



# NRW-TarifBericht 2007-2008

KCM » KOMPETENZCENTER  
MARKETING NRW



DER NEUE  
NAHVERKEHR  
IN **NRW**



<b>Vorwort</b> .....	<b>4</b>
<b>Gastkommentar</b> .....	<b>6</b>
<b>Verkehrsmarkt</b> .....	<b>8</b>
Gestaltung des ÖPNV in NRW .....	8
Entwicklung der Tariflandschaft in NRW .....	11
<b>NRW-Tarif</b> .....	<b>14</b>
Tarif, Tickets und Preise .....	14
Einführung des SemesterTickets NRW .....	18
<b>Bilanz</b> .....	<b>20</b>
Verkaufsentwicklung im NRW-Tarif .....	20
<b>Vertrieb</b> .....	<b>25</b>
OnlineTicket NRW schließt Vertriebslücke .....	25
Vertrieb des SemesterTickets NRW .....	28
Vertriebshilfe für Verkehrsunternehmen .....	29
<b>Marktforschung</b> .....	<b>32</b>
EventTickets in NRW .....	32
<b>Kommunikation</b> .....	<b>35</b>
Vermarktung des NRW-Tarifs .....	35
<b>Einnahmenaufteilung</b> .....	<b>39</b>
Grundlagen für mehr Wettbewerb .....	39
<b>Partner im NRW-Nahverkehr</b> .....	<b>41</b>
<b>Ansprechpartner beim KompetenzCenter Marketing NRW</b> .....	<b>42</b>
<b>Impressum</b> .....	<b>43</b>



# Vorwort

## *Liebe Leserinnen und Leser, liebe Freunde und Förderer des NRW-Tarifs!*

*Die erstaunlich rasante Entwicklung des NRW-Tarifs hat sich auch in 2007 fortgesetzt. Mit einem Plus von 1,8 Prozent bei den Fahrten und 6,5 Prozent bei den Umsätzen weist der NRW-Tarif deutlich die höchsten Steigerungsraten im Vergleich zu den NRW-Verkehrsverbänden und -Verkehrsgemeinschaften aus. Mit einem Umsatz von ca. 107 Mio. Euro festigt der NRW-Tarif seine Position als drittstärkster Verbundtarif in NRW. Insbesondere die erneut gestiegene Nachfrage nach NRW-PauschalpreisTickets ist beachtenswert: In diesem Ticketsegment bedient der NRW-Tarif die immer noch wachsende Kundengruppe mit dem Wunsch nach einem einfachen Tarif bei guter Leistung und angemessenem Preis.*

*Am 10. Juni 2007 konnte die dritte Ausbaustufe des NRW-Tarifs realisiert werden: Seitdem gilt immer nur ein Preis zwischen den NRW-Städten/Gemeinden. Ebenso sind die schienenfernen Orte in die Verkaufssysteme eingebunden. Der NRW-Tarif bedient damit als überregionaler Verbundtarif in NRW alle Relationen, die nicht von regionalen Tarifen abgedeckt sind.*

*Seit dem 1. April 2008 ist eine weitere wichtige Zielsetzung der NRW-Tarifkonzeption umgesetzt worden. Jetzt sind auch die RelationspreisTickets des NRW-Tarifs flächendeckend zu erwerben. Möglich wurde dies durch eine Kooperation von DB Vertrieb und DSW21, bei der das DB-OnlineTicket mit dem T2P-Verfahren zusammengeführt wurde.*

*Hoch ist die Nachfrage nach dem solidarisch finanzierten SemesterTicket NRW, das den Studierenden in NRW in Ergänzung zum regionalen SemesterTicket seit dem Sommersemester 2008 angeboten wird. Im Start-Semester nehmen bereits ca. 93.000 Studierende teil, die Tendenz ist deutlich steigend. Voraussichtlich werden im Wintersemester 2008/2009*



Klaus Vollmer

*bereits etwa die Hälfte der ca. 460.000 Studierenden die NRW-weite Mobilität „in der Tasche“ haben.*

*Das KompetenzCenter Marketing NRW konnte auch im Jahr 2007 wieder umfangreiche Maßnahmen im Bereich Kommunikation und Information voranbringen; alle Tarif- und Vertriebsmaßnahmen wurden intensiv begleitet. Die gesamte Arbeit des KCM, die auch die NRW-bezogene Marktforschung und Einnahmenaufteilung umfasst, wird mit finanzieller Unterstützung des Ministeriums für Bauen und Verkehr NRW geleistet.*

*Neben den Berichten zu Neuerungen und Projekten finden Sie in dem vorliegenden Tarifbericht 2007/2008 die gewohnten Übersichten zu Preisen, Ticketangeboten und Umsätzen rund um die NRW-Tariflandschaft, die Sie in die Lage versetzen, die Entwicklung zu verfolgen und Vergleiche zu ziehen.*

*Ich hoffe auf Ihr Interesse am NRW-Tarif und den Entwicklungen in der NRW-Tariflandschaft und wünsche Ihnen eine aufschlussreiche Lektüre!*

## **Klaus Vollmer**

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



## Gastkommentar

*Liebe überzeugte,  
doch mitunter auch verzweifelte Gestalter und Nutzer des ÖPNV!*

*Als 2001 in einer Broschüre „Neue Tarife für das Land“ vorgestellt wurden, hieß es dort, „mit jedem Übertritt einer Bus- oder Bahn-Linie von einem in den anderen Verbundraum ist ein Tarifwechsel verbunden....“ und weiter, „landesweite Tarifangebote gibt es nur in Einzelfällen“.*

*Heute, nach sieben Jahren, sind wir zwar ein gutes Stück weiter, doch längst noch nicht am Ziel. Durch den NRW-Tarif können die Kunden des Nahverkehrs in ganz Nordrhein-Westfalen grundsätzlich alle Relationen mit Verbundtarifen bereisen. Sie benötigen nur noch **ein** Ticket, gleich ob sie sich innerhalb eines Verbundraums bewegen oder quer durchs Land fahren. Angebote, wie die SchönerTagTickets NRW oder das SemesterTicket NRW sind echte Renner.*

*Aber es gibt immer noch genug zu tun. Schon bei den SchöneFahrt-, SchöneReise- und NRWplusTickets wird es für die Fahrgäste ein wenig komplizierter; geht es jedoch erst um AnschlussTickets und Tarifkragen droht vor Verzweiflung an den Automaten schon mal der letztere zu platzen.*

*Vor allem unterhalb des NRW-Tarifs bietet sich nach wie vor genug Raum, Tarife zu vereinfachen und Tarifräume zu vergrößern. Die Entwicklung zwischen dem VRR und der Verkehrsgemeinschaft Niederrhein (VGN) weist hier den Weg in die richtige Richtung. Schnittstellen zwischen VRS, AVV und VRR sowie die westfälische Tariflandschaft rufen nach weiteren kreativen Lösungen. Das alles muss zweifellos wachsen, muss passen, Einnahmen müssen gerecht verteilt werden; aber vor allem gilt eins: es **muss** sich im Interesse der Kunden weiterhin noch eine Menge tun!*



Hajo Kuhlisch

*Das Land Nordrhein-Westfalen hat die Fortschritte in der Vergangenheit maßgeblich mitinitiiert. Die finanzielle Unterstützung, die das Land gewährt hat und zum laufenden Betrieb weiterhin leistet, ist im Sinne der Fahrgäste und damit für alle Bewohner des Landes gut investiertes Geld. Ein Abbau von Tarifschranken sowie der damit verbundene leichtere Zugang zu Bussen und Bahnen leisten wesentliche Beiträge zur Mobilität bei gleichzeitiger Verringerung der Umweltbelastung. Das alles trägt maßgeblich zur Attraktivität und zur Wirtschaftlichkeit des Gesamtsystems bei.*

*In meiner Funktion bei der Bezirksregierung Köln habe ich die Entwicklung bereits intensiv begleitet. Als neuer Leiter des Verbundreferats im Ministerium für Bauen und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen werde ich nun gemeinsam mit den Experten bei den Verkehrsunternehmen, bei den Aufgabenträgern sowie dem KompetenzCenter für Marketing und Tarif sowohl strukturelle als auch inhaltliche Aspekte erneut auf den Prüfstand stellen. Ziele sind noch effizientere Entscheidungsstrukturen, eine kundenorientierte Fortentwicklung der Tariflandschaft bei gleichzeitiger Einnahmesicherung, Innovationen im E-Ticketing, weitere Verbesserungen der Fahrplan- und Tarifauskünfte, ein Vertrieb ohne Diskriminierungspotenzial sowie ein nachhaltiges Marketing.*

*Die Zusammenarbeit der ÖPNV-Akteure in Nordrhein-Westfalen hat sich in den letzten Jahren bereits bewährt. Ich bin von ihrer Gestaltungskraft überzeugt und freue mich auf die nächsten Schritte.*

## **Hajo Kuhlisch**

Referat II B 4

Verkehrsverbände und Zweckverbände, wirtschaftliche und betriebliche Organisation des öffentlichen Nahverkehrs, Bahnwirtschaft, Verwaltungs- und Rechtsangelegenheiten der Personenbeförderung im Ministerium für Bauen und Verkehr (MBV) des Landes Nordrhein-Westfalen



# Verkehrsmarkt

## Gestaltung des ÖPNV in NRW

Gegenüber dem motorisierten Individualverkehr (MIV) gewinnt der öffentliche Nahverkehr immer mehr an Bedeutung - in der stetig steigenden Verkehrsnachfrage im nordrhein-westfälischen Nahverkehr spiegelt sich auch der Erfolg konsequenter, struktureller Maßnahmen wieder.

Nordrhein-Westfalen mit seinen rund 18 Millionen Einwohnern und einer Fläche von 34.080 km<sup>2</sup> ist die am dichtesten besiedelte Region Europas.

So belegt Nordrhein-Westfalen auch im europäischen Verkehrsmarkt einen Spitzenplatz. Mehr als 2,4 Milliarden Fahrgäste legen in NRW jährlich fast 21 Milliarden Kilometer mit öffentlichen Verkehrsmitteln zurück.

Möglich ist dies nur durch ein effizientes Zusammenspiel aller öffentlicher Nahverkehrsmittel wie Nahverkehrszügen, Stadt- und Straßenbahnen sowie Regional- und Stadtbussen in einem Gesamtnetz sowie durch zeitgemäße Organisations- und Kooperationsstrukturen.

Ein erfolgreicher Nahverkehr basiert in besonderem Maße auf der Kundenorientierung. Um den Anforderungen der Kunden an den Nahverkehr gerecht zu werden, sind neben einem guten Verkehrsangebot sachgerechte, leicht verständliche

Tarife, moderne Vertriebsformen und ein zielgerichtetes Marketing erforderlich.

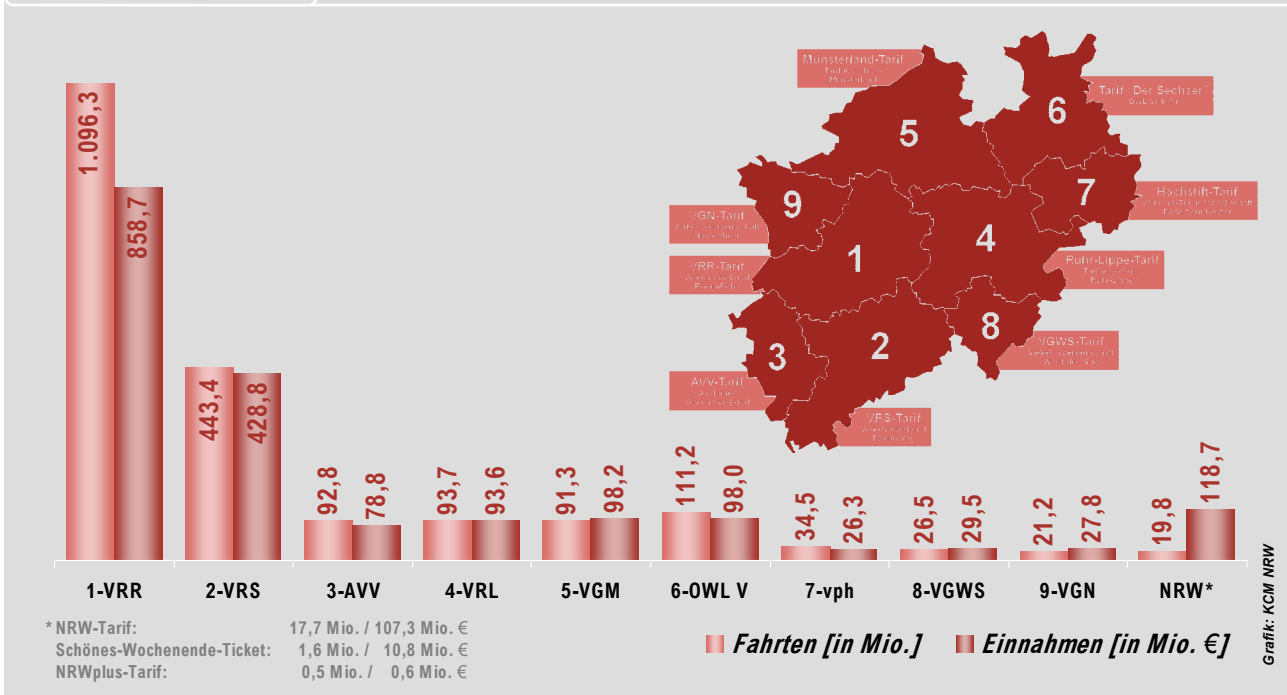
In NRW wird seit langem das Ziel verfolgt, die ÖPNV-Tarife in ihrer Grundstruktur zu vereinfachen und zu vereinheitlichen. Deshalb hat NRW in seiner ÖPNV-Politik bereits sehr frühzeitig auf die Einführung von Verbundtarifen hingewirkt.

So bilden heute die nordrhein-westfälischen Verkehrsunternehmen in neun Kooperationsräumen regionale Organisationseinheiten, die jeweils alle öffentlichen Nahverkehrsmittel in einen Verbundtarif integrieren. Die ursprünglich 100 unterschiedlichen ÖPNV-Tarife in den 80er Jahren konnten so auf neun Verbundtarife reduziert werden. Seit dem 28. Mai 2000 existiert flächendeckend in jedem Kooperationsraum ein einheitlicher Tarif, der die Nutzung aller Verbundverkehrsmittel mit einem Verbundfahrausweis ermöglicht. Ursprünglich vorhandene, eigenständige Übergangstarife zwischen benachbarten



## Verbundtarife in NRW

Ergebnisse 2007



Verbundräumen sind inzwischen weitgehend durch so genannte „Tarifkragen“ ersetzt worden, bei denen jeweils einer der Verbundtarife für Fahrten im Übergang gültig ist.

Tarif grundsätzlich nur dann Anwendung, wenn es sich um eine Nahverkehrsverbindung in NRW (inklusive Osnabrück) handelt, für die kein Verbund- oder Gemeinschaftstarif zu lösen ist.

Der NRW-Tarif festigt seine Position als dritt-umsatzstärkster Tarif in NRW (Quelle: Angaben der Verkehrsverbünde/-gemeinschaften, DB Regio NRW)

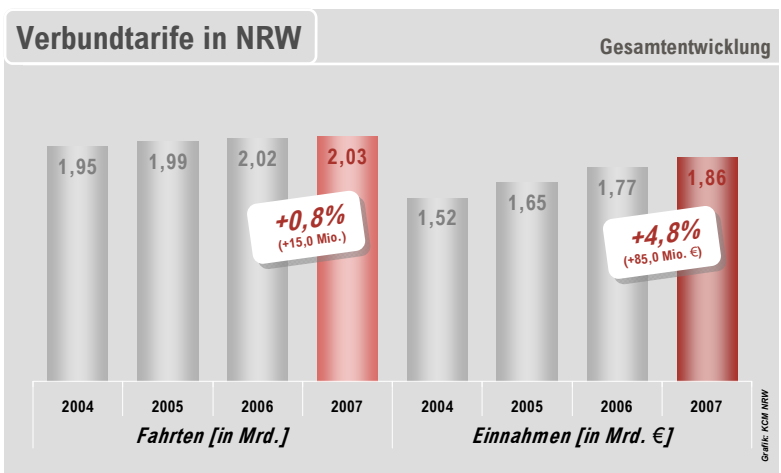
### Der NRW-Tarif verbindet

Der NRW-Tarif knüpft an die Konzeption der Verbundtarife an. Durch Zusammenarbeit aller neun regionalen Organisationen gilt seit dem 12. Juni 2005 (2. Stufe des NRW-Tarifs) auch im Verkehr zwischen den Tarifräumen das Verbundprinzip:

#### „Eine Fahrt – ein Fahrausweis“

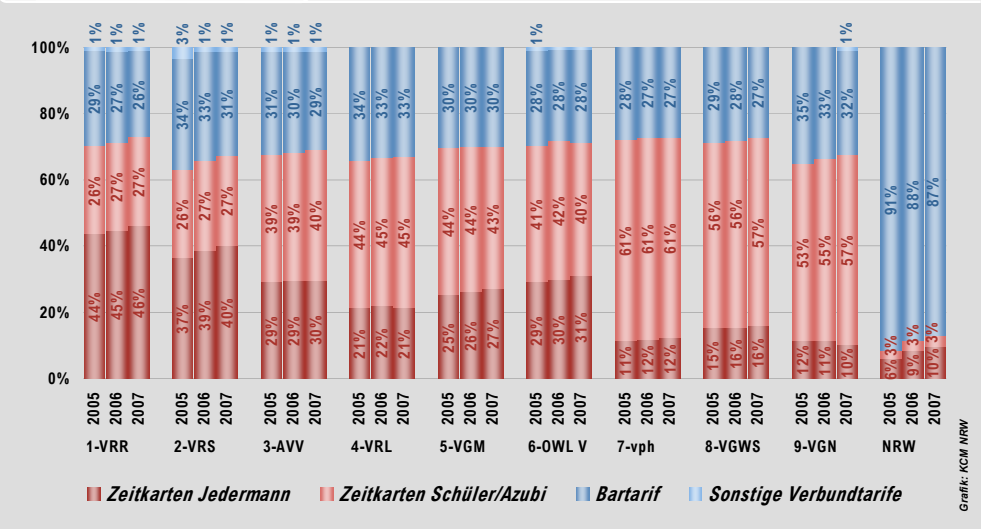
Der NRW-Tarif füllt die bis dahin bestehende Lücke für verbundraumübergreifende Fahrten und ermöglicht eine durchgehende Tarifierung von Haus zu Haus mit nur einem Ticket. Dabei findet der NRW-

Kontinuierliches Wachstum in den NRW-Verbundtarifen



## Verbundtarife in NRW

Entwicklung der Einnahmenverhältnisse

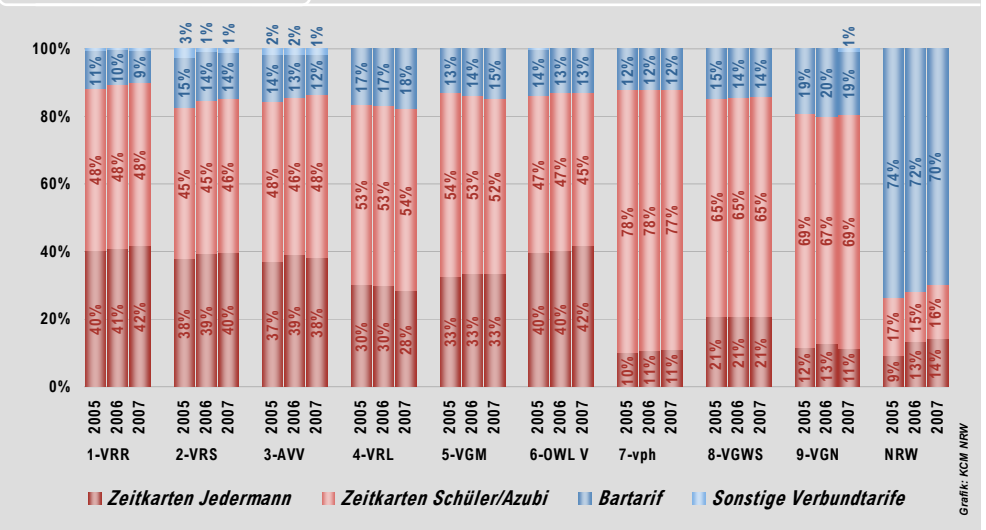


Der Großteil der Tarifeinnahmen wird mit dem Verkauf von Zeitkarten erwirtschaftet

Quelle: KCM NRW

## Verbundtarife in NRW

Entwicklung der Fahrtenverhältnisse



Verbundtarife sind geprägt durch „Viel-“, der NRW-Tarif durch „Gelegenheitsfahrer“

Quelle: KCM NRW

# Entwicklung der Tariflandschaft in NRW

## Vertiefender Vergleich der 9 Verbund- und Gemeinschaftstarife in NRW

Vor Einführung des NRW-Tarifs als Haus-zu-Haus-Tarif für überregionale Nahverkehrsverbindungen im Jahre 2004 hatten sich die Verkehrsverbünde und Verkehrsgemeinschaften in NRW zu einem innovativen Schritt verständigt: zur Vereinheitlichung der Beförderungsbedingungen sowie zur Harmonisierung der Tarifbestimmungen der neun regionalen Verbund- und Gemeinschaftstarife. Ziele der Vereinheitlichung/Harmonisierung waren:

- die Kompatibilität der regionalen Regelungen zum NRW-Tarif bzw. zwischen den regionalen Verbundtarifen an Tarifgrenzen herzustellen,
- die Tariflandschaft zu vereinfachen, um die Verständlichkeit der Tarife für den Fahrgast zu vergrößern,
- eine einheitliche „Benutzeroberfläche des ÖPNV“ für Kunden und Prüfpersonal zu schaffen,
- die regionale Eigenständigkeit der Verbundtarife zu erhalten, die den Verkehrsunternehmen Freiräume und Eigenverantwortung im Agieren am Verkehrsmarkt ermöglicht.

Mit dem Ziel der Optimierung der Erlössituation stehen Nahverkehrstarife unter dem ständigen „Druck“ der Weiterentwicklung. Dementsprechend haben sich auch die Verbund- und Gemeinschaftstarife in NRW seit Einführung des NRW-Tarifs deutlich weiterentwickelt. Einen aktuellen Überblick über die Tariflandschaft in NRW hat die Ingenieurgruppe IVV (Aachen) in einem Gutachten im Auftrag des Kompe-

tenzCenter Marketing NRW auf Veranlassung des Ministeriums für Bauen und Verkehr NRW erarbeitet. Der Beitrag stellt ausgewählte Erkenntnisse der Untersuchung dar.

### Beförderungsbedingungen

Die Einführung des NRW-Tarifs machte die Angleichung der Beförderungsbedingungen aller 10 in NRW angewendeten Tarife unabdingbar, da der NRW-Tarif als eigenständiger Tarif die regionalen Verbundtarife „überkragt“ und somit in jedem Verbundverkehrsmittel in NRW mindestens zwei Tarife angewendet werden. Lässt nun beispielsweise die Fahrtberechtigung des Kunden keine eindeutige Zuordnung zu einem Tarif zu (z. B. bei Schwerbehinderten), ergeben sich bei unterschiedlichen Regelungen der Beförderungsbedingungen uneindeutige Situationen.

Der Vergleich zwischen den Räumen zeigt, dass die Kernpunkte der Beförderungsbedingungen heute gleich geregelt sind. Dennoch sind bei einzelnen Regelungen noch Abweichungen festzustellen wie z. B. beim Erhöhten Beförderungsentgelt. Sachliche Gründe für die erkannten Unterschiede liegen in den meisten Fällen nicht vor. Insofern sollten gleiche oder vergleichbare Sachverhalte der Beförderungsbedingungen auch NRW-weit gleich geregelt werden. Hierzu sollte eine, für alle Tarife in NRW anzuwendende Fassung der Beförderungsbedingungen gemeinsam entwickelt und fortgeschrieben werden.



## Tarifliche Einzelbestimmungen

Die durch den NRW-Tarif bedingte Harmonisierung der Beförderungsbedingungen wurde hinsichtlich grundlegender Eckpunkte der Tarifbestimmungen fortgesetzt, so dass zahlreiche Tarifmerkmale zwischen den NRW-Tarifräumen heute harmonisiert sind, z. B.:

- Kinderaltersgrenzen: unter 6 Jahren frei, bis einschließlich 14 Jahren ermäßigt,
- Tageskarte statt 24-Stunden-Karte,
- Monatskarte stets kalendarisch,
- Mehrfahrtenkarte stets für 4 Fahrten.

Trotz des erreichten Harmonisierungserfolgs bestehen dennoch bei verschiedenen Feldern geringe Differenzen zwischen den NRW-Tarifräumen. Am Beispiel der unentgeltlichen Beförderung von Kindern unter 6 Jahren lassen sich diese Unterschiede erläutern:

- Im Rheinland (VRR, VRS, AVV, VGN) sowie im NRW-Tarif fahren Kinder unter 6 Jahren grundsätzlich unentgeltlich. Die Regelung ermöglicht Kindergruppen (v. a. Kindergarten) eine kostengünstige Gruppenbeförderung, was zu einem erheblichen Lerneffekt bei den Kindern durch die ÖPNV-Nutzung führt.
- In Westfalen (VRL, VGM, OWL, vph und VGWS) fahren Kinder ebenfalls kostenlos, jedoch besteht eine Beschränkung auf drei kostenlos beförderte Kinder je zahlendem Fahrgast.
- In einem Tarifraum ist explizit die Freifahrt für Kinder unter 6 Jahren ausgeschlossen, wenn es sich um Schulwege oder Wege zu Kindergärten handelt.

Aus Kundensicht ist eine NRW-weit einheitliche Freifahrtregelung für Kinder unter 6 Jahren zu empfehlen, die eindeutig, transparent und leicht für die Kunden merkbar ist. Gleichzeitig ist die tarifliche Regelung der Schülerbeförderung für Kinder unter 6 Jahren zukunftsicher zu lösen. Da das Einschulungsalter bis zum Schuljahr 2014/2015 um 0,5 Jahre abgesenkt wird, nimmt die Zahl der 5jährigen Fahrschüler zu. Jedoch steht die Prüfung noch aus, ob der Schülerbeförderung von „Erstklässlern“ überhaupt eine wirtschaftliche Relevanz beizumessen ist.

## Neue Entwicklungsschwerpunkte bei Tarifprodukten

Die permanente Anforderung, die Nahverkehrstarife an der Kundennachfrage auszurichten, trägt zur Entwicklung neuer zielgruppenspezifischer Tarifprodukte bei. Bei der Analyse der Fahrausweispaletten der 9 Tarifräume sowie des NRW-Tarifs lässt sich zwischen den Tarifräumen in NRW eindeutig eine harmonisierte Fahrausweispalette erkennen. Bestimmte Fahrausweisangebote (z. B. Tageskarte 5 Personen als freizeitorientiertes Angebot für Kleingruppen und Familien) haben sich als Grundangebot in allen 10 Tarifen in NRW etabliert. Allerdings ist in manchen Räumen die Fahrausweispalette durch zusätzliche spezielle Fahrausweisangebote (z. B. Ferienticket für Senioren) umfangreicher, während andere Räume mit einer relativ schlanken Ticketpalette am Markt agieren.

Als neue Entwicklungsschwerpunkte, die Wachstumspotenziale für den ÖPNV versprechen, kristallisieren sich die folgenden Tarifprodukte heraus:

- **Zeitkarten für Teilnetze eines Tarifraums:** Zielgruppe sind Kunden, die häufiger Wegekettten in einer Region zurücklegen (z. B. in polyzentrisch strukturierten Räumen). Gegenüber Zeitkarten mit ausschließlichem Streckenbezug (Preisstufenbindung) kann eine höhere Preisbereitschaft unterstellt werden.
- **Spezielle Seniorenangebote:** Als neues Premium-Produkt mit einfachen Nutzungsbedingungen im Abonnement und einer aktiven Vermarktung hebt sich das Angebot deutlich von – aus sozialen Gründen – rabattierten Senioren-Monatskarten ab, wie sie bis in die 80er Jahre verbreitet waren.
- **MonatsTickets im Abo für Auszubildende:** Durch das Angebot, das noch nicht in allen Tarifräumen besteht, können regelmäßige ÖPNV-Nutzer im Ausbildungsverkehr ganzjährig an den ÖPNV gebunden werden.
- **SchülerTicket:** Die äußerst dynamische Verbreitung dieses Angebots hat zwar erkennbar abgenommen, dennoch kann das Modell bei sinkenden Schülerzahlen einen Ansatz zur Stabilisierung der Einnahmensituation im Ausbildungsverkehr darstellen.
- **TagesTickets,** die sich vornehmlich an Ortsfremde und Seltenfahrer mit geringer Tarifkenntnis (z. B. Touristen, Ausflügler) richten, werden in allen Tarifen als 1-Personen-Variante und 5-Personen-Variante angeboten. Allerdings wird die Sperrzeit-Regelung („Gilt erst ab 9 Uhr!“) zur Abgrenzung von anderen Nachfragesegmenten sehr unterschiedlich eingesetzt. Da die Zielgrup-

pe besonders auf einheitliche bzw. vergleichbare Bedingungen angewiesen ist, ist eine weitere Vereinheitlichung dieser Tickets wünschenswert.

## Ausblick

Die mit der Einführung des NRW-Tarifs umgesetzte Harmonisierung der Verbundtarife hat zu einem im Bundesvergleich hohen Entwicklungsstand der Tariflandschaft NRW geführt. Im Detail sind nur noch wenige „Baustellen“ zu erkennen, die einer weiteren Harmonisierung bedürfen. Deren Umsetzung dürften keine grundsätzlichen Erwägungen entgegenstehen, sondern vielmehr im Rahmen der etablierten und institutionalisierten Zusammenarbeit der 9 Tarifräume zu lösen sein.

Um weitere ÖPNV-Nutzungsbarrieren abzubauen, müssen mittelfristig auch Unterschiede im Vertrieb von Tickets einer Prüfung unterzogen werden: Beispielsweise bestehen in den Verbundtarifen unterschiedliche Vorgehensweisen bei der Ausgabe von Barfahrausweisen aus Automaten (Ausgabe entwertet zum sofortigen Fahrtantritt vs. unentwertete Ausgabe), was aus dem Blickwinkel der Kunden schwer nachvollziehbar ist und dem Ziel einer einheitlichen „Benutzeroberfläche des NRW-Nahverkehrs“ noch entgegensteht.

Dirk Meinhard  
Ingenieurgruppe IVV GmbH & Co. KG



## NRW-Tarif

### Tarif, Tickets und Preise

Der NRW-Tarif wird stetig im Sinne der Kunden weiterentwickelt. Die allgemeine Kostenentwicklung macht aber auch vor dem NRW-Tarif nicht Halt.

Nachdem die zweite Entwicklungsstufe des NRW-Tarifs im Jahr 2005 mit der Einführung der RelationspreisTickets und der Ergänzung der PauschalpreisTickets abgeschlossen wurde, konnte in 2006 eine weitere Systemergänzung (3. Stufe) zum 10. Juni 2007 implementiert werden. Zwei wesentliche Neuerungen bei den RelationspreisTickets standen dabei im Vordergrund.

#### Einfacheres Preissystem: Eine Gemeinde – Ein Preis

Zwischen zwei Orten in NRW gilt grundsätzlich ein fester Verbindungspreis – unabhängig davon, an welchem Bahnhof innerhalb einer Stadt oder Gemeinde der Fahrgast in den Zug ein- oder aussteigt.

Diese Neuerung ist das Ergebnis der gemeindliche Gleichstellung von Bahnhöfen. Dieses aus den klassischen Verbundtarifen bekannte Prinzip bedeutet, dass sich der Kunde bei seinem Fahrtwunsch nicht mehr auf einen Bahnhof innerhalb einer Gemeinde festlegen muss. Alle

Bahnhöfe einer Gemeinde werden einem Referenzbahnhof zugeordnet und tariflich gleichgestellt. Der Fahrpreis zwischen zwei Gemeinden ist somit grundsätzlich gleich.

#### Erweitertes Verkaufssystem: Von Ort zu Ort

Auch Städte/Gemeinden ohne eigenen Bahnhof wurden in das Verkaufssystem integriert und können als Start- beziehungsweise Zielort einer Reise ausgewählt werden.

Durch die Integration wurde eine deutliche Vereinfachung bei Fahrten von/zur Gemeinden ohne eigenen Bahnhof erreicht. Auch in diesen Fällen kann seit dem 10. Juni 2007 ein durchgängiges Ticket gelöst werden.

Mit diesen Neuerungen wurde der NRW-Tarif zu einem vollwertigen Verbundtarif aufgerüstet. Alle Verbindungen sind – wie in den NRW-Verkehrsverbänden und -gemeinschaften bereits üblich – über einheitliche Preise auf der Basis von

Stadt/Gemeinde zu Stadt/Gemeinde definiert. Für die Fahrgäste ist somit eine weitere Grauzone in der Tarifierung entfallen; die Orientierung und die Marktfähigkeit wurden gesteigert.

### Erweiterung des Ticketsortiments

Neben den Neuerungen aus der Stufe 3 wurde zudem der Tarif konsequent weiterentwickelt und fortgeschrieben. Aufgrund der Bemühungen aller maßgeblichen Akteure in NRW und der konstruktiven Zusammenarbeit zwischen Vertretern der Kooperationsräume bzw. Verkehrsunternehmen und den Vertretern der Studierenden in NRW war es im August 2007 möglich, den Studierenden ein Angebot zu einem landesweit gültigen SemesterTicket NRW vorzulegen (siehe Artikel auf Seite 18 in diesem Bericht).

### Vertrieblicher Lückenschluss

Darüber hinaus wurden die Rahmenbedingungen für das OnlineTicket NRW schlussabgestimmt, so dass eine Einführung des Internetvertriebs der RelationspreisTickets des NRW-Tarifs zum Frühjahr 2008 möglich wurde (siehe Artikel auf Seite 25 in diesem Bericht).

### Preisfortschreibung 2007/2008

Im Rahmen der allgemeinen Kostenentwicklung müssen auch die Fahrpreise im NRW-Tarif im Jahr 2008 angepasst werden. Dabei orientiert sich die Preisfortschreibung im NRW-Tarif an den Entwicklungen in den 9 Kooperationsräumen sowie an der Entwicklung des Nahverkehrstarifs (C-Preis-System) der Deutschen Bahn AG.

NRW-PauschalpreisTickets	Fahrpreistafel			
	2008	2007	2006	2005
<b>Tickets...</b>				
<b>für eine Fahrt</b>				
SchöneFahrtTicket NRW Erwachsene	15,20 €	14,00 €	13,20 €	12,00 €
SchöneFahrtTicket NRW Kinder	7,60 €	7,00 €	6,60 €	6,00 €
<b>für einen Tag</b>				
SchönerTagTicket NRW Single <sup>1)</sup>	23,50 €	22,00 €	21,00 €	21,00 €
SchönerTagTicket NRW 5 Personen <sup>1)</sup>	33,00 €	29,50 €	27,00 €	27,00 €
FahrradTicket NRW	3,50 €	3,50 €	3,50 €	-
Schönes-Wochenende-Ticket <sup>1)</sup>	35,00 €	33,00 €	30,00 €	30,00 €
<b>für einen Ferienzeitraum</b>				
SchöneFerienTicket NRW Ostern, Herbst, Winter	20,00 €	18,00 €	16,50 €	16,00 €
SchöneFerienTicket NRW Sommer	48,00 €	44,00 €	41,00 €	39,50 €
<b>für ein Semester</b>	WS 08/09	SS 08		
SemesterTicket NRW <sup>2)</sup>	35,30 €	33,60 €	-	-
<b>für ein Jahr</b>				
SchönesJahrTicket NRW (1. Klasse)	3.390,00 €	3.390,00 €	3.390,00 €	-
SchönesJahrTicket NRW (2. Klasse)	2.400,00 €	2.400,00 €	2.400,00 €	-
<b>im Abonnement</b>				
SchönesJahrTicket NRW Abo (1. Klasse)	296,50 €	296,50 €	296,50 €	-
SchönesJahrTicket NRW Abo (2. Klasse)	210,00 €	210,00 €	210,00 €	-

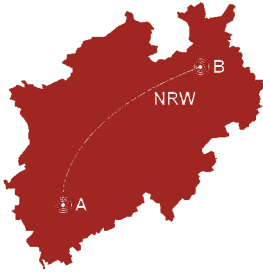
1) Im personenbedienten Verkauf der DB (-Agenturen) zzgl. 2,- €

2) Einführung zum Sommersemester 2008; Aufpreis zum regionalen SemesterTicket

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



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



## NRW-RelationspreisTickets (plus-Beträge)

Fahrpreistafel

Tickets...		C-Preis <sup>2)</sup> +	2008	2007	2006	2005
<b>für eine Fahrt</b>						
	SchöneReiseTicket NRW Erw.		1,00 €	0,90 €	0,80 €	0,70 €
	SchöneReiseTicket NRW Ki.		0,50 €	0,45 €	0,40 €	0,35 €
	AnschlussTicket NRW Erw.		1,00 €	0,90 €	0,80 €	0,70 €
	AnschlussTicket NRW Ki.		0,50 €	0,45 €	0,40 €	0,35 €
	SchöneReiseTicket NRW Gruppe Erw. <sup>1)</sup>		0,50 €	0,45 €	0,40 €	0,35 €
	SchöneReiseTicket NRW Gruppe Ki. <sup>1)</sup>		0,25 €	0,25 €	0,20 €	0,20 €
BahnCard25	SchöneReiseTicket NRW Erw.		0,75 €	0,70 €	0,60 €	0,50 €
	SchöneReiseTicket NRW Ki.		0,40 €	0,35 €	0,30 €	0,25 €
	AnschlussTicket NRW Erw.		0,75 €	0,70 €	0,60 €	0,50 €
	AnschlussTicket NRW Ki.		0,40 €	0,35 €	0,30 €	0,25 €
BahnCard50	SchöneReiseTicket NRW Erw.		0,50 €	0,45 €	0,40 €	0,35 €
	SchöneReiseTicket NRW Ki.		0,25 €	0,25 €	0,20 €	0,20 €
	AnschlussTicket NRW Erw.		0,50 €	0,45 €	0,40 €	0,35 €
	AnschlussTicket NRW Ki.		0,25 €	0,25 €	0,20 €	0,20 €
<b>für eine Hin- und Rückfahrt</b>						
	SchöneReiseTicket NRW Hin&Rück Erw.		2,00 €	1,80 €	1,60 €	1,40 €
	SchöneReiseTicket NRW Hin&Rück Ki.		1,00 €	0,90 €	0,80 €	0,70 €
	AnschlussTicket NRW Hin&Rück Erw.		2,00 €	1,80 €	1,60 €	1,40 €
	AnschlussTicket NRW Hin&Rück Ki.		1,00 €	0,90 €	0,80 €	0,70 €
	SchöneReiseTicket NRW Gruppe Hin&Rück Erw. <sup>1)</sup>		1,00 €	0,90 €	0,80 €	0,70 €
	SchöneReiseTicket NRW Gruppe Hin&Rück Ki. <sup>1)</sup>		0,50 €	0,50 €	0,40 €	0,35 €
BahnCard25	SchöneReiseTicket NRW Hin&Rück Erw.		1,50 €	1,40 €	1,20 €	1,00 €
	SchöneReiseTicket NRW Hin&Rück Ki.		0,80 €	0,70 €	0,60 €	0,50 €
	AnschlussTicket NRW Hin&Rück Erw.		1,50 €	1,40 €	1,20 €	1,00 €
	AnschlussTicket NRW Hin&Rück Ki.		0,80 €	0,70 €	0,60 €	0,50 €
BahnCard50	SchöneReiseTicket NRW Hin&Rück Erw.		1,00 €	0,90 €	0,80 €	0,70 €
	SchöneReiseTicket NRW Hin&Rück Ki.		0,50 €	0,50 €	0,40 €	0,40 €
	AnschlussTicket NRW Hin&Rück Erw.		1,00 €	0,90 €	0,80 €	0,70 €
	AnschlussTicket NRW Hin&Rück Ki.		0,50 €	0,50 €	0,40 €	0,40 €
<b>für eine Kalenderwoche</b>						
	SchöneWocheTicket NRW		4,70 €	4,50 €	4,30 €	4,00 €
<b>für einen Monat</b>						
	SchönerMonatTicket NRW		17,30 €	16,60 €	16,00 €	15,00 €
	SchönerMonatTicket NRW Azubi		13,00 €	12,50 €	12,00 €	11,25 €
<b>im Abonnement</b>						
	SchönerMonatTicket NRW Abo		14,40 €	13,85 €	13,35 €	12,50 €
	SchönerMonatTicket NRW Azubi Abo		10,80 €	10,40 €	10,00 €	9,50 €

1) plus-Betrag pro Person

2) Tarif für Züge der Produktklasse C der Deutschen Bahn AG

### Der NRW-Tarif...

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



Bei den Preisüberlegungen für PauschalpreisTickets stehen neben den wirtschaftlichen Aspekten die Marktverträglichkeit und die Orientierung an der „Leitgröße“ Schönes-Wochenende-Ticket im Vordergrund. Die Preisanpassung 2008 für PauschalpreisTickets des NRW-Tarifs beträgt durchschnittlich 6 Prozent.

Bei den RelationspreisTickets ist die Preismaßnahme maßgeblich geprägt von der Entwicklung des Nahverkehrstarifs der DB. 2008 wurde im C-Preis-System der DB eine Erhöhung um durchschnittlich 2,9 Prozent durchgeführt. Die plus-Preise wur-

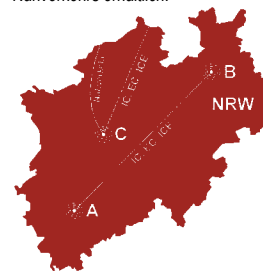
den um durchschnittlich 9,6 Prozent angepasst, was im Wesentlichen darauf zurückzuführen ist, dass die kleinste Einheit für eine Preismaßnahme in dieser Preiskomponente 10 Cent beträgt. Im Mittel resultiert daraus eine Preisanpassung bei den RelationspreisTickets des NRW-Tarifs von etwa 3,8 Prozent.

Auch bei den NRWplus-Tickets beträgt die kleinste Anpassungseinheit 10 Cent. Hier erfolgt eine Anpassung der Aufpreise in Höhe von etwa 6,5 Prozent.

Holger Pfenning und Danijel Andric  
KompetenzCenter Marketing NRW

NRWplus-Tarif	Fahrpreistafel			
	2008	2007	2006	2005
<b>Tickets...</b>				
<i>für eine Fahrt</i>				
<b>NRWplus Einzelfahrt Erwachsene</b>	<b>2,00 €</b>	1,90 €	1,80 €	1,70 €
<b>NRWplus Einzelfahrt Kinder</b>	<b>1,20 €</b>	1,20 €	1,10 €	1,05 €
<i>für eine Hin- und Rückfahrt</i>				
<b>NRWplus Hin&amp;Rück Erwachsene</b>	<b>4,00 €</b>	3,80 €	3,60 €	3,40 €
<b>NRWplus Hin&amp;Rück Kinder</b>	<b>2,40 €</b>	2,40 €	2,20 €	2,10 €
<i>für einen Monat</i>				
<b>NRWplus Monat ICE</b>	<b>48,00 €</b>	46,00 €	44,00 €	42,00 €
<b>NRWplus Monat ICE Abo</b>	<b>42,00 €</b>	41,00 €	39,00 €	37,00 €

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



### Der NRWplus-Tarif...

- ... ist ein fakultativer Aufpreis
- ... gilt für den Nahverkehr am Start- bzw. Zielort in NRW
- ... ist erhältlich zu Tickets des Fernverkehrs
- ... ist erhältlich zu Tickets des Nahverkehrs zwischen NRW und anderen Bundesländern

# Einführung des SemesterTickets NRW

Bereits im Sommersemester 2008 nutzen ca. 93.000 Studierende das SemesterTicket NRW. Für 2009 wird mit einer Verdopplung der Abnehmerzahlen gerechnet.

Erstmals im Sommer 2003 äußerten die Studierenden – vertreten durch die Landes-ASten-Koordination – die Idee eines landesweit gültigen SemesterTickets. Das Ministerium für Bauen und Verkehr NRW (MBV) sowie die Verkehrsverbünde und -gemeinschaften in NRW beauftragten das KompetenzCenter Marketing NRW (KCM) federführend mit der Entwicklung, Kalkulation und Einführung des Produktes.

Das SemesterTicket NRW sollte dabei den Studierenden als obligatorischer Aufpreis auf die regionalen SemesterTickets die Nutzung des Nahverkehrs landesweit ermöglichen. Die Kalkulation des Aufpreises konnte nur anhand von Daten über das Mobilitätsverhalten der Studierenden – insbesondere mit Blick auf die verbundraumübergreifenden Verkehre – erfolgen.

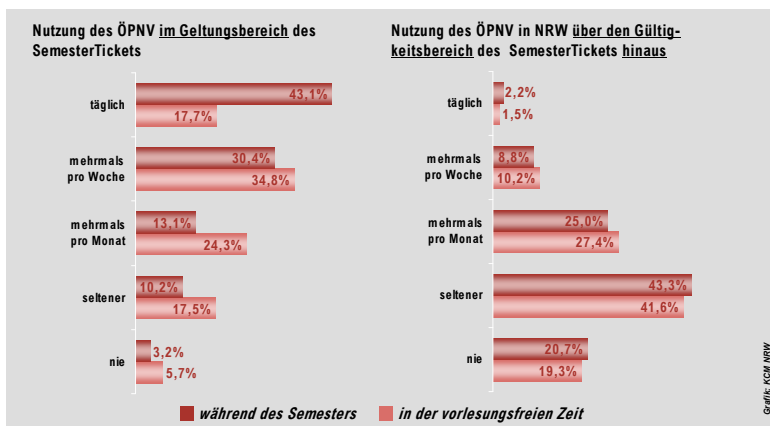
Da solches Datenmaterial nicht vorlag, musste es im Rahmen einer repräsentativen Untersuchung erhoben werden. Das KCM beauftragte 2004 hierfür – mit finanzieller Unterstützung durch das MBV – das

Institut für Verkehrswissenschaften der Universität zu Köln mit der Durchführung einer solchen Studie. Hierbei wurden 15.000 Studierende aus NRW hauptsächlich zu ihrem regionalen wie auch überregionalen Mobilitätsverhalten, aber auch zu ihren Erwartungen und Anforderungen an ein SemesterTicket NRW befragt.

Die Untersuchung ergab – wie erwartet – deutliche Unterschiede beim Vergleich von regionalem und überregionalem Fahrverhalten mit dem ÖPNV.

Auf Basis der Untersuchungsergebnisse wurde ein (Auf-)Preis für das SemesterTicket NRW unter Berücksichtigung nachfolgender Parameter kalkuliert:

- Das SemesterTicket NRW erweitert den Geltungsbereich des regionalen SemesterTickets auf den Nahverkehr in ganz NRW.
- Es ist als Aufpreis zu den regionalen SemesterTickets gestaltet.
- Der Aufpreis ist für alle Studierenden einer Hochschule obligatorisch (Solidaransatz).



ÖPNV-Nutzungshäufigkeit der befragten Studierenden  
(Quelle: Datengrundlage SemesterTicket NRW, KCM, 2005)

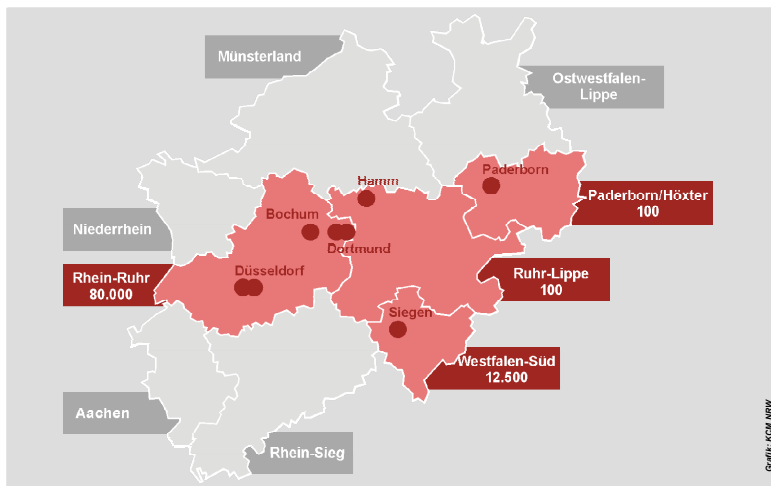
Die Kalkulation des Angebotes und die Ratifizierung der begleitenden Rahmenbedingungen wurden in den Jahren 2005/2006 in enger Abstimmung mit den Vertretern der nordrhein-westfälischen Kooperationsräume sowie der Landes-ASten-Koordination in gemeinsamen Arbeitsgruppen vorgenommen. Damit sollte von vornherein sichergestellt werden, dass das neue Produkt den Anforderungen der

Verkehrsunternehmen und der Studierenden gerecht wurde.

Im August 2007 konnte der Landes-ASten-Koordination ein einvernehmlich akzeptiertes Angebot vorgelegt werden. Es sieht einen sehr günstigen Einführungspreis von 33,60 Euro vor. Dieser steigert sich gestaffelt bis auf 37,10 Euro für das SS 09 und das WS 09/10. Zu diesem – nur aufgrund der Solidarfinanzierung möglichen – günstigen Preis von umgerechnet etwa 6,00 Euro/Monat können die Studierenden in Verbindung mit ihrem regionalen SemesterTicket den Nahverkehr in ganz NRW nutzen.

Bereits zum Einführungssemester zeigte sich, dass das SemesterTicket NRW auf eine große Resonanz bei den Studierenden trifft. Trotz der für die Hochschulverwaltungen und ASten relativ kurzen Vorlaufzeit, wurde das SemesterTicket NRW zum Sommersemester 2008 an acht Hochschulen eingeführt. Damit konnten bereits zur Produkteinführung rund 93.000 Studierende für das Ticket gewonnen werden. Dies entspricht etwa 20 Prozent aller Studierenden in NRW.

Auch für die kommenden Semester planen zahlreiche Hochschulen, dem SemesterTicket NRW beizutreten. Lag der Schwerpunkt der Abschlüsse im SS 08 im VRR, so werden zum WS 08/09 und zum SS 09 weitere Abschlüsse im Bereich von AVV, OWL V und VRS erwartet. Aufgrund der Mitteilung der ASten und Hochschulverwaltungen zu angestrebten Abschlüssen, lässt sich prognostizieren, dass mehr als die Hälfte aller ca. 460.000 Studierenden in NRW zum SS 09 Inhaber eines SemesterTickets NRW sein werden.



*Rund 93.000 Studierende haben zum SS 08 bereits die landesweite Fahrtberechtigung*

Mit dem SemesterTicket NRW ist der Tariflandschaft NRW ein verkehrspolitisch bedeutsamer Schritt gelungen: Bereits 2009 werden ca. die Hälfte aller NRW-Studierender die umfassende tagtägliche ÖPNV-Mobilitätskarte für ganz NRW in der Tasche haben. Der Erfolg dieses Tickets ist der Solidarfinanzierung zuzuschreiben, ein Weg, der ggf. auch auf andere Sektoren ausgedehnt werden könnte.

**Holger Pfnennings und Monika Schreiber**  
KompetenzCenter Marketing NRW



# Bilanz

## Verkaufsentwicklung im NRW-Tarif

Der NRW-Tarif ist weiterhin auf Erfolgskurs:  
Erneute Steigerung der Fahrgast- und Umsatzzahlen

Auch die Zahlen des Geschäftsjahres 2007 bestätigen wieder die Attraktivität des NRW-Tarifs: Der NRW-Tarif ist weiter auf Erfolgskurs.

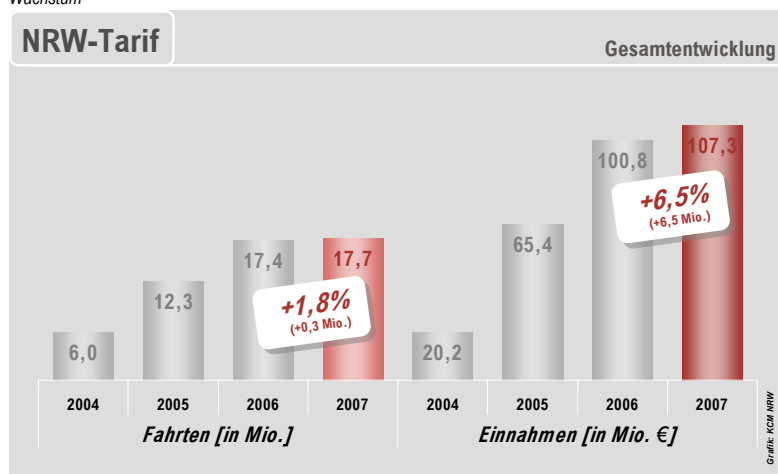
Über 17,7 Millionen (2006: 17,4 Millionen) überregionale Fahrten mit Zügen, Bussen und Straßenbahnen haben die Kunden in 2007 mit Tickets des NRW-Tarifs unternommen. Die Einnahmen der Kooperationspartner stiegen um 6,5 Prozent beziehungsweise 6,5 Millionen Euro

auf insgesamt 107,3 Millionen Euro. Für den Erlös pro Fahrt bedeutet dies ein Plus von rund 4 Prozent.

Unterstützt wurde die positive Gesamtentwicklung auch durch äußere Rahmenbedingungen wie stark gestiegene Energiekosten. Dies ermöglichte eine gute Marktakzeptanz der Tarifierfassung. Insgesamt ist jedoch auch der Druck auf die Unternehmen erheblich gewachsen. Die Kostensteigerungen und Zuschussrückgänge belasten die Unternehmen in erheblichem Maße.

Im NRW-Tarif sind analog zu den meisten NRW-Verbundtarifen Wanderungsbewegungen in Richtung der Zeitkarten zu erkennen. Dies ist ein eindeutiges Indiz dafür, dass immer mehr Kunden dauerhaft vom eigenen PKW auf öffentliche Verkehrsmittel umsteigen und dabei verstärkt die im Vergleich zum Bartarif günstigen Zeitkarten für ihre Fahrten nutzen. Dieser Trend ist in beiden Segmenten des NRW-Tarifs zu beobachten.

Der NRW-Tarif ist seit seiner Einführung geprägt durch ein kontinuierliches Wachstum



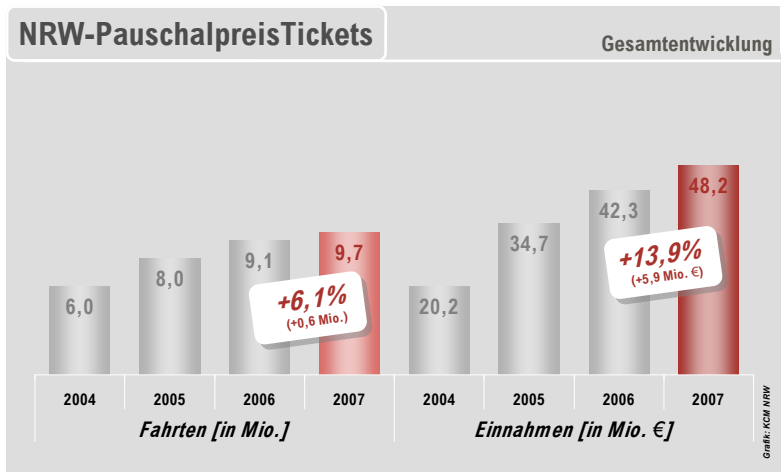
## NRW-PauschalpreisTickets

Mit der Schaffung des sehr übersichtlich gehaltenen und flächendeckend erhältlichen PauschalpreisTicket-Sortiments hat die nordrhein-westfälische Tariflandschaft das Ziel verfolgt, Zugangshemmnisse zum ÖPNV abzubauen und neue Kunden zu gewinnen. Es ist gelungen, zeitgemäße Angebote am Markt zu platzieren. Den Kunden wird mit den PauschalpreisTickets ein leicht verständlicher, preisgünstiger Tarif mit einem hohen Maß an Flexibilität geboten. Die Akzeptanz spiegelt sich in der kontinuierlich positiven Verkaufsentwicklung wider.

Mit den Fahrgastzahlen und Einnahmen des Jahres 2007 wurde das Vorjahresergebnis um 600.000 Fahrten (Plus 6,1 Prozent) und 5,9 Millionen Euro an Einnahmen übertroffen (Plus 13,9 Prozent).

Einen erheblichen Anteil an der positiven Entwicklung der Fahrgastzahlen in 2007 haben die **FerienTickets NRW**. Nachdem im abgelaufenen Geschäftsjahr (2006) die Fahrgastzahlen nahezu konstant geblieben waren, stiegen sie aktuell um über 200.000 (Plus 8,8 Prozent). Begründet ist dies auch durch den Verzicht auf regionale FerienTickets in den Kooperationsräumen zugunsten der landesweiten Fahrtberechtigung.

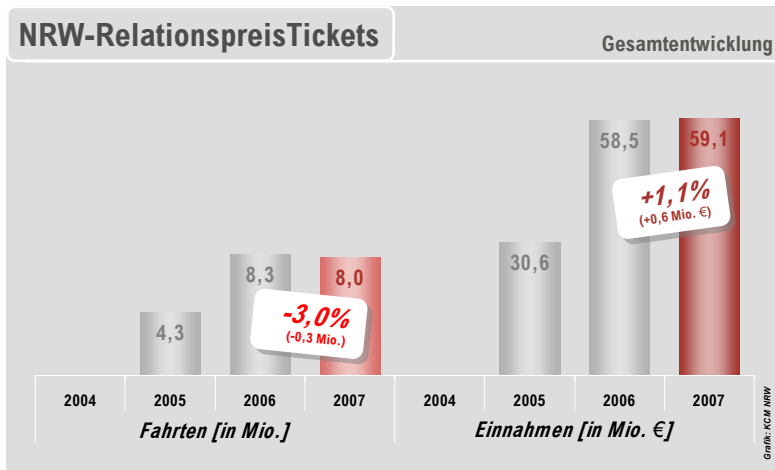
Den größten Anteil an der positiven Einnahmenentwicklung haben wiederholt die im Wesentlichen für gelegentliche Einkaufs- und Ausflugsfahrten genutzten **SchönerTagTickets NRW**. Alleine mit diesen Tickets für einen Tag wurden 3,4



Die PauschalpreisTickets sind der „Renner“ - Die Steigerungsraten sind auf einem unverändert hohen Niveau

Millionen Euro Mehreinnahmen erzielt und zusätzliche 150.000 Fahrten durchgeführt. Der Sondereffekt der „WM 2006“ wurde im Geschäftsjahr 2007 nur teilweise durch die erstmals in Nordrhein-Westfalen durchgeführte „Loveparade“ kompensiert. Einen Großteil der mehr als 1,2 Millionen Besucher zog es dabei mit dem ÖPNV nach Essen. Die Gesamtbilanz im Segment der TagesTickets (inkl. der in NRW verkauften Schönes-Wochenende-Tickets) weist erstmals seit Einführung der SchönerTagTickets NRW ein Minus von rund 140.000 Fahrten aus, das jedoch bei einem Einnahmenplus von 2,6 Millionen Euro.

Die Tickets für eine Fahrt runden das insgesamt positive Ergebnis der PauschalpreisTickets ab. Die **SchöneFahrtTickets NRW**, gültig für 2 Stunden ohne Festlegung auf ein Reiseziel, erfreuen sich immer größerer Beliebtheit. Knapp 100.000 dieser Tickets wurden in 2007 mehr verkauft und damit 1,8 Millionen Euro Mehreinnahmen erzielt.



### NRW-RelationspreisTickets

Die Entwicklung der Verkaufszahlen der RelationspreisTickets liegt im landesweiten Nachfragetrend nach Zeitkarten begründet. So ist auch im NRW-Tarif eine zunehmende Quote der Zeitkarteninhaber festzustellen, während die Nutzung mit Einzel- und Mehrfahrtenkarten abnimmt.

Die rückläufige Verkaufsentwicklung bei den **SchöneReiseTickets NRW** hat im Wesentlichen vier Gründe:

- **Fahrgastinformation:** Gezielte Informationsmaßnahmen – insbesondere das „NRW-Tarif-Modul“ – erleichtern den Systemzugang und die Wahl des richtigen Tickets. Seit Herbst 2006 wurde das NRW-Tarif-Modul (Bestandteil aller in NRW gängigen Auskunftssysteme) um eine Beraterfunktion erweitert. Es konnte eine deutliche Verbesserung der Fahrgastinformation erreicht werden. Die Kunden haben nun neben der klassischen Fahrplanauskunft auch einen einfachen Zugang zu Informationen zum individuell optimalen Ticket.

- **Kundenbindungseffekt:** Eine Vielzahl von Kunden konnte dauerhaft für den NRW-Tarif gewonnen werden (Wanderungsbewegung vom Bartarif zu Zeitkarten).
- **Nachfragevariation:** Die stetig steigende Zahl der Verbund-Zeitkarteninhaber nutzt für gelegentliche Fahrten über den Geltungsbereich des eigenen Tickets hinaus nun **AnschlussTickets NRW** (2007: Plus 337.000 Fahrten/ca. 45,5 Prozent)
- **Kosten-/Nutzeffekt:** Flexibilität gewinnt immer mehr an Bedeutung. Die Kunden wählen auch aufgrund des gestiegenen Preisbewusstseins das für ihre Bedürfnisse günstigste Ticket. Immer häufiger sind es die PauschalpreisTickets, die maximale Leistung zu einem günstigen Preis bieten (Wanderungsbewegung von RelationspreisTickets zu PauschalpreisTickets).

Insgesamt ist festzustellen, dass mit den gegenwärtigen NRW-Tarif-Angeboten bereits ein relativ hoher Grad der Marktsättigung erreicht ist.

Um zukünftig weitere Neukunden für den ÖPNV und für den NRW-Tarif zu gewinnen, sind weitere innovative Maßnahmen notwendig. Die Einführung des SemesterTickets NRW zum Sommersemester 2008 ist ein weiterer großer Schritt in Richtung einer kundenorientierten Tarifgestaltung, wengleich damit auch Potenziale aus den traditionellen Ticketsegmenten abgezogen werden.

Danijel Andric  
KompetenzCenter Marketing NRW

## NRW-PauschalpreisTickets

Vorjahresvergleich

	Einnahmen [in EUR]				Fahrten				Ticketabsatz			
	2007	2006	Veränderung in %	absolut	2007	2006	Veränderung in %	absolut	2007	2006	Veränderung in %	absolut
SchöneFahrtTicket NRW Erwachsene	9.958.806	8.132.169	18,3%	1.826.638	711.350	616.085	15,5%	95.265	711.350	616.085	15,5%	95.265
SchöneFahrtTicket NRW Kinder	153.692	116.939	23,9%	36.754	21.956	17.719	23,9%	4.237	21.956	17.719	23,9%	4.237
<b>Tickets für eine Fahrt</b>	<b>10.112.499</b>	<b>8.249.108</b>	<b>18,4%</b>	<b>1.863.391</b>	<b>733.306</b>	<b>633.804</b>	<b>15,7%</b>	<b>99.502</b>	<b>733.306</b>	<b>633.804</b>	<b>15,7%</b>	<b>99.502</b>
SchönerTagTicket NRW Single	11.500.848	9.886.013	14,0%	1.614.835	1.526.742	1.365.990	11,8%	160.752	508.914	455.330	11,8%	53.584
SchönerTagTicket NRW 5 Personen	23.854.574	22.004.793	7,8%	1.849.781	4.746.336	4.752.504	-0,1%	-6.168	791.056	792.084	-0,1%	-1.028
FahrradTicket NRW	251.342	298.064	-18,6%	-46.722					71.812	85.161	-15,7%	-13.349
<b>Tickets für einen Tag</b>	<b>35.606.764</b>	<b>32.188.869</b>	<b>9,6%</b>	<b>3.417.895</b>	<b>6.273.078</b>	<b>6.118.494</b>	<b>2,5%</b>	<b>154.584</b>	<b>1.371.782</b>	<b>1.332.575</b>	<b>2,9%</b>	<b>39.207</b>
<b>Bartarif gesamt</b>	<b>45.719.262</b>	<b>40.437.977</b>	<b>11,6%</b>	<b>5.281.286</b>	<b>7.006.384</b>	<b>6.752.298</b>	<b>3,8%</b>	<b>254.086</b>	<b>2.105.088</b>	<b>1.966.379</b>	<b>7,1%</b>	<b>138.709</b>
SchöneFerienTicket NRW (kleine Ferien)	887.364	777.158	12,4%	110.206	1.238.850	1.181.475	4,9%	57.375	49.554	47.259	4,9%	2.295
SchöneFerienTicket NRW (große Ferien)	1.029.289	849.684	17,4%	179.605	1.286.615	1.139.820	12,9%	146.795	23.993	20.724	12,9%	2.669
<b>Zeitkarten für einen Ferienzeitraum</b>	<b>1.916.653</b>	<b>1.626.842</b>	<b>15,1%</b>	<b>289.811</b>	<b>2.525.465</b>	<b>2.321.295</b>	<b>8,8%</b>	<b>204.170</b>	<b>72.947</b>	<b>67.983</b>	<b>7,3%</b>	<b>4.964</b>
SchönesJahrTicket NRW (1. Klasse)	20.340	23.730	-16,7%	-3.390	4.980	5.810	-14,3%	-830	6	7	-14,3%	-1
SchönesJahrTicket NRW (2. Klasse)	146.400	86.400	41,0%	60.000	50.630	29.880	69,4%	20.750	61	36	69,4%	25
SchönesJahrTicket NRW Abo (1. Klasse)	29.354	15.122	48,6%	14.232	6.831	3.519	94,1%	3.312	99	51	94,1%	48
SchönesJahrTicket NRW Abo (2. Klasse)	329.700	91.560	72,2%	238.140	108.330	30.084	260,1%	78.246	1.570	436	260,1%	1.134
<b>Zeitkarten für ein Jahr / im Abonnement</b>	<b>525.794</b>	<b>216.812</b>	<b>58,8%</b>	<b>308.982</b>	<b>170.771</b>	<b>69.293</b>	<b>146,4%</b>	<b>101.478</b>	<b>1.736</b>	<b>530</b>	<b>227,5%</b>	<b>1.206</b>
<b>Zeitkarten gesamt</b>	<b>2.442.447</b>	<b>1.843.654</b>	<b>32,5%</b>	<b>598.793</b>	<b>2.696.236</b>	<b>2.390.588</b>	<b>12,8%</b>	<b>305.648</b>	<b>74.683</b>	<b>68.513</b>	<b>9,0%</b>	<b>6.170</b>
<b>PauschalpreisTickets gesamt</b>	<b>48.161.709</b>	<b>42.281.630</b>	<b>13,9%</b>	<b>5.880.079</b>	<b>9.702.620</b>	<b>9.142.886</b>	<b>6,1%</b>	<b>559.734</b>	<b>2.179.771</b>	<b>2.034.892</b>	<b>7,1%</b>	<b>144.879</b>
Schönes-Wochenende-Ticket (nachrichtlich)	10.787.488	11.622.060	-7,2%	-834.572	1.606.430	1.898.825	-15,4%	-292.395	321.286	379.765	-15,4%	-58.479

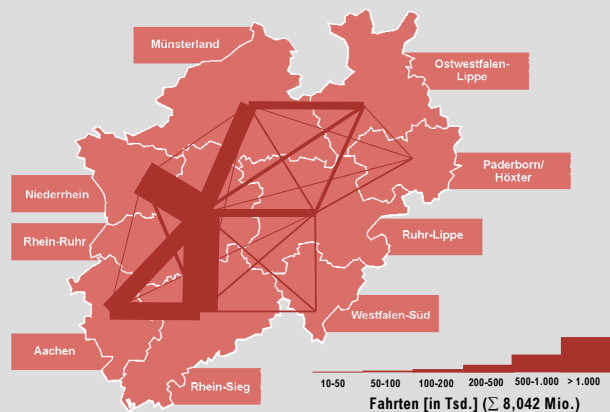
## NRW-RelationspreisTickets

Vorjahresvergleich

	Einnahmen [in EUR]				Fahrten				Ticketabsatz			
	2007	2006	Veränderung in %	absolut	2007	2006	Veränderung in %	absolut	2007	2006	Veränderung in %	absolut
SchöneReiseTicket NRW					2.413.075	2.820.068	-14,4%	-406.993	2.413.075	2.820.068	-14,4%	-406.993
SchöneReiseTicket NRW Hin&Rück					1.260.696	1.585.054	-20,5%	-324.358	630.348	792.527	-20,5%	-162.179
SchöneReiseTicket NRW Gruppe					31.254	33.254	-6,0%	-2.000	2.862	2.971	-3,7%	-109
SchöneReiseTicket NRW Gruppe Hin&Rück					98.308	112.312	-12,5%	-14.004	3.450	3.870	-10,9%	-420
AnschlussTicket NRW					695.924	550.799	26,3%	145.125	695.924	550.799	26,3%	145.125
AnschlussTicket NRW Hin&Rück					570.912	378.912	50,7%	192.000	285.456	189.456	50,7%	96.000
<b>Bartarif gesamt</b>	<b>46.503.919</b>	<b>47.373.681</b>	<b>-1,8%</b>	<b>-869.762</b>	<b>5.070.169</b>	<b>5.480.399</b>	<b>-7,5%</b>	<b>-410.230</b>	<b>4.031.115</b>	<b>4.359.691</b>	<b>-7,5%</b>	<b>-328.576</b>
SchöneWocheTicket NRW					289.653	300.017	-3,5%	-10.364	27.586	28.573	-3,5%	-987
SchönerMonatTicket NRW					1.025.117	1.038.371	-1,3%	-13.254	21.811	22.093	-1,3%	-282
SchönerMonatTicket NRW Abo					978.539	894.512	9,4%	84.027	26.447	24.176	9,4%	2.271
<b>Zeitkarten für Jedermann</b>	<b>10.537.220</b>	<b>9.471.769</b>	<b>11,2%</b>	<b>1.065.451</b>	<b>2.293.309</b>	<b>2.232.900</b>	<b>2,7%</b>	<b>60.410</b>	<b>75.844</b>	<b>74.842</b>	<b>1,3%</b>	<b>1.002</b>
SchönerMonatTicket NRW Azubi					475.605	438.930	8,4%	36.675	10.569	9.754	8,4%	815
SchönerMonatTicket NRW Azubi Abo					202.736	140.857	43,9%	61.879	5.727	3.979	43,9%	1.748
<b>Zeitkarten für Schüler/Azubi</b>	<b>2.055.319</b>	<b>1.628.105</b>	<b>26,2%</b>	<b>427.214</b>	<b>678.341</b>	<b>579.787</b>	<b>17,0%</b>	<b>98.554</b>	<b>16.296</b>	<b>13.733</b>	<b>18,7%</b>	<b>2.563</b>
<b>Zeitkarten gesamt</b>	<b>12.592.539</b>	<b>11.099.874</b>	<b>13,4%</b>	<b>1.492.665</b>	<b>2.971.650</b>	<b>2.812.686</b>	<b>5,7%</b>	<b>158.964</b>	<b>92.140</b>	<b>88.575</b>	<b>4,0%</b>	<b>3.565</b>
<b>RelationspreisTickets gesamt</b>	<b>59.096.458</b>	<b>58.473.555</b>	<b>1,1%</b>	<b>622.903</b>	<b>8.041.819</b>	<b>8.293.085</b>	<b>-3,0%</b>	<b>-251.266</b>	<b>4.123.255</b>	<b>4.448.266</b>	<b>-7,3%</b>	<b>-325.011</b>

### ... darin plus-Beträge

	Einnahmen (plus-Beträge) [in EUR]			
	2007	2006	Veränderung in %	absolut
SchöneReiseTicket NRW	1.749.742	1.828.968	-4,3%	-79.226
SchöneReiseTicket NRW Hin&Rück	820.046	927.124	-11,5%	-107.078
SchöneReiseTicket NRW Gruppe	12.971	12.195	6,4%	776
SchöneReiseTicket NRW Gruppe Hin&Rück	34.306	34.723	-1,2%	-418
AnschlussTicket NRW	555.080	386.808	43,5%	168.272
AnschlussTicket NRW Hin&Rück	405.313	234.997	72,5%	170.316
<b>Bartarif gesamt</b>	<b>3.577.458</b>	<b>3.424.816</b>	<b>4,5%</b>	<b>152.642</b>
SchöneWocheTicket NRW	124.427	122.856	1,3%	1.571
SchönerMonatTicket NRW	362.518	353.486	2,6%	9.032
SchönerMonatTicket NRW Abo	367.325	323.812	13,4%	43.513
<b>Zeitkarten für Jedermann</b>	<b>854.270</b>	<b>800.154</b>	<b>6,8%</b>	<b>54.116</b>
SchönerMonatTicket NRW Azubi	132.209	116.992	13,0%	15.217
SchönerMonatTicket NRW Azubi Abo	59.729	39.921	49,6%	19.808
<b>Zeitkarten für Schüler/Azubi</b>	<b>191.938</b>	<b>156.913</b>	<b>22,3%</b>	<b>35.025</b>
<b>Zeitkarten gesamt</b>	<b>1.046.207</b>	<b>957.066</b>	<b>9,3%</b>	<b>89.141</b>
<b>RelationspreisTickets gesamt</b>	<b>4.623.665</b>	<b>4.381.882</b>	<b>5,5%</b>	<b>241.783</b>



Eindeutig dominant bei der Nutzung von NRW-RelationspreisTickets sind die Verkehrsrelationen Rhein-Ruhr ↔ Rhein-Sieg sowie Rhein-Ruhr ↔ Aachen, Rhein-Ruhr ↔ Niederrhein, Rhein-Ruhr ↔ Münsterland

## NRWplus-Tarif

In seiner heutigen Form dient NRWplus in erster Linie als lokale Mobilitätsergänzung zum Fernverkehr. Seit der Einführung der NRW-RelationspreisTickets 2005 und der damit verbundenen Änderung des Geltungsumfangs verzeichnete NRWplus deutliche Verkaufs- und Umsatzrückgänge.

Im vergangenen Jahr konnte dieser Trend erstmals unterbrochen werden. So erzielte NRWplus im Jahr 2007 im Vergleich zum Vorjahr eine Umsatzsteigerung von 12,3 Prozent auf über 600.000 Euro. Die positive Umsatzentwicklung basiert auf einem Plus von rund 10 Prozent der verkauften Tickets, verbunden mit einer Steigerung der Fahrten um 6,3 Prozent. Dabei entfielen über 60 Prozent des Umsatzes und fast dreiviertel der Fahrten auf das Zeitkartenangebot. Im Gegensatz zu den

vorangegangenen Jahren beschränkten sich in 2007 die Zuwächse aber nicht nur auf das Zeitkartensegment, auch der Bartarif konnte zulegen. Hier kam NRWplus die aktuelle Preisoffensive der DB Fernverkehr mit ihren „Dauer-Spezial-Angeboten“ zu Gute. Aufgrund der günstigen Fernverkehrsangebote entschied sich mancher Kunde für die schnelleren und komfortableren Züge des Fernverkehrs und griff erst in seiner Zielgemeinde auf den ÖPNV zurück, anstatt durchgängig den Nahverkehr zu nutzen.

Da die Entwicklung des NRWplus-Tarifs sehr stark abhängig ist vom Spannungsverhältnis der Nah- und Fernverkehrstarife, bleibt abzuwarten, ob und wie sich der momentane Aufwärtstrend in der Zukunft fortsetzen kann.

Petra Bieser  
KompetenzCenter Marketing NRW

NRWplus-Tarif	Vorjahresvergleich											
	Einnahmen [in EUR]				Fahrten				Ticketabsatz			
	2007	2006	Veränderung in %	Veränderung absolut	2007	2006	Veränderung in %	Veränderung absolut	2007	2006	Veränderung in %	Veränderung absolut
NRWplus Einzelfahrt Erwachsene	163.444	139.039	14,9%	24.405	86.035	77.244	11,4%	8.791	86.035	77.244	11,4%	8.791
NRWplus Hin&Rück Erwachsene	71.572	65.466	8,5%	6.106	37.664	36.370	3,6%	1.294	18.832	18.185	3,6%	647
NRWplus Einzelfahrt Kinder	534	449	15,9%	85	445	408	9,1%	37	445	408	9,1%	37
NRWplus Hin&Rück Kinder	266	172	35,5%	94	222	156	42,3%	66	111	78	42,3%	33
<b>Bartarif gesamt</b>	<b>235.815</b>	<b>205.126</b>	<b>13,0%</b>	<b>30.690</b>	<b>124.366</b>	<b>114.178</b>	<b>8,9%</b>	<b>10.188</b>	<b>105.423</b>	<b>95.915</b>	<b>9,9%</b>	<b>9.508</b>
NRWplus Monat ICE	104.254	95.744	8,2%	8.510	106.361	102.272	4,0%	4.089	2.263	2.176	4,0%	87
NRWplus Monat ICE Abo	275.959	247.899	10,2%	28.060	248.085	234.099	6,0%	13.986	6.705	6.327	6,0%	378
<b>Zeitkarten gesamt</b>	<b>380.213</b>	<b>343.643</b>	<b>10,6%</b>	<b>36.570</b>	<b>354.446</b>	<b>336.371</b>	<b>5,4%</b>	<b>18.075</b>	<b>8.968</b>	<b>8.503</b>	<b>5,5%</b>	<b>465</b>
<b>NRWplus-Tarif gesamt</b>	<b>616.028</b>	<b>548.769</b>	<b>12,3%</b>	<b>67.260</b>	<b>478.812</b>	<b>450.549</b>	<b>6,3%</b>	<b>28.263</b>	<b>114.391</b>	<b>104.418</b>	<b>9,6%</b>	<b>9.973</b>





Vertrieb

## OnlineTicket NRW schließt Vertriebslücke

Zum 1. April 2008 wurde der flächendeckende Vertrieb des NRW-Tarifs auch für die Relati-  
onspreisTickets über das OnlineTicket NRW realisiert.

Durch das OnlineTicket NRW können Fahrgäste neben den PauschalpreisTickets jetzt auch die SchöneReiseTickets NRW (Einzelfahrt und Hin&Rück) im Internet zum selbst Ausdrucken im Vorfeld ihrer Fahrt erwerben. Eine mögliche Adresse zum Erwerb des Tickets ist dabei die NRW-Nahverkehrs-Homepage unter **www.nahverkehr.nrw.de**.

Möglich wurde dieses Novum durch ein kombiniertes Verfahren aus den beiden in NRW etablierten Vertriebsvarianten Ticket2Print (T2P) der DSW21 und dem OnlineTicket der DB.

Das T2P-Verfahren kommt bislang auf vielfältige Weise zum Einsatz. Im NRW-Tarif ist es bekannt durch den Internetvertrieb der PauschalpreisTickets (z. B. SchönerTagTicket NRW). Zudem nutzen auch einige Verkehrsverbünde/-gemeinschaften und die darin zusammengesetzten Verkehrsunternehmen das T2P-Verfahren zur Distribution ihrer Ticketpalette. Gerade bei Busunternehmen im ländlichen Raum besticht das Verfah-

ren durch die Möglichkeit einer reinen Sichtkontrolle anhand mehrerer Sicherheitsmerkmale.

Das OnlineTicket der DB ist ein seit mehreren Jahren etablierter Vertriebsweg der DB. Bei diesem Verfahren steht die elektronische Prüfbarkeit des Tickets über den aufgebrachten 2D-Barcode im Vordergrund.

Bisher erfolgte der Vertrieb der Relati-  
onspreisTickets ausschließlich über die DB. Somit konnten vor allem Fahrgäste in schienenfernen Gemeinden ihr gewünschtes Ticket oft nicht vor oder bei Fahrtantritt (z. B. im Bus) erwerben. Sie waren gezwungen, ein zusätzliches Verbundticket für den ÖSPV-Vorlauf zu lösen, obwohl das SchöneReiseTicket NRW diesen Fahrtabschnitt beinhaltet.

Um diese vertriebliche Lücke zu schließen und den Fahrgästen bereits kurzfristig zur Umsetzung der Stufe 3 des NRW-Tarifs eine Lösung bieten zu können, wurde die **OnlineBestellung NRW** für den NRW-Tarif zum 10. Juni 2007 eingeführt.

Dieses Verfahren diente als Ersatzlösung während der Entwicklungsphase des OnlineTickets NRW. Die OnlineBestellung beruhte dabei auf der fahrplanbasierten Internetauskunft der DB im NRW-Layout. Hier konnte der Kunde sein Ticket im Internet erwerben und sich per Post nach Hause liefern lassen. Aufgrund der notwendigen Vorlaufzeit bedingt durch den Postversand konnte dieses Verfahren jedoch nur eine Übergangslösung darstellen. Auch die geringen Verkaufszahlen bestätigten, dass dieser Absatzweg bei den Fahrgästen keinen großen Anklang gefunden hat.

Zur Entwicklung des OnlineTickets NRW wurden die oben skizzierten etablierten Verfahren miteinander kombiniert. Möglich wurde dies durch eine weitreichende Kooperation der beiden Unternehmen DSW21 und DB. Als Ergebnis der Anstrengungen aller Beteiligten konnte zum 1. April 2008 das OnlineTicket NRW umgesetzt werden.

Dabei fragt der Fahrgast über die fahrplanbasierte elektronische Auskunft seine

gewünschte NRW-Verbindung ab und kann hierfür ein Ticket bis kurz vor Fahrtantritt im Internet erwerben und selbst zu Hause ausdrucken. Er erhält dabei ein pdf-Dokument, welches zwei Ticketabschnitte enthält: Einen nach Vorgaben des OnlineTickets der DB erstellten Fahrausweis zur Kontrolle im SPNV und einen weiteren Ticketabschnitt entsprechend des T2P-Verfahrens zur Kontrolle im ÖSPV. Beide Ticketabschnitte sind nur in Verbindung miteinander gültig.

Mit Einführung des OnlineTickets NRW wurde die OnlineBestellung NRW obsolet. Dabei liegen die Vorteile des OnlineTickets NRW gegenüber der OnlineBestellung vor allem in der höheren Flexibilität, da der Kunde das OnlineTicket NRW bis kurz vor Fahrtantritt erwerben kann und keine „Vorlaufzeit“ aufgrund des Postversands einkalkulieren muss. Auch die Statistiken deuten auf eine hohe Kundenakzeptanz und eine gute Entwicklungsperspektive für den Distributionskanal OnlineTicket NRW hin. So wurden alleine in den



Hilfe

---

1 Suche 2 Auswahl 3 Ticket&Reservierung 4 Zahlung 5 Buchung 6 Bestätigung

---

**Ihre Reise** ?

Reiseverbindung	Bahnhof/Haltestelle	Datum	Uhrzeit	Dauer	Umstiege	Produkte
Einfache Fahrt:	Köln Hbf Bochum Hbf	Fr, 01.08.2008	ab 10:51 an 12:03	1:12	0	RE

<b>Fahrkarten:</b>	EINFACHE FAHRT, 1 Erw., 2. Klasse, Köln - Bochum
<b>Angebot:</b>	Schöne Reise Ticket <span style="float: right;">17,90 EUR</span>
<b>Hinweis:</b>	Volle Flexibilität, Erstattung ab dem 1. Geltungstag 15,00 EUR

---

**Zustellart des Tickets** ?

Ticket	Bitte beachten
<input checked="" type="radio"/> <b>Online-Ticket (zum Selbstausrucken)</b>	Nur gültig mit eigener BahnCard, Kreditkarte oder ec-Karte (Maestro). Nicht übertragbar, nicht für Dritte buchbar! -> Mehr Info
<input type="radio"/> <b>Fahrkarte per Post</b>	Zustellung i. d. R. in 2-3 Tagen, zuzüglich einer Versandpauschale in Höhe von 3,50 EUR.
<input type="radio"/> <b>Ihr Sitzplatzreservierung (zum Selbstausrucken)</b>	Für diese Verbindung nicht erhältlich.

---

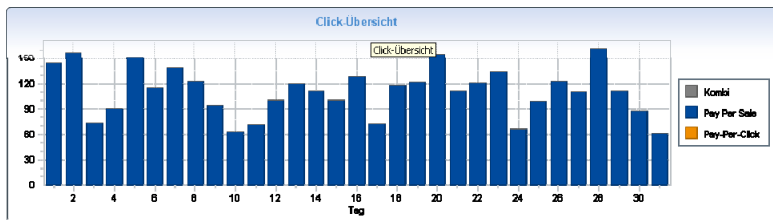
Impressum | AGB | Datenschutzgrundsätze © Deutsche Bahn AG 5.40.02.03

Fahrplanbasiertes Bestellformular für das OnlineTicket NRW

beiden Startmonaten April und Mai 2008 fast ebenso viele Klicks durchgeführt, wie im gesamten Betrachtungszeitraum der OnlineBestellung NRW.

Ein weiterer Vorteil für den Fahrgast ist, dass sich jedes Verkehrsunternehmen an dem Verfahren zum OnlineTicket NRW beteiligen und entsprechende Verkäufe über den eigenen Internetauftritt vermitteln kann. Mit Stand vom 30. Juni 2008 haben sich bereits 41 Verkehrsunternehmen über das Partnerprogramm bei dem Dienstleister Affilinet angemeldet. Die Verkehrsunternehmen profitieren von einer Provision auf den Umsatz. Der Fahrgast profitiert von einem breiten Ticketsortiment, das er über den Internetauftritt seines örtlichen Verkehrsunternehmen erwerben kann.

Durch das OnlineTicket NRW ist nunmehr der flächendeckende Vertrieb des NRW-Tarifs über das Internet gewährleistet. Der Fahrgast kann jederzeit vor Fahrtantritt sein gewünschtes Ticket beziehen.



Anzahl der Klicks über die Seiten Fachportal und NRW-Nahverkehrsseite für den Mai 2008

Voraussetzung ist natürlich der Zugang zum Internet. Marktanalysen prognostizieren, dass ca. 68 Prozent der Bevölkerung in NRW bis 2010 mit Internet ausgerüstet sind. Damit ist die notwendige Grundversorgung realisiert.

Eine Weiterentwicklung des OnlineTickets NRW ist zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht festgelegt. Ob eine Ausdehnung des Internetvertriebs auch auf andere RelationspreisTickets, z. B. im Zeitkartensegment erfolgt, wird letztendlich von der Akzeptanz des Vertriebswegs beim Kunden abhängen.

**Holger Pfenning**  
KompetenzCenter Marketing NRW

# Vertrieb des SemesterTickets NRW

Im Interesse der nordrhein-westfälischen Hochschulen und der Verkehrsunternehmen wird das SemesterTicket NRW in unterschiedlichen Vertriebsvarianten angeboten.

Neben dem Preis als Kernpunkt des Angebotes wurden die potenziellen Vertriebsvarianten auf Landesebene ausführlich diskutiert, abgestimmt und in einem NRW-weit einheitlichen Mustervertrag integriert.

Trotz des ursprünglichen Gedankens eines NRW-weit einheitlichen Vertriebs über ein separates SemesterTicket NRW, verständigten sich die Beteiligten aufgrund der Anforderungen aus der Praxis auf drei Vertriebsvarianten. Aufgrund der Höherwertigkeit gegenüber den regionalen SemesterTickets ist das SemesterTicket NRW in allen drei Varianten durch eine hohe Fälschungssicherheit geprägt. Alle Varianten sind nur in Verbindung mit einem amtlichen Lichtbildausweis gültig.

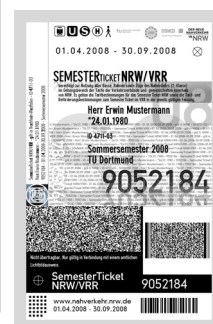
- Bei der „**Hologramm-Lösung**“ wird ein NRW-Hologramm auf das regionale SemesterTicket aufgebracht und dient als NRW-weite Fahrtberechtigung. Die Abbildung zeigt die Hologramm-Lösung am Beispiel der Heinrich-Heine-Universität in Düsseldorf.



- Das „**separate SemesterTicket NRW**“ wird separat ausgegeben und gilt nur in Verbindung mit dem regionalen SemesterTicket.



- Das „**Ticket2Print (T2P)-Verfahren**“ als dritte Vertriebsvariante ist im NRW-Tarif bereits durch den Internetvertrieb der PauschalpreisTickets bekannt. Bei diesem Verfahren können sich die Studierenden ihre Tickets selbst ausdrucken. Das T2P-Verfahren kommt sowohl als separates Ticket (nur gültig in Verbindung mit dem regionalen SemesterTicket) als auch als kombiniertes regionales/NRW-Ticket zur Anwendung.



Holger Pfenning  
KompetenzCenter Marketing NRW

# Vertriebshilfe für Verkehrsunternehmen

Seit April 2008 steht die Tarifmatrix des NRW-Tarifs für Verkehrsunternehmen in elektronischer Form als NRW-Vertriebshilfe zum Download zur Verfügung

Die Preisbildung der RelationspreisTickets des NRW-Tarifs erfolgt für den SPNV-Abschnitt auf Basis des C-Preises der Deutschen Bahn. Hierbei werden die Relationen aus dem Entfernungswerk der DB ermittelt und mit den Preisen aus den Preistafeln der jeweiligen Angebote multipliziert.

Bislang lagen diese Daten ausschließlich in gedruckter Form (Tarifwerk der DB, „Blaue Bücher“) vor. Diese wurden im Rahmen der Tarif- und Vertriebskooperationen den jeweiligen NE-Bahnen zur Verfügung gestellt. Die Aufbereitung der Daten zur Umsetzung in die eigenen Vertriebssysteme oblag dem jeweiligen Unternehmen. Dieses Verfahren war ausreichend, solange der Umfang des abzubildenden Tarifs relativ klein war.

Mit Einführung des NRW-Tarifs, als verbundübergreifendem landesweiten Kooperationsstarif, ändert sich diese Voraussetzung. In den jeweiligen Verkehrsverträgen der im Wettbewerb vergebenen Strecken war die vollständige Abbildung dieses landesweiten Tarifs von allen Unternehmen gefordert. Die Aufbereitung der Daten für die jeweiligen elektronischen Vertriebssysteme auf Basis des gedruckten Tarifwerks stellte nun eine große Herausforderung dar.

Aus diesem Problembewusstsein heraus beauftragte der Landesarbeitskreis (LAK) Tarif/Vertrieb in seiner Sitzung vom 23. August 2007 das KompetenzCenter Marketing NRW kurzfristig, bis spätestens

zum 8. Juni 2008, eine elektronische Vertriebshilfe für den NRW-Tarif bereitzustellen.

Die Anforderungen an die elektronische NRW-Vertriebshilfe wurde in einer Arbeitsgruppe des KCM, unter Beteiligung von Vertretern aller interessierten NE-Bahnen, festgelegt:

Es sollte eine Tarifmatrix mit folgendem Inhalt erstellt werden:

- Verkehrsübliche Reisewege mit via-Punkten (auch mehrere Wege)
  - Preis- und Vertriebsinformationen
  - Berücksichtigung aller NRW-Tarifspezifischen Parameter, z.B. Anbindungsdatei
  - In den Datensätzen müssen die Tarifikilometer dargestellt werden
- Bereitstellung im .XML-Format
- Bereitstellung über das Internet
- Optional: Teilmatrix, falls die Datenmenge zu groß wird
- Liefertermin bis zum 1. April 2008

Nach einer Ausschreibung der durchzuführenden Arbeiten und Empfehlung im LAK beauftragte das KCM am 28. November 2007 die DB mit der Lieferung der Vertriebshilfe für den NRW-Tarif.

Mit der Beauftragung wurde DB-seitig unmittelbar ein Projekt zur Umsetzung implementiert. Die Projektleitung lag bei dem Systemhaus der „DB System“ und dem internen Auftraggeber DB Regio NRW GmbH.



Zu Beginn der Konzeptphase stand die zu erwartende Datenmenge bei einem 1:1 Abzug der Daten aus dem DB-Vertriebssystem als erhebliches Risiko im Raum. Der NRW-Tarif wird in den DB-Systemen mit der Verkehrsnummer 137 geführt. Unter dieser Verkehrsnummer befinden sich 60 Gattungen (=Angebote) mit je 2 Klassen und 3 Ermäßigungen (BahnCard 25, 50 und Kind), die mit den ca. 320.000 Relationen (halbe Matrix mit ca. 800x800 tarifrelevanten Halten) multipliziert ca. 115.000.000 Preise ergibt.

Nur unter Anwendung geeigneter Prämissen war es möglich, die Datenmenge auf ein handhabbares Niveau zu reduzieren, ohne die Anforderungen des Bestellers zu verletzen. Grundvoraussetzung war die Berechnung der NRW-Vertriebshilfe im DB-Vertriebsmodul „Expressverkauf“ und nicht fahrplanbasiert. Nur aus diesem Modul ist eine externe Datenbereitstellung überhaupt möglich. Weiterhin wurde die Anzahl der Gattungen auf das für die RelationspreisTickets notwendige Maß reduziert (z.B. Weglassen der PauschalpreisTickets). Die Preisbildung erfolgt grundsätzlich nur für einen Erwachsenen (Basispreis). Damit konnte eine datenaufwändige Mehrpersonenlogik (bei welcher Personenzahl hätte die Grenze gezogen werden

sollen?) vermieden werden, die einfacher und sinnvoller auf Basis der Tarifvorschriften durch die Software des jeweiligen Vertriebssystems abgebildet werden kann. Für die Ermäßigungsart „Kind“ werden die Preise durch Anwendung von Faktoren gebildet. Der Klassenwechsel erfolgt nicht durch eine virtuelle 3. Klasse sondern durch Differenzbildung. Weiterhin werden normierte Wegetexte mit Standardkürzungen geliefert.

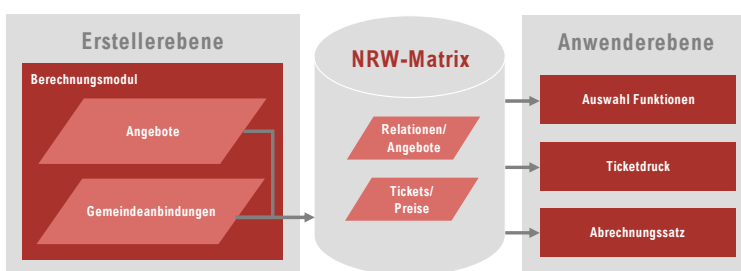
Die genaue Anwendung der Faktoren sowie der Differenzbildung und der Umgang mit den Wegetexten werden in einer detaillierten Beschreibung für die zukünftigen Anwender dargestellt.

Diese Maßnahmen führten zu einer Reduktion der Gattungen auf 8, bei 2 Ermäßigungsarten. Damit war das Ziel „Erfüllung der Anforderungen bei verarbeitbarer Datenmenge“ erreicht.

Auf dieser Basis wurde Mitte Dezember ein Fachfeinkonzept erstellt und dem Auftraggeber KCM zum Review und zur Abnahme vorgelegt.

In einem gemeinsamen Termin am 28. Januar 2008 zwischen dem KCM, Vertretern der Systemlieferanten der NE-Bahnen und der DB wurde das Fachfeinkonzept vorgestellt und final diskutiert. Im Rahmen dieser Veranstaltung wurde die Freigabe zur Umsetzung dieses Konzeptes erteilt. Es sollte jedoch noch die zusätzliche Anforderung der NE-Bahnen, die Preis- und die Entfernungsdaten in getrennten Modulen bereitzustellen, berücksichtigt werden.

Im Rahmen der gemeinsamen Veranstaltung wurde außerdem ein Szenario festgelegt, bei dem das KCM mit Unter-



Nutzungsmodell der NRW-Vertriebshilfe

stützung der NE-Bahnen Testfälle definieren und in einem gemeinsamen Termin prüfen sollte.

Die weitere Umsetzung des Projektes verlief planmäßig, so dass Mitte März ein Testdurchlauf durchgeführt werden konnten und die einwandfreie Funktion sowie die inhaltliche Richtigkeit festgestellt wurden. Die elektronische NRW-Vertriebshilfe wurde zur Bereitstellung freigegeben und das Projekt erfolgreich abgeschlossen.

Dennoch ergab dieser Test noch Erkenntnisse, die zu Nacharbeiten Anlass gaben. Es wurde ein weiteres Datenreduktionspotenzial erkannt und der funktionale Ablauf konnte nicht überzeugen. Die Preisermittlung fand vollständig manuell auf Basis der hinterlegten Tabellen statt – ein aufwändiges Unterfangen, das kaum zumutbar ist. Aus diesen beiden Erkenntnissen wurde die NRW-Vertriebshilfe nochmals angepasst und zusätzlich ein Testtool entwickelt, mit dem nun die NRW-Vertriebshilfe einfach geprüft werden kann.

**DER NEUE NAHVERKEHR IN NRW** DB BAHN

WON: 40007 Oberhausen | NACH: 40067 Aachen

ASB: C6P | T6B

ASB	C6P	T6B	ASB	C6P	T6B
286	Oberhausen Hbf	0	286	Oberhausen Hbf	1
4540	Oberhausen-Höfen	0	286	Oberhausen Hbf	1
4541	Oberhausen-Osterrf.	0	286	Oberhausen Hbf	1
4542	Oberhausen-Sterkra	0	286	Oberhausen Hbf	1

1. Schritt: Wegetext und Kilometer

Von	Nach	Wegetext	Km
286	1	Oberhausen*DU*(N,MG)*Aachen	116

ANGEBOT: 1. SCHÖNE-REISE-T-E- | REISENDER:  Erwachsener | KLASSE:  1. Klasse

2. Schritt: Preise ermitteln

Reisender	Klasse	Ermäßigung	Preis	MUSL-Teil	MUSL-Halb
1	Erwachsener	1	31,70	04,50	00,07
1	Erwachsener	19 BC 50	15,85	02,45	00,03
1	Erwachsener	49 BC 25	23,75	03,67	00,05

3. Schritt: Fehlerprüfung

\*\*\* Keine Fehler gefunden! \*\*\*

Copyright: DB-System-GmbH Frankfurt / Tools-GmbH Bonn 2008

Eingabeoberfläche des Testtools

Seit April 2008 steht die NRW-Vertriebshilfe und das Testtool inklusive der detaillierten Anwenderbeschreibungen, passwortgeschützt auf [www.Bahn.de](http://www.Bahn.de) zum Download bereit.

Michael Vogel  
DB Regio NRW GmbH

**DER NEUE NAHVERKEHR IN NRW**

Unter den folgenden Links stehen Ihnen die aktuellen Versionen der NRW-Vertriebshilfe zum Download zur Verfügung:

1. Vertriebshilfe NRW-Tarif: [-> hier](#) (4,32 MB)  
(Softwareversion/Datenstand: 20.03.2008)
2. Anwenderbeschreibung Vertriebshilfe NRW-Tarif: [-> hier](#) (245 KB)  
(Softwareversion/Datenstand: 29.02.2008)
3. Testtool Vertriebshilfe NRW-Tarif: [-> hier](#) (3,6 MB)  
(Softwareversion/Datenstand: Version 1.1)
4. Anwenderbeschreibung Testtool Vertriebshilfe NRW-Tarif: [-> hier](#) (241 KB)

Bitte klicken Sie den jeweiligen Link an und speichern Sie die Daten anschließend auf Ihre Festplatte!

Um PDF-Dateien anzuzeigen oder auszudrucken, benötigen Sie den kostenlosen Adobe Reader. Klicken Sie [-> hier](#) um den Adobe Reader herunterzuladen.

Seite drucken

Fenster schließen

© Deutsche Bahn AG

Downloadbereich der NRW-Vertriebshilfe

# Marktforschung

## EventTickets in NRW

Möglichkeiten und Grenzen zur Ausschöpfung vorhandener Marktpotenziale

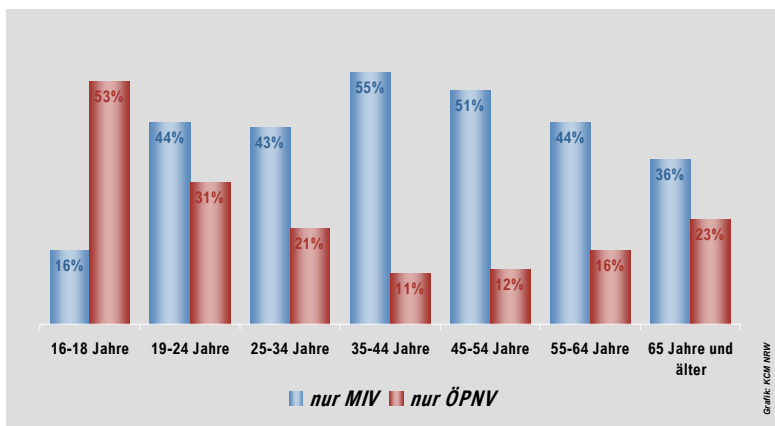
Die Freizeit erlangt einen immer größeren gesellschaftlichen Stellenwert: Ihr Anteil am täglichen Zeitbudget der Menschen nimmt sowohl werktags als auch am Wochenende kontinuierlich zu, sodass gerade Freizeitverkehr für den ÖPNV immer mehr an Bedeutung gewinnt. Von nahezu allen Kundengruppen werden zunehmend auch Bus und Bahn für die An- und Abreise zu Freizeitaktivitäten – insbesondere zu Veranstaltungen mit Eventcharakter – genutzt.

Vor diesem Hintergrund hat das KCM die „EventTickets in NRW“ näher beleuchtet. Ziel war die Analyse bereits bestehen-

der Informations- und Ticketkonzeptionen für den Freizeitverkehr in Nordrhein-Westfalen bei Events bzw. die Ermittlung weiteren Bedarfs an diesen Angeboten. Hierfür wurden auch landesweite Marktforschungsstudien der letzten Jahre wie beispielsweise die Studie zu den „NRW-PauschalpreisTickets“ oder die „NRW-Infomedien“ herangezogen. Weiterhin wurden im Rahmen einer Ist-Analyse bestehende Ticketkonzepte – auch im deutschlandweiten Vergleich – unter die Lupe genommen.

Im Freizeitbereich – das zeigen die für „EventTickets in NRW“ ausgewerteten Untersuchungen – fällt die Verkehrsmittelwahl bereits zu einem recht hohen Anteil auf den ÖPNV. Bei der jüngeren Altersgruppe werden sogar auf bis über 50 Prozent der Freizeitwege mit dem ÖPNV zurückgelegt.

Bei der Verkehrsmittelwahl kommt es jedoch auch auf die räumlichen Ausgangsbedingungen an: Da Start- und Zielorte aus Ballungsräumen gut an öffentliche Verkehrsmittel angebunden sind, stellen



Meistgenutztes Verkehrsmittel für Freizeitwege, MIV ggü. ÖPNV  
(Quelle: NRW-EventTicket 2006, eigene Darstellung)



ÖPNV und MIV in sehr dicht besiedelten Gebieten mit nahezu gleichen Anteilen die meistgenutzten Verkehrsmittel für Freizeitwege dar. Entlegenerer Freizeitziele dagegen können häufig kaum mit Bus und Bahn erreicht werden, sodass mit abnehmender Bevölkerungsdichte der MIV zunehmend dominiert.

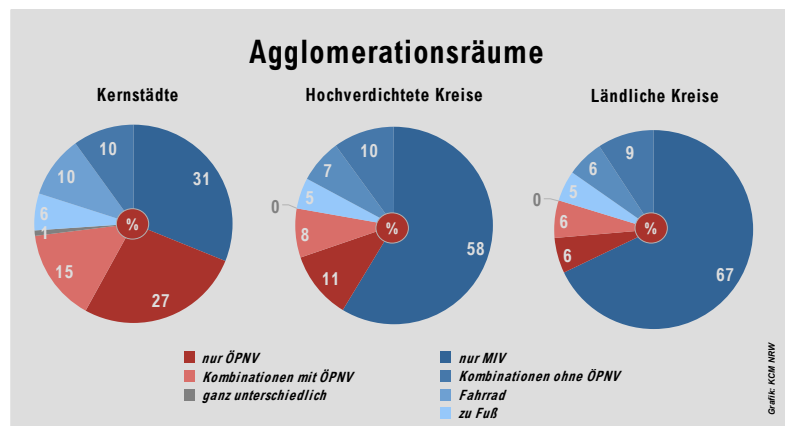
Vor diesem Hintergrund betrachtete das KCM die bislang vorhandenen Ticketangebote des Freizeit- und Eventverkehrs, die sich grundsätzlich in drei verschiedene Arten von EventTicket-Konzeptionen unterteilen lassen:

- (fakultative) Kombitickets (ÖPNV kann günstig „dazu gekauft“ werden)
- (obligatorische) Kombitickets „Eintrittskarte = Fahrausweis“
- Sondertarife

Die Analysen ergaben, dass die Verkehrsverbünde VRR, VRS und AVV, in denen die so genannten Agglomerationsräume mit Kernstädten und (hoch-)verdichteten städtischen Kreisen liegen, die gut an den ÖPNV angebunden sind, bereits ein vielfältiges ÖPNV-Ticketangebot im Eventbereich aufweisen. Meist sind dies KombiTickets in den Bereichen Kultur, Sport, Messen oder Touristik, die den regionalen oder verbundweiten Einzugsbereich abdecken. Dagegen sind entsprechende Angebote in den ländlichen Kooperationsräumen Nordrhein-Westfalens eher weniger vorhanden.

Zur abschließenden Frage, welche Freizeitziele und Veranstaltungen auf NRW-Ebene generell für EventTicket-Konzeptionen relevant sind, kann folgendes festgehalten werden:

- **Kleinere Veranstaltungen** haben einen eher lokalen Einzugsbereich, meist gilt hier „Eintrittskarte = Fahrausweis“ im Rahmen des jeweiligen Verbundtarifs. Der Informations- und Ticketbedarf für die An- und Abreise mit dem ÖPNV ist somit bereits bestens gedeckt.
- **Größere Veranstaltungen** dagegen besitzen einen (über-)regionalen Einzugsbereich. Setzt man den Begriff „überregional“ mit „Kooperationsraum überschreitend“ gleich, ist das Ticketangebot des NRW-Tarifs (hier insbesondere die PauschalpreisTickets) für die Besucher meist am günstigsten und bereits über die vorhandenen Vertriebswege ohne zusätzlichen Kommunikationsaufwand erhältlich.
- **Große Events** im engeren Sinne, wie beispielsweise der Weltjugendtag 2005, die Fußball-WM 2006 oder auch der jährlich in Köln stattfindende Christopher-Street-Day, weisen einen hohen Ereigniswert und hohe Besucherzahlen auf. Hierfür wurden bislang vor allem tarifliche Sonderregelungen realisiert.



Meistgenutztes Verkehrsmittel in der Freizeit nach Kreistypen  
(Quelle: NRW-EventTicket 2006, eigene Darstellung)

Generell können die bereits vorhandenen Ticketkonzeptionen zusammen mit der Ticketpalette des NRW-Tarifs mit Pauschalpreis- und RelationspreisTickets für nahezu alle Events als ausreichendes Ticketangebot betrachtet werden. Vor dem Hintergrund dieser spezifischen Tarifsituation in Nordrhein-Westfalen kann daher gefolgert werden, dass aufgrund des vorhandenen NRW-Tarifs – im Zusammenspiel mit den auf Kooperationsraumebene vorhandenen Ticket- sowie Informationsangeboten im Freizeitbereich/-verkehr – praktisch kein Markt für ein neues, spezielles „NRW-EventTicket“ vorhanden ist.

Weil die Ausgangsbedingungen für spezielle EventTicket-Konzeptionen – wie der Freizeitverkehr selbst – jedoch höchst heterogen sind, wird auch in Zukunft bei außergewöhnlichen Events die individuelle Prüfung neuer Kommunikations- und Ticketkonzepte unerlässlich bleiben. Mit geeigneten Kommunikationsmaßnahmen kann es den Akteuren im ÖPNV aber ebenso auch bei mittleren und kleineren Events gelingen, dass die Nutzung von Bus und Bahn für die An- und oder Abreise in Betracht gezogen und „ausprobiert“ wird und die hierbei gemachten guten Erfahrungen auf den gesamten ÖPNV transferiert werden.

Insbesondere der Ausbau des Angebotes an Gutschein- und Rabattsystemen sowie monothematischen Freizeitbroschüren ist wünschenswert. Dies zeigte die Analyse der landesweiten Untersuchung zu den vorhandenen Informationsmedien. Die Kunden sind begeistert von den Broschüren zu Themen wie „Wandern“ oder „Weihnachtsmärkte in NRW“, die neben

den ausführlichen Beschreibungen der Wanderrouen bzw. Weihnachtsmärkten auch die jeweilige(n) Anreisemöglichkeit(en) mit dem ÖPNV anbieten. Die Gutscheinehefte sind ähnlich aufgebaut, jedoch wird zusätzlich – gegen Vorlage eines zur Anreise genutzten Tickets – eine Ermäßigung (teilweise bis zu 50 Prozent) auf den Eintrittspreis gewährt. Diesen im Vordergrund stehenden Freizeitnutzen wissen die Kunden zu schätzen und – so auch ein Ergebnis der Untersuchung – fordern geradezu, dass weitere Freizeitthemen wie z. B. Kultur, Radfahren oder Zoos in NRW in vergleichbaren Broschüren aufgegriffen werden. Das KCM hat dies 2007 mit dem neuen Folder „Kultur erfahren“ und der Zoo- und Tierparkbroschüre „Tierisch was los“ auch erfolgreich umgesetzt.

Diese Medien bieten die Möglichkeit, den Freizeitnutzen in den Mittelpunkt zu stellen und nicht die ÖPNV-Fahrt, die von den Kunden bislang ohnehin eher als Mittel zum Zweck denn als eigenständiges „Erlebnis“ betrachtet wird. Der Weg zum Kunden führt deshalb eher über attraktive Mehrwerte außerhalb des ÖPNV, über die das positive Image transferiert werden kann.

**Monika Schreiber**  
KompetenzCenter Marketing NRW



# Kommunikation

## Vermarktung des NRW-Tarifs

Die Mobilität der Menschen in Nordrhein-Westfalen sicherzustellen, ist oberstes Ziel aller Akteure des NRW-Nahverkehrs. Die Information zu NRW-Tarif und Liniennetz ist hierbei Voraussetzung für zufriedene Fahrgäste und die vermehrte Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel.

Um die NRW-Tarifangebote im Rahmen der Gemeinschaftskampagne „Der neue Nahverkehr in NRW“ konsequent und zielgruppenspezifisch zu vermarkten arbeiten das Land Nordrhein-Westfalen, die neun Zweckverbände und Verkehrsverbände, die Deutsche Bahn AG und die kommunalen sowie privaten Verkehrsunternehmen zusammen. Das Jahr 2007 war durch die Bildung der drei neuen Dach-Zweckverbände zum 1. Januar 2008 geprägt. Durch die Umsetzung dieser neuen Strukturen wird auch die Information der Fahrgäste über landesweite Tarifangebote und Projekte mit landesweitem und regionalem Interesse neu positioniert.

Die Entscheidung der landesweiten Arbeitsgruppe Kommunikation und des Arbeitskreise Marketing für eine strategische Ausrichtung der Kommunikation auf Themenschwerpunkte und eine selektive Vermarktung im Freizeit- und Berufsverkehr hat im Jahr 2007 dazu beigetragen, neue Kunden zu gewinnen. Bestehende

Fahrgäste konnten durch eine direkte Kundenansprache besser informiert werden. Die Koordination und Steuerung aller Maßnahmen übernimmt hierbei das KCM.

### Vermarktung 3. Stufe NRW-Tarif

Einer der Themenschwerpunkte waren die Marketingmaßnahmen zur 3. Stufe des NRW-Tarifs. Seit dem 10. Juni 2007 bringt der NRW-Tarif die Reisenden bei landesweiten Fahrten mit Bus und Bahn mit nur einem Ticket von Haustür zu Haustür. Es spielt keine Rolle mehr, an welchem Bahnhof der Kunde innerhalb einer Stadt-/Gemeinde startet oder ankommt. Der NRW-Tarif deckt somit die gesamte Reisekette mit einem Ticket ab.

Unter dem Motto „**Mit Bus und Bahn einfacher von Ort zu Ort**“ galt es, bei den Stamm- und Gelegenheitskunden die Botschaften bekannt zu machen.

Zur Übermittlung der Basisinformationen wurden bestehende Medien wie der NRW-Tariffolder, das Internetportal



[www.nahverkehr.nrw.de](http://www.nahverkehr.nrw.de), der Online-Newsletter, das Kundenmagazin MOBILZEIT und begleitende Pressearbeit genutzt.

Stammkunden erhielten mit einem speziellen Mailing Informationen über die anstehenden Änderungen. Gelegenheitskunden wurden ab Anfang Juni 2007 im Rahmen einer landesweiten Promotionaktion durch Verteilung von regionalen Flyern in den Zügen über die Neuerungen informiert. Die Teams waren eine Woche lang auf einer Vielzahl von Streckenabschnitten in ganz NRW unterwegs. Gleichzeitig wurden die Flyer vor Ort in den Bahnhöfen direkt an die Fahrgäste verteilt.



### Basismedien „Der neue Nahverkehr in NRW“

Fest etabliert sind seit einigen Jahren in der Gemeinschaftskampagne zur Vermarktung der NRW-Tarifangebote der **NRW-Tariffolder** mit einer Übersicht aller Ticketangebote, der **Regionalverkehrsplan** im Pocketformat zur Darstellung aller SPNV-Linien, **Plakate** zur Bewerbung von Pauschalpreistickets sowie die **Kundenzeitung MOBILZEIT**.



### Neukundengewinnung über attraktive Freizeitangebote

Um Gelegenheitskunden oder gar eingefleischte Autofahrer von den Vorteilen des öffentlichen Nahverkehrs zu überzeugen, eignen sich besonders Freizeitziele mit guter Bus- und Bahn-Anbindung. Sowohl Kultur- und Veranstaltungstipps sind für die Planung der Freizeitaktivitäten unentbehrlich und auch Natur und Wandern erleben seit einiger Zeit einen besonderen

Aufschwung. Sogar jüngere Menschen haben diese Freizeitbeschäftigung wieder entdeckt.

Zur Neukundengewinnung wird daher verstärkt auf die Bewerbung von Freizeitaktivitäten gesetzt. Der Kulturführer „**Kultur erleben**“ stellt das Kulturland Nordrhein-Westfalen vor und bietet eine Auswahl interessanter und sehenswerter Ziele zwischen Niederrhein und Ostwestfalen, Münster-, Sauer- und Siegerland. Alle vorgestellten Attraktionen sind bestens mit Bus und Bahn zu erreichen, jedem Ziel ist eine Information zur Verkehrsanbindung beigelegt. Ticketempfehlungen und ein aktueller Veranstaltungskalender mit den Highlights für Sommer und Herbst gekoppelt mit einem attraktiven Gewinnspiel runden das Objekt ab.

Der Wanderführer „**Wunderbar wanderbar**“ wurde aufgrund der stetig gestiegenen Nachfrage und Resonanz seit seiner Erstauflage im Jahr 2004 in 2007 neu aufgelegt. Gute Erreichbarkeit mit Bus und Bahn, Streckenvorschläge unterschiedlicher Schwierigkeit und spannende Sehenswürdigkeiten werden dem interessierten Wanderer in dieser Broschüre geboten. Informationen zu Ticketangeboten in NRW, Ticketerwerb sowie An- und Abfahrt zum jeweiligen Ausgangspunkt ergänzen diese Freizeit-Tipps.

Die Vermarktung der beiden „Kultur- und Wanderführer“ läuft über den klassischen Plakataushang bei den Verkehrsunternehmen sowie in Kooperation des KCM mit vielen Radiosendern in NRW. Die Freizeit-Tipps werden von den Radiosendern in zahlreichen redaktionellen Beiträgen unter dem Absender „Der neue Nahver-

kehr in NRW“ vorgestellt. Begleitende Hörfunkspots machen besonders auf das NRW-Ticketangebot aufmerksam.

## Kundenmagazin MOBILZEIT

Das Kundenmagazin MOBILZEIT konnte 2008 sein Verbreitungsgebiet deutlich ausweiten: Haben bis dato VRS, VRR und VVOWL eine eigene Ausgabe mit einem regionalen Innenteil aufgelegt, so ist seit Jahresbeginn nun auch die Verkehrsgemeinschaft Münsterland mit „an Bord“.

Ebenfalls neu: die Kinderseite, mit der die Zielgruppe der Grundschüler erreicht und für das Thema Bus und Bahn inklusive Verkehrssicherheit sensibilisiert werden soll. Dazu bietet die MOBILZEIT vor allem im übergreifenden Landesteil zahlreiche Ausflugs- und Veranstaltungstipps, die allesamt gut mit Bus und Bahn erreichbar sind. Ergänzt werden diese durch interes-



sante Neuigkeiten rund um den Nahverkehr in NRW. Fester Bestandteil sind zudem verschiedene Gewinnspiele, die nicht nur der Leserbindung dienen, sondern auch darüber Aufschluss geben, wie die MOBILZEIT ankommt. Um den Vertrieb kontinuierlich verbessern zu können, enthält das zentrale Gewinnspiel seit kurzem auch ein Response-Element, das Rückschlüsse über die Akzeptanz der Vertriebswege zulässt.

Die derzeitige Gesamtauflage liegt zwischen rund 230.000 und 300.000 Exemplaren. Die Abonnentenzahl liegt bei 3.383 (Mai 2008).

## Webportal

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

Das Nahverkehrsportal als etablierte Internet-Adresse der Gemeinschaftskampagne bietet eine Plattform, die alle wesentlichen Informationen zu Bus und Bahn in NRW zusammenführt. Es enthält außerdem den Ticketshop zur Online-Vermarktung von landesweiten Ticketangeboten (SchönerTagTicket NRW 5 Personen und Single, SchöneFahrtTicket NRW, SchöneFerienTicket NRW, FahrradTicket NRW) sowie eine integrierte Fahrplan- und Tarifauskunft.

Durch weitere Optimierungen der Benutzerführung, gerade im Bereich Freizeit, ist das Produkt für den Online-User attraktiver geworden. Für das Jahr 2008 wird der Auftritt entsprechend weiter den aktuellen Bedürfnissen der User überarbeitet. Die Erweiterung des **Online-Ticket-Verkaufs** um die RelationspreisTickets ist nur eines von vielen Features.

Die Nutzerzahlen des Webportals des Landes zeigen sich das gesamte Jahr 2007 auf sehr hohem Niveau. Während sich die Nutzerzahlen in den ersten Monaten des Jahres um ca. 26.000 Visits bewegten, ist ein deutlicher Anstieg zum Juni (Start der Vermarktung des Kulturführers) um mehr als 10.000 Visits auf ca. 36.500 zu verzeichnen. Zum Beginn der Weihnachtskampagne lässt sich, nach Stagnation auf hohem Niveau, ein weiterer Anstieg verzeichnen.

Im Jahr 2007 wurde ebenfalls der **Online Newsletter** MobilZeit einmal monatlich an bis zu 5.000 Abonnenten versendet. Der auf den Freizeitsektor ausgerichtete Newsletter verbindet die Vorstellung von Veranstaltungen und kulturellen Einrichtungen mit attraktiven Gewinnspielen. Die An- und Abreise mit entsprechender ÖPNV-Anbindung und Link zur Fahrplan- und Tarifauskunft wird offensiv kommuniziert. Eine hohe Zahl von Aufrufen der

Website aus dem Newsletter heraus (bis zu 1.000/Newsletter) bestätigen das Ziel über Freizeitaktivitäten neue Kundengruppen anzusprechen.

### **NRW-Tarif Vermarktung NRW-OnlineTickets**

Zur Einführung des Onlineverkaufs der RelationspreisTickets am 1. April 2008 hat das KCM eine umfangreiche Online-Vermarktung mit Bannern und LayerAds auf stark besuchten Internetseiten etabliert.

### **Kundeninformation bei Automatenstörung DB**

Ebenfalls im Frühjahr 2008 wurde eine Kundeninformation im Falle von Automatenstörungen erstellt. Eine vom KCM geleitete Arbeitsgruppe erarbeitete einen Leitfaden, was zu tun ist – im Fall der Fälle.

**Claudia Dillenhöfer**  
KompetenzCenter Marketing NRW



# Einnahmenaufteilung

## Grundlagen für mehr Wettbewerb

Mit zunehmendem Wettbewerb im ÖPNV gewinnen Verkehrsverträge zwischen Aufgabenträgern und SPNV-Betreibern und damit auch die Einnahmenaufteilung immer stärker an Bedeutung.

Mit der Regionalisierung des Schienenpersonennahverkehrs im Jahre 1996 wurden die rechtlichen Grundlagen für mehr Wettbewerb gelegt. So hat auch in NRW die Zahl der nach Ausschreibungsverfahren vergebenen Verkehrsverträge zwischen Aufgabenträgern bzw. Bestellern und den SPNV-Unternehmen in den letzten Jahren deutlich zugenommen. Neben der Deutschen Bahn AG (DB) übernehmen vermehrt auch nicht-bundeseigene Eisenbahnen (NE-Bahnen) die Betriebsdurchführung. Damit kommt auch der Einnahmenaufteilung für den SPNV eine erheblich höhere Bedeutung zu.

Bislang wurde die Aufteilung der SPNV-Fahrgeldeinnahmen aus dem NRW-Tarif zwischen DB und NE-Bahnen jeweils auf Basis bilateraler Vereinbarungen und Verträge durchgeführt. Die operative Abwicklung lag bei der DB.

Zur Anwendung des NRW-Tarifs haben das Land NRW, die DB Regio NRW GmbH, die Zweckverbände und die Ver-

kehrsverbände/-gemeinschaften in NRW den „Kooperationsvertrag über den NRW-Tarif“ geschlossen und darin festgelegt, neue Vereinbarungen über die Aufteilung der SPNV-Einnahmenanteile des NRW-Tarifs zu treffen. Die entsprechenden einheitlichen Verfahren sind unter Federführung des KCM zu entwickeln.

Mit der Konzeption und Ausarbeitung eines solchen Verfahrens hat das KCM die Ingenieurgruppe IVV beauftragt. Die Verfahrensentwicklung wurde begleitet von einer vom Landesarbeitskreis (LAK) Tarif/Vertrieb eingesetzten „Arbeitsgruppe SPNV-Einnahmenaufteilung“ (AG SPNV-EAV), der Vertreter aus allen Kooperationsräumen, der DB Regio NRW, der DB Vertrieb, des TBNE und der NordWest-Bahn, angehörten. Die AG SPNV-EAV hat alle Analysen und den Konzeptfindungsprozess aktiv begleitet, Zwischenergebnisse diskutiert und entscheidende Weichenstellungen getragen.

## Zielsystem

An die zukünftige Einnahmenaufteilung sind grundsätzliche Forderungen zu stellen, an denen sich das Verfahren und seine Elemente messen lassen müssen. Das Verfahren muss

- **transparent**
- **fair**
- **wirtschaftlich**
- **gerecht** und
- **anwendbar**

sein.

## Wahl der Verfahrensart

Die AG SPNV-EAV hat zu Beginn der Arbeiten Vor- und Nachteile von auf Vertriebsdaten bzw. auf Erhebungsdaten basierenden Verfahren betrachtet. Der Vergleich basierte auf verschiedenen Zielkriterien, deren Erreichungsgrad in der Bewertung gegenüber gestellt wurde. Auf Grund eindeutiger Vorteile entschied man sich zugunsten eines Vertriebsdatenansatzes.

Ein vertriebsdatengestütztes Verfahren nutzt die heutigen Möglichkeiten der elektronischen Fahrplansysteme und die allgemeine Vertriebstechnik im Zusammenspiel mit der elektronischen Datenverarbeitung. Es minimiert den Aufwand, liefert schnell sehr genaue und detaillierte Ergebnisse, kann für den klar abgrenzbaren NRW-Tarif isoliert von anderen Aufteilungsverfahren eingesetzt werden und es regelt die Einnahmenaufteilung gerecht sowohl für große als auch kleine Unternehmen.

## Umsetzungsprozess

Das Ergebnis des Entwicklungsprozesses wurde in einem umfangreichen Abschlussbericht und einer Durchführungsrichtlinie

dokumentiert. Die Akteure verständigten sich im Rahmen des Sonder-Landesarbeitskreises Tarif/Vertrieb am 12. Oktober 2007 auf die Umsetzung des Verfahrens für RelationspreisTickets des NRW-Tarifs mit Wirkung vom 1. Januar 2008.

Um für alle Beteiligten eine vertrauensvolle und rechtssichere Situation zu erzeugen, ist es notwendig, alle Details der Umsetzung bzw. Anwendung und die Rahmenbedingungen in einem Vertrag zu bündeln. PwC Legal und das KCM sind nun aufgefordert, ein Werk zu erarbeiten, das die Belange aller Beteiligten eindeutig und verbindlich regelt. Es sind Festlegungen zu den Aufgaben- und Verantwortungsreichen

- Erlösverantwortung
- Vertriebsdienstleistung und
- Clearing

zu treffen. Darüber hinaus ist es erforderlich, Schnittstellen und Standards zu definieren sowie die operativen Abläufe und die Fortschreibung zu regeln.

## Ausblick

Mit der Konzeption und Erarbeitung des sachlich und wirtschaftlich vertretbaren Verfahrens für RelationspreisTickets des NRW-Tarifs ist es gelungen, für alle Beteiligten eine vorteilhafte Vereinheitlichung zu erreichen, die ein hohes Maß an Planungs- und Rechtssicherheit gewährleistet.

Nun gilt es, auch die Einnahmenaufteilung für PauschalpreisTickets auf eine neue, verbesserte Grundlage zu stellen.

**Danijel Andric**  
KompetenzCenter Marketing NRW



Partner im NRW-Nahverkehr sind die in den NRW-Verkehrsverbänden und -gemeinschaften organisierten öffentlichen und privaten Verkehrsunternehmen. Im Landesarbeitskreis Tarif/Vertrieb werden sie vertreten durch:

Ministerium für  
Raum und Verkehr  
des Landes Nordrhein-Westfalen



Ministerium für Bauen und Verkehr  
des Landes Nordrhein-Westfalen  
Jürgensplatz 1  
40219 Düsseldorf  
[www.mbv.nrw.de](http://www.mbv.nrw.de)



Verkehrsverbund Rhein-Ruhr  
Augustastraße 1  
45879 Gelsenkirchen  
[www.vrr.de](http://www.vrr.de)



Verkehrsverbund Rhein-Sieg  
Krebsgasse 5-11  
50667 Köln  
[www.vrsinfo.de](http://www.vrsinfo.de)



KompetenzCenter Marketing NRW  
c/o Verkehrsverbund Rhein-Sieg  
Krebsgasse 5-11  
50667 Köln  
[www.vrsinfo.de](http://www.vrsinfo.de)



Aachener Verkehrsverbund  
Neuköllner Straße 1  
52068 Aachen  
[www.avv.de](http://www.avv.de)

**Die Bahn** 

DB Regio NRW  
Willi-Becker-Allee 11  
40227 Düsseldorf  
[www.bahn.de/NRW](http://www.bahn.de/NRW)



Münsterland-/Ruhr-Lippe-Tarif  
Bahnhofstraße 15  
48143 Münster  
[www.vgm-vrl.de](http://www.vgm-vrl.de)



Verkehrsverbund OstWestfalenLippe  
Jahnplatz 5  
33602 Bielefeld  
[www.vvowl.de](http://www.vvowl.de)



Der Sechser c/o OWL Verkehr  
Willy-Brandt-Platz 2  
33602 Bielefeld  
[www.dersechser.de](http://www.dersechser.de)



Nahverkehrsverbund  
Paderborn/Höxter  
Bahnhofstraße 17  
33102 Paderborn  
[www.nph.de](http://www.nph.de)



Verkehrs-Servicegesellschaft  
Paderborn/Höxter  
Bahnhofstraße 17  
33102 Paderborn  
[www.vph.de](http://www.vph.de)



Zweckverband Personennahverkehr  
Westfalen-Süd  
Koblenzer Straße 33  
57072 Siegen  
[www.zws-online.de](http://www.zws-online.de)  
[www.vgws.de](http://www.vgws.de)



Verkehrsgemeinschaft  
Westfalen-Süd  
Spandauer Straße 36  
57072 Siegen  
[www.vgws.de](http://www.vgws.de)



Nahverkehrs-Zweckverband  
Niederrhein  
Reeser Landstraße 31  
46483 Wesel  
[www.zweckverband-nvn.de](http://www.zweckverband-nvn.de)



Verkehrsgemeinschaft  
Niederrhein  
Homburger Straße 113  
47441 Moers  
[www.vgn-online.de](http://www.vgn-online.de)

## Leitung KCM

---

### Klaus Vollmer

Telefon: (0221) 2 08 08-23  
Telefax: (0221) 2 08 08-53  
[klaus.vollmer@vrsinfo.de](mailto:klaus.vollmer@vrsinfo.de)

## Stellv. Leitung KCM

---

### Claudia Dillenhöfer

Telefon: (0221) 2 08 08-46  
Telefax: (0221) 2 08 08-53  
[claudia.dillenhoefer@vrsinfo.de](mailto:claudia.dillenhoefer@vrsinfo.de)

## Tarif/Vertrieb

---

### Holger Pfenning

Telefon: (0221) 2 08 08-43  
Telefax: (0221) 2 08 08-53  
[holger.pfenning@vrsinfo.de](mailto:holger.pfenning@vrsinfo.de)

### Eike Radike

Telefon: (0221) 2 08 08-26  
Telefax: (0221) 2 08 08-53  
[eike.radike@vrsinfo.de](mailto:eike.radike@vrsinfo.de)

### Ernst-Erwin Reuter

Telefon: (0221) 2 08 08-14  
Telefax: (0221) 2 08 08-53  
[ernst-erwin.reuter@vrsinfo.de](mailto:ernst-erwin.reuter@vrsinfo.de)

## Einnahmenaufteilung

---

### Danijel Andric

Telefon: (0221) 2 08 08-25  
Telefax: (0221) 2 08 08-53  
[danijel.andric@vrsinfo.de](mailto:danijel.andric@vrsinfo.de)

### Petra Bieser

Telefon: (0221) 2 08 08-655  
Telefax: (0221) 2 08 08-53  
[petra.bieser@vrsinfo.de](mailto:petra.bieser@vrsinfo.de)

## Kommunikation

---

### Claudia Dillenhöfer

Telefon: (0221) 2 08 08-46  
Telefax: (0221) 2 08 08-53  
[claudia.dillenhoefer@vrsinfo.de](mailto:claudia.dillenhoefer@vrsinfo.de)

### Ralf Foerste

Telefon: (0221) 2 08 08-49  
Telefax: (0221) 2 08 08-53  
[ralf.foerste@vrsinfo.de](mailto:ralf.foerste@vrsinfo.de)

## Marktforschung

---

### Anja Derkum

Telefon: (0221) 2 08 08-752  
Telefax: (0221) 2 08 08-53  
[anja.derkum@vrsinfo.de](mailto:anja.derkum@vrsinfo.de)

### Monika Schreiber

Telefon: (0221) 2 08 08-751  
Telefax: (0221) 2 08 08-53  
[monika.schreiber@vrsinfo.de](mailto:monika.schreiber@vrsinfo.de)

## Presse/Öffentlichkeit

---

### Isabella Stock

Telefon: (0221) 2 08 08-47  
Telefax: (0221) 2 08 08-53  
[isabella.stock@vrsinfo.de](mailto:isabella.stock@vrsinfo.de)

## **Herausgeber**

### **KompetenzCenter Marketing NRW**

bei der Verkehrsverbund Rhein-Sieg GmbH

Krebsgasse 5-11

50667 Köln

Telefon: (0221) 2 08 08-0

Telefax: (0221) 2 08 08-53

eMail: [info@vrsinfo.de](mailto:info@vrsinfo.de)

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

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

## **Verantwortlich für den Inhalt**

**Dipl.-Ing. Klaus Vollmer**

Leiter des KompetenzCenters Marketing NRW

Prokurist der Verkehrsverbund Rhein-Sieg GmbH

## **Konzeption, Redaktion und Gestaltung**

**Danijel Andric und Klaus Vollmer**

## **Fotos**

Mauritius

Siegward Schmitz (DGPh), Wiel

KompetenzCenter Marketing NRW

NordWestBahn

Rheinbahn AG

DB AG/Klee/Schmid/Hesse

Corbis

## **Druck**

Rudolf Hansmann Druckservice und Beratung

**Köln, Juni/Juli 2008**

