorgaben, sondern Resultat eigenständiger Entscheidungen. So entwickelt sich eine neue Vielfalt von Lebensstilen und Konsummustern. Klassische Lebensläufe verändern sich. Menschen üben im Laufe ihres Lebens unterschiedliche Berufe aus, leben an verschiedenen Orten in unterschiedlichen Wohnformen, haben mehrere Partnerschaften, womöglich Kinder aus verschiedenen Beziehungen. Sie haben Hobbys, Gewohnheiten und Eigenheiten und pflegen Freundschaften in aller Welt. Entgegen mancher Kritik an der Individualisierung führt diese nämlich keineswegs unmittelbar zu einer Vereinzelung der Menschen oder gar zu einer von Egoismus und Selbstsucht gekennzeichneten Ellbogenmentalität. Im Gegenteil: Aus der Individualisierung entstehen ein hohes Bindungsbedürfnis und komplexe Verantwortungsstrukturen. Eine Vielfalt der Mobilitätsbedürfnisse ist die unmittelbare Konsequenz: Menschen stehen vor der Herausforderung, viele Mitglieder eines komplex gewordenen sozialen Netzwerks in Alltag und Freizeit zu integrieren, entsprechend viele Menschen und Orte gilt es – regelmäßig oder gelegentlich – aufzusuchen.

## Mobilitätskonzepte weltweit II

### Revolutionäres Busmodell aus China

*Mit dem steigenden Wohlstand der Chinesen wachsen auch die Mobilitätsbedürfnisse. Bislang wurden diese durch immer mehr Pkw befriedigt. Die Folge: Ein Verkehrskollaps gehört schon jetzt genauso zu chinesischen Städten wie die Ein-Kind-Politik. In Peking läuft derzeit die Pilotphase des »Straddling-Busses«, eines solarbetriebenen Hybridfahrzeugs aus Bus und Zug, das mit einer Höhe von 4,5 Metern und einer Breite von 6 Metern über 1.000 Passagiere gleichzeitig befördern kann. 40 traditionelle Busse können dadurch ersetzt werden und das Beste: Unter dem futuristisch anmutenden Gefährt können weiterhin herkömmliche Pkw passieren. [www.hsfuture.com](http://www.hsfuture.com)*

## Megatrend Neo-Ökologie – die neue ökologische und soziale Verantwortung

Die öffentliche Diskussion um die Folgen der Globalisierung, des Klimawandels und zur Neige gehender Rohstoffe hat zu einem stärkeren Umwelt- und Verantwortungsbewusstsein der Menschen geführt. Der Megatrend Neo-Ökologie umfasst dabei nicht nur die klassischen »grünen« Themen, sondern neben den ökologischen auch die sozialen Folgen unseres Handelns. Und zwar auf der wirtschaftlichen wie auch der individuellen Ebene: Umweltschutz, Ressourcenschonung und CO<sub>2</sub>-Einsparung gehören ebenso wie faire Arbeitsbedingungen, Chancengleichheit und soziales Engagement zunehmend mit zu den Kriterien, nach denen Unternehmen beurteilt werden. Bezogen auf die individuelle Ebene wird das unreflektierte Konsumieren abgelöst von dem inzwischen viel zitierten Lifestyle of Health and Sustainability (LOHAS), jenem Verbraucherverhalten also, das ein hohes Bewusstsein für die eigene Gesundheit beinhaltet, sich aber auch für gesellschaftliche Belange verantwortlich fühlt. Der Megatrend Neo-Ökologie wird Märkte und Konsumverhalten radikal verändern. Hierin liegen große Chancen auch für die Mobilitätsmärkte der Zukunft. Der Transport von Wirtschaftsgütern muss ebenso auf neue (energietechnische) Füße gestellt werden wie die Strukturen individuellen Unterwegsseins. Der Reisende von Morgen will nicht mehr nur schnell, sondern auch ökologisch und sozial verträglich unterwegs sein.

# auf die Mobilität der Zukunft

## Beispiele

### Megatrend New Work – die neue Arbeitsgesellschaft

Ein wesentliches Kennzeichen des Megatrends New Work ist eine steigende Zahl an Beschäftigungsformen, die nicht mehr dem klassischen Normalarbeitsverhältnis entsprechen – lebenslang, Vollzeit, unbefristet, fester Arbeitsort, feste Arbeitszeiten etc. Flexible, mobile, team- und projektorientierte Arbeitsformen gewinnen zunehmend an Bedeutung. Ursache hierfür ist ein tiefgreifender Wandel unserer Ökonomie. Wirtschaftliches Wachstum wird in Zukunft immer mehr auf Wissen und Kreativität basieren. Dementsprechend ist die Organisationsform der Zukunft das Netzwerk: Nur durch ständigen Input und Austausch kann Wissen gesteigert und Innovationskraft aufgebaut werden. Abgesehen von den biografischen Konsequenzen – wechselnde Wohn- und Arbeitsorte, viele Lebensstationen, an denen Beziehungen aufgebaut werden – ist den neuen Arbeitsformen ein hoher Mobilitätsbedarf immanent: Immer mehr Menschen werden den Lebens- und Arbeitsstil von »Freiberuflern« übernehmen und gleichzeitig in mehreren Unternehmen, Projekten und Teams eingebunden sein. Wer so arbeitet, muss nicht nur von A nach B nach C etc. gelangen, sondern unterwegs und an verschiedenen (Verkehrs-)Knotenpunkten arbeiten und kommunizieren können. Bahnhöfe und Flughäfen sind nicht mehr nur die Orte, an denen man umsteigt und einkauft, sondern wo man sich aufhält, sich trifft und miteinander arbeitet.



### Megatrend Urbanisierung – die Stadt als Lebensform

Erstmals in der Geschichte lebt heute über die Hälfte der Weltbevölkerung in Städten. Und dieser Megatrend setzt sich fort: Rund um den Globus ziehen Menschen vom Land in die Stadt. Die Dynamik der Urbanisierung ist zwar in den Schwellen- und Entwicklungsländern besonders hoch. Aber selbst in hochentwickelten Flächenländern ist die Landflucht – entgegen den Erwartungen vieler Demografen – ungebrochen. Städte erfahren eine Renaissance als Lebens- und Kulturform. Sie steigen auf zu sozialen, ökonomischen, kulturellen und kreativen Zentren der Wissensgesellschaft. Sie sind mehr denn je die Treiber für wirtschaftliches Wachstum und gesellschaftlichen wie technologischen Fortschritt. Ging man früher davon aus, Städte seien zwangsläufig Energiesünder, weiß man heute, dass eher das Gegenteil der Fall ist – oder sein wird. Verdichtete Städte können Energiesenker sein, wenn sie mit cleveren Strukturen versehen werden. Sie schonen Ressourcen, indem sie den Flächenverbrauch begrenzen. In vielen verdichteten europäischen Großstädten sinkt heute der Autoverkehr, öffentliche Verkehrsangebote erleben einen neuen Boom, Car-Sharing-Programme und Elektromobilität setzen sich durch. In Zukunft gilt: Stadtbewohner haben eine weitaus bessere Mobilitätsbilanz als Landbewohner. Denn für diese hat die zunehmende Entvölkerung und dadurch schwächer werdende Infrastruktur eine immer höhere Mobilitätsnotwendigkeit zur Folge, der nur mit innovativen Konzepten begegnet werden kann.

# Wie der Nahverkehr gewinnt

von Christian Rauch, Zukunftsinstitut

Menschen werden immer mobiler – privat ebenso wie beruflich. Doch der steigende Mobilitätsgrad allein ist nicht neu. Wohl aber die wachsende Vielfalt an Mobilitätsformen. Wir stehen am Beginn eines neuen, multimobilen Zeitalters. In dem Maße wie Mobilität für jeden Einzelnen wichtiger und unvermeidbar wird, steigt auch die Suche nach Möglichkeiten, um Mobilitätsanforderungen und -wünsche ökonomisch, komfortabel und nachhaltig umzusetzen.

Die Folge: Der Mobilitätsmix ändert sich. Vor allem in Städten, Ballungsräumen und Metropolregionen wie etwa dem Ruhrgebiet wird sich die Verkehrsmittelwahl künftig deutlich wandeln – nicht zuletzt zugunsten des öffentlichen Nahverkehrs. Menschen werden auf den Besitz eines eigenen Autos immer öfter verzichten und eher auf Carsharing-Angebote zugreifen, die ihnen die flexible Nutzung eines Autos ermöglichen, wann und wo sie es tatsächlich brauchen. Um ans Ziel zu kommen, wechseln sie künftig häufiger das Verkehrsmittel und wählen das bestmögliche: mal den Pkw, mal die Bahn oder den Bus, mal das Rad. Dabei wird nicht mehr allein das Tempo der Maßstab sein, sondern die Qualität des Unterwegsseins. Es ist nicht mehr so sehr die Frage nach dem »Wie schnell«, die den mobilen Zeitgeist bestimmt, sondern die Frage: Wie bin ich unterwegs?

## Integrierte Services für den Anschluss an den multimobilen Lifestyle

Für Nahverkehrsanbieter erwachsen daraus enorme Chancen – wenn sie sich als »Intermediäre« an den Schnittstellen verschiedener Fortbewegungsarten positionieren. Vernetzte, intermodale Mobilität, die in Zukunft immer stärker die Nachfrage bestimmen wird, bedeutet, integrierte Mobilitätskonzepte zu entwickeln. Einzelne Verkehrsmittel stehen dabei nicht länger in Konkurrenz zueinander, sondern ihre Nutzung muss intelligent und innovativ miteinander verzahnt werden.

Denn von A nach B bewegen wir uns nur in der Theorie. In der Praxis der allermeisten Menschen steigt die Zahl der Orte, die sie täglich ansteuern, und mit ihr überproportional die Anzahl der möglichen Wege – somit auch die Vielfalt möglicher Verkehrsmittel. Dabei wird das Bedürfnis der Kunden nach Individualität und Selbstbestimmung künftig keineswegs geringer. Im Gegenteil: Integrierte Mobilitätslösungen anzubieten, erfordert von »Verkehrsmittelanbietern«, sich zu wirklichen Mobilitätsdienstleistern zu entwickeln, quasi zu Mobilitätsmanagern. Zukunftsweisende Angebote müssen viel stärker als bisher entlang von Mobilitätsketten gedacht, organisiert und ausgestaltet werden. Damit Menschen häufiger zu Alternativen zum Auto wechseln, bedarf es einer größeren Vielfalt an Optionen, die praktikabel, flexibel, zeit- und kosteneffizient kombinierbar sind: Mietautos und -fahräder an Bahnhöfen und verteilt in Innenstädten, die jederzeit, ohne viel Aufwand ausgeliehen werden können – als sinnvolle Ergänzung zu Bussen und Bahnen; Carsharing auch in ländlichen Gebieten; sogenannte »Pedi-Busse«, bei denen Kinder von Sammelstellen als Gruppe von verantwortlichen Personen sicher zu Fuß zur Schule begleitet werden und so den auf Sicherheit bedachten Eltern den Schulweg mit dem Auto ersparen; Online-Plattformen fürs webbasierte Pooling von Fahrgruppen per Bus, komfortablen Sammeltaxis oder privaten Pkw – all das sind Beispiele für eine wirklich bedarfsgesteuerte Mobilität.

Das schafft enorme Potenziale für die Verlängerung der Wertschöpfungskette durch die innovative Erweiterung des Produkt- und Serviceangebots. Es erfordert aber auch die Bereitschaft und Fähigkeit, über die Grenzen des bisherigen Kerngeschäfts hinauszuwachsen, sich für strategische Partnerschaften zu öffnen und Anschlussfähigkeit zu entwickeln.

*Christian Rauch ist Trend- und Zukunftsforscher am Zukunftsinstitut. Dort arbeitet er derzeit an einer Studie zur Zukunft der Mobilität, die im Herbst erscheinen wird. Sie untersucht das Thema anhand von Trend- und Best-Practice-Analysen in einem umfassenden Sinn: von generellen Trends im Mobilitätskonsum über spezifische Fragen der Verbindung von ökologischer Mobilität und Energie bis zu neuen Städte- und Verkehrskonzepten, den Potenzialen des mobilen Internets und der Entwicklung des Mobile Business sowie nicht zuletzt der Frage, wie wir in Zukunft reisen werden.*

[www.zukunftsinstitut.de](http://www.zukunftsinstitut.de)



# Zukunft gestalten mit Open Innovation

## Die Kompetenz der Vielen nutzen: ein Beispiel für Open Innovation

Wer neue Mobilitätskonzepte entwickeln will, muss seinerseits neue Wege gehen. Zum Beispiel mit »Open Innovation«, einer Methode, die sich allmählich in der Wirtschaft etabliert und schier unglaubliche unternehmerische Erfolgsgeschichten hervorbringt. Eine davon möchten wir Ihnen vorstellen: Die Situation des drittgrößten und ältesten Goldproduzenten Amerikas am Beginn des 21. Jahrhunderts schien hoffnungslos. Goldcorp war überschuldet, die Absatzkosten stiegen ins Unermessliche und das Goldvorkommen der Mine ging zur Neige. Zwar vermuteten die Geologen des Unternehmens weiteres Gold in den entlegensten Winkeln des Minenareals, konnten aber weder dessen genaue Lage noch dessen Volumen bestimmen. In dieser kritischen Situation hörte Goldcorp CEO McEwen von dem Open-Source-Betriebssystem Linux. Linux hatte sein Programm durch zahlreiche Programmierer auf der ganzen Welt weiterentwickeln lassen. Diese Idee inspirierte McEwen. Er veröffentlichte die kompletten Daten der Mine – inklusive bis zu diesem Zeitpunkt wohl gehüteter Firmengeheimnisse – im Internet und rief die »Goldcorp Challenge« aus.

An dem Wettbewerb nahmen fast 1.500 Menschen aus der ganzen Welt teil – von Hobby-Geologen über Mathematiker und Studenten bis hin zu IT-Spezialisten. Das Preisgeld von 575.000 \$ sollten diejenigen erhalten, die die besten Mutmaßungen zur Lage der Goldvorkommen und Vorschläge zu deren Exploration abgaben – viel Geld für Spekulationen von Menschen, deren Kompetenz niemand beurteilen konnte. Die Teilnehmer identifizierten insgesamt 110 Orte im Minenareal, die Gold in bedeutenden Mengen versprachen. Und tatsächlich: Insgesamt 8 Millionen Unzen Gold förderte Goldcorp hier zutage. Durch Vorschläge neuer Fördermethoden konnte außerdem der Explorationszeitraum um mehr als 2 Jahre verkürzt und die Produktionskosten um 600 % gesenkt werden. Und noch ein wichtiges Detail: Etwa die Hälfte der 110 von den Teilnehmern vermuteten Goldvorkommen waren den Geologen von Goldcorp vor dem Wettbewerb keiner näheren Betrachtung wert gewesen.

**Open Innovation** bzw. **offene Innovation** bezeichnet

die Öffnung des Innovationsprozesses von Organisationen und damit die aktive strategische Nutzung der Außenwelt zur Vergrößerung des Innovationspotenzials. Mit Open Innovation werden die Unternehmensgrenzen überschritten: etwa indem Kunden in den Innovationsprozess einbezogen werden, durch den Einkauf neuen Wissens am Markt, durch Austausch in Netzwerken und Allianzen oder durch die Nutzung von Plattformen. Ein derartiges Leitbild ist eng verknüpft mit dem Wandel von einer Industriegesellschaft hin zu einer vernetzten Wissens- und Kommunikationsgesellschaft. Zu Open Innovation gehört somit, »offen für das Wissen anderer zu sein«, »Wissen gemeinschaftlich zu erzeugen« und »Wissen mit anderen zu teilen«.

## Mobilitätskonzepte weltweit III

### Grüne Wende im Nahen Osten

Die Scheichs von Abu Dhabi bauen ganz im Zeichen eines ganzheitlichen, umweltverträglichen und effizienten Energiemanagements eine eigene Stadt. Masdar City soll die erste CO<sub>2</sub>-neutrale Stadt der Welt werden und 50.000 Bewohnern ermöglichen, ohne ökologischen Fußabdruck, aber mit jedem erdenklichen Komfort zu leben. Die zukünftigen Bewohner der Stadt werden ihr Auto vor den Toren der Stadt abstellen müssen. Ein ausgeklügeltes, feinmaschiges öffentliches Verkehrsnetz soll private Pkw ersetzen. Für längere Strecken werden den Einwohnern und Besuchern 200 ferngesteuerte Elektrofahrzeuge zur Verfügung stehen, die auf Induktionsschleifen dahin gleiten. [www.masdarcity.ae](http://www.masdarcity.ae)



# Gut beraten über Verbundgrenzen hinweg

**Das KCM hat die Online-Beratung für das AnschlussTicket NRW in der Fahrplanauskunft unter [www.nahverkehr.nrw.de](http://www.nahverkehr.nrw.de) deutlich vereinfacht: Um den individuellen Preis für Anschlussfahrten in NRW zu ermitteln, entfällt für Inhaber von verbundweiten Tickets die lästige Suche nach dem maßgeblichen Anschlussbahnhof.**

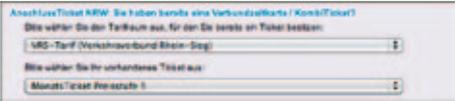
Das AnschlussTicket NRW bietet Stammkunden der Verbundtarife in NRW einen komfortablen Mehrwert: Es ermöglicht NRW-weite Fahrten im Anschluss an eine vorhandene Zeitkarte. Vertriebliche Probleme wie »Wo kann ich ein Ticket für die anschließende Fahrtstrecke im Nachbarverbund kaufen?« gehören seit Einführung des Tarifangebots im Jahr 2005 der Vergangenheit an. Dennoch hat auch diese komfortable Lösung einen gewissen »Transparenznachteil«, da der Kunde beim Kauf des AnschlussTickets NRW den Bahnhof angeben muss, bis zu dem die vorhandene Zeitkarte gilt bzw. ab dem das anschließende Ticket gelten soll. Hieran wird seit der Einführung des Anschlusstickets kontinuierlich gearbeitet: Seit 2006 können der individuelle Preis und der dazugehörige Anschlussbahnhof auch über den Tarifberater unter [www.nahverkehr.nrw.de](http://www.nahverkehr.nrw.de) abgefragt werden. Doch auch dies ist für die Fahrgäste nicht ganz unkompliziert: Wer wissen möchte, was ein Anschlussticket bis zu seinem Ziel kostet, muss angeben, bis zu welchem Bahnhof sein Verbundticket auf der gewünschten Strecke gilt. Seit 2009 werden Kunden hierbei durch eine Tarifgebietskarte ihres Heimatverbundes unterstützt, auf der sie den Geltungsbereich ihrer Zeitkarte anklicken können.

**Ein weiterer Schritt** 2011 haben wir die Auswahlmöglichkeit im Tarifberater um verbundweit gültige Tickets ergänzt: Jetzt müssen Stammkunden im Tarifberater unter [www.nahverkehr.nrw.de](http://www.nahverkehr.nrw.de) nur noch angeben, für welches Verbundgebiet sie welches Ticket haben (im Ruhr-Lippe-Tarif z. B. MonatsTicket Preisstufe 9, FunTicket etc.) und werden sofort darüber informiert, was das AnschlussTicket NRW zum gewünschten Ziel kostet und welchen Anschlussbahnhof sie beim Kauf am Automaten angeben müssen. Gerade in Räumen, in denen es nicht nur einen, sondern mehrere »netzweite« Geltungsbereiche gibt (z. B. bestehen zwischen den VRR-weit gültigen Tarifprodukten Unterschiede hinsichtlich der Kragengebiete), ermöglicht diese Funktion eine tariflich korrekte Preisermittlung für Kunden, die wegen »flat fare« ihrer Verbundzeitkarte nur eine geringe Tarifenkenntnis mitbringen.

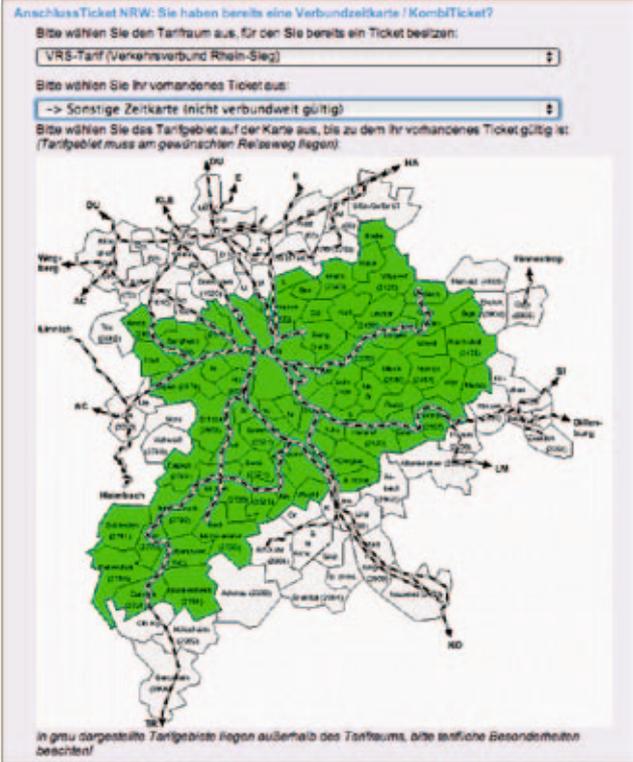
The screenshot shows a web browser window displaying the 'www.nahverkehr.nrw.de' website. The main content area is titled 'Einfach fahren. Für jeden das richtige Ticket.' Below this, there is a form for searching for a ticket. The form includes fields for 'Datei', 'Abfahrtsort', and 'Ankunft'. Below these fields, there is a section titled 'Tarifierstellung NRW-Tarif' with a sub-section 'Für Reiseprofil'. This section has radio buttons for 'eine Einzelfahrt', 'Hin- und Rückfahrt (am gleichen Tag)', and 'Regelmäßige Fahrten (Zielort)'. Below this, there is a section for 'AnschlussTicket NRW' with a dropdown menu set to 'Kein Tarifraum'. There are also fields for 'Erwachsene' and 'Kinder' with 'zusätzliche hinzufügen' buttons. At the bottom, there is a 'Tarifempfehlung berechnen' button. On the right side, there is a red banner with the text 'Überwegs in NRW mit Bus & Bahn'.

**Das Ziel: Reisevorbereitung komplett online** Grundlage der Tarifberatung für das AnschlussTicket NRW ist das NRW-Tarif-Modul. Das NRW-Tarif-Modul ist ein Berechnungsprogramm, mit dem nach der Fahrplanauskunft der Fahrpreis berechnet wird. Das KCM stellt dieses Modul mit Unterstützung des Landes allen Verbänden in NRW zur Verfügung.

Mit seinen Funktionalitäten für das AnschlussTicket NRW bildet es einen wichtigen Baustein zu dem Ziel, dass Kunden ihre Reise in Zukunft komplett online vorbereiten können: vom Ermitteln des Fahrplans über das Feststellen des Preises und den Preisvergleich bis zum Ticketkauf. Diese geschlossene Prozesskette »pre-trip« im Internet, die in anderen Verkehrsbereichen (z. B. Flugverkehr) längst gängig ist, kann auch für den ÖPNV neue Potenziale erschließen.

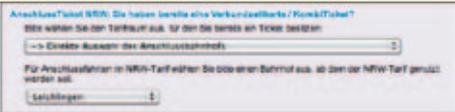


**Neu:** Auswahl eines verbundweit gültigen Zeittickets (Pull-down-Menü)



**Unterstützt Inhaber eines nicht verbundweit gültigen Zeittickets:** Karte zur Auswahl des letzten Tarifgebiets im Geltungsbereich der Zeitkarte

**Preisermittlung AnschlussTicket NRW**



**Für »Experten«:** Eingabe des Anschlussbahnhofs (Pull-down-Menü)

Nach der Verbindungsabfrage bietet der Tarifberater (Button rechts unterhalb der Fahrplanverbindung) drei komfortable Wege zur Ermittlung des NRW-AnschlussTicket-Preises.

# Ausdrucken und losfahren: neuer OnlineTicketShop [www.ots-nrw.de](http://www.ots-nrw.de)

**Seit Anfang Januar 2011 können Kunden des Nahverkehrs in NRW ihre Tickets noch bequemer online kaufen und ausdrucken.**

Unter [www.ots-nrw.de](http://www.ots-nrw.de) sind sämtliche PauschalpreisTickets von »Busse & Bahnen NRW« erhältlich: die SchönerTagTickets NRW Single und 5 Personen, das SchöneFahrtTicket NRW für Erwachsene und Kinder, das FahrradTicket NRW und – immer zur Schulferienzeit – das SchöneFerienTicket NRW. In Zukunft soll es auch sämtliche KombiTicket-Angebote im Ticket-Shop geben. Dann können Fahrgäste ihre Ausflüge in verschiedene Museen und Freizeiteinrichtungen in NRW, für die es kombinierte Fahrausweise/Eintrittskarten gibt, zu Hause am Bildschirm planen und vorbereiten.

Die DB Regio NRW GmbH hat den Shop initiiert und nach dem Beschluss im Landesarbeitskreis Nahverkehr NRW umgesetzt. Der Vertrag mit den Dortmunder Stadtwerken, die bislang für den Vertrieb der OnlineTickets zuständig waren, ist Ende letzten Jahres ausgelaufen.

*Spontan zugänglich: [www.ots-nrw.de](http://www.ots-nrw.de) führt Benutzer direkt zu der Startseite des neuen OnlineTicketShops, der sich im modernen übersichtlichen Design von »Busse & Bahnen NRW« präsentiert. Die Oberfläche ist barrierefrei; Kunden können, müssen sich aber nicht registrieren.*





*Intuitiv geführt: Schritt für Schritt werden Kunden durch den Kaufvorgang geleitet.*

**Sicherheit hat Priorität** Für größtmögliche Sicherheit sorgt die Datenübertragung über das Verschlüsselungsverfahren Secure Socket Layer (SSL) mit mindestens 128 bit. Es wird weltweit von Kreditinstituten für das Online-Banking genutzt und entspricht den derzeit höchsten Sicherheitsstandards im Netz.

*Ausdrucken und Losfahren:  
Der Kunde erhält ein geschütztes PDF-Dokument zum Ausdrucken – für sich selbst oder für einen anderen Nutzer.*



**DB BAHN**
**Online-Ticket**
**Schöner Tag NRW**

---

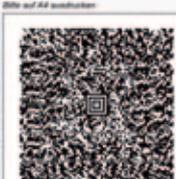
**Fahrkarte**

Gültigkeit: **17.08.2011 10:00 - 17.08.2011 11:59**  
Das SchönefahrtTicket gilt für eine Fahrt von maximal 2 Stunden im Verkehrsnetz.

**SchönefahrtTicket NRW Kind**

Klasse: 2  
Person(en): 1

Bitte auf QR scannen



**108001**

---

Positionen	Preis	Multi (B) 15%	Multi (B) 7%
Fahrkarte	8,30€	0,00€	0,00€
<b>Summe</b>	<b>8,30€</b>	<b>0,00€</b>	<b>0,00€</b>

---

**Zahlungsbetrag**  
Betrag: 8,30€  
Datum: 12.08.2011

Der Kunde wurde mit dem oben angegebenen Betrag belastet. Die Buchung Ihres Online-Tickets erfolgt am 12.08.2011. DB Vertrieb GmbH, Hauptmannstraße 1, 40226 Frankfurt am Main, Tel.: 08 914 150 246.

---

**Fahrt-Gültigkeit:**  
17.08.2011 10:00 - 17.08.2011 11:59

---

**Max Mustermann, 20.07.2000**  
Kontrollmedium: Kinderreisepass  
Auftragsnummer: 2011081000001  
Ticket-ID: 1108001

---

Wissenswert:  
• Die Fahrkarte muss ausgedruckt vorliegen und gilt nur zusammen mit dem beim Kauf angegebenen eigenen gültigen Kontrollmedium.  
• Informationen zum Geltungsbereich und zum tatsächlichen Verkehrsnetz können ebenfalls unter [www.bahn.de](http://www.bahn.de) und in DB Reisebüros.  
Es gelten die Tarifverordnungen der DB AG und besondere Regelungen für bestimmte Angebote und Strecken (z.B. innerhalb von Verkehrsverbänden, Tarifgemeinschaften, Ländertarife).

---



**Max Mustermann, 20.07.2000**  
Kinderreisepass

DB/RT

108001 - Seite 1/7



## Wunderbar wanderbar!

***Der aktuelle Wanderfolder der Gemeinschaftskampagne »Busse & Bahnen NRW« ist von dem Buchautor und TV-Journalisten Manuel Andrack persönlich geschrieben worden. Die »Andrack-Sterne« charakterisieren jede Tour; Handzeichnungen stellen besondere Höhepunkte der Strecke vor.***

**U**nter dem Motto »Wunderbar wanderbar« lädt die Gemeinschaftskampagne »Busse & Bahnen NRW« seit 2004 die Menschen in NRW ein, mit dem NRW-Tarif die Schönheiten Nordrhein-Westfalens zu entdecken. Kern der Kampagne ist ein Wanderfolder mit neun Routen, die die landschaftliche Vielfalt der tariflichen Kooperationsräume repräsentieren. Die Verpflichtung des bekannten TV-Journalisten und Buchautors Manuel Andrack, der seit 2009 prominenter Pate der Aktion ist, hat der Kampagne eine hohe Medienpräsenz beschert. Im Jahr 2011 wurde die Zusammenarbeit weiter ausgedehnt. Andrack unterstützt die Kampagne nicht mehr nur als reiner Botschafter, sondern ist erstmalig auch als Autor tätig. Neben den Streckenbeschreibungen in seinem unverwechselbaren Stil hat er die Touren mit »Andrack-Sternen« klassifiziert, die den Humor des Autors widerspiegeln und dem Folder einen persönlichen Schliff verleihen. Zudem finden die Leser zu jeder Tour eine Zeichnung des Wanderexperten, die die Highlights der Strecke skizziert. Ausgangspunkte aller Wanderungen sind natürlich Bus- und Bahnhofstestellen.



»Durch Nordrhein-Westfalen zu wandern, ist für mich immer wieder ein Erlebnis. Ich freue mich, wenn ich den einen oder anderen mit meiner Begeisterung anstecken kann.«  
(Manuel Andrack)

Die »Andrack-Sterne« bewerten das besondere Profil jeder Strecke und helfen bei der Tourenauswahl. Ausgangspunkte aller Wanderungen sind gut erreichbare Bus- und Bahnhaltstellen in NRW.



2010 riefen »Busse & Bahnen NRW« erstmals zur Wahl des Wanderbahnhofs des Jahres auf. Eine Jury aus Nahverkehrs- und Wanderexperten kürt Iserlohn zum »NRW-Wanderbahnhof 2010«. Auch in 2011 waren ÖPNV- und Wanderfreunde aufgerufen, Vorschläge einzureichen. »Mit dem Wanderführer und der Wahl des Wanderbahnhofs gehen Nahverkehr und Tourismus in Nordrhein-Westfalen eine fruchtbare Verbindung ein und stärken die Erlebnisqualität der Freizeitverkehre«, sagt Horst Becker, Parlamentarischer Staatssekretär im NRW-Verkehrsministerium.



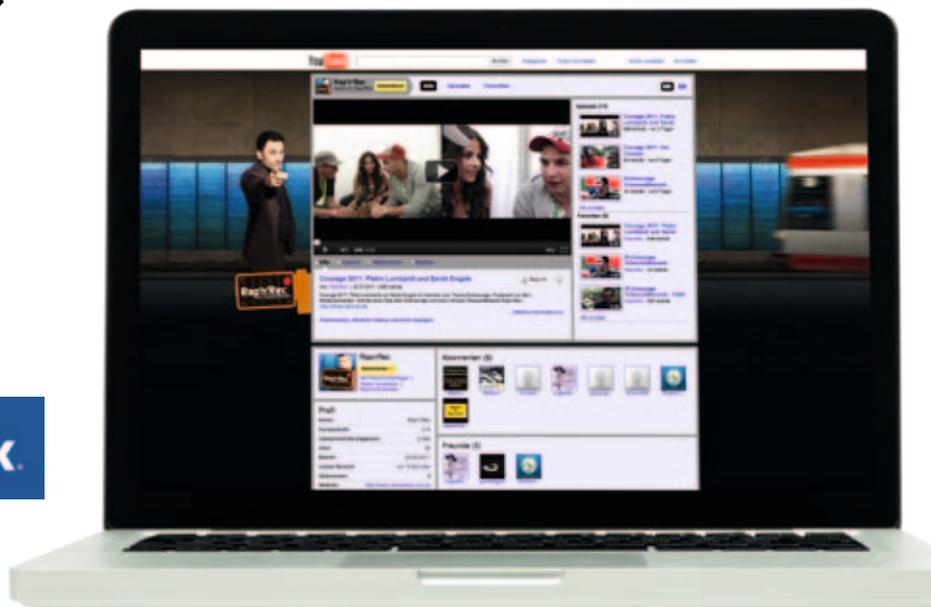
**Frisch gekürt:  
der Wanderbahnhof 2011  
ist Heimbach**

## Rap'n'Rec: Wettbewerb für mehr Zivilcourage

**Die Gemeinschaftskampagne »Busse & Bahnen NRW« hat im Sommer 2011 einen Wettbewerb ausgeschrieben mit dem Ziel, Jugendliche und junge Erwachsene verstärkt für das Thema Zivilcourage in Bus und Bahn zu sensibilisieren. Der Videowettbewerb »Rap'n'Rec« ruft junge Menschen dazu auf, sich musikalisch und filmisch mit dem Thema auseinanderzusetzen.**

**B**otschafter der Kampagne ist der Kölner Kabarettist und Comedian Fatih Çevikkollu: Mit dem Aufruf »Wenn du was zu sagen hast, kannst du es auch rappen«, fordert er auf Plakaten, Flyern, in Hörfunkspots und nicht zuletzt mit einem eigenen Video im Internet Jugendliche auf, sich an dem Wettbewerb zu beteiligen. Sie sind eingeladen, ihre Einstellungen und Erfahrungen zum Thema Zivilcourage in einem Rap-Song zu schildern, ein kurzes Video hierzu zu drehen und dieses online einzuladen. Die Gewinner werden von einer Expertenjury ausgewählt und gewinnen eine professionelle Produktion ihres Songs in einem Berliner Musikstudio.

**Junge Männer im Focus** Bereits 2010 hatte das Thema Zivilcourage eine zentrale Rolle in der Kommunikationsarbeit von »Busse & Bahnen NRW« eingenommen. Flyer, Plakate, Roadshows und ein Kinospot informierten die Menschen in Nordrhein-Westfalen darüber, wie man anderen helfen kann, ohne sich selbst in Gefahr zu bringen. Der Rap-Wettbewerb in diesem Jahr richtet sich speziell an Jugendliche, insbesondere junge Männer, die laut Statistik sowohl die größte Täter- als auch die größte Opfergruppe bilden. Sie sollen für das Thema zu sensibilisieren und verantwortungsbewusstes Verhalten in Bus und Bahn zu fördern, ist das Ziel. Dementsprechend wurde der Wettbewerb vor allem dort bekannt gemacht, wo Jugendliche heute bevorzugt kommunizieren: in den sozialen Online-Netzwerken.



## » ... für Aufmerksamkeit und Mitgefühl werben!«

**KCM Herr Çevikkollu, was hat Sie bewogen, sich für Zivilcourage in öffentlichen Verkehrsmitteln zu engagieren?**

**Çevikkollu** In einer Zeit, in der Weggucken und Ignorieren angesagt sind, einer Zeit, wo junge Menschen ihre Hemmschwelle zur Gewalt gesenkt zu haben scheinen, fand ich es ganz nützlich, noch mal für Werte wie Aufmerksamkeit und Mitgefühl zu werben.

**KCM Haben Sie selbst schon einmal negative Erfahrungen in Bus und Bahn gemacht?**

**Çevikkollu** Ich glaube, es hat jeder schon mal Situationen mitbekommen, in denen jemand bedroht wurde, sei es körperlich oder verbal. Mich hat mal jemand in der Bahn angepöbelt, und ein anderer Gast hat mich verteidigt. Das war ein gutes Gefühl zu erfahren, dass ich nicht allein bin.

**KCM Worin liegen Ihrer Meinung nach die Ursachen für die mangelnde Zivilcourage in Deutschland?**

**Çevikkollu** An dem Bewusstsein der Menschen, könnte ich mir vorstellen. Es herrscht in fast jedem öffentlichen Raum ein Informationsüberschuss. Da ist es nur natürlich, dass Menschen abschalten – und wer abschaltet, kriegt halt nichts mit!

**KCM Als Kabarettist nehmen Sie gesellschaftliche Vorurteile gegen Migranten, vornehmlich Muslime, aufs Korn. Eine weit verbreitete, aber statistisch nicht belegbare Meinung ist, dass es sich bei Gewalttätern häufig um Jugendliche mit Migrationshintergrund handelt. Wie erklären Sie sich dieses Vorurteil?**

**Çevikkollu** Das liegt an der einseitigen Darstellung durch die Medien. Es gab eine Zeit, da hatte man das Gefühl, man kann keinen

Bahnsteig dieser Republik betreten, ohne gleich zusammengeschlagen zu werden. Bei diesen Verbrechen waren die Täter aber keine Ausländer, sondern Deutsche. Bis jetzt dachte man immer, im Vordergrund steht die soziale Herkunft. Aber jetzt sehen wir, es gibt auch »Asis« aus wohl behütetem Hause.



**KCM Was versprechen Sie sich von dem Rap-Wettbewerb?**

**Çevikkollu** Kreativen Umgang mit dem Thema. Ich bin auf die Blickwinkel gespannt, aus denen heraus die Teilnehmer schreiben werden. Ich würde mich auch freuen, wenn Mädchen die Chance nutzen und Beiträge produzieren.

**KCM Fahren Sie selbst gern Bus und Bahn? Woran müssen wir Ihrer Meinung nach arbeiten?**

**Çevikkollu** Ich fahre sehr gern mit der Bahn. Kleiner Tipp: Kommt pünktlicher und schult eure Zugbegleiter in Englisch.



## Transparent und fair: neue Methoden der SPNV-Einnahmenaufteilung

*Ausgelöst durch die Regionalisierung des Schienenpersonennahverkehrs im Jahre 1996, hat auch in NRW die Zahl der Verkehrsverträge zwischen Aufgabenträgern und SPNV-Unternehmen in den letzten Jahren deutlich zugenommen. Neben der Deutschen Bahn AG (DB) übernehmen vermehrt nichtbundeseigene Eisenbahnen (NE-Bahnen) die Betriebsdurchführung. Damit kommt der Einnahmenaufteilung für den SPNV erheblich höhere Bedeutung zu. 2009 wurde für den NRW-Tarif eine neue Methode eingeführt, die auf Vertriebsdaten basiert und die Einnahmen gerecht und nachvollziehbar verteilt.*

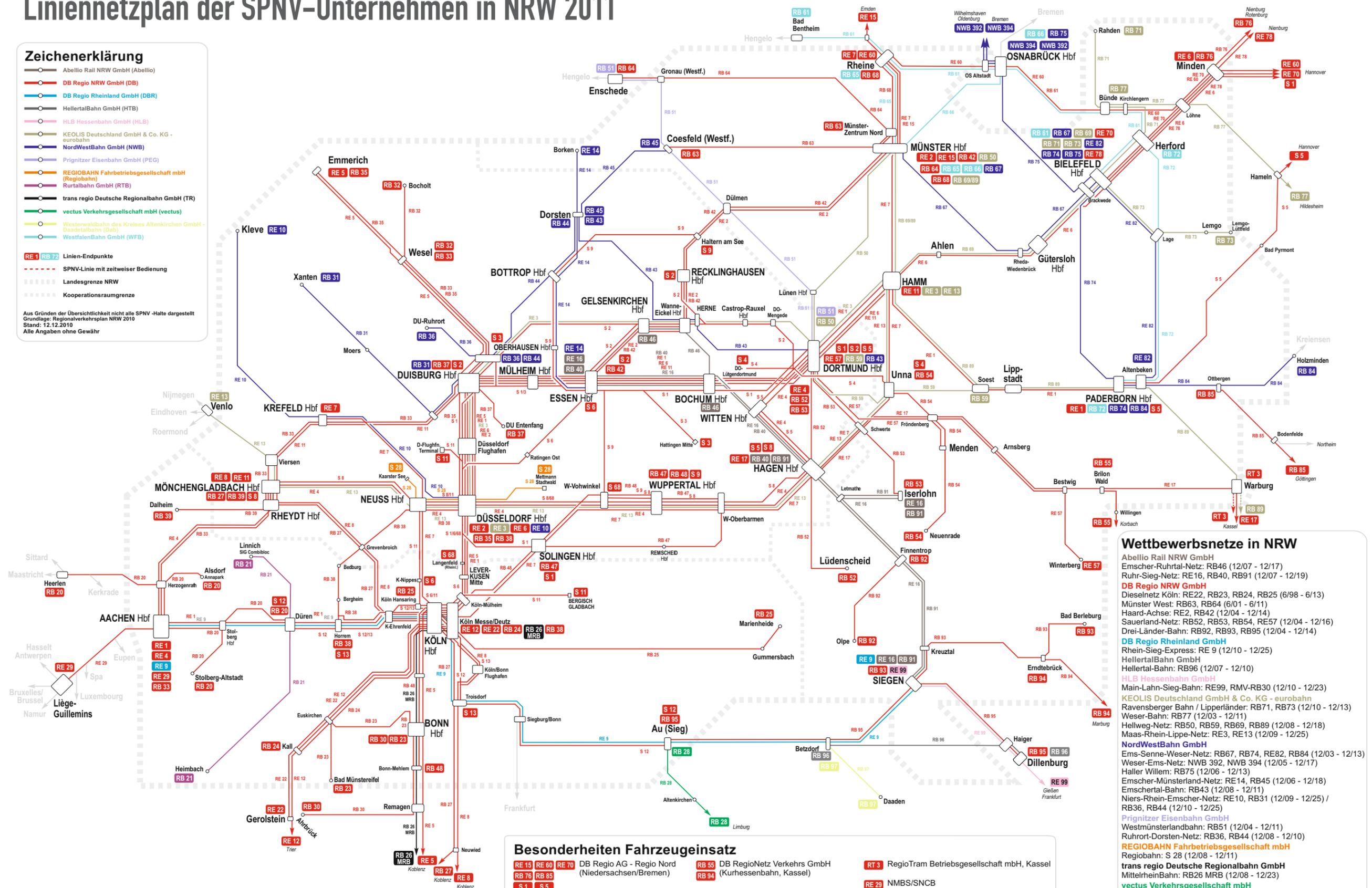
**B**is 2007 wurde die Aufteilung der SPNV-Fahrgeldeinnahmen aus dem NRW-Tarif zwischen DB und NE-Bahnen jeweils auf Basis bilateraler Vereinbarungen und Verträge durchgeführt. Die operative Abwicklung lag bei der DB. Seit 2008 gilt für die Aufteilung der SPNV-Fahrgeldeinnahmen ein vertriebsdatenbasiertes Verfahren, das in der vom ehemaligen Landesarbeitskreis Tarif/Vertrieb eingesetzten »Arbeitsgruppe Einnahmenaufteilung SPNV« mit Vertretern aus allen Kooperationsräumen, der DB Regio NRW, der DB Vertrieb, der NordWestBahn und der trans regio erarbeitet wurde. Dieses Verfahren unterscheidet nach RelationspreisTickets, PauschalpreisTickets und SemesterTickets.

**RelationspreisTickets** Für RelationspreisTickets liegen detaillierte Vertriebsinformationen vor. Neben Angaben zum Fahrausweis (Sorte, Rabattgründe, Gültigkeitsdatum, Vertriebspartner) sind auch Informationen zur Reiserelation (Quellgemeinde, Zielgemeinde, Tarifkilometer u. a.) vorhanden. Diese Daten werden monatlich an die Clearingstelle beim KCM gemeldet.

# Linienetzplan der SPNV-Unternehmen in NRW 2011

## Zeichenerklärung

- Abellio Rail NRW GmbH (Abellio)
  - DB Regio NRW GmbH (DB)
  - DB Regio Rheinland GmbH (DBR)
  - HellertalBahn GmbH (HTB)
  - HLB Hessenbahn GmbH (HLB)
  - KEOLIS Deutschland GmbH & Co. KG - eurobahn
  - NordWestBahn GmbH (NWB)
  - Prignitzer Eisenbahn GmbH (PEG)
  - REGIOBAHN Fahrbetriebsgesellschaft mbH (Regiobahn)
  - Rurtalbahn GmbH (RTB)
  - trans regio Deutsche Regionalbahn GmbH (TR)
  - vectus Verkehrsgesellschaft mbH (vectus)
  - Westerwaldbahn des Kreises Altenkirchen GmbH - Daadetalbahn (Dab)
  - WestfalenBahn GmbH (WFB)
- Linien-Endpunkte  
 SPNV-Linie mit zeitweiser Bedienung  
 Landesgrenze NRW  
 Kooperationsraumgrenze
- Aus Gründen der Übersichtlichkeit nicht alle SPNV-Halte dargestellt  
 Grundlage: Regionalverkehrsplan NRW 2010  
 Stand: 12.12.2010  
 Alle Angaben ohne Gewähr



## Besonderheiten Fahrzeugeinsatz

- |   |   |  |
|---|---|--|
| DB Regio AG - Regio Nord (Niedersachsen/Bremen) | DB RegioNetz Verkehrs GmbH (Kurahessenbahn, Kassel) | RegioTram Betriebsgesellschaft mbH, Kassel |
| DB Regio AG - Regio Südwest                     | DB Regio AG - Regio Hessen                          | NMBS/SNCB                                  |
| DB Regio AG - Regio Südwest                     |   | Rurtalbahn GmbH                            |

## Wettbewerbsnetze in NRW

- Abellio Rail NRW GmbH
- Emscher-Ruhrthal-Netz: RB46 (12/07 - 12/17)
- Ruhr-Sieg-Netz: RE16, RB40, RB91 (12/07 - 12/19)
- DB Regio NRW GmbH**
- Dieselnetz Köln: RE22, RB23, RB24, RB25 (6/98 - 6/13)
- Münster West: RB63, RB64 (6/01 - 6/11)
- Haard-Achse: RE2, RB42 (12/04 - 12/14)
- Sauerland-Netz: RB52, RB53, RB54, RE57 (12/04 - 12/16)
- Drei-Länder-Bahn: RB92, RB93, RB95 (12/04 - 12/14)
- DB Regio Rheinland GmbH**
- Rhein-Sieg-Express: RE 9 (12/10 - 12/25)
- HellertalBahn GmbH
- Hellertal-Bahn: RB96 (12/07 - 12/10)
- HLB Hessenbahn GmbH**
- Main-Lahn-Sieg-Bahn: RE99, RMV-RB30 (12/10 - 12/23)
- KEOLIS Deutschland GmbH & Co. KG - eurobahn
- Ravensberger Bahn / Lippländer: RB71, RB73 (12/10 - 12/13)
- Weser-Bahn: RB77 (12/03 - 12/11)
- Hellweg-Netz: RB50, RB59, RB69, RB89 (12/08 - 12/18)
- Maas-Rhein-Lippe-Netz: RE3, RE13 (12/09 - 12/25)
- NordWestBahn GmbH**
- Ems-Senne-Weser-Netz: RB67, RB74, RE82, RB84 (12/03 - 12/13)
- Weser-Ems-Netz: NWB 392, NWB 394 (12/05 - 12/17)
- Haller Willem: RB75 (12/06 - 12/13)
- Emscher-Münsterland-Netz: RE14, RB45 (12/06 - 12/18)
- Emschertal-Bahn: RB43 (12/08 - 12/11)
- Niers-Rhein-Emscher-Netz: RE10, RB31 (12/09 - 12/25) / RB36, RB44 (12/10 - 12/25)
- Prignitzer Eisenbahn GmbH**
- Westmünsterlandbahn: RB51 (12/04 - 12/11)
- Ruhrort-Dorsten-Netz: RB36, RB44 (12/08 - 12/10)
- REGIOBAHN Fahrbetriebsgesellschaft mbH**
- Regiobahn: S 28 (12/08 - 12/11)
- trans regio Deutsche Regionalbahn GmbH**
- Mittelrhein-Bahn: RB26 MRB (12/08 - 12/23)
- vectus Verkehrsgesellschaft mbH**
- Westerwaldnetz: RB28 (12/04 - 12/14)
- WestfalenBahn GmbH**
- Teutoburger Wald-Netz: RB61, RB65, RB66, RB72 (12/07 - 12/17)

## Mehr Wettbewerb in NRW

Mit der Regionalisierung des Schienenpersonennahverkehrs im Jahre 1996 wurden die rechtlichen Grundlagen für mehr Wettbewerb im Schienenpersonennahverkehr gelegt. So hat auch in NRW die Zahl der Verkehrsverträge zwischen Aufgabenträgern und den SPNV-Unternehmen deutlich zugenommen. Inzwischen sind neben der Deutschen Bahn AG (DB) acht nichtbundeseigene Eisenbahnen (NE-Bahnen) für die Betriebsdurchführung zuständig (s. Infokasten rechts).

Auf Basis dieser Informationen und unter Berücksichtigung des jeweils gültigen Fahrplans werden die erzielten Einnahmen dann in 3 Schritten auf Linien, Anspruchsberechtigte und Aufgabenträger zugeordnet:

**1. Schritt: Aufteilung auf Bahnhöfe**

Die Vertriebsdaten enthalten keine Angaben zur Bahnhofsrelation einer Reise, da der NRW-Tarif seit Mitte 2007 eine Gemeinde-Gemeinde-Tarifierung vorsieht. Deshalb müssen die Vertriebsdaten erst auf Bahnhöfe disaggregiert werden. Dies erfolgt durch eine Bindung an die Vertriebsdaten aus der Zeit vor Einführung des Gemeindebezugs.

**2. Schritt: Ermittlung des Reiseweges**

Besteht zwischen zwei Bahnhöfen nur ein sinnvoller Reiseweg, wird die Einnahme diesem Weg zugeordnet. Bestehen Alternativen, ist der Fahrgaststrom auf diese Alternativen aufzuteilen. Das Aufteilungsverhältnis hängt von der Qualität der Alternativen ab. Die Qualität der Alternativen wird in Abhängigkeit von Reisezeit, Zahl der Umstiege und Angebotshäufigkeit als Nutzen für den Fahrgast bestimmt. Die Aufteilung wird über eine Splitfunktion definiert.

**3. Schritt: Aufteilung auf die Abschnitte**

Ist der Reiseweg bekannt, kann die verfügbare Einnahme auf die Abschnitte des Reisewegs aufgeteilt werden. Jeder Abschnitt des Reiseweges ist dabei eindeutig genau einer Linie, einem Anspruchsberechtigten und einem Aufgabenträger zugeordnet.

**PauschalpreisTickets** Für PauschalpreisTickets liegen keine detaillierten Vertriebsinformationen vor, so dass Reiserelationen für den einzelnen Fahrgast nicht bekannt sind. Da die Nutzung von RelationspreisTickets oder PauschalpreisTickets im Netz strukturell allerdings ähnlich ist, kann die Aufteilung durch eine Bindung an die Einnahmenaufteilung bestimmter RelationspreisTickets erfolgen. Für Linien und Regionen, in denen ein atypisches Verhalten erwartet oder vermutet wird, existieren dabei Sonderregelungen.

**SemesterTickets** Die Einnahmenaufteilung der SemesterTickets erfolgt ähnlich der Aufteilung bei den PauschalpreisTickets durch eine Bindung an die Einnahmenaufteilung der RelationspreisTickets. Da die NRW-SemesterTickets allerdings nicht im Heimatverbund gelten – hier gilt ja das Verbund-Semesterticket – muss ein Aufteilungsschritt vorgeschaltet werden, bei dem zunächst eine Aufteilung auf die den Heimatraum umgebenden Kooperationsräume in umgekehrter Abhängigkeit von der Entfernung erfolgt (Gravitationsansatz).

**Umsetzung** Die Verantwortung für die Umsetzung dieser SPNV-Einnahmenaufteilung liegt beim KCM, das sich hierfür des Programmsystems SEAN (SPNV-Einnahmen-Aufteilung des NRW-Tarifs) bedient. Mit SEAN erfolgt monatlich eine aktuelle Abrechnung mit vorläufigem Charakter sowie jährlich eine zu testierende endgültige Jahresabrechnung.

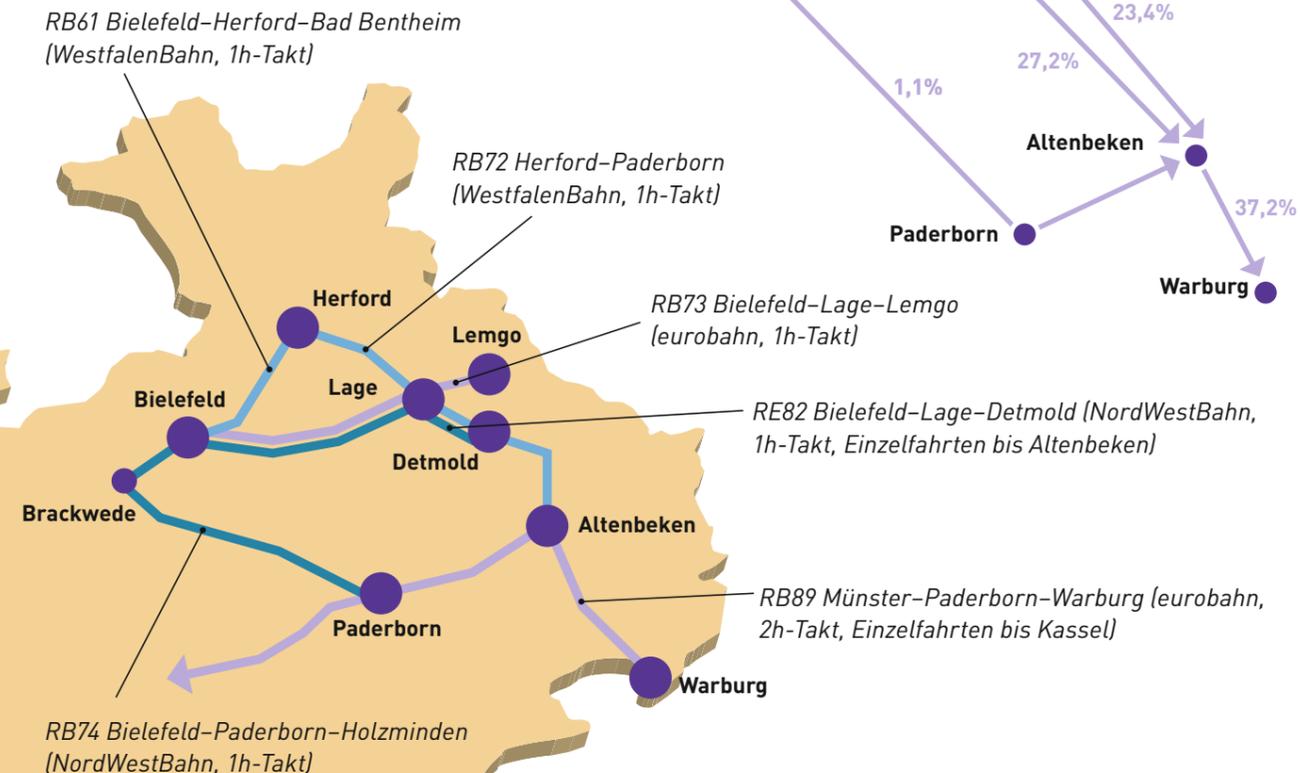


# Viele Wege führen zum Ziel ...

Frau Schmidt aus Bielefeld möchte wieder ein paar Tage bei ihrer Schwester in Warburg verbringen. Da sie oft und gern Zug fährt, hat sie eine BahnCard 25. Am Hauptbahnhof kauft sie das für sie preisgünstigste Ticket – ein SchöneReiseTicket NRW für 13,95 Euro – und nimmt um 11:15 Uhr die Regionalbahn RB71 in Richtung Lemgo. Um 11:44 Uhr erreicht der Zug Lage, wo Frau Schmidt auf die Regionalbahn RB72 nach Paderborn umsteigt. In Altenbeken geht es weiter mit der RB89 nach Warburg. Hier kommt Frau Schmidt um 13:16 Uhr an und fährt mit dem Bus zu ihrer Schwester in die Goethestraße.

Was Frau Schmidt nicht ahnt: Ihr Fahrgeld muss nach einem aufwendigen Verfahren zwischen Bus- und insgesamt drei verschiedenen SPNV-Unternehmen aufgeteilt werden. Die oben beschriebene Route skizziert nämlich nur eine Möglichkeit, für 13,95 Euro von Bielefeld nach Warburg zu reisen – allerdings die wahrscheinlichste: Taktung und Anschlüsse führen am schnellsten zum Ziel. Da es aber Fahrtalternativen gibt – etwa von Bielefeld über Herford nach Altenbeken zu fahren oder aber den Weg über Paderborn zu nehmen – und bei der Buchung des Tickets unbekannt ist, welche Route Frau Schmidt tatsächlich gewählt hat, werden alle für die alternativen Verbindungen verantwortlichen Verkehrsunternehmen ebenfalls bei der Einnahmenaufteilung berücksichtigt: Dem neuen System ist der Fahrplan hinterlegt, so dass die Einnahmen danach verteilt werden, welche Route aufgrund von Taktung und Anschlüssen die günstigste – sprich wahrscheinlichste – ist. Leicht zu berechnen ist der Anteil für die Strecke Altenbeken–Warburg: Hier gibt es nur eine Verbindung.

## Beispiel-Relation Bielefeld – Warburg



## » In Zukunft den Aufwand verringern«

**Herr Andrić, das KCM ist damit beauftragt worden, für die Zeit ab 2008 auch die Aufteilung der NRW-Tarif-Einnahmen im SPNV durchzuführen. Hierzu wurde ein neues Verfahren entwickelt. Welche Vorteile hat das neue Verfahren?**

Das neue System basiert auf konkreten Vertriebsdaten, die von allen beteiligten Unternehmen in unsere zentrale Datenverarbeitung eingespeist werden. Das heißt, unsere Partner übermitteln uns monatlich zu jedem getätigten Verkauf von relationsbezogenen Tickets elektronisch einen Datensatz, den wir anschließend wie festgelegt verarbeiten. So wird das wichtigste Ziel der gesamten Neukonzeption erreicht, nämlich die Einnahmen aus dem NRW-Tarif wirklich transparent, nachvollziehbar und gerecht aufzuteilen. Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die Zeitersparnis: Die Abläufe sind größtenteils automatisiert und verringern in Zukunft den Aufwand bei den beteiligten Unternehmen.

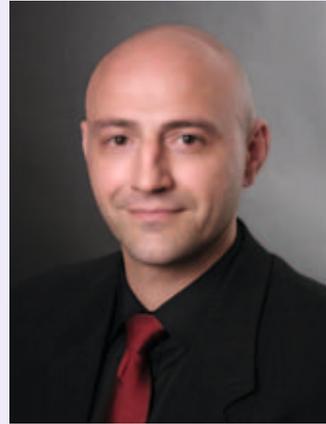
**Welche Aufgaben hatten Sie in den vergangenen zwei Jahren zu bewältigen?**

Zunächst musste das Verfahren entwickelt werden – damit haben wir die Ingenieurgruppe IVV aus Aachen beauftragt, deren Fachleute sich mit speziellen Aufgaben der Verfahrensentwicklung befassen und hier viel Know-how mitbringen. Der Entwicklungsprozess wurde aktiv von einer eigens für diesen Zweck ins Leben gerufenen Expertengruppe begleitet. Dieses »Kernteam« hat Vor- und Nachteile verschiedener möglicher Ansätze gegeneinander abgewogen, jeden Schritt intensiv diskutiert und letztendlich so die Grundlage für einen breiten Konsens bei den SPNV-Akteuren geschaffen.

**Nachdem das Verfahren feststand, ging die Arbeit vermutlich erst richtig los?**

Ja, sobald wir die getroffenen Festlegungen in einen Vertrag gegossen hatten, um auch einen verbindlichen und geschützten Rahmen für alle Beteiligten zu schaffen, ging es an die technische Umsetzung. Es mussten Schnittstellen definiert, die Datenübermittlung vorbereitet und nicht zuletzt eine Software entwickelt werden, mit der wir unserer Aufgabe als Clearing-Stelle nachkommen können.

Die Schaffung der Software war dabei eine besondere Herausforderung. Wie Sie sich vorstellen können, gibt es hierfür kein Produkt, welches man fertig auf dem Markt kaufen kann, sondern wir mussten eine spezielle Software erstellen lassen. Die hiermit verbundenen Arbeiten, beginnend mit der Erstellung eines entsprechenden Lasten- und Pflichtenheftes bis hin zur Festlegung verschiedener Testszenarien, waren sehr aufwendig. Das alles war aber notwendig, um sicherzustellen, dass die Verarbeitungs- und Berechnungsprozesse exakte Ergebnisse liefern, die besonderen Anforderungen unserer Partner an den Datenschutz erfüllt werden und der Aufwand zukünftig überschaubar bleibt.



**Wie wird der Datenschutz gewährleistet?**

Das ganze Projekt stellt hohe Anforderungen an den Datenschutz. Als mit der Durchführung des Verfahrens beauftragte Organisation brauchen wir natürlich Einsicht in verkaufsrelevante Daten der Verkehrsunternehmen. Aus diesem Grund ist der Datenschutz zunächst einmal ein wichtiger Bestandteil der vertraglichen Vereinbarungen und war während der gesamten Konzeption und Umsetzung ein wichtiges Kriterium. Um eine vertrauensvolle Zusammenarbeit mit allen beteiligten Partnern zu gewährleisten, haben wir uns außerdem in einer Vertraulichkeitsvereinbarung zu einer externen Prüfung der bei uns angesiedelten Prozesse und organisatorischen Rahmenbedingungen verpflichtet. Dazu gehören sowohl das gesamte IT-Umfeld, die IT-Organisation und die -Infrastruktur als auch personalrechtliche Festlegungen.

**Was hat sich dann für die Vertragspartner geändert?**

Insbesondere, dass in geordneten Abläufen sehr schnell, d.h. monatlich, Ergebnisse produziert werden. Aufwendige Verkehrserhebungen, die bisher Grundlage für die Einnahmenaufteilung waren, sind in diesem Umfang ab sofort nicht mehr notwendig.

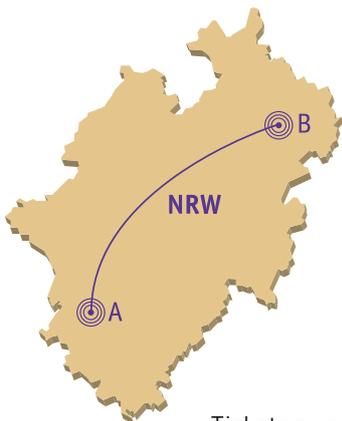
Danijel Andrić ist beim KCM für die Einnahmenaufteilung verantwortlich.

# Preisfortschreibung 2011

**Nach Umsetzung der dritten und letzten Ausbaustufe im Jahr 2007 (Gemeindliche Gleichstellung, Integration schienenferner Gemeinden) befindet sich der NRW-Tarif derzeit in einer Konsolidierungsphase. Das KCM entwickelt in Abstimmung mit den Akteuren der NRW-Tariflandschaft gegenwärtig Neuerungen, die erst in den Folgejahren wirksam werden. Vor diesem Hintergrund wurde 2011 eine rein preisbezogene Fortschreibung durchgeführt.**

Die Fahrpreise im NRW-Tarif wurden 2011 nur im Rahmen der allgemeinen Kostenentwicklung angepasst. Leitgrößen waren dabei neben den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen die Entwicklungen in den Verbänden und Gemeinschaften.

Im gewichteten Mittel ergibt sich für die PauschalpreisTickets eine Preissteigerung von 3,3%. Die Preisanpassung für die plus-Beträge der RelationspreisTickets ist mit 0,6% sehr gering, da der Bartarif unverändert blieb. NRWplus-Tickets wurden um 1,3%, das SemesterTicket NRW um 4,9% angepasst.



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

RelationspreisTickets ...	2011	2010
<b>für eine Fahrt</b>	<b>plus-Beträge</b>	
SchöneReiseTicket NRW Erw.	1,20 €	1,20 €
AnschlussTicket NRW Erw.	1,20 €	1,20 €
SchöneReiseTicket NRW Gruppe Erw. <sup>1)</sup>	0,60 €	0,60 €
<b>für eine Hin- und Rückfahrt</b>		
SchöneReiseTicket NRW Hin&Rück Erw.	2,40 €	2,40 €
AnschlussTicket NRW Hin&Rück Erw.	2,40 €	2,40 €
SchöneReiseTicket NRW Gruppe Hin&Rück Erw. <sup>1)</sup>	1,20 €	1,20 €
<b>für eine Kalenderwoche</b>		
SchöneWocheTicket NRW	5,20 €	5,10 €
<b>für einen Monat</b>		
SchönerMonatTicket NRW	19,30 €	18,80 €
SchönerMonatTicket NRW Azubi	14,50 €	14,10 €
<b>im Abonnement</b>		
SchönerMonatTicket NRW Abo	16,10 €	15,70 €
SchönerMonatTicket NRW Azubi Abo	12,10 €	11,80 €

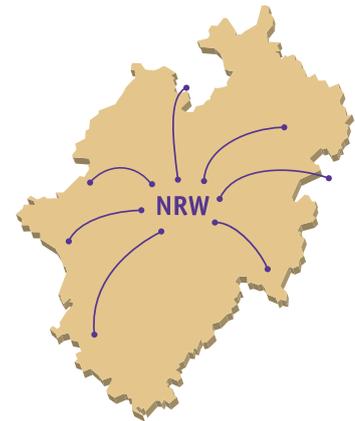
C-Preis<sup>2)</sup>

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

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

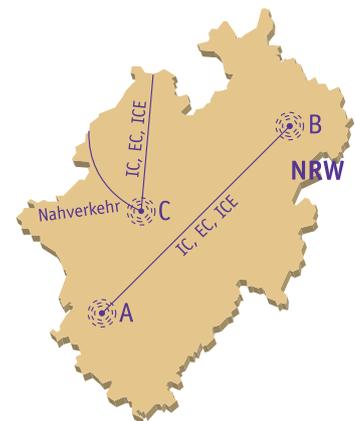
RelationspreisTickets setzen sich aus zwei Komponenten zusammen: dem Preis für die Schienenstrecke (basierend auf dem C-Preis der DB) und dem plus-Betrag für die Nutzung von Bussen und Straßenbahnen. 2011 ist beim Bartarif nur der C-Preis durch die DB angehoben worden; der Landesarbeitskreis Nahverkehr NRW hat auf eine Erhöhung des Bartarifs verzichtet. Erhöht wurden nur die plus-Beträge der Zeitfahrausweise, so dass es hier insgesamt nur zu der geringfügigen Preiserhöhung um 0,6% kommt.

<b>PauschalpreisTickets ...</b>	<b>2011</b>	<b>2010</b>
<b>für eine Fahrt</b>		
SchöneFahrtTicket NRW Erwachsene	16,60 €	16,00 €
SchöneFahrtTicket NRW Kinder	8,30 €	8,00 €
<b>für einen Tag</b>		
SchönerTagTicket NRW Single <sup>1)</sup>	26,00 €	25,00 €
SchönerTagTicket NRW 5 Personen <sup>1)</sup>	36,00 €	35,00 €
FahrradTicket NRW	4,00 €	4,00 €
<b>für 48 Stunden</b>		
RUHR.2010Ticket NRW (Angebot zeitlich befristet) <sup>2)</sup>	-	48,00 €
<b>für einen Ferienzeitraum</b>		
SchöneFerienTicket NRW Ostern, Herbst, Winter	24,50 €	23,00 €
SchöneFerienTicket NRW Sommer	52,00 €	50,00 €
<b>für ein Semester</b>		
	<b>WS 10/11</b>	<b>WS 09/10</b>
SemesterTicket NRW	38,90 €	37,10 €
<b>für ein Jahr</b>		
SchönesJahrTicket NRW (1. Klasse) darin enthaltener plus-Betrag (ÖSPV)	3.675,00 € 455,00 €	3.675,00 € 455,00 €
SchönesJahrTicket NRW (2. Klasse) darin enthaltener plus-Betrag (ÖSPV)	2.600,00 € 455,00 €	2.600,00 € 455,00 €
<b>im Abonnement</b>		
SchönesJahrTicket NRW Abo (1. Klasse) darin enthaltener plus-Betrag (ÖSPV)	320,00 € 40,00 €	320,00 € 40,00 €
SchönesJahrTicket NRW Abo (2. Klasse) darin enthaltener plus-Betrag (ÖSPV)	225,00 € 40,00 €	225,00 € 40,00 €
1) Preis im personenbedienten Verkauf der DB/DB-Agenturen zzgl. 2,00 €		
2) siehe Bilanz des RUHR.2010 Tickets auf Seite 53		



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

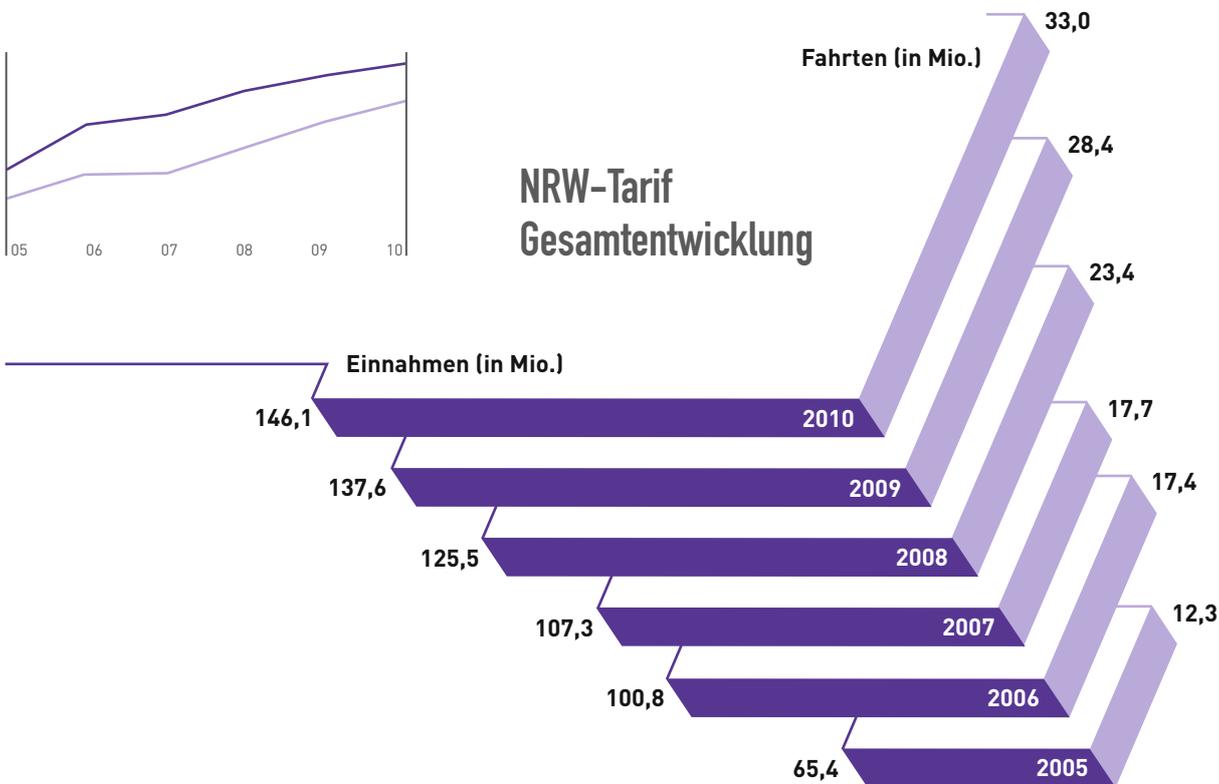
<b>NRWplusTickets ...</b>	<b>2011</b>	<b>2010</b>
	<b>plus-Beträge</b>	
<b>für eine Fahrt</b>		
NRWplus Einzelfahrt Erwachsene	2,30 €	2,20 €
NRWplus Einzelfahrt Kinder	1,20 €	1,20 €
<b>für eine Hin- und Rückfahrt</b>		
NRWplus Hin&Rück Erwachsene	4,60 €	4,40 €
NRWplus Hin&Rück Kinder	2,40 €	2,40 €
<b>für einen Monat</b>		
NRWplus Monat ICE	53,00 €	52,00 €
NRWplus Monat ICE Abo	45,00 €	45,00 €



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

## Ein erfolgreiches Jahr: erneute Einnahmensteigerung im NRW-Tarif

Die Einnahmen aus dem NRW-Tarif beliefen sich im Jahr 2010 auf insgesamt 146,1 Mio. Euro. Das bedeutet Mehreinnahmen von 8,5 Mio. Euro bzw. 6,2 % im Vergleich zum Vorjahr. Insgesamt sind 2010 mit Tickets des NRW-Tarifs ca. 33 Mio. Fahrten unternommen worden – eine Steigerung von 16 % gegenüber 2009. Trotz des insgesamt positiven Abschlusses des Geschäftsjahres 2010 sind die Entwicklungen in den einzelnen Ticketsegmenten sehr unterschiedlich, teilweise gegenläufig verlaufen.

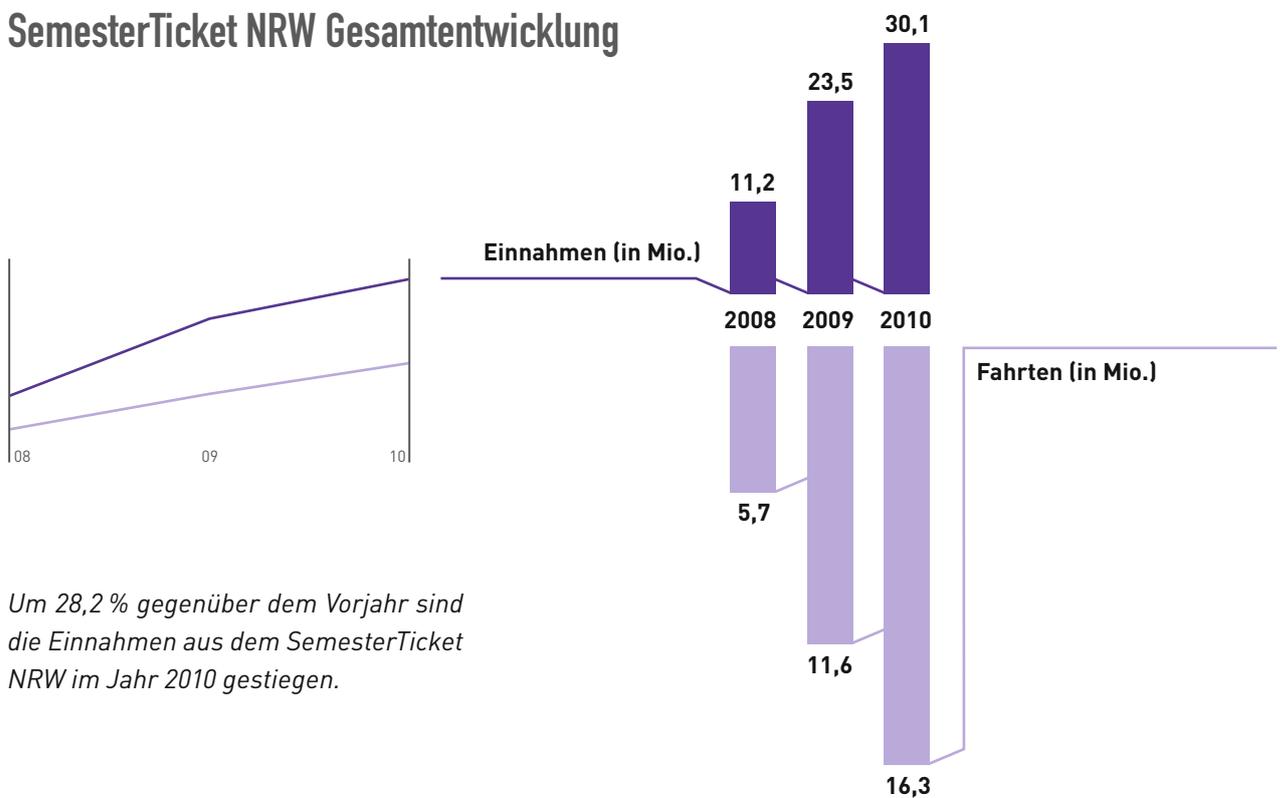


Die Gesamtentwicklung des NRW-Tarifs ist nach wie vor positiv. Die Einnahmen sind 2010 um 6,2 % gegenüber dem Vorjahr gestiegen. Bezogen auf die Anzahl der Fahrten mit Tickets im NRW-Tarif ergibt sich sogar eine Steigerung von 16 % gegenüber 2009.

**SemesterTicket NRW** Das SemesterTicket NRW genießt einen hohen Zuspruch bei den Studierenden und konnte sich deshalb sehr schnell am Markt etablieren (siehe hierzu auch Seite 16ff.). Dementsprechend hat es auch an Bedeutung für den NRW-Tarif gewonnen und ist heute mit knapp 21% der Gesamteinnahmen eine der tragenden Säulen des NRW-Tarifs. Dank einer Absatzsteigerung von 20,9 % gegenüber dem Vorjahr konnten 2010 mit dem SemesterTicket NRW Einnahmen in Höhe von 30,1 Mio. Euro erzielt werden.

Aufgrund einer nun nahezu vollständigen Verbreitung des Tickets in der Hochschullandschaft von NRW sind in den nächsten Jahren zunächst einmal keine größeren Zuwächse mehr in diesem Ticketsegment zu erwarten. Inwieweit sich im Jahr 2013 der Doppelabiturjahrgang in NRW auf die Anzahl der Studierenden auswirken wird, bleibt abzuwarten. Das Schulministerium NRW rechnet mit 50.000 zusätzlichen Studienberechtigten in diesem Jahr, von denen erfahrungsgemäß nicht alle ein Studium anstreben. Ebenfalls unklar ist, ob und wie die Aussetzung der Wehrpflicht kurzfristig einen Anstieg der Studierenden mit sich bringen wird. Klar ist jedoch, dass beide keine Effekte darstellen, die mit dem Ansturm der vergangenen Semester vergleichbar sind.

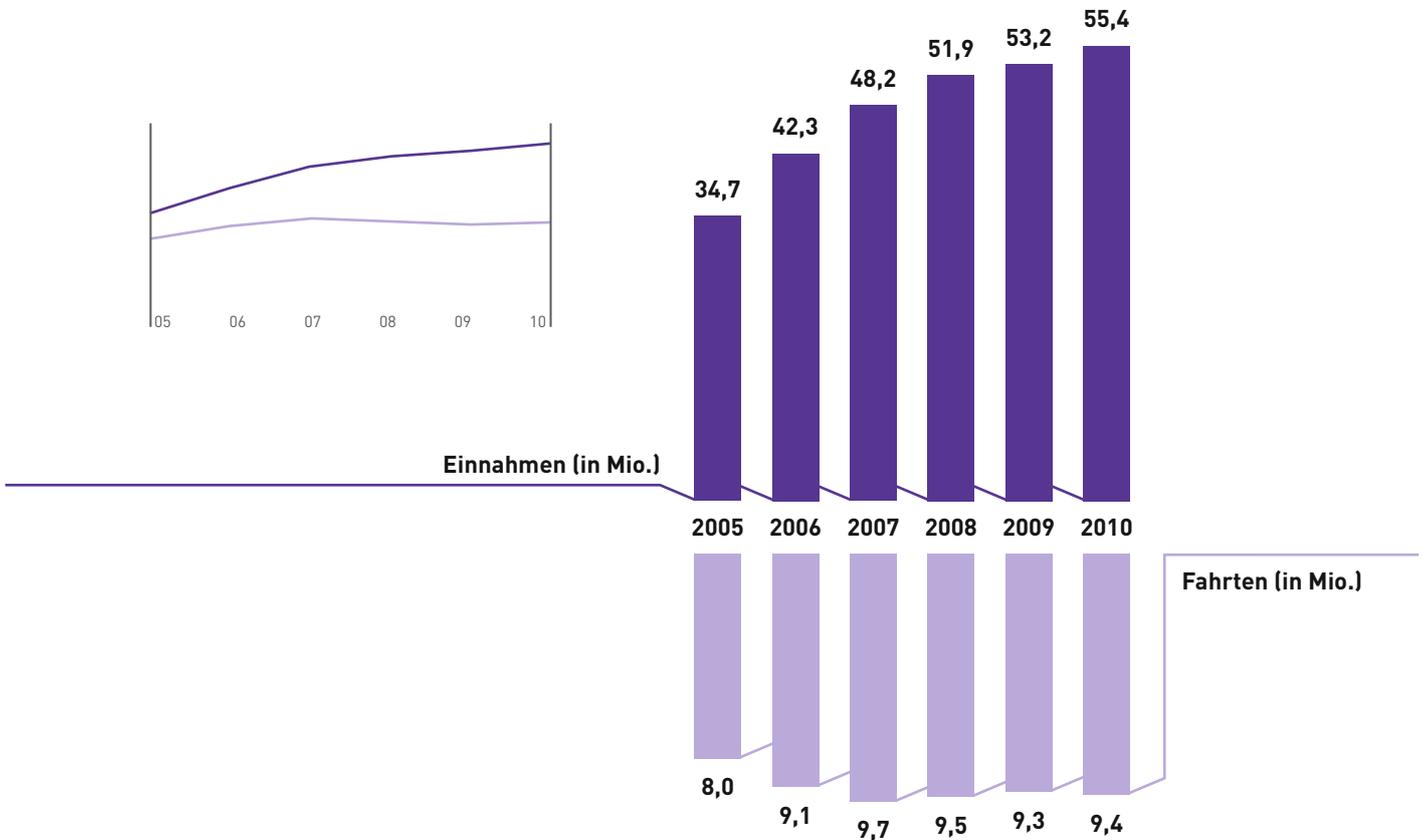
## SemesterTicket NRW Gesamtentwicklung



2010 war mit der Metropole Ruhr erstmals eine ganze Region Kulturhauptstadt Europas. Das RUHR.2010Ticket NRW ermöglichte Besuchern aus aller Welt, Veranstaltungen an verschiedenen Orten in NRW mit einem einzigen Ticket zu besuchen. Abweichend von den vergleichbaren SchönerTagTickets NRW war das Ticket nicht für einen bestimmten Tag, sondern ab dem Zeitpunkt der Entwertung für 48 Stunden und für zwei Personen gültig.

**Bilanz:** Das Ticketangebot wurde von den Fahrgästen zurückhaltend angenommen. Insgesamt wurden 2010 lediglich Einnahmen von knapp unter einer Million Euro generiert. Damit wurde die These bekräftigt, dass die bereits vorhandenen, etablierten PauschalpreisTickets des NRW-Tarifes das Freizeitsegment vollständig abdecken und neue Ticketangebote in diesem Segment nur schwer am Markt zu positionieren sind. Zudem wurde die These bestätigt, dass die Fahrgäste Tickets mit klarem Tagesbezug gegenüber Tickets mit Stundenbezug bevorzugen. Aufgrund des geringen Markterfolgs wurde das Ticket 2011 nicht weiter angeboten.

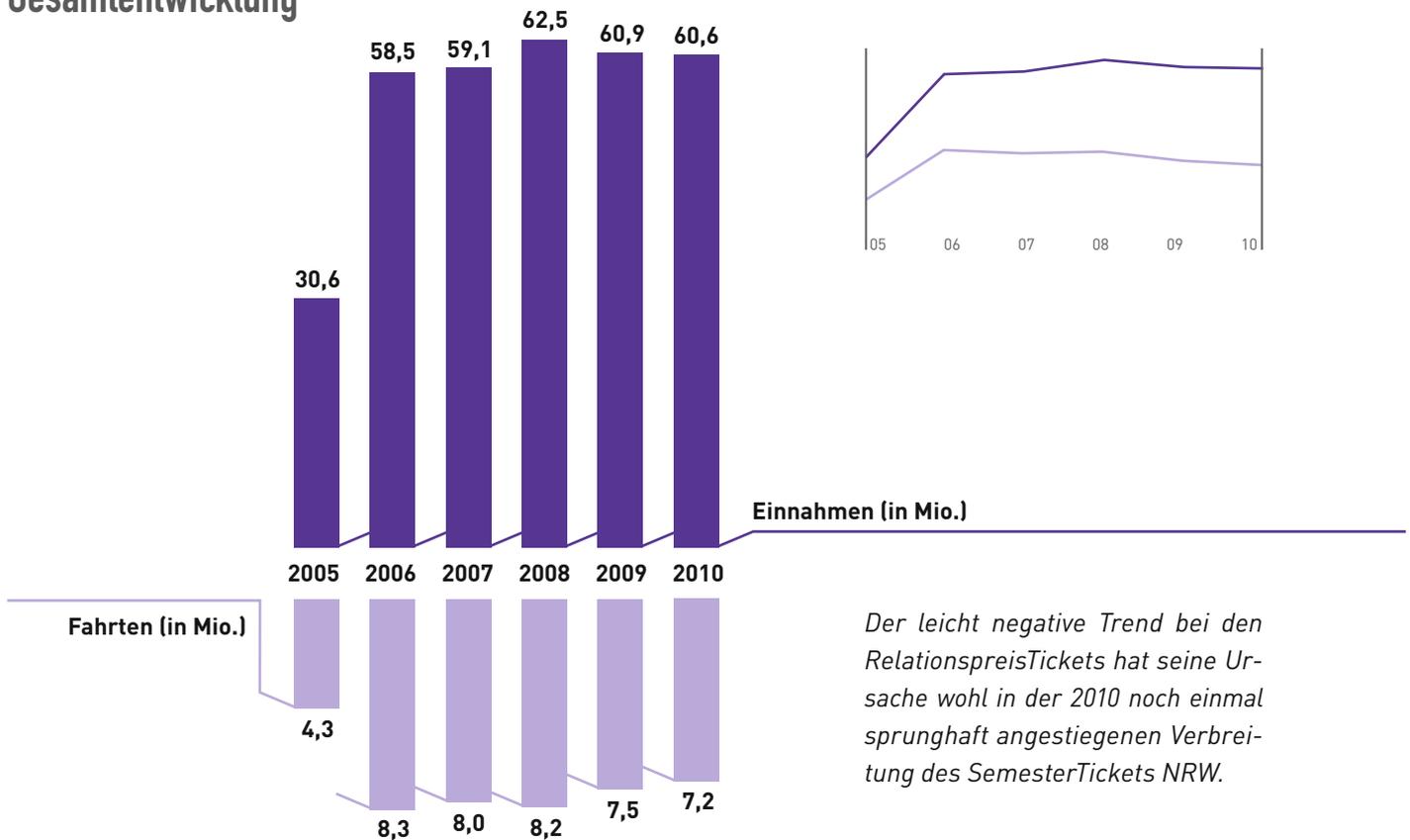
## NRW-PauschalpreisTickets Gesamtentwicklung



2010 sind die Einnahmen aus den PauschalpreisTickets wieder stärker, nämlich um 4 % gegenüber dem Vorjahr, gestiegen.

**PauschalpreisTickets** Die PauschalpreisTickets haben einen Anteil von rund 38% an den Gesamteinnahmen im NRW-Tarif. Noch immer sind sie die Basis des NRW-Tarifs, obwohl sie einnahmenseitig in den vergangenen Jahren von den RelationspreisTickets überholt wurden. Nach einem geringen Absinken im Vorjahr haben sich Einnahmen und Fahrten im Jahr 2010 wieder erholt. Mit 55,4 Mio. Euro wurde eine Einnahmensteigerung von 4 % gegenüber 2009 erzielt. Der Ticketabsatz ist um 0,9 % gestiegen. Da die PauschalpreisTickets generell besonders im Freizeitsegment genutzt werden, ist davon auszugehen, dass zu diesem positiven Ergebnis auch die zahlreichen Veranstaltungen rund um die Kulturhauptstadt Europas RUHR.2010 und die damit verbundenen An- und Abreisen mit dem ÖPNV beigetragen haben. Das eigens konzipierte RUHR.2010Ticket NRW hingegen wurde nur wenig genutzt (siehe Infokasten Seite 53).

## NRW-RelationspreisTickets Gesamtentwicklung



**RelationspreisTickets** Die divergierende Entwicklung in den verschiedenen Ticketsegmenten zeigt sich vor allem bei den RelationspreisTickets: Während die Ergebnisse sowohl beim SemesterTicket NRW als auch bei den PauschalpreisTickets positiv sind, verzeichnen die RelationspreisTickets auch im zurückliegenden Jahr einen leicht negativen Trend. Trotzdem stellen sie mit einem Einnahmenanteil von 42 % an den Gesamteinnahmen des NRW-Tarifs noch immer das bedeutendste Ticketsegment.

Die Einnahmen aus den RelationspreisTickets betragen im Jahr 2010 insgesamt 60,6 Mio. Euro. Dies ist ein Rückgang von 0,4 % oder absolut ein Minus von 223.000 Euro. Geringere Einnahmen wurden vor allem beim AnschlussTicket NRW, aber auch bei den SchöneReiseTickets NRW und den Zeitkarten für Azubis erzielt. Fahrten mit diesen Tickets sind wohl vielfach durch Fahrten mit dem 2010 noch einmal sprunghaft weiter verbreiteten SemesterTicket NRW ersetzt worden.

**Fazit** Nach den Jahren ungebrochenen Wachstums des NRW-Tarifs, das derzeit seinen Höhepunkt mit der Etablierung des SemesterTickets NRW erlebt, ist für die nächsten Jahre mit einer Konsolidierungsphase zu rechnen. Mit dem Voranschreiten des weiteren tariflichen Zusammenwachsens der neun Kooperationsräume im Land wird die Basis des NRW-Tarifs als verbundraumübergreifender Tarif allerdings sukzessive schmäler werden. Der erste Schritt hierzu wird im Jahr 2012 mit der tariflichen Fusion von VRR und VGN erfolgen.

## PauschalpreisTickets

Ticketsortiment	Einnahmen [in Euro]		Veränderung		Fahrten		Veränderung		Ticketabsatz		Veränderung	
	2010	2009	in %	absolut	2010	2009	in %	absolut	2010	2009	in %	absolut
SchöneFahrtTicket NRW Erwachsene	10.235.081	10.279.664	-0,4%	-44.583	639.663	642.491	-0,4%	-2.828	639.663	642.491	-0,4%	-2.828
SchöneFahrtTicket NRW Kinder	183.506	177.290	3,5%	6.215	22.938	22.163	3,5%	775	22.938	22.163	3,5%	775
SchönerTagTicket NRW Single <sup>1)</sup>	14.207.078	13.423.613	5,8%	783.465	1.684.107	1.585.785	6,2%	98.322	561.369	528.595	6,2%	32.774
SchönerTagTicket NRW 5 Personen <sup>1)</sup>	25.996.288	25.566.073	1,7%	430.215	4.398.870	4.440.102	-0,9%	-41.232	733.145	740.017	-0,9%	-6.872
FahrradTicket NRW	416.108	499.731	-16,7%	-83.623	n. n.	n.n.	n.n.	n.n.	104.027	124.933	-16,7%	-20.906
RUHR.2010Ticket NRW	991.152				206.283				20.649			
<b>Bartarif gesamt</b>	<b>52.029.213</b>	<b>49.946.372</b>	<b>4,2%</b>	<b>2.082.841</b>	<b>6.951.861</b>	<b>6.690.541</b>	<b>3,9%</b>	<b>261.320</b>	<b>2.081.791</b>	<b>2.058.199</b>	<b>1,1%</b>	<b>23.592</b>
SchönesJahrTicket NRW <sup>1. Klasse</sup>	29.400	35.450	-17,1%	-6.050	6.640	8.300	-20,0%	-1.660	8	10	-20,0%	-2
SchönesJahrTicket NRW <sup>2. Klasse</sup>	83.200	233.430	-64,4%	-150.230	26.560	77.190	-65,6%	-50.630	32	93	-65,6%	-61
SchönesJahrTicket NRW Abo <sup>1. Klasse</sup>	95.360	66.340	43,7%	29.020	20.562	14.766	39,3%	5.796	298	214	39,3%	84
SchönesJahrTicket NRW Abo <sup>2. Klasse</sup>	1.349.100	1.028.500	31,2%	320.600	413.724	322.575	28,3%	91.149	5.996	4.675	28,3%	1.321
Zeitkarten für Jedermann	1.557.060	1.363.720	14,2%	193.340	467.486	422.831	10,6%	44.655	6.334	4.992	26,9%	1.342
SchöneFerienTicket NRW <sup>kleine Ferien</sup>	805.905	872.384	-7,6%	-66.479	919.825	1.018.275	-9,7%	-98.450	36.793	40.731	-9,7%	-3.938
SchöneFerienTicket NRW <sup>große Ferien</sup>	986.500	1.052.750	-6,3%	-66.250	1.085.150	1.158.025	-6,3%	-72.875	19.730	21.055	-6,3%	-1.325
Zeitkarten für Schüler	1.792.405	1.925.134	-6,9%	-132.729	2.004.975	2.176.300	-7,9%	-171.325	56.523	61.786	-8,5%	-5.263
<b>Zeitkarten gesamt</b>	<b>3.349.465</b>	<b>3.288.854</b>	<b>1,8%</b>	<b>60.612</b>	<b>2.472.461</b>	<b>2.599.131</b>	<b>-4,9%</b>	<b>-126.670</b>	<b>62.857</b>	<b>66.778</b>	<b>-5,9%</b>	<b>-3.921</b>
<b>PauschalpreisTickets gesamt</b>	<b>55.378.678</b>	<b>53.235.226</b>	<b>4,0%</b>	<b>2.143.452</b>	<b>9.424.322</b>	<b>9.289.672</b>	<b>1,4%</b>	<b>134.650</b>	<b>2.144.648</b>	<b>2.124.977</b>	<b>0,9%</b>	<b>19.671</b>
Schönes-Wochenende-Ticket (nachrichtlich)	9.642.166	9.815.416	-1,8%	-173.250	1.286.080	1.308.290	-1,7%	-22.210	257.216	261.658	-1,7%	-4.442

1) inklusive 2 Euro Zuschlag für personenbedienten Verkauf

## RelationspreisTickets

Ticketsortiment	Einnahmen [in Euro]		(plus-Beträge) Veränderung		Fahrten		Veränderung		Ticketabsatz		Veränderung	
	2010	2009	in %	absolut	2010	2009	in %	absolut	2010	2009	in %	absolut
SchöneReiseTicket NRW	2.111.983	1.983.895	6,5%	128.088	2.145.818	2.196.620	-2,3%	-50.802	2.145.818	2.196.620	-2,3%	-50.802
SchöneReiseTicket NRW <sup>Hin&amp;Rück</sup>	1.048.163	1.021.763	2,6%	26.399	1.207.658	1.277.366	-5,5%	-69.708	603.829	638.683	-5,5%	-34.854
SchöneReiseTicket NRW Gruppe	16.912	14.397	17,5%	2.515	30.373	27.836	9,1%	2.537	2.937	2.741	7,2%	196
SchöneReiseTicket NRW Gruppe <sup>Hin&amp;Rück</sup>	41.438	35.739	15,9%	5.700	92.644	84.018	10,3%	8.626	3.243	2.977	8,9%	266
AnschlussTicket NRW	359.069	438.702	-18,2%	-79.634	335.639	446.668	-24,9%	-111.029	335.639	446.668	-24,9%	-111.029
AnschlussTicket NRW <sup>Hin&amp;Rück</sup>	403.228	428.435	-5,9%	-25.207	413.768	477.556	-13,4%	-63.788	206.884	238.778	-13,4%	-31.894
<b>Bartarif gesamt</b>	<b>3.980.792</b>	<b>3.922.931</b>	<b>1,5%</b>	<b>57.861</b>	<b>4.225.900</b>	<b>4.510.064</b>	<b>-6,3%</b>	<b>-284.164</b>	<b>3.298.350</b>	<b>3.526.467</b>	<b>-6,5%</b>	<b>-228.117</b>
SchöneWocheTicket NRW	133.238	132.691	0,4%	547	274.071	283.962	-3,5%	-9.891	26.102	27.044	-3,5%	-942
SchönerMonatTicket NRW	413.550	396.512	4,3%	17.038	1.033.060	1.028.642	0,4%	4.418	21.980	21.886	0,4%	94
SchönerMonatTicket NRW Abo	453.734	441.145	2,9%	12.589	1.067.154	1.077.329	-0,9%	-10.175	28.842	29.117	-0,9%	-275
Zeitkarten für Jedermann	1.000.521	970.347	3,1%	30.174	2.374.285	2.389.933	-0,7%	-15.648	76.924	78.047	-1,4%	-1.123
SchönerMonatTicket NRW Azubi	115.387	121.941	-5,4%	-6.555	368.055	403.200	-8,7%	-35.145	8.179	8.960	-8,7%	-781
SchönerMonatTicket NRW Azubi Abo	82.842	84.414	-1,9%	-1.572	248.012	263.447	-5,9%	-15.434	7.006	7.442	-5,9%	-436
Zeitkarten für Schüler/Azubi	198.229	206.355	-3,9%	-8.126	616.067	666.647	-7,6%	-50.579	15.185	16.402	-7,4%	-1.217
<b>Zeitkarten gesamt</b>	<b>1.198.750</b>	<b>1.176.702</b>	<b>1,9%</b>	<b>22.048</b>	<b>2.990.352</b>	<b>3.056.580</b>	<b>-2,2%</b>	<b>-66.227</b>	<b>92.109</b>	<b>94.449</b>	<b>-2,5%</b>	<b>-2.340</b>
<b>plus-Beträge gesamt</b>	<b>5.179.542</b>	<b>5.099.634</b>	<b>1,6%</b>	<b>79.908</b>								

Ticketsortiment	Einnahmen [in Euro]		Gesamtfahrpreis <sup>1)</sup> Veränderung									
	2010	2009	in %	absolut	2010	2009	in %	absolut	2010	2009	in %	absolut
Bartarif gesamt	46.799.868	47.391.371	-1,2%	-591.504								
Zeitkarten für jedermann	11.596.441	11.149.513	4,0%	446.928								
Zeitkarten für Schüler/Azubi	2.233.320	2.312.188	-3,4%	-78.868								
<b>RelationspreisTickets gesamt</b>	<b>60.629.629</b>	<b>60.853.072</b>	<b>-0,4%</b>	<b>-223.443</b>	<b>7.216.252</b>	<b>7.566.644</b>	<b>-4,6%</b>	<b>-350.391</b>	<b>3.390.459</b>	<b>3.620.916</b>	<b>-6,4%</b>	<b>-230.457</b>

1) Die hier angesetzten Einnahmen für 2009 weichen von den Angaben im NRW-Tarifbericht 2009/2010 ab, da aktuell Nachmeldungen für diesen Zeitraum einbezogen wurden.

**SemesterTicket NRW**

	Einnahmen [in Euro]				Fahrten				Ticketabsatz			
	2010 <sup>1)</sup>	2009 <sup>2)</sup>	in %	absolut	2010 <sup>1)</sup>	2009 <sup>2)</sup>	in %	absolut	2010 <sup>1)</sup>	2009 <sup>2)</sup>	in %	absolut
SemesterTicket NRW	30.118.092	23.487.146	28,2%	6.630.946	16.333.779	11.575.674	41,1%	4.758.105	777.799	643.093	20,9%	134.706

1) SS 2010 und WS 2010/2011  
2) SS 2009 und WS 2009/2010

**NRW-Tarif**

	Einnahmen [in Euro]				Fahrten				Ticketabsatz			
	2010	2009	in %	absolut	2010	2009	in %	absolut	2010	2009	in %	absolut
RelationspreisTickets	60.629.629	60.853.072	-0,4%	-223.443	7.216.252	7.566.644	-4,6%	-350.391	3.390.459	3.620.916	-6,4%	-230.457
PauschalpreisTickets	55.378.678	53.235.226	4,0%	2.143.452	9.424.322	9.289.672	1,4%	134.650	2.144.648	2.124.977	0,9%	19.671
SemesterTicket NRW	30.118.092	23.487.146	28,2%	6.630.946	16.333.779	11.575.674	41,1%	4.758.105	777.799	643.093	20,9%	134.706
<b>NRW-Tarif gesamt</b>	<b>146.126.399</b>	<b>137.575.444</b>	<b>6,2%</b>	<b>8.550.955</b>	<b>32.974.353</b>	<b>28.431.990</b>	<b>16,0%</b>	<b>4.542.364</b>	<b>6.312.906</b>	<b>6.388.986</b>	<b>-1,2%</b>	<b>-76.080</b>

**NRWplus-Tarif**

Ticketsortiment	Einnahmen [in Euro]				Fahrten				Ticketabsatz			
	2010	2009	in %	absolut	2010	2009	in %	absolut	2010	2009	in %	absolut
NRWplus Einzelfahrt Erwachsene <sup>1)</sup>	155.050	156.923	-1,2%	-1.873	70.492	74.722	-5,7%	-4.230	70.492	74.722	-5,7%	-4.230
NRWplus Hin&Rück Erwachsene <sup>1)</sup>	78.716	88.455	-11,0%	-9.739	35.782	42.118	-15,0%	-6.336	17.891	21.059	-15,0%	-3.168
NRWplus Einzelfahrt Kinder	1.024	1.068	-4,2%	-44	853	890	-4,2%	-37	853	890	-4,2%	-37
NRWplus Hin&Rück Kinder	410	432	-5,0%	-22	342	360	-5,0%	-18	171	180	-5,0%	-9
<b>Bartarif gesamt</b>	<b>235.200</b>	<b>246.878</b>	<b>-4,7%</b>	<b>-11.678</b>	<b>107.469</b>	<b>118.090</b>	<b>-9,0%</b>	<b>-10.621</b>	<b>89.407</b>	<b>96.851</b>	<b>-7,7%</b>	<b>-7.444</b>
NRWplus Monat ICE	118.969	110.950	7,2%	8.019	107.489	104.199	3,2%	3.290	2.287	2.217	3,2%	70
NRWplus Monat ICE Abo	372.141	358.856	3,7%	13.285	305.435	300.551	1,6%	4.884	8.255	8.123	1,6%	132
<b>Zeitkarten gesamt</b>	<b>491.110</b>	<b>469.806</b>	<b>4,5%</b>	<b>21.304</b>	<b>412.924</b>	<b>404.750</b>	<b>2,0%</b>	<b>8.174</b>	<b>10.542</b>	<b>10.340</b>	<b>2,0%</b>	<b>202</b>
<b>NRWplus-Tarif gesamt</b>	<b>726.309</b>	<b>716.684</b>	<b>1,3%</b>	<b>9.626</b>	<b>520.393</b>	<b>522.840</b>	<b>-0,5%</b>	<b>-2.447</b>	<b>99.949</b>	<b>107.191</b>	<b>-6,8%</b>	<b>-7.242</b>

1) Es ist ab Oktober 2010 ein außergewöhnlich hoher Verkaufsrückgang bei den EinzelTickets zu verzeichnen. Die Ursache wird derzeit näher untersucht.

**NRWplus**

Die Entwicklung dieses insbesondere den Fernverkehr ergänzenden Tarifs um die ÖSPV-Nutzung am Start- und/oder Zielort muss für das Jahr 2010 differenziert betrachtet werden. Insgesamt konnten die Einnahmen aus NRWplus um 1,3 % gesteigert werden und beliefen sich im Jahr 2010 auf 0,73 Mio. Euro.

Dieser Einnahmewachstum ist eindeutig auf den positiven Trend im Zeitkartensegment mit einer Steigerung im Ticketabsatz von 2 % zurückzuführen. Im Bartarif ist ab Oktober 2010 ein unerwarteter Verkaufseinbruch festzustellen, dessen Ursachen derzeit untersucht werden.

# Ansprechpartner beim KCM

## Leitung KCM



**Klaus Vollmer**

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

## Stellv. Leitung KCM



**Birgit Strecker**

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

## Tarif/Vertrieb



**Katrin Kunkel**

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



**Holger Pfenning**

Telefon: (0221) 2 08 08-43  
holger.pfenning@vrsinfo.de



**Eike Radike**

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

## Einnahmenaufteilung



**Danijel Andrić**

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



**Ursula Bardtke**

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



**Petra Bieser**

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



**Christina Thönnessen**

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

## Marktforschung



**Anja Derkum**

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



**Alexandra Gast**

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



**Silke Lorenz**

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



**Monika Schreiber**

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

## Kommunikation



**Nina Kradepohl**

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



**Monika Mukerji**

Telefon: (0221) 2 08 08-728  
monika.mukerji@vrsinfo.de



**Holger Klein**

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



**Simone Neubauer**

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

## Presse/Öffentlichkeit

## Finanzen

# Partner im NRW-Nahverkehr

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

Ministerium für Wirtschaft, Energie,  
Bauen, Wohnen und Verkehr  
des Landes Nordrhein-Westfalen



**Ministerium für Wirtschaft, Energie,  
Bauen, Wohnen und Verkehr  
des Landes Nordrhein-Westfalen**

Jürgensplatz 1  
40219 Düsseldorf  
www.mwebwv.nrw.de



**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 OstWestfalen-Lippe**

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



**Verkehrsverbund Rhein-Ruhr**

Augustastr. 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



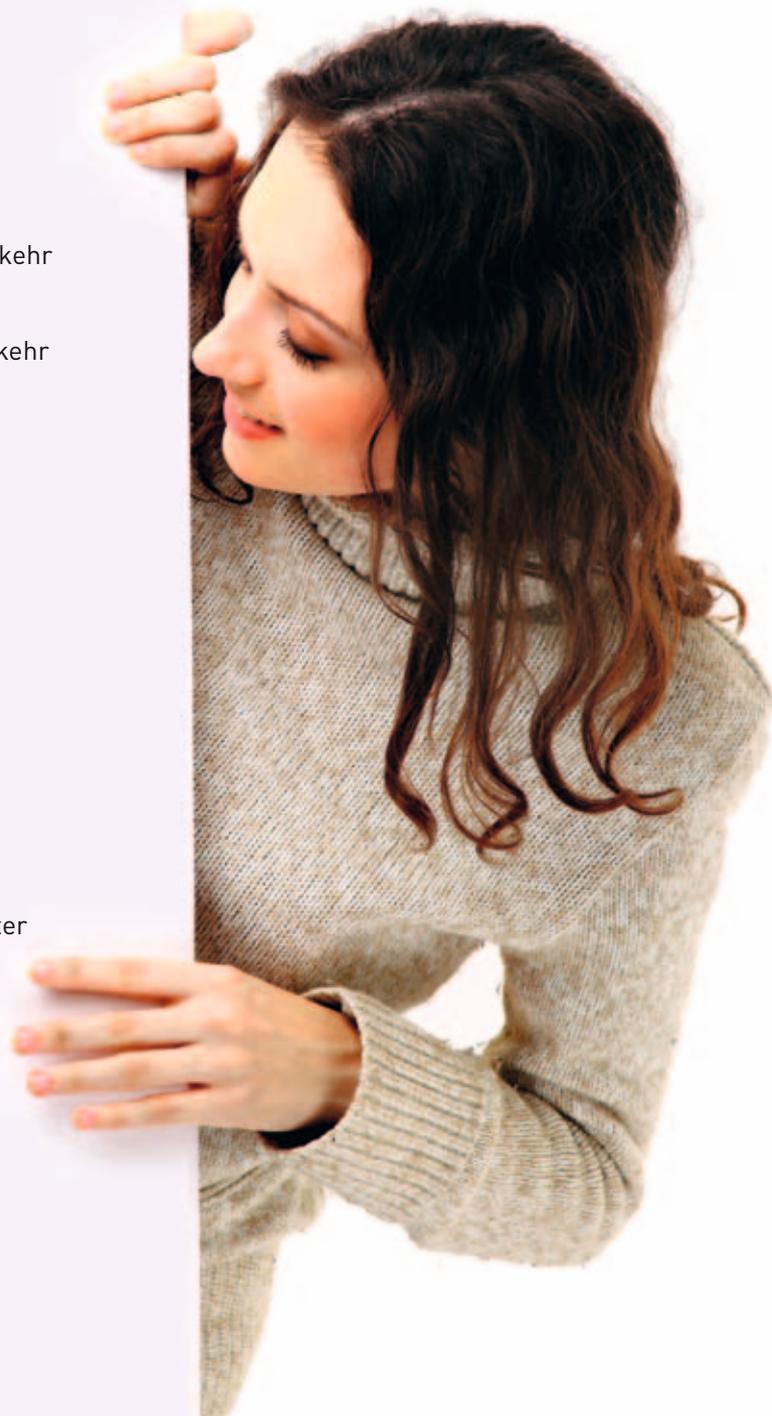
**Verkehrsgemeinschaft  
Niederrhein**

Homberger Straße 113  
47441 Moers  
www.vgn-online.de



# Abkürzungsverzeichnis

AVV	Aachener Verkehrsverbund
DB	Deutsche Bahn AG
EAV	Einnahmenaufteilungsverfahren/-vertrag
IT NRW	Information und Technik Nordrhein-Westfalen
KCM	Kompetenzcenter Marketing NRW
MWEBWV	Ministerium für Wirtschaft, Energie, Bauen, Wohnen und Verkehr des Landes NRW
NE	Nichtbundeseigene Eisenbahn
NVN	Nahverkehrs-Zweckverband Niederrhein
NVR	Nahverkehr Rheinland
NWL	Nahverkehr Westfalen-Lippe
ÖPNV	Öffentlicher Personennahverkehr
ÖPNVG NRW	Gesetz über den öffentlichen Personennahverkehr in Nordrhein-Westfalen
ÖSPV	Öffentlicher straßengebundener Personenverkehr
OWL V	OWL Verkehr
PPT	PauschalpreisTicket
RE	Regional-Express
RPT	RelationspreisTicket
SET	SemesterTicket NRW
SPFV	Schienenpersonenfernverkehr
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



# Impressum

## 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](mailto:kcm-nrw@vrsinfo.de)  
Internet: [www.kcm-nrw.de](http://www.kcm-nrw.de)  
[www.nahverkehr.nrw.de](http://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, Klaus Vollmer**  
**amedes gbr – agentur für kommunikation**

## Autoren

**Klaus Vollmer**, KCM (Die neue NRW-Tarifstrategie)  
**Holger Pfennings, Katrin Kunkel**, KCM (Aktuelle Aufgaben des KCM, Mobilitätsgarantie NRW, Preisfortschreibung 2011)  
**Petra Bieser**, KCM (Verkehrsmarkt NRW, Bilanz des SemesterTickets NRW, Einnahmenentwicklung 2010)  
**Alexandra Gast**, KCM (Akzeptanzstudie SemesterTicket NRW, Kundenbarometer 2010)  
**Dirk Meinhard**, IVV Aachen (AnschlussTicket NRW)  
**Michael Vogel**, DB Regio NRW (OnlineTicketShop)  
**Birgit Strecker, Nina Kradepohl**, KCM (Wunderbar wanderbar!, Rap'n' Rec)  
**Wolfgang Hölsken**, IVV Aachen (Neue Methoden der Einnahmenaufteilung)  
**Danijel Andrić**, KCM (Einnahmenaufteilung)  
**Sonja Schöntauf**, amedes (Eine Gesellschaft in Bewegung)

## Layout und Gestaltung

**amedes gbr – agentur für kommunikation**  
**Sonja und Jürgen Schöntauf**  
[www.amedes.de](http://www.amedes.de)

## Fotos

Titelfoto: Marc Detering  
Rückseite: Siegward Schmitz (DGPh), Wiehl  
Shutterstock  
Kompetenzcenter Marketing NRW  
Bielefeld Marketing  
Universität Bielefeld  
[www.hsfuture.com](http://www.hsfuture.com)  
[www.curitiba-brazil.com](http://www.curitiba-brazil.com)  
[www.masdarcity.ae](http://www.masdarcity.ae)  
Aachener Straßenbahn- und Energieversorgungs-AG  
DB Regio NRW  
Vestische Straßenbahnen GmbH  
Bochum-Gelsenkirchener Straßenbahnen AG  
moBiel GmbH  
CP Compartner  
WB Westfalen Bus GmbH

## Druck

**Fries Printmedien**  
[www.fries-printmedien.de](http://www.fries-printmedien.de)



## Fakten zum NRW-Tarif: Auf einen Blick ...

12. Juni 2005: Der NRW-Tarif schließt die Lücke bei Fahrten zwischen den Verbänden. Einfach reisen von Tür zu Tür durch ganz NRW mit nur einem Ticket!

**PauschalpreisTickets NRW:** Tickets für eine bestimmte Zeit zum pauschalen Preis, mit denen unbegrenzt Fahrvergnügen durch NRW zum Erlebnis wird

**RelationspreisTickets NRW:** Tickets für eine festgelegte Strecke - ganz nach den Bedürfnissen unserer Kunden!

Mit dem NRW-Tarif in die Freizeit und zum Einkaufen - so nutzen unsere Kunden den landesweiten Nahverkehrstarif am liebsten.

2010: Erneute Einnahmensteigerung im NRW-Tarif!  
146,1 Mio. Euro sind 6,2 % mehr als im Vorjahr.

Unsere Kunden sind in diesem Jahr 33 Millionen Mal mit dem NRW-Tarif gefahren.

Das KCM versteht sich als Dienstleister für die NRW-Tariflandschaft und unterstützt Verkehrsverbände und Verkehrsunternehmen in Fragen des landesweiten ÖPNV.

**Wir gestalten Mobilität der Zukunft!**

