



**Kompetenzzentrum
Marketing NRW**

Wir arbeiten für mobil.nrw



23 / 24

TarifReport NRW

KCM.Update

Einleitung

Grußwort 4

Digitalisierung

Alles eezy, oder was? 7

Auf „eezy“ fährt man ab! 10

Tarife in NRW – für die Zukunft aufstellen! 16

Auf Zuruf flexibel unterwegs 18

Die mobil.nrw-App – landesweite Mobilität
in der Tasche 22



mobil.nrw

Nächster Halt: multimodales und
barrierearmes Wandern 25

ÖPNV stärkt Tourismus in NRW 27

Europameisterschaft 2024 – it was a pleasure
to move you! 29



Deutschlandticket

Ein Jahr Deutschlandticket –
Zeit für eine erste Zwischenbilanz 33

Die Reformfähigkeit der ÖV-Branche
auf dem Prüfstand 36

Ein Blick in die Subprodukte
des Deutschlandtickets 42

Deutschlandticket Job bietet Mehrwert für
Unternehmen und Beschäftigte 44



Branchennews

Fokus Bahn NRW wird um das wichtige
Thema Klima erweitert 47

Beschäftigungsoffensive der Bahnen in NRW
nimmt weiter Fahrt auf 50

Zahlen und Entwicklungen

Ein Blick aufs Zahlenwerk und dessen
Hintergründe 53

Fahrten und Einnahmen 55

Hintergründe zur Preisanpassung im NRW-Tarif 57

NRW-Tarif und NRWplus-Tarif 58

NRW-Ticket 60



KCM

Zukunftswerkstatt des Kompetenzzentrums
Marketing NRW oder Veranstaltung mal anders 64

Kompetenzzentrum Marketing NRW 66

NRW-Tarifräume 68

Partner*innen im NRW-Nahverkehr 70

Grußwort

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

mit Veröffentlichung des diesjährigen TarifReports NRW liegt die wohl größte Tarifrevolution im ÖPNV schon weit mehr als ein Jahr zurück: Die Einführung des Deutschlandtickets, das dem ÖPNV Millionen neuer Stammkund*innen beschert hat und gleichzeitig die tarifliche Welt für Vielfahrende massiv vereinfacht hat. An dieser Stelle möchte ich nochmals der gesamten nordrhein-westfälischen ÖPNV-Branche und insbesondere dem Kompetenzzentrum Marketing NRW für die konstruktive Umsetzung des regelhaften Deutschlandtickets und aller weiteren Angebote rund um das Ticket meinen Dank aussprechen. Sei es bei den in Nordrhein-Westfalen rabattierten Deutschlandtickets für Schüler*innen, bei der nahezu flächendeckenden Ergänzung der Sozialticket-Angebote in NRW um ein um 10 Euro reduziertes Deutschlandticket sozial oder bei den Upgrade-Produkten zur Nutzung der 1. Wagenklasse und der Fahrradmitnahme – überall wurde gezeigt, dass die Branche in NRW schnell und

einfach Ergänzungen schaffen kann, wenn sich der kurzfristige Bedarf zeigt.

Die Tariforganisationen in NRW haben auch vor der Einführung des Deutschlandtickets den Weg zur tariflichen Vereinheitlichung eingeschlagen: Beispiele hierfür sind das Semesterticket in NRW, der landesweite NRW-Tarif oder zuletzt, Ende 2021, die Einführung von eezy.nrw als digitaler verbundübergreifender Tarif mit Abrechnung nach Luftlinie. Dieser war und ist ein Vorzeigeprojekt und hat auch weiterhin große Relevanz. eezy.nrw bietet die ideale Ergänzung zum Deutschlandticket und erfüllt alle wesentlichen Merkmale, die auch das Deutschlandticket so erfolgreich machen: Einfachheit und Flexibilität – ganz ohne erforderliche Kenntnis von tariflichen Strukturen. Ich bin sicher, dass dieser Tarif in den nächsten Monaten und Jahren noch weiter an Fahrt aufnehmen und seinen Marktanteil ausbauen wird. Mit dem passend zum Deutschlandticket eingeführten Monatsdeckel von 49 Euro wurde bereits großes Preisvertrauen geschaffen – wie und mit welchen Instrumenten, Aktionen oder Strukturen dies künftig noch weiter vorangetrieben werden kann, ist Aufgabe der Branche – gemeinsam mit dem Kompetenzzentrum Marketing NRW und meinem Ministerium.

In Zeiten der Einführung eines Deutschlandtickets mit derart disruptivem Potenzial für die tarifliche, vertriebliche und organisatorische Ausgestaltung

des ÖPNV müssen aber Fragen erlaubt sein: Welche tarifliche Struktur ist jetzt erforderlich und passend? Wo können und müssen wir künftig sinnvoll das tarifliche Angebot verschlanken, vereinheitlichen und reduzieren? Welche Vertriebskanäle sind vorzuhalten? Nutzen wir bereits konsequent die Chancen digitaler Technologien zur Organisationsvereinfachung? Auch hier hat das Kompetenzzentrum Marketing NRW gemeinsam mit der Branche den Prozess bereits angestoßen und ich freue mich auf erste Ergebnisse mit Erscheinen des nächsten TarifReports. Ich habe das Ziel, mein Haus und die nordrhein-westfälische ÖPNV-Branche in diesen Fragen bundesweit als Vorreiter zu positionieren.

Besonders beschäftigt hat mich – vor allem in meiner Rolle als Vorsitzender der Verkehrsministerkonferenz – die Einführung des Deutschlandsemestertickets zum Sommersemester 2024. Der Weg dahin in den Gremien des Bundes und der Länder war mühselig und lang – aber schließlich doch erfolgreich. Auch hier möchte ich der ÖPNV-Branche für die schnelle und nicht selbstverständliche Umsetzung in NRW danken. Ein beachtlicher Teil der Studierenden in unserem Land profitiert bereits seit Frühling dieses Jahres von dem Angebot und kann damit deutschlandweit mobil sein. Das ist ein großer Erfolg und ganz im Sinne der Verkehrswende.

Ein weiteres Projekt, das mir als Minister besonders am Herzen liegt, ist die Entwicklung eines On-Demand-Systems in NRW. Hier gibt es im Land bereits gute Projekte mit ganz unterschiedlichen lokalen Herangehensweisen. Mir ist wichtig, dass wir gegenüber den Kund*innen auch hier ein möglichst einfaches System etablieren: Gerade im tariflichen Bereich sollte die schon begonnene Arbeit zu einem erfolgreichen On-Demand-Tarif fortgeführt werden, der die Erfolgsmerkmale Einfachheit und Flexibilität erfüllt und so die Nutzung, Tarifierung und Bezahlung ganzer Wegekettens auch bei verschiedenen Verkehrsträgern problemlos ermöglicht.

Es gibt also für uns alle noch viel zu tun. Ich freue mich auf die weitere Zusammenarbeit und unseren gemeinsamen Erfolg!

Es grüßt Sie



Oliver Krischer

Minister für Umwelt, Naturschutz und Verkehr
des Landes Nordrhein-Westfalen





NRW macht mobil Digitalisierung

Die fortschreitende Digitalisierung der Gesellschaft hat den ÖPNV längst erreicht. Das Land NRW ist hier vorne mit dabei und möchte mit Projekten wie beispielsweise dem eezy-Tarif oder der mobil.nrw-App neue Maßstäbe setzen.

eezy.nrw

Alles eezy, oder was?

Eduard Rollmann (Leiter Kompetenzzentrum Marketing NRW)

Wie wir alle wissen, hatte eezy keinen einfachen Start. Mitten in die neue Hochphase der Pandemie und nach Einführung der 3-G-Regeln wurde „das modernste Tarifsysteem Europas“ im Dezember 2021 in die Welt gesetzt. Kaum hatte sich eezy aus anfänglichem Winterschlaf befreit und war durch erste landesweit angelegte Kampagnen im Frühjahr 2022 auf dem besten Weg zur 500.000sten Fahrt, kam das 9-Euro-Ticket ums Eck und katapultierte die Fahrtenanzahlen zurück auf „Start“.

Doch eezy gibt nicht so leicht auf. Mit der Euphorie des 9-Euro-Sommermärchens im Rücken verzeichnete eezy regelmäßig zweistellige prozentuale Zuwachsraten im Monat. Auch die Einführung des Deutschlandtickets im Mai 2023 konnte ihm nichts anhaben, denn zeitgleich wurde in eezy der 49 Euro Monatsdeckel (für NRW) eingebaut, so dass es gerade nun tatsächlich die „5 Mio. Fahrten-Schallmauer“ geknackt hat!



„eezy – das unbekannte Wesen?“ titelte der Vortrag unserer Kollegin Katrin Bünthen vom AVV und stach damit in eine allen Beteiligten offensichtliche Wunde. Ein Riesenprodukt mit Zwergenbekanntheit. Immerhin konnte die Bekanntheit bei Nutzer*innen des ÖPNV zwischenzeitlich von 9 % auf 15 % gesteigert werden. Dennoch besteht weiter Verbesserungspotenzial, obwohl über 90 % der Nutzenden zufrieden sind mit dem Tarif und der App. Die Weiterempfehlungsraten sind ungebrochen hoch, man muss es halt kennen. Die Marktforschungsergebnisse sind sehr positiv, und das in einer Phase, in der sich der ÖPNV in Gänze auf dem Tiefststand in der Wahrnehmung unserer Kund*innen befindet, was man bei der aktuellen Betriebssituation auch niemandem verübeln kann.

Daher gilt es gerade jetzt, diese wenigen Lichtblicke im ÖPNV, die positiv aufgeladene Marke und das Produkt „eezy“ zu nutzen und die Bekanntheit zumindest in NRW weiter zu steigern. Nur so und mit einem nennenswerten Marktanteil kann Hand in Hand mit dem Deutschlandticket die gesamte Tarifpalette für Vielfahrer*innen und Gelegenheitskund*innen durch zwei Angebote perspektivisch ersetzt werden. Die Botschaften des unbeschwerten und leichten „eezy-Fahrens“ in überfüllten Bahnen oder mit zig Umstiegen aufgrund von Baustellen dürfen dabei auch selbstkritisch überprüft werden.

Wir packen weiter an und werden lauter, mit gezielten und aufmerksamkeitsstarken Kampagnen, einem dauerhaften Online Grundrauschen, Mitnahme-Aktionen zu

Ostern, bald eventuell auch Guthaben-Aktionen sowie in diesem Jahr auch mit Straßenbahnen, die im eezy-look gebrandet sind und durch Köln, Düsseldorf und Bielefeld fahren, haben wir uns als Branche in NRW auf eines committed: in eezy liegt die Zukunft, vor allem für alle, die neu dabei sind oder nur gelegentlich mit dem ÖPNV fahren.

Doch Kommunikation allein wird nicht reichen: Wir müssen uns mit der Landes- und Kommunalpolitik darauf verständigen, was wir unter Daseinsvorsorge in Tarif und Vertrieb zu verstehen haben oder verstehen möchten, wie viel wir den Kund*innen beim digitalen Wandel zumuten können, ohne dabei den Rechtsrahmen zu verlassen. Denn eines ist klar: Die Teilhabe am System ÖPNV soll allen uneingeschränkt zur Verfügung stehen.



Und dennoch kommt man ohne einen „Push“ manchmal nicht aus. So ist es folgerichtig, dass die ÖPNV-Branche in NRW an einem Zukunftsbild mit deutlicher Stärkung der digitalen Kanäle, dem schrittweisen Abbau von Automaten und Bargeldvertrieb sowie einer Sortimentsreduktion im Tarif arbeitet.

In dem Kinderfilm „Raus aus dem Teich“ bricht eine Entenfamilie, die ihr ganzes Leben aus Angst vor Gefahren an ihrem geliebten Teich verbracht hat, auf und stellt fest, dass die unentdeckte Welt voller Schönheit und Abenteuer ist. So hat sich unser „eezy-Wesen“ nach über 2 Jahren aus seinem NRW-Teich auch auf den Weg in die Niederlande gemacht, um erstmalig zwischen zwei Staaten mit unterschiedlichen Tarifen (konventionell und elektronisch) in einem Vertriebssystem die Check-In/Check-Out-Technologie zu testen. Seine Neugier wächst weiter. So ist in Zukunft auch damit zu rechnen, dass eezy bundesweites Terrain betritt und auf diesem Pfad seine Erfahrungen mit neuen Akteuren teilt.

Aber wir sind noch nicht fertig in NRW. Nach dem Arbeitsressourcengewitter rund um das Deutschlandticket nehmen wir eezy verstärkt wieder in den Fokus. Ob Marketingaktionen, wie die Möglichkeit, Kunden direkt und zu beliebigem Anlass eine monetäre Aufmerksamkeit zukommen zu lassen, oder die von den Kunden gewünschte Preisauskunft vor Fahrtantritt – das Weiterentwicklungspotenzial von eezy ist gigantisch. Wir stehen gerade erst am Anfang von dem, was uns dieses digitale Produkt bietet. Die Analyse der gesamten Customer-Journey, sei es in der App oder im Mobilitätsverhalten, und die Ableitung von Verbesserungen im Sinne unserer Nutzenden ist dabei unser aller Anspruch, dem wir gemeinsam gerecht werden wollen!

Also doch, „allez eezy“!



Marktforschung eezy.nrw

Auf „eezy“ fährt man ab!

Holger Lorenz (KCM)

Marktforschungen im letzten Jahr bekräftigen: Alles ist „eezy“!

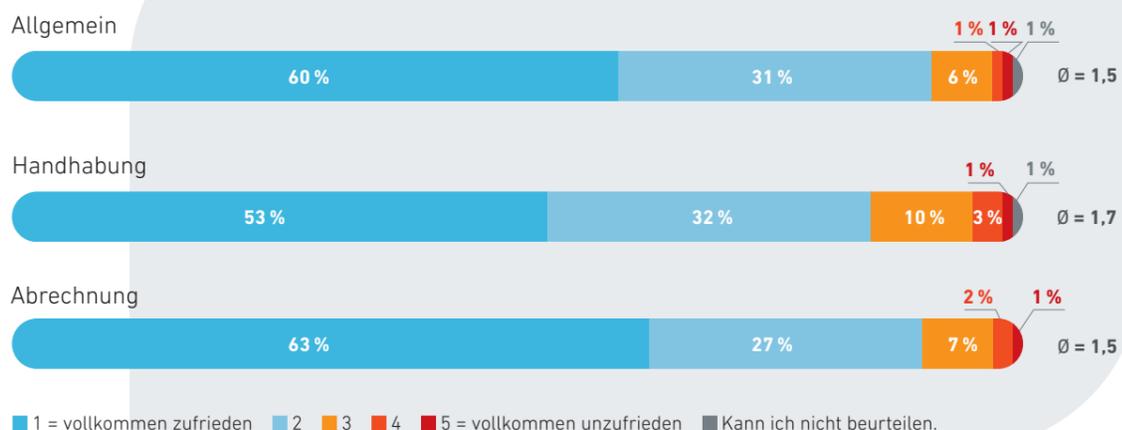
Im Herbst 2023 fand eine großangelegte Nutzer*innenbefragung des eezy-Tarifs statt. Allen eezy-verkaufenden App-Anbietern wurde die Gelegenheit geboten, eine Online-Befragung des KCM in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsinstitut nHi² aus Bonn in den Apps umzusetzen. Viele App-Anbieter nahmen dieses Angebot an, sodass landesweit fast 5.700 Personen zu eezy befragt werden konnten.

In die Ergebnisse sind die Meinungen von 3.834 eezy-Nutzer*innen (Personen, die eezy bereits mindestens einmal genutzt haben) eingeflossen. Zudem wurden weitere 1.865 Personen befragt, die eezy zwar kennen, jedoch (noch) nicht genutzt haben. Diese Personengruppe wurde vorrangig

über „multifunktionale“ Apps erreicht, also Apps, die neben dem reinen eezy-Verkauf noch andere Funktionen wie z. B. eine Fahrplanauskunft haben.

Die Studie konnte bei den eezy-Nutzer*innen einen sehr hohen Zufriedenheitswert hinsichtlich der Merkmale „allgemeine Zufriedenheit“, „Zufriedenheit mit der Handhabung“ und „Zufriedenheit mit der Abrechnung“ bei eezy verzeichnen. Gemessen auf einer 5er-Skala mit „1“ als bestmöglichem Wert verzeichneten alle Merkmale eine durchschnittliche Bewertung zwischen 1,5 und 1,7. Insbesondere der Wert von 1,5 beim Merkmal „Abrechnung“ – einem aus Kund*innensicht sehr sensiblen Thema – ist top!

„Wie zufrieden sind Sie mit eezy ...?“



(Anzahl der befragten Personen: 3.834)

Doch wo Licht ist, ist auch Schatten, und natürlich gibt es auch Personen, die von Problemen bei der Nutzung von eezy berichten.

Doch treten diese Probleme überwiegend „ab und zu“ oder „sehr selten“ auf und betreffen hauptsächlich die Vorgänge beim Ein- oder Auschecken. Ein Punkt, der sicherlich noch verbesserungsbedürftig ist, oft aber an externen Faktoren wie fehlender Netzabdeckung scheitert.

Manche Vorteile von eezy sind den Umfrageteilnehmer*innen noch nicht bewusst. Während eezy an sich unter den ÖPNV-Nutzer*innen in NRW in 2023 noch weitestgehend unbekannt ist (siehe KCM-Studie aus dem Frühjahr 2023), gilt Gleiches bei den eezy-Nutzer*innen für die Tages- und Monatsdeckel: Vier von zehn eezy-Nutzer*innen kennen die Monatsdeckel

„Wie häufig traten die Probleme mit eezy auf?“

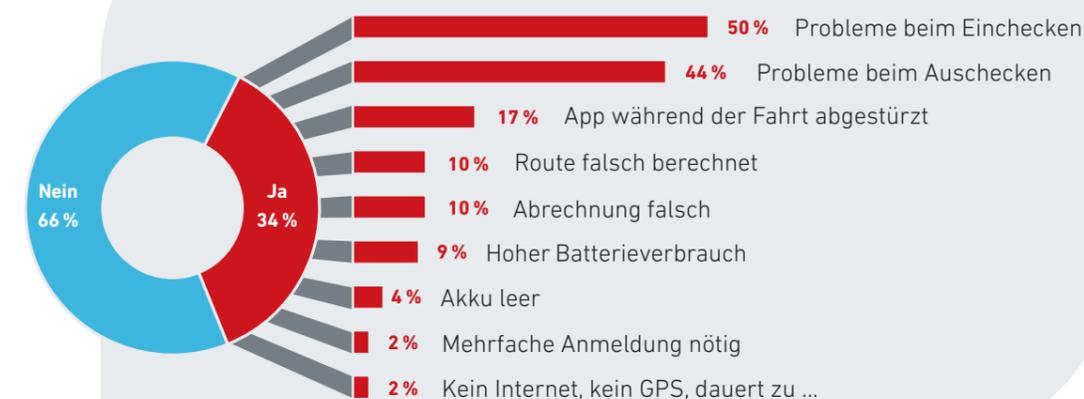


(Anzahl der befragten Personen: 1.309)

(37%) nicht und etwa die Hälfte kennt die Tagesdeckel (49%) nicht.

Insgesamt stehen die Nutzer*innen des Luftlinientarifs jedoch zu (und hinter) ihrem „eezy“: Die Weiterempfehlungsabsicht der eezy-Nutzer*innen ist sehr hoch, sodass durch eine ausgeprägtere Mund-zu-Mund-Propaganda vermutlich die beste Signalwirkung für eezy erzielt werden kann.

„Hatten Sie mit eezy schon einmal Probleme?“



(Anzahl der befragten Personen: 3.834)

(Anzahl der befragten Personen: 1.309)

Bekanntheit eezy.nrw:

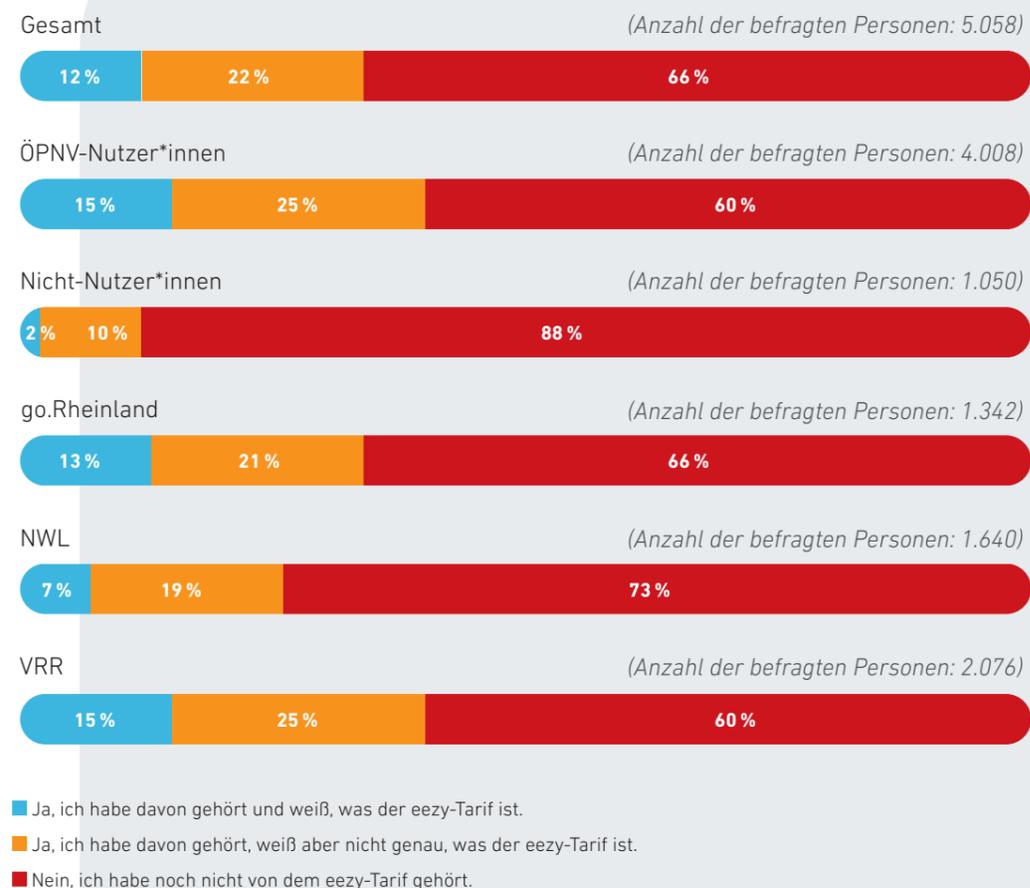
Im Frühjahr dieses Jahres fand die Wiederauflage der Bekanntheitsstudie zu eezy.nrw statt. Ziel war die erneute Überprüfung der Bekanntheit von eezy.nrw. Dazu wurden mittels eines Online-Access-Panels über 5.000 Personen in NRW befragt, davon 4.008 ÖPNV-Nutzer*innen und 1.050 ÖPNV-Nicht-Nutzer*innen.

Immerhin 15 % der befragten ÖPNV-Nutzer*innen gaben dabei an, eezy zu kennen und zu wissen, was eezy ist

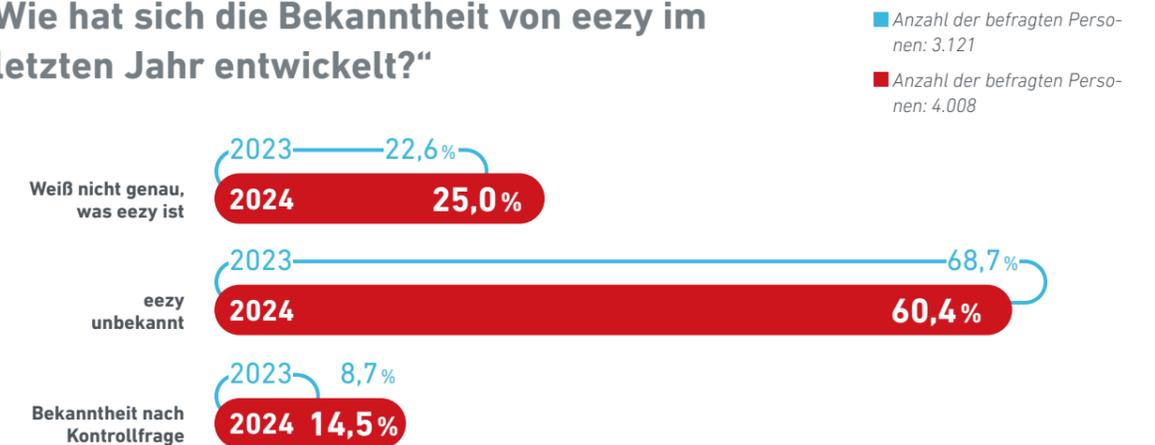
(geprüfter Wert nach Durchführung einer Kontrollfrage). Allerdings gaben im Gegenzug 60 % aus dieser Personengruppe an, nicht zu wissen, was eezy ist.

Und während die Bekanntheit in den drei Kooperationsräumen letztes Jahr noch in etwa gleich verteilt war, kann man dieses Jahr deutliche Abweichungen zwischen VRR und go.Rheinland auf der einen Seite sowie NWL auf der anderen Seite erkennen.

„Kennen Sie eezy und wissen Sie, was das ist?“



„Wie hat sich die Bekanntheit von eezy im letzten Jahr entwickelt?“



Während der Anteil derer, die angaben, eezy nicht zu kennen („eezy unbekannt“) im letzten Jahr um über acht Prozentpunkte gesenkt werden konnte, konnte die Bekanntheit (nach Kontrollfrage) im gleichen Zeitraum um etwa sechs Prozentpunkte erhöht werden. Aus kommunikativer Sicht ein voller Erfolg!

Wie bereits im Frühjahr 2023 wurde auch in der vorliegenden Studie erneut eine sehr hohe Weiterempfehlungsabsicht der eezy-Nutzer*innen gemessen: Neun von zehn eezy-Nutzer*innen würden eezy bestimmt oder wahrscheinlich weiterempfehlen.

„Würden Sie eezy weiterempfehlen?“



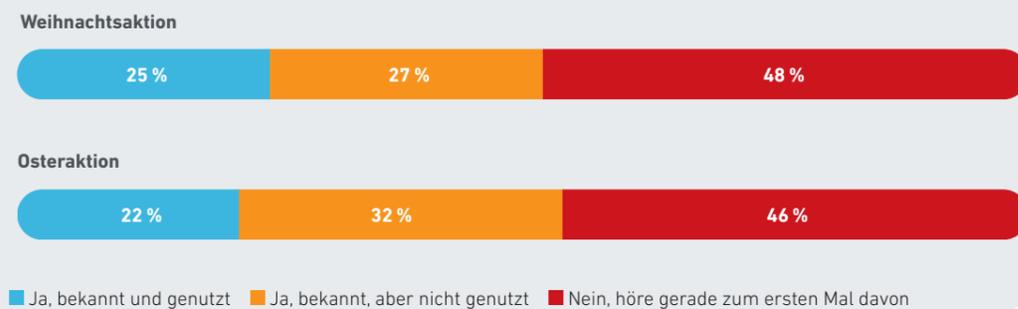
Bereits im Jahr 2023 konnte ein ähnlich hoher Wert erreicht werden, doch ist dieses Jahr der Anteil derer, die eezy „ganz bestimmt“ weiterempfehlen würden, noch höher ausgefallen. Insgesamt bekräftigen beide Studien das positive Bild der Nutzer*innenzufriedenheit mit eezy.nrw, das sich auch in der Studie Nutzer*innenbefragung eezy.nrw vom Herbst 2023 widerspiegelt.



Im Rahmen der Bekanntheitsstudie wurden zusätzlich die beiden Themen „Mitnahmeaktionen“ und „Anreizsysteme“ aus Kund*innensicht beleuchtet. Die ausführliche Erläuterung der Ergebnisse zu diesen beiden Themen würde allerdings den Umfang von KCM.Update sprengen, sodass hier jeweils nur ein zentraler Chart vorgestellt wird.

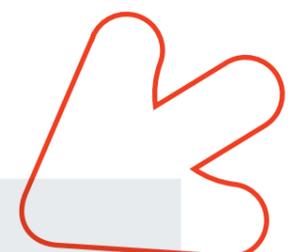
In der Weihnachtszeit 2023 und um Ostern 2024 haben sogenannte Mitnahmeaktionen bei eezy stattgefunden. eezy-Nutzer*innen konnten während der Aktionszeiträume bei jeder Fahrt eine weitere Person kostenlos mitnehmen, ohne hierfür etwas tun zu müssen. Die Bekanntheit dieser Mitnahmeaktionen fiel dabei in etwa gleich aus. Betrachtet man die Antworten der eezy-Nutzer*innen über beide Aktionen zugleich, stellt man fest, dass etwa die Hälfte beide Aktionen kennt, 13 % zumindest eine Aktion kennen und nur vier von zehn eezy-Nutzer*innen gar keine Aktion kennen.

„Kennen Sie die eezy-Mitnahmeaktionen?“



(Anzahl der befragten Personen: 285)

Beim Thema Anreizsystem wurden allen Befragten acht verschiedene, teils fiktive Anreizsysteme zur Nutzung von eezy vorgestellt. Die Befragten wurden gebeten, diese in eine Rangordnung von Rang 1 bis Rang 8 zu bringen. Bei Betrachtung der Mittelwerte ergibt sich das folgende Bild.



„Welche Anreize sind für Sie zur Nutzung von eezy am attraktivsten?“



(Anzahl der befragten Personen: 5.058)

Man kann gut erkennen, dass „Mitnahmeaktionen“ und „Startguthaben“ aus Sicht der Befragten positiv wahrgenommen, während Aktionen wie „Kunden werben Kunden“ oder „Gewinnspiele“ deutlich negativer bewertet werden. Dazwischen liegt ein breites Mittelfeld, bei dem die Bewertungen

eng aneinander liegen. Insgesamt ist zu vermuten, dass die Befragten Aktionen, bei denen sie das Benefit „selbst“ beeinflussen können, positiver bewerten als Aktionen, bei denen die Befragten nicht wissen/verstehen, wie sie davon profitieren können.

Tarifwerkstatt

Tarife in NRW – für die Zukunft aufstellen!

Benjamin Noll (KCM)

Wie ein Orkan hat die Einführung des Deutschlandtickets die gewohnten Verkaufsstatistiken und Routinen der Nahverkehrstarife und der ÖPNV-Landschaft in Deutschland durcheinandergewirbelt. Die Verkaufszahlen aller Tickets sind rasant gesunken. Insbesondere bei Abos und Zeittickets hat das Deutschlandticket Spuren hinterlassen – nahezu alle Kund*innen sind in das Deutschlandticket abgewandert. Und das ist auch gut so.

Wie geht es nun weiter mit dem Restsortiment, da immer klarer wird, dass das Deutschlandticket gekommen ist, um zu bleiben?

Genau dieser Frage haben sich die Tarifverantwortlichen sowie das Ministerium für Umwelt, Naturschutz und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen zusammen mit SPNV-Aufgabenträgern und Verkehrsunternehmen in mehreren Tarifworkshops angenommen und Maßnahmen für eine Tarif- und Vertriebsstrategie bis 2030 entwickelt.

Gemeinsam sind alle zu der Überzeugung gelangt, diese Umwälzung als große Möglichkeit zu betrachten. Die vielfältigen und teils von Kund*innen als komplex empfundenen Tarifstrukturen in NRW sollen stark verschlankt, vereinfacht und im gemeinsamen Miteinander aller Tarifräume weiterentwickelt werden.



Die Hauptstoßrichtung soll dabei auf der Vereinfachung bzw. Verschlinkung liegen. Ticketangebote für jede Eventualität sollen durch pauschalere Angebote abgelöst werden, falls nicht ohnehin bereits das Deutschlandticket die speziellen Bedarfe abdeckt. Die Gedankenspiele beziehen sich dabei allerdings nicht nur auf die Pauschalpreistickets und Zeitkarten.

Im Fokus steht vor allem der Bartarif. Hier ist jedoch nicht das Deutschlandticket der Treiber der Veränderung, sondern der 2021 eingeführte eezy-Tarif. Die Branche hat eezy als den Zukunftstarif für Gelegenheitskund*innen ausgerufen, der zukünftig das bestehende Einzelticketsegment weitestgehend ablösen soll. Nicht ohne Grund! Die Vorteile für die Kund*innen, z. B. keine Tarifenkenntnisse haben zu müssen, überwiegen die anfänglichen Zugangshürden durch die Registrierung in der App. Aber auch für die Tarifgeber hat eezy enorme Vorteile. So können zukünftig zielgerichtete Marketingaktionen und Tarifanpassungen erfolgen. Mehr zu eezy findet sich im Artikel „Alles eezy, oder was?“

Die Einführung des eezy-Tarifs hat es schon angekündigt: Die Entwicklungen im Nahverkehr bleiben von der Digitalisierung nicht unberührt. Entsprechend hat sich die Nahverkehrslandschaft in NRW in den Tarifworkshops auch auf Weiterentwicklungspfade im Bereich Ticketvertrieb geeinigt. In den kommenden Jahren sollen Automaten und Entwerter auf den Prüfstand gestellt und womöglich von digitalen Angeboten abgelöst werden.

„Finanzierung/Förderung“, „Integration in ÖPNV-Auskunftssysteme“, „Tarifentwicklung“ und „Konzeption/Planung“. Beteiligte Projektpartner, wie das Ministerium für Umwelt, Naturschutz und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen, das KCM und NRW-Verkehrsunternehmen, arbeiten unter der Koordination des KCD eng zusammen. Ziel ist die gemeinsame Entwicklung von On-Demand-Verkehren als ergänzende Säule des ÖPNV sowie die Reduzierung von Aufwänden bei Verkehrsunternehmen

und Aufgabenträgern. Weiterhin sollen der Zugang für die Fahrgäste vereinfacht und die Flächenerschließung deutlich verbessert werden.

Beim Teilprojekt „Tarifentwicklung“ ist das KCM damit beauftragt, einen landesweiten On-Demand-Tarif in Abstimmung mit den erlösverantwortlichen Akteur*innen zu entwickeln. Da viele On-Demand-Angebote derzeit noch aus Landesmitteln finanziert werden, ist ein Ziel, diese Förderungen in eine Regelfinanzierung zu überführen und



somit die längerfristige Finanzierung des Angebotes zu sichern. Außerdem wird so ein für den Fahrgast einheitlicher Rahmen für die On-Demand-Angebote in NRW geschaffen.

Dabei findet sich eine heterogene Ausgangslage an bereits heute zur Anwendung kommenden Tarifen. Die Bandbreite erstreckt sich von der Anerkennung des ÖPNV-Regeltarifs bis hin zu einem eigenen On-Demand-Tarif.

Vorgesehen ist die Entwicklung einer einheitlichen Tarifsystematik, die Gestaltungsspielräume für verschiedene Angebote und Regionen vorsieht. So können z. B. festgelegte Rabatte für Fahrgäste, die bereits in Besitz einer Zeitkarte sind, regional in ihrer Höhe variieren. Diese noch zu definierenden Stellschrauben erlauben ein nach außen hin einheitliches Tarifangebot, werden aber der unterschiedlichen finanziellen Ausstattung von Kommunen gerecht.

Gleichzeitig kann ein On-Demand-Angebot in städtischen Regionen anders bepreist werden als in ländlichen Räumen, in denen On-Demand-Angebote oftmals Bestandteil der Grundversorgung sind.

Ein entsprechendes Konzept wird derzeit im Rahmen einer Facharbeitsgruppe unter Beteiligung der Tariforganisationen sowie erlösverantwortlichen Verkehrsunternehmen und Kommunen, die On-Demand-Verkehre anbieten, erarbeitet und abgestimmt.

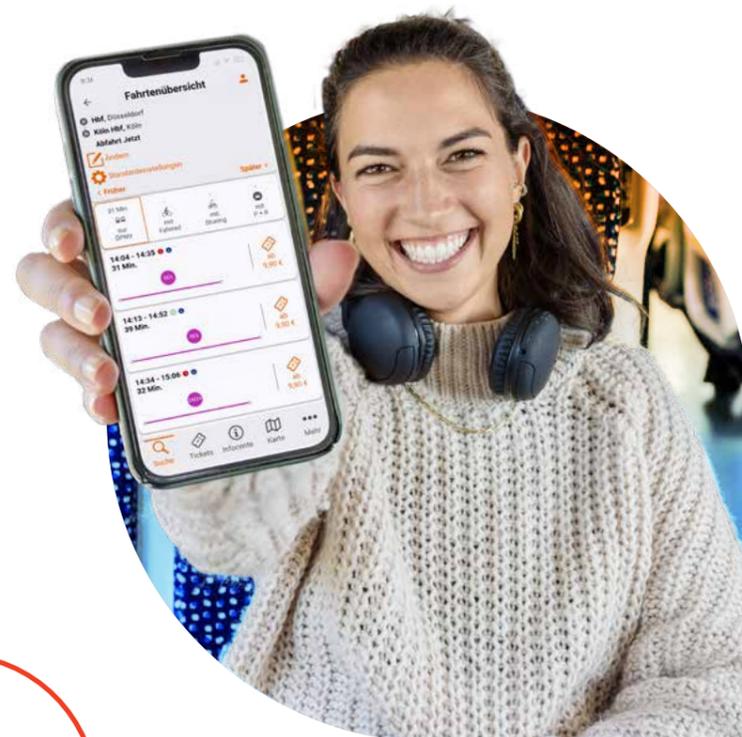
Mitte 2025 soll der On-Demand-Tarif gemeinsam mit der On-Demand-Ridepooling-Plattform NRW an den Start gehen.

mobil.nrw-App

Die mobil.nrw-App – landesweite Mobilität in der Tasche!

Markus Omers (KCD)

Teil des mobil.nrw-Angebots ist die mobil.nrw-App, die Bürger*innen in Nordrhein-Westfalen eine komfortable und effiziente Möglichkeit bietet, den öffentlichen Personennahverkehr zu nutzen und ihre Fahrten optimal zu planen. Seit ihrem Start im November 2021 hat sich die App zu einem unverzichtbaren Begleiter für Reisende entwickelt. Über 165.074 registrierte Nutzer*innen (Stand Juni 2024) bestätigen den Erfolg der App, die sowohl für Android als auch für iOS erhältlich ist und in den App-Stores regelmäßig Bestbewertungen erhält.



Hier gibt es mehr Infos
zur App
mobil.nrw/fahren/app.html

Vielfältige Funktionen

Die mobil.nrw-App bietet eine breite Palette an Funktionen, die weit über Ticketkauf und Fahrplanauskunft hinausgehen. Nutzer*innen können nicht nur Fahrpläne abrufen, sondern auch die An- und Abfahrten an ihren bevorzugten Haltestellen beobachten. Ein ausgereiftes System ermöglicht es, Haltestellen und Verbindungen als Favoriten zu speichern. Außerdem bietet die App Routenplanungen für Rad, Auto und Sharing-Dienste. Aktuelle Ereignisse im Verkehrsgeschehen werden direkt auf das Smartphone gesendet, sodass die Nutzer*innen stets informiert sind. Reiseassistenten wie der Fahrten-Wecker und die Navigation helfen bei der Reiseplanung und deren Durchführung. Die App bietet aktuelle Kartenansichten und Netzpläne der Verkehrsverbünde und ermöglicht die Verwaltung aller Park+Ride- und Bike+Ride-Plätze in NRW sowie der „Dein Radschloss“-Fahrradboxen des VRR. Über den integrierten Ticketshop können alle Tickets in ganz NRW gekauft werden. Das innovative Check-in-/Check-out-System ermöglicht darüber hinaus die Nutzung des eezy.nrw-Tarifs, bei dem die zurückgelegte Strecke automatisch erfasst und abgerechnet wird.

Neue Entwicklungen und zukünftige Funktionen

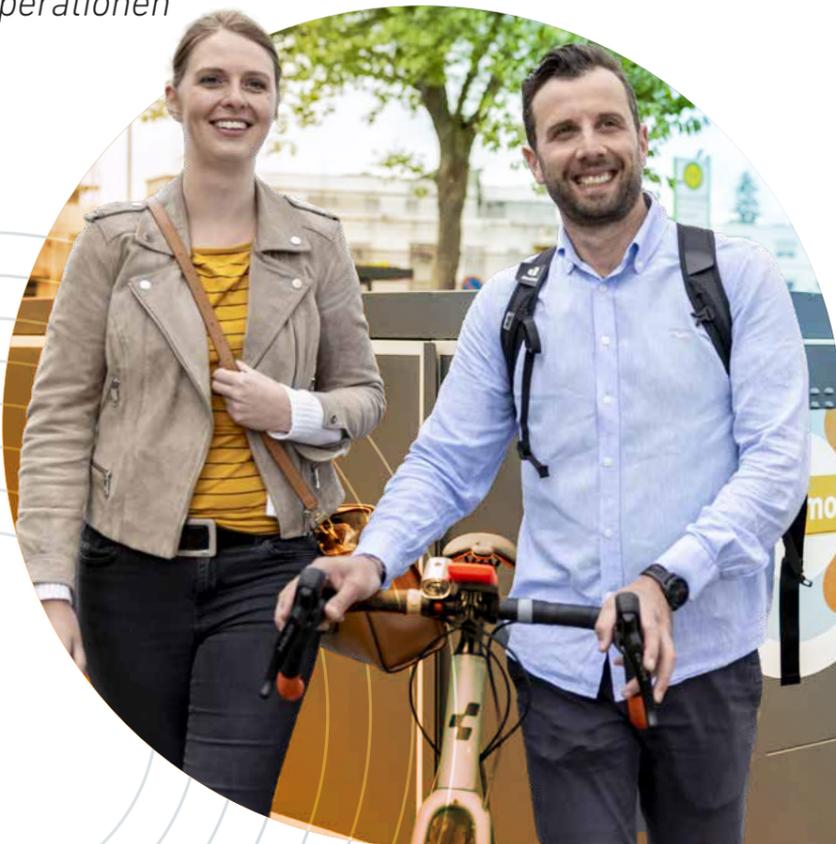
Die mobil.nrw-App wird kontinuierlich weiterentwickelt. Zu den neuen Funktionen, die in naher Zukunft implementiert werden sollen, gehören die Integration eines digitalen Assistenten, der die Benutzerfreundlichkeit weiter erhöht, sowie die Einbettung des Roller-Sharing-Anbieters TIER, sodass Nutzer*innen zukünftig E-Scooter über die App finden und diese schnell über die App des Anbieters buchen können. Verschiedene Verkehrsmittel werden in einer App vereint, um eine nahtlose Reiseplanung zu ermöglichen. Und auch die Benutzeroberfläche wird weiter optimiert, um die Nutzung der App noch intuitiver zu gestalten.

Organisation und Finanzierung

Die mobil.nrw-App ist das Ergebnis der Zusammenarbeit zwischen den Aufgabenträgern go.Rheinland, dem Zweckverband Nahverkehr Westfalen-Lippe und dem Verkehrsverbund Rhein-Ruhr AöR. Finanziert werden die neuen Funktionen zum Teil vom Ministerium für Umwelt, Naturschutz und Verkehr in Nordrhein-Westfalen. Das Kompetenzzentrum Digitalisierung und das Kompetenzzentrum Marketing arbeiten dabei Hand in Hand, um die App fortwährend zu verbessern und an die Bedürfnisse der Fahrgäste anzupassen.

Marken- update mobil.nrw

Um mobil.nrw als Mobilitätsmarke weiter bekannt zu machen, standen 2023/24 vor allem touristische Aktionen und Kooperationen im Vordergrund.



NRW entdecken 2024

Nächster Halt: multimodales und barrierearmes Wandern

Mathias von Kutzleben (KCM)

So wie sich durch das Deutschlandticket die Produktpalette im NRW-Tarif ändern wird, so ist es nur folgerichtig, auch Zielgruppen und Anlässe zur Freizeitgestaltung weiter zu diversifizieren.

Bereits in den letzten Jahren haben wir die Präsentation des Wandersegments aufgebrochen: weg vom reinen Flanieren durch den Wald mit Bergstiefeln und Karohemd, hin zu abenteuerlustigen Familien-Events und Urban Hiking. Kombiniert wurden unsere Tipps mit unterschiedlichen Fortbewegungsmitteln wie E-Scooter oder Fahrrad. Doch unsere Gesellschaft ist

wesentlich bunter, was wir auch in der Wanderkampagne darstellen wollen. So ist dieses Mal der „Wanderweg zum Wilden Kermeter“ im Nationalpark Eifel dabei – ein familientauglicher Weg, der inklusiv umgesetzt wurde. Denn er ist sowohl mit dem öffentlichen Nahverkehr erreichbar als auch komplett barrierefrei. Nicht nur auf ein stufenfreies WC wurde geachtet, sondern auch auf die Zuwege für fantastische Ausblicke auf den Rursee. Viele Schautafeln und Erlebnisstationen vervollständigen dieses Vorzeigeprojekt in NRWs einzigem Nationalpark.

NRW ENTDECKEN

Auf zu 9 spannenden Wandertouren in ganz NRW, die du entspannt mit Bus, Bahn und Co. ansteuern kannst:
www.mobil.nrw/entdecken



So bunt wie du.



Wilde Wege und Wau-Momente: Niers wieder!

Das sind nur drei der traditionell neun Touren, die jährlich für Inspiration sorgen. Die wilden Wege beziehen sich auf den erwähnten Kermeter. „Wau-Momente“ ist die erste Tour, die speziell den treuesten Begleiter des Menschen in den Mittelpunkt stellt, mit Tipps zum Wohlfühlklima für Hunde, damit auch mal in die Sofarolle frische Luft einzieht. „Niers wieder“ verrät, an welchen Fluss es uns auch in diesem Jahr wieder hinzieht – inklusive Wasserspaß für Kinder und Kind Geliebene.



Breites digitales Angebot aller mobil.nrw-Touren

Alle Touren stehen online zur Verfügung. Detaillierte Tourbeschreibungen informieren über Höhenprofil, Streckenlänge und Schwierigkeitsgrad. Außerdem können der Folder und die Wanderkarten als E-Paper bzw. PDF sowie die einzelnen GPX-Dateien für Draußen-Apps heruntergeladen werden. Auf komoot, einem Navigator für Outdoor-Aktivitäten, finden sich im dortigen Profil neben den aktuellen auch alle Touren der vergangenen Jahre.

Im Partnerbereich auf mobil.nrw können außerdem alle Medien vom Heft bis zu Advertorials und Trailern heruntergeladen und für die eigene Webpräsenz genutzt werden. Nicht nur das Wanderprojekt steht dort zum Abruf bereit, sondern auch alle anderen Kampagnen, die aktuell in NRW laufen. Anmelden, mit Dienstadresse registrieren, fertig.



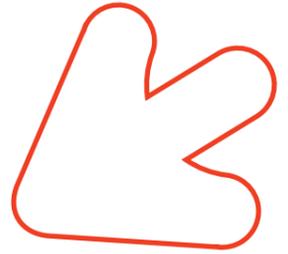
Hier geht's zur Seite mobil.nrw/entdecken



Hier geht's zur Seite partner.mobil.nrw

Kooperation Tourismus NRW

ÖPNV stärkt Tourismus in NRW



Dr. Heike Döll-König (Geschäftsführerin Tourismus NRW e. V.), Mathias Volk (KCM)

Ein nachhaltiger und zukunftsfester Tourismus – das ist das große Ziel des Landesverbands Tourismus NRW. Natürlich spielt die Mobilität dabei eine wesentliche Rolle.

Ein Großteil der touristischen CO₂-Emissionen entfällt auf den Bereich der Mobilität. Allein für die An- und Abreise sind es, diversen Untersuchungen zufolge, etwa 50 % der gesamten touristischen Emissionen. Nach wie vor ist das Auto das bevorzugte Reisemittel in NRW, Bus und Bahn hingegen spielen laut Reiseanalyse 2024 der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (FUR) eine deutlich geringere Rolle.

Zumindest für die Vor-Ort-Mobilität wollen Tourismus NRW und mobil.nrw dies gemeinsam ändern. Zur Fußball-EM im Sommer haben sie eine Partnerschaft gestartet, um Gästen die Nutzung des ÖPNV-Angebots zu erleichtern. Der Fanguide.NRW, ein digitaler touristischer Guide für Fußball-Fans, und der ebenfalls digitale Reiseführer „Entdecke Dein NRW“ wurden dafür mit der mobil.nrw-Website verknüpft. Wer sich in den Guides ein Ziel, etwa einen Park oder ein Café, herausucht, kann sich dadurch auch direkt die passende ÖPNV-Verbindung ausgeben lassen. Die Koordinaten des aktuellen Standorts und des gewünschten Ziels werden dafür sofort in die Eingabemaske der mobil.nrw-Fahrplanauskunft übernommen.



In einem weiteren Schritt ist geplant, ÖPNV-Haltestellen in ganz Nordrhein-Westfalen in den touristischen Data Hub NRW zu integrieren. Dieser bündelt Daten etwa zu Sehenswürdigkeiten, Unterkünften, Gastronomiebetrieben, Touren oder Events aus ganz Nordrhein-Westfalen und stellt sie für digitale Anwendungen offenlizenziiert zur Verfügung. Auf diese Weise könnten Gäste problemlos relevante Haltestellen in ihrer Umgebung oder in der Umgebung ihres Ziels finden. Gleichzeitig sollen so klimaschonende Anreisemöglichkeiten in der Gästekommunikation deutlich sichtbarer gemacht werden.

Im Rahmen der Zusammenarbeit mit Tourismus NRW hat das KCM im März 2024 die Internationale Tourismusbörse (ITB) in Berlin besucht und konnte am Stand von Tourismus NRW die

WER FREIHEIT NICHT MIT EGOISMUS VERWECHSELT, #FAHRÄNDERTWAS.

Zeit einzusteigen! Denn jede Fahrt mit öffentlicher Mobilität bringt uns voran in eine bunte, nachhaltigere Zukunft: für dich, für NRW, für alle. www.mobil.nrw/klima



So bunt wie du.



V. l. n. r.: Dr. Heike Döll-König (Geschäftsführerin Tourismus NRW), Mathias Volk (KCM), Mathias von Kutzleben (KCM), Silke Krebs (Staatssekretärin MWIKE NRW), Sebastian Kaiser (Tourismus NRW)

Imagekampagnen BUNT und #fahrändertwas präsentieren. In vielen inhaltvollen Gesprächen, unter anderem beim Besuch der Staatssekretärin Silke Krebs für das Ministerium für Wirtschaft, Industrie, Klimaschutz und Energie des Landes NRW am Stand von Tourismus NRW, konnte das Ziel der nachhaltigen Mobilität im Tourismus in NRW unterstrichen werden.

Zudem hat Tourismus NRW mit der Kampagne „Bahn Boom Bang“ bereits unter Beweis gestellt, wie sich Bahnfahren mit Reisen in NRW sinnvoll und umweltfreundlich kombinieren lässt.

Im Zuge der Zusammenarbeit wird mobil.nrw zudem auf den reichhaltigen Schatz der Point-of-Interest(POI)-Daten von Tourismus NRW zurückgreifen können und so, mindestens quartalsweise, auf Ausflugsziele in NRW hinweisen. Dadurch können Anreize für Fahrtenlässe in NRW geschaffen werden, um den Tourismus in NRW mit nachhaltiger Mobilität zu stärken.



Hier gibt es mehr Infos nrw-tourismus.de/bahntouren

Rückblick EM-Kampagne

Europameisterschaft 2024 – it was a pleasure to move you!

Inge Bartels (KCM)

Vom 14.06. bis 14.07.2024 war Deutschland Austragungsland der Fußball-Europameisterschaft. Erste Vorbereitungen zur EURO 2024 fanden bereits Ende 2023 statt. In enger Zusammenarbeit mit dem Kompetenzzentrum Sicherheit sowie Vertreter*innen der EVU, DB InfraGO (damals noch DB Station&Service), Vertreter*innen der Host Cities und verschiedenen Abteilungen des Ministeriums für Verkehr, Naturschutz und Umwelt hat das KCM eine Kommunikationskampagne entworfen, die alle Themen der Europameisterschaft in Betracht gezogen hat. Neben der klaren Verantwortung, verlässliche Fahrgastinformationen bereitzustellen, wurde vor allem das Thema Sicherheit von der Landesmarke mobil.nrw mit in die Kommunikation aufgenommen.



Kernstück der Kommunikation war die Microsite (mobile first), die am 03.06.2024 mit allen notwendigen Informationen für Fahrgäste aus dem In- und Ausland online gegangen ist:

Diese vier Themenfelder haben wir mit den vier Hauptmotiven bespielt. Dabei wollten wir deutsche als auch ausländischen Fans gleichermaßen ansprechen und haben uns deshalb für zweisprachige Headlines entschieden.

Themenfelder



EURO 2024



Fahrplan & Tickets/Tarife



Sicherheit



Freizeit

Bei der Auswahl der Medien haben wir auf eine Mischung von Information, Inspiration und Unterhaltung gesetzt. Die verschiedenen Themenfelder wurden in den sozialen Medien (Facebook und Instagram) sowie in unserem Newsletter entlang der auf der Microsite benannten Themenbereiche ausgespielt. Abhängig davon, welche Informationen besonders im Vorfeld und welche im Verlauf der EURO 2024 für die Nutzer*innen relevant waren, setzten wir unterschiedliche inhaltliche Schwerpunkte: Wichtige Organisationsinfos haben wir zu einem frühen Zeitpunkt, Freizeittipps mit und ohne Fußballbezug fortlaufend kommuniziert. Besonders während der EURO 2024 sollten auch nicht-deutschsprachige Nutzer*innen auf unseren Kanälen

wichtige Infos bekommen. Deshalb haben wir unsere Postings dreisprachig (deutsch, englisch und französisch) aufbereitet. Die prägnanten Infos haben wir dabei in Story-Highlights (gruppiert nach Sprache) oder per Feed-Fixierungen festgehalten.

Die zusätzlich eingesetzte Linie EM-RE24 wurde dabei immer wieder erwähnt. Das wichtige Thema Sicherheit wurde in enger Zusammenarbeit mit dem KC Sicherheit NRW, der Bundespolizei und dem Ministerium für Umwelt, Naturschutz und Verkehr erarbeitet und über Plakate an den Stationen und in den Zügen kommuniziert, um den Besucher*innen der EURO 2024 bei Nutzung des Nahverkehrs in NRW ein sicheres Gefühl zu vermitteln.

SAFETY FIRST!
We ensure maximum security on trains and buses, especially for EURO 2024.

In case of emergency, dial 110 for the police!

<p>1. Eine zusätzliche Bahnlinie verbindet die vier Host Cities (EM-RE24)</p> <p>2. Besonders geschulte Sicherheitsteams</p> <p>3. Zusätzliche Züge</p> <p>4. Videoüberwachung im ÖPNV</p> <p>5. Mehrsprachige Durchsagen</p>	<p>An additional train line connects all four host cities (EM-RE24)</p> <p>Specially trained security teams</p> <p>Additional trains</p> <p>Public transport CCTV</p> <p>Multilingual announcements</p>	<p>Ligne de train supplémentaire reliant les quatre villes hôtes (EM-RE24)</p> <p>Équipes de sécurité spécialement formées</p> <p>Trains supplémentaires</p> <p>Vidéosurveillance dans les transports publics</p> <p>Annonces multilingues</p>
---	---	--

NICE TO MOVE YOU!
mobil.nrw for EURO 2024

FREE SERVICE HOTLINE OF THE FEDERAL POLICE
0800 6 888 000

mobil.nrw
Public transport for EURO 2024

HERZLICH WELCOME

We love to move you by public transport. High speed travel information for football fans all around Europe.
www.mobil.nrw/euro

SAFETY OLÉ!

Get safely and well from games by public transport. High speed ensure that you arrive safely around EURO 2024.
For police emergency: dial 110

TICKET TO-GO

Choose the easy way. Just download the mobil.nrw app and use easy check-in and check-out to public transport.

FEIERN WITH FRIENDS

Heading out for fun after the match? We bring you there safely and climate friendly.
www.mobil.nrw/euro

NICE TO MOVE YOU!
mobil.nrw for EURO 2024

Zusammengefasst bedeutet das:

Mit der Kampagne wurden die Fans willkommen geheißen, informiert, befördert und inspiriert. Mit den Motiven wurden die Storys von Freund*innen erzählt, die während der EURO 2024 mit dem Nahverkehr unterwegs waren und dabei ganz unterschiedliche Situationen erlebten. Die mehrsprachige Headline-Mechanik zog sich durch alle Maßnahmen und sprach durch ihre Einfachheit auch ausländische Tourist*innen an. Gerade das Thema Sicherheit war uns sehr wichtig und wir sind froh, dass die EURO 2024 so friedlich verlaufen ist. Mit unserer Microsite haben wir im Kampagnenzeitraum mehr als 37.000 Zugriffe erzielt und hoffen, dass wir so einen Teil der Besucher*innen der EURO 2024 gut informieren konnten, auch wenn der Nahverkehr in NRW in den Medien nicht sonderlich positiv dargestellt worden ist.

Meilenstein Deutschland- ticket



Wie keine andere tarifliche Neuerung prägt das Deutschlandticket seit seiner Einführung die ÖPNV-Landschaft – auch in NRW.

Das Deutschlandticket - eine Zwischenbilanz

Ein Jahr Deutschland- ticket – Zeit für eine erste Zwischenbilanz

Volker Wente (VDV NRW)

Das Deutschlandticket ist für unsere Fahrgäste ein voller Erfolg! Ein Viertel aller Bundesbürger*innen hat mindestens einmal ein Deutschlandticket erworben. Aktuell können wir uns über 11,5 Millionen Abonnent*innen freuen. Die prognostizierten Absatzzahlen wurden erreicht. Einschließlich der Zuschüsse werden rund 10 Milliarden Euro umgesetzt, als Aktiengesellschaft wäre man damit veritables Mitglied im DAX. 95 % der Nutzenden sind mit dem Deutschlandticket zufrieden, 80 % würden es weiterempfehlen. Warum? Weil der Preis unschlagbar günstig ist. Selbst diejenigen, die stets über zu hohe Preise im ÖPNV klagen, fordern nur noch reflexhaft Ermäßigungen. Und weil die Nutzungsbedingungen so einfach sind. Selbst konsequenten Autofahrer*innen können sie nicht mehr als Ausrede für ihren mangelnden Willen herhalten, auf den ÖPNV umzusteigen.

Diese erfreuliche Entwicklung wird sich fortsetzen. In den kommenden Monaten werden zahlreiche Semestertickets und Fahrscheine des Ausbildungsverkehrs

auf das Deutschlandticket umgestellt. Nebenbei hat das Deutschlandticket einen Digitalisierungsschub sowohl bei den Unternehmen als auch bei den Fahrgästen ausgelöst, weil es überwiegend nur digital vertrieben, gespeichert und kontrolliert wird. Die breite und vor allen Dingen positive mediale Aufmerksamkeit, die das Deutschlandticket in der Öffentlichkeit genießt, wäre kaum zu bezahlen, müsste man sie als Werbung kaufen.

Aber wo Licht ist, ist bekanntlich auch Schatten. Es fehlt nach wie vor an einer langfristig gesicherten Finanzierung für das Deutschlandticket. Für Bund und Länder ist es trotz seines Erfolgs nur ein, so ist es gesetzlich geregelt, bis 2025 befristetes Versuchsangebot. Statt von Haushaltsjahr zu Haushaltsjahr zu denken, sind sie aufgerufen, eine stabile Finanzierungsgrundlage mindestens für die kommenden zehn Jahre zu schaffen. Das ist eine essenzielle Voraussetzung, erfolgreich neue Kund*innengruppen akquirieren zu können. Viele





Nicht zu vergessen sind jedoch die Hausaufgaben, die in der Organisation des Deutschlandtickets noch zu erledigen sind. Die Branchenverbände haben mit der Gründung der D-Tix GmbH die Grundlage für das professionelle Management der Fahrgeldeinnahmen gelegt. Damit sind

aber nicht die verbindlichen Rahmenbedingungen gesetzt. Noch fehlen beispielweise zwingend einzuhaltende Richtlinien für den technischen Vertrieb, die IT-Sicherheit, die Kontrollstandards oder für die Einnahmemeldung des Deutschlandtickets. Hoch professionell agierende Kriminelle wussten diese Lücken bereits zum Schaden der Gesellschaft für sich zu nutzen.

Es fehlen auch, von einer Ausnahme abgesehen, klare Tarifvorgaben und verbindliche Ausgleichsregelungen der Länder. Die heutigen Förderrichtlinien basieren auf Freiwilligkeit und stellen den Ausgleich der Einnahmeverluste unter Haushaltsvorbehalt. Nach wie vor völlig ungeklärt ist die Aufteilung der Einnahmen aus dem Deutschlandticket. Die sehr unterschiedliche Vertriebskraft der Verkehrsunternehmen hat zu erheblichen Einnahmeverchiebungen geführt, ohne dass sich die Verkehrsnachfrage geändert hat. Gerade dieser Effekt ist für NRW sehr misslich. Weil auch die vorläufige Zuweisung der Bundesmittel zu niedrig ist, leistet das Land

NRW zu geringe Abschlagszahlungen, um die Einnahmeverluste aus dem Deutschlandticket zu kompensieren. Also müssen die Verkehrsunternehmen in NRW bis zur Schlussabrechnung in die Vorfinanzierung gehen und darauf hoffen, dass Bund und Land hinreichend Haushaltsmittel bereitstellen werden. Für die Kommunen als Aufgabenträger und Eigentümer öffentlicher Verkehrsunternehmen ist dies nicht sehr vertrauensbildend, weil sie am langen Ende für die Verluste geradestehen müssten.

NRW ist im Vergleich zu anderen Bundesländern recht gut aufgestellt. Die seit Jahrzehnten bestehende flächendeckende Verbundstruktur wird z. B. die administrative Umsetzung der Einnahmeaufteilung erheblich erleichtern. Allerdings brauchen jetzt alle Akteur*innen den Mut und die Kraft, ihre völlig nachvollziehbaren Partikularinteressen im Interesse der erfolgreichen Weiterentwicklung des Deutschlandtickets zurückzustellen. Wenn das gelingt, sind wir erst am Anfang einer langen Erfolgsgeschichte.



Arbeitgeber*innen zögern, ihren Mitarbeiter*innen Jobtickets zu gewähren, eben weil die Zukunft des Deutschlandtickets unsicher ist. Gerade hier liegt erhebliches Potenzial brach. Auch die öffentliche Hand sollte endlich mit gutem Beispiel vorangehen und gemeinsam mit den Gewerkschaften für ihre Bediensteten das Deutschlandticket als Vergütungsbestandteil obligatorisch vereinbaren.

Eine langfristige Bestandssicherung durch eine auskömmliche Finanzierung sollte auch die ÖPNV-Aufgabenträger motivieren, das restliche Tarifsortiment deutlich zu straffen. Vielleicht genügt es zukünftig, das Deutschlandticket um tage- oder stundenweise gültige Zubuchoptionen zu ergänzen und darüber hinaus lediglich noch einige grob differenzierte zeitabhängige Einzelfahrausweise anzubieten. Neben der Komplexitätsreduktion ließen sich so Zusatzeinnahmen erzielen, ohne dass der Eckpreis von 49 Euro erhöht werden müsste.

Die Reformfähigkeit der ÖV-Branche auf dem Prüfstand

Johann von Aweyden (Geschäftsführer Deutschlandtarifverbund-GmbH)



Killerphrasen – der Tod jeder noch so guten Idee

Prolog: Das haben wir schon immer so gemacht

Wer kennt sie nicht, die sogenannten Killerphrasen oder Totschlagargumente. Aussagen, die Diskussionen abrupt beenden oder die Argumente des Gegenübers pauschal abwerten, ohne sich mit ihnen sachlich auseinanderzusetzen.

Killerphrasen gibt es überall. Im Kontext des öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV) tauchen solche Phrasen oft in Debatten über dessen Ausbau, damit verbundene Kosten oder seinen effektiven Nutzen auf.

Beispiel gefällig?

„Das nutzt doch sowieso keiner.“

„Wir müssen den Ausbau des ÖPNV in ländlichen Gebieten fördern.“

Merke: Je hartnäckiger die Killerphrasen, desto größer der Reformbedarf

Innovationen haben den ÖPNV des 20. Jahrhunderts nachhaltig geprägt

Der ÖPNV hat in der zweiten Hälfte des letzten Jahrhunderts in Deutschland enorm an Fahrt aufgenommen. Ein zentrales Element des bis heute gültigen Systems ist die Entstehung von Verkehrsverbänden: organisatorische und verkehrspolitische Zusammenschlüsse verschiedener Verkehrsunternehmen und/oder Aufgabenträger innerhalb einer Region. Sie haben eine zentrale Bedeutung für den öffentlichen Personennahverkehr. Scheinbar selbstverständliche Errungenschaften wie gemeinsame Tarifsysteme, koordinierte Fahrpläne und Informationen gäbe es vermutlich nicht ohne sie.

Für zusätzlichen Schwung sorgte ab 1994 die Bahnreform: Liberalisierung, Verantwortungsübergabe an die Länder und bessere Angebote im Schienenverkehr sind das Ergebnis.

Neben vielen positiven Effekten brachten diese Innovationen auch neue Probleme mit sich: stärkere regionale Unterschiede und mehr Komplexität bei Koordination und Verwaltung. **Kurz gesagt: mehr Angebot + mehr Leistung für den Fahrgast bedeutet auch mehr Differenzierung + mehr Regulierung.**

„Das bringt doch nichts.“

„Würden mehr Busspuren den ÖPNV beschleunigen?“

Inzwischen ist der Innovationsmotor erkennbar ins Stottern geraten. Tarifliche Fragmentierung, nicht einheitlich gelebte Standards, steigende Verwaltungskosten, Investitionsstau und fehlende Finanzierung machen dem öffentlichen Verkehr das Leben schwer.

„Mehr Investitionen
würden den ÖPNV
attraktiver machen.“



„Das ist viel
zu teuer.“

Ungebremster Wildwuchs – der „Tarifdschungel“ nimmt Gestalt an

Nahezu alle Ansätze zur Attraktivitätssteigerung des ÖPNV verursachen einen zusätzlichen Finanzierungsbedarf. Das gilt für den Ausbau des Angebots und den dafür notwendigen Ausbau der Infrastruktur, die Anschaffung zusätzlicher Fahrzeuge, die Kosten des zusätzlichen – und nicht vorhandenen – Personals sowie die zuletzt gestiegenen Betriebskosten.

Die Branche hat deshalb aus der Not eine Tugend gemacht: mit sogenannten „Nutzerfinanzierten Tarifstrategien“. Diese waren in der Vergangenheit oft erfolgreich, auch wenn sie das grundlegende Problem der Unterfinanzierung nicht lösen konnten. Sie führten zwangsläufig zu mehr Differenzierung und zu dem heute vielfach beklagten „Tarifdschungel“ mit einem als „zu teuer“ empfundenen Tarifniveau.

Verschärfend wirken dazu konsumtive Maßnahmen in Form von vergünstigten Ticketangeboten. Sie entziehen dem System langfristig dringend benötigte Finanzmittel. Die hierdurch ausgelösten Absatzsteigerungen können selten die eintretenden Verluste kompensieren und erfordern, die Finanzierungssituation weiter belastend, zusätzlichen Investitionsbedarf.

Ergo, wir haben einen Teufelskreis geschaffen: zu wenig Finanzmittel – mehr Tariffdifferenzierung – mehr Komplexität + höheres Preisniveau – mehr geförderte Tarifangebote – zu wenig Finanzmittel.

Die Ergebnisse dieses Teufelskreises sind überall offensichtlich: ausdifferenzierte und komplexe Tariflandschaften, ein vom Investitionsstau ausgehöltes System bei zeitgleich gnadenlos günstigen Tarifangeboten.

Der Heilsbringer: Der ÖPNV hat einen neuen Helden

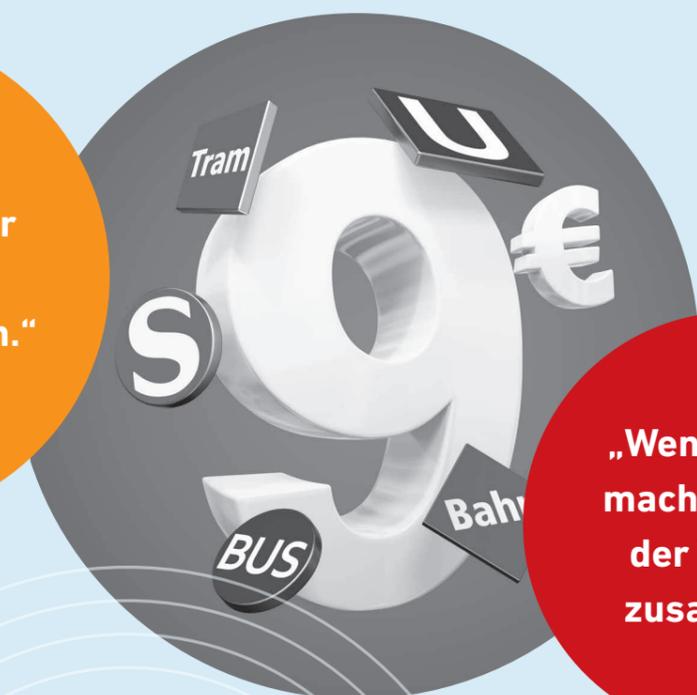
Gleich mehrere Fliegen mit einer Klappe – so weit der Plan der Politik

Da ist das Ding. Das Zustandekommen des 9-Euro- und des Deutschlandtickets wären ohne Corona-Pandemie und Ukraine-Krieg undenkbar gewesen. Die Entlastung der Bürger*innen, die Erreichung der Klimaziele, die Vereinfachung von Strukturen und eine Attraktivitätssteigerung für den ÖPNV durch Digital Schub – den damit verbundenen Imagegewinn nicht zu vergessen: Die Politik machte über Nacht den Weg frei für die größte ÖPNV-Tarifreform in Deutschland.

„Wenn man uns (als Branche) gesagt hätte ‚Macht mal einen vernünftigen Vorschlag‘, wären wir nach drei Jahren wiedergekommen und hätten gesagt: Alles ist schwierig und drei machen nicht mit“, fasste seinerzeit Andreas Schilling (DB Regio AG) die Wahrscheinlichkeit einer ähnlich verheißungsvollen Branchenlösung wie dem Deutschlandticket zusammen.

Machen wir uns nichts vor: Die Branche steckt mittlerweile in Strukturen fest, die nicht als Ansatz für eine Lösung der aktuellen Herausforderungen dienen. Uns fehlt es nicht an Ideen, sondern an Entscheidungsstrukturen. Nur so kann sich der Wille nach Veränderung auch allgemein verbindlich durchsetzen.

„Die Infrastruktur
muss dringend
ausgebaut werden.“



„Wenn Sie das
machen, bricht
der Verkehr
zusammen.“

Alles kommt zurück

Lieber die modifizierte Fortsetzung von etwas Bekanntem

Wir haben gelernt: Unsere Branche ist in einer festgefahrenen Struktur gefangen – alles hängt zusammen, alles ist kompliziert, alles ist unterfinanziert. Diese Situation ist ein Ergebnis unseres föderalen Systems mit seiner Aufgabenteilung auf unterschiedlichen politischen Ebenen, eine am Ende organisierte Verantwortungslosigkeit.

Der erhoffte Effekt der Politik, das Deutschlandticket könne von selbst etwas zur Vereinfachung dieser Strukturen beitragen, blieb bisher weitestgehend aus. Dennoch ist das Ticket zu einer festen Größe der Tariflandschaft im öffentlichen Verkehr geworden. Es löst ein Hauptproblem für die Kund*innen und hat den vielbeklagten Tarifdschungel faktisch gelichtet. Auch wenn Tendenzen bestehen, diesen Dschungel durch allerlei Abkömmlinge und Untervarianten des Tickets wieder wuchern zu lassen.

Aktuell ist nicht erkennbar, wie eine Reform der Branchenstrukturen aussehen könnte. Soweit bislang absehbar, wird das Deutschlandticket kein Katalysator für induzierte Reformen, wenn diesen nicht andere Reformen vorangehen. Es herrscht immer noch großer Diskussionsbedarf bei den Themen Tarifverantwortung, Finanzierung, Vertrieb und der Mitbestimmung der Verkehrsunternehmen und Aufgabenträger. Die Uneinigkeit zwischen Bund und Ländern ist ein Ergebnis dieser Struktur.

Das Zielbild von Politik, weiten Teilen der Branche und der Kund*innen ist andererseits ziemlich eindeutig: Kernelemente der Marktorganisation sollten bundesweit standardisiert werden unter Beibehaltung einer sinnvollen Autonomie regionaler Akteur*innen.

„Warum ändern wir das System ÖPNV nicht?“

„Das haben wir schon immer so gemacht.“

Need: Organisationsstrukturen

Die Zukunft auf Wiedervorlage

Die Umsetzung des Deutschlandtickets ist eine organisatorische, rechtliche und finanztechnische Herausforderung und als Gemeinschaftsaufgabe von Bund, Ländern, Kommunen, Aufgabenträgern und Verkehrsunternehmen zu lösen. So weit, so gut.

Nachdem man nach Start des Angebots damit beschäftigt war, verschiedene Deutschlandticket-Lösungen für bestimmte Nutzer*innengruppen (Job, Studierende, Schüler*innen, Solidarmodelle etc.) zu entwickeln, wird die Notwendigkeit der Reform der Organisationsstrukturen die nächste Mammutaufgabe sein, will man sich aus dem Teufelskreis mit seinen Finanzierungsproblemen verabschieden.

Die Ausgangssituation mit einer Vielzahl an Akteur*innen macht die Lage nicht einfacher. Die Verunsicherung in der Branche, dass Interessen auf der Strecke bleiben und politischer Impact verloren geht, ist deshalb nachvollziehbar. Der Konflikt ist vorprogrammiert.

„Das muss einfacher gehen.“



„Dafür ist der Markt noch nicht bereit.“

Licht am Ende des Tunnels

Wie das Deutschlandticket den ÖPNV verändert

Das Deutschlandticket hat seinen Finger in der Wunde. Die Zukunft des ÖPNV ist eng mit der des Deutschlandtickets verbunden. Guter Wille und Geld allein reichen nicht aus, obwohl es davon ruhig mehr geben dürfte. Sprachen wir zu Beginn des Deutschlandtickets noch von einer Tarifrevolution, wird es bei der nächsten Debatte um eine Organisations- und Finanzierungsrevolution gehen.

Die Einführung des Deutschlandtickets muss hierzulande die Branche und die Verwaltungen motivieren, sich bei Themen der Organisation und Finanzierung zusammenzurufen. Nur wenn dies gelingt, können gemeinsam auch andere, größere Herausforderungen der Verkehrswende angegangen werden. Allein aus dem Grund hat sich das Deutschlandticket gelohnt.

Das Deutschlandticket – Blick in die Subproduktpalette

Ein Blick in die Subprodukte des Deutschlandtickets

Lukas Böhm (KCM)

In NRW werden mittlerweile einige zielgruppenspezifische Ticketangebote auf Basis des Deutschlandtickets angeboten.

Das Deutschlandticket ist ein voller Erfolg und die Zukunft des Tickets ist vorerst gesichert. Das bundesweit gültige Ticket verändert die Tariflandschaft in NRW nachhaltig.

Rabattangebote für Angestellte: das Deutschlandticket Job

Auf Bund-/Länderebene wurde beschlossen, ein einheitliches Jobticket-Modell des Deutschlandtickets bundesweit anzubieten. Das Deutschlandticket als rabattiertes Jobticket kann derzeit für einen Preis von maximal 34,30 Euro bezogen werden. Die Entwicklung der in NRW verkauften Deutschlandtickets Job ist seit Einführung im Mai 2023 positiv.



Deutschlandsemesterticket für Studierende

Das Deutschlandsemesterticket hat das bisherige Upgrade-Modell abgelöst. Für einen monatlichen Preis von 29,40 Euro profitieren Studierende von einem vergünstigten Deutschlandticket, das die bisherigen Semestertickets der Hochschulen ersetzt. Das Ticket im Solidarmodell wird von den Hochschulen zu 60 % des regulären Preises des Deutschlandtickets abgenommen.

Das Kompetenzzentrum Marketing NRW (KCM) hat bei der Einführung eine koordinierende Rolle eingenommen. Bei der Entwicklung des Deutschlandsemestertickets unterstützte das KCM die Branche bei der rechtlichen Prüfung, der vertraglichen Umstellung und bei der Analyse der Kalkulation.

Deutschlandticket Schule

Um möglichst vielen Schüler*innen den Zugang zum Deutschlandticket zu einem vergünstigten Preis anzubieten, hat das Ministerium für Umwelt, Naturschutz und Verkehr NRW unter Mithilfe des KCM ein Konzept für ein Finanzierungsmodell mit den Verbänden und Schulträgern erarbeitet. An dem Konzept teilnehmende Schulträger bieten ihren nicht anspruchsberechtigten Schüler*innen die Möglichkeit, das Deutschlandticket für einen vergünstigten Preis von 29 Euro im Monat zu beziehen. Anspruchsberechtigte leisten einen Eigenanteil in gleichbleibender Höhe.

Deutschlandticket sozial für 39 Euro

Darüber hinaus wurde ein rabattiertes Deutschlandticket sozial für 39 Euro eingeführt. Bisher angebotene Sozialticketprodukte bleiben erhalten, sodass die Berechtigten die Wahl zwischen attraktiven Ticketlösungen haben. Der Anteil des Deutschlandtickets sozial an allen Sozialtickets mit monatlicher Gültigkeit ist seit der Einführung im Dezember 2023 stetig gestiegen.

D-Ticket-Kampagnen

Deutschlandticket Job bietet Mehrwert für Unternehmen und Beschäftigte

Mathias Volk (KCM)

Seit der Einführung im Mai 2023 haben über 20 Millionen Menschen in Deutschland mindestens einmal ein Deutschlandticket besessen. In NRW beziehen Stand Juni 2024 rund 280.000 Personen das Deutschlandticket Job über ihren Betrieb. Ausführliche Marktstudien des Verbands Deutscher Verkehrsunternehmen (VDV) zusammen mit dem Marktforschungsinstitut forsa und der research and consulting GmbH (rc) wurden seit Einführung des Deutschlandtickets monatlich durchgeführt und im Mai 2024 zu einer Gesamtstudie mit Blick auf ein Jahr Deutschlandticket zusammengefasst. Nach Durchsicht der Studie hat das KCM sich entschieden die Kampagne auf das Deutschlandticket Job zu fokussieren, da hier das Potenzial, neue Kund*innen zu gewinnen, höher eingeschätzt wird als bei Fahrgästen, die sich das Ticket selbst für 49 Euro anschaffen. Die Fokuszielgruppe



der Kampagne sind Systemeinsteiger*innen, die zur Arbeit mit dem Auto pendeln und mit dem Deutschlandticket Job die Möglichkeit erhalten sollen, zumindest teilweise auf Fahrten mit dem Auto zu verzichten und statt dessen Fahrten im ÖPNV zurückzulegen. Anreize für den Umstieg soll die Kampagne sowohl durch Ansprache der Arbeitgeber*innen als auch der Arbeitnehmer*innen schaffen. Die Kampagne soll zeigen, dass das Deutschlandticket Job ein großer Schritt zu einem wirklich einfachen ÖPNV ist. Für einige ist es heute schon eine echte Alternative zum Auto – andere leben noch etwas im Gestern. Zeigen wir ihnen mit einer mutigen und witzigen KI-Kampagne die Gegenwart und machen klar: Die Mobilität der Zukunft liegt nicht nur im motorisierten Individualverkehr (MIV). Es ist Zeit für das aktuelle Jahrhundert. Für ÖPNV. Für ein zeitgemäßes, einfaches Abo wie das Deutschlandticket Job.



Hier geht's zur Seite
mobil.nrw/d-ticket-job

Die Kampagne wird sowohl über unsere eigenen Kanäle als auch mit Außen- und Onlinewerbung veröffentlicht. Für Arbeitgeber*innen wird eine neue Landingpage (mobil.nrw/d-ticket-job) eingerichtet, die die Kreativroute verlängert, alle Vorteile zusammenfasst und auf job.d-ticket.info verweist. Arbeitnehmer*innen werden auf die vorhandene Landingpage geleitet, die um Informationen zum Deutschlandticket Job ergänzt wird. Teaser auf der Startseite, im Newsletter und Social-Media-Posts ergänzen die Ansprache von Arbeitnehmer*innen in den eigenen Kanälen. Die beiden Zielseiten werden in allen Maßnahmen kommuniziert. Außerdem wird vor der Sommer-

pause eine Pressemitteilung mit der Botschaft „Mehr Unternehmen in NRW sollten das Deutschlandticket Job anbieten!“ versendet.

Die Außenwerbung konzentriert sich auf die größeren Städte in NRW, also Regionen mit starken Pendlerströmen. Werbedruck und Sichtbarkeit bauen sich im Sommer auf, erreichen ihren Peak nach der Fußball-Europameisterschaft und den Sommerferien sowie rund um den Ausbildungsstart im September und sinken im Herbst/Winter wieder etwas ab. Der Schwerpunkt im Bereich Außenwerbung wird unter Berücksichtigung der zielgruppenspezifischen Touchpoints gesetzt.



Die Kund*innen mitnehmen: Branchennews

*Ohne zufriedene Kund*innen geht auch im ÖPNV nicht viel. Deswegen ist uns wichtig, unsere Fahrgäste auch über Hintergründe zu aktuellen Entwicklungen zu informieren.*



Fokus Klima

Fokus Bahn NRW wird um **das wichtige Thema Klima** erweitert

Inge Bartels (KCM)

Unter Federführung des Ministeriums für Umwelt, Naturschutz und Verkehr NRW arbeiten seit 2019 die drei Aufgabenträger und elf Eisenbahnverkehrsunternehmen eng zusammen, um dem Fachkräftemangel, dem Infrastrukturausbau und den damit verbundenen Herausforderungen gemeinsam zu begegnen. Weitere Themen sind die Sicherheit und die Mobilitätswende. Das übergeordnete Ziel ist es, den Fahrgästen ein stabiles und zukunftsfähiges Verkehrsangebot anzubieten und dieses weiterzuentwickeln. Im Jahr 2022 ist Fokus Bahn NRW um das Thema Klima erweitert worden.



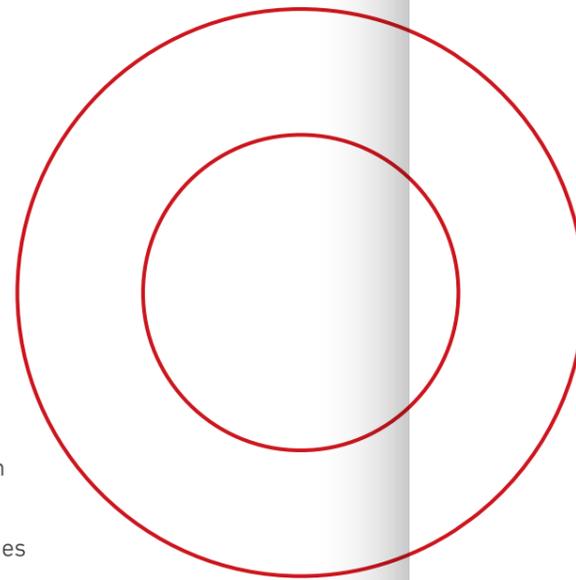
Die gemeinsamen Herausforderungen der Bahnbranche bewältigen

In der Zusammenarbeit setzt Fokus Bahn NRW auf klare Strukturen und Verantwortlichkeiten, um die Stabilität des Schienenpersonennahverkehrs (SPNV) in NRW zu sichern und zu optimieren. In kleinen Fokus-Gruppen erarbeiten die jeweiligen Spezialist*innen die einzelnen Fachthemen. Die Ergebnisse werden in den Lenkungsreisen von Fokus Bahn NRW, die quartalsweise stattfinden, vorgestellt.

Voller Fokus auf das Klima

Das Thema Klima wird gemeinsam vom Ministerium für Umwelt, Naturschutz und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen (MUNV) und KCM bearbeitet und hat sich zum Ziel gesetzt, eine Klimabilanz für den Nahverkehr auf der Schiene zu erstellen. Mit Unterstützung wissenschaftlicher Partner*innen, wie dem Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie, werden Zahlen, Daten und Fakten zum Klimaschutz im SPNV erhoben und bewertet. Denn nur Transparenz, Partizipation und ein nachhaltig attraktives Angebot schaffen Akzeptanz für die Mobilitätswende. Außerdem wird ein Fahrgastmonitor vom Kompetenzzentrum Integraler Taktfahrplan NRW (KCITF NRW)

erstellt, der die tatsächlichen Fahrgastzahlen ermittelt. Damit soll der Politik ein neues Instrument mit einer aussagekräftigen Datengrundlage an die Hand gegeben werden, um die Erreichung der Ziele – die Verdoppelung der Fahrgastzahlen bis 2030 – sowie den Einsatz der Regionalisierungsmittel kontrollieren und gegebenenfalls nachsteuern zu können. Dabei ist es essenziell, die Zahlen fachlich kompetent und sensibel zu bewerten, bevor diese veröffentlicht werden.



Wenn der SPNV und der ÖPNV eine klimafreundliche Mobilitätsalternative sein möchten, erfordert dies eine konsequente Vernetzung und die Etablierung nachhaltiger Qualität. Nordrhein-Westfalen als bevölkerungsreichstes Bundesland, Industriestandort und „Stau-Land“ Nummer 1 sieht sich hier in einer besonderen Verantwortung. Die Landesregierung will das Angebot im ÖPNV bis 2030 um mindestens 60% erhöhen und hat für den SPNV das Ziel eines weitgehenden 15-Minuten-Takts markiert.

In diesem Zusammenhang sei auch CoKo erwähnt, der CO₂- und Kosteneffizienz-Rechner, den das Zukunftsnetz Mobilität NRW zusammen mit go.Rheinland entwickelt hat. Mithilfe von CoKo werden vermiedene CO₂-Emissionen durch Maßnahmen des kommunalen Verkehrssektors berechnet. Kommunen haben so die Möglichkeit, ökologische und ökonomische Aspekte klimaschonender Maßnahmen einzuschätzen und zu vergleichen.

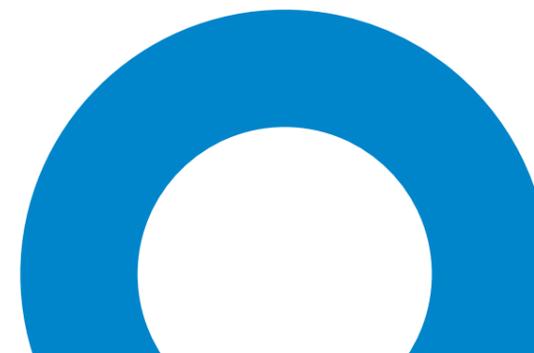
Fokus Klima soll mit der Klimabilanz validierte Zahlen liefern und damit Antworten darauf geben, wie umweltfreundlich Nah- und Regionalverkehr auf der Schiene tatsächlich sind. Ziel der Klimabilanz ist es, den Beitrag und die Potenziale des SPNV in NRW zum Klimaschutz zu ermitteln sowie transparent und verständlich für alle darzustellen. Im Herbst soll die Klimabilanz online gehen und kontinuierlich fortgeschrieben werden. Zudem sollen



daraus auch langfristige Klimaschutzpotenziale quantifiziert werden. Darüber hinaus soll ein kontinuierliches und einheitliches landesweites Monitoring eingerichtet werden, um eine verlässliche Datenbasis zur Entwicklung von Fahrgastzahlen, zur Auslastung von Strecken sowie zur Bewertung konkreter Bedarfe zu schaffen.

Marktforschungsergebnisse, in denen Fahrgäste befragt werden, dienen als Basis für das Klimaboard und sollen die Sicht der Fahrgäste einbringen, um im Rahmen der Klimabilanz herausfinden zu können, wie sich die Nutzung des SPNV unter Klimagesichtspunkten steigern lässt.

Design und Konzept des Klimaboards wurden dem Lenkungskreis Fokus Bahn NRW im Juni 2024 vorgestellt und von diesem freigegeben.



Hier geht es zum Klimaboard spnv-klimaboard.nrw

Die Bahnen in NRW

Beschäftigungsoffensive der Bahnen in NRW nimmt weiter Fahrt auf

Mathias Volk (KCM)

Die Bahnen in NRW, das Gemeinschaftsprojekt der Eisenbahnverkehrsunternehmen, DB Regio NRW, eurobahn, National Express, NordWest-Bahn, Regiobahn, RheinRuhrBahn, Rurtalbahn, TransRegio, TRI Train Rental, VIAS und WestfalenBahn, der drei Aufgabenträger NWL, VRR und go.Rheinland sowie des Landes Nordrhein-Westfalen, engagieren sich seit 2018 für die vermehrte Einstellung von Fachpersonal in der Bahnbranche. In Zusammenarbeit mit Bildungsträgern bieten die Bahnen in NRW Kurse für Quereinsteiger*innen an, die eine

neue Karriere starten möchten. Das Kursangebot wird seit Start des Projekts ständig erweitert. Begonnen die Kurse mit Qualifizierungen für Triebfahrzeugführer*innen, sind in den letzten Jahren auch Kurse für Kundenbetreuer*innen, Disponent*innen, IT-Spezialist*innen, Betriebsplaner*innen und Werkstattmitarbeiter*innen hinzugekommen. Seit 2019 wurden jährlich zwischen 300 und 400 neue Triebfahrzeugführer*innen für den Schienenpersonennahverkehr (SPNV) in Nordrhein-Westfalen qualifiziert. Durch die von September 2023 bis Ende 2024 laufende Beschäftigungsoffensive, gefördert vom Land NRW, steigt die Zahl der Weiterbildungsplätze auf 650. Auch im Bereich der Kund*innenbetreuung und Disposition werden zusätzliche Vollzeitstellen geschaffen. Im ersten Halbjahr 2024 wurden zudem die Informationsangebote zu den Kursen durch digitale Informationsveranstaltungen und weitere Beratungsoptionen wie das Mentor*innenprogramm, das Teil der Beschäftigungsoffensive ist, für Triebfahrzeugführer*innen deutlich erweitert.



Mentor*innenprogramm

Durch das Mentor*innenprogramm von Fokus Bahn NRW werden die angehenden Triebfahrzeugführer*innen während ihrer Qualifizierung von erfahrenen Mitarbeiter*innen aus der Bahnfamilie begleitet, um die Abbruchquote innerhalb der Qualifizierungskurse zu reduzieren. Echte Einblicke in den künftigen Berufsalltag sollen dabei helfen – z. B. durch die Mitfahrt im Führerstand. Die angehenden Triebfahrzeugführer*innen haben so ihr künftiges (Berufs-)Ziel bereits zu einem frühen Zeitpunkt ihrer Qualifizierung vor Augen.



DIE BAHNEN IN NRW

Digitale Infoveranstaltungen

Seit 2024 können sich Interessierte über Die Bahnen in NRW für digitale Infoveranstaltungen anmelden und auch an diesen teilnehmen. Die Teilnehmer*innen erhalten erste Einblicke in den Berufsalltag sowie Informationen zum Bewerbungsprozess und zu benötigten Qualifikationen. Damit wird der Einstieg in die Bahnfamilie erleichtert. Neben der Bewerbung auf den eigenen Kanälen und der Vermarktung über Meta/Google wird die Kommunikation über die Arbeitsagenturen ausgebaut. Eine direkte Ansprache über Mailings beispielsweise aktiviert genau die Menschen, für die der Quereinstieg eine gute Option für den beruflichen Neustart darstellt.



KarriereSchiene

Am 23.08.2024 haben die Bahnen in NRW im Colloseum Theater in Essen die Jobmesse KarriereSchiene veranstaltet. Eröffnet durch Minister Oliver Krischer, bot die Jobmesse ein umfangreiches Angebot für alle, die sich für einen Job bei den Bahnen in NRW interessieren. Alle in NRW tätigen SPNV-Unternehmen und Bildungsträger, die Qualifizierungskurse bieten, haben auf der Jobmesse die interessierten Besucher*innen über ihre Angebote informiert und standen zur Beantwortung von Fragen zur Verfügung. Die Messe war sehr gut besucht und das Interesse an den Angeboten der Bahnen in NRW hoch. Abgerundet wurde die Messe durch ein umfangreiches Rahmenprogramm mit Erfahrungsberichten von Eisenbahner*innen, einem Auftritt von Comedy-Star Simon Stäblein, Fahrten mit dem Zugsimulator, Trainings mit VR-Brille und Fotoshootings für Bewerbungsunterlagen.



Unter der Lupe

Zahlen und Entwicklungen

Prognosen sind schwierig, vor allem, wenn sie die Zukunft betreffen. Doch ein genauer Blick auf die Zahlen, hilft uns dabei, kommende Entwicklungen abzuschätzen.



Zahlen und Entwicklungen

Ein Blick aufs Zahlenwerk und dessen Hintergründe

Benjamin Noll (KCM)

Zum Mai 2023 wurde das Deutschlandticket bundesweit eingeführt. Mit der Einführung des rabattierten Tickets kam es zu ausgeprägten und nachhaltigen Wanderungsbewegungen der Kund*innen weg von den klassischen Tarifangeboten hin zum neuen Deutschlandticket. Auf die Covid-19-Pandemie im Jahr 2020 folgte somit der nächste externe Faktor, welcher erheblichen Einfluss auf die ÖPNV-Branche hatte.

2023: Die Herausforderungen gehen weiter

Nachdem sich die Fahrgastzahlen nach Abklingen der Covid-19-Pandemie im Verlauf des Jahres 2022 bereits etwas erholt hatten, stellte die Einführung des Deutschlandtickets insbesondere für den NRW-Tarif einen deutlichen Einschnitt dar. Anders als bei den regionalen Tarifen in NRW wurde das Deutschlandticket nicht Teil des NRW-Tarifs. Kund*innen, die vorher regelmäßig tarifraumübergreifende Fahrten getätigt hatten und somit zwangsläufig Kund*innen des NRW-Tarifs waren, wurde nun ein sehr attraktives Produkt angeboten, welches nur den regionalen Tarifen zugeordnet ist. Im Ergebnis verlor der NRW-Tarif im Bereich der Zeitkarten eine erhebliche Anzahl an Kund*innen. Dies spiegelt sich in einem Einnahmerückgang von rund 3 Millionen Euro in diesem Segment wider.

Weiterhin hohe Schadenssummen und Energiekosten

Zwar konnte sich der NRW-Tarif auch 2023 weiter von den Folgen der Covid-19-Pandemie erholen, indem die Gesamteinnahmen um insgesamt 24 Millionen Euro stiegen. Im Vergleich zum letzten vollständigen Jahr vor der Pandemie (2019) steht jedoch weiterhin ein Einnahmeschaden von 68 Millionen Euro.

Aber auch die regionalen Tarife hatten trotz der zusätzlichen Kund*innen Einnahmerückgänge im Vergleich zu 2019 zu verzeichnen. Grund dafür ist die niedrige Preisstellung des Deutschlandtickets im Vergleich zu anderen Zeitkarten.

Darüber hinaus belasteten die Verkehrsunternehmen auch im Jahr 2023 die weiterhin auf hohem Niveau verbliebenen Energiekosten.

Planungssicherheit durch Mittel von Bund und Land

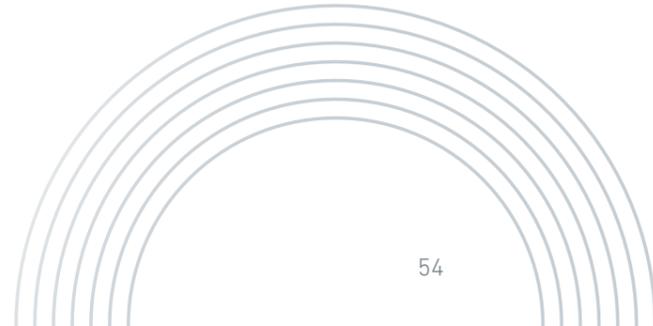
Die drohenden Mindererlöse durch die Einführung des Deutschlandtickets wurden vom Bund und Land frühzeitig antizipiert. Da der ÖPNV systemrelevant ist und zur Daseinsvorsorge sowie zum Klimaschutz beiträgt, sollte der Bestand des Nahverkehrs durch die Einführung des Deutschlandtickets nicht gefährdet werden. Aus diesem Grund haben Bund und Länder sich darauf geeinigt, sich mit jeweils 1,5 Milliarden Euro pro Jahr an der Finanzierung zu beteiligen. Das Land NRW trägt hiervon 280,8 Millionen Euro. Außerdem erhalten die Länder zusätzliche Regionalisierungsmittel von 1 Milliarde Euro jährlich zur Finanzierung des Bus- und Bahnangebots.

Die Verkehrsunternehmen und Millionen von Pendler*innen im Land NRW hatten somit Planungssicherheit.



Schadensprognose Deutschlandticket (Stand: 05.12.2023)

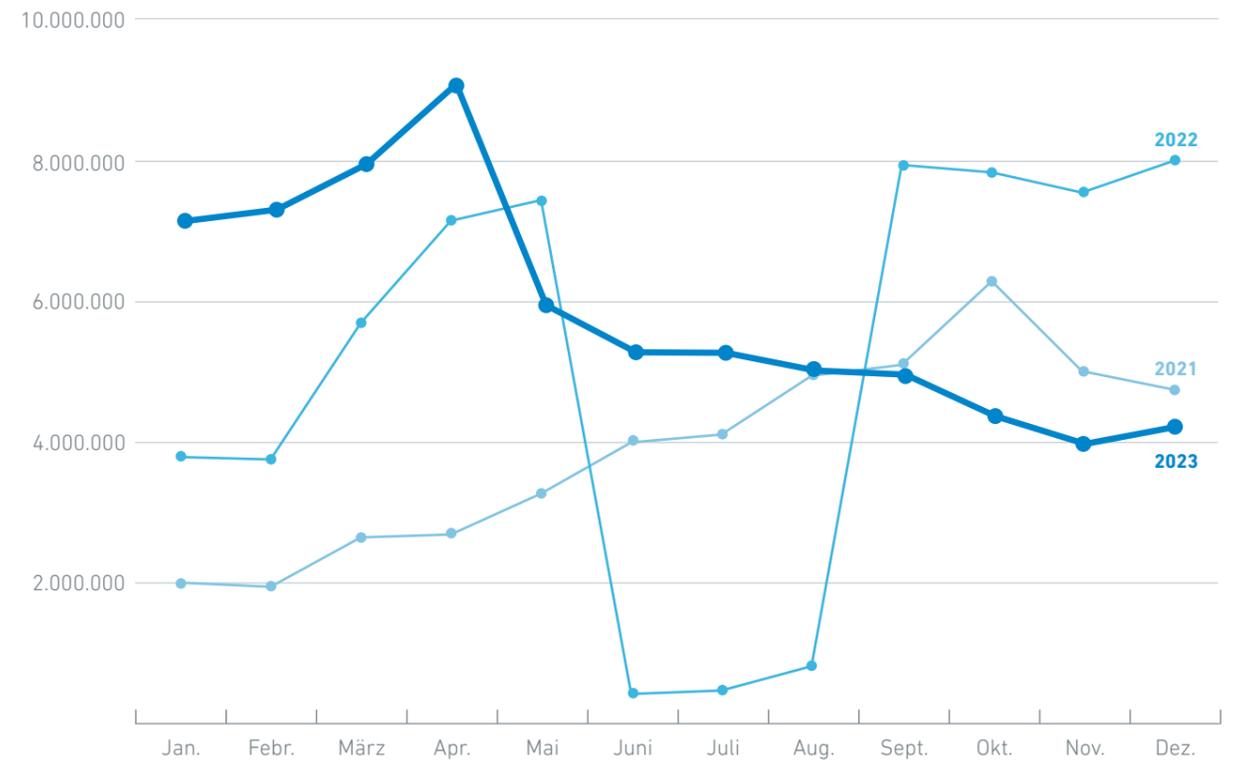
	ÖSPV	SPNV	Summe nach Produktart
PauschalpreisTickets	-5.284.400,91 €	-36.030.600,39 €	-41.315.001,30 €
RelationspreisTickets (inkl. eTarif pauschal)	-2.168.840,33 €	-21.374.620,96 €	-23.543.461,29 €
BahnCard 25/50	-201.904,08 €	-2.618.559,06 €	-2.820.463,14 €
NRWplus	-346.219,79 €		-346.219,79 €
Gesamt	-8.001.365,11 €	-60.023.780,41 €	-68.025.145,52 €



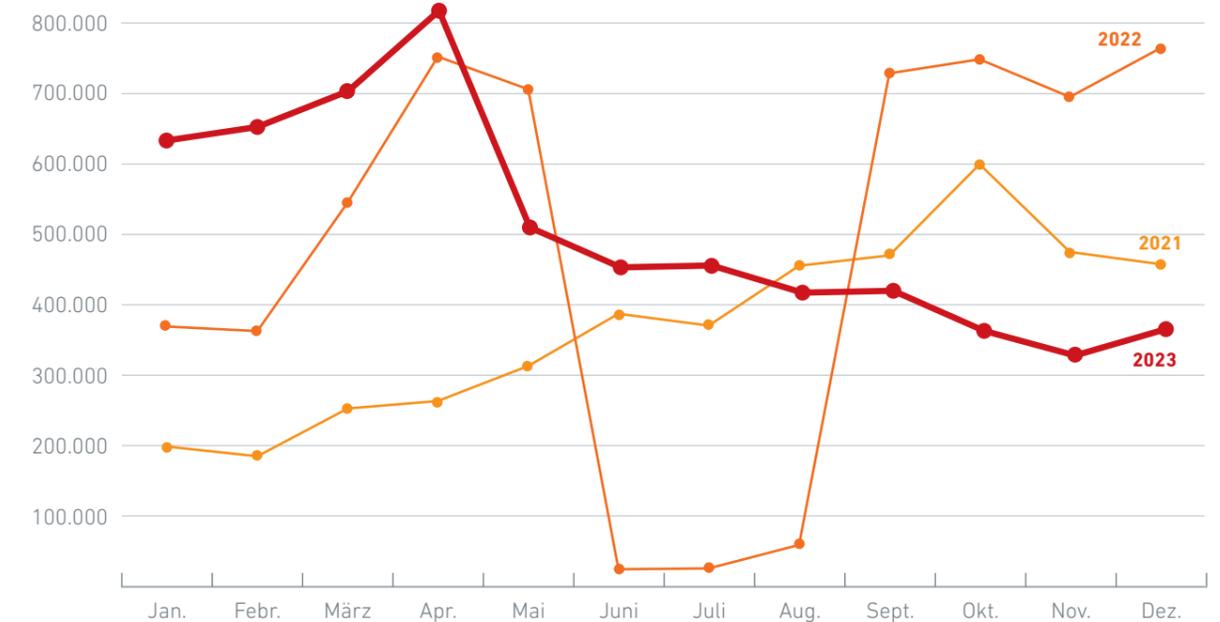
Entwicklung der Gelegenheitsfahrenden

von Januar bis Dezember im Jahresvergleich 2021 bis 2023

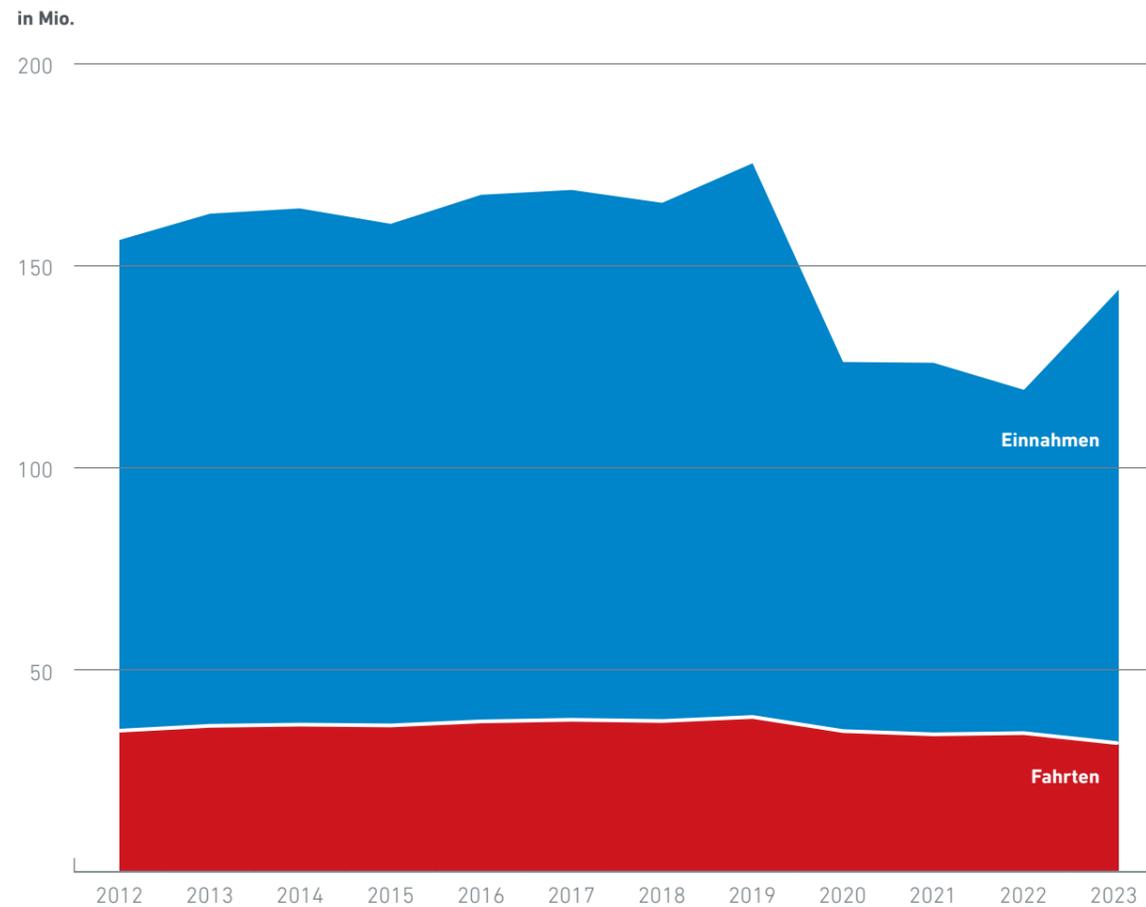
Einnahmen



Fahrten



Fahrten und Einnahmen



Preisfortschreibung 2023/24

Hintergründe zur Preis- anpassung im NRW-Tarif

Benjamin Noll, Hella Thau (KCM)

Aufgrund der enormen Kostensteigerungen für die Verkehrsunternehmen im Jahr 2022 und 2023 wurden die Tickets des NRW-Tarifs zum Jahreswechsel 2023/24 mit einer Preissteigerung von circa 9 % fortgeschrieben. Die Kostensteigerungen infolge des Ukraine-Konflikts und globaler Lieferengpässe betrafen insbesondere den Energiebereich und weitere Rohstoffe wie Metalle.

Neben den gestiegenen Kosten hat der ÖPNV gleichzeitig mit erlösmindernden Faktoren zu kämpfen. Nachdem bereits die Corona-Pandemie und die damit verbundenen Einschränkungen des öffentlichen Lebens und der Arbeitswelt zu einem drastischen Nachfragerückgang geführt hatten und damit die wirtschaftliche Lage der Verkehrsunternehmen belasteten, entzog die Einführung des Deutschlandtickets den Verkehrsunternehmen weitere Einnahmen. Dank des Rettungsschirms zum Ausgleich nicht gedeckter Ausgaben im öffentlichen Personennahverkehr, der im Zusammenhang mit dem Deutschlandticket aus Bundes- und Landesmitteln finanziert wird, konnten diese Belastungen aber vorerst ausgeglichen werden. Zwar erholen sich die Fahrgastzahlen seit dem Abklingen der Pandemie kontinuierlich, das Vorkrisenniveau ist jedoch noch nicht wieder erreicht.

Die Anpassung im NRW-Tarif in Höhe von 9 % erfolgte dabei einheitlich über alle Ticketsegmente hinweg. Hintergrund waren die Vorgaben der

Musterrichtlinie zum Schadensausgleich im Rahmen des Deutschlandtickets. Die Richtlinie schreibt eine einheitliche Preiserhöhung für alle Tickets vor, wobei nur vertrieblich notwendige Rundungen Abweichungen von der einheitlichen Preiserhöhung erlauben.

NRW-eTarif (eezy.nrw)

Auch der eezy-Tarif unterlag den Vorgaben der Musterrichtlinie zum Schadensausgleich. Entsprechend konnten keine tarifstrategischen Überlegungen in die Preisfortschreibung von eezy.nrw einfließen. Einzige Ausnahme in diesem Segment bildet der Monatsdeckel. Dieser wurde als Reaktion auf das Deutschlandticket eingeführt und ist an dessen Preis gekoppelt. Eine Preis-anpassung fand somit nicht statt. Die durch diesen Deckel entstehenden Mindererlöse werden vom Land NRW gefördert.

SemesterTicket

Die Preise für das SemesterTicket NRW waren bereits bis einschließlich Wintersemester 2024/25 genehmigt, wobei eine Anpassung von 4,04 % beschlossen wurde. Für das Sommersemester 2025 und das Wintersemester 2025/26 wird eine Preiserhöhung von 9,22 % entsprechend dem einheitlichen Fortschreibungsprozentsatz von circa 9 % vorgenommen.

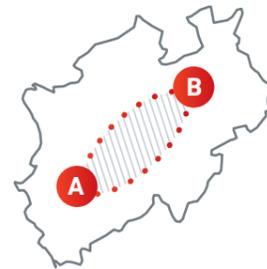
NRW-Tarif und NRWplus-Tarif

eezy.nrw (ab 01.01.2024)	2024	2023
Grundpreis		
Grundpreis Erw. 2. Klasse	1,74 €	1,60 €
Grundpreis Ki. 2. Klasse	0,87 €	0,80 €
Grundpreis Erw. 1. Klasse	2,61 €	2,40 €
Grundpreis Ki. 1. Klasse	1,31 €	1,20 €
24-Stunden-Preisdeckel		
Preisdeckel Erw. 2. Klasse	32,70 €	30,00 €
Preisdeckel Ki. 2. Klasse	16,35 €	15,00 €
Preisdeckel Erw. 1. Klasse	49,05 €	45,00 €
Preisdeckel Ki. 1. Klasse	24,53 €	22,50 €
Monatspreisdeckel (Kalendermonat)		
Preisdeckel Erw. 2. Klasse	49,00 €	49,00 €
Preisdeckel Ki. 2. Klasse	49,00 €	49,00 €
Pauschale Angebote		
Fahrradzubuchung (Preisdeckel Fahrrad)	5,55 €	5,10 €

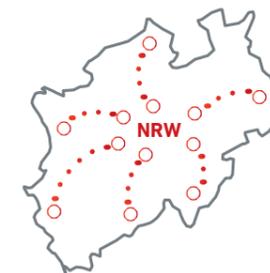


Mit eezy.nrw fahren Fahrgäste NRW-weit per App. Abgerechnet werden lediglich ein Grundpreis und die Luftlinienstrecke zwischen Start und Endpunkt.

RelationspreisTickets (plus-Beträge) (ab 10.12.2023)	2024	2023
Für eine Fahrt		
SchöneReiseTicket NRW Einzelfahrt Erw.	2,20 €	2,00 €
SchöneReiseTicket NRW Einzelfahrt Erw. BC 25	1,65 €	1,50 €
SchöneReiseTicket NRW Einzelfahrt Erw. BC 50	1,10 €	1,00 €
SchöneReiseTicket NRW Einzelfahrt Ki.	1,10 €	1,00 €
SchöneReiseTicket NRW Einzelfahrt Ki. BC 25	0,80 €	0,75 €
SchöneReiseTicket NRW Einzelfahrt Ki. BC 50	0,55 €	0,50 €
SchöneReiseTicket NRW Gruppe Einzelfahrt Erw.	1,10 €	1,00 €
SchöneReiseTicket NRW Gruppe Einzelfahrt Ki.	0,55 €	0,50 €
Für Hin- und Rückfahrt		
SchöneReiseTicket NRW Hin&Rück Erw.	4,40 €	4,00 €
SchöneReiseTicket NRW Hin&Rück Erw. BC 25	3,30 €	3,00 €
SchöneReiseTicket NRW Hin&Rück Erw. BC 50	2,20 €	2,00 €
SchöneReiseTicket NRW Hin&Rück Ki.	2,20 €	2,00 €
SchöneReiseTicket NRW Hin&Rück Ki. BC 25	1,60 €	1,50 €
SchöneReiseTicket NRW Hin&Rück Ki. BC 50	1,10 €	1,00 €
SchöneReiseTicket NRW Gruppe Hin&Rück Erw.	2,20 €	2,00 €
SchöneReiseTicket NRW Gruppe Hin&Rück Ki.	1,10 €	1,00 €
Für eine Kalenderwoche		
SchöneWocheTicket NRW	7,75 €	7,10 €
Für einen Kalendermonat		
SchönerMonatTicket NRW	27,25 €	25,00 €
SchönerMonatTicket NRW Schüler	20,40 €	18,80 €
Im Abonnement		
SchönerMonatTicket NRW Abo	22,75 €	20,90 €
SchönerMonatTicket NRW Schüler Abo	17,07 €	15,70 €



RelationspreisTickets gelten zwischen Start und Ziel in einem festen Geltungsbereich. Im Geltungsbereich sind alle Reisewege zugelassen und Fahrgäste haben freie Verkehrsmittelwahl.



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



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

PauschalpreisTickets (ab 01.01.2024)	2024	2023
Für eine Fahrt		
SchöneFahrtTicket NRW Erw.	23,40 €	21,50 €
SchöneFahrtTicket NRW Ki.	11,70 €	10,80 €
EinfachWeiterTicket NRW Erw. 2. Klasse	7,80 €	7,20 €
EinfachWeiterTicket NRW Ki. 2. Klasse	3,90 €	3,60 €
EinfachWeiterTicket NRW Erw. 1. Klasse	11,70 €	10,80 €
EinfachWeiterTicket NRW Ki. 1. Klasse	5,90 €	5,40 €
Für einen Tag		
SchönerTagTicket NRW Single	34,80 €	31,90 €
SchönerTagTicket NRW 5 Personen	52,20 €	47,90 €
FahrradTagesTicket NRW	5,55 €	5,10 €
Für ein Jahr		
SchönesJahrTicket NRW 2. Klasse (Vorkasse)	3.280,90 €	3.010,00 €
darin plus-Aufpreis	623,37 €	571,90 €
SchönesJahrTicket NRW 1. Klasse (Vorkasse)	4.609,66 €	4.229,05 €
darin plus-Aufpreis	623,37 €	571,90 €
SchönesJahrTicket NRW Abo 2. Klasse (monatlich)	3.444,95 €	3.160,50 €
darin plus-Aufpreis	287,08 €	263,38 €
SchönesJahrTicket NRW Abo 1. Klasse (monatlich)	4.840,15 €	4.440,50 €
darin plus-Aufpreis	403,35 €	370,04 €
Schöne60Ticket NRW Abo 2. Klasse (monatlich)	171,10 €	156,97 €
Schöne60Ticket NRW Abo 1. Klasse (monatlich)	240,39 €	220,54 €
JobTicket NRW Abo 2. Klasse (monatlich)	258,37 €	237,04 €
JobTicket NRW Abo 1. Klasse (monatlich)	363,01 €	333,04 €
NRWupgradeAzubi (monatlich)	21,00 €	20,00 €
NRWupgradeFahrrad (monatlich)	42,50 €	39,00 €
NRWupgrade1. Klasse (monatlich)	75,20 €	69,00 €
Für einen Ferienzeitraum		
SchöneFerienTicket NRW Ostern/Herbst/Winter	34,90 €	32,00 €
SchöneFerienTicket NRW Sommer	69,80 €	64,00 €

TeilnehmerTicket NRW (ab 01.01.2024)	2024	2023
Teilnehmerzahl von 100 bis 500 Personen (RS 1)	19,33 €	17,75 €
Teilnehmerzahl von über 500 Personen (RS 2)	14,91 €	13,70 €

SemesterTicket NRW	SS 25 WS 25/26	SS 24 WS 24/25
Für Binnenabschlüsse		
Aufpreis pro Semester	67,50 €	61,80 €
Für Standorte außerhalb von Deutschland		
Aufpreis pro Semester	81,00 €	74,20 €

NRWplus-Tarif (ab 10.12.2023)	2024	2023
NRWplus Einzelfahrt Erw.	3,70 €	3,40 €
NRWplus Einzelfahrt Ki.	1,85 €	1,70 €
NRWplus Hin&Rück Erw.	7,40 €	6,80 €
NRWplus Hin&Rück Ki.	3,70 €	3,40 €
NRWplus Monat ICE	78,50 €	72,00 €
NRWplus Monat ICE Abo	65,40 €	60,00 €

NRW-Ticket

PauschalpreisTickets												NRW-Tarif			
Ticketsortiment	Einnahmen		Fahrten				Ticketabsatz				Veränderung				
	2023	2022	Veränderung		Veränderung		Veränderung		Veränderung		Veränderung				
			Anteil	absolut	2023	2022	Anteil	absolut	2023	2022	Anteil	absolut			
SchöneFahrtTicket NRW	9.857.364 €	8.019.046 €	22,9 %	1.838.318 €	468.305	393.337	19,1 %	74.968	468.305	393.337	19,1 %	74.968			
SchönerTagTicket NRW ¹⁾	32.155.799 €	24.365.828 €	32,0 %	7.789.971 €	3.609.159	2.821.230	27,9 %	787.929	811.980	656.048	23,8 %	155.932			
EinfachWeiterTicket NRW	7.230.015 €	8.335.357 €	-13,3 %	-1.105.343 €	1.033.176	1.237.658	-16,5 %	-204.482	1.033.176	1.237.658	-16,5 %	-204.482			
FahrradTagesTicket NRW	820.173 €	878.762 €	-6,7 %	-58.589 €	-	-	-	-	160.863	183.102	-12,1 %	-22.239			
Bartarif gesamt	50.063.351 €	41.598.994 €	20,3 %	8.464.357 €	5.110.640	4.452.225	14,8 %	658.415	2.474.324	2.470.145	0,2 %	4.179			
SchönesJahrTicket NRW	37.339 €	140.816 €	-73,5 %	-103.477 €	9.960	43.160	-76,9 %	-33.200	12	52	-76,9 %	-40			
SchönesJahrTicket NRW Abo	847.211 €	1.601.377 €	-47,1 %	-754.167 €	221.900	541.870	-59,0 %	-319.970	3.170	7.741	-59,0 %	-4.571			
NRWupgrade1.Klasse	329.797 €	-	-	-	-	-	-	-	4.779	-	-	-			
NRWupgradeFahrrad	158.053 €	-	-	-	-	-	-	-	4.055	-	-	-			
Zeitkarten für Jedermann	1.372.400 €	1.742.193 €	-21,2 %	-369.793 €	231.860	585.030	-60,4 %	-353.170	12.016	7.793	54,2 %	4.223			
SchöneFerienTicket NRW	222.688 €	157.693 €	41,2 %	64.995 €	181.875	131.744	38,1 %	50.131	5.433	5.265	3,2 %	168			
NRWupgradeAzubi Abo	1.627.027 €	3.157.652 €	-48,5 %	-1.530.625 €	1.123.601	2.184.680	-48,6 %	-1.061.079	81.420	158.310	-48,6 %	-76.890			
Zeitkarten für Schüler/Azubi	1.849.715 €	3.315.345 €	-44,2 %	-1.465.630 €	1.305.476	2.316.424	-43,6 %	-1.010.949	86.853	163.575	-46,9 %	-76.722			
Schöne60Ticket NRW Abo	489.906 €	934.600 €	-47,6 %	-444.694 €	203.070	519.610	-60,9 %	-316.540	2.901	7.423	-60,9 %	-4.522			
Zeitkarten für Senioren	489.906 €	934.600 €	-47,6 %	-444.694 €	203.070	519.610	-60,9 %	-316.540	2.901	7.423	-60,9 %	-4.522			
Zeitkarten gesamt	3.712.021 €	5.992.139 €	-38,1 %	-2.280.117 €	1.740.406	3.421.064	-49,1 %	-1.680.659	101.770	178.791	-43,1 %	-77.021			
PauschalpreisTickets gesamt	53.775.372 €	47.591.132 €	13,0 %	6.184.240 €	6.851.045	7.873.289	-13,0 %	-1.022.244	2.576.094	2.648.936	-2,7 %	-72.842			

nach Ticketsegment												
Ticketsegment	Einnahmen		Fahrten				Ticketabsatz				Veränderung	
	2023	2022	Veränderung		Veränderung		Veränderung		Veränderung		Veränderung	
			Anteil	absolut	2023	2022	Anteil	absolut	2023	2022	Anteil	absolut
Bartarif gesamt	50.063.351 €	41.598.994 €	20,3 %	8.464.357 €	5.110.640	4.452.225	14,8 %	658.415	2.474.324	2.470.145	0,2 %	4.179
Zeitkarten für Jedermann	1.372.400 €	1.742.193 €	-21,2 %	-369.793 €	231.860	585.030	-60,4 %	-353.170	12.016	7.793	54,2 %	4.223
Zeitkarten für Schüler/Azubi	1.849.715 €	3.315.345 €	-44,2 %	-1.465.630 €	1.305.476	2.316.424	-43,6 %	-1.010.949	86.853	163.575	-46,9 %	-76.722
Zeitkarten für Senioren	489.906 €	934.600 €	-47,6 %	-444.694 €	203.070	519.610	-60,9 %	-316.540	2.901	7.423	-60,9 %	-4.522
PauschalpreisTickets gesamt	53.775.372 €	47.591.132 €	13,0 %	6.184.240 €	6.851.045	7.873.289	-13,0 %	-1.022.244	2.576.094	2.648.936	-2,7 %	-72.842

1) inklusive 2 Euro Zuschlag für personenbedienten Verkauf

RelationspreisTickets												NRW-Tarif			
Ticketsortiment	Einnahmen		Fahrten				Ticketabsatz				Veränderung				
	2023	2022	Veränderung		Veränderung		Veränderung		Veränderung		Veränderung				
			Anteil	absolut	2023	2022	Anteil	absolut	2023	2022	Anteil	absolut			
SchöneReiseTicket NRW	18.835.760 €	17.120.506 €	10,0 %	1.715.254 €	871.558	864.535	0,8 %	7.023	822.141	839.450	-2,1 %	-17.309			
Bartarif gesamt	18.835.760 €	17.120.506 €	10,0 %	1.715.254 €	871.558	864.535	0,8 %	7.023	822.141	839.450	-2,1 %	-17.309			
SchöneWocheTicket NRW	125.563 €	227.528 €	-44,8 %	-101.965 €	13.745	25.883	-46,9 %	-12.138	1.309	2.465	-46,9 %	-1.156			
SchönerMonatTicket NRW	391.740 €	915.433 €	-57,2 %	-523.693 €	60.724	149.319	-59,3 %	-88.595	1.292	3.177	-59,3 %	-1.885			
SchönerMonatTicket NRW Abo	231.877 €	593.071 €	-60,9 %	-361.194 €	35.483	95.386	-62,8 %	-59.903	959	2.578	-62,8 %	-1.619			
Zeitkarten für Jedermann	749.181 €	1.736.033 €	-56,8 %	-986.852 €	109.952	270.588	-59,4 %	-160.636	3.560	8.220	-56,7 %	-4.660			
SchönerMonatTicket NRW Schüler	16.821 €	33.495 €	-49,8 %	-16.674 €	3.105	6.615	-53,1 %	-3.510	69	147	-53,1 %	-78			
SchönerMonatTicket NRW Schüler Abo	5.659 €	12.776 €	-55,7 %	-7.117 €	1.097	2.655	-58,7 %	-1.558	31	75	-58,7 %	-44			
Zeitkarten für Schüler/Azubi	22.481 €	46.271 €	-51,4 %	-23.790 €	4.202	9.270	-54,7 %	-5.068	100	222	-55,0 %	-122			
Zeitkarten gesamt	771.661 €	1.782.303 €	-56,7 %	-1.010.642 €	114.154	279.858	-59,2 %	-165.704	3.660	8.442	-56,6 %	-4.782			
RelationspreisTickets gesamt	19.607.421 €	18.902.810 €	3,7 %	704.612 €	985.712	1.144.393	-13,9 %	-158.681	825.801	847.892	-2,6 %	-22.091			

nach Ticketsegment												
Ticketsegment	Einnahmen		Fahrten				Ticketabsatz				Veränderung	
	2023	2022	Veränderung		Veränderung		Veränderung		Veränderung		Veränderung	
			Anteil	absolut	2023	2022	Anteil	absolut	2023	2022	Anteil	absolut
Bartarif gesamt	18.835.760 €	17.120.506 €	10,0 %	1.715.254 €	871.558	864.535	0,8 %	7.023	822.141	839.450	-2,1 %	-17.309
Zeitkarten für Jedermann	749.181 €	1.736.033 €	-56,8 %	-986.852 €	109.952	270.588	-59,4 %	-160.636	3.560	8.220	-56,7 %	-4.660
Zeitkarten für Schüler/Azubi	22.481 €	46.271 €	-51,4 %	-23.790 €	4.202	9.270	-54,7 %	-5.068	100	222	-55,0 %	-122
RelationspreisTickets gesamt	19.607.421 €	18.902.810 €	3,7 %	704.612 €	985.712	1.144.393	-13,9 %	-158.681	825.801	847.892	-2,6 %	-22.091

SemesterTicket NRW												NRW-Tarif			
Ticketsortiment	Einnahmen		Fahrten				Ticketabsatz				Veränderung				
	2023 ²⁾	2022 ³⁾	Veränderung		Veränderung		Veränderung		Veränderung		Veränderung				
			Anteil	absolut	2023 ²⁾	2022 ³⁾	Anteil	absolut	2023 ²⁾	2022 ³⁾	Anteil	absolut			
SemesterTicket NRW gesamt	69.766.310 €	52.752.367 €	32,3 %	17.013.943 €	24.664.857	25.232.004	-2,2 %	-567.147	1.174.517	1.201.524	-2,2 %	-27.007			

2) Sommer 2023 und Winter 2023/24

3) Sommer 2022 und Winter 2022/23

eTarif NRW												NRW-Tarif			
Ticketsortiment	Einnahmen		Fahrten				Ticketabsatz				Veränderung				
	2023	2022	Veränderung		Veränderung		Veränderung		Veränderung		Veränderung				
			Anteil	absolut	2023	2022	Anteil	absolut	2023	2022	Anteil	absolut			
eTarif NRW gesamt	1.353.603 €	610.146 €	121,8 %	743.457 €	141.954	65.273	117,5 %	76.681	141.966	65.278	117,5 %	76.688			

NRW-Tarif gesamt nach Sortimentsgruppen												NRW-Tarif			
Sortimentsgruppen	Einnahmen		Fahrten				Ticketabsatz				Veränderung				
	2023	2022	Veränderung		Veränderung		Veränderung		Veränderung		Veränderung				
			Anteil	absolut	2023	2022	Anteil	absolut	2023	2022	Anteil	absolut			
RelationspreisTickets	19.607.421 €	18.902.810 €	3,7 %	704.612 €	985.712	1.144.393	-13,9 %	-158.681	825.801	847.892	-2,6 %	-22.091			
PauschalpreisTickets	53.775.372 €	47.591.132 €	13,0 %	6.184.240 €	6.851.045	7.873.289	-13,0 %	-1.022.244	2.576.094	2.648.936	-2,7 %	-72.842			
SemesterTicket NRW	69.766.310 €	52.752.367 €	32,3 %	17.013.943 €	24.664.857	25.232.004	-2,2 %	-567.147	1.174.517	1.201.524	-2,2 %	-27.007			
eTarif NRW	1.353.603 €	610.146 €	121,8 %	743.457 €	141.954	65.273	117,5 %	76.681	141.966	65.278	117,5 %	76.688			
NRW-Tarif gesamt	144.502.706 €	119.856.455 €	20,6 %	24.646.251 €	32.643.568	34.314.958	-4,9 %	-1.671.391	4.718.378	4.763.630	-0,9 %	-45.252			

nach Ticketsegment												
Ticketsegment	Einnahmen		Fahrten				Ticketabsatz				Veränderung	
	2023	2022	Veränderung		Veränderung		Veränderung		Veränderung		Veränderung	
			Anteil	absolut	2023	2022	Anteil	absolut	2023	2022	Anteil	absolut
Bartarif gesamt	70.252.714 €	59.329.646 €	18,4 %	10.923.068 €	6.124.151	5.382.033	13,8 %	742.119	3.438.430	3.374.873	1,9 %	63.558
Zeitkarten für Jedermann	2.121.581 €	3.478.226 €	-39,0 %	-1.356.645 €	341.812	855.618	-60,1 %	-513.806	15.576	16.013		



Das KCM und seine Partner*innen im NRW- Nahverkehr

*Nur zusammen mit unseren
Partner*innen können wir die
Aufgaben der Zukunft anpacken.
Denn gemeinsam sind wir stark.*

KCM-Veranstaltung

Zukunftswerkstatt des Kompetenzcenters Marketing NRW oder Veranstaltung mal anders

Inge Bartels (KCM)

Die Nahverkehrsbranche lebt vom Wachstum und damit entstehen neue Angebote, Apps, Initiativen und Ideen, die uns Schritt für Schritt einer klimafreundlichen Mobilität näherbringen sollen. Aber wie sieht das eigentlich der Fahrgast?

Bei der Veranstaltung des KCM „Zukunftswerkstatt NRW“, die am 04.07.2024 in der Eventlocation Fourty Four mit Blick auf die Düsseldorfer Skyline stattfand, haben wir uns dem Thema gewidmet. Es ging um die verschiedenen Markenwelten der Mobilität in NRW. Wir wollten gemeinsam mit den Akteur*innen die Frage stellen, wo die Reise der bunten Markenwelt im SPNV NRW noch hingehen kann.

Die Begrüßung der mehr als 80 Teilnehmer*innen fand per Videobotschaft durch Michael Vogel, Geschäftsführer von go.Rheinland und VRS GmbH, statt und wurde durch Udo Sieverding vom Ministerium für Umwelt, Naturschutz und Verkehr sowie Eduard Rollmann, Leiter des KCM komplettiert.

Als Keynote Speaker konnten wir Christoph Bornschein, President of Digital Strategy bei Omnicom, Gründer der ersten deutschen Social-Media-Agentur TLGG, Kolumnist beim Handelsblatt und vieles mehr, gewinnen. Christoph Bornschein thematisierte in seiner Keynote unter anderem, wie die Digitalisierung das „Autoland NRW“ in ein „Nahverkehrsland NRW“ transformieren und wie uns dabei ein anderer Blick auf unsere Markenwelten helfen kann.

Seine Gedanken zur Zukunft des Nahverkehrs wurden in der anschließenden Talkrunde mit Udo Sieverding, Dr. Martell Beck, Leiter Konzernmarketing der DB, Anja Höhn, Bereichsleiterin Absatz der KVB, Eduard Rollmann und Christoph Bornschein selbst verdichtet.

Nachmittags gingen wir konkret in die Umsetzung, da war aktive Mitarbeit gefordert: Unsere beiden Workshops befassten sich mit den Themen „Markenwelt der Zukunft: Lovebrand oder low impact?“.



Birgit Strecker, Abteilungsleiterin VRS Marketing und Kommunikation und Leiterin der Kommunikation des KCM, sowie Christoph Gorr, Kreativeabteilung von CP COMPARTNER, haben uns in die KI-Welt eingeführt und mit uns gemeinsam eine neue Marke für den ÖSPV entworfen. Durch den Workshop „Nachhaltigkeit und Marken: Viel Haltung, wenig Handlung?“ führte uns Judith Barbolini, Mitglied der Geschäftsleitung des Rheingold Instituts. Sie stellte in ihrem Impulsvortrag eine im Rahmen von Fokus Klima erarbeitete Studie vor, in der untersucht wurde, wie sich die Nutzung des SPNV unter Klimagesichtspunkten erhöhen lässt. Im Anschluss entwickelten die Teilnehmenden eigene Ideen, wie das Thema Nachhaltigkeit und Klimaschutz stärker in die Kommunikation der Branche eingewoben werden kann. Interessant war unter anderem, dass in beiden Gruppen ein spielerischer Ansatz, der Gamification als Hebel für die Kommunikation nutzt, empfohlen wurde.

Aus den Ideen, die wir in den beiden Sessions entwickelt hatten, haben wir dann im Wrap-up die Ergebnisse der Sessions zusammengetragen und diskutiert. Einig waren sich die Teilnehmenden, dass KI noch längst nicht auf dem Niveau ist, bei komplexeren Fragestellungen brauchbare Ergebnisse zu liefern (z. B. Markenentwicklung). Genauso einig waren sie sich allerdings, dass KI bereits jetzt schon einfache Routineaufgaben übernehmen kann (z. B. bei der Beantwortung von Userfragen). Natürlich gab es den ganzen Tag über auch Zeit zum Netzwerken mit dem fantastischen Ausblick auf die Skyline von Düsseldorf und vielen guten Gesprächen.

Organigramm und Funktionsbeschreibung 2023

Kompetenzcenter Marketing NRW

Im Auftrag des Ministeriums für Umwelt, Naturschutz und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen unter Minister Oliver Krischer nimmt das KCM in Abstimmung mit sämtlichen Akteur*innen der Mobilitätsbranche, insbesondere den Zweckverbänden, Verkehrsverbänden und -unternehmen sowie Tarifgemeinschaften in Landesarbeitskreisen und -gruppen, Aufgaben zu NRW-weiten Mobilitätsthemen in den Bereichen Tarif, Vertrieb, Recht, Einnahmenaufteilung, Marktforschung und Kommunikation wahr.

Leitung KCM

Leitung KCM

Eduard Rollmann
0221 2 08 08-723
eduard.rollmann@vrs.de



Stellvertretende Leitung KCM

Danijel Andrić
0221 2 08 08-25
danijel.andric@vrs.de



Stellvertretende Leitung KCM

Birgit Strecker
0221 2 08 08-720
birgit.strecker@vrs.de



Tarif/Gremien/Recht

Fachgruppenleitung Tarif/Vertrieb

Benjamin Noll
0221 2 08 08-37
benjamin.noll@vrs.de



Katrin Kunkel
0221 2 08 08-657
katrin.kunkel@vrs.de



Lukas Böhm
0221 2 08 08-376
lukas.boehm@vrs.de



Hella Thau
0228 2 08 08-719
hella.thau@vrs.de



Florian Kitschen
0221 2 08 08-380
florian.kitschen@vrs.de



Marc Nioduschewski
0221 2 08 08-70
marc.nioduschewski@vrs.de



- Produktverantwortung für den NRW-Tarif, insbesondere die proaktive und strategische Weiterentwicklung des NRW-Tarifs
- Vereinheitlichung der NRW-Tariflandschaft
- Koordinierung landesweiter Themen

- Begleitung von Marktforschungsstudien
- Projektmanagement, Workshops, Arbeitskreise für landesweite Mobilitätsthemen

Marktforschung

Holger Lorenz
0221 2 08 08-43
holger.lorenz@vrs.de



Monika Schreiber
0221 2 08 08-751
monika.schreiber@vrs.de



Presse/Öffentlichkeit

Holger Klein
0221 2 08 08-47
holger.klein@vrs.de



Vertrieb

Lars Kierspe
0221 2 08 08-373
lars.kierspe@vrs.de



Marius Meyer
0221 2 08 08-35
marius.meyer@vrs.de



- Vertriebliche Umsetzung des NRW-Tarifs sowie strategische Weiterentwicklung der Vertriebslandschaft in NRW
- Betrieb, Pflege und Bereitstellung von Tarif-, Fahrplan- und Auskunftsdaten für die elektronischen Vertriebs- und Tarifauskunftssysteme

- Elektronische Umsetzung der Vertriebs- und Kontrollsysteme
- Verantwortung der Maßnahmen zur Digitalisierungsoffensive
- Vorantreiben landesweit einheitlicher, verbundüberschreitender elektronischer Tarife sowie der vertrieblichen (Prüf-)Prozesse

Einnahmenaufteilung/Vertragscontrolling

Viacheslav Tikkoev
0221 2 08 08-662
viacheslav.tikkoev@vrs.de



Stephanie Jähmig
0221 2 08 08-38
stephanie.jaehmig@vrs.de



Claudia Fuchs
0221 2 08 08-654
claudia.fuchs@vrs.de



- Clearing-Stelle für die Einnahmen aus dem NRW-Tarif
- Ausgestaltung, Abstimmung und Fortschreibung vertraglicher Vereinbarungen für die Einnahmenaufteilung
- Vertragsmanagement für über 100 Vertragshochschulen mit SemesterTicket NRW

- Operative Durchführung der Abrechnungen inklusive Berichten, Prognosen und Analysen
- Konzeption und Durchführung von Ausschreibungen von Rahmenverträgen für Beratungsleistungen

Kommunikation

Inge Bartels
0221 2 08 08-374
inge.bartels@vrs.de



Mathias von Kutzleben
0221 2 08 08-729
mathias.vonkutzleben@vrs.de



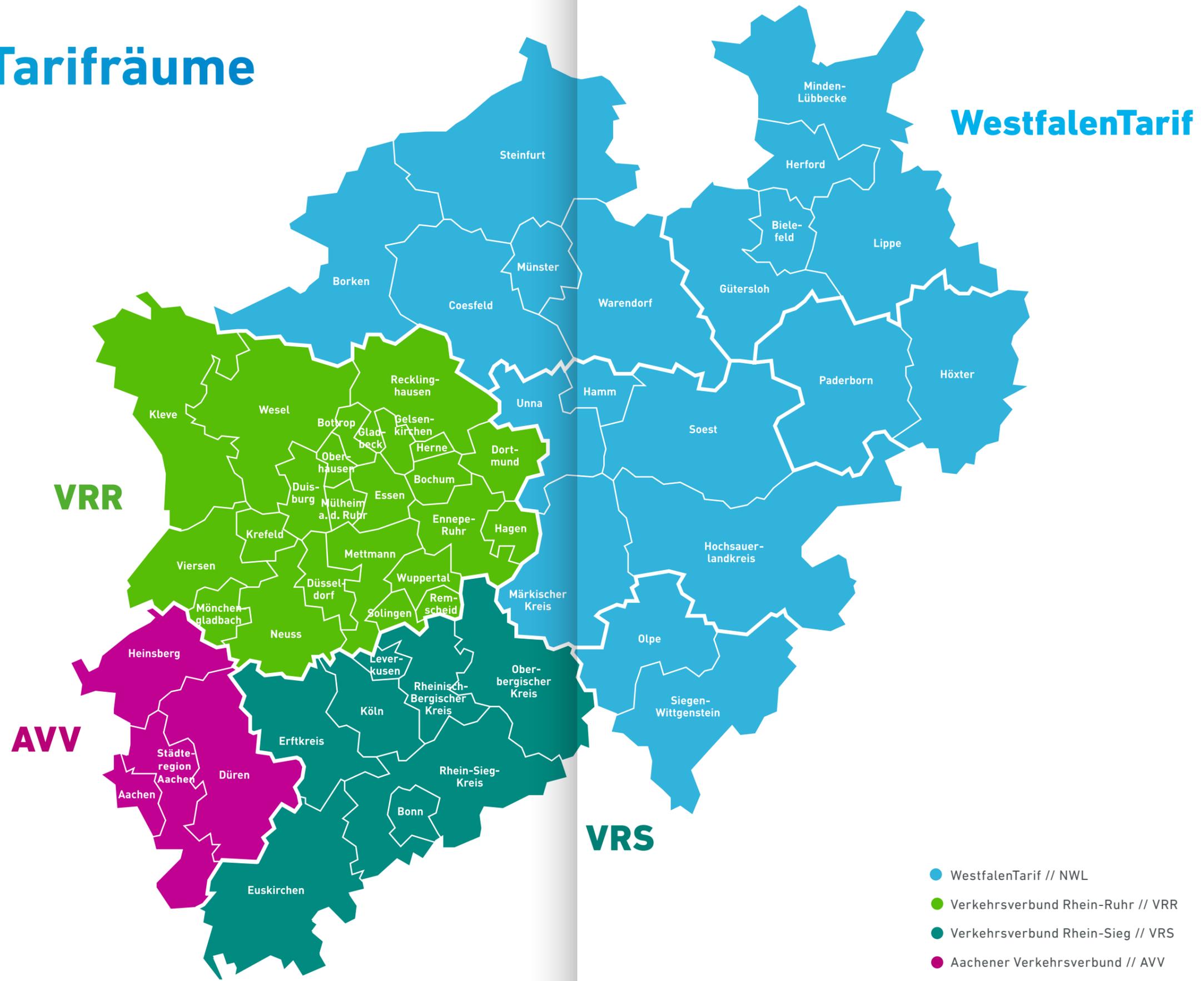
Mathias Volk
0221 20808 -23
mathias.volk@vrs.de



- Konzeption und Koordinierung von landesweiten Marketingmaßnahmen und Kampagnen
- Durchführung von Messen und Veranstaltungen in NRW
- Konzeption, Abstimmung und Durchführung von Vergaben an Agenturen und IT-Dienstleister
- Entwicklung einer ganzheitlichen Kommunikationsstrategie für die Marke mobil.nrw

- Betreuung des Portals mobil.nrw und Koordinierung der elektronischen Tarif-/Fahrplanauskunft und -beratung
- Entwicklung von zielgruppengerechten Maßnahmen für digitale Kanäle

NRW-Tarifräume



- WestfalenTarif // NWL
- Verkehrsverbund Rhein-Ruhr // VRR
- Verkehrsverbund Rhein-Sieg // VRS
- Aachener Verkehrsverbund // AVV

Partner*innen im NRW-Nahverkehr



Ministerium für Umwelt, Naturschutz und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen

Emilie-Preyer-Platz 1
40479 Düsseldorf
www.vm.nrw.de



Verkehrsverbund Rhein-Ruhr

Augustastr. 1
45879 Gelsenkirchen
www.vrr.de



Kompetenzcenter Marketing NRW/ Verkehrsverbund Rhein-Sieg

Deutzer Allee 4
50679 Köln
www.kcm-nrw.de



Verkehrsverbund Rhein-Sieg

Deutzer Allee 4
50679 Köln
www.vrs.de



go.Rheinland

Deutzer Allee 4
50679 Köln
www.gorheinland.com



Aachener Verkehrsverbund

Neuköllner Straße 1
52068 Aachen
www.avv.de



Nahverkehr Westfalen-Lippe

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



Tarifgemeinschaft Münsterland Ruhr-Lippe

Schorlemerstraße 12-14
48143 Münster
www.westfalentarif.de



WestfalenTarif

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



OWL Verkehr

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



Verbundgesellschaft Paderborn/Höxter

Rolandsweg 80
33102 Paderborn
www.vph.de



Verkehrsgemeinschaft Westfalen-Süd

Spandauer Straße 36
57072 Siegen
www.vgws.de



Impressum

Herausgeber

Verkehrsverbund Rhein-Sieg GmbH
Kompetenzcenter Marketing NRW
Deutzer Allee 4, 50679 Köln · Telefon: 0221 20808-0
kcm-nrw@vrs.de · www.kcm-nrw.de · www.mobil.nrw

Verantwortlich für den Inhalt

Kompetenzcenter Marketing NRW
Aussagen der Autor*innen müssen nicht die Meinung der Redaktion widerspiegeln.

Konzeption und Redaktion

Kompetenzcenter Marketing NRW

Fotos

KCM/Smilla Dankert (Titel, S. 2 Mitte, 3 Mitte, 3 unten, 14, 16, 17, 20, 24, 34, 37, 52, 62, 64, 66 alle Teamfotos außer Marius Meyer, 71) · Aja Koska/gettyimages (S. 2 unten, 32) · Uwe Umstätter/gettyimages (S. 2 oben, 6) · Ivan Gener/Westend61/gettyimages (S. 3 oben, 46) · MUNV/Mark Hermenau (S. 5) · Luis Alvarez/gettyimages (S. 22, 51 unten) · Claudia Strahl/Tourismus NRW e. V. (S. 28) · Volker Wente privat (S. 33) · izusek/gettyimages (S. 35) · Michelle Schönbein (S. 36) · Frank Herrmann/gettyimages (S. 36 unten) · APChanel/AdobeStock (S. 38) · YesPhotographers/AdobeStock (S. 40) · andreswd/gettyimages (S. 41) · Jan Tepass/AdobeStock (S. 42) · Maskot/gettyimages (S. 43) · wetzka/AdobeStock (S. 47) · Oscar Wong/gettyimages (S. 48) · Gary Burchell/gettyimages (S. 51 oben) · Marius Meyer privat (S. 65) · Alle weiteren Abbildungen KCM

Für die Inhalte von Webseiten Dritter übernehmen wir keine Haftung.

