



Kompetenzzentrum
Marketing NRW

Wir arbeiten für mobil.nrw



HAUPTBAHNHOF

24 / 25

TarifReport NRW

KCM.Update

Einleitung

Grußwort 4



Tarif und Vertrieb

Über 10 Millionen eezy-Fahrten! 7
 Umfassender Sortimentsumbau für mehr
 Effizienz und Nutzer*innenfreundlichkeit 10
 Ein On-Demand-Tarif für NRW 13
 Aktuelle Studie belegt: eezy steigt
 deutlich in der Bekanntheit 18

mobil.nrw

Der Freizeit-Dauerbrenner
 geht in die Saison 2025 23
 Dank Update up to date 25
 Mobilität der Zukunft: Deutschlandticket
 und eezy.nrw 27



Deutschlandticket

Das Deutschlandticket – zwischen Euphorie
 und Katerstimmung 29
 Deutschlandticket Job – eine Erfolgskampagne 31
 Deutschlandticket: So funktioniert
 die Einnahmenaufteilung 33
 Die digitale Nutzungsdatenerfassung
 für das Deutschlandticket 36



Branchennews

Neue Kampagne für die Bahnen in NRW:
 „Jetzt bist du am Zug!“ 39
 Jetzt ist der Moment, starke Signale zu setzen 41
 Die ÖPNV-Digitalisierungsinitiative NRW:
 Schrittmacher der digitalen Mobilität 44
 Sonderauswertung des
 NRW-Kundenbarometers 2024 48

Zahlen und Entwicklungen

Ein Blick aufs Zahlenwerk
 und dessen Hintergründe 55
 Fahrten und Einnahmen 58
 Hintergründe zur Preisanpassung im NRW-Tarif 59
 NRW-Tarif und NRWplus-Tarif 60
 NRW-Ticket 62
 Performance des eezy-Tarifs im ÖPNV NRW 64



KCM

Ihr seid der Hit – der Bürgerbustag 2025 72
 Ein starker Auftritt für die Zukunft der Mobilität 74
 UITP: Das globale Event für den
 öffentlichen Nahverkehr 76
 Kompetenzzentrum Marketing NRW 78
 NRW-Tarifräume 80
 Partner*innen im NRW-Nahverkehr 82

Grußwort

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

eezy.nrw steht für einen einfachen, digitalen Zugang zum Nahverkehr in Nordrhein-Westfalen. Mit dem neuen landesweiten Fahrtendeckel ab Januar 2026 wird das Angebot noch attraktiver: Fahrgäste erhalten automatisch immer den günstigsten Preis – immer wieder neu für jede Fahrt, egal wie weit sie fahren. Das ist moderner Nahverkehr, der sich an den Bedürfnissen der Menschen orientiert: fair, unkompliziert und transparent.

Diese Entwicklung ist Teil einer großen gemeinsamen Aufgabe: den Tarifsdschungel zu lichten. Wer heute Bus und Bahn fahren will, braucht einfache, verständliche Angebote statt unübersichtlicher Tarifvielfalt. Darum arbeiten die Verkehrsverbände in NRW daran, ihre Ticketsortimente zu verschlanken und aufeinander abzustimmen. Ziel ist eine übersichtliche und praktische Ticket-Landschaft, die in ganz NRW funktioniert – ohne Grenzen zwischen den Verbänden.



Auch im Vertrieb verändern sich die Erwartungen. Immer mehr Kundinnen und Kunden wollen ihre Tickets digital mit dem Smartphone kaufen. Das bedeutet: Wir müssen digitale Angebote weiter ausbauen und gleichzeitig veraltete, aufwändige Strukturen abbauen. Bargeldverkauf im Fahrzeug, unnötig viele Automaten oder unübersichtliche Preislisten passen nicht mehr zu einem modernen ÖPNV. Weniger Komplexität spart Kosten, reduziert Verspätungen und entlastet das Personal.

Damit das gelingt, braucht es Zusammenarbeit: zwischen Verkehrsunternehmen, Verbänden und dem Land. Gemeinsame digitale Lösungen, einheitliche Standards und starke Marken machen den Nahverkehr für alle einfacher. Dazu gehört auch der Mut, Bestehendes zu vereinfachen und loszulassen, wo es sinnvoll ist.



Ein Beispiel für gute Zusammenarbeit ist eezy.nrw. Seit dem Start wurden über 10 Millionen Fahrten damit gemacht – und die Zahl steigt. Diesen Erfolg wollen wir weiter ausbauen. Mein Ziel ist es, noch mehr Menschen von diesem einfachen Angebot zu überzeugen und damit den Zugang zum Nahverkehr zu erleichtern. Gemeinsam können wir das schaffen.

Neben diesen Themen freue ich mich besonders, in diesem TarifReport über den Bürgerbustag 2025 zu lesen. Dieses ehrenamtliche Engagement ist beein-

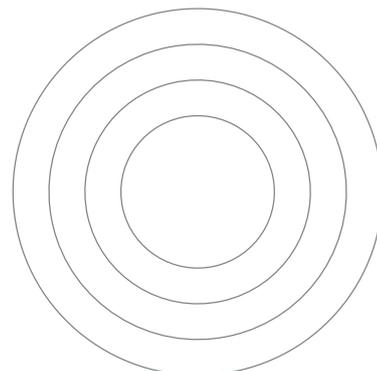
druckend: Fast 150 Bürgerbusvereine mit rund 3.800 Fahrer*innen sichern Mobilität und Daseinsvorsorge in vielen Regionen. Dem gilt mein besonderer Dank.

Abschließend eine Einladung: Lassen Sie uns im Gespräch bleiben. Zwischen Branche und Ministerium, innerhalb der Branche und mit allen, die an einem starken ÖPNV in NRW mitwirken wollen. Unser Ziel ist klar: mehr Menschen für Bus und Bahn zu gewinnen und ihnen den Zugang so einfach wie möglich zu machen. Gemeinsam können wir das schaffen.

Es grüßt Sie herzlich

Oliver Krischer

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



NRW macht mobil: Tarif und Vertrieb

Neue Tarife verschlanken das Angebot und stoßen bei Endverbraucher*innen auf positive Resonanz. Auch On-Demand-Angebote erfreuen sich wachsender Beliebtheit.



eezy.nrw

Über 10 Millionen eezy-Fahrten!

Benjamin Noll (KCM) und Inge Bartels (KCM)

Im Mai 2025 wurde die zehnmillionste Fahrt mit eezy getätigt. Dies bedeutet eine Verdoppelung der Fahrtzahlen im Vergleich zum Mai 2024! Mit dem deutlichen Wachstum im vergangenen Jahr unterstreicht eezy, dass immer mehr Menschen auf das innovative Tarifsystem setzen. Die zehnmillionste Fahrt wurde von der Kommunikation auf Instagram mit einem Dankeschön-Posting an alle Fahrgäste begleitet. Außerdem gab es je ein Gewinnspiel für die drei Verbundräume

Zudem zeigt sich, dass im vergangenen Jahr eine deutliche Steigerung in der Bekanntheit des Tarifs erreicht wurde. So konnten 20% der Teilnehmer*innen (inkl. ÖPNV-Nutzer*innen) in der jüngsten Befragung eezy korrekt beschreiben.

Wie wurde das erreicht?

Neben der konstanten Bewerbung haben auch zwei weitere Punkte eezy zu mehr Fahrten verholfen.

Eine wichtige Komponente waren die bereits begonnenen Sortimentsanpassungen in den konventionellen Tarifen in NRW vor dem Hintergrund des Deutschlandtickets. Der VRR hat dabei mit seinem Tarif eine Vorreiterrolle eingenommen. Viele Tickets wurden ersatzlos gestrichen und Preisstufen zusammengelegt. Die dadurch gewonnene Einfachheit wurde zwar mit Preishärten im konventionellen Vertrieb erkaufte, mit eezy hatte man jedoch einen Tarif geschaffen, der diese Preishärten durch eine ebenfalls einfache und gerechte Luftlinientarifierung auflöst.



Posting zur zehnmillionsten eezy-Fahrt

Ein weiterer wichtiger Baustein war die Guthabenaktion zu Karneval 2025, die auf Instagram und Facebook in der Karnevalswoche mit verschiedenen Motiven beworben wurde. Bei dieser Aktion gab es ein 10-Euro-Guthaben, das die Kunden*innen während der Karnevalstage abfahren konnten. Das führte zu deutlichen Fahrtensteigerungen während der Karnevalstage im Vergleich zum Vorjahr. Es wurden 7 % mehr Fahrten in den sechs Karnevalstagen gemacht, als ohne Aktion für diesen Zeitraum prognostiziert worden war. Zudem haben sich im Aktionszeitraum über 2.000 neue Kund*innen angemeldet. Über 3.000 Kund*innen, die eezy länger nicht mehr genutzt hatten, machten von eezy im Aktionszeitraum wieder Gebrauch. Ohne das Ministerium für Umwelt, Naturschutz und Verkehr, das die Aktion mit bis zu 100.000 Euro gefördert hat, wäre dieser Erfolg nicht möglich gewesen.

Diese Erfolge zeigen, dass eezy auf dem richtigen Weg ist.



Postings zur Karnevalsaktion 2025

Was ist für die Zukunft geplant, um eezy noch erfolgreicher zu machen?

Sortimentsanpassungen werden in den kommenden Jahren auch in den weiteren Tarifen in NRW vorgenommen. Zum 01.01.2026 steht die Anpassung im NRW-Tarif an. Auch hier werden viele Tickets gestrichen und das Angebot für Einzelfahrten wird vereinfacht (mehr dazu auf Seite 10 „Sortimentsreduktion“). Durch die Abschaffung der Relationspreis-Tickets und die Einführung von pauschalen Einzeltickets wird auch auf tarifraumübergreifenden Fahrten die besonders einfache und gerechte Luftlinientarifierung von eezy mehr zur Geltung kommen.

Diese Maßnahmen gehen mit der Überzeugung der ÖPNV-Branche in NRW einher, eezy zukünftig konsequent als Leittarif für Gelegenheitsnutzer*innen zu positionieren.

Entsprechend wurde zur weiteren Stärkung von eezy die Einführung des flächendeckenden Fahrtendeckels zum Jahr 2026 beschlossen. Was vorher nur im VRR und AVV sowie teilweise in Westfalen galt, soll zukünftig auf jeder Fahrt mit eezy zur Anwendung kommen. Dabei werden die Kund*innen maximal den Preis zahlen, den sie auch mit konventionellen Einzeltickets beispielsweise vom Automaten zahlen. Somit wird man mit eezy in aller Regel günstiger, in jedem Fall aber nie teurer unterwegs sein als mit den Ticketalternativen. Mit diesem Preisversprechen soll das Vertrauen in den Tarif gesteigert und eezy noch attraktiver gemacht werden.

Zudem werden auch in Zukunft derzeit noch nicht im Detail geplante Aktionen zur Bewerbung von eezy durchgeführt werden, was die Bekanntheit weiter steigert.

Diese Maßnahmen und Aktionen zeigen, dass eezy nicht nur auf dem richtigen Weg ist, sondern auch in Zukunft eine zentrale Rolle im ÖPNV in NRW spielen wird. Mit kontinuierlichen Verbesserungen und gezielten Marketingstrategien wird eezy weiterhin wachsen und noch mehr Menschen von den Vorteilen des einfachen und transparenten Tarifsystems überzeugen. Die Kommunikation von

eezy.nrw wird seit 2025 von einer neuen Agentur betreut, die in Design und Layout der Werbung bewusst nichts verändert hat, jedoch aus zwei Kampagnen pro Jahr vier Kampagnen gemacht hat, um die Sichtbarkeit von eezy.nrw zu erhöhen. Außerdem haben wir in der Online-Vermarktung eine Veränderung vorgenommen, was sich insbesondere auch auf die höheren Klickraten der Website positiv ausgewirkt hat. Die Klickraten sind durch die neue Online-Strategie um mehr als das Doppelte gestiegen. Aber natürlich hat eezy.nrw auch von der Werbung der anderen Verbünde profitiert. Die Vereinheitlichung des Produktnamens innerhalb von NRW sowie die Werbung der Verbünde und Verkehrsunternehmen haben sicherlich auch zur besseren Bekanntheit von eezy.nrw geführt.



Hier geht's zur Seite
eezy.nrw/de/

Sortimentsumbau

Umfassender Sortiments- umbau für mehr Effizienz und Nutzer* innenfreundlichkeit

Benjamin Noll (KCM)



Die Einführung des Deutschlandtickets hat die ÖPNV-Welt bundesweit und damit auch in NRW durcheinandergewürfelt. Kund*innen vormals beliebter Tickets wanderten geschlossen zum Deutschlandticket ab. Es wurde deutlich, dass das Ticketangebot einer Revision unterzogen werden muss. Gesagt, getan: Die ÖPNV-Branche hat sich seit Ende 2023 in mehreren Workshops zusammengefunden. In der Folge wurde gemeinschaftlich der Umbau des NRW-Tarifs skizziert und in den Landesgremien schrittweise beschlossen. In einem umfassenden Schritt wird dieser zum Jahresbeginn 2026 in Kraft treten. Ziel dieser Maßnahme ist es, das Ticketangebot zu verschlanken und gleichzeitig die Nutzer*innenfreundlichkeit zu erhöhen.

Ziele des Sortimentsumbaus

Mit dem Sortimentsumbau soll das Ticketangebot im NRW-Tarif übersichtlicher und einfacher gestaltet werden. Die Anpassungen zielen darauf ab, die Nutzung des öffentlichen Nahverkehrs attraktiver zu machen und die Tarifstruktur an die Bedürfnisse der Fahrgäste anzupassen. Der Sortimentsumbau fußt dabei auf zwei Maßnahmen. Zum einen werden die RelationspreisTickets abgeschafft und stattdessen pauschale Einzeltickets angeboten. Zum anderen werden alle Angebote abgeschafft, die durch das Deutschlandticket weitestgehend obsolet wurden. Eine besondere Rolle kommt dabei eezy.nrw zu; dieses Angebot wird durch die Reduktion des konventionellen Ticketangebots gestärkt und dabei entstehende Preishärten werden abgefangen.

Abgeschaffte Tickets

Entsprechend der skizzierten Zielrichtung des Sortimentsumbaus werden alle Varianten folgender Tickets abgeschafft:

- SchöneReiseTicket NRW
- SchöneFahrtTicket NRW
- SchöneWocheTicket NRW
- SchönerMonatTicket NRW (Abo)
- SchönesJahrTicket NRW (Abo)
- JobTicket NRW (Abo)
- Schöne60Ticket NRW
- NRWupgradeAzubi

Diese Maßnahmen sollen dazu beitragen, das Angebot zu straffen und die Komplexität für die Fahrgäste zu reduzieren.



Neue Tickets

Gleichzeitig werden neue Tickets eingeführt, um die Lücken zu füllen und den Bedürfnissen der Fahrgäste gerecht zu werden:

- EinzelTicket NRW (für Erwachsene und Kinder)
- NRWupgrade1.KlasseFahrt

Das EinzelTicket NRW ersetzt sowohl das SchöneReiseTicket NRW als auch das SchöneFahrtTicket NRW und wird als Pauschalpreisticket für eine einzelne Fahrt innerhalb des gesamten Geltungsbereichs angeboten. Das NRWupgrade1.KlasseFahrt dient als Ergänzung für Fahrgäste, die auf einzelnen Fahrten in der 1. Klasse reisen möchten.

Maßnahmen gegen Preishärten

Um den entstehenden Preishärten entgegenzuwirken, wurden verschiedene Maßnahmen beschlossen. So wird das EinzelTicket für Kinder vorübergehend auf 40 % des Preises für Erwachsene rabattiert, um die finanzielle Belastung für Familien zu reduzieren. Diese Rabattierung soll schrittweise bis 2028 wieder auf 50 % angehoben werden. Zudem wird eine Deckelung des eezy-Fahrtenpreises auf dem Niveau des EinzelTickets NRW zum 01.01.2026 umgesetzt, um eine faire Preisstruktur zu gewährleisten. Mit diesen Maßnahmen will die Branche den öffentlichen Nahverkehr in Nordrhein-Westfalen attraktiver sowie nutzungsfreundlicher gestalten und gleichzeitig die Effizienz des Tarifsystems steigern.



On-Demand

Ein On-Demand-Tarif für NRW

Katrin Kunkel (KCM)

Der Anlass: On-Demand gewinnt an Bedeutung

Das Thema On-Demand rückt gegenwärtig verstärkt in den Fokus und ist auch im Zukunftsvertrag der NRW-Landesregierung verankert. Damit hat es sich das Land NRW zur Aufgabe gemacht, die On-Demand-Verkehre als Bestandteil des ÖPNV zu stärken und die Schließung von Angebotslücken im Linienerverkehr des ÖPNV mit Bedarfsangeboten zu fokussieren. Im Ergebnis soll der gesamte ÖPNV profitieren und als „echte Alternative zum Motorisierten Individualverkehr (MIV)“ ausgebaut werden. Diese Angebotsoffensive wird gestützt durch die Entwicklung und Implementierung einer landesweit einheitlichen, mandantenfähigen On-Demand-Ridepooling-Plattform inklusive einer zentralen Fahrgast-App. Durch die Vereinheitlichung und Standardisierung entsprechender Prozesse sollen Synergieeffekte für Fahrgäste und Anbieter von On-Demand-Verkehren, wie beispielsweise Kosteneffizienz und eine bessere Erschließung der Fläche, erzielt werden. Teil dieser Standardisierung und ein wesentlicher Baustein zur Umsetzung dieser Plattform ist die Entwicklung eines

landesweit einheitlichen Tarifs für die On-Demand-Verkehre in NRW.

Während das Kompetenzzentrum Digitalisierung NRW die Gesamtprojektleitung innehat, ist das Kompetenzzentrum Marketing NRW beim Teilprojekt „Tarifentwicklung“ dafür verantwortlich, den landesweiten On-Demand-Tarif in Abstimmung mit den erlösverantwortlichen Akteuren zu entwickeln. Daher wurde das Konzept für den On-Demand-Tarif im Rahmen einer Facharbeitsgruppe unter Beteiligung der Tariforganisationen, der beiden zuständigen Kompetenzzentren sowie erlösverantwortlicher Verkehrsunternehmen, die On-Demand-Verkehre anbieten, erarbeitet und abgestimmt.

Unter On-Demand-Verkehren, die unter diesen Tarif fallen, werden die Ridepooling-Verkehre nach § 44 PBefG (Linienbedarfsverkehre) verstanden. Die Linienbedarfsverkehre zeichnen sich durch bestimmte Funktionalitäten aus. So verkehren die Fahrzeuge beispielsweise nicht nach einem festen Fahrplan, haben keinen festen Linienweg und müssen seitens der Fahrgäste vorab gebucht werden.

Die Tarifsystematik: per Luftlinie zum besten Preis

Basis der Tarifierung ist der landesweite eTarif eezy. Damit erfolgt die Preisbildung der On-Demand-Fahrten nach dem Prinzip der Luftlinien für die Entfernung, ergänzt um einen Zuschlag je Fahrt in Form des On-Demand-Grundpreises. Bei Fahrten, die ausschließlich im On-Demand-Verkehr stattfinden, wird eine Luftlinie zwischen Start und Ziel zugrunde gelegt. Bei mehreren On-Demand-Fahrtabschnitten wird dazu jeweils ein separater Luftlinienpreis berechnet. Bei Reiseketten, bei denen On-Demand-Fahrten mit Linienfahrten des ÖPNV unter Verwendung des eTarifs verknüpft werden, wird jeweils eine Luftlinie zugrunde gelegt und es werden jeweils separate Luftlinienabschnitte berechnet. Somit wird die gesamte Fahrt in zwei oder mehr Luftlinienabschnitte aufgespalten.

Der On-Demand-Grundpreis fällt bei jeder Fahrt an und wird auch bei Reiseketten nur einmal fällig. Er wird also je Fahrt und nicht je Fahrtabschnitt veranschlagt. Findet eine Verknüpfung von On-Demand-Fahrten und Linienfahrten des ÖPNV statt, so wird stets der On-Demand-Grundpreis herangezogen. Der eezy-Grundpreis für den Linienabschnitt entfällt. Finden die On-Demand-Fahrtabschnitte in mehreren Funktionstypen statt, wird der jeweils höhere On-Demand-Grundpreis erhoben.

Um die landesweit zur Anwendung kommende einheitliche Grundsystematik zu individualisieren, werden die On-Demand-Angebote drei unterschiedlichen Funktionstypen zugeordnet. Damit wird die verkehrliche Einordnung der On-Demand-Verkehre mit Ergiebigkeitsanforderungen verknüpft und diese werden individuell steuerbar.

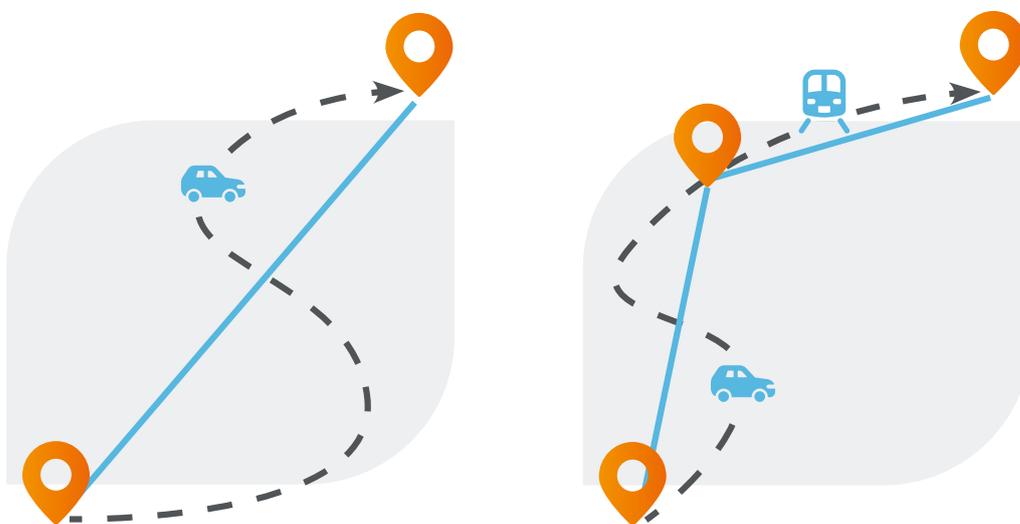


Abb. 1: Luftlinie bei singulären OD-Fahrten versus bei intermodalen Fahrten (Reiseketten)

Hierzu wird die Bedienungsqualität des ÖPNV (Linienverkehrs) einer Kommune bzw. eines Bedienegebietes anhand bestimmter Kriterien bewertet. Je geringer die Bedienungsqualität des ÖPNV ausfällt, desto mehr Funktionen übernimmt der On-Demand-Verkehr hinsichtlich der Grundversorgung oder der Erschließung der Fläche. Im Ergebnis werden aus diesem Verfahren drei unterschiedliche Funktionstypen abgeleitet: Grundmobilität, Lückenschlussmobilität und Ergänzungsmobilität. Die Zuordnung zu einem der drei Funktionstypen erfolgt durch die Anbieter des On-Demand-Verkehrs selbst. Die Funktionstypen bestimmen das Preisniveau sowie den Umgang mit bestehenden Tickets und weisen teilweise unterschiedliche Tarifregelungen auf.

In der Grundmobilität kommen die regionalen eezy-Preiskurven zur Anwendung, solange es sich um On-Demand-Fahrten innerhalb eines regionalen Tarifrums handelt. Bei verbundraumübergreifenden Fahrten kommt eezy.nrw zur Anwendung. Dabei



entspricht der On-Demand-Grundpreis dem jeweiligen eezy-Grundpreis, die On-Demand-Arbeitspreise (Luftlinienpreise je km) den jeweiligen eezy-Arbeitspreisen.

In der Lückenschluss- sowie in der Ergänzungsmobilität kommt jeweils eine Preiskurve zur Anwendung, die sich aus den gemittelten Preisparametern der Grundmobilität zusammensetzt. Somit werden die vier regionalen eezy-Preiskurven zu einer Preiskurve zusammengeführt und die Preise zudem um einen festgelegten Faktor erhöht. Während dieser in der Lückenschlussmobilität 2,4 beträgt, kommt in der Ergänzungsmobilität der Faktor 3,6 zur Anwendung. Im Ergebnis finden sich landesweit einheitliche Richtpreise. Die jeweiligen Faktoren werden ferner auf die beiden Einzelparameter On-Demand-Arbeitspreis und On-Demand-Grundpreis angewendet, anschließend gerundet und der Gesamtpreis wird unter Berücksichtigung der konkreten Entfernung der On-Demand-Fahrt berechnet.

On-Demand-Preise

eezy-Preiskurven nach Region	Grundpreis	Arbeitspreis (Luftlinie je km)	Gesamtpreis (5 km)
AVV	1,49 €	0,29 €	2,94 €
VRR	1,73 €	0,29 €	3,18 €
VRS	1,77 €	0,23 €	2,92 €
WTG	1,50 €	0,29 €	2,95 €
NRW (bei verbundraumübergreifenden Fahrten)	1,84 €	Preise der Tarifräume pro Luftlinienkilometer im jeweiligen Tarifraum	

Preisgestaltung On-Demand-Tarif**Funktionstypen der On-Demand-Angebote****Preisniveau****Grundmobilität****eezy/eezy.nrw-Preiskurven****Lückenschlussmobilität****Grundmobilität x 2,4 +/-10/20%****Ergänzungsmobilität****Grundmobilität x 3,6 +/-10/20%**

Abb. 2: Preisgestaltung On-Demand-Tarif (Stand Preise 01.01.2025)

Die Anbieter der On-Demand-Verkehre haben in der Lückenschlussmobilität und in der Ergänzungsmobilität zudem die Möglichkeit, die Preiskurve individuell anzupassen. Um die Ergiebigkeit besser zu steuern, können die Gesamtpreise entweder um bis zu 20% in Zehnerschritten abgesenkt oder erhöht werden. Der On-Demand-Arbeitspreis und der On-Demand-Grundpreis verändern sich dabei um den jeweiligen prozentualen Wert und werden auf volle Cent aufgerundet. Diese Ab- oder Zuschläge kommen beim Funktionstyp „Grundmobilität“ nicht zur Anwendung.

Das hieraus resultierende Preistableau bietet ein landesweit einheitliches Tarifangebot. Dieses wird der unterschiedlichen finanziellen Ausstattung von Kommunen und somit der Finanzierbarkeit von On-Demand-Verkehren gerecht. Für die Fahrgäste wird ein einheitlicher Rahmen für die On-Demand-Angebote in NRW geschaffen und somit die derzeitige heterogene Ausgangslage bezüglich der Tarifierung von On-Demand-Angeboten aufgelöst.

Die ursprünglich für Mitte 2025 geplante Einführung des landesweiten Tarifs ist nun zum 01.01.2026 angedacht. Zum einen ist auch das Go-live der landesweiten On-Demand-Ridepooling-Plattform zum Jahresende geplant, zum anderen ist eine Tarifmaßnahme zum Jahreswechsel aufgrund der regulären

Tarifwechsel der nordrhein-westfälischen Tariforganisationen sinnvoller. Die Tarifanwendung ist jedoch als stufenweiser Prozess vorgesehen. Das heißt, die Anbieter von On-Demand-Verkehren können auch zu einem späteren Zeitpunkt zum landesweiten On-Demand-Tarif wechseln. Das ergibt Sinn, da einige On-Demand-Verkehre noch als Förderprojekte laufen oder erst zu einem späteren Zeitpunkt an die Plattform angebunden werden. Somit wird auch der Migrationsprozess den verschiedenen Anforderungen von On-Demand-Verkehren gerecht.



Alles eezy oder was?

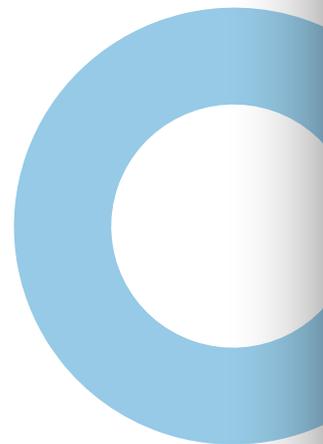
Aktuelle Studie belegt: eezy steigt deutlich in der Bekanntheit

Holger Lorenz (KCM)

Wie bereits 2023 und 2024 fand auch im Frühjahr diesen Jahres die Marktforschungsstudie zur Ermittlung der Bekanntheit des eezy-Tarifes statt. Ziel war die erneute Überprüfung und Entwicklung der Bekanntheit von eezy sowie der Zufriedenheit mit eezy bei den angetroffenen eezy-Nutzer*innen. Dazu wurden mittels eines Online-Access-Panels über 4.000 Personen in NRW befragt, davon 3.244 ÖPNV-Nutzer*innen und 941 ÖPNV-Nicht-Nutzer*innen.

Dabei gaben circa 25 % der befragten ÖPNV-Nutzer*innen an, eezy zu kennen und zu wissen, was eezy ist (geprüfter Wert nach Durchführung einer Kontrollfrage). Allerdings gaben im Gegenzug etwa 54 % aus dieser Personengruppe an, nicht zu wissen, was eezy ist.

Und während die Bekanntheit von eezy in den drei Kooperationsräumen in den letzten Jahren noch dicht beieinanderlag, kann man dieses Jahr aufgrund der massiven Werbeanstrengungen im VRR eine deutliche Abstufung der Bekanntheit im VRR, bei go.Rheinland sowie in Westfalen erkennen:



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

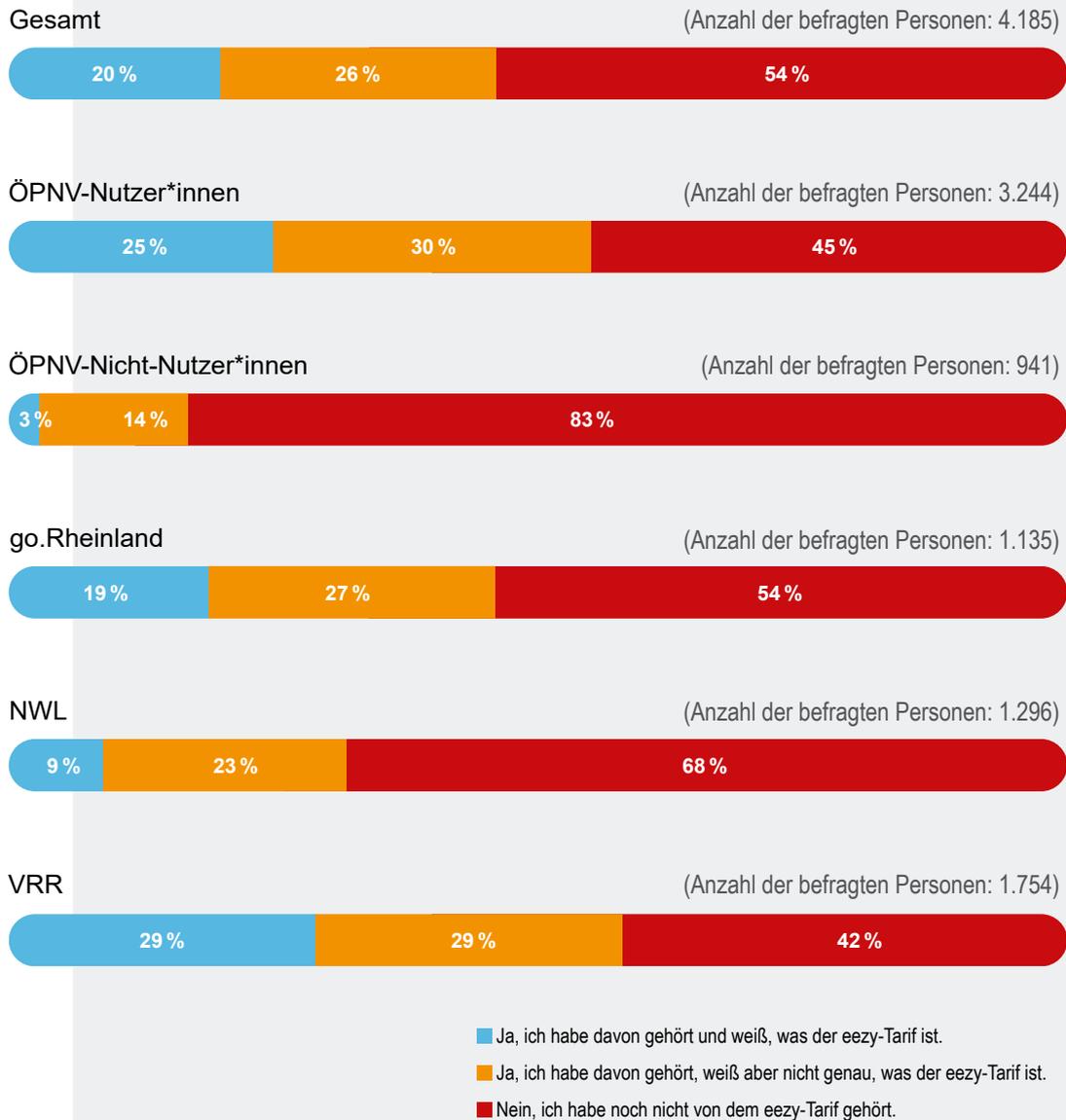


Abb. 1: Geprüfte eezy-Bekanntheit nach Kontrollfrage

„Kennen Sie eigentlich eezy?“

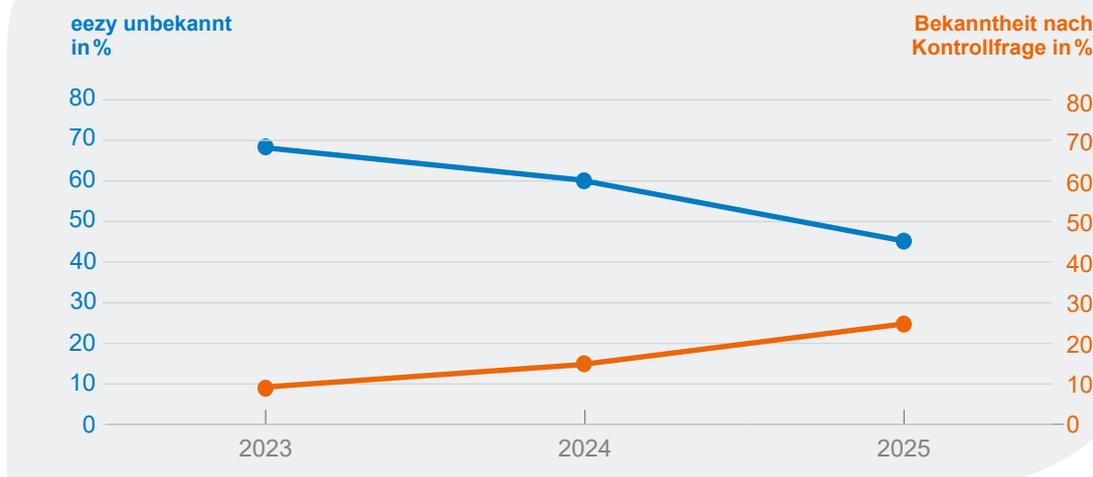


Abb. 2: Geprüfte eezy-Bekanntheit nach Kontrollfrage (2023 n = 3.121, 2024 n = 4.008, 2025 n = 3.244)

Aus kommunikativer Sicht ein voller Erfolg

Und wie hat sich die eezy-Bekanntheit im Zeitablauf entwickelt? Haben die Kommunikationsmaßnahmen gegriffen? Die Antwort ist ein klares „Ja“!

Während der Anteil der ÖPNV-Nutzer*innen, die nach eigenen Angaben eezy nicht kannten („eezy unbekannt“), im letzten Jahr um über 15 Prozentpunkte gesenkt werden konnte, konnte die Bekanntheit nach einer Kontrollfrage

im gleichen Zeitraum um etwa zehn Prozentpunkte erhöht werden.

Neben der Ermittlung der Bekanntheit sollten in der Studie die 424 angetroffenen eezy-Nutzer*innen zu ihrer Erfahrung mit eezy befragt werden. Wie bereits in allen vorausgehenden Studien des KCM zu eezy wurde auch hier die herausragende Zufriedenheit der eezy-Nutzer*innen mit „ihrem eezy“ bestätigt:

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



Abb. 3: Bewertung von eezy durch die eezy-Nutzer*innen (n = 424)

„Würden Sie eezy weiterempfehlen?“



Abb. 4: Weiterempfehlungsabsicht der eezy-Nutzer*innen (n = 424)

In allen Kategorien inklusive der aus Kund*innensicht hochbrisanten Thematik „Abrechnung“ konnten Spitzenwerte erzielt werden. Und auch die Weiterempfehlungsabsicht der eezy-Nutzer*innen bestätigt dieses Bild (erneut): Neun von zehn befragten eezy-Nutzer*innen würden eezy weiterempfehlen!

Damit bleibt die positive Mund-zu-Mund-Propaganda auch weiterhin ein wichtiges Instrument, um den Bekanntheitsgrad und die Marktdurchdringung von eezy auch im kommenden Jahr zu erhöhen.



Markenupdate mobil.nrw

„NRW entdecken“ bleibt Trend und eine der beliebtesten Kampagnen. Zeit, den Erfolg 2025 fortzusetzen. Wander-Influencer*innen inspirieren, Multimodalität wird zentral für die Tourenplanung, der Wanderbahnhof wird gekürt und die mobil.nrw-App erhält ein Update.

Wandernd NRW entdecken!

Der Freizeit-Dauerbrenner geht in die Saison 2025

Mathias von Kutzleben (KCM)

Spazieren gehen und sich in der Natur aufhalten sind nach „unterwegs mobil telefonieren“ auf den Plätzen 2 und 3 der beliebtesten Outdooraktivitäten. Kein Wunder also, dass Wandern noch immer im Trend liegt und „NRW entdecken“ zu unseren beliebtesten Kampagnen gehört. Und auch deshalb haben wir in diesem Jahr wieder den Wanderbahnhof NRW gekürt!

Unsere Wander-Influencer*innen Rebecca Schirge, Matthias Berns und Familie Schöps sind unermüdlich und haben für die Kategorien Urban, Natur und Erlebnis wieder jeweils drei kurzweilige Touren entwickelt. Getreu dem Motto „Bis an die Grenzen und darüber hinaus“ bewegt sich die Kampagne in diesem Jahr an den Rändern NRWs und in einem Fall sogar bis zu unseren niederländischen Freund*innen. So finden sich die Touren 2025 eher an den Grenzen des Bundeslandes, wie z. B. in Höxter, Mechernich, Mettingen, Hückelhoven und Nijmegen/Kleve. Schon länger spielt dabei die Multimodalität eine wichtige Rolle. Vor allem in den Städten denken wir bei der Tourenplanung neben dem klassischen ÖPNV auch Leihsysteme wie E-Scooter, Fahrräder, Lastenbikes und Carsharing mit. Aber auch die ländlicheren Regionen stellen sich dabei immer besser auf und bieten in der Fläche oder in den hügeligen Regionen E-Leihrad-Pools an.



Unterwegs im Land der unentdeckten Möglichkeiten

Alle Touren stehen auf www.mobil.nrw zur Verfügung. Detaillierte Tourenbeschreibungen informieren über Höhenprofil, Streckenlänge und Schwierigkeitsgrad. Außerdem können der Folder und die Wanderkarten als PDF sowie die einzelnen GPX-Dateien heruntergeladen werden. Weiter stark nachgefragt ist das Tourangebot auf komoot, dem Navigator für Outdooraktivitäten. „NRW entdecken“ gibt es auch als kostenlose Printausgabe in vielen Kundencentern der Verkehrsunternehmen, in Tourist-Informationen und bei vielen touristischen Zielen im Land.

Wanderbahnhof 2025 – ein Kleinod in Ostwestfalen-Lippe

Es musste nicht lange gesucht werden, für 2025 einen würdigen Nachfolger für Emsdetten (2022) zu finden. Die Auszeichnung schraubten der Minister für Umwelt, Naturschutz und Verkehr, Oliver Krischer, und der Bürgermeister Frank Hilker am 20. Juni gemeinsam an den Bahnhof der Kreisstadt des Landkreises Lippe in Detmold an. Die Infrastruktur bietet einen zentralen und modernen Verkehrsknotenpunkt. Ausgestattet mit einem personenbedienten Schalter der DB und des WestfalenTarifs, Gepäckfächern, dem direkt anschließenden Busbahnhof, benachbarten Fahrradparkhäusern,



Die Auszeichnung wird von Minister Oliver Krischer und Bürgermeister Frank Hilker angebracht



Die Laudator*innen am
Residenzschloss in Detmold

Ladeinfrastruktur für E-Autos, einer Leihstation für E- und Lastenräder sowie einem großzügigen Kiosk ist das unmittelbare Angebot mehr als komplett. Auch der Jugendtreff im Fürstenzimmer findet als öffentliche Einrichtung im Bahnhof Platz.

Natürlich stimmt auch die Wanderinfrastruktur. Eine große Infotafel auf dem Vorplatz zeigt: Hier verlaufen unter anderem der europäische Fernwanderweg E1, der Hermannsweg zum Detmolder Wahrzeichen, dem Hermanns-Denkmal im Teutoburger Wald, sowie der Cheruskerweg.

1880 wurde das Empfangsgebäude des Detmolder Bahnhofs im neogotischen Backsteinstil erbaut. Das imposante Gebäude erhielt sogar ein repräsentativ ausgestattetes Fürstenzimmer, das als exklusiver Warte- und Empfangsraum von der lippischen Fürstenfamilie und deren Gästen genutzt wurde, in Nordrhein-Westfalen eine bauliche Besonderheit. Dieses historische Denkmal wurde 2006 von Detmold erworben und das gesamte Areal seither sukzessive restauriert und modernisiert. Zudem trägt die Natur- und Kulturstadt die Titel „Deutschlands grünste Stadt“ (Gemeinde mit dem niedrigsten Versiegelungsgrad) und „Fußgängerfreundliche Stadt“ der Arbeitsgemeinschaft fußgänger- und fahrradfreundlicher Städte, Gemeinden und Kreise in NRW (AGFS).



Hier geht's zur Seite
mobil.nrw/entdecken



Hier geht's zur Seite
mobil.nrw/wandern

mobil.nrw App

Dank Update up to date

Cedric Grehl (VRR)

Die mobil.nrw-App hat ein umfassendes Update mit Redesign erhalten – mit dem Ziel, die Nutzung noch einfacher, moderner und alltagstauglicher zu gestalten. Die Anforderungen an digitale Mobilitätsangebote haben sich stark verändert: Fahrgäste erwarten heute einfache, intuitive und verlässliche Anwendungen, die ihren Alltag unterstützen statt verkomplizieren. Genau dort setzt das neue Design an: moderner, strukturierter und deutlich stärker an den Bedürfnissen der Nutzer*innen orientiert.

Besonders im Fokus stand dabei die Überarbeitung der Verbindungsauskunft: Die bisherige Darstellung wurde durch ein modernes Balkendesign ersetzt, welches die Lesbarkeit und die Übersichtlichkeit stark verbessert. Die Verbindungsdetails sind ebenfalls übersichtlicher und verständlicher strukturiert. So können Nutzer*innen die Fahrt schneller und einfacher auf einen Blick erfassen.

Zentrale Bedienelemente wie der „Suche“-Button oder das Eingabefeld „Ab jetzt“ wurden größer und klarer gestaltet, um die Bedienbarkeit zu verbessern –



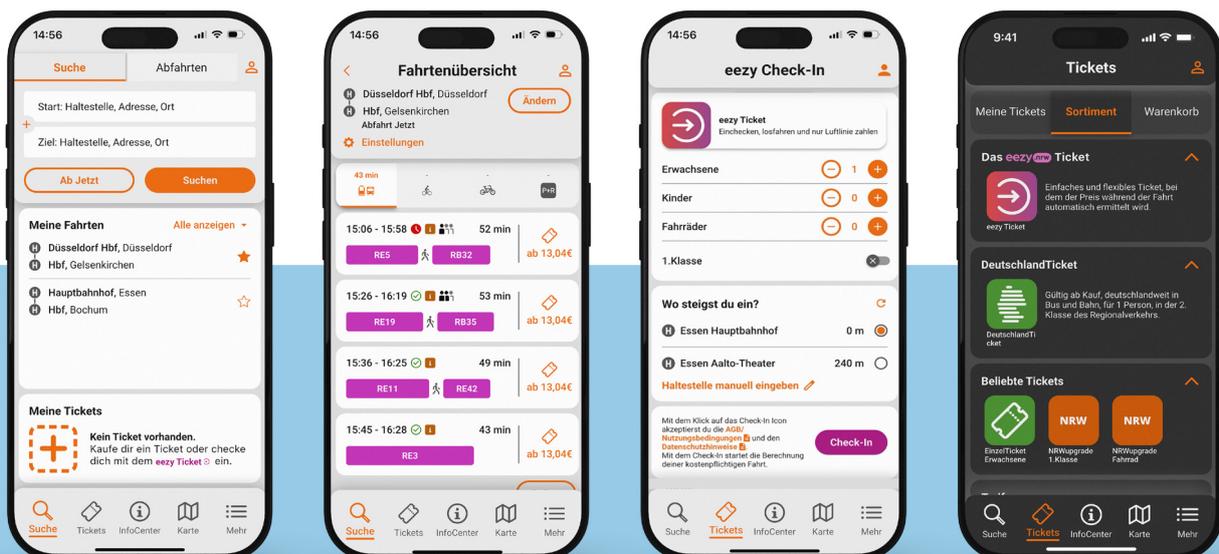
besonders auch auf kleineren Displays. Zudem erkennt man auf einen Blick, mit welchem Fahrzeugtyp (Bus, Bahn, Zug etc.) man unterwegs ist – das schafft Orientierung.

Auch das Check-in-System für eezy.nrw wurde modernisiert. Mitfahrer*innen können über einfache Plus-Minus-Tasten direkt hinzugefügt oder entfernt werden – ganz ohne zusätzliche Menüs.

Das Ticketsortiment und die Darstellung der Tickets in der App wurden ebenfalls grundlegend überarbeitet: Statt textlastiger Ticketlisten setzt die mobil.nrw-App jetzt auf ein klares, visuell geführtes Kachel-Layout. Jedes Ticket ist durch ein Symbol sofort erkennbar, ergänzt durch den jeweiligen Ticketnamen. Bereits gekaufte Tickets werden deutlich präsenter und direkt auf der Startseite angezeigt.

Neben diesen funktionalen und strukturellen Verbesserungen bringt das Redesign noch weitere optische Neuerungen: So ist jetzt ein Dark Mode verfügbar – besonders angenehm bei nächtlicher Nutzung. Viele UI/UX-Optimierungen basieren direkt auf dem Feedback der Nutzer*innen, deren Hinweise und Wünsche in den Entwicklungsprozess eingeflossen sind.

Das Redesign der mobil.nrw-App bringt zahlreiche Verbesserungen, die den Alltag erleichtern: eine übersichtlichere Verbindungssuche, eine moderne Darstellung, eine intuitive Bedienung – also eine App, die noch besser beim Unterwegssein in NRW unterstützt.



Zahlreiche Verbesserungen, die den Alltag erleichtern: eine übersichtlichere Verbindungssuche, eine moderne Darstellung und eine intuitive Bedienung sowie der von Nutzer*innen am meisten gewünschte Dark Mode.

Ticketduo

Mobilität der Zukunft: Deutschlandticket und eezy.nrw

Mathias Volk (KCM)

Im ersten Halbjahr 2025 setzt mobil.nrw verstärkt auf die beiden Kernprodukte Deutschlandticket und eezy.nrw, um die Dachmarke mobil.nrw weiter zu stärken und die Revolution im öffentlichen Nahverkehr sichtbarer zu machen. Diese strategische Entscheidung zielt darauf ab, das Produktduo kampagnenübergreifend und prominent zu präsentieren.

Um die Sichtbarkeit zu erhöhen, wird das Produktduo Deutschlandticket und eezy.nrw überall dort integriert, wo es möglich und sinnvoll ist. Dies umfasst unter anderem die Titelseite des „NRW entdecken“-Folders und -Plakats, die Startseite der Website sowie Basismedien. Ein neues Aktionszeichen (Badge) sorgt in den diversen Medien und Maßnahmen von mobil.nrw für eine klare Präsenz der beiden Produkte.

Die zentrale Botschaft lautet: „Zwei smarte Optionen, eine einfache Wahl – eezy.nrw oder Deutschlandticket, du entscheidest!“ Diese Botschaft wird durch eine klare und einfach strukturierte Landingpage unterstützt, auf der die Nutzer*innen per Quickcheck das optimale Angebot für ihre Bedürfnisse finden können.



Mit der Fokussierung auf das Deutschlandticket und eezy.nrw setzt mobil.nrw einen wichtigen Schritt in Richtung eines modernen und nutzungsfreundlich öffentlichen Nahverkehrs. Die Kampagne zeigt, dass die Mobilität der Zukunft nicht nur im motorisierten Individualverkehr liegt, sondern auch im ÖPNV. Es ist Zeit für ein zeitgemäßes, einfaches Abo wie das Deutschlandticket oder eezy.nrw, das eine flexible und kilometerbasierte Abrechnung bietet.



Hier geht's zur Seite
mobil.nrw/top-tickets

Meilenstein Deutschland- ticket

Ein Tarif für deutschlandweite Fahrten über Verbundgrenzen hinweg – ein voller Erfolg, der jedoch auch neue Herausforderungen für die Verkehrsverbünde mit sich bringt.



Deutschlandticket

Das Deutschlandticket – zwischen Euphorie und Katerstimmung

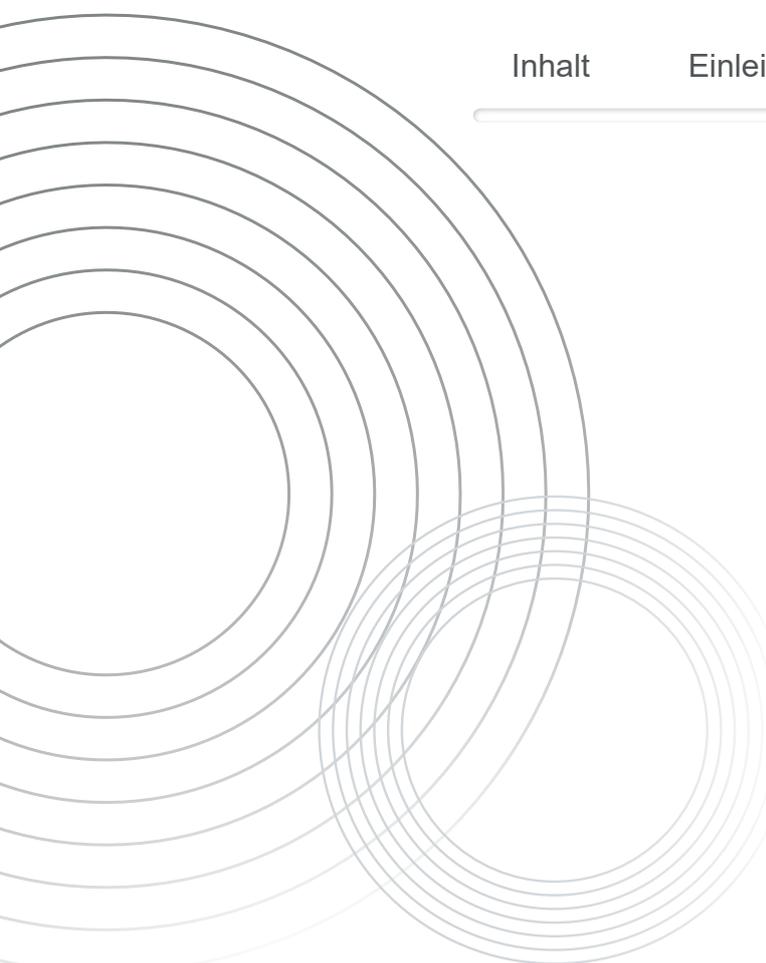
Volker Wente (VDV NRW)

Am Ende des letzten Jahres waren es über 14 Millionen Deutschlandtickets, die monatlich verkauft wurden. Anfang des Jahres 2025 gab es aufgrund der Preissteigerung von 49 Euro auf 58 Euro einen kleinen Absatzknick, der jedoch mittlerweile weitgehend ausgeglichen ist. Aktuell stammen bundesweit über zwei Drittel der Einnahmen der Verkehrsunternehmen aus dem Deutschlandticket, Tendenz steigend. Die Richtung stimmt also. Die etwas despektierlich „Restsortiment“ genannten übrigen Fahrscheine entwickeln sich immer mehr zu Ladenhütern. Darüber muss niemand traurig sein. Einerseits ist das Deutschlandticket so günstig, dass die üblichen Monatskarten preislich einfach nicht mehr attraktiv sind, selbst wenn sie hier und da Zusatznutzen wie die Mitnahme weiterer Personen ermöglichen. Andererseits bietet es jetzt endlich die Möglichkeit, den viel beklagten „Tarifdschungel“ kräftig zu lichten. Das würde es nicht nur für die Fahrgäste deutlich übersichtlicher machen, sondern auch der



administrative Aufwand und die Kosten für die notwendige Vertriebsinfrastruktur wie Verkaufsstellen und Fahrscheinautomaten würden sinken. Hier muss die Politik endlich über ihren Schatten springen.

Katerstimmung beschleicht einen jedoch, wenn man die Fortschritte zur Organisation und zum Fortbestand des Tickets über 2025 hinaus betrachtet. Nach wie vor sind zentrale organisatorische Probleme bestenfalls auf dem Papier gelöst, aber nicht umgesetzt. Eine funktionierende Einnahmenaufteilung lässt auf sich warten. Gleiches gilt für die Bestimmung eines zentralen Tarifgebers, der die Tarifbestimmungen des Deutschlandtickets und damit das Produkt „Deutschlandticket“ inhaltlich verantwortet und weiterentwickelt. Selbst die Lücken in der Sicherheitsinfrastruktur werden nur sehr mühsam geschlossen. Zwar gibt es eine



Vielzahl von Gremien mit einer unübersichtlichen Zahl von Mitgliedern, aber nur sehr langsame Fortschritte. Viele Interessen einzelner Gruppen, so nachvollziehbar sie im Einzelnen sein mögen, verhindern eine zügige Lösung. Mit den 11 Milliarden Euro Umsatz, die im Jahr mit dem Deutschlandticket erzielt werden, wäre man bereits ein veritabler Konzern im DAX. Darum sollte es selbstverständlich sein, dass Organisation und Steuerung des Deutschlandtickets einen vergleichbaren Standard haben. Hier sind sämtliche Akteure gefragt, die Eigeninteressen ein Stück weit zurückzustellen und ihren Beitrag für ein gemeinsames Verständnis zu leisten.

Das ist umso wichtiger, weil der Bestand des Deutschlandtickets bekanntlich nur bis einschließlich 2025 gewährleistet ist. Dann laufen die Finanzierungsregelungen im Regionalisierungsgesetz aus. Auch wenn sich die Bundesregierung im Koalitions-

vertrag zum Deutschlandticket bekannt hat und auch zukünftig einen Finanzierungsbeitrag leisten will, hat man nicht den Eindruck, dass alle Akteure wirklich lösungsorientiert in dieselbe Richtung arbeiten. Vieles mag den Ritualen des politischen Geschäftsbetriebs geschuldet sein, aber das interessiert den Fahrgast nicht. Er möchte wissen, ob er sich auch zukünftig und langfristig auf ein preislich attraktives Deutschlandticket verlassen kann. Das gilt noch viel mehr für potenzielle Kund*innengruppen, die aufgrund des ungesicherten Fortbestandes noch gar nicht richtig angesprochen werden konnten. Schließlich gewähren kaum Arbeitgeber*innen ihren Arbeitnehmer*innen das Deutschlandticket als Sachleistung; noch weniger wird es in Tarifverträgen vereinbart, wenn man nicht weiß, ob es dieses Angebot in ein paar Monaten noch gibt. Es wird also allerhöchste Zeit, dass Bund, Länder und die übrigen Akteure kooperativ und gemeinsam und nicht wie bisher konfrontativ einen roten Faden durch das Thema legen und zügig den Weg für den dauerhaften Erhalt des Deutschlandtickets freimachen. Wenn man bedenkt, dass nicht nur Bund und Länder, sondern auch praktisch alle anderen Akteure – seien es Aufgabenträger, Verkehrsunternehmen oder Verbände – der öffentlichen Hand zuzurechnen sind, kann der Fahrgast mit Recht erwarten, dass man hier die Weichen zügig und richtig stellt. Und allen, die sich um ihren Finanzierungsbeitrag sorgen, sei ins Stammbuch geschrieben: Je mehr Fahrgäste das Deutschlandticket kaufen, desto geringer wird der Zuschussbedarf.

Deutschlandticket-Job-Kampagne

Deutschlandticket Job – eine Erfolgskampagne

Mathias Volk (KCM)

Im Jahr 2024 haben wir eine umfassende Kampagne gestartet, um das Deutschlandticket Job sowohl bei Arbeitgeber*innen als auch bei Arbeitnehmer*innen bekannt zu machen. Die Kampagne zielte darauf ab, Pendler*innen zu motivieren, vom Auto auf den ÖPNV umzusteigen, und betonte die Vorteile eines einfachen und zeitgemäßen Abonnements. Die Ansichten der Kampagne über Social Media und die Kontakte, die über Out-of-Home-Maßnahmen und Anzeigen in Magazinen erzielt wurden, waren sehr zufriedenstellend. Zudem sind im Zeitraum der Kampagne die Umsätze, trotz damaliger Unsicherheiten zum Deutschlandticket, um fast 9% gestiegen. Im Jahr 2025 lief vom 12. Mai bis zum 30. Juni eine weitere Kampagne zum Deutschlandticket Job. Allerdings mit einem klaren Fokus auf die Arbeitgeber*innen. Die Motive wurden angepasst, da während der Erstellung der

Kampagne noch Unsicherheiten zur Zukunft des Deutschlandtickets bestanden. Wir führen die Kreativroute „von gestern“ mit einer angepassten Kernbotschaft fort, bei der wir uns stärker



auf die tatsächlich – auch weiterhin – bestehenden Benefits und das Produkt fokussieren. Die Inhalte der Botschaft wurden vereinfacht und die Tonalität wurde leicht entschärft. Die Arbeitgeber*innen sollen überzeugt werden, dass das Deutschlandticket Job eine gute Alternative zum Auto für ihre Arbeitnehm*innen ist. Über die Arbeitgeber*innen sollen weiterhin Systemeinsteiger*innen erreicht werden, die zur Arbeit mit dem Auto pendeln. Sie sollen mit dem Deutschlandticket Job die Möglichkeit erhalten, zumindest teilweise auf Fahrten mit dem Auto zu verzichten und stattdessen Wegstrecken



im ÖPNV zurückzulegen. In NRW pendeln rund 5.000.000 Menschen über die Grenzen ihres Wohnortes zur Arbeit und rund 500.000 Personen besitzen ein Deutschlandticket Job. Das Potenzial, mehr Pendler*innen zur Nutzung eines Deutschlandtickets Job zu bewegen, ist also weiterhin vorhanden.

Mit der Kampagne werden wir sowohl über unsere eigenen Kanäle als auch mit Außen- und Online-Werbung informieren. Posts zum Deutschlandticket Job werden auf LinkedIn, Xing und über Haufe Digital geschaltet. Des Weiteren werden Anzeigen in allen Handwerks- und IHK-Magazinen in NRW geschaltet. Sowohl die Online- also auch die Offline-Maßnahmen sprechen die Gruppe der Arbeitgeber*innen

zielgerichtet an. Außerdem wurde die Landingpage, die 2024 für das Deutschlandticket Job entwickelt wurde, angepasst. So wird die Kreativroute verlängert, alle Vorteile werden zusammengefasst und es wird auf die Webseiten von AVV, VRS, VRR und WestfalenTarif verwiesen. Arbeitnehmer*innen werden auf die vorhandene Landingpage geleitet, die um Informationen zum Deutschlandticket Job ergänzt wurde. Teaser auf der Startseite, im Newsletter und Social-Media-Posts ergänzen die Ansprache von Arbeitnehmer*innen in den eigenen Kanälen. Die Zielseiten werden in allen Maßnahmen kommuniziert.



Hier geht's zur Seite
mobil.nrw/deutschlandticket

Deutschlandticket-Einnahmeverfahren

Deutschlandticket: So funktioniert die Einnahmeverteilung

Danijel Andric (stellv. Leiter, KCM) und Florian Kitschen (KCM)

Seit dem Stichtag 01. Mai 2023 können Fahrgäste erstmals mit einem Abo-Ticket den öffentlichen Nahverkehr in ganz Deutschland nutzen. Das Deutschlandticket knüpft an den Erfolg des 9-Euro-Tickets an, das im Sommer 2022 für drei Monate befristet angeboten wurde. Als dauerhaftes Angebot soll das Deutschlandticket einerseits die Bürger*innen finanziell entlasten. Andererseits soll das Ticket die Attraktivität des ÖPNV deutlich erhöhen, einen stärkeren Anreiz zum Umstieg vom Auto auf Bus und Bahn setzen und somit dazu beitragen, die Klimaziele zu erreichen.

Wie werden die Einnahmen aus dem Ticketverkauf bundesweit verteilt?

Zur Einführung des Deutschlandtickets hat die Verkehrsministerkonferenz der Länder den sogenannten Koordinierungsrat zum Deutschlandticket ins Leben gerufen. Dieser beschloss am 20. März 2023 ein bundesweites Verfahren zur Einnahmeverteilung – basierend auf dem „Leipziger Modellansatz“. Die Beratungen zur konkreten Ausgestaltung wurden in einer speziell dafür eingerichteten Unterarbeitsgruppe, der sogenannten UAG Einnahmeverteilung Deutschlandticket, mit Vertreter*innen der Länder und der ÖPNV-Branche geführt.



Die Vertreter*innen der Tariforganisationen unterzeichnen den NRW-Vertrag: v. l. Dr. Norbert Reinkober (Geschäftsführer VRS GmbH), Oliver Wittke (Vorstandssprecher Verkehrsverbund Rhein-Ruhr AöR), Matthias Hehl (Geschäftsführer WestfalenTarif GmbH), Simone Mathea-Schönfeld (Leitung Marketing VRR), Marcel Winter und Hans-Peter Geulen (Geschäftsführer Aachener Verkehrsverbund GmbH), Eduard Rollmann (Leiter KCM) sowie Dr. Oliver Mietzsch (Geschäftsführer WestfalenTarif GmbH) © VRR AöR

Die Umsetzung erfolgt in drei Stufen: In der ersten Stufe (2023–2024) wurde eine pragmatische Lösung umgesetzt, bei der die Verkäufer die erzielten Einnahmen weitestgehend behalten haben. Die zweite Stufe (2025) sieht eine bundesweite, marktorientierte Aufteilung der Einnahmen auf die Gebiete der Bundesländer unter Berücksichtigung des Wohnortes der Deutschlandticket-Nutzer*innen mit anschließender Korrektur auf Grundlage von Balancefaktoren (z. B. für Tourismus, Transit) vor. Innerhalb der Bundesländer erfolgt die weitere Verteilung der Einnahmen nach länder- oder regionsspezifischen Vereinbarungen der Akteur*innen vor Ort. In einer zukünftigen dritten Stufe sollen die Einnahmen dann dorthin fließen, wo die Deutschlandtickets konkret genutzt wurden (nachfrageorientierte Einnahmenaufteilung).

Wer übernimmt das bundesweite Clearing?

Die Rolle der bundesweiten Clearingstelle nimmt dabei im Auftrag von Bund und Ländern die eigens gegründete D-TIX GmbH und Co. KG ein. Gesellschafter sind mit je 25 % Anteil am Gesellschaftskapital die Branchenverbände, der Bundesverband deutscher Omnibusunternehmen e. V. (bdo), der Bundesverband SchienenNahverkehr e. V. (BSN), der Verband Deutscher Verkehrsunternehmen e. V. (VDV) sowie die Deutschlandtarifverbund GmbH (DTVG) als Verbund der Eisenbahnverkehrsunternehmen des Nahverkehrs.

Die Unterzeichnung des bundesweiten Vertrages durch die VRS GmbH erfolgte am 27. Juni 2025 bei der Versammlung durch die beiden Geschäftsführer Michael Vogel (re.) und Dr. Norbert Reinkober (li.)



Was ist die Rolle des KCM?

Das KCM übernimmt für die ÖPNV-Landschaft in NRW im Zusammenhang mit der Einnahmenaufteilung des Deutschlandtickets derzeit folgende Aufgaben:

- Mitwirkung bei der Gestaltung des Einnahmenaufteilungsverfahrens und Wahrnehmung der Interessen der Branche in NRW im Rahmen der Unterarbeitsgruppe Einnahmenaufteilung Deutschlandticket
- Teilnahme an und Mitarbeit in der Unterarbeitsgruppe Nutzungsdatenerfassung, unter anderem federführende Ausschreibung eines bundesweiten Feldtests
- Koordinierung der internen Abstimmungen und Beratungen zur Umsetzung der erforderlichen Prozesse in NRW im Rahmen des NRW-Projektteams Einnahmenaufteilung Deutschlandticket
- Übernahme der Rolle der NRW-weiten Clearingstelle (auch Landesvehikel genannt) für die Stufe zwei
- Erstellung eines Vertragsentwurfes für das NRW-weite Clearing

Wie ist der Stand bei den Verträgen zur Einnahmenaufteilung?

Im Februar 2025 wurde der bundesweite Einnahmenaufteilungsvertrag zur Stufe zwei durch die Verkehrsministerkonferenz beschlossen. Über 90 % der relevanten Verkehrsunternehmen sowie Tariforganisationen haben diesen bis Ende Juni 2025 unterzeichnet. Die konkrete Umsetzung der Stufe zwei soll rückwirkend ab August 2025 starten. Über eine rückwirkende Anwendung ab dem 01.01.2025 wird die Verkehrsministerkonferenz im Sommer entscheiden. Die Beschlüsse sowie die Unterzeichnung des NRW-weiten Einnahmenaufteilungsvertrags konnten ebenfalls im Juni erfolgen.

Ausschreibung für ein Konzept

Die digitale Nutzungsdatenerfassung für das Deutschlandticket

Eduard Rollmann (Leiter KCM), Marius Meyer (KCM)

Hintergrund

Die Einführung des Deutschlandtickets brachte eine bundesweit einheitliche Tariflösung, die das Reisen über Verbund- und Tarifgrenzen hinweg in ganz Deutschland vereinfacht hat. Das Deutschlandticket ist als digitales Produkt erhältlich, wobei das Nutzungsverhalten derzeit durch Marktforschungen untersucht wird. Eine flächendeckende, nutzungsbasierte Auswertung des Fahrverhaltens erfolgt jedoch noch nicht mit ausreichender Genauigkeit.

Am 20. März 2023 beschloss der Koordinierungsrat Deutschlandticket den „Leipziger Modellansatz“, der eine nachfrageorientierte Verteilung der Deutschlandticket-Einnahmen ab 2026 vorsieht. Die Sonder-Verkehrsministerkonferenz bestätigte diesen Ansatz am 29. April 2024. Um die Einnahmen sachgerecht und nutzungsorientiert zu verteilen, ist eine weitgehend digitale Erfassung des Fahrverhaltens notwendig.

Ausschreibungsziel

Ziel der Ausschreibung war die Entwicklung eines Umsetzungskonzepts für ein digitales System zur Nutzungserfassung des Deutschlandtickets. Dieses Konzept sollte eine einheitliche Datenbasis für eine gerechte Einnahmeverteilung schaffen. Die Erfassung sollte über Smartphone-Apps mit GPS und Modalitätserkennung sowie ergänzendem Einsatz von Bluetooth-Beacons erfolgen. Weitere Technologien wie automatische Fahrgastzählsysteme und Mobilfunkdaten sollten die Datenbasis ergänzen.





Rahmenbedingungen

Die Erfassung muss deutschlandweit einheitlich und digital erfolgen. Die Daten sollen auf Ebene der Tariforganisationen, Verkehrsunternehmen und Länder zugeordnet werden können. Die künftige Einnahmenaufteilung ist bislang noch nicht festgelegt worden, erste Ideen basieren auf einer individuellen Nutzung des Tickets, wobei die Anzahl der Fahrten und die Fahrtweite berücksichtigt werden. Die Fahrten würden gewichtet und zu Fahrteneinheiten umgerechnet, um den Erlös je Fahrteneinheit zu bestimmen.

Technologie und Infrastruktur

Das Konzept umfasst die Beschaffung einer mobilen Applikation und Beacons zur Datenerhebung sowie eines zentralen Systems zur Speicherung und Verarbeitung der Nutzungsdaten. Die Technologie muss energiesparend arbeiten und die Erfassung der Bewegungsdaten auf die ÖPNV-Nutzung beschränken. Eine Abhängigkeit von einem Anbieter oder einer Technologie ist zu vermeiden.

Ausschreibung

Die Ausschreibung wurde durch das KCM durchgeführt und am 07.03.2025 veröffentlicht. Den Zuschlag hat die Mobilité Unternehmensberatung GmbH, die in einer Bietergemeinschaft mit dem infas – Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH und MOTIONTAG GmbH aufgetreten ist, erhalten.

Geplantes weiteres Vorgehen

Das Konzept bildet die Grundlage für potenzielle Feldtests mit einer voraussichtlichen Dauer von sechs Monaten, die die Tauglichkeit der Technologie in unterschiedlichen Raumtypen und Verkehrsmitteln sowie die Datenqualität für den Zweck der Einnahmenaufteilung überprüfen sollen. Die Feldtests sind in zwei Phasen unterteilt: Proof of Technology (PoT) und Proof of Concept (PoC). Die Ergebnisse der Feldtests fließen in die finale Umsetzung des Systems ein.

Zusammen für Veränderung: Branchennews

2025 sind wir am Zug – mit innovativen Projekten, klaren Fakten, Visionen und einer aktivierenden Recruiting-Kampagne, mit der wir dazu einladen Teil der ÖPNV Familie zu werden. Starke Botschaften, klare Ziele – good News!



Bahnen in NRW

Neue Kampagne für die Bahnen in NRW: „Jetzt bist du am Zug!“

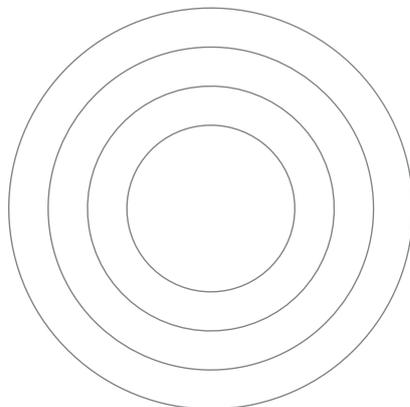
Mathias Volk (KCM)

2025 setzen die Bahnen in NRW auf eine innovative Aktivierungskampagne, um potenzielle neue Mitarbeiter*innen anzusprechen und für die Bahnfamilie zu gewinnen. Die neue Kampagne trägt den Titel „Jetzt bist du am Zug!“ und zielt darauf ab, die Zielgruppen in ihrer aktuellen emotionalen Lage abzuholen und zu aktivieren.

Dabei greift sie die frustrierenden und skurrilen Erlebnisse auf, die Menschen auf Jobsuche und im Berufsalltag häufig erleben. Von unnötigen Tipps bis hin zu unerwünschten Dialogen – die Kampagne bezieht sich direkt auf diese Pain-Points und bietet eine echte Lösung: einen neuen Job in der Bahnfamilie. Die Botschaft ist klar: Hier geht es wirklich um dich.

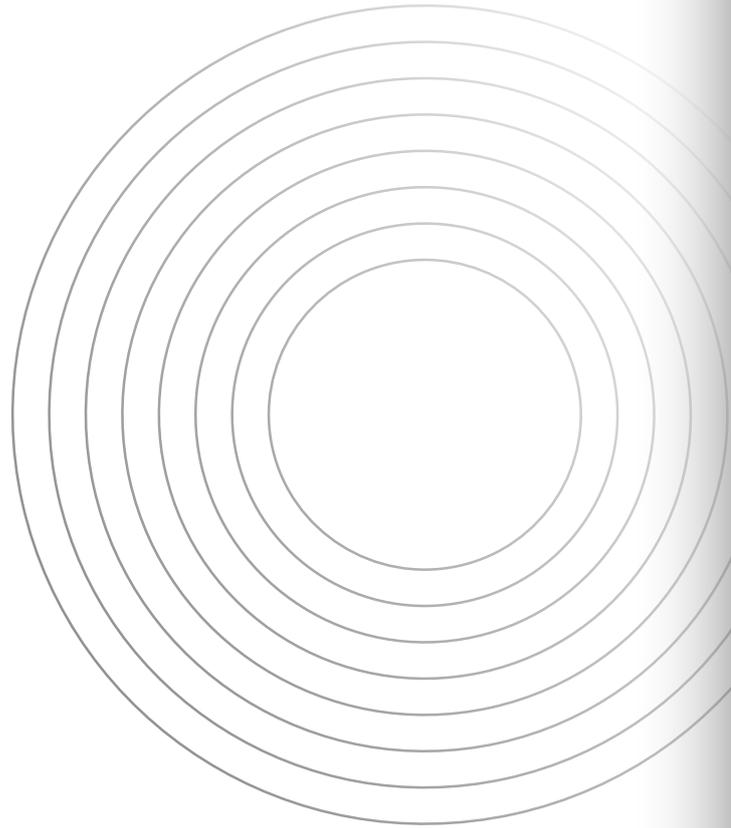
Am 30. Mai 2025 fand das Shooting für die neue Kampagne am Flughafen Köln/Bonn statt. Unter Beteiligung der Mitarbeiter*innen der Eisenbahnverkehrsunternehmen wurden authentische Einzelmotive für die Berufe Triebfahrzeugführer*in und Kundenbetreuer*in sowie ein neues Gruppenmotiv produziert. Dieses Gruppenmotiv wird als Keyvisual für die KarriereSchiene fungieren. Zusätzlich wurden Videosequenzen aufgenommen, die in der Vermarktung, auf der Website und in den sozialen Medien eingebunden werden.

In den vergangenen Jahren haben die Bahnen in NRW verschiedene kreative Routen entwickelt, um die Vielfalt und die Gemeinschaft der Bahnfamilie zu betonen.



Es gab eine Entwicklung von „WIR“ in den Jahren 2021/22 über „DU + WIR“ in den Jahren 2023/24 hin zu „DU“ im Jahr 2025. Die bisherigen Kampagnen haben die Zusammengehörigkeit und die spannenden Berufsperspektiven in der Bahnbranche hervorgehoben und ein starkes Gemeinschaftsgefühl geschaffen.

Mit dem neuen Kampagnensatz „Jetzt bist du am Zug!“ setzen die Bahnen in NRW eine frische und mutige Kernbotschaft um, die die Zielgruppen direkt anspricht und zum Handeln motiviert. Die Kampagne zeigt, dass die Bahnfamilie nicht nur ein Arbeitgeber ist, sondern eine Gemeinschaft, die ihre Mitglieder unterstützt und fördert. Es ist Zeit, die Mobilität der Zukunft aktiv mitzugestalten: Jetzt bist du am Zug!



**BERUFLICH WAS VON
DER WELT SEHEN?**

JETZT BIST DU AM ZUG!



Durchstarten als Triebfahrzeugführer*in
bahnen.nrw/lok



VDV-Leistungskostengutachten

Jetzt ist der Moment, starke Signale zu setzen

Lars Wagner, Leiter Strategie & Kommunikation (VDV)

Der öffentliche Personennahverkehr ist das Rückgrat der Mobilitätswende. Darüber herrscht parteiübergreifend und gesellschaftlich breiter Konsens. Doch der politische Wille allein reicht nicht aus, um den notwendigen Ausbau des Angebots in Städten und ländlichen Regionen tatsächlich umzusetzen. Mit dem neuen, gerade veröffentlichten Leistungskostengutachten des VDV liegt eine fundierte und detaillierte Datengrundlage vor, die zeigt, was die Branche bis 2040 leisten kann und was es kosten wird. Damit dieses Gutachten seine Wirkung entfalten kann, braucht es mehr als ein gutes Zahlenwerk: Es braucht eine kraftvolle, koordinierte Kommunikationsinitiative der gesamten Branche, um die politischen Entscheider in Bund, Ländern und Kommunen davon zu überzeugen, dass jetzt der richtige Zeitpunkt ist, um in einen besseren ÖPNV der Zukunft zu investieren.

Warum das Leistungskostengutachten so wichtig ist

Mit dem Gutachten liegt eine belastbare Abschätzung vor, was die Umsetzung verschiedener verkehrspolitischer Ziele, unter anderem des Koalitionsvertrags der aktuellen Bundesregierung, konkret im ÖPNV bedeuten würde – in Fahrplan-kilometern, in Fahrzeugen, in Infrastrukturausbau und vor allem in Euro.

Das Gutachten beantwortet die entscheidende Frage: Was kostet ein erheblich umfangreicheres ÖPNV-Angebot für alle überall bis 2040 und wie lassen sich diese Kosten planbar, effizient und solidarisch finanzieren? Damit bietet es Politik, Aufgabenträger*innen und Verkehrsunternehmen eine realistische Planungsgrundlage für die kommenden Haushaltsverhandlungen, Förderprogramme und strategischen Entscheidungen auf Bundes-, Landes- und kommunaler Ebene.

Gemeinsam statt einzeln: Warum die Branche mit einer Stimme sprechen sollte

Die Anforderungen an den ÖPNV steigen bei gleichzeitig enormem Finanzierungsdruck. In dieser Situation ist es essenziell, dass die Branche geschlossen und koordiniert auftritt. Das Leistungskostengutachten ist dafür der ideale Aufhänger: Es liefert die Argumente, die Zahlen und die Vision, die wir brauchen, um politische Unterstützung zu mobilisieren, Haushaltsmittel zu sichern und Vertrauen in unsere Zukunftsfähigkeit zu schaffen.

Eine gemeinsame Kommunikation sichert dabei:

- Reichweite und Sichtbarkeit in Medien, Politik und Gesellschaft
- Kohärenz der Botschaften: Alle reden über dasselbe Ziel mit einheitlicher Grundlage.
- Glaubwürdigkeit und Vertrauen: Eine koordinierte Branche wirkt geschlossen und verlässlich.
- Resonanz bei Fahrgästen: Wer versteht, wofür der Ausbau gebraucht wird, steht hinter der Finanzierung und unterstützt unsere Forderungen.

Kommunikation als strategisches Werkzeug

Mit einer bundesweiten, öffentlichkeitswirksamen Kommunikation können wir das Gutachten gezielt bei Entscheidungsträgern in Bundestag und Landesparlamenten, bei Ministerien und Verwaltungen sowie bei kommunalen Aufgabenträgern und Mandatsträgern positionieren. Gleichzeitig senden wir ein starkes Signal an die Fahrgäste und die Öffentlichkeit: Der ÖPNV steht bereit, Verantwortung zu übernehmen, wenn die politischen Rahmenbedingungen stimmen.

Durch koordinierte flankierende Maßnahmen wie Pressearbeit, Social Media, Fachveranstaltungen und Hintergrundgespräche lassen sich die Ergebnisse des Gutachtens in eine breite gesellschaftliche Debatte über Mobilität, Daseinsvorsorge und Klimaschutz einbetten.

Jetzt ist der Moment

Das Leistungskostengutachten ist mehr als ein Zahlenwerk. Es ist ein politisches Werkzeug. Es macht den immensen Beitrag des ÖPNV zur Erreichung der Klimaziele sichtbar, quantifizierbar und planbar. Deshalb ist jetzt der richtige Zeitpunkt, es im Rahmen einer gemeinsamen, koordinierten Kommunikationsinitiative bekannt zu machen, im Schulterschluss von Verkehrsunternehmen, Verbänden, Aufgabenträger*innen und politischen Unterstützer*innen. Nur wenn wir unsere Argumente geschlossen, verständlich und laut genug in die Öffentlichkeit tragen, wird die notwendige Finanzierungsperspektive für den ÖPNV bis 2040 Realität.

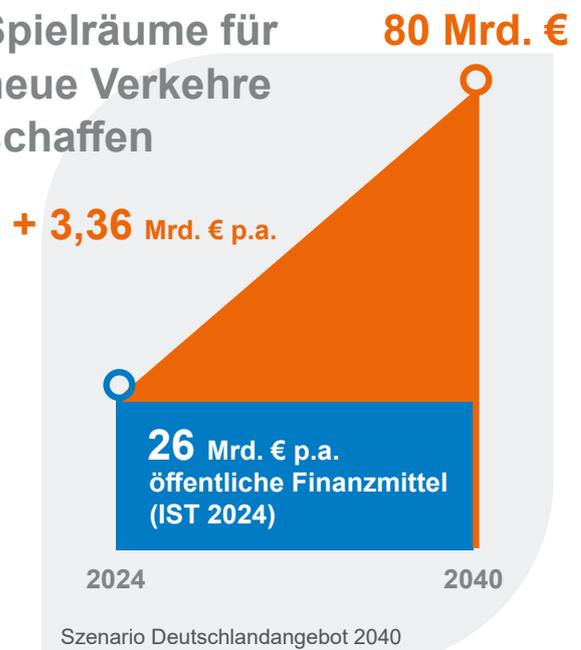


Das VDV-Leistungskostengutachten zeigt in zwei Szenarien den Investitionsbedarf in den deutschen ÖPNV von 2024 – 2040

Steigende
Kosten
auffangen



Spielräume für
neue Verkehre
schaffen



Mehr Infos zum VDV-Leistungskostengutachten unter vdv.de/oepnv2040

Digitalisierungsoffensive

Die ÖPNV-Digitalisierungsoffensive NRW: Schrittmacher der digitalen Mobilität

Concetta Wilhelm (KCD)

Ein Stecker passt selten überall – warum Standards im ÖPNV so wichtig sind

Wer schon einmal auf Reisen versucht hat, ein Gerät mit einem fremden Steckdosenentyp zu verbinden, kennt das Problem: Vieles ist technisch vorhanden, doch es passt in den seltensten Fällen zusammen. Ein ähnliches Bild zeigt sich im öffentlichen Nahverkehr: Verschiedene Ticketing-Systeme, Datenformate, Vertriebswege und Prozesse existieren nebeneinander – doch sie greifen nicht nahtlos ineinander. Gerade für Fahrgäste,

die überregional unterwegs sind, wird das schnell zum Hindernis.

Die gute Nachricht: In Nordrhein-Westfalen arbeiten Verkehrsunternehmen, Aufgabenträger, Verkehrsverbünde und das Verkehrsministerium gemeinsam daran, genau das zu ändern. Seit 2017 verfolgt die ÖPNV-Digitalisierungsoffensive NRW (DO) das Ziel, den öffentlichen Verkehr digitaler, einheitlicher und damit einfacher zu gestalten – mit einem klaren Anspruch: Menschen in NRW sollen sich unkompliziert, multimodal und barrierefrei bewegen können. Möglich wird das nur, wenn Systeme zueinander passen. Und dafür braucht es Standards, Kooperationen und eine gemeinsame Strategie.

In den vergangenen Jahren hat die DO bereits viel erreicht: Projekte wie eezy.nrw, der landesweite eTarif, das Check-in-/Check-out-System oder das im



Dr. Maximilian Müller beim Netzwerktreffen
ÖPNV-DigiCamp 2024

Projekt easyConnect zwischen Köln und Maastricht pilotierte grenzüberschreitende Reisen zeigen, dass gemeinsame Lösungen erfolgreich sind. Auch die Verbesserung der Datenqualität für Auskunftssysteme oder die Integration von multimodalen Angeboten wie On-Demand-Verkehren wurden durch die Zusammenarbeit der Beteiligten vorangebracht.

Seit dem Start der Initiative hat sich viel verändert: Neue gesetzliche Anforderungen wie das novellierte Personenbeförderungsgesetz (PBefG), das Deutschlandticket, die anstehende Einführung eines Mobilitätsdatengesetzes und technologische Entwicklungen wie Künstliche Intelligenz oder Account-Based-Ticketing erfordern eine Neuausrichtung. Darum wurde die DO unter Beteiligung aller Partner strategisch weiterentwickelt – festgehalten in einer zweiten, offen formulierten Absichtserklärung, die weiteren Partnern den Beitritt ermöglicht.



Die DO hat keine starre Struktur, sondern ist eine lernende Strategie. Die besten Lösungen entstehen durch Ausprobieren, Beteiligung und gemeinsames Lernen. Unter dem Motto „Von der Landschaft für die Landschaft“ vernetzt die DO Akteur*innen im Land, bündelt Wissen, initiiert Digitalprojekte und begleitet diese auf dem Weg zur Umsetzung.

Die Koordination erfolgt durch das Kompetenzzentrum Digitalisierung (KCD) gemeinsam mit dem Kompetenzzentrum Marketing (KCM) und der Zentralen Koordinierungsstelle (ZKS). Sie entwickeln und unterstützen Projektvorhaben, vernetzen Beteiligte und sorgen für eine schlanke, agile Organisation.

Sechs Handlungsfelder für eine digitale Mobilitätswende

Im Rahmen von Workshops und Netzwerktreffen wurden sechs inhaltliche Schwerpunkte erarbeitet, die als Orientierung für neue Projekte dienen:

1.

Barrierefreies Reisen digital unterstützen

Mobilität soll für alle nutzbar sein – durch digitale Lösungen, die Informations- und Zugangshürden abbauen.

2.

Information und Datenqualität erhöhen

Aktuelle, konsistente Daten sind die Grundlage für zuverlässige Fahrgastinformationen und intermodale Reiseketten.

3.

Neue Techniken für den digitalen Fahrschein implementieren

Einfache, bargeldlose und einheitliche Vertriebssysteme erhöhen die Nutzer*innenfreundlichkeit und senken Systemkosten.

4.

Digitale Angebote auf Kundenbedürfnisse ausrichten

Der Mensch steht im Mittelpunkt – Angebote müssen flexibel, differenziert und lebensnah sein.

5.

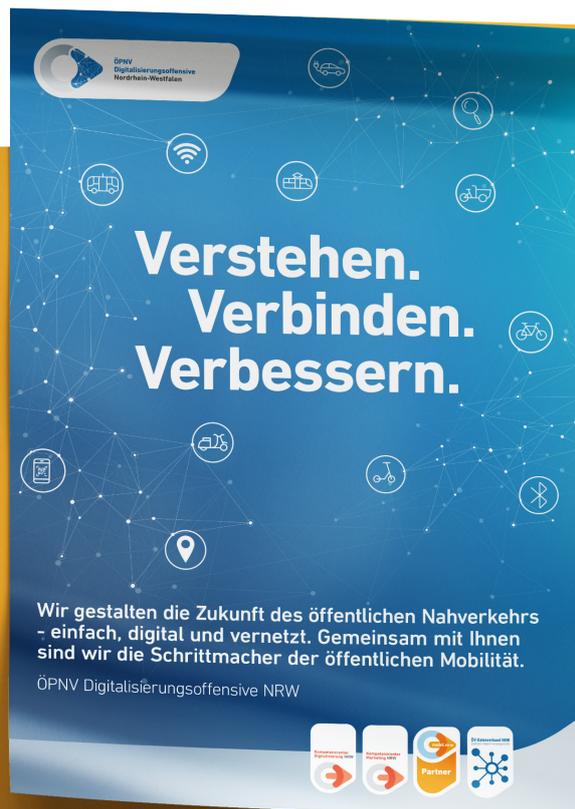
Hintergrundsysteme harmonisieren und standardisieren

Weniger Systembrüche, mehr Effizienz: Standardisierte, sichere IT-Infrastrukturen stärken den Betrieb und sorgen für mehr Innovation.

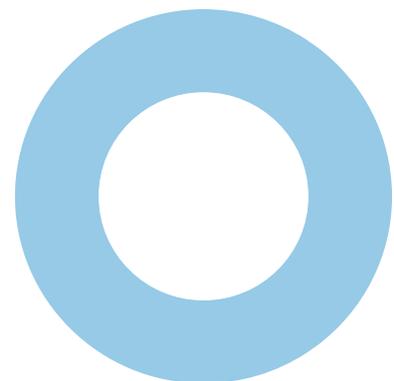
6.

Grenzüberschreitende Mobilität digital ermöglichen

Projekte wie „easyConnect“ zeigen, wie interoperable Lösungen das Reisen nach Belgien oder in die Niederlande vereinfachen.



Ein weiterer Meilenstein ist bereits in Arbeit: eine digitale Kooperationsplattform, die 2026 eingeführt werden soll. Sie wird den Austausch unter den Akteur*innen erleichtern, die Projektabwicklung strukturierter gestalten sowie den Zugang zu Wissen, Dokumenten und Ansprechpartner*innen verbessern. Damit wird aus vielen Einzellösungen ein großes Ganzes – genau wie bei den zu Beginn erwähnten Steckdosen. Denn wenn alles ineinandergreift, wird aus technischer Vielfalt echte, nutzbare Mobilität für die Fahrgäste.



Weitere Informationen zur Digitalisierungsoffensive NRW finden Sie unter: digitalemobilitaet.nrw

Kundenzufriedenheit in NRW

Sonderauswertung des NRW-Kunden- barometers 2024

Monika Schreiber (KCM)

Wie in den Jahren zuvor gab es 2024 zahlreiche gewichtige äußere Einflussfaktoren für den ÖPNV, die sich auf die Zufriedenheit der ÖPNV-Kund*innen in NRW auswirkten: Neben dem 2023 eingeführten Deutschlandticket hatten sich nach 2022 die Sprit- und Energiekosten wieder etwas normalisiert, große SPNV-Bauprojekte wurden fortgeführt sowie weitere begonnen.

Das Kompetenzzentrum Marketing NRW (KCM) nutzte das gemäß dem üblichen Zweijahresrhythmus vorgesehene NRW-Kundenbarometer 2024, um erneut die aktuelle Zufriedenheit der Nahverkehrskund*innen in NRW abzubilden.

Beim NRW-Kundenbarometer 2024 wurden von September 2024 bis Anfang Dezember 2024 rund 18.700 ÖPNV-Kund*innen befragt. Die Beurteilung der 26 Merkmale erfolgte anhand der bewährten verbalen Skala von vollkommen zufrieden (= 1) bis unzufrieden (= 5).



ÖPNV-Kund*innen in NRW 2024 im Allgemeinen erneut deutlich weniger zufrieden

Abbildung 1 zeigt die Entwicklung ausgewählter Zufriedenheitsergebnisse der ÖPNV-Nutzer*innen aus NRW seit 2020.

Nachdem 2022 die allgemeine (Global-)Zufriedenheit der ÖPNV-Kund*innen in NRW bereits von 2,87 (2020) auf 3,11 gefallen war, ist sie 2024 erneut signifikant niedriger und liegt nun bei 3,16.

Weniger zufrieden sind die Fahrgäste auch mit dem überwiegenden Teil der abgefragten Leistungsmerkmale, lediglich mit dem Luftlinientarif eezy.nrw, dem Fahrpersonal, den Tarifsystemen sowie dem Preis-Leistungs-Verhältnis sind die ÖPNV-Nutzer*innen 2024 deutlich zufriedener als 2022. Die beiden letztgenannten Bewertungen hatten sich 2022 zunächst signifikant gegenüber 2020 verschlechtert, um sich dann 2024 wieder deutlich zu verbessern (Tarifsysteme) bzw. die Bewertung aus 2020 sogar zu übertreffen (Preis-Leistungs-Verhältnis). In diesen Bewertungen spiegelt sich zum einen wider, dass der Befragungszeitraum der Vorgängerstudie im Herbst 2022 direkt an den 9-Euro-Ticket-Zeitraum grenzte. Mit dem 9-Euro-Ticket konnte man den ÖPNV in den Sommermonaten 2022 für 9 Euro pro Monat deutschlandweit nutzen. Dass dieses Ticket nicht weiterhin angeboten wurde, sondern wieder die normalen Tarife und Preise galten, war sicherlich ein Hauptgrund für die erheblich schlechtere Bewertung dieser beiden

Ausgewählte Zufriedenheitswerte – Entwicklung seit 2020

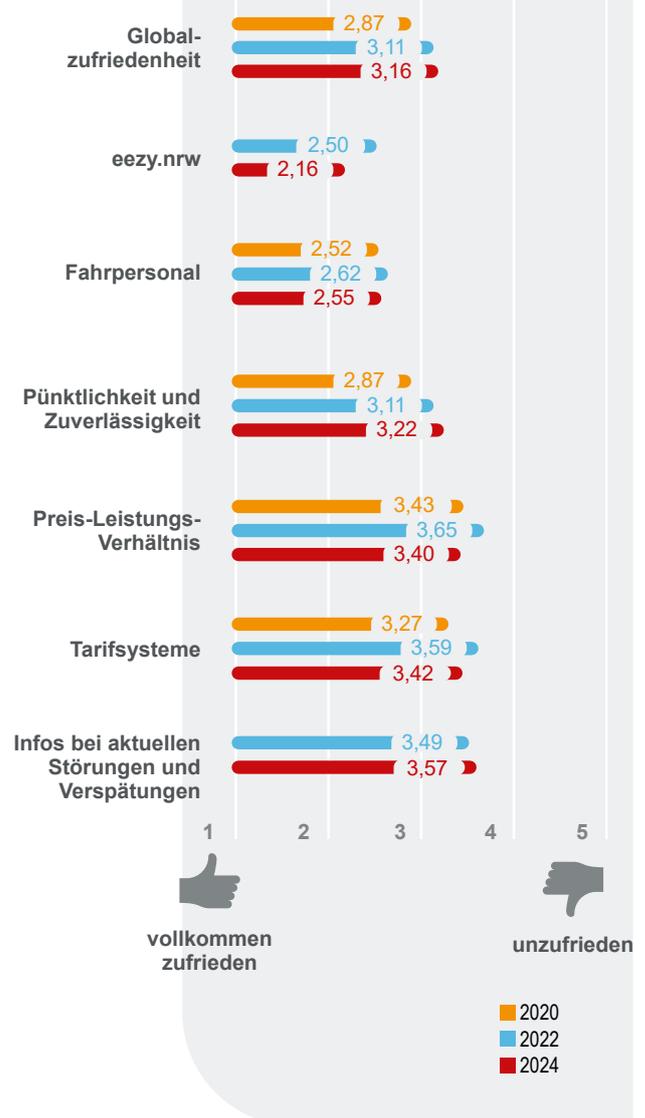


Abb. 1: Entwicklung ausgewählter Zufriedenheitsergebnisse seit 2020

Aspekte. Zum anderen gibt es seit Mai 2023 das Deutschlandticket, mit dem man (zum Befragungszeitpunkt im Herbst 2024) für 49 Euro pro Monat den Nahverkehr in ganz Deutschland nutzen konnte – mit

weiteren, rabattierten Ticketvarianten (z. B. für Schüler*innen, Student*innen oder als JobTicket) sogar noch günstiger.

Insgesamt gesehen liegen die Zufriedenheitswerte für die Tarifsysteme und das Preis-Leistungs-Verhältnis nach wie vor auf den letzten Plätzen aller Zufriedenheitswerte. Lediglich die Bewertung der Informationen bei aktuellen Störungen und Verspätungen fällt noch schlechter aus. Sie liegt 2024 bei 3,57 und hat sich somit im Vergleich zur ohnehin nicht guten Einstiegsbewertung aus 2022 (3,49) nochmals deutlich verschlechtert. Hier zeigen sich – wie auch beim Merkmal Pünktlichkeit und Zuverlässigkeit (Bewertung 3,22 in 2024) – die Auswirkungen der vielen großen Baustellen im SPNV. Diese schränken derzeit die Qualität stark ein, wovon ein

Großteil aller ÖPNV-Nutzer*innen aus NRW betroffen ist. Neben der Qualität des Fahrangebots an sich scheint auch die Information über aktuelle Einschränkungen nicht gut zu funktionieren, was die Kund*innen mit der schlechten Bewertung zum Ausdruck bringen.

Der Luftlinientarif eezy.nrw ist 2022 mit einer bereits sehr guten Einstiegsbewertung von 2,50 als neuer Leistungsaspekt hinzugekommen. 2024 hat sich diese Note nochmals erheblich verbessert und liegt aktuell bei 2,16 – eezy.nrw hat somit die größte Verbesserung in der gesamten Studie 2024 erfahren und liegt nun auf Platz 2 der Rangreihe aller Leistungsmerkmale. Noch etwas besser bewerten die Kund*innen nur den Kauf eines Handytickets mit 2,14.

Anteil der Deutschlandticket-Nutzer*innen

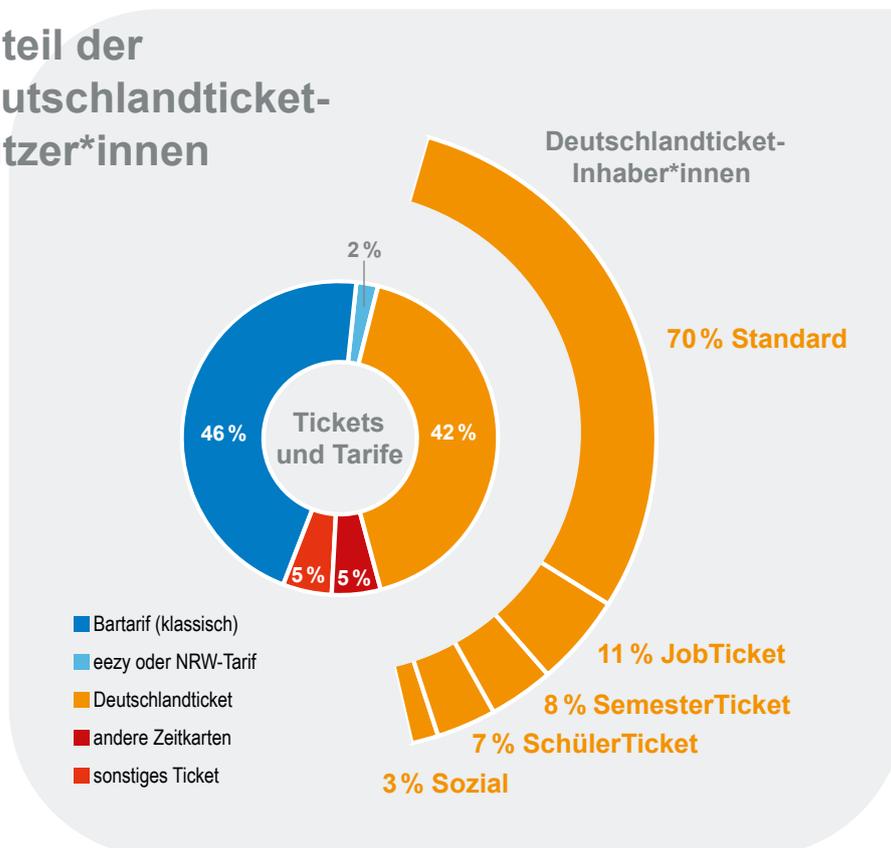


Abb. 2: Deutschlandticket-Besitz und Varianten

Hinweis: aufgrund von Rundungen ungleich 100 %

Deutschlandticket

Fast die Hälfte der ÖPNV-Nutzer*innen in NRW ab 16 Jahren geben im NRW-Kundenbarometer 2024 an, für ihre Fahrten hauptsächlich den klassischen Bartarif zu nutzen. Gut vier von zehn besitzen ein Deutschlandticket. Die meisten davon (70 %) besitzen die Standardvariante des Deutschlandtickets für (zum Befragungszeitpunkt im Herbst 2024) 49 Euro pro Monat. Weitere 11 % haben die rabattierte JobTicket-Variante, 8 % haben das Deutschlandticket als Semesterticket, 7 % das Deutschlandticket für Schüler*innen und 3 % das Deutschlandticket sozial (Abb. 2). Insbesondere der vergleichsweise niedrige Anteil an Inhaber*innen des Deutschlandtickets für Schüler*innen dürfte der Altersgrenze von 16 Jahren bei den Befragten im NRW-Kundenbarometer geschuldet sein und fällt in der Gesamtbevölkerung sicherlich höher aus.

Über die Hälfte der Deutschlandticket-Inhaber*innen besitzen das Ticket in Form einer Chipkarte. Alle anderen haben die digitale Variante auf dem Smartphone (Abbildung 3).

Deutschlandticket als Chipkarte oder digital

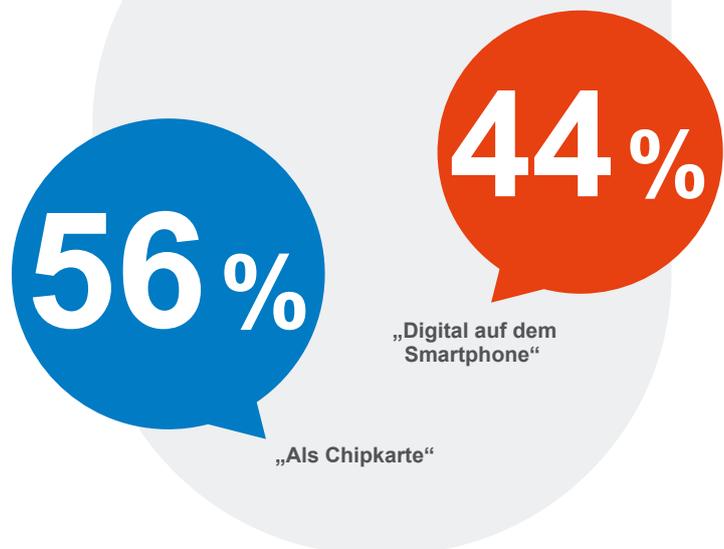


Abb. 3: Deutschlandticket nach Trägermedium

Zufriedenheit der Deutschlandticket-Inhaber*innen

Wie Abbildung 4 zeigt, unterscheidet sich die Zufriedenheit der Deutschlandticket-Inhaber*innen je nach Aspekt deutlich von der der übrigen ÖPNV-Nutzer*innen.

Die allgemeine (Global-)Zufriedenheit der Deutschlandticket-Inhaber*innen liegt mit 3,11 signifikant über der der Nicht-Inhaber*innen (3,20) und auch das Preis-Leistungs-Verhältnis sowie die Tarifsysteme werden von den Deutschlandticket-Inhaber*innen signifikant besser bewertet. Vor allem beim Preis-Leistungs-Verhältnis geht die „Schere“ sehr deutlich auseinander: Die Differenz beträgt 0,59 und damit fast zwei Drittel einer „Note“ auf der Kundenbarometer-Skala.

Wer kein Deutschlandticket hat, vergibt für die Tarifsysteme durchschnittlich die Note 3,49. Deutschlandticket-Inhaber*innen bewerten sie dagegen mit 3,29. Ein Grund hierfür liegt sicherlich darin, dass sich Deutschlandticket-Inhaber*innen nicht (mehr) mit den Tarifsystemen auseinandersetzen müssen.

Deutschlandticket-Inhaber*innen sind aber nicht grundsätzlich zufriedener als die übrigen ÖPNV-Nutzer*innen. So bewerten beide Gruppen beispielsweise die Schnelligkeit der Verbindungen annähernd gleich gut (2,72 bzw. 2,73). Fahrtbezogene Aspekte wie die Pünktlichkeit und Zuverlässigkeit, das Platzangebot oder die

Zufriedenheit nach Deutschlandticket-Besitz mit ausgewählten Leistungsmerkmalen

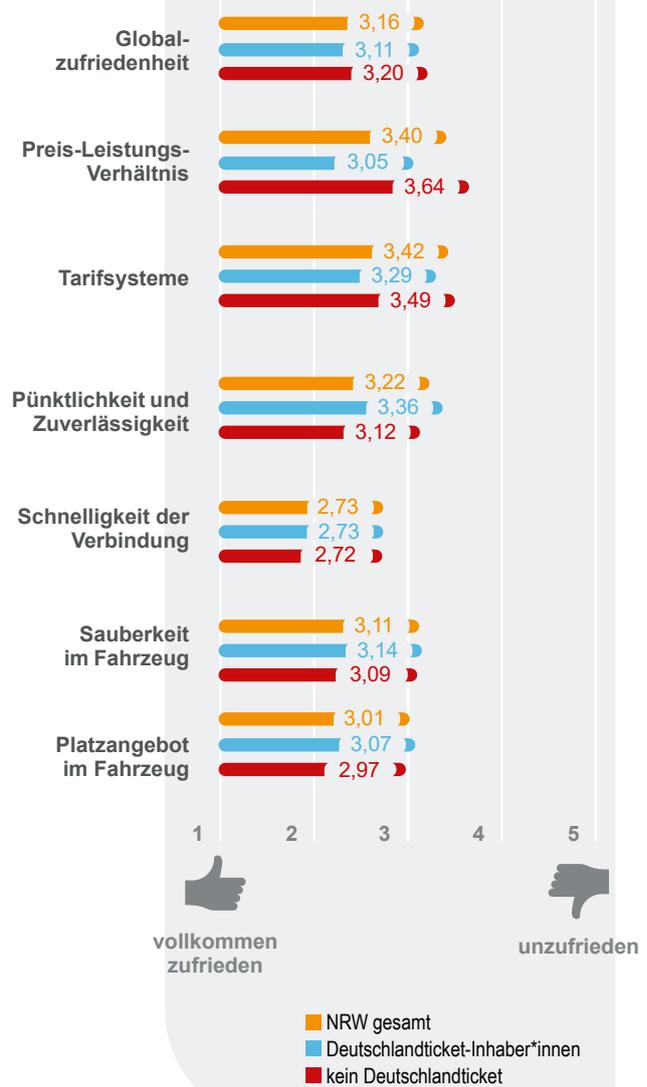


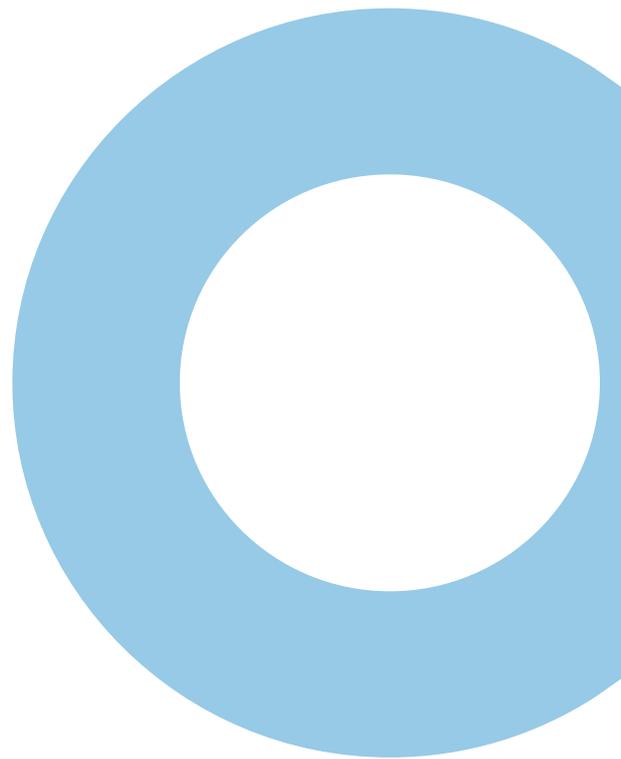
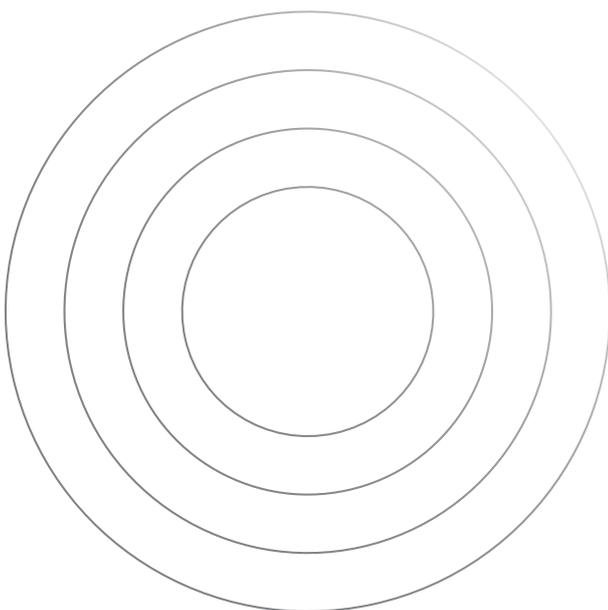
Abb. 4: Zufriedenheit nach Deutschlandticket-Besitz im Vergleich zu NRW gesamt

Sauberkeit im Fahrzeug werden dagegen von den Deutschlandticket-Inhaber*innen schlechter bewertet als von den übrigen ÖPNV-Nutzer*innen. Hauptsächlich Grund hierfür dürfte die durchschnittlich höhere ÖPNV-Nutzungshäufigkeit der Deutschlandticket-Inhaber*innen sein. Wer häufiger den ÖPNV nutzt, ist auch eher von Leistungseinschränkungen wie Verspätungen oder Ausfällen betroffen und erlebt auch eher (sehr) volle Fahrzeuge, gerade in den Hauptverkehrszeiten. Zudem rückt die Sauberkeit etwas stärker in den Fokus, wenn sie beispielsweise wiederholt nicht den Erwartungen entspricht, was ebenfalls eher bei häufigerer ÖPNV-Nutzung vorkommen kann.

Die Ergebnisse des NRW-Kundenbarometers zeigen die Bedürfnisse der Fahrgäste. Die teilweise überfälligen Baumaßnahmen sind notwendig und müssen derzeit umgesetzt werden, sodass negative Auswirkungen auf die Leistung und die Qualität des ÖPNV-

Angebotes meist nicht zu vermeiden sind. Dennoch kann zumindest an der Kommunikation dieser Auswirkungen wie Ausfälle, Verspätungen, Umleitungen etc. beispielsweise über geeignete Echtzeit-Informationskanäle gearbeitet werden, um auf diese Weise die betroffenen Fahrgäste zu unterstützen und den Unmut zu verringern.

Ob dies gelingen wird und wie sich die Situation weiter auf die Zufriedenheit der ÖPNV-Kund*innen auswirkt, wird das nächste, für das Jahr 2026 geplante NRW-Kundenbarometer zeigen.



Detaillierte Ergebnisse aller NRW-Kundenbarometer stehen als Download unter: kcm-nrw.de/service/downloads.html

Unter der Lupe

Zahlen und

Entwicklungen

Neue Tarife, neue Herausforderungen – ein ehrlicher Blick auf die aktuellen Zahlen zeigt: Im Wandel steckt die Zukunft!



Zahlen und Entwicklungen

Ein Blick aufs Zahlenwerk und dessen Hintergründe

Lukas Böhm (KCM)

Das im Mai 2023 bundesweit eingeführte Deutschlandticket revolutioniert weiterhin den ÖPNV. Nach der Einführung des rabattierten Monatstickets kam es zu ausgeprägten und nachhaltigen Wanderungsbewegungen der Kund*innen weg von den klassischen Tarifangeboten hin zum neuen Deutschlandticket. Mittlerweile fährt ein beträchtlicher Teil der Fahrgäste mit dem Deutschlandticket im ÖPNV.

2024: Die Herausforderungen gehen weiter

Die Einführung des Deutschlandtickets hat weiterhin starke Auswirkungen auf den NRW-Tarif. Anders als in 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 dazu führte, dass der NRW-Tarif eine erhebliche Anzahl an Kund*innen an das Deutschlandticket verlor.

Schadensprognose Deutschlandticket (Stand: 05.12.2024)

	ÖSPV	SPNV	Summe nach Produktart
PauschalpreisTickets	-7.592.693,74 €	-50.326.554,96 €	-57.919.248,70 €
RelationspreisTickets (inkl. eTarif pauschal)	-2.687.248,67 €	-28.982.344,40 €	-31.669.593,07 €
SemesterTickets	-6.850.899,08 €	-41.315.997,16 €	-48.166.896,24 €
BahnCard 25/50	-214.481,65 €	-2.664.969,08 €	-2.879.450,73 €
NRWplus	-679.341,93 €	-	-679.341,93 €
Gesamt	-18.024.665,07 €	-123.289.865,59 €	-141.314.530,67 €

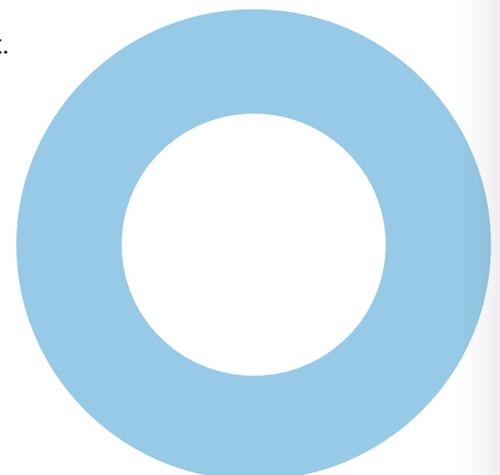
Weiterhin hohe Schadenssummen und Personalkosten

Im NRW-Tarif sanken die Gesamteinnahmen im Jahr 2024 um insgesamt 90,5 Millionen Euro. Im Vergleich zum letzten vollständigen Jahr ohne Covid-19-Pandemie (2019) steht weiterhin ein hoher Einnamenschaden von 141,3 Millionen Euro. Zudem blieb der Verlust einer großen Anzahl an Kund*innen in den Konkurrenzprodukten zum Deutschlandticket nicht unbemerkt. Im Vergleich zum Vorjahr gab es hier einen Rückgang der Einnahmen von 32,2 % bei den PauschalpreisTickets und 33 % bei den RelationspreisTickets. Aufgrund der Umstellung der SemesterTickets NRW auf das Deutschlandsemesterticket sanken die Einnahmen um 67,8 Millionen Euro. Auch die Einnahmen aus Zeitkarten für Schüler*innen und Azubis sanken um 97 %. Beim eTarif eezy.nrw (tarifraumübergreifende Fahrten) hingegen konnten die Einnahmen um 80 % auf ca. 2,4 Millionen Euro gesteigert werden.

Darüber hinaus belasteten die Verkehrsunternehmen im Jahr 2024 die gestiegenen Personalkosten durch die erfolgreichen Tarifverhandlungen.

Planungssicherheit durch Mittel von Bund und Land

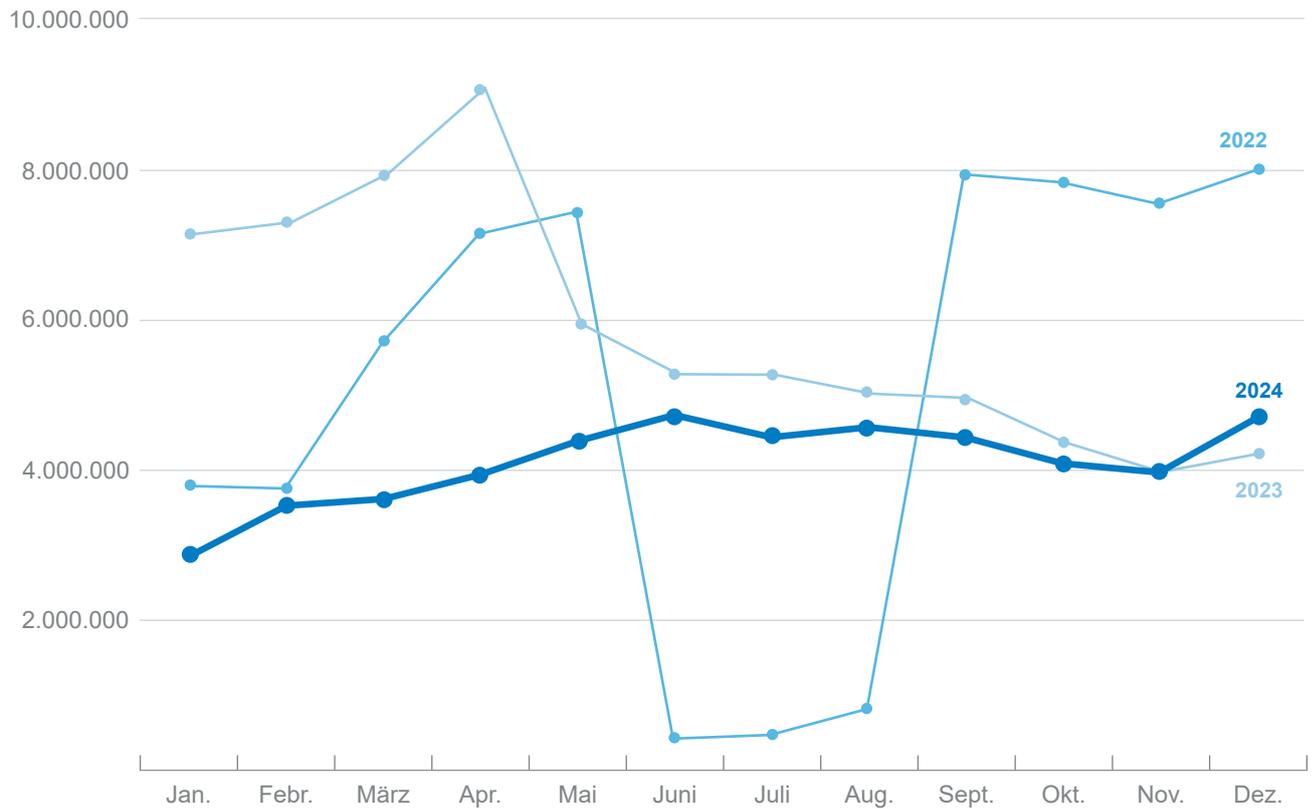
Die drohenden Einnahmenverluste durch die Einführung des Deutschlandtickets wurden von Bund und Länder frühzeitig erkannt. Da der ÖPNV systemrelevant ist und sowohl zur Daseinsvorsorge als auch zum Klimaschutz beiträgt, sollte die Einführung des Deutschlandtickets den Nahverkehr nicht gefährden. Daher haben Bund und Länder beschlossen, sich mit jeweils 1,5 Milliarden Euro pro Jahr an der Finanzierung zu beteiligen. NRW übernimmt davon 280,8 Millionen Euro. Zusätzlich erhalten die Länder jährlich 1 Milliarde Euro an Regionalisierungsmitteln zur Finanzierung des Bus- und Bahnangebots. Die Verkehrsunternehmen und Millionen von Pendler*innen im Land NRW hatten somit Planungssicherheit.



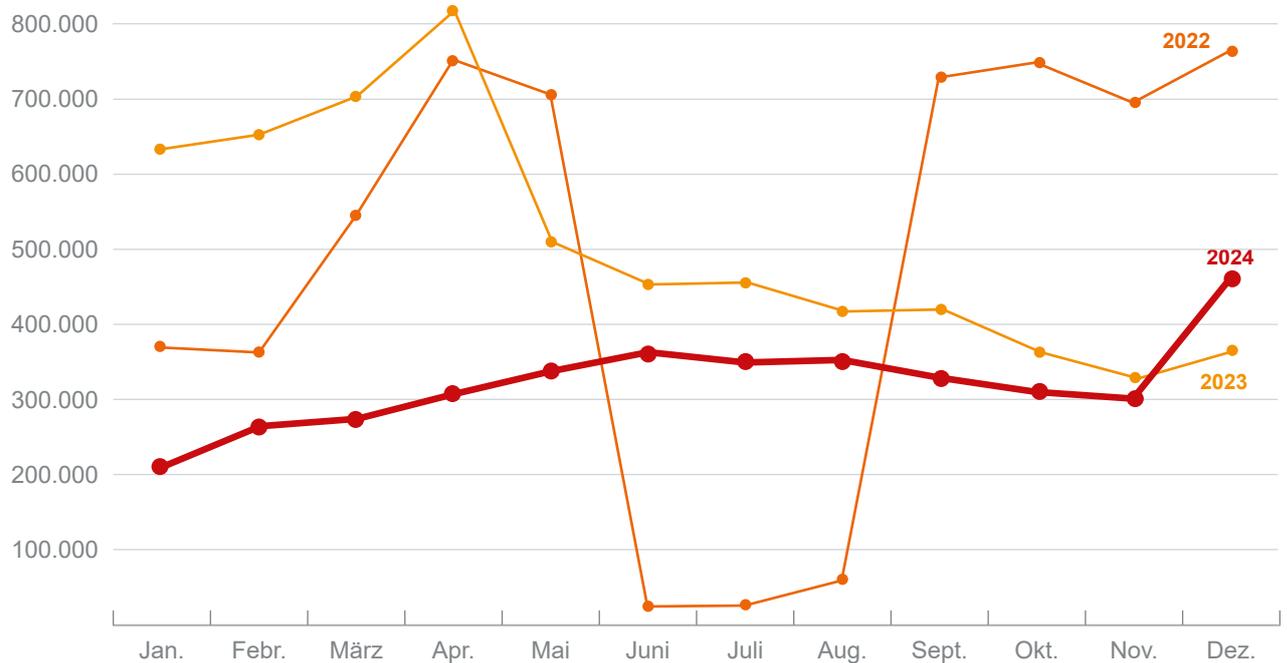
Entwicklung der Gelegenheitsfahrenden

von Januar bis Dezember im Jahresvergleich 2022 bis 2024

Einnahmen

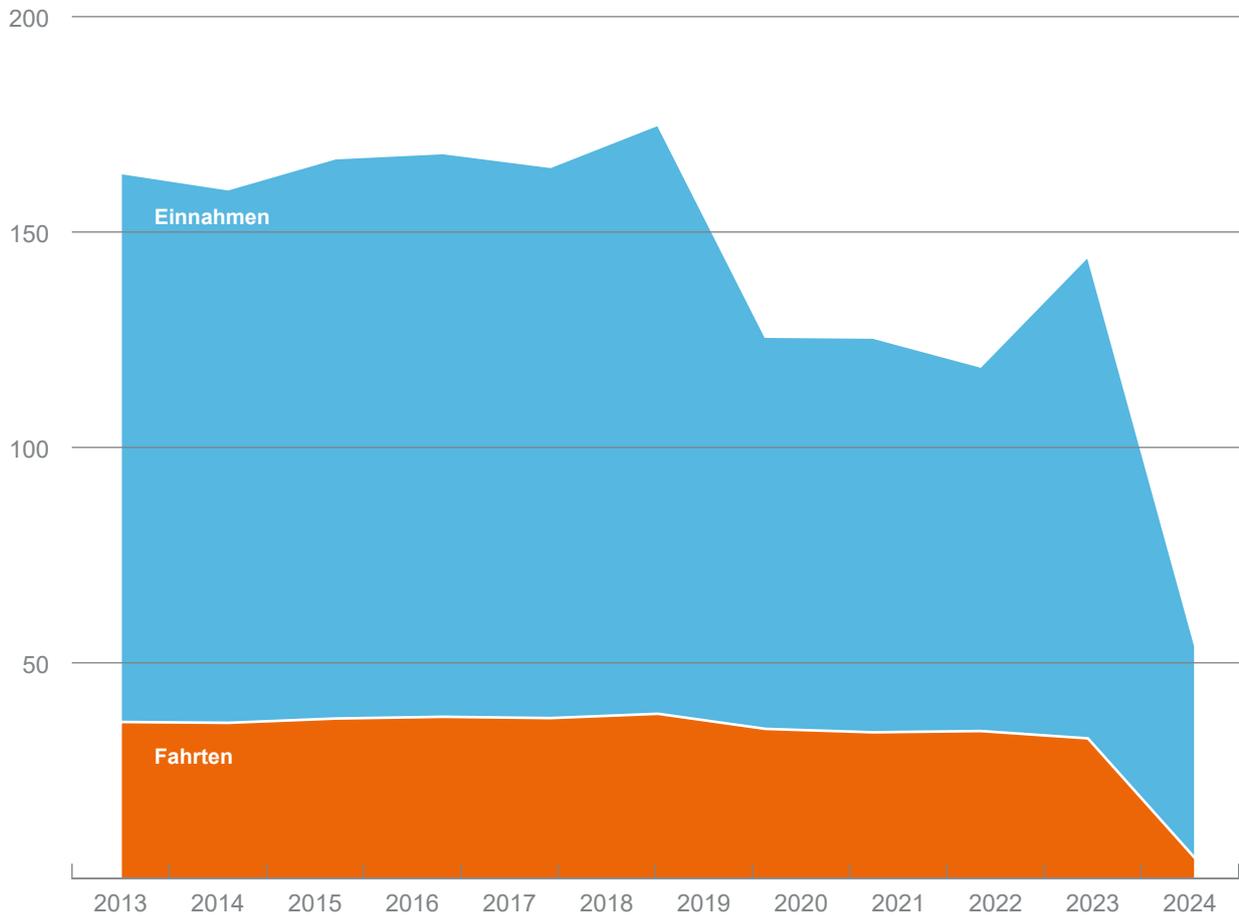


Fahrten



Fahrten und Einnahmen im NRW-Tarif

in Mio.



Preisfortschreibung 2024/2025

Hintergründe zur Preis- anpassung im NRW-Tarif

Lukas Böhm (KCM)

Aufgrund der gestiegenen Kosten für die Verkehrsunternehmen im Jahr 2024 wurden die Tickets des NRW-Tarifs zum Jahreswechsel 2024/2025 mit einer Preissteigerung von ca. 5,6% fortgeschrieben. Die Preissteigerungen sind insbesondere auf die deutlich gestiegenen Personalkosten zurückzuführen. Für die Preisfortschreibung wurde das Indexverfahren zusammen mit der ÖPNV-Landschaft in NRW überarbeitet und um weitere Faktoren angereichert.

Neben den gestiegenen Kosten hat der ÖPNV weiterhin mit erlösmindernden Faktoren zu kämpfen. Die Einführung des Deutschlandtickets entzog den Verkehrsunternehmen weitere Einnahmen und belastete somit die wirtschaftliche Lage der Verkehrsunternehmen. 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 jedoch erheblich gemindert werden.

Die Anpassung in Höhe von 5,6% im NRW-Tarif erfolgte dabei in einheitlicher Höhe 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

Auch der eezy.nrw-Tarif unterlag den Vorgaben der Musterrichtlinie zum Schadensausgleich. Entsprechend konnten tarifstrategische Überlegungen in die Preisfortschreibung von eezy.nrw nicht einfließen. Einzige Ausnahme bildet der Monatsdeckel in diesem Segment. Dieser wurde als Reaktion auf das Deutschlandticket eingeführt und ist an den Preis des Deutschlandtickets gekoppelt. Eine Anpassung auf 58 Euro wurde im Zuge der Preiserhöhung des Deutschlandtickets zum 01.01.2025 vorgenommen. Die durch diesen Deckel entstehenden Mindererlöse werden vom Land NRW gefördert.

SemesterTicket

Die Preise für das SemesterTicket NRW sind bereits bis einschließlich Wintersemester 2025/2026 genehmigt, wobei eine Anpassung von 9,22% beschlossen wurde. Für das Sommersemester 2026 und das Wintersemester 2026/2027 wird eine Preiserhöhung von 5,78% entsprechend dem einheitlichen Fortschreibungsprozentsatz von ca. 5,6% vorgenommen.

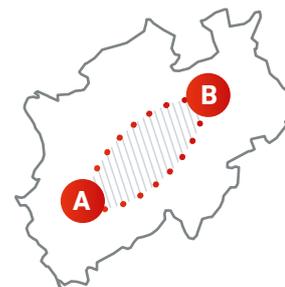
NRW-Tarif und NRWplus-Tarif

eezy.nrw (ab 01.01.2024)	2025	2024
Grundpreis		
Grundpreis Erw. 2. Klasse	1,84 €	1,74 €
Grundpreis Ki. 2. Klasse	0,92 €	0,87 €
Grundpreis Erw. 1. Klasse	2,76 €	2,61 €
Grundpreis Ki. 1. Klasse	1,38 €	1,31 €
24-Stunden-Preisdeckel		
Preisdeckel Erw. 2. Klasse	34,50 €	32,70 €
Preisdeckel Ki. 2. Klasse	17,25 €	16,35 €
Preisdeckel Erw. 1. Klasse	51,75 €	49,05 €
Preisdeckel Ki. 1. Klasse	25,88 €	24,53 €
Monatspreisdeckel (Kalendermonat)		
Preisdeckel Erw. 2. Klasse	58,00 €	49,00 €
Preisdeckel Ki. 2. Klasse	58,00 €	49,00 €
Pauschale Angebote		
Fahrradzubuchung (Preisdeckel Fahrrad)	5,90 €	5,55 €

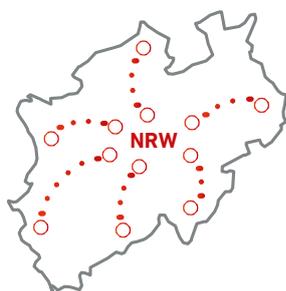


Mit eezy.nrw fahren Fahrgäste NRW-weit per App. Abgerechnet werden lediglich ein Grundpreis und die Luftlinienstrecke zwischen Start und Endpunkt.

RelationspreisTickets (plus-Beträge) (ab 10.12.2023)	2025	2024
Für eine Fahrt		
SchöneReiseTicket NRW Einzelfahrt Erw.	2,30 €	2,20 €
SchöneReiseTicket NRW Einzelfahrt Erw. BC 25	1,73 €	1,65 €
SchöneReiseTicket NRW Einzelfahrt Erw. BC 50	1,15 €	1,10 €
SchöneReiseTicket NRW Einzelfahrt Ki.	1,15 €	1,10 €
SchöneReiseTicket NRW Einzelfahrt Ki. BC 25	0,86 €	0,80 €
SchöneReiseTicket NRW Einzelfahrt Ki. BC 50	0,58 €	0,55 €
SchöneReiseTicket NRW Gruppe Einzelfahrt Erw.	1,15 €	1,10 €
SchöneReiseTicket NRW Gruppe Einzelfahrt Ki.	0,58 €	0,55 €
Für Hin- und Rückfahrt		
SchöneReiseTicket NRW Hin&Rück Erw.	4,60 €	4,40 €
SchöneReiseTicket NRW Hin&Rück Erw. BC 25	3,45 €	3,30 €
SchöneReiseTicket NRW Hin&Rück Erw. BC 50	2,30 €	2,20 €
SchöneReiseTicket NRW Hin&Rück Ki.	2,30 €	2,20 €
SchöneReiseTicket NRW Hin&Rück Ki. BC 25	1,73 €	1,60 €
SchöneReiseTicket NRW Hin&Rück Ki. BC 50	1,15 €	1,10 €
SchöneReiseTicket NRW Gruppe Hin&Rück Erw.	2,30 €	2,20 €
SchöneReiseTicket NRW Gruppe Hin&Rück Ki.	1,15 €	1,10 €
Für eine Kalenderwoche		
SchöneWocheTicket NRW	8,20 €	7,75 €
Für einen Kalendermonat		
SchönerMonatTicket NRW Schüler	21,60 €	20,40 €
Im Abonnement		
SchönerMonatTicket NRW Abo	24,05 €	22,75 €
SchönerMonatTicket NRW Schüler Abo	18,04 €	17,07 €

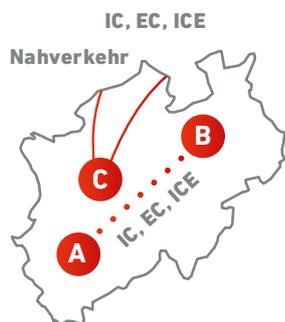


RelationspreisTickets gelten zwischen Start und Ziel in einem festen Geltungsbereich. Im Geltungsbereich sind alle Reisewege zugelassen und Fahrgäste haben freie Verkehrsmittelwahl.



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

PauschalpreisTickets (ab 01.01.2024)	2025	2024
Für eine Fahrt		
SchöneFahrtTicket NRW Erw.	24,70 €	23,40 €
SchöneFahrtTicket NRW Ki.	12,40 €	11,70 €
EinfachWeiterTicket NRW Erw. 2. Klasse	8,20 €	7,80 €
EinfachWeiterTicket NRW Ki. 2. Klasse	4,10 €	3,90 €
EinfachWeiterTicket NRW Erw. 1. Klasse	12,30 €	11,70 €
EinfachWeiterTicket NRW Ki. 1. Klasse	6,20 €	5,90 €
Für einen Tag		
SchönerTagTicket NRW Single	38,60 €	34,80 €
SchönerTagTicket NRW 5 Personen	56,60 €	52,20 €
FahrradTagesTicket NRW	5,90 €	5,55 €
Für ein Jahr		
SchönesJahrTicket NRW 2. Klasse (Vorkasse)	3.461,70 €	3.280,90 €
darin plus-Aufpreis	657,72 €	623,37 €
SchönesJahrTicket NRW 1. Klasse (Vorkasse)	4.863,69 €	4.609,66 €
darin plus-Aufpreis	657,72 €	623,37 €
SchönesJahrTicket NRW Abo 2. Klasse (monatlich)	3.634,79 €	3.444,95 €
darin plus-Aufpreis	302,90 €	287,08 €
SchönesJahrTicket NRW Abo 1. Klasse (monatlich)	5.106,87 €	4.840,15 €
darin plus-Aufpreis	425,57 €	403,35 €
Schöne60Ticket NRW Abo 2. Klasse (monatlich)	180,50 €	171,10 €
Schöne60Ticket NRW Abo 1. Klasse (monatlich)	253,64 €	240,39 €
JobTicket NRW Abo 2. Klasse (monatlich)	272,61 €	258,37 €
JobTicket NRW Abo 1. Klasse (monatlich)	383,02 €	363,01 €
NRWupgradeAzubi (monatlich)	22,00 €	21,00 €
NRWupgradeFahrrad (monatlich)	44,80 €	42,50 €
NRWupgrade1. Klasse (monatlich)	79,30 €	75,20 €
Für einen Ferienzeitraum		
SchöneFerienTicket NRW Ostern/Herbst/Winter	36,80 €	34,90 €
SchöneFerienTicket NRW Sommer	73,60 €	69,80 €



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

TeilnehmerTicket NRW (ab 01.01.2024)	2025	2024
Teilnehmerzahl von 100 bis 500 Personen (RS 1)	20,96 €	19,33 €
Teilnehmerzahl von über 500 Personen (RS 2)	16,17 €	14,91 €

SemesterTicket NRW	SS 26 WS 26/27	SS 25 WS 25/26
Für Binnenabschlüsse		
Aufpreis pro Semester	71,40 €	67,50 €
Für Standorte außerhalb von Deutschland		
Aufpreis pro Semester	85,50 €	81,00 €

NRWplus-Tarif (ab 10.12.2023)	2025	2024
NRWplus Einzelfahrt Erw.	3,90 €	3,70 €
NRWplus Einzelfahrt Ki.	1,95 €	1,85 €
NRWplus Hin&Rück Erw.	7,80 €	7,40 €
NRWplus Hin&Rück Ki.	3,90 €	3,70 €
NRWplus Monat ICE	82,80 €	78,50 €
NRWplus Monat ICE Abo	69,00 €	65,40 €

NRW-Ticket

PauschalpreisTickets

NRW-Tarif

Ticketsortiment	Einnahmen				Fahrten				Ticketabsatz			
			Veränderung				Veränderung				Veränderung	
	2024	2023	Anteil	absolut	2024	2023	Anteil	absolut	2024	2023	Anteil	absolut
SchöneFahrtTicket NRW	8.082.944 €	9.857.364 €	-18,0%	-1.774.419 €	353.175	468.305	-24,6%	-115.130	353.175	468.305	-24,6%	-115.130
SchönerTagTicket NRW ¹⁾	24.378.070 €	32.155.799 €	-24,2%	-7.777.729 €	2.500.818	3.609.159	-30,7%	-1.108.341	567.574	811.980	-30,1%	-244.406
EinfachWeiterTicket NRW	1.368.935 €	7.230.015 €	-81,1%	-5.861.080 €	184.429	1.033.176	-82,1%	-848.746	184.429	1.033.176	-82,1%	-848.746
FahrradTagesTicket NRW	811.301 €	820.173 €	-1,1%	-8.872 €					146.271	160.863	-9,1%	-14.592
Bartarif gesamt	34.641.249 €	50.063.351 €	-30,8%	-15.422.101 €	3.038.422	5.110.640	-40,5%	-2.072.217	1.251.449	2.474.324	-49,4%	-1.222.874
SchönesJahrTicket NRW	-	37.339 €	-100,0%	-37.339 €	-	9.960	-100,0%	-9.960	-	12	-100,0%	-12
SchönesJahrTicket NRW Abo	42.640 €	847.211 €	-95,0%	-804.571 €	9.660	221.900	-95,6%	-212.240	138	3.170	-95,6%	-3.032
NRWUpgrade1.Klasse	1.100.934 €	329.797 €	233,8%	771.136 €	-	-	-	-	14.686	4.779	-	-
NRWUpgradeFahrrad	471.874 €	158.053 €	198,6%	313.820 €	-	-	-	-	11.122	4.055	-	-
Zeitkarten für Jedermann	1.615.447 €	1.372.400 €	17,7%	243.047 €	9.660	231.860	-95,8%	-222.200	25.946	12.016	115,9%	13.930
SchöneFerienTicket NRW	126.524 €	222.688 €	-43,2%	-96.164 €	95.025	181.875	-47,8%	-86.850	2.799	5.433	-48,5%	-2.634
NRWUpgradeAzubi Abo	48.599 €	1.627.027 €	-97,0%	-1.578.428 €	32.126	1.123.601	-97,1%	-1.091.474	2.328	81.420	-97,1%	-79.092
Zeitkarten für Schüler/Azubi	175.123 €	1.849.715 €	-90,5%	-1.674.592 €	127.151	1.305.476	-90,3%	-1.178.324	5.127	86.853	-94,1%	-81.726
Schöne60Ticket NRW Abo	31.565 €	489.906 €	-93,6%	-458.342 €	11.340	203.070	-94,4%	-191.730	162	2.901	-94,4%	-2.739
Zeitkarten für Senioren	31.565 €	489.906 €	-93,6%	-458.342 €	11.340	203.070	-94,4%	-191.730	162	2.901	-94,4%	-2.739
Zeitkarten gesamt	1.822.135 €	3.712.021 €	-50,9%	-1.889.886 €	148.151	1.740.406	-91,5%	-1.592.254	31.235	101.770	-69,3%	-70.535
PauschalpreisTickets gesamt	36.463.385 €	53.775.372 €	-32,2%	-17.311.987 €	3.186.574	6.851.045	-53,5%	-3.664.472	1.282.684	2.576.094	-50,2%	-1.293.410

nach Ticketsegment	Einnahmen				Fahrten				Ticketabsatz			
			Veränderung				Veränderung				Veränderung	
	2024	2023	Anteil	absolut	2024	2023	Anteil	absolut	2024	2023	Anteil	absolut
Bartarif gesamt	34.641.249 €	50.063.351 €	-30,8%	-15.422.101 €	3.038.422	5.110.640	-40,5%	-2.072.217	1.251.449	2.474.324	-49,4%	-1.222.874
Zeitkarten für Jedermann	1.615.447 €	1.372.400 €	17,7%	243.047 €	9.660	231.860	-95,8%	-222.200	25.946	12.016	115,9%	13.930
Zeitkarten für Schüler/Azubi	175.123 €	1.849.715 €	-90,5%	-1.674.592 €	127.151	1.305.476	-90,3%	-1.178.324	5.127	86.853	-94,1%	-81.726
Zeitkarten für Senioren	31.565 €	489.906 €	-93,6%	-458.342 €	11.340	203.070	-94,4%	-191.730	162	2.901	-94,4%	-2.739
PauschalpreisTickets gesamt	36.463.385 €	53.775.372 €	-32,2%	-17.311.987 €	3.186.574	6.851.045	-53,5%	-3.664.472	1.282.684	2.576.094	-50,2%	-1.293.410

1) inklusive 2 Euro Zuschlag für personenbedienten Verkauf

RelationspreisTickets

NRW-Tarif

Ticketsortiment	Einnahmen				Fahrten				Ticketabsatz			
			Veränderung				Veränderung				Veränderung	
	2024	2023	Anteil	absolut	2024	2023	Anteil	absolut	2024	2023	Anteil	absolut
SchöneReiseTicket NRW	13.085.609 €	18.835.760 €	-30,5%	-5.750.151 €	532.953	871.558	-38,9%	-338.605	504.097	822.141	-38,7%	-318.044
Bartarif gesamt	13.085.609 €	18.835.760 €	-30,5%	-5.750.151 €	532.953	871.558	-38,9%	-338.605	504.097	822.141	-38,7%	-318.044
SchöneWocheTicket NRW	14.090 €	125.563 €	-88,8%	-111.473 €	1.481	13.745	-89,2%	-12.264	141	1.309	-89,2%	-1.168
SchönerMonatTicket NRW	21.147 €	391.740 €	-94,6%	-370.593 €	2.773	60.724	-95,4%	-57.951	59	1.292	-95,4%	-1.233
SchönerMonatTicket NRW Abo	9.412 €	231.877 €	-95,9%	-222.466 €	1.258	35.483	-96,5%	-34.225	34	959	-96,5%	-925
Zeitkarten für Jedermann	44.649 €	749.181 €	-94,0%	-704.532 €	5.512	109.952	-95,0%	-104.440	234	3.560	-93,4%	-3.326
SchönerMonatTicket NRW Schüler	-	16.821 €	-100,0%	-16.821 €	-	3.105	-100,0%	-3.105	-	69	-100,0%	-69
SchönerMonatTicket NRW Schüler Abo	2.991 €	5.659 €	-47,1%	-2.668 €	425	1.097	-61,3%	-673	12	31	-61,3%	-19
Zeitkarten für Schüler/Azubi	2.991 €	22.481 €	-86,7%	-19.489 €	425	4.202	-89,9%	-3.778	12	100	-88,0%	-88
Zeitkarten gesamt	47.640 €	771.661 €	-93,8%	-724.021 €	5.936	114.154	-94,8%	-108.218	246	3.660	-93,3%	-3.414
RelationspreisTickets gesamt	13.133.249 €	19.607.421 €	-33,0%	-6.474.172 €	538.889	985.712	-45,3%	-446.823	504.343	825.801	-38,9%	-321.458

nach Ticketsegment	Einnahmen				Fahrten				Ticketabsatz			
			Veränderung				Veränderung				Veränderung	
	2024	2023	Anteil	absolut	2024	2023	Anteil	absolut	2024	2023	Anteil	absolut
Bartarif gesamt	13.085.609 €	18.835.760 €	-30,5%	-5.750.151 €	532.953	871.558	-38,9%	-338.605	504.097	822.141	-38,7%	-318.044
Zeitkarten für Jedermann	44.649 €	749.181 €	-94,0%	-704.532 €	5.512	109.952	-95,0%	-104.440	234	3.560	-93,4%	-3.326
Zeitkarten für Schüler/Azubi	2.991 €	22.481 €	-86,7%	-19.489 €	425	4.202	-89,9%	-3.778	12	100	-88,0%	-88
RelationspreisTickets gesamt	13.133.249 €	19.607.421 €	-33,0%	-6.474.172 €	538.889	985.712	-45,3%	-446.823	504.343	825.801	-38,9%	-321.458

SemesterTicket NRW

NRW-Tarif

Ticketsortiment	Einnahmen				Fahrten				Ticketabsatz					
	2024 ²⁾		2023 ³⁾		Veränderung		Veränderung		2024 ²⁾		2023 ³⁾		Veränderung	
	absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut	
SemesterTicket NRW gesamt	1.965.763 €	69.766.310 €	-97,2 %	-67.800.547 €	676.305	24.664.857	-97,3 %	-23.988.552	32.205	1.174.517	-97,3 %	-1.142.312		

2) Sommer 2024 und Winter 2024/2025

3) Sommer 2023 und Winter 2023/2024

eTarif NRW

NRW-Tarif

Ticketsortiment	Einnahmen				Fahrten				Ticketabsatz					
	2024		2023		Veränderung		Veränderung		2024		2023		Veränderung	
	absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut			
eTarif NRW gesamt	2.419.191 €	1.353.603 €	78,7 %	1.065.588 €	322.832	141.954	127,4 %	180.878	322.845	141.966	127,4 %	180.879		

NRW-Tarif gesamt

NRW-Tarif

nach Sortimentsgruppen	Einnahmen				Fahrten				Ticketabsatz					
	2024		2023		Veränderung		Veränderung		2024		2023		Veränderung	
	absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut			
RelationspreisTickets	13.133.249 €	19.607.421 €	-33,0 %	-6.474.172 €	538.889	985.712	-45,3 %	-446.823	504.343	825.801	-38,9 %	-321.458		
PauschalpreisTickets	36.463.385 €	53.775.372 €	-32,2 %	-17.311.987 €	3.186.574	6.851.045	-53,5 %	-3.664.472	1.282.684	2.576.094	-50,2 %	-1.293.410		
SemesterTicket NRW	1.965.763 €	69.766.310 €	-97,2 %	-67.800.547 €	676.305	24.664.857	-97,3 %	-23.988.552	32.205	1.174.517	-97,3 %	-1.142.312		
eTarif NRW	2.419.191 €	1.353.603 €	78,7 %	1.065.588 €	322.832	141.954	127,4 %	180.878	322.845	141.966	127,4 %	180.879		
NRW-Tarif gesamt	53.981.588 €	144.502.706 €	-62,6 %	-90.521.118 €	4.724.600	32.643.568	-85,5 %	-27.918.968	2.142.077	4.718.378	-54,6 %	-2.576.300		

nach Ticketsegment

nach Ticketsegment	Einnahmen				Fahrten				Ticketabsatz					
	2024		2023		Veränderung		Veränderung		2024		2023		Veränderung	
	absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut			
Bartarif gesamt	50.146.049 €	70.252.714 €	-28,6 %	-20.106.664 €	3.894.207	6.124.151	-36,4 %	-2.229.944	2.078.391	3.438.430	-39,6 %	-1.360.039		
Zeitkarten für Jedermann	1.660.096 €	2.121.581 €	-21,8 %	-461.485 €	15.172	341.812	-95,6 %	-326.640	26.180	15.576	68,1 %	10.604		
Zeitkarten für Senioren	31.565 €	489.906 €	-93,6 %	-458.342 €	11.340	203.070	-94,4 %	-191.730	162	2.901	-94,4 %	-2.739		
Zeitkarten für Schüler/Azubi	2.143.878 €	71.638.505 €	-97,0 %	-69.494.627 €	803.881	25.974.535	-96,9 %	-25.170.654	37.344	1.261.470	-97,0 %	-1.224.126		
NRW-Tarif gesamt	53.981.588 €	144.502.706 €	-62,6 %	-90.521.118 €	4.724.600	32.643.568	-85,5 %	-27.918.968	2.142.077	4.718.378	-54,6 %	-2.576.300		

NRWplus-Tarif

NRW-Tarif

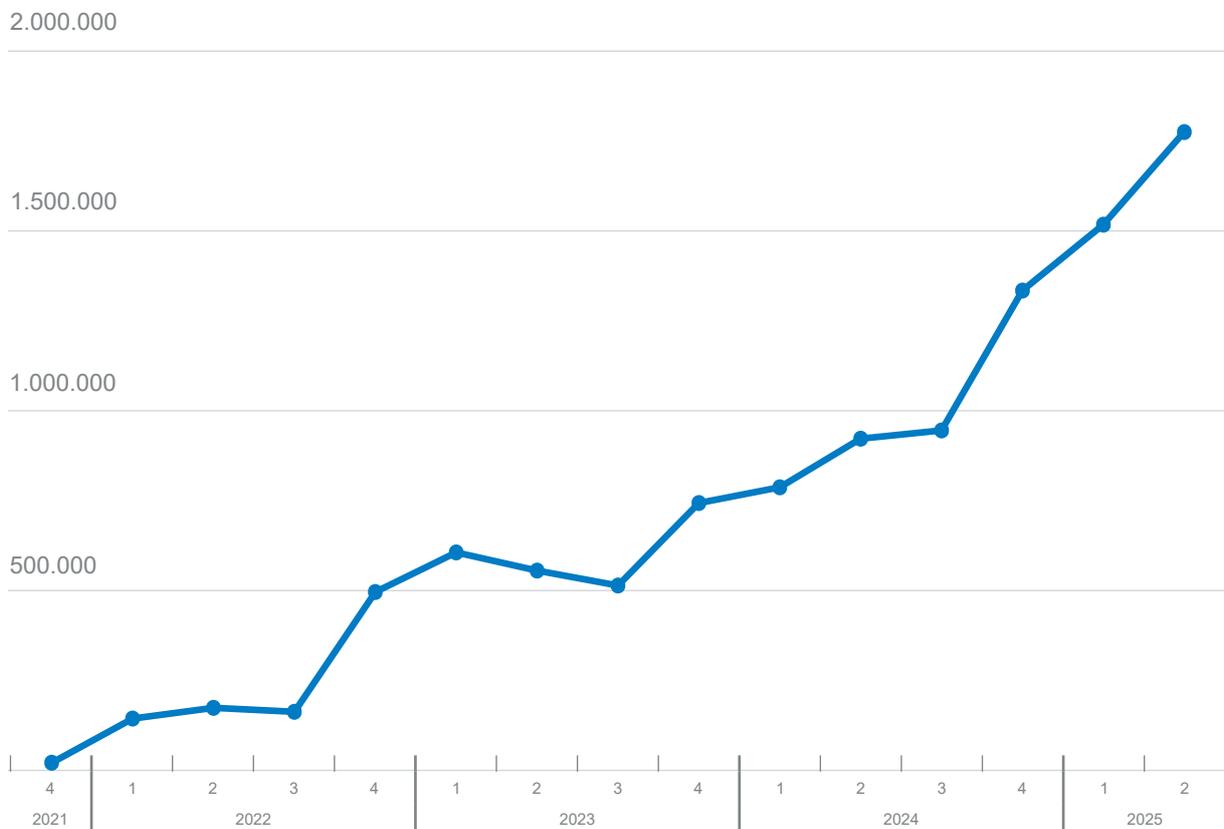
Ticketsortiment	Einnahmen				Fahrten				Ticketabsatz					
	2024		2023		Veränderung		Veränderung		2024		2023		Veränderung	
	absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut			
NRWplus	13.233 €	13.405 €	-1,3 %	-172 €	3.583	3.749	-4,4 %	-166	3.514	3.749	-6,3 %	-235		
Bartarif gesamt	13.233 €	13.405 €	-1,3 %	-172 €	3.583	3.749	-4,4 %	-166	3.514	3.749	-6,3 %	-235		
NRWplus Monat ICE	26.695 €	73.667 €	-63,8 %	-46.971 €	19.176	58.891	-67,4 %	-39.715	408	1.253	-67,4 %	-845		
NRWplus Monat ICE Abo	6.251 €	26.800 €	-76,7 %	-20.548 €	3.552	17.464	-79,7 %	-13.912	96	472	-79,7 %	-376		
Zeitkarten gesamt	32.947 €	100.466 €	-67,2 %	-67.519 €	22.728	76.355	-70,2 %	-53.627	504	1.725	-70,8 %	-1.221		
NRWplus-Tarif gesamt	46.180 €	113.872 €	-59,4 %	-67.692 €	26.311	80.104	-67,2 %	-53.793	4.018	5.474	-26,6 %	-1.456		

eezy in Zahlen

Performance des eezy-Tarifs im ÖPNV NRW

Lars Kierspe (KCM)

Entwicklung der eezy-Fahrten pro Quartal



1. Fahrtenentwicklung: neuer Rekordmonat

- Juli 2025 ist mit 659.021 Fahrten der stärkste Monat seit Einführung des eezy.nrw-Tarifs im Dezember 2021.
- Gegenüber Juni 2025 ergibt sich ein deutliches Wachstum von 19% (+105.334 Fahrten).
- Im Jahresvergleich (Juli 2024: 306.326 Fahrten) hat sich das Fahrtenvolumen mehr als verdoppelt (+115%).
- Das zweite Quartal 2025 war bereits Rekordhalter – der Juli legt noch einmal signifikant nach. Das Halbjahr 2025 (Jan–Jun) umfasste 3,3 Millionen Fahrten, davon wurden allein im Juli 2025 ~20% realisiert.
- Der Juli 25 hat 109.000 Fahrten mehr als die durchschnittliche Anzahl der Fahrten im eezy-Tarif im ersten Halbjahr 2025 (550.000).

Ø-Anzahl der Fahrten pro Monat 2024

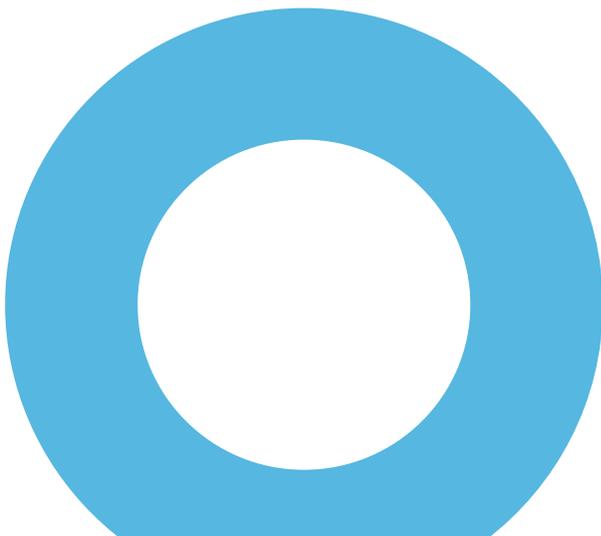
333.675

**+ 64,7%
Steigerung
zum Ø-23**

Ø-Anzahl der Fahrten pro Monat 2025 (Januar–Juli)

565.897

**+ 69,6%
Steigerung
zum Ø-24**



2. Tagesdurchschnitt: erstmals über 21.000

- 21.259 Fahrten pro Tag im Juli – erstmals wurde die Marke von 21.000 überschritten.
- Dies ist ein Zuwachs von 15,2 % gegenüber dem Vormonat Juni (18.456 Fahrten/Tag).
- Der gleitende Zwölfmonatsdurchschnitt liegt bei 16.280 Fahrten/Tag – die Entwicklung bleibt dynamisch.
- Obwohl der Juli 2025 nachweislich niederschlagsreicher und kühler war als der Vormonat Juni (laut DWD: überdurchschnittlich viele Regentage in NRW), verzeichnete eezy auch bei den durchschnittlichen Tagesfahrten einen Rekord.
- These 1: Verstärkte Alltagsnutzung statt reiner Freizeitnutzung. Gelegenheitsmobilität scheint sich zu verstetigen, auch bei schlechtem Wetter – etwa für Besorgungen, Stadtfahrten, spontane ÖPNV-Nutzung an Schlechtwettertagen.
- These 2: Die Fahrtenanzahl im Juli 2025 profitierte paradoxerweise vom Wetter, weil eezy zunehmend auch als „Alltagslösung“ genutzt wird, nicht nur bei Sonnenschein und Freizeit.



3. Langfristiger Wachstumstrend: kontinuierliche Dynamik

- Seit Einführung steigt das Fahrtenvolumen im eezy-Tarif um durchschnittlich +8,1 % pro Monat.
- Das Jahr 2025 liegt mit einem monatlichen Schnitt von 565.897 Fahrten bereits ~70 % über dem Jahresdurchschnitt 2024.

Ø-Steigerung pro Monat seit Einführung des eezy-Tarifs

8,1%

48 Apps

mit dem eezy.nrw-Tarif

4. Marketing & Vertrieb: breite Verfügbarkeit als Erfolgsfaktor

- Im Juli 2025 wurden keine Sonderaktionen oder Promotions für den eezy.nrw-Tarif durchgeführt.
- Der hohe Fahrtenzuwachs ist auf organisches Wachstum und Nutzungsszenarien im Sommerreiseverkehr zurückzuführen.
- Der Tarif ist inzwischen in 48 Apps integriert.

5. Externe Rahmenbedingungen: FISU World University Games/ Preisdeckel bleibt wirksam

- Eine denkbare Erklärung für den Anstieg der ezy-Fahrten im Juli 2025 könnte auch in der Durchführung der FISU World University Games, auch bekannt als Rhine-Ruhr 2025, liegen. Die fanden vom 16. bis 27. Juli 2025 in der Region Rhein-Ruhr statt. Es wurden 1,2 Millionen Besucher gezählt an insgesamt 23 Sportstätten sowie zahlreichen Festival-, Kultur- und Begegnungsorten in der gesamten Region.
- Die Preisobergrenze von 58 Euro im Monat (seit Januar 2025) sorgt weiterhin für Planbarkeit und Attraktivität.

Monatliche
Preisobergrenze

58 €

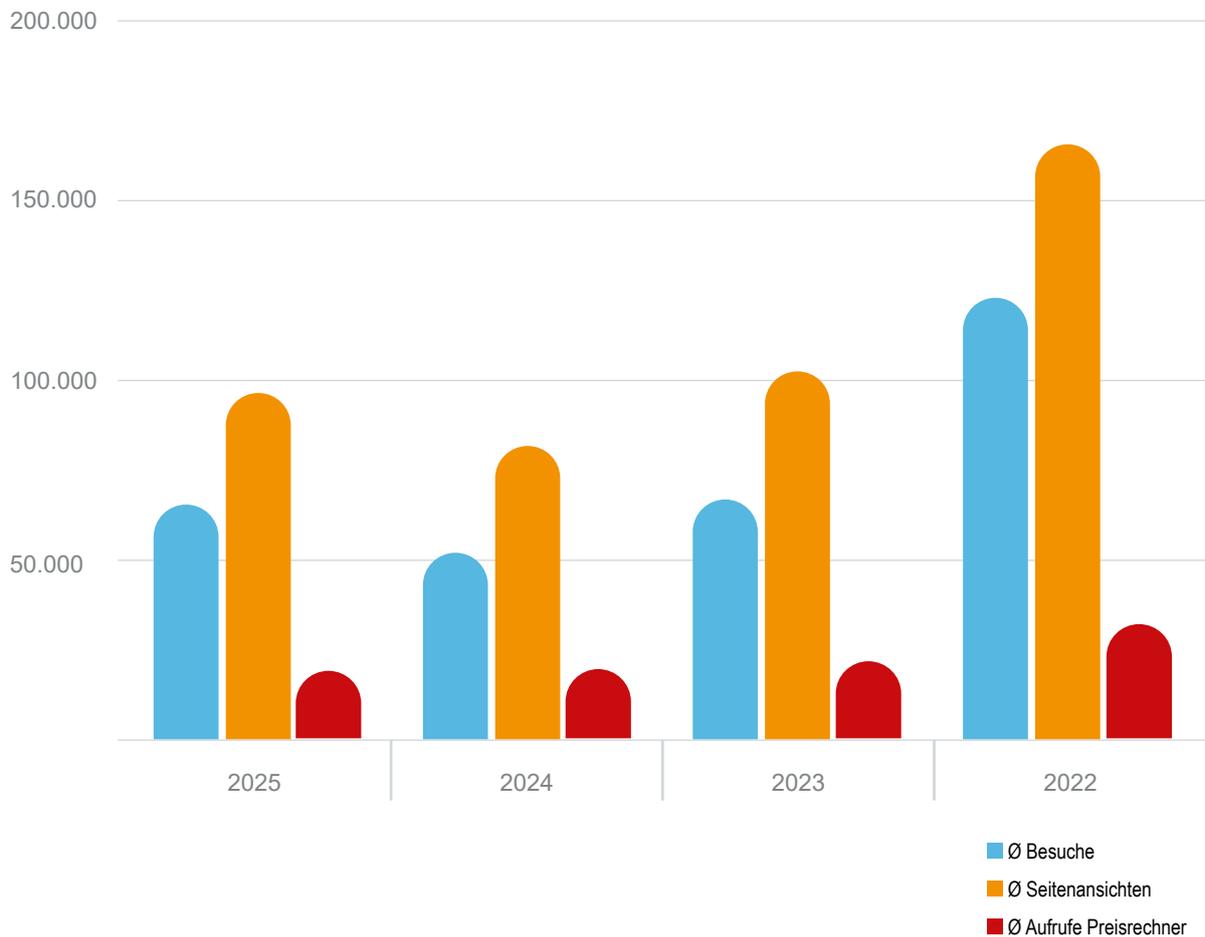


Fazit:

Die kontinuierlich wachsende Akzeptanz, kombiniert mit stabilen Preisbedingungen und technischer Verfügbarkeit, zeigt: Der ezy-Tarif ist auf dem Weg, ein fester Bestandteil des Mobilitätsalltags in NRW zu werden.



Durchschnittliche monatliche Zugriffe auf der Website eezy.nrw







Das KCM und seine Partner*innen im NRW- Nahverkehr

Mit Engagement in die Zukunft,
gemeinsam zum Ziel: eine
emissionsarme Mobilität, die
alle begeistert.



Bürgerbustag

Ihr seid der Hit – der Bürgerbustag 2025

Inge Bartels (KCM) und Hannah Schultes (MUNV)

In Nordrhein-Westfalen engagieren sich rund 150 ehrenamtlich organisierte Bürgerbusvereine landesweit. 3.800 Fahrerinnen und Fahrer befördern in ganz Nordrhein-Westfalen 1,2 Millionen Fahrgäste jährlich und legen dabei rund fünf Millionen Kilometer zurück. Sie fahren Schüler*innen nach Hause oder Senior*innen zum Einkaufen und ermöglichen den Menschen einer ganzen Region, ohne Auto in die Nachbarkommunen zu kommen – ehrenamtliche Bürgerbusfahrer*innen. Als Zeichen der Wertschätzung lud die Landesregierung gemeinsam mit dem Dachverband Pro Bürgerbus NRW e.V. die Vereine am 29. Juni zum „Bürgerbustag 2025“ in die Grugahalle nach Essen ein.

Der Bürgerbustag fand in diesem Jahr unter dem Motto „Ihr seid der Hit“ statt. Auch Minister Krischer hatte es sich nicht nehmen lassen, nach Essen zu kommen, um seine Wertschätzung auszudrücken und sich bei den Bürgerbusvereinen mit einer sehr persönlichen Rede zu bedanken.

Jan Malte Andresen (WDR) führte charmant durch das Programm und moderierte nach der Begrüßung durch Minister Krischer die Talkrunden. Neben aktuellen Herausforderungen wie der Umstellung auf Linienbedarfsverkehr wurden der älteste und jüngste Bürgerbusverein Heek-Legden (40 Jahre) und Havixbeck (Start 2025) sowie die tolle Spendenaktion „WDR 2 Weihnachtswunder“ gewürdigt, an der sich auch die Bürgerbusvereine beteiligt hatten. Außerdem gab es eine Talkrunde zum Thema, wie man neue ehrenamtliche Mitarbeiter*innen für die Bürgerbusvereine gewinnen und motivieren kann.



• Friedhelm Schüssler, V
Bürgerbusverein Havix



Nach dem Mittagsimbiss und dem Austausch der Bürgerbusvereine untereinander startete der unterhaltsame Teil der Veranstaltung. Mit einer Hitparade und dem Motto: „Ihr seid der Hit“ führte Helmut Sanftenschneider humorvoll durch die Hitparade und kündigte die Doubles von Stars wie Helene Fischer, Udo Jürgens und Herbert Grönemeyer an. Die Stimmung war gut und ausgelassen – es wurde sogar getanzt. Gegen 17 Uhr sind alle Teilnehmer*innen glücklich und zufrieden mit ihren Bürgerbussen wieder nach Hause gefahren.

KarriereSchiene 2025

Ein starker Auftritt für die Zukunft der Mobilität

Mathias Volk (KCM)

Am 26. August 2025 öffnete der RuhrCongress Bochum seine Türen für die KarriereSchiene. Die Jobmesse für Bahn & Bus in NRW. Nach der erfolgreichen ersten KarriereSchiene 2024 in Essen hat sich die Veranstaltung auch in diesem Jahr als wichtiger Treffpunkt erwiesen. Vor allem für Quereinsteiger, Auszubildende oder erfahrene Fachkräfte, die sich für eine berufliche Zukunft in der Mobilitätsbranche interessieren.

Am Vormittag vor der KarriereSchiene 2025 fand ein Branchen-Meet-Up statt. Ein kompaktes und interaktives Format für Personal- und Marketingverantwortliche aus der ÖPNV-Branche in NRW. In Impulsen und Talks wurden aktuelle Strategien zur Fachkräftegewinnung, zur Unterstützung von Bewerber*innen sowie zur langfristigen Bindung thematisiert. Besonders im Fokus standen neue



Ansätze für Teilqualifizierungen, Diversity und Employer Branding.

Eröffnet wurde die Messe von NRW-Verkehrsminister Oliver Krischer, der in seiner Rede auf die Erfolge der Brancheninitiative zurückblickte und gleichzeitig betonte wie wichtig eine Fortführung dieser Initiative ist, um weiterhin effektiv gegen den Fachkräftemangel in der Branche vorzugehen. Ein bedeutender Moment war die Vertragsunterzeichnung zur Fortführung der Landesinitiative Fokus Bahn NRW, die das gemeinsame Engagement für eine zukunftsfähige Mobilitätsbranche eindrucksvoll bekräftigte.



Die Messe bot ein vielfältiges und praxisnahes Programm, das die über 500 Besucher*innen direkt mit den 13 Eisenbahnverkehrsunternehmen in NRW, Bildungsträgern und Initiativen der Branche in Kontakt brachte. Durch eine Kooperation mit der neu gegründeten VDV Academy and Training waren auch lokale ÖPNV Unternehmen auf der Messe vertreten. Zahlreiche Aussteller präsentierten ihre Ausbildungs- und Karriereangebote, während interaktive Formate wie Fahrsimulatoren, VR-Erlebnisse und Bewerbercoachings für eine lebendige Atmosphäre sorgten.

Ein besonderes Format war das Job-Speed-Dating, das sich gezielt an Menschen richtete, die bereits entschlossen waren, in der Bahnbranche durchzustarten. In kurzen, intensiven Gesprächen konnten sie direkt mit Arbeitgeber*innen in Kontakt treten und konkrete Einstiegsmöglichkeiten ausloten.

Messe

UITP: Das globale Event für den öffentlichen Nahverkehr

Mathias Volk (KCM)

Die UITP Summit 2025, das weltweit bedeutendste Event für den öffentlichen Nahverkehr, fand vom 15. bis 18. Juni 2025 in Hamburg statt. Mit über 10.000 Teilnehmer*innen aus mehr als 100 Ländern bot die Messe eine Plattform für den Austausch über die neuesten Innovationen, Lösungen und Produkte im Bereich der urbanen Mobilität. Die Messe vereinte Expert*innen und Stakeholder*innen aus der ganzen Welt, um die Zukunft des öffentlichen Nahverkehrs zu gestalten und nachhaltige städtische Mobilität voranzutreiben.

Auf dem Gemeinschaftsstand der Bundesländer präsentierte sich das Ministerium für Umwelt, Naturschutz und Verkehr des Landes Nordrhein-

Westfalen (MUNV NRW), unterstützt vom Kompetenzzentrum Marketing NRW, mit zwei zentralen Projekten: eezy.nrw und das Zukunftsnetz Mobilität NRW. Außerdem wurden auf dem Gemeinschaftsstand mehrere Vorträge gehalten, die vom Publikum gut angenommen wurden. Der Leiter des KCM, Eduard Rollmann, sprach über eezy, die Zukunft der Tarifstruktur in NRW (Deutschlandticket, eezy) und den geplanten On-Demand-Tarif in NRW basierend auf eezy. Sara Klemm vom Zukunftsnetz Mobilität NRW und go.Rheinland hielt einen Vortrag zum Zukunftsnetz und kommunalen Mobilitätsmanagement, während Fabian Marks (Zukunftsnetz, VRR) über schulisches Mobilitätsmanagement referierte.



Eduard Rollman (Leiter KCM) hält auf der UITP einen Vortrag zu eezy.nrw

Der Stand des MUNV NRW auf der Messe in Hamburg zeigte eindrucksvoll, wie Nordrhein-Westfalen durch innovative Projekte wie eezy.nrw und das Zukunftsnetz Mobilität NRW die Zukunft des öffentlichen Nahverkehrs aktiv mitgestaltet. Der Stand war täglich gut besucht und am Montag besuchte ihn auch Minister Oliver Krischer. Über die drei Messetage wurden dort viele gute Gespräche geführt, und Besucher*innen stellten teilweise auch ihre eigenen interessanten Projekte vor. Die Messe bot eine ideale Plattform, um diese Initiativen einem internationalen Publikum vorzustellen und den Austausch über nachhaltige Mobilitätslösungen zu fördern.



Minister Oliver Krischer zu Besuch am Messestand auf der UITP

Organigramm und Funktionsbeschreibung 2024

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



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, verbundübergreifender elektronischer Tarife sowie der vertrieblichen (Prüf-)Prozesse

Einnahmenaufteilung/Vertragscontrolling

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



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



- Clearingstelle für die Einnahmen aus dem NRW-Tarif
- Ausgestaltung, Abstimmung und Fortschreibung vertraglicher Vereinbarungen für die Einnahmenaufteilung

- 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



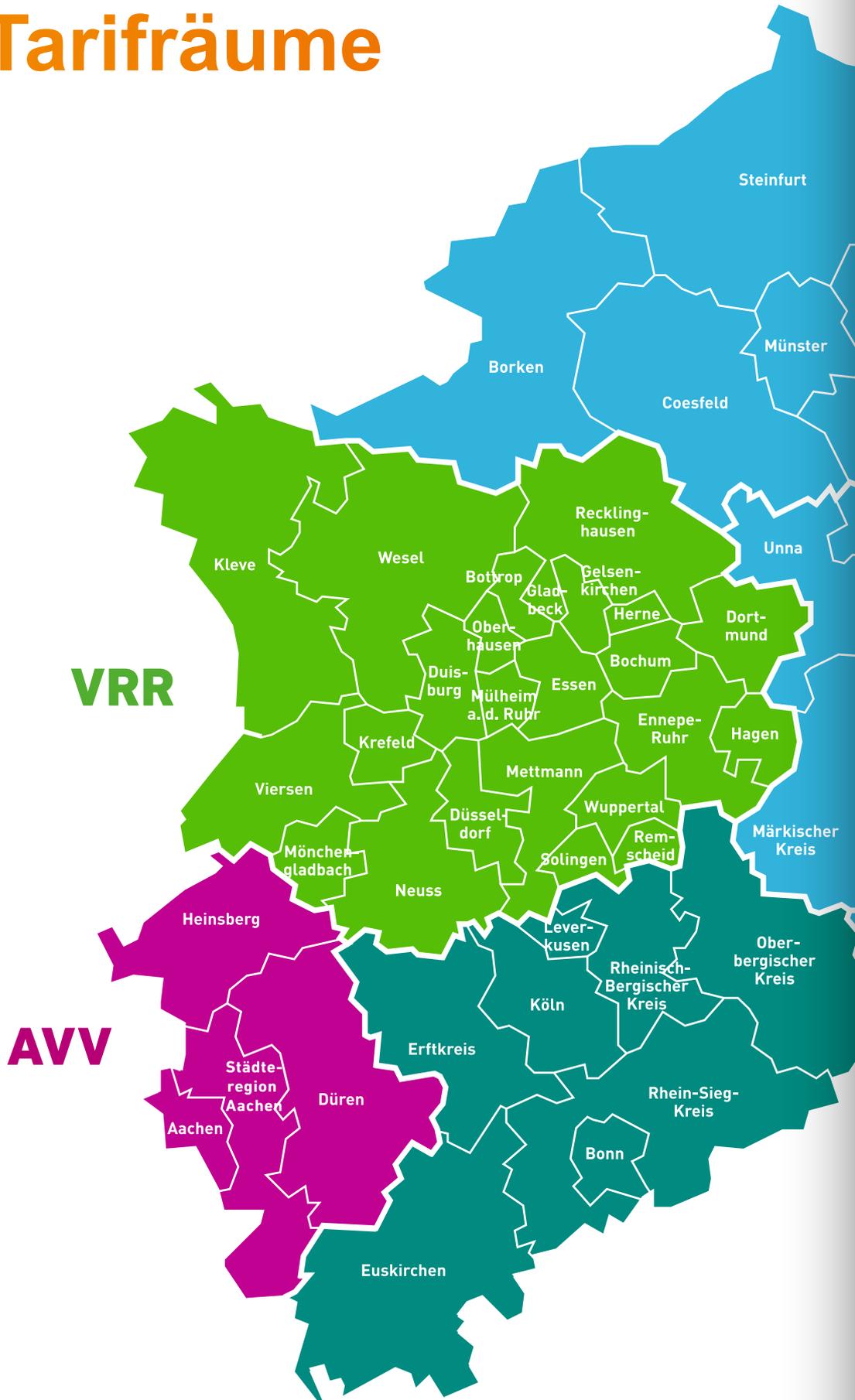
Mathias Volk
0221 2 08 08-23
mathias.volk@vrs.de

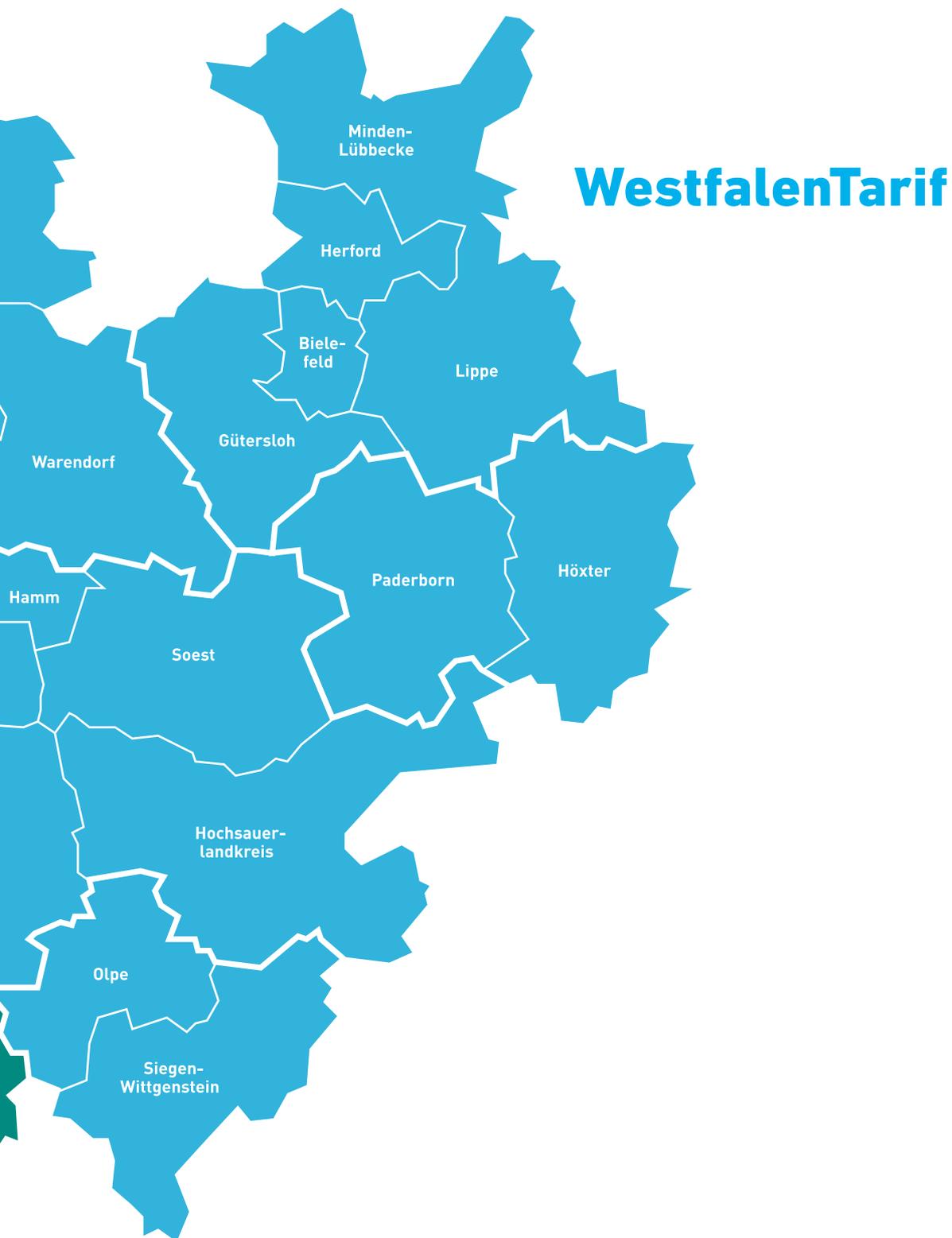


- Konzeption und Koordinierung von landesweiten Marketingmaßnahmen und Kampagnen
- Durchführung von Messen und Veranstaltungen in NRW
- Konzeption, Abstimmung und Durchführung von Vergaben an Agenturen und IT-Dienstleister

- 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



**VRS**

- 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**
Augustastraße 1
45879 Gelsenkirchen
www.vrr.de



**Kompetenzzentrum 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
Bahnhofstr. 48
59423 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 2 08 08-0

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

Smilla Dankert (Titel, Seite 2 oben, 2 Mitte, 3 alle, 6, 11, 15, 22, 38, 54, 70, 78–79) · Willie B. Thomas/GettyImages (Seite 2, 28) · Land NRW/Mark Hermenau (Seite 4) · Westend61/Hernandez and Sorokina/GettyImages (Seite 10) · Westend61/Josep Rovirosa/GettyImages (Seite 12) · SDI Productions/GettyImages (Seite 17) · Daniel Ingold/GettyImages (Seite 18) · Sascha Michaelis CP/Compartner (Seite 24 oben, 24 unten) · Westend61/Uwe Umstätter/GettyImages (Seite 25, 32, 37) · Luis Alvarez/GettyImages (Seite 27) · Volker Wente (privat) (Seite 29) · VRR/Alexandra Roth (Seite 33) · VRS (Seite 34) · Westend61/GettyImages (Seite 36) · Rolf-Arno Specht (Seite 44, 45 oben, 45 unten) · Westend61/William Perugini/GettyImages (Seite 48) · frantic00/GettyImages (Seite 66) · Milan Markovic/GettyImages (Seite 68) · Maskot/GettyImages (Seite 69) · CP/Compartner (Seite 72, 73 oben, 73 unten) · Christian Fronczak (Seite 77) · Alle weiteren Abbildungen KCM

Für die Inhalte von Webseiten Dritter übernehmen wir keine Haftung.

