



NRW-TarifReport

2018/19



Kompetenzcenter
Marketing NRW

Wir arbeiten für mobil.nrw



Impressum

» Herausgeber

Kompetenzcenter Marketing NRW bei der Verkehrsverbund Rhein-Sieg GmbH
Glockengasse 37–39, 50667 Köln // Telefon: 0221 20808-0, Telefax: 0221 20808-40 //
kcm-nrw@vrsinfo.de // www.kcm-nrw.de // www.mobil.nrw

» Verantwortlich für den Inhalt

Kompetenzcenter Marketing NRW

» Konzeption und Redaktion

Kompetenzcenter Marketing NRW // Heimrich & Hannot GmbH

» Layout und Gestaltung

Heimrich & Hannot GmbH // www.heimrich-hannot.de

» Fotos

gettyimages: Westend61 S. 1 //
Emanuel Bloedt S. 18 // Ferienwelt Winterberg S. 18 //
istock: Chalabala S. 1, dusanpetkovic S. 7, hanohiki S. 41, ollo S. 1 //
KCM: S. 4, 12, 14, 15, 16, 17, 19, 20, 53 //
VM/Mark Keppler S. 3

» Druck

Druckhaus Süd // www.druckhaus-sued.de



Für den Inhalt externer Webseiten Dritter übernehmen wir keine Haftung.

Grußwort des Verkehrsministers NRW

Wir nutzen die Chancen der Digitalisierung für bessere Mobilität.

Liebe Leserinnen und Leser,

Mobilität soll vor allem eins sein: einfach und verfügbar. An diesem Ziel arbeiten wir kontinuierlich und erzielen Schritt für Schritt Erfolge.

Ein Beispiel ist das im August 2019 eingeführte landesweite Azubiticket. Damit scheidet der Ausbildungsplatz nicht mehr an Tarifgrenzen. Mit dem NRWupgradeAzubi sind Auszubildende landesweit mobil, beruflich und in ihrer Freizeit. Das ist eine gute Nachricht für die Auszubildenden und für die ausbildenden Unternehmen. Zum einen trägt das landesweite Azubi-Ticket zu mehr Attraktivität der dualen Ausbildung bei. Zum anderen verschaffen sich Arbeitgeber, die das Ticket mit einem Kostenzuschuss unterstützen, einen Vorteil im Wettbewerb um die besten Nachwuchskräfte.

Das Azubi-Ticket für ganz Nordrhein-Westfalen ist ein Baustein für einen attraktiven ÖPNV, der heute längst viel mehr ist als Bus und Bahn. Bike- und Carsharing sowie Bürgerbusse oder On-Demand-Shuttle etablieren sich im NRW-Nahverkehr. Deswegen fördert das Land Mobilstationen, die Verknüpfungspunkte für die verschiedenen Verkehrsträger sind.

Mobilität über Tarifgrenzen hinweg, vernetzte Angebote und elektronische Tarife. Wir nutzen die Chancen der Digitalisierung für bessere Mobilität. Eine der wichtigsten Aufgaben im ÖPNV ist es, alle Angebote zu bündeln und diese vor allem kundenfreundlich aufzubereiten. Deswegen ist im Frühjahr mobil.nrw gestartet. Zentrales Element ist derzeit das Mobilitätsportal. Die neue Webseite bündelt Ticketinformationen, Fahrplanauskünfte und Tipps für Unternehmungen in Nordrhein-Westfalen und ist dabei konsequent aus Nutzersicht gedacht. Im nächsten Schritt soll mobil.nrw zu einem Leitsystem für individuelle Mobilität entwickelt werden. So wird es eine App für alle Tickets in Nordrhein-Westfalen geben. Zum ersten Mal werden dann alle Tickets der Verbünde und alle Varianten des NRW-Tarifs in einer App buchbar sein.



Einen Überblick über die bisherigen Meilensteine und alle wichtigen Themen im NRW-Tarif bietet die aktuelle Ausgabe des TarifReports. Ich wünsche Ihnen eine anregende Lektüre.

Herzlichst
Ihr

Hendrik Wüst
Minister für Verkehr des Landes
Nordrhein-Westfalen

Düsseldorf, im September 2019

Vorwort des Leiters Kompetenzcenter Marketing NRW (KCM)

Ein guter Start im NRW-Tarif

Liebe Leserinnen und Leser,

der NRW-Tarif wird kontinuierlich weiterentwickelt. Orientiert an den Anforderungen an einen modernen, zukunftsweisenden Nahverkehr und an den Wünschen der Bus- und Bahnkunden gibt es immer wieder neue Tarif- und Ticketangebote. Jetzt gibt es auch ein neues Gesicht im NRW-Tarif. Mit Freude habe ich den Staffeltab als Leiter des Kompetenzcenters Marketing NRW (KCM), das unter anderem die Planung, Organisation und Durchführung aller angebots-, tarif- und vermarktungsbezogenen Maßnahmen für den NRW-Tarif verantwortet, von meinem Vorgänger Till N. Ponath übernommen.

Um dieser verantwortungsvollen Aufgabe gerecht zu werden, bedarf es vielfältiger Erfahrungen im Bereich des Nahverkehrs. Gesammelt habe ich sie zunächst während meiner Tätigkeit im Erlösmanagement der DB Regio NRW, wo mir als Mathematiker meine Liebe zu Zahlen und Statistiken beruflich sehr zugute kam. Anschließend war ich bei der Münchner Verkehrsgesellschaft (MVG) als Leiter Verbundangelegenheiten unter anderem für die Digitalisierungsstrategie im Verkehrsverbund verantwortlich.

Vor dem Hintergrund des Klimawandels und drohender Fahrverbote in Innenstädten gewinnt der ÖPNV einschließlich multimodaler Verkehrsangebote eine immer größere Bedeutung – gerade auch in einer der stärksten Verkehrshauptschlagadern Europas wie bei uns in NRW. In meiner neuen Funktion als Leiter des KCM möchte ich die damit verbundene Chance nutzen, unter der neuen Dachmarke mobil.nrw die Mobilitätslandschaft in NRW für den Fahrgast als einheitlich und transparent erlebbar zu machen. Gerade durch die Vereinheitlichung der Tarif- und Vertriebswelt in NRW möchte ich den Zugang zu unseren Verkehrsmitteln so einfach wie möglich gestalten. Als Vater dreier Kinder, die zukünftig auch möglichst viel Bus und Bahn fahren sollen, ist mir dies Verpflichtung und Ansporn zugleich.

Ich freue mich sehr auf die neue Herausforderung, das bereits sehr gut aufgestellte KCM weiter voranzubringen und die vielseitigen Interessen aller Partner in NRW in Einklang zu bringen. Eine weiterhin gute Zusammenarbeit mit den Aufgabenträgern des ÖPNV in NRW, dem Nahverkehr Rheinland (NVR), dem Nahverkehr Westfalen-Lippe (NWL) und dem Verkehrsverbund Rhein-Ruhr (VRR) sowie dem NRW-Verkehrsministerium bildet dafür das beste Fundament.

Ein guter Einstieg in das breite Spektrum an Themen rund um den NRW-Tarif ist – insbesondere auch für mich – der aktuelle NRW-TarifReport. Ich wünsche Ihnen eine ebenso spannende wie kurzweilige Lektüre!



Herzlichst
Ihr

Eduard Rollmann
Leiter Kompetenzcenter Marketing NRW

Köln, im September 2019

Editorial

Grußwort des Verkehrsministers NRW S. 3 //

Vorwort des Leiters Kompetenzcenter Marketing NRW (KCM) S. 4

Tariflandschaft NRW

NRWupgradeAzubi S. 7 // Erneute Einnahmenezuwächse im Nahverkehr in NRW S. 8

Kommunikation

Die neue Marke mobil.nrw ist da! S. 11 // Die ersten RRX-Fahrzeuge gehen auf die Schiene S. 14 // Neuer NRW-Wanderbahnhof 2018 ist Winterberg S. 16 // Aufbau einer NRW-weiten Bilddatenbank S. 19 // Bahn frei für die Jobparade S. 20

Marktforschung

Geschärfter Blick auf eigene Medien dank „Fahrgast-Brille“ S. 23 // Kundenzufriedenheit mit dem ÖPNV in NRW S. 26

Service & Vertrieb

Qualitätsmanagement im NRW-Vertrieb bei Chipkarten oder Barcodes S. 33 // Mobilitätsgarantie NRW S. 34

NRW-Tarif in Zahlen

Erneut moderater Anstieg der Preise S. 37 // Sehr positive Entwicklung der „neuen“ Tickets S. 41 // Verkaufsstatistik NRW-Tarif 2017 zu 2018 S. 46

Anhang

Partner im NRW-Nahverkehr S. 50 // NRW-Tarifräume S. 51 // Abkürzungsverzeichnis S. 52 // Ansprechpartner beim KCM S. 53 // Notizen S. 54

Azubis sehen jetzt mehr von NRW

Tariflandschaft NRW

Für 20 Euro mehr durch ganz NRW

NRWupgradeAzubi

Mit der Unterstützung des Ministeriums für Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen bieten die Verbände den Auszubildenden ab August 2019 die Möglichkeit, pauschal durch ganz NRW zu fahren.

Mit der Einführung des AzubiAbo Westfalen – ein Azubiticket für den gesamtwestfälischen Raum – haben ab August 2019 alle Verbände in NRW ein pauschales Ticket für Auszubildende in ihrem Portfolio. Dies ermöglicht, ein ebensolches Produkt auch für ganz NRW anzubieten.

Aus diesem Grund beschlossen die entsprechenden Gremien Anfang 2019 die Einführung des sogenannten NRWupgradeAzubi als Aufpreisoption auf das regionale Azubiticket zum 1. August 2019. Den Berechtigten wird damit die Möglichkeit gegeben, zusätzlich zu ihrem regionalen Azubiticket das NRWupgradeAzubi für 20 Euro pro Monat zu abonnieren und mit diesem den Nahverkehr in ganz NRW zu nutzen. Der Ticketpreis wird im Zeitraum bis zum 31. Juli 2023 nicht erhöht. Anschließend kann der Preis jährlich um maximal einen Euro pro Monat angehoben werden. Der Gesamtpreis für das regionale Azubiticket in Verbindung mit dem NRWupgradeAzubi liegt damit aktuell bei maximal 82 Euro pro Monat. Sowohl das regionale Azubiticket als auch das NRWupgradeAzubi sind fakultative Angebote.

Eine anteilige oder vollständige Kostenübernahme des Azubitickets durch einen Ausbildungsbetrieb ist möglich. Mit einem Zuschuss verschaffen sich Unternehmen einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil, denn attraktive Mobilitätsangebote sind ein bedeutendes Kriterium bei der Wahl des Arbeitgebers. Ein weiteres Plus: Arbeitgeberleistungen für die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel sind vollständig steuerlich absetzbar. Damit ist die Bezuschussung des Azubitickets als Bonus für engagierte Nachwuchskräfte steuerfrei.

Im Zuge der Einführung des NRWupgradeAzubi stellt das Land ab dem Jahr 2020 insgesamt 4,9 Mio. Euro Fördermittel für die Verkehrsverbände bereit. Ab 2021 werden die Fördermittel um 1,8 % dynamisiert. Im Jahr 2019 wurden den Verbänden 2 Mio. Euro Fördermittel zugeteilt.

Neben Auszubildenden richtet sich das NRWupgradeAzubi jedoch auch an Teilnehmerinnen und Teilnehmer an einem freiwilligen sozialen Jahr sowie an Beamtenanwärterinnen



und -anwärter des einfachen und mittleren Dienstes. Genauere Informationen erhalten Sie bei den vertreibenden Verkehrsunternehmen. Voraussetzung zum Erwerb des NRWupgradeAzubi ist der Besitz eines der regionalen Azubitickets:

- YoungTicketPLUS des VRR im Abonnement
- AzubiTicket des VRS
- Azubi-ABO des AVV
- Job-Ticket für Auszubildende des AVV
- AzubiAbo Westfalen des WestfalenTarifs

Zur Einführung des NRWupgradeAzubi wurde im Frühsommer eine zwischen den Verkehrsverbänden abgestimmte Bekanntmachungs- und Vermarktungskampagne gestartet, die die Zielgruppen auf das neue Angebot aufmerksam gemacht und zum Kauf des Tickets animiert hat.

NRW-Nahverkehr-Bilanz 2018

Erneute Einnahmenezuwächse im Nahverkehr in NRW

Die Entwicklung in NRW

2018 waren 2,15 Mrd. Fahrgäste entgeltlich mit Bussen und Bahnen in NRW unterwegs. Dies waren ca. 10 Mio. Fahrgäste weniger als im Jahr 2017 (-0,4%). Die daraus resultierenden Einnahmen von 2,67 Mrd. Euro bedeuten gegenüber 2017 ein absolutes Plus von über 11 Mio. Euro. Dies entspricht einer Steigerung von 0,4%.

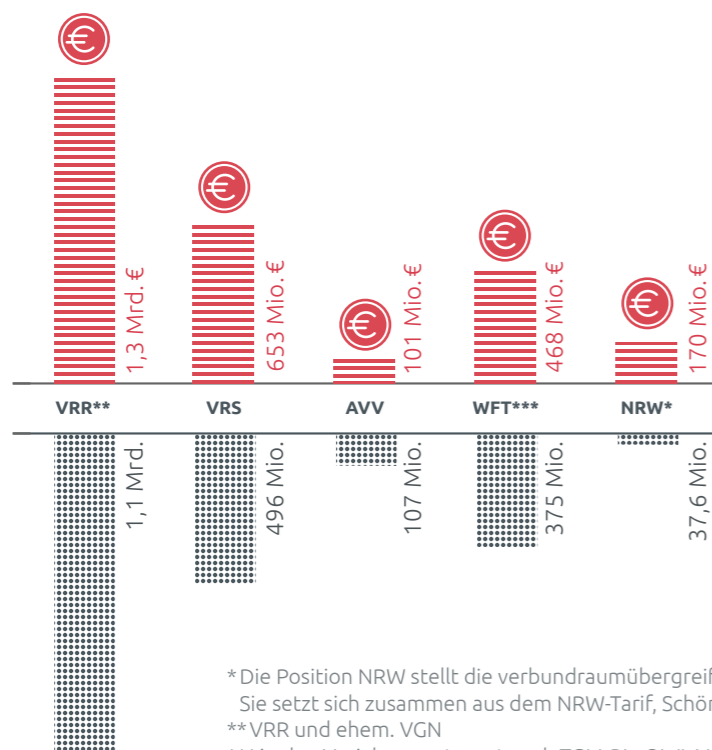
Fahrgastzahlen leicht unterdurchschnittlich

Der Verband Deutscher Verkehrsunternehmen (VDV) weist im Jahr 2018 für seine Mitgliedsunternehmen bundesweit eine Steigerung der Fahrgastzahlen um 0,6% aus. Mit einem Fahrtenrückgang von 0,4% liegt NRW damit auch 2018

unter dem bundesweiten Durchschnitt. Dies zeigt sich auch in der Einnahmenentwicklung. Die Einnahmensteigerung in NRW liegt mit 0,4% unter der durchschnittlichen Steigerung der VDV-Unternehmen (1,3%). In NRW wie auch bundesweit sind somit die Einnahmen- wie auch die Fahrtenzuwächse geringer als im Vorjahr. Insgesamt weist der VDV für seine Mitgliedsunternehmen Einnahmen von 12,95 Mrd. Euro im Jahr 2018 aus. Auf NRW würde demzufolge über ein Fünftel aller Einnahmen entfallen.

→ Lars Koenen

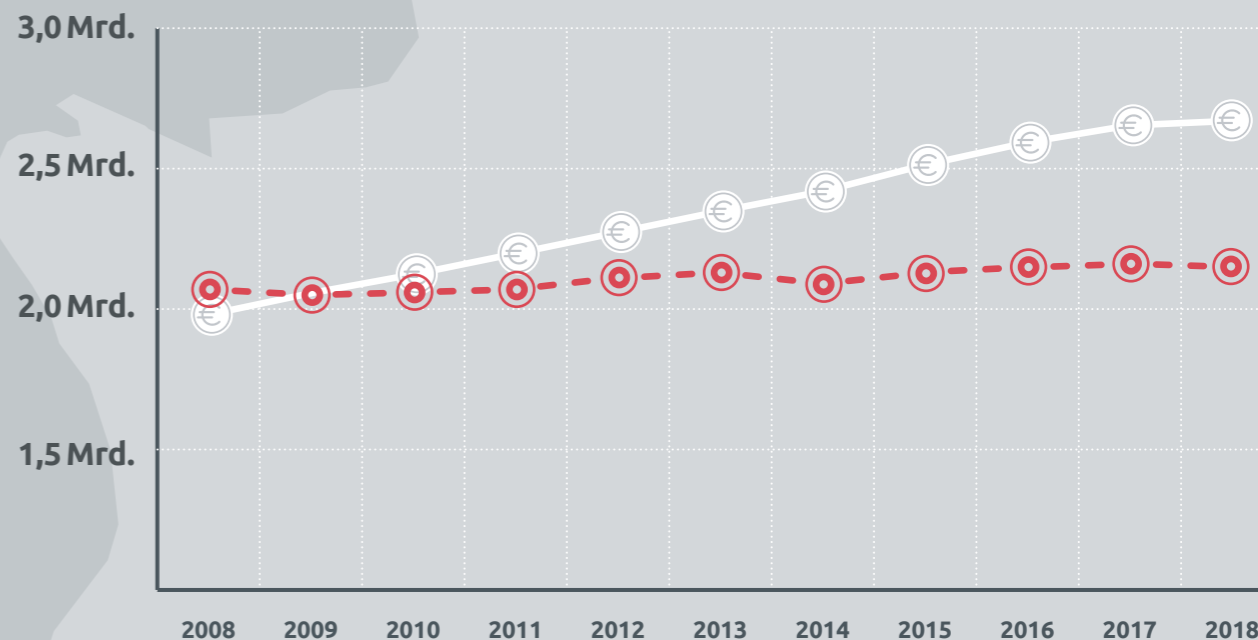
Verteilung der Fahrgeldeinnahmen und der entgeltlichen Fahrten auf die jeweiligen Verbände und Tarifgemeinschaften



*Die Position NRW stellt die verbundraumübergreifenden Fahrten mit dem ÖPNV dar. Sie setzt sich zusammen aus dem NRW-Tarif, Schönes-Wochenende-Ticket und NRWplus-Tarif.
 **VRR und ehem. VGN
 ***in den Vorjahren getrennt nach TGM-RL, OWL V, VPH und VGWS ausgewiesen

Verteilung der entgeltlichen Fahrten und der Einnahmen

Verbundtarife inklusive NRW-Tarif 2008–2018



Fahrgeldeinnahmen 2018
2,67 Mrd. €
 Entgeltliche Fahrten 2018
2,15 Mrd.

Aus Busse & Bahnen NRW wird jetzt mobil.nrw

Kommunikation

Die neue Marke mobil.nrw ist da! S. 11 // Die ersten RRX-Fahrzeuge gehen auf die Schiene S. 14 // Neuer NRW-Wanderbahnhof 2018 ist Winterberg S. 16 // Aufbau einer NRW-weiten Bilddatenbank S. 19 // Bahn frei für die Jobparade S. 20

Nach 26 Monaten harter Arbeit:

Die neue Marke mobil.nrw ist da!

Werdegang vom Aufbau einer neuen Marke

Am Anfang stand im Vergleich zum nun abgeschlossenen Projekt nur eine kleine Aufgabe im Raum. Die in den letzten Jahren inhaltlich stark gewachsene Webseite der Gemeinschaftskampagne busse-und-bahnen.nrw.de sollte inhaltlich entschlackt werden. Mehr als 4.000 Unterseiten wollten aufgeräumt und umstrukturiert, veraltete Inhalte gelöscht oder aktualisiert werden. Währenddessen wurde jedoch schnell klar, dass auch eine neue Version des Content-Management-Systems aufgesetzt werden musste, um den wachsenden Anforderungen von Nachfrage, Webdesign und responsiver Darstellung gerecht zu werden. Ein größeres Facelifting der Webseite wurde somit zur Zusatzaufgabe. Die Digitalisierung, die kommunikative Vereinheitlichung und die bessere Erkennbarkeit des NRW-Tarifs beim Endkunden wurden zu einem weiteren wichtigen Thema. Anstelle eines Faceliftings stand nun ein kompletter Neustart der Gemeinschaftskampagne vor der Tür, inklusive des Aufbaus einer völlig neuen Marke, der Trennung des Points of Sale (Ort des Generierens von Fahrtenlässen und gleichzeitig Vertriebsstelle des jeweils passenden Tickets) von der Wissensplattform sowie der Aufbau einer eigenen Webseite für die Kompetenzzenter in NRW. Zuvor waren die Kompetenzzenter nur mit losem Corporate Design als Verbund erkennbar. Jetzt sollten sie einen starken und einheitlichen Auftritt erhalten.

Während der Entwicklung der Marke wurde bereits daran gearbeitet, wie diese dem Fachpublikum und der breiten Bevölkerung präsentiert werden könnte. Im Ministerium konkretisierten sich jedoch auch schon Pläne, viel mehr Produkte mit dem neuen Corporate Design zu versehen als nur die Gemeinschaftskampagne. Aus Sicht des Endkunden ist dies ebenso sinnvoll wie für das Bundesland Nordrhein-Westfalen. So ist erkennbar, dass Mobilität nicht mehr nur aus Bussen und Bahnen besteht, sondern in den letzten Jahren um viele Faktoren gewachsen ist, wie z. B. Mieträder oder -autos, bedarfsorientierter ÖPNV oder auch eine umfängliche Fahrplanauskunft, eTarife und



der Vertrieb über mobile Endgeräte. Die Vernetzung aller Produkte an größeren Knotenpunkten ist ein weiterer Schritt zur zunehmenden Verzahnung von unterschiedlichen Verkehrsmitteln, Informationsbeschaffung und Ticketkauf. Da vom Tarifflyer für Kunden über den TarifReport für Meinungsbildner bis zum Hologramm auf Semestertickets auch sämtliche Printmedien betroffen waren und sind, wurde die Marke sukzessive präsentiert, zunächst dem Fachpublikum und später auch dem Kunden.

Zusammen mit dem Verkehrsministerium wurde die neue Marke entwickelt und in den Fachgremien den Verbänden und Verkehrsunternehmen vorgestellt.

Von der ersten Idee des kleinen Relaunchs der Webseite im März 2017 bis zum fertigen neuen Produkt vergingen 26 Monate. Am 5. Juni 2019 wurde das alte auf das neue Portal der Gemeinschaftskampagne umgestellt, zusammen mit dem neuen Info-Portal, vormals bekannt als Fachportal innerhalb der alten Webpräsenz.

mobil.nrw

KLEINES UPGRADE, RIESENFREIHEIT.
Gönn dir das **NRW Upgrade** und dein **Azubiticket** macht dich landesweit mobil.

NRW Upgrade Azubi
Ganz NRW für nur 20 Euro mehr!

www.mobil.nrw

avv VRR VRS WESTFALEN-TARIF

Erste Werbekampagne im neuen Corporate Design mobil.nrw: NRW Upgrade Azubi

Aus der sperrigen Webadresse busse-und-bahnen.nrw.de wurde der kurze und prägnante Titel mobil.nrw, welcher zugleich auch die neue Marke benennt. Bereits am 18. März 2019 enthüllte Verkehrsminister Hendrik Wüst die erste Stele einer Mobilstation mit der neuen Marke mobil.nrw auf der Ruhrkonferenz in Bochum. Und schon einen Monat zuvor erlebte das KC-Portal seinen Livegang, noch im altem Corporate Design, aber vereint unter der Webadresse kompetenzcenter.nrw. Im Rahmen der Marken Anpassung wird bis Ende 2019 auch das Corporate Design angepasst. Die wichtigsten Änderungen der drei neuen NRW-weiten ÖPNV-Säulen mobil.nrw, Info-Portal und KC-Portal werden nachfolgend kurz vorgestellt. Allen gemein ist das responsive Design, die übersichtliche Navigationsleiste sowie die ausklappbare

Seitenrandleiste zu Fahrplanauskunft, Ticketshop, Kontakt und Regionalverkehrsplan.

mobil.nrw

- Fahrtenlässe: Ausflugsziele, Veranstaltungen, Kulturangebote, Saisonspecials, Wandertouren
- Fahrplanauskunft: steht neben den Freizeittipps stets im Mittelpunkt
- Kampagnen: Hauptseite weiterhin für große Themen reserviert, z. B. NRW Upgrade Azubi, Wunderbar wanderbar, wir-machen-das.nrw
- Übersichtskarten: Bei allen Tipps ist das Ziel topografisch verortet und in der Fahrplanauskunftsleiste ist die nächstgelegene Zielhaltestelle vorausgefüllt (bei freigegebenem Tracking auch der aktuelle Standort).

- übersichtliche Services: Schlaue Nummer, Mobilitätsgarantie, Newsletter, FAQ
- Ticketangebot auf einen Blick: Sortiment, Online-Ticketshop, Tarifneuerungen
- Pressebereich: Mitteilungen, Fotos und Videos auf pressebereich.mobil.nrw

Info-Portal

- Fachportal 2.0: aufgefrischte Inhalte in besserer Darstellung auf infoportal.mobil.nrw
- Hintergründe: tiefgreifende Fachinfos zur ÖPNV-Landschaft, grafisch aufbereitet
- Daseinsvorsorge: Informationsquelle für Fachpersonal, Meinungsbildner und die interessierte Bevölkerung

KC-Portal

- Außendarstellung: Stärke durch gemeinsamen und vereinheitlichten Webauftritt
- Kompetenzstärke: vier KC's bündeln ihre Aufgaben auf einen Blick
- autarke Startseite: neueste Pressemeldungen aus allen KC's erscheinen selbstständig
- Subdomains: einheitliches Erscheinungsbild nach Anpassung des Corporate Designs, z. B. kcs.mobil.nrw, kcitf.mobil.nrw usw.

mobil.nrw in weiteren Onlinekanälen integriert

Die Abteilung Digitalisierung Mobilität bei der Verkehrsverbund Rhein-Sieg GmbH hat bereits vor einigen Jahren ein Werkzeug entwickelt, mit dem kommunale Daten über LKW-relevante Restriktionen und LKW-Vorrangrouten gesammelt werden. Diese Datensammlung ermöglicht es künftig den Anbietern von Navigationslösungen, dem LKW-Verkehr optimierte Routen aufzuzeigen, sodass ungeeignete Straßen umfahren und dadurch Unfälle und Behinderungen vermieden werden können. Das klingt zunächst nicht nach Nahverkehr. Folgendes Beispiel beweist das Gegenteil, wenn in den Verkehrsmeldungen wieder einmal von einem LKW berichtet wird, der eine Oberleitung der Straßenbahn beschädigt hat, idealerweise an einer großen Kreuzung. Das Projekt „SEVAS“ wird mittlerweile NRW-weit ausgedehnt und erhält daher auch das mobil.nrw-Branding unter sevas.nrw.de.

mobil.nrw in den sozialen Medien

Die Marke mobil.nrw hat den Anspruch, kundenorientiert, vernetzt und einfach zu sein. Diese Eigenschaften lassen sich ideal in die sozialen Medien übertragen. Durch den direkten Kontakt ergibt sich fast automatisch eine starke Kundenorientierung, aktives Community Management sorgt für Vernetzung mit den Nutzern und anschaulich aufbereitete Inhalte führen zu einem einfacheren Umgang mit den teils komplexen Inhalten der Mobilitätsbranche.

Die Kommunikation in den sozialen Netzwerken ist in den letzten Jahren bei allen Zielgruppen der ÖPNV-Landschaft in NRW immer wichtiger geworden. So wurde zeitgleich mit dem Livegang von mobil.nrw auch die Fanseite auf Facebook dem neuen Corporate Design angepasst, mit einigen Ankündigungen vorbereitet und einem Erklärungsfilm beim Livegang den Fans vermittelt. Die Einführung des landesweiten Azubi-Tickets führte zur Eröffnung eines eigenen Kanals auf Instagram, der zunächst die Kampagne NRW Upgrade Azubi bespielt und danach zunehmend die Inhalte aus den Webseiten und Facebook verlängert, jedoch mehr in Bildern als in Texten vermittelt. Weitere Kanäle sind die Video-Plattform Vimeo und der Musikstreaming-Dienst SoundCloud, z. B. als Basis der eigenen produzierten Filme oder Musiklisten für themenrelevante Inhalte auf mobil.nrw.

Perspektivische Entwicklungen

Im Idealfall ist Ende 2019 die Marke über alle Kanäle hinweg eingeführt und präsent. Die App und der Ticket-Shop bieten als verbundenes System digitale Tickets – mobil.nrw Newsletter sowie Social Media informieren und inspirieren. Die App wird als zentrales Produkt immer weiter optimiert und entwickelt sich von der Ticket-App hin zu einem Mobilitätsmanager. Parallel wird der interaktive Regionalverkehrsplan auf der Desktopversion von mobil.nrw soweit verbessert, dass über alle in NRW genutzten Schnittstellen alle Anfragen beauskunftet werden können – natürlich mit Verweis auf den Ticketshop.

→ Mathias von Kutzleben

Die ersten RRX-Fahrzeuge gehen auf die Schiene

Das größte Schieneninfrastrukturprojekt NRW geht Schritt für Schritt voran.



Der Rhein-Ruhr-Express (RRX) ist für Nordrhein-Westfalen das derzeit bedeutendste Verkehrsinfrastrukturprojekt. Er wird in den kommenden Jahrzehnten einen wesentlichen Beitrag zu einem nachhaltigen und leistungsfähigen öffentlichen Personenverkehr auf der Schiene leisten.

Notwendig dafür sind Investitionen in Milliardenhöhe für den Ausbau der Schieneninfrastruktur, der Bahnhöfe und den Bau neuer Fahrzeuge. Beteiligt an dem Projekt sind der Bund, das Land NRW, die zuständigen Aufgabenträger des Regionalverkehrs in NRW, Rheinland-Pfalz und Hessen sowie der Fahrzeughersteller Siemens.

Entscheidende Erfolgsfaktoren für das Projekt sind eine hohe Akzeptanz bei Akteuren und Multiplikatoren und eine breite Unterstützung in der Öffentlichkeit. Daher sollen die einzelnen Projektphasen intensiv kommunikativ begleitet werden. Dafür ist ein detailliertes Kommunikationskonzept mit Kernbotschaften, Zielgruppen, Maßnahmen und einem der Komplexität gerecht werdenden organisatorischen Rahmen entwickelt worden.

Seit Mitte 2016 bringt das RRX-Netzwerkbüro die beteiligten Akteure zusammen, ist Anlaufpunkt für Fragen der Öffentlichkeit rund um das Projekt und setzt die notwendigen Maßnahmen um.

Im Dezember 2018 ist der erste Betriebsstart mit den RRX-Fahrzeugen auf der RE 11 (RRX) erfolgreich umgesetzt worden. Der Betrieb der RE 11 (RRX) läuft über Abellio Rail NRW.

Die Einführung der RE 11 im Jahr 2018 war ein wesentlicher Bestandteil der Kommunikation. Gemeinsam mit den Aufgabenträgern wurde ein Konzept zur Kampagnendramaturgie inklusive Zeitplan und Kampagnenidee erarbeitet. Der Betriebsstart wurde mit einem Kundenflyer sowie auch Taschenfaltplan, Online-Marketing-Maßnahmen und auch Advertorials in den Tageszeitungen unterstützt. Kurz nach der erfolgreichen Inbetriebnahme der RE 11 (RRX) wurden in der sogenannten Leistungsphase Außenwerbung geschaltet, Social Media und Google als Kommunikationskanäle genutzt und Promotionaktionen sowie Presse- und Öffentlichkeitsarbeit durchgeführt. Auch beim Betriebsstart auf der RE 5 (RRX) im Juni 2019 ist die Kommunikationsstrategie so umgesetzt worden wie bei der RE 11 (RRX). Betreiber der RE 5 (RRX) ist National Express.

Außerdem fanden auch viele Veranstaltungen rund um den RRX statt. Um die Politik über das Thema detailliert zu informieren, wurde am 11. April 2018 die RRX-on-Tour-Veranstaltung im Landtag durchgeführt.

Am 15. Juni 2018 wurde auf dem Areal Böhler in Düsseldorf eine Fachveranstaltung zum Status des Infrastruktur-Ausbaus im RRX-Projekt für Stakeholder, Partner und Interessierte des Projektes durchgeführt.

Im Mai 2018 hat zudem eine RRX-Akteurskonferenz in Düsseldorf stattgefunden, um über den aktuellen Status des Projektes zu berichten. Eingeladen waren die RRX-Projektpartner.



Am 1. und 2. September 2018 zum NRW-Tag in Essen wurde der RRX-Zug ausgestellt und Bürgerinnen und Bürger konnten das Fahrzeug besichtigen. Außerdem waren drei Zelte zu den Themen Fahrzeug, Betrieb und Infrastruktur auf dem Bahnhofsvorplatz in Essen aufgebaut, in denen sich Interessierte informieren konnten. Der RRX auf dem NRW-Tag wurde durch eine Promotionaktion sowie durch Presseberichte beworben.

Immer auf dem neuesten Stand bleiben Sie durch den RRX-Blog oder den Newsletter, beides zu finden unter: www.rrx.de.

→ Inge Bartels

Nach einem Jahr kreativer Pause:

Neuer NRW-Wanderbahnhof 2018 ist Winterberg



Nach siebenmaligem erfolgreichen „Anschlagen“ der Wanderplaketten an die Wanderbahnhöfe in NRW, die von 2010 bis 2016 verliehen wurden, war 2017 ein pausierendes Lehrjahr. In diesem Zeitraum wurde untersucht, ob und wie die Würdigung der Bahnhöfe bei den Wanderfreunden

überhaupt wahrgenommen und akzeptiert wird. Das Ergebnis war der klare Wunsch nach Fortführung dieser besonderen Auszeichnung. Besonders die mediale Aufmerksamkeit stellt Stadt und Station mit direktem Anschluss an das örtliche Wandernetz in ein positives Licht.



Wie wird der Wanderbahnhof gekürt?

Zunächst sichtet eine Fachjury, bestehend aus Mitgliedern des Verkehrsministeriums, des KCM, des Sauerländischen Gebirgsvereins und Manuel Andrack, die eingegangenen Vorschläge und bewertet diese nach festen Kriterien:

- gute Erreichbarkeit mit Bus und Bahn, auch am Wochenende
- Zustand des Bahnhofsgebäudes
- Aufenthaltsqualität im direkten Bahnhofsumfeld
- Möglichkeit zum Ticketkauf
- Verfügbarkeit sanitärer Anlagen
- Gastronomie oder Möglichkeit zur Versorgung im unmittelbaren Bahnhofsumfeld
- direkte Anbindung an attraktive Wanderwege

Ist die Wahl gefallen, wird im Rahmen einer rund 60-minütigen Veranstaltung im Beisein des Verkehrsministers, von Manuel Andrack, der lokalen Politik, der Presse und von per Los ausgewählten Wanderfreunden der Bahnhof geehrt, bevor es dann zu einer gemeinsamen Wanderung geht, um die Qualitäten mit eigenen Sinnen direkt zu erfahren bzw. zu erwandern.

NRW-Wanderbahnhöfe

2010: Iserlohn	2015: Soest
2011: Heimbach	2016: Werdohl
2012: Lennestadt-Altenhundem	2017: Akzeptanzumfrage Wanderbahnhöfe
2013: Billerbeck	2018: Winterberg
2014: Schladern	



Wanderbahnhof 2018: Das neue Tor für Winterberg

Nicht sehr oft besteht die Möglichkeit, einen Neubau zum Wanderbahnhof auszuzeichnen. Das zuvor stark beeinträchtigte alte Gebäude wurde von einem Investoren- und Architekten-Ehepaar aus der Region gekauft, abgerissen und als Bürgerbahnhof neu konzipiert und gebaut. Der Bahnhof ist komplett barrierefrei – der Bahnsteig ist gleichzeitig auch Bussteig. In der großen öffentlichen Wartehalle gelangt der Besucher zum Schalter des Bürgerservice der Stadt. Ihm bietet sich ein ausgeweitetes, umfangreiches Dienstleistungsangebot, ergänzt um einen Servicepoint der Winterberg Touristik mit angegliedertem Beratungsangebot für Bus und Bahn mit Ticketverkauf. Zudem sorgen Sitzgelegenheiten, die über USB-Anschlüsse verfügen, für eine hohe Aufenthaltsqualität. Auch die Volkshochschule hat Räume im Bahnhof angemietet. Ein Restaurant zur Stärkung nach der körperlichen Aktivität fehlt ebenso wenig wie Ladestationen für E-Bikes vor dem Haus und Schließfächer mit integrierten Steckdosen. Das Dach ziert eine stilisierte Welle aus Stahl, Sinnbild für die bekannte Skisprungschanze und die Hügel des Sauerlands.

Geehrt wurde der Bahnhof im Rahmen einer kleinen Podiumsdiskussion, moderiert von Patrick Feldmann (Radio Sauerland), mit Hendrik Wüst (Verkehrsminister des Landes NRW), Manuel Andrack (Wanderexperte und Pate der Aktion NRW-Wanderbahnhof), Werner Eickler (Bürgermeister der Stadt Winterberg), Thomas Ressel (Mitglied der Geschäftsleitung Nahverkehr Westfalen-Lippe), Karl-Ulrich Saure (Eigentümer des Bürgerbahnhofs Winterberg) und Mathias von Kutzleben (Kompetenzcenter Marketing NRW).



Nach dem feierlichen Akt lud Manuel Andrack, zur Wandertour – so konnte sich eine Gruppe von Gästen gleich von den Vorzügen des Wanderbahnhofs 2018 überzeugen. Die rund neun Kilometer lange Tour führte vom Bahnhof aus vorbei an der Ruhrquelle und in einem großen Bogen zurück zum Ausgangspunkt.

Zu der Wanderroute in Winterberg:

www.mobil.nrw/ziele/ueber-80-wanderrouen-in-nrw/details/rund-um-den-wanderbahnhof-winterberg.html

→ Mathias von Kutzleben

Der Nahverkehr in gutem Licht:

Aufbau einer NRW-weiten Bilddatenbank

Die Fachleute aus den Bereichen Kommunikation und Marketing kennen es: wöchentlich erscheinen neue Medien, ob digital oder analog – und spätestens bei der Illustration taucht das leidige Thema des passenden Bildmaterials auf. Häufig sind die eigenen Datenbanken unzureichend ausgestattet. Also was tun: Auf Bilder des letzten Fotoshootings von anno dazumal zurückgreifen, die schon gefühlt dutzendmal durch den Äther geschickt wurden?



Ein neues, aber teures Shooting für ein vielleicht eher kleines Projekt ansetzen? Oder doch lieber ein 08/15-Bild aus den bekannten Stockplattformen kaufen, das garantiert schon einmal von einer Versicherung oder dem letzten Stromanbieter genutzt wurde oder – noch schlimmer – ein Motiv zeigt, das gar nicht aus der Region stammt?

Im Hinblick auf die bevorstehenden großen Änderungen in der Kommunikation auf NRW-Ebene führte das KCM 2018 ein großes mehrtägiges Fotoshooting an einigen Standorten im Bundesland durch. Die Ziele der breit angelegten Fotoaktion sind so vielfältig wie sinnvoll:

- 2019 ändern sich der mediale Auftritt der Gemeinschaftskampagne und der Auftritt der Kompetenzzentren in NRW grundlegend. Der Aufbau einer professionellen Bilddatenbank zum jetzigen Zeitpunkt ist dafür ideal.
- Auch eher trockene Inhalte für das künftige Info-Portal können durch eine passende Bildstruktur aufgelockert werden.



- Eine einheitliche Bildsprache und Aufnahmetechnik professionalisiert jede Kommunikationsstrategie und macht sie glaubwürdig. Daher ist es wichtig, Motivserien aus einem Guss zu produzieren.
- Fotos aus dem Stationsumfeld des realen Bediengebietes sind authentisch und glaubhaft. Gleiches gilt selbstverständlich an oder aus den Bahnen der verschiedenen Verkehrsunternehmen in NRW, da die werberelevanten Zielgruppen „ihre“ Busse und Züge natürlich kennen, mit denen sie teilweise täglich unterwegs sind.
- Es können Wunschmotive produziert werden, die auf das jeweils aktuelle Thema eingehen: Tickets und Tarife sowie Vertriebswege, aber auch Pendeln, Freizeit, Shopping, Jahreszeiten, Gruppenfahrten, Barrierefreiheit, Sicherheit und Services im Allgemeinen. Die Bandbreite kann beliebig erweitert werden.

Die Ergebnisse dienen dem späteren neuen Mobilitätsportal, dem Info-Portal und dem neuen KC-Portal. Außerdem werden sie für viele Printprodukte genutzt, die dem jeweiligen Thema entsprechen. Gern stellt das KCM die Datenbank den Kompetenzzentren, Verkehrsverbänden, Tarifgesellschaften, Aufgabenträgern und Verkehrsunternehmen aus dem Kreis der Landesarbeitsgruppe Kommunikation zur Verfügung.

→ Mathias von Kutzleben

Bahn frei für die Jobparade



2018 wurde die Kampagne mit dem Ziel, Personal zu rekrutieren, weitergeführt. Zusammen mit dem Testimonial Guildo Horn ist die „Jobparade“ ins Leben gerufen worden. Die Kampagne wurde



auf diversen Kanälen geschaltet und veröffentlicht. Ende des Jahres wurde am Runden Tisch vom Ministerium beschlossen, dass die Kampagne mit Guildo Horn auch 2019 fortgeführt werden soll. Um die Sichtbarkeit der Kampagne weiter zu erhöhen und die Zielgruppe auch auf anderen Kanälen anzusprechen, wurden neben Online-Aktivitäten auch Außenwerbung geschaltet sowie Infoscreeens belegt und Bierdeckel und Toilettenplakate als Medien für die Kommunikation genutzt.

Mit der „Agenda Bahnen NRW“, die am 10. Oktober 2017 in Düsseldorf verabschiedet wurde, wollen die Unternehmen stärker zusammenarbeiten. Die neue Vielfalt auf der Schiene birgt Chancen, aber auch Risiken. Deshalb ist gerade die Kooperation unter den Eisenbahnverkehrsunternehmen für einen reibungslosen Ablauf und für den Fahrgast von großer Wichtigkeit. Die Gemeinschaftskampagne Busse & Bahnen NRW hat aus diesem Grund im Jahr 2017 eine Imagekampagne für mehr Kooperation unter den Eisenbahnverkehrsunternehmen unter dem Motto „Wir machen das“ konzipiert und umgesetzt.

Mitte Februar 2019 wurde zudem eine Jobmesse veranstaltet. Das Hauptziel der Veranstaltung bestand darin, Jobinteressierte für die Berufe Lokführer und Zugbegleiter (m/w/d) zu gewinnen. Die Veranstaltung wurde insbesondere über wir-machen-das.nrw und Facebook beworben. Einleitend gab es ein Pressegespräch mit Verkehrsminister Wüst und den Geschäftsführern der Eisenbahnverkehrsunternehmen, um die Thematik Personalmangel deutlich zu machen. Die Veranstaltung selbst sah vor, dass die Eisenbahnverkehrsunternehmen sich mit Infoständen präsentieren, und Guildo Horn gab ein kurzes

Konzert. Außerdem wurde der erste wichtige Meilenstein, „Die Vereinbarung zur freiwilligen Selbstverpflichtung zur Erstattung von Ausbildungskosten der in NRW tätigen Eisenbahnverkehrsunternehmen“, unterschrieben.

Zur Jobparade:
www.wir-machen-das.nrw/jobparade/

→ Inge Bartels

Die Ergebnisse im Überblick (Januar 2018 – Februar 2019)



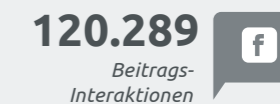
46,6 Mio.
 Impressionen
 Google Ads



3.707
 neue Facebook-Fans



986.267
 Klicks/Aufrufe
 Google Ads



120.289
 Beitrags-
 Interaktionen



623.163
 Seitenaufrufe
 wir-machen-das.nrw



11,3 Mio.
 Impressionen



983.802
 Video-Aufrufe



144.005
 Nutzer



19.431
 Klicks auf
 Stellenanzeigen

Aus Prinzip nah am Kunden

Marktforschung

Geschärfter Blick auf eigene Medien dank „Fahrgast-Brille“

Im Mai 2019 wurden ausgewählte Broschüren des NRW-Tarifs in Gruppendiskussionen mit den Fahrgästen hinsichtlich Gestaltung und Inhalt bewertet und mögliche Optimierungen identifiziert.



Abbildung 1: untersuchte Broschüren, Quelle: „Die Projektmeisterei“, 2019

Bereits 2016 hat das KCM bestimmte Broschüren des NRW-Tarifs in Gruppendiskussionen durch die Nutzer bewerten lassen. Aufgrund der damaligen Erkenntnisse wurden die Broschüren grundlegend überarbeitet.

2019 wechselt nunmehr die Dachmarke des NRW-Tarifs von „Busse und Bahnen NRW“ zu „mobil.nrw“. Im Zuge dieser Veränderungen sollen auch die Broschüren des NRW-Tarifs teilweise neu gestaltet bzw. überarbeitet werden. Das KCM hat sich daher dazu entschieden, ausgewählte Broschüren mittels einer qualitativen Marktforschung hinsichtlich der Wahrnehmung durch die Nutzer erneut bewerten zu lassen.

Methodik:

Im Mai 2019 wurden insgesamt sechs Gruppendiskussionen an drei verschiedenen Standorten in NRW durchgeführt: in Köln (für das Rheinland), in Bochum (für das Ruhrgebiet) und in Münster (für Westfalen). An jedem Standort wurde jeweils eine Gruppe aus den Viel-Nutzern und eine andere aus den Nicht- bzw. Selten-Nutzern des ÖPNV rekrutiert.

Dabei wurden als potenzielle Zielgruppe der Broschüren auch Personen berücksichtigt, die zwar derzeit den ÖPNV nicht nutzen, diesen jedoch nicht grundsätzlich ablehnen.

In jeder Gruppe wurden drei von vier der folgenden Broschüren rotierend diskutiert und bewertet:

- NRW Tarifinformationen,
- NRW Mobilitätsgarantie,
- NRW EinfachWeiterTicket,
- Schöne60Ticket NRW.

Außerdem wurde in jeder Gruppe das Cover des NRW Regionalverkehrsplans analysiert.

In einem Usability-Test wurde zunächst die erste Wirkung (der „Ersteindruck“) der Printmedien auf die Nutzer hinsichtlich der gängigen Werbemittelkriterien wie Kernbotschaft, Likes, Dislikes, Optik oder auch Verständlichkeit erfasst. Anschließend wurden die Betrachtung und die Diskussion der Broschüren im Rahmen von Gruppendiskussionen intensiviert.

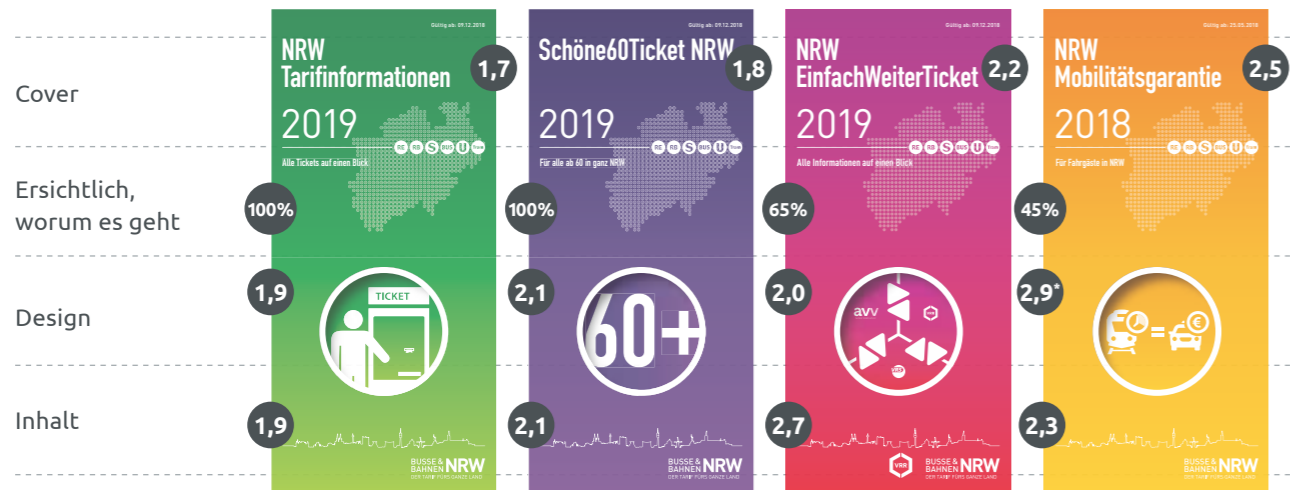


Abbildung 2: Ergebnisauszug aus den Usability-Tests; Angaben in Schulnoten von 1 = sehr gut bis 6 = sehr schlecht; * Schlechte Gesamtnote wegen der aufwändigen Faltung; Quelle: „Die Projektmeisterei“, 2019

Ergebnisse

Die obenstehende Übersicht zeigt ausgewählte Ergebnisse der Usability-Tests: Bereits in diesem frühen Stadium der Diskussionen zeigte sich eine grundsätzlich positive Wahrnehmung der NRW-Broschüren, von denen die „NRW Tarinformationen“ am besten und die „NRW Mobilitätsgarantie“ am schlechtesten abschnitt.

Im weiteren Verlauf erfolgte in den Gruppendiskussionen die vertiefende Betrachtung und Diskussion der Broschüren. Hier wurde das bereits in den Usability-Tests geprägte Bild bekräftigt: Die Broschüren kommen auf optischer Ebene gut an und werden als stimmig und zusammengehörig wahrgenommen. Die einzelnen Elemente des Designs (Farben, Struktur, Piktogramme usw.) werden als harmonisch beurteilt. Insgesamt gefällt den Probanden das Gesamtkonzept recht gut, es besteht allerdings ein Gefälle in der Wahrnehmung der Broschüren. Die Tarinformationen- und die Schöne60Ticket-Broschüre werden von den Nutzern sehr positiv wahrgenommen, es bestehen nur kleinere Anmerkungen und wenig Verbesserungsbedarf. Die Broschüren zum EinfachWeiterTicket und zur Mobilitätsgarantie schneiden indes – wie auch im Usability-Test – aus unterschiedlichen Gründen deutlich schlechter ab.

Die negativere Beurteilung der „NRW EinfachWeiterTicket“-Broschüre resultiert dabei nicht aus einer Kritik an den Gestaltungsmerkmalen, sondern aus Irritationen, die beim Lesen entstehen: Der Unterschied zwischen dem EinfachWeiterTicket und dem AnschlussTicket NRW wird von keinem Teilnehmer aller Gruppendiskussionen verstanden. Der Broschüre gelingt es also nicht, den komplexen Sachverhalt kundengerecht zu transportieren.

Die Broschüre „NRW Mobilitätsgarantie“ wird hinsichtlich des Layouts positiv bewertet, hinsichtlich des Inhaltes erfolgt jedoch ebenfalls eine negative Bewertung. Das liegt jedoch vor allem daran, dass seitens der Probanden Zweifel an der Garantieleistung selbst bestehen, die sich in der Wahrnehmung der Broschüre widerspiegeln. Hervorzuheben ist, dass insbesondere die Verbesserungen, die aufgrund der Erkenntnisse aus den Gruppendiskussionen 2016 umgesetzt wurden, seitens der Nutzer sehr positiv bewertet werden. Die piktogrammatische Darstellungsform im Innenteil der Broschüre zur Vermittlung von konkreten Inhalten wird auch für andere Broschüren gewünscht.

Eine gute Ticketübersicht, deren Cover bereits sehr aussagekräftig ist.

- ✓ Das Design ist innen wie außen gelungen und übersichtlich.
- ✓ Das Inhaltsverzeichnis, die Karte sowie das Design der Ticketseiten gefallen besonders gut.
- ✗ Etwas „too much“ sind die vielen Informationen auf den einführenden Seiten.
- ✗ Lange Links und fehlende QR-Codes werden moniert.

Eine klare Broschüre mit aussagekräftigem Cover.

- ✓ Das Design ist für die Zielgruppe geeignet, (fast) alles ist gut lesbar.
- ✓ Der Inhalt ist klar gegliedert, verständlich und nicht überfrachtet.
- Die Farbe gefällt nicht allen.
- ✗ Das Kleingedruckte unter der Ticketübersicht ist zu klein.
- ✗ Auf tariflicher Seite stört man sich stark am Preis.

Eine Broschüre, für die es Verbesserungsbedarf gibt.

- ✓ Farben und entstehender Kontrast gefallen.
- Die Beispiele gefallen (können aber zum Verständnis nicht richtig beitragen).
- ✗ Es bleiben sehr viele Fragen offen: Das Cover sagt zu wenig aus, der Innenteil/die beiden Tickets verwirren.
- ✗ Insgesamt fühlen sich die Leser nachher nicht besser informiert als vorher.

Die Skepsis beeinträchtigt die Bewertung.

- ✓ Design und Struktur im Innenteil gefallen.
- ✓ Dass das Formular dabei ist, gefällt.
- Das Cover ist etwas kontrastarm und sagt nicht ganz aus, worum es geht.
- ✗ Viele Informationen werden mehrfach erklärt (Redundanz).
- ✗ Die Ausnahmen und Relativierungen im Innenteil nähren die Zweifel.

Abbildung 3: ausgewählte Ergebnisse der Gruppendiskussionen; Quelle: „Die Projektmeisterei“, 2019

Fazit

Insgesamt konnten mittels der Gruppendiskussionen viele konkrete Anmerkungen und Hinweise durch die Probanden zu den NRW-Broschüren gewonnen werden. Diese wurden durch „Die Projektmeisterei“ um konkrete Umsetzungsvorschläge ergänzt. Wie sich die Broschüren aufgrund der qualitativen Marktforschung verändern sollen, muss nunmehr in der Landesarbeitsgruppe

Kommunikation abgestimmt werden. Aus Sicht der Marktforschung wäre es dabei sehr spannend, eine nachträgliche Betrachtung 2020 oder 2021 vorzunehmen, um den Erfolg der Änderungen aus Nutzersicht quantifizieren zu können.

→ Holger Lorenz

Sonderauswertung des NRW-Kundenbarometers 2018

Kundenzufriedenheit mit dem ÖPNV in NRW

Die ÖPNV-Kunden sehen den ÖPNV kritischer als vor zwei Jahren. Dies zeigen die Ergebnisse des neunten Kundenbarometers zum NRW-Nahverkehr.

Die Zufriedenheit der Kunden mit ihrem ÖPNV im Allgemeinen und im Einzelnen – hierauf legt das Kompetenzzentrum Marketing NRW (KCM) nach wie vor besonderes Augenmerk. Seit 2002 lässt das KCM im Zweijahresrhythmus die Zufriedenheit der Kunden mit dem ÖPNV in NRW untersuchen. Für die aktuelle Studie aus 2018, deren Ergebnisse nun vorliegen, befragte das Marktforschungsinstitut INFO GmbH aus Berlin im Herbst 2018 NRW-weit rund 13.250 ÖPNV-Kunden telefonisch im Auftrag des KCM. Analog zu den Vorgängerstudien sollten 29 Leistungsmerkmale aus den fünf Bereichen Angebot, Tarif, Vertrieb und Information, Haltestellen und Stationen sowie Verkehrsmittel und Sicherheit bewertet werden. Die Beurteilung der Merkmale erfolgte anhand der bewährten, verbalen Skala von vollkommen zufrieden (=1) bis unzufrieden (=5). Das Verkehrsministerium des Landes NRW förderte dieses Kundenbarometer und trug die Kosten für 5.500 Interviews verteilt auf ganz NRW. Die übrigen Interviews wurden von den regionalen Partnern finanziert.

Allgemeine Zufriedenheit mit dem ÖPNV gesunken

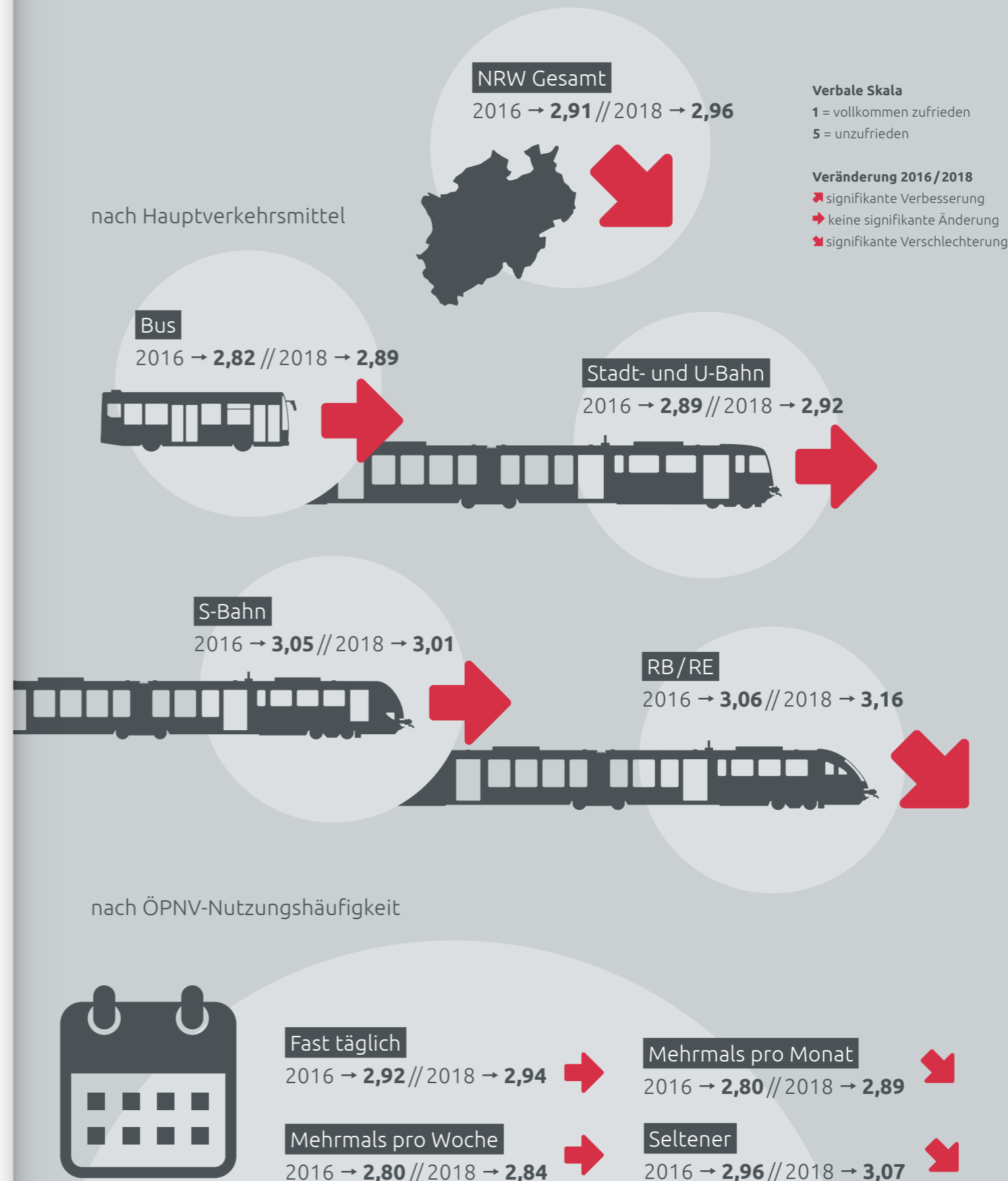
Die Nahverkehrskunden in NRW stehen den Leistungen des ÖPNV im Allgemeinen wieder kritischer gegenüber als vor zwei Jahren: Die Globalzufriedenheit beträgt 2018 2,96 – eine signifikante

Verschlechterung gegenüber der Vorgängerstudie aus 2016, als sie mit 2,91 bewertet wurde (vgl. Abbildung Nebenseite). Somit bewegt sich das aktuelle Ergebnis wieder auf dem allgemeinen Zufriedenheitsniveau von vor vier Jahren. 2014 lag die Globalzufriedenheit bei 2,95.

Eine Betrachtung nach Kundengruppen zeigt, dass die Kunden, die mehrmals pro Woche mit dem ÖPNV unterwegs sind, 2018 den höchsten Zufriedenheitswert mit 2,84 aufweisen. Die Kunden, die mehrmals pro Monat den ÖPNV nutzen, vergeben 2018 zwar mit 2,89 den zweitbesten Zufriedenheitswert, sie sind jedoch sogar signifikant unzufriedener als noch vor zwei Jahren (2016: 2,80). Ebenfalls signifikant unzufriedener als 2016 sind die Selten-Nutzer – ihre Zufriedenheit ist von 2,96 auf aktuell 3,07 gesunken. Die Bewertung der Täglich-Nutzer zeigt dagegen eine nur tendenzielle Verschlechterung von 2,92 (2016) auf 2,94 (2018).

Die Zufriedenheitswerte im Aufriss nach Hauptverkehrsmittel haben sich ebenfalls verschlechtert – lediglich die Kunden, die hauptsächlich die S-Bahn nutzen, sind 2018 mit 3,01 zufriedener als 2016 (3,05). Die übrigen Noten liegen 2018 bei 2,89 (Bus-Nutzer), 2,92 (Nutzer von Stadt- und U-Bahn) und 3,16 (RB/RE-Nutzer), wobei letztgenannte sogar signifikant weniger zufrieden sind als noch 2016 (3,06).

Globalzufriedenheit NRW



Verbessere Bewertung der meisten Einzelleistungsmerkmale

2018 sind die ÖPNV-Kunden mit 20 der 29 aus den fünf Bereichen abgefragten Leistungsmerkmalen zufriedener als noch 2016, davon werden 17 sogar signifikant besser bewertet. Sechs Merkmale erhalten eine schlechtere Note, fünf davon werden allerdings lediglich tendenziell schlechter gesehen. Dies sind die Fahrplanauskünfte im Internet, das Linien- und Streckennetz, die Fahrplan-Informationen an Haltestellen, die Taktfrequenz sowie das Preis-Leistungs-Verhältnis. Ein Leistungsmerkmal sehen die Kunden signifikant schlechter: die hauptsächlich genutzte ÖPNV-App. Diese befindet sich allerdings sogar auf Platz 2 der Zufriedenheits-Rangreihe mit einer aktuellen Bewertung von 2,35. Da die ÖPNV-Apps in den letzten beiden Jahren eigentlich nicht gravierend verändert wurden, legt dies den Schluss nahe, dass die Ansprüche und Erwartungen der

Nutzer an eine App – nicht zuletzt aufgrund der Schnelligkeit und rasanten Entwicklung der Medienwelt im Allgemeinen – gestiegen sind und nicht mehr ganz so gut erfüllt werden. Nach einer Zufriedenheitsbewertung wurden bei diesem Leistungsmerkmal nur diejenigen gefragt, die überhaupt ein Smartphone oder Tablet besitzen und auch eine ÖPNV-App nutzen. Dies waren rund 52 % der Befragten. 2016 lag der Zufriedenheitswert bei 2,31, eine ÖPNV-App nutzten damals rund 45 % der Befragten.

Signifikante Zufriedenheitsverbesserungen gibt es aktuell bei der Freundlichkeit des Personals, der Pünktlichkeit und Zuverlässigkeit, den Verkaufsstellen für Fahrkarten, dem Platzangebot und der Sauberkeit im Fahrzeug sowie bei den Fahrkarten-Automaten. Abbildung 2 zeigt die Zufriedenheitsrangliste für ausgewählte Leistungsmerkmale.

Rangliste der Zufriedenheit

Ausgewählte Leistungsmerkmale



Verbale Skala // 1 = vollkommen zufrieden // 5 = unzufrieden

Veränderung 2016/2018 // ↗ signifikante Verbesserung // → keine signifikante Änderung // ↘ signifikante Verschlechterung

Mit dem 2018 erstmals abgefragten Leistungsmerkmal „Kauf eines HandyTickets“ sind die Nutzer so zufrieden wie noch mit keinem Merkmal in der NRW-Kundenbarometer-Historie: sie bewerten den Kauf eines HandyTickets mit 2,08. Rund 15 % der Befragten gaben an, schon einmal ein HandyTicket gekauft zu haben. Davon hat etwas mehr als ein Viertel bisher 1 oder 2 HandyTickets erworben, 4 von 10 Nutzern haben bereits mehr als 10 HandyTickets gekauft. Durchschnittlich hat dabei ein Nutzer bislang etwa 6,3 HandyTickets erworben (vgl. Abbildung unten).

Die Betrachtung der Zufriedenheit nach Anzahl der bislang gekauften HandyTickets zeigt eine deutliche Zufriedenheitssteigerung in Abhängigkeit von der Kaufhäufigkeit. So sind die Kunden, die bislang 1 oder 2 HandyTickets erworben haben, mit 2,48 am wenigsten zufrieden. Mit Noten von 1,81 bzw. 1,84 äußern sich die Befragten am zufriedensten, die bereits 6 bis 10 oder mehr als 10 HandyTickets gekauft haben.

Zufriedenheit mit dem Kauf eines HandyTickets



NRW Gesamt

2018 → **2,08**

Zufriedenheit nach Anzahl bisher gekaufter HandyTickets

1 bis 2 Käufe

2018 → **2,48**

6 bis 10 Käufe

2018 → **1,81**

3 bis 5 Käufe

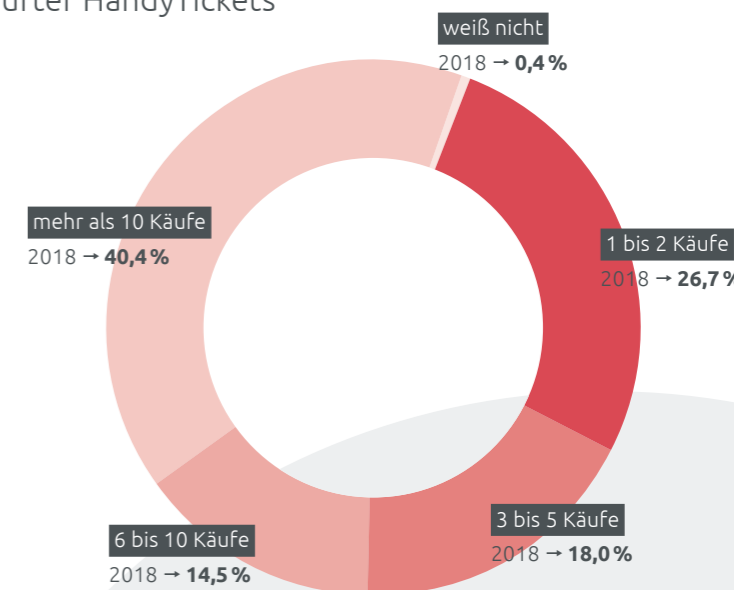
2018 → **2,24**

mehr als 10 Käufe

2018 → **1,84**

Anzahl vom Befragten bisher gekaufter HandyTickets

ø 6,3 HandyTickets pro Nutzer



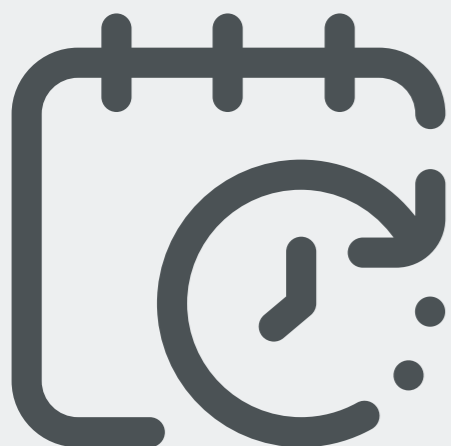
Verbale Skala:

1 = vollkommen zufrieden // 5 = unzufrieden

Basis 2018: 1.744 Befragte,

die schon einmal ein HandyTicket gekauft haben

Pünktlichkeit und Zuverlässigkeit



NRW Gesamt

2016 → **2,89** // 2018 → **2,86** ↗

hauptsächlich genutztes ÖPNV-Ticket

Bartarif

2016 → **2,72** // 2018 → **2,76** ↗

Zeitticket (Abo)

2016 → **3,15** // 2018 → **3,02** ↘

Zeitticket (Einzelkauf)

2016 → **3,14** // 2018 → **2,91** ↘

Sonstiges

2016 → **2,83** // 2018 → **2,88** ↗

nach ÖPNV-Nutzungshäufigkeit

Fast täglich

2016 → **3,17** // 2018 → **3,01** ↘

Mehrmals pro Monat

2016 → **2,73** // 2018 → **2,82** ↘

Mehrmals pro Woche

2016 → **2,90** // 2018 → **2,80** ↘

Seltener

2016 → **2,72** // 2018 → **2,78** ↘

Verbale Skala // 1 = vollkommen zufrieden // 5 = unzufrieden

Veränderung 2016/2018 // ↗ signifikante Verbesserung // ↘ keine signifikante Änderung // ↘ signifikante Verschlechterung

Pünktlichkeit und Zuverlässigkeit – Vielfahrer signifikant zufriedener

Die Zufriedenheit der ÖPNV-Kunden mit der Pünktlichkeit und Zuverlässigkeit hat sich im NRW-Schnitt 2018 signifikant verbessert, die Bewertung ist von 2,89 (2016) auf aktuell 2,86 gestiegen – ein erfreuliches Ergebnis für dieses wichtige Leistungsmerkmal (vgl. Abbildung oben).

Die detaillierte Betrachtung zeigt allerdings, dass die einzelnen Kundengruppen die Pünktlichkeit und Zuverlässigkeit doch deutlich unterschiedlich wahrnehmen und bewerten: die beiden Gruppen der Viel-Nutzer sind signifikant zufriedener als 2016. Ihre Bewertungen stiegen von 3,17 auf 3,01 (Täglich-Nutzer) bzw. von 2,90 auf 2,80 (ÖPNV-Nutzung mehrmals pro Woche). Dagegen sehen die beiden Seltener-Nutzer-Gruppen die Pünktlichkeit und Zuverlässigkeit wieder deutlich kritischer als noch vor zwei Jahren, sie sind signifikant unzufriedener und bewerten diese aktuell mit 2,82 (ÖPNV-Nutzung mehrmals pro Monat) bzw. 2,78 (seltener ÖPNV-Nutzung). 2016 lagen ihre

Noten noch bei 2,73 bzw. 2,72. Dennoch sind die beiden Seltener-Nutzer-Gruppen auch 2018 deutlich zufriedener mit der Pünktlichkeit und Zuverlässigkeit als die Täglich-Nutzer.

Die Zufriedenheit mit der Pünktlichkeit und Zuverlässigkeit abhängig vom ÖPNV-Ticket, welches der Befragte hauptsächlich nutzt, unterstreicht diese Ergebnisse zusätzlich. So bewerten die Bartarif-Nutzer – die naturgemäß eher selten mit dem ÖPNV unterwegs sind – die Pünktlichkeit und Zuverlässigkeit 2018 mit 2,76 zwar am besten, dennoch sind diese Befragten aktuell signifikant unzufriedener als 2016, als sie die Note 2,72 vergaben. Die beiden Gruppen der Zeitkarten-Inhaber – die deutlich häufiger den ÖPNV nutzen – sind nicht ganz so zufrieden wie die Bartarif-Nutzer. Sie bewerten die Pünktlichkeit und Zuverlässigkeit aktuell mit 2,91 (Inhaber von Zeitkarten im Einzelkauf) bzw. 3,02 (Inhaber eines Abonnement-Tickets) und sind somit sogar signifikant zufriedener als bei der Vorgängerstudie. 2016 lagen die entsprechenden Noten bei 3,14 bzw. 3,15.

Bekanntheit und Nutzung des NRW-Tarifs in den Regionen

Die Befragten im NRW-Kundenbarometer wurden gefragt, ob sie – unabhängig von ihrem üblicherweise im ÖPNV genutzten Ticket – den NRW-Tarif kennen und ggf. auch schon genutzt haben (vgl. Abbildung unten). 92 % aller Befragten kennen den NRW-Tarif – dies ist ein sehr hoher Bekanntheitsgrad. Lediglich rund 8 % aller Befragten haben noch nichts vom NRW-Tarif gehört. Etwa 30 % der Befragten kennen den NRW-Tarif nicht nur, sie haben ihn auch schon mindestens einmal genutzt. Eine separate Zufriedenheitsabfrage zu den Tickets des NRW-Tarifs erfolgt im Rahmen des NRW-Kundenbarometers nicht, dies würde den Rahmen der ohnehin schon sehr umfangreichen Studie sprengen.

Die regionale Betrachtung zeigt nur geringe Unterschiede bei der Bekanntheit des NRW-Tarifs – im AVV und NWL ist die Bekanntheit mit fast 94 % noch ein wenig höher als im VRR und VRS (ca. 92 %). Deutlichere Unterschiede hingegen zeigen sich bei der bisherigen Nutzung von Tickets aus dem NRW-Tarif: Von den Befragten,

die im AVV oder NWL wohnen, waren rund 41 % bereits mit einem Ticket des NRW-Tarifs unterwegs, von den Befragten aus dem VRS und VRR waren es nur etwa halb so viele (22 % bzw. 25 %).

Zufriedenheitsergebnisse als Planungs- und Kontrollinstrument

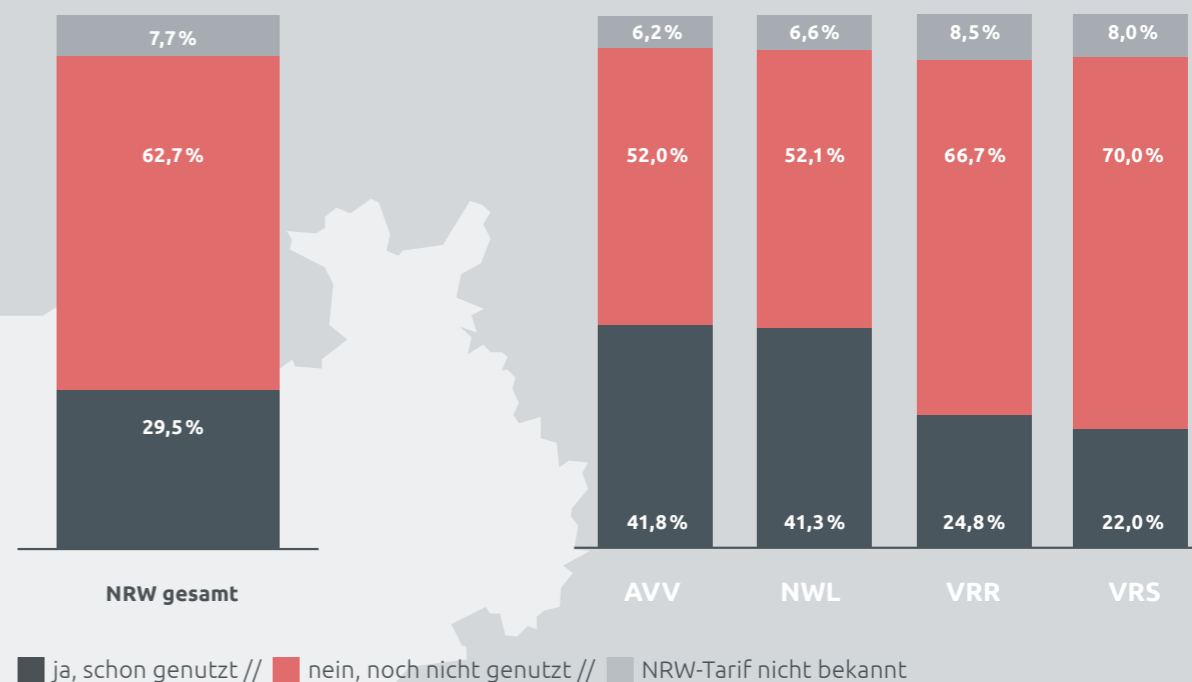
Über das NRW-Kundenbarometer sind die Verantwortlichen für den ÖPNV stets über die Dienstleistungsqualität aus Kundensicht auf dem Laufenden – eine wichtige Voraussetzung für Verbesserungen. Die Ergebnisse zeigen nicht nur, in welchen Bereichen noch Verbesserungen erforderlich sind, sondern auch, dass sich in den letzten Jahren einiges im Bereich ÖPNV zur Zufriedenheit der Kunden verbessert hat.

Detailliertere Ergebnisse sämtlicher NRW-Kundenbarometer stehen zum Download unter www.kcm-nrw.de bereit.

→ Monika Schreiber

Bekanntheit und Nutzung des NRW-Tarifs

Haben Sie schon einmal Tickets aus dem NRW-Tarif genutzt, z. B. ein SchönerTagTicket, ein SchöneFahrtTicket, ein SchöneReiseTicket oder ein SchöneFerienTicket?



Auf Kurs zu nachhaltigen Erfolgen

Service & Vertrieb

Qualitätsmanagement im NRW-Vertrieb bei Chipkarten oder Barcodes

Aufgrund der vermehrten Einführung von eTickets im NRW-Tarif (z. B. SemesterTicket NRW) wurden vermehrt Fehler bei der Ausstellung oder in der Prüfinfrastruktur der Verkehrsunternehmen festgestellt (Einstiegskontrollsysteme oder Prüfgeräte waren nicht auf dem benötigten Stand). Da nur eine ungenügende Vorabprüfung erfolgte, wurden die Probleme häufig erst erkannt, wenn die eTickets bereits im Umlauf waren. Dies bedeutete, dass bei der Fahrausweisprüfung die eTickets als ungültig angezeigt wurden, was für die Fahrgäste ein zu Unrecht ausgestelltes erhöhtes Beförderungsentgelt (EBE) bedeutete.

Aus diesem Grund wurde auf Initiative des KCM im LAK Nahverkehr NRW vorgeschlagen, dass sich bis zu 13 Verkehrsunternehmen an einem Qualitätsmanagement beteiligen sollen, wobei diese Verkehrsunternehmen idealerweise unterschiedliche Prüfsysteme einsetzen. Außerdem beteiligt sich das KCD (früher KCEFM) und natürlich auch das KCM an der Prüfung. Das KCM hat dafür eine Prüfplattform der VDV eTicket Service GmbH & Co. KG angeschafft (näheres beim Prüfablauf).

Der LAK Nahverkehr NRW hat die Empfehlung positiv aufgegriffen und ein für jedes VU verpflichtendes Qualitätsmanagement bei der Ausgabe von eTickets nach den festgelegten Rahmenbedingungen eingeführt.

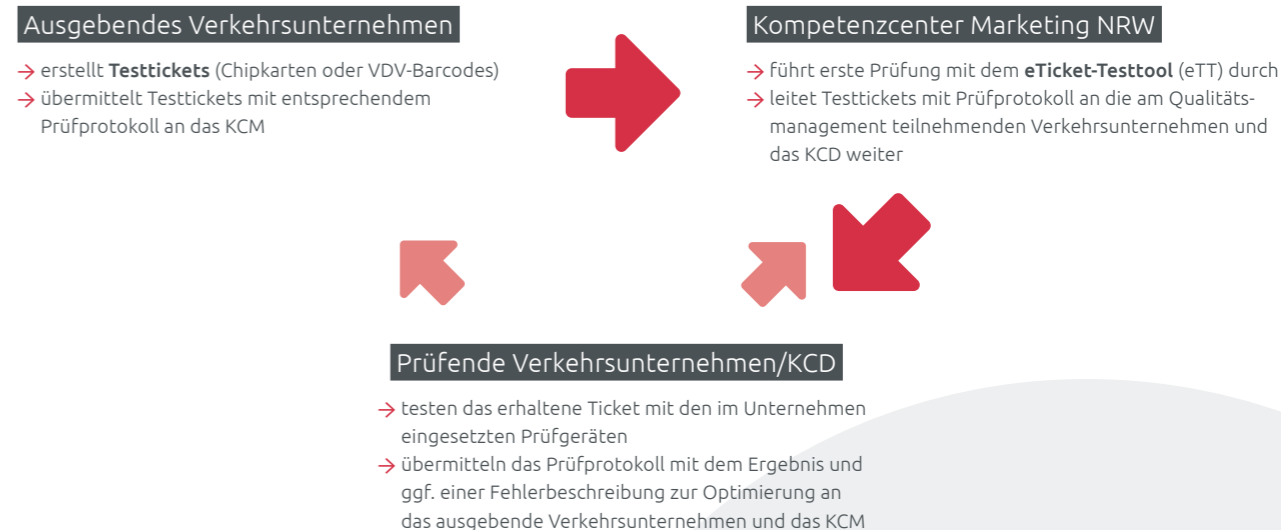
LAK-Beschluss 09/2016:

Der LAK Nahverkehr NRW beschließt, ein für jedes VU verpflichtendes Qualitätsmanagement bei der Ausgabe von eTickets nach den nachstehend aufgeführten Rahmenbedingungen einzuführen: Das Qualitätsmanagement gilt verbindlich für jedes Verkehrsunternehmen, das

- NRW-Tarifprodukte erstmalig als eTickets ausgibt, darunter sowohl
 - Produkte, die erstmalig als eTicket überhaupt ausgegeben werden als auch
 - Produkte, die bereits von anderen Verkehrsunternehmen als eTicket ausgegeben werden.
- modifizierte Tarifprodukte (Anpassung der Datenstrukturen aufgrund von Tarifänderungen usw.) erstmalig ausgibt.

→ Matthias Berels, Eike Radike

Prüfablauf von Chipkarten im NRW-Vertrieb



Immer garantiert ans Ziel

Mobilitätsgarantie NRW

Auch im Jahr 2018 war die Mobilitätsgarantie ein voller Erfolg!

Im Jahr 2018 belief sich die Erstattungssumme auf knapp 400.000 Euro. Im regionalen Vergleich wurde die Mobilitätsgarantie NRW im Verbundraum des VRR am meisten in Anspruch genommen. 56% aller Nutzungen entfielen auf diesen Raum. Rheinland und Westfalen folgten mit 33% bzw. 11%. Insgesamt gab es im achten Jahr seit Einführung der Mobilitätsgarantie knapp 16.000 Anträge. Bemerkenswert ist die Steigerung der Taxinutzung tagsüber als Ersatz für Fahrten im ÖPNV. Hier stieg die Nutzung sowohl im Rheinland als auch in Westfalen deutlich über 100%. Auch die nächtliche Taxinutzung als Ersatz für Fahrten im ÖPNV stieg im Rheinland um bemerkenswerte 83%. Diese Entwicklung muss nicht zwangsläufig auf eine verschlechterte Verkehrsleistung zurückzuführen sein. Es könnte auch eine verzögerte aber erfolgreiche Reaktion auf die 2017 weggefallene alternative Fahrtverbindung sein. Für eine erfolgreiche Kommunikation der Mobilitätsgarantie spricht die Tatsache, dass die Erstattungsquote wie auch in den Jahren zuvor bei über 90% liegt. Diese beinhaltet jedoch auch eine Kulanzquote von ca. 7%.

Die Mobilitätsgarantie NRW wird seit ihrer Einführung 2010 in unregelmäßigen Abständen für die Fahrgäste optimiert. Wichtige Verbesserungen waren die Erhöhung der Erstattungsgrenzen 2012 und der Abbau von Hemmnissen im Jahr 2017. Damals entfiel nicht nur die angesprochene alternative Fahrtverbindung. Auch die relevante Abfahrtsverspätung wurde konkretisiert und herabgesetzt.

Wie wird die Mobilitätsgarantie in Anspruch genommen?

Bei Abfahrtsverspätungen von 20 Minuten oder mehr am Einstiegsbahnhof können die Fahrgäste direkt in den IC/EC oder ICE umsteigen oder ein Taxi bis zu ihrem Ziel in Anspruch nehmen.

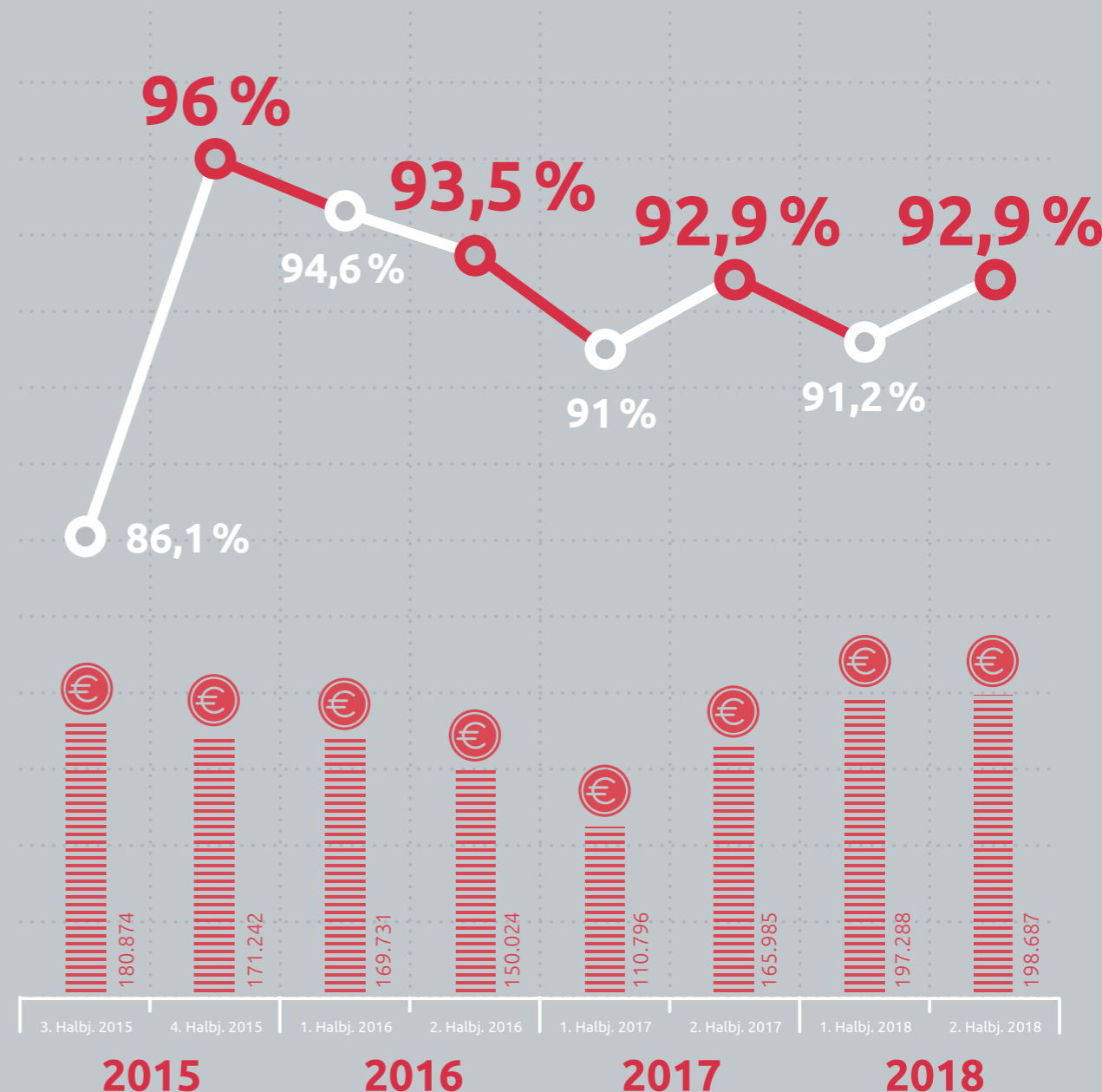
Die Mobilitätsgarantie NRW greift hingegen nicht, wenn die Verspätung während der Fahrt oder aufgrund von Streik, Unwetter, Naturgewalten oder einer Bombendrohung entsteht. Tagsüber wird eine Taxifahrt bis zu 25 Euro erstattet – zwischen 20:00 und 05:00 Uhr sogar bis zu 50 Euro. Nimmt der Fahrgast einen Fernverkehrszug, ist die Erstattungshöhe nicht gedeckelt. Bei Taxifahrten gilt es jedoch zu beachten, dass sich zwar mehrere Personen für eine Taxifahrt zusammenschließen können, um einen höheren Erstattungsbeitrag generieren zu können. Jedoch muss für jede Person eine Taxiquote ausgestellt und beim Verkehrsunternehmen vorgelegt werden. Eine gemeinsame Quittung als Gruppe einzureichen, reicht für eine Kostenerstattung nicht aus.

→ Benjamin Noll

Der Flyer veranschaulicht die optimierten Maßnahmen kompakt und verständlich.

Erstattungsquoten in %
Erstattungssummen in €

Ein dauerhafter kommunikativer Erfolg!



Auch mit der Einführung des WestfalenTarifs und der zusätzlichen WestfalenTarif GmbH zum 01.08.2017 gilt die Mobilitätsgarantie NRW weiterhin in allen Verkehrsverbänden in NRW (außer auf den Linien des PaderSprinter in Paderborn).

Tickets & Tarife kommen gut an

NRW-Tarif in Zahlen

Erneut moderater Anstieg der Preise S. 37 // Sehr positive Entwicklung der „neuen“ Tickets S. 41 // Verkaufsstatistik NRW-Tarif 2017 zu 2018 S. 46

Preisfortschreibung

Erneut moderater Anstieg der Preise

Für 2019 erfolgte eine Preisanpassung des NRW-Tarifs von durchschnittlich 2,7 %.

Zum Jahreswechsel 2018/2019 wurde der NRW-Tarif preislich moderat im Bereich der gesamten Ticketpalette fortgeschrieben. Gründe hierfür sind die im Jahr 2018 besonders durch den Tarifabschluss für den ÖPNV und die Erhöhung der Kraftstoffpreise erneut gestiegenen Kosten für Betrieb und Personal.

RelationspreisTickets

Nachdem letztes Jahr keine Erhöhung im sogenannten „Bartarif“ (Einzelfahrscheine) durchgeführt wurde, wurden die plus-Beträge für 2019 um 10 Cent (Leitwert SchöneReiseTicket NRW Einzelfahrt) erhöht. Zudem wurden die plus-Beträge der Zeitkarten um durchschnittlich 2,0 % erhöht.

Durch die gemeinsame Wirkung mit der Anpassung des C-Preises der DB AG, der für 2019 um durchschnittlich 2,5 % erhöht wurde, liegt die seitens des Kunden wahrgenommene Preismaßnahme bei ca. 3,5 % im Bartarif und bei etwa 3,4 % bei den Zeitkarten der RelationspreisTickets.

PauschalpreisTickets

Bei den PauschalpreisTickets fand für 2019 eine durchschnittliche Erhöhung um 2 % statt. Ursächlich hierfür ist eine Anpassung des beliebten SchönerTagTickets NRW sowie des SchöneFahrt-Tickets NRW. Zudem wurde der Preis des SchöneFerienTickets NRW nach mehreren Jahren wieder

leicht erhöht. Eine Preismaßnahme für das SchöneJahrTicket NRW sowie das Schöne60Ticket NRW erfolgte für 2019 nicht.

NRWplus-Tarif

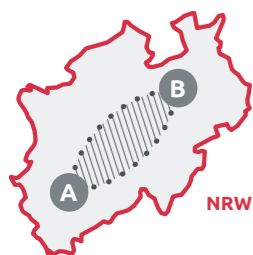
Eine Anpassung des obligatorischen Aufpreises für ein- und ausbrechende Nahverkehrsfahrten sowie Fernverkehrsverbindungen innerhalb NRW erfolgte für 2019 nicht. Grund hierfür ist die relativ hohe Anpassung im letzten Jahr.

SemesterTicket NRW

Der Aufpreis für das solidarfinanzierte SemesterTicket NRW wurde um 3,4 % erhöht und orientiert sich allgemein an den Erhöhungen im Bereich der Zeitkarten. Die neuen Aufpreise gelten für das Sommersemester 2019 sowie das Wintersemester 19/20.

→ *Katrin Kunkel*

Fahrpreistafel NRW-Tarif und NRWplus-Tarif



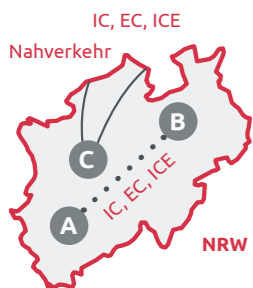
RelationspreisTickets gelten zwischen Start und Ziel in einem festen Geltungsbereich. Im Geltungsbereich sind alle Reisewege zugelassen und haben Fahrgäste freie Verkehrsmittelwahl.

RelationspreisTickets (plus-Beträge) 2019 2018

für eine Fahrt		
SchöneReiseTicket NRW Erwachsene	1,80 €	1,70 €
AnschlussTicket NRW Erwachsene	1,80 €	1,70 €
SchöneReiseTicket NRW Gruppe Erwachsene ¹⁾	0,90 €	0,85 €
für eine Hin- und Rückfahrt		
SchöneReiseTicket NRW Hin & Rück Erwachsene	3,60 €	3,40 €
AnschlussTicket NRW Hin & Rück Erwachsene	3,60 €	3,40 €
SchöneReiseTicket NRW Gruppe Hin & Rück Erwachsene ¹⁾	1,80 €	1,70 €
für eine Kalenderwoche		
SchöneWocheTicket NRW	6,70 €	6,50 €
für einen Monat		
SchönerMonatTicket NRW	23,60 €	23,20 €
SchönerMonatTicket NRW Azubi	17,70 €	17,40 €
im Abonnement		
SchönerMonatTicket NRW Abo	19,70 €	19,30 €
SchönerMonatTicket NRW Azubi Abo	14,80 €	14,50 €

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

¹⁾ plus-Betrag pro Person



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

NRWplusTickets (fakultativ) 2019 2018

für eine Fahrt		
NRWplus Einzelfahrt Erwachsene	3,10 €	3,10 €
NRWplus Einzelfahrt Kinder	1,55 €	1,55 €
für eine Hin- und Rückfahrt		
NRWplus Hin&Rück Erwachsene	6,20 €	6,20 €
NRWplus Hin&Rück Kinder	3,10 €	3,10 €
für einen Monat		
NRWplus Monat ICE	66,00 €	66,00 €
NRWplus Monat ICE Abo	55,00 €	55,00 €

PauschalpreisTickets 2019 2018

für eine Fahrt			
SchöneFahrtTicket NRW Erwachsene	20,40 €	20,00 €	
SchöneFahrtTicket NRW Kinder	10,20 €	10,00 €	
EinfachWeiterTicket Erwachsene (1. Klasse)	10,20 €	9,90 €	
EinfachWeiterTicket Kinder (1. Klasse)	5,10 €	4,90 €	
EinfachWeiterTicket Erwachsene (2. Klasse)	6,80 €	6,60 €	
EinfachWeiterTicket Kinder (2. Klasse)	3,40 €	3,30 €	
für einen Tag			
SchönerTagTicket NRW Single ¹⁾	31,00 €	30,50 €	
SchönerTagTicket NRW 5 Personen ¹⁾	46,00 €	45,00 €	
FahrradTagesTicket NRW	5,00 €	4,90 €	
für eine Veranstaltung			
TeilnehmerTicket NRW ²⁾	17,05 €/13,15 €	16,65 €/12,85 €	
für einen Ferienzeitraum			
SchöneFerienTicket NRW Ostern, Herbst, Winter	31,00 €	30,00 €	
SchöneFerienTicket NRW Sommer	62,00 €	60,00 €	
für ein Semester		WS 19/20	WS 18/19
SemesterTicket NRW		54,60 €	52,80 €
für ein Jahr			
SchönesJahrTicket NRW (1. Klasse)	4.125,00 €	4.125,00 €	
SchönesJahrTicket NRW (2. Klasse)	2.920,00 €	2.920,00 €	
im Abonnement			
SchönesJahrTicket NRW Abo (1. Klasse)	362,00 €	362,00 €	
SchönesJahrTicket NRW Abo (2. Klasse)	256,00 €	256,00 €	
Schöne60Ticket NRW (1. Klasse)	215,75 €	215,75 €	
Schöne60Ticket NRW (2. Klasse)	152,60 €	152,60 €	

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

²⁾ Ticketpreis abhängig von der Teilnehmerzahl

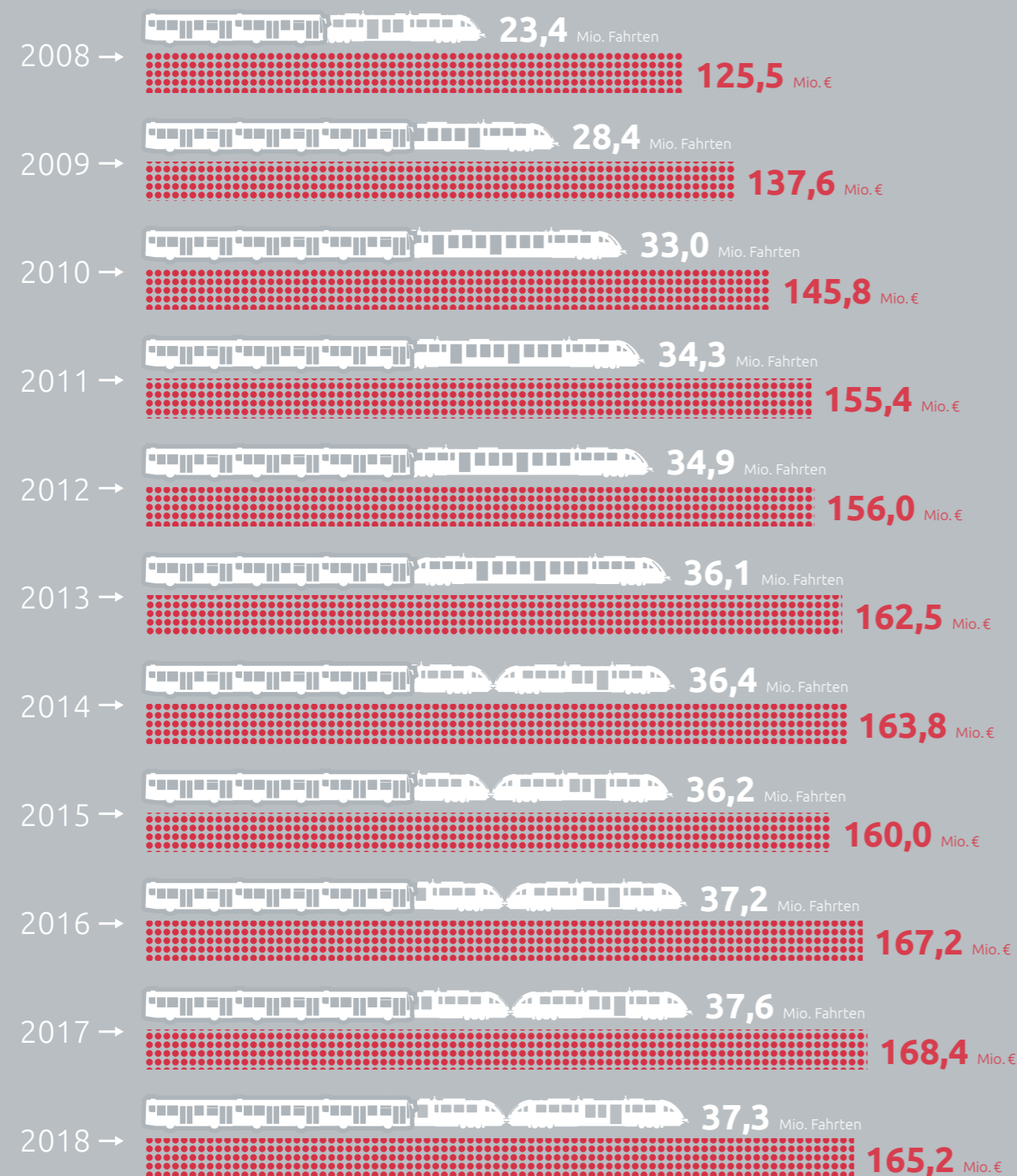


Tickets zum Pauschalpreis gelten in ganz NRW – der Einheitspreis ist unabhängig von der Reiseweite.

Weitere Infos finden Sie unter www.mobil.nrw/tickets/tickets-im-nrw-tarif.html

NRW-Tarif gesamt

Fahrten und Einnahmen 2008–2018



2018: leichte Rückgänge im NRW-Tarif

Sehr positive Entwicklung der „neuen“ Tickets

Die positive Fahrten- und Einnahmenentwicklung im NRW-Tarif konnte im Jahr 2018 nicht fortgesetzt werden. Allerdings fielen die Fahrtenrückgänge vergleichsweise moderat aus (-1,0%): Nach leichten Einnahmensteigerungen im Jahr 2017 kam es 2018 zu leichten Einnahmerückgängen von 1,9%.

Die Einnahmen sind dabei um ca. 3,2 Mio. Euro auf 165,2 Mio. Euro gesunken, die Fahrten um ca. 0,4 Mio. auf 37,3 Mio.



Die bisherigen Veränderungen der Tariflandschaft (VRR/VGN und VRS/AVV) haben gezeigt, dass sich das Nutzerverhalten teilweise erst mit einer Verzögerung nach der Einführung neuer Tarife ändert. Von daher kann eine weitere negative Entwicklung auf Grund der Einführung des WestfalenTarifs erwartet werden.

Veränderung der Tariflandschaft

Die Tariflandschaft in Nordrhein-Westfalen befindet sich seit dem ÖPNV-Gesetz 2011 im Wandel hin zu größeren Verbundräumen. Als Beginn dieser Entwicklung wurden im Jahr 2012 die Tarife des VRR und der VGN zusammengeführt. Als Folge dieser Entwicklung werden Fahrten zwischen

diesen Kooperationsräumen seit dem 1. Januar 2012 nicht mehr nach dem NRW-Tarif, sondern nach dem VRR-Tarif tarifiert.

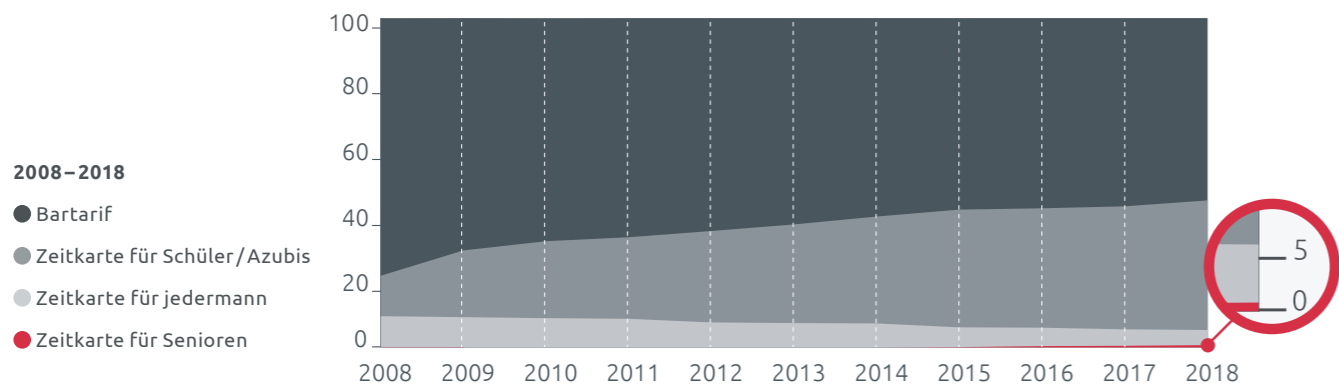
Dieser Prozess wurde zum 1. Januar 2015 mit der Tarifkooperation AVV/VRS fortgeführt. Das führte, wie schon bei der Zusammenführung von VRR und VGN, zu einer erwarteten, „natürlichen“ Reduktion des NRW-Tarifs.

Zum 1. August 2017 wurde diese Entwicklung hin zu größeren Tarifräumen mit der Einführung des WestfalenTarifs weitergeführt. Auch hier führte dies zu einer Reduktion des NRW-Tarifs.

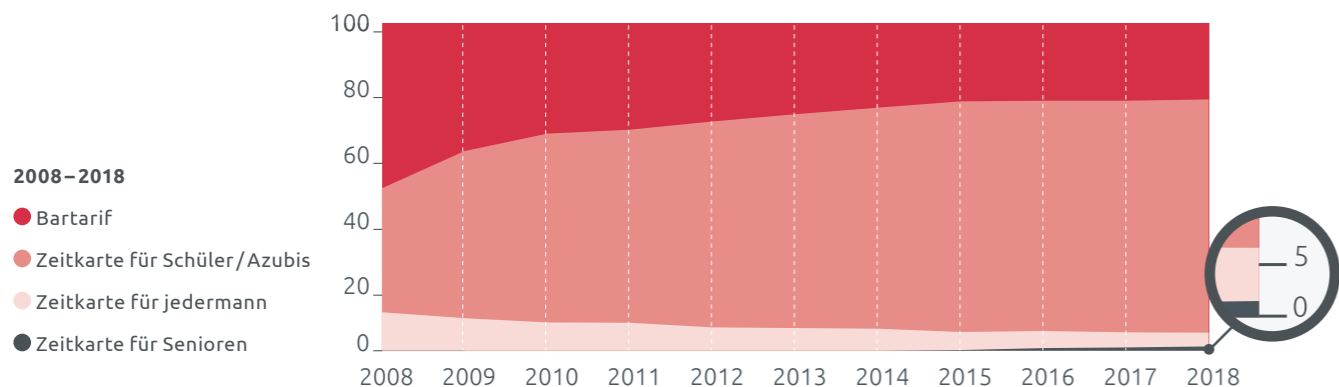
Entwicklung innerhalb der NRW-Tarif-Segmente

Die Abnahme der Bedeutung des Bartarifs und der Zeitkarten für jedermann setzte sich wie in den letzten Jahren weiter fort. Die Abnahmen im Bereich der Zeitkarten für jedermann blieben dabei relativ konstant zum Vorjahr. Ebenfalls wie im Vorjahr sind im Bereich der Einnahmen die Anteile der einzelnen Tarif-Segmente am gesamten NRW-Tarif relativ konstant geblieben, bei einer ständigen (leichten) Bedeutungssteigerung der Zeitkarten für Schüler/Azubi auf fast 40% der Einnahmen. Das relativ neue Tarif-Segment der Zeitkarten für Senioren entwickelte sich weiterhin sehr positiv, allerdings auf einem noch geringen Niveau. Diese Entwicklung ist auch im Bereich der Fahrten erkennbar.

Prozentuale Einnahmenverteilung nach Ticketsegmenten



Prozentuale Fahrtenverteilung nach Ticketsegmenten

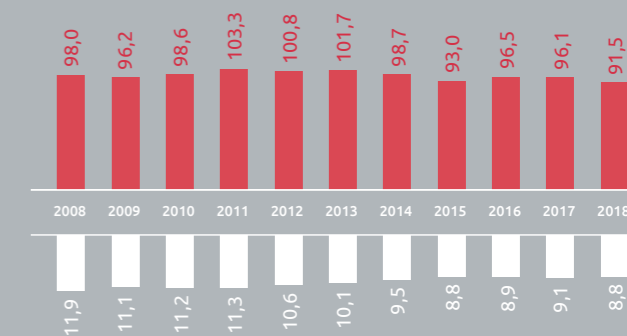


2008-2018

● Einnahmen in Mio. €
● Fahrten in Mio.

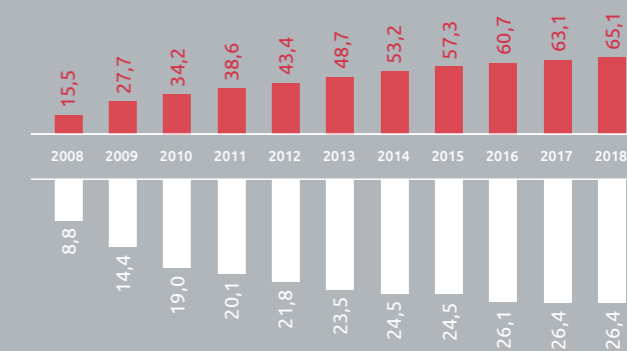
Bartarif

Der Bartarif verzeichnete erwartungsgemäß Verluste bei den Fahrten als auch bei den Einnahmen. Der Einnahmerückgang beläuft sich auf 4,8% im Vergleich zum Vorjahr. Der Bartarif im Rahmen der PauschalpreisTickets entwickelte sich dabei sogar noch positiv. Insgesamt macht der Bartarif mit 91,5 Mio. Euro und 54% immer noch über die Hälfte der Einnahmen des NRW-Tarifs aus. Dies ist auf seine ursprüngliche Eigenschaft als Tarif für Freizeit- und Gelegenheitsfahrten zurückzuführen. Die Fahrten sind dabei um ca. 270.000 (-3%) gesunken. Dies sind knapp ein Viertel der im NRW-Tarif getätigten Fahrten.



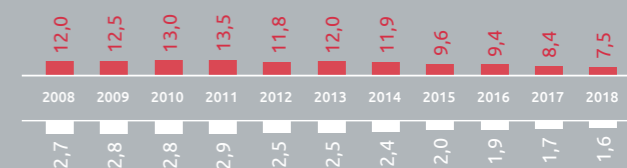
Zeitkarten im Ausbildungsverkehr

Die Zeitkarten im Ausbildungsverkehr haben sich in den letzten Jahren immer mehr zu einer Säule des NRW-Tarifs entwickelt und verzeichnen dabei jährliche Einnahmen- und Fahrtenzuwächse. Auch 2018 setzte sich diese Entwicklung fort. Dabei stiegen die Einnahmen um weitere 2 Mio. auf mittlerweile über 65 Mio. Euro und somit auf ca. 40% der Einnahmen im NRW-Tarif. Die 26,4 Mio. Fahrten machen dabei über 70% der Fahrten im NRW-Tarif aus.



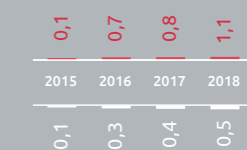
Zeitkarten für jedermann

Seit 2015 nehmen die Einnahmen und Fahrten der Zeitkarten für jedermann leicht ab. Wie im letzten Jahr liegt dabei die Abnahme der Einnahmen bei ca. 10%. Dies liegt an den im Vergleich zum letzten Jahr ca. 150.000 weniger getätigten Fahrten.



Zeitkarten für Senioren

Positiv zu erwähnen ist die Entwicklung der Zeitkarten für Senioren (Schöne60Ticket). Dieses relativ neue Tarifprodukt entwickelt sich seit seiner Einführung jedes Jahr positiv weiter. 2018 verzeichnete dieses Tarifprodukt eine Einnahmesteigerung von über 30%. Besonders im Hinblick auf die demographische Entwicklung und die gesteigerte Mobilität im Alter besitzt dieses Tarifprodukt für die Zukunft eine große Bedeutung und ein starkes Entwicklungspotenzial.



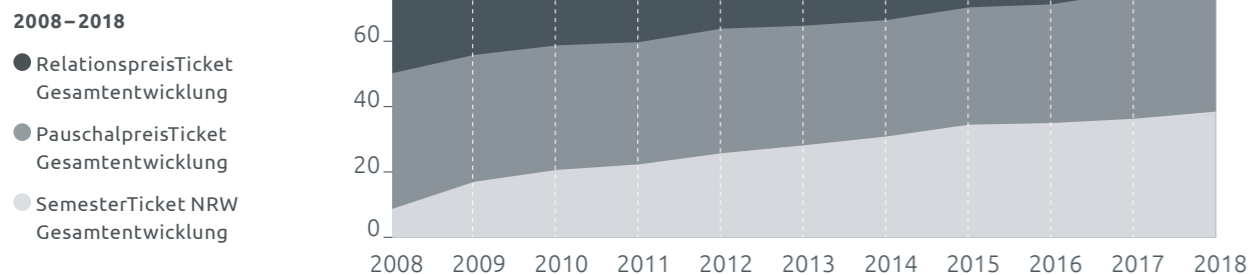
Entwicklung innerhalb der Produktgruppen

Die Entwicklung der Vorjahre setzte sich auch 2018 relativ konstant fort. Generell lässt sich sagen, dass die Bedeutung der RelationspreisTickets im Vergleich zu den PauschalpreisTickets und den SemesterTickets weiter abnimmt. Die letztgenannten stellen mittlerweile sowohl bzgl. der Einnahmen als auch der Fahrten die Säulen des NRW-Tarifs dar. Jeweils 40% der Einnahmen wurden im Jahr 2018 durch SemesterTickets und PauschalpreisTickets erzielt. Bei den Fahrten nahm erstmalig seit Einführung der Anteil der SemesterTickets am NRW-Tarif – wenn auch minimal – ab. Dafür wurden ein Viertel aller Fahrten im NRW-Tarif mit PauschalpreisTickets getätigt. Dies ist eine Zunahme von 4 Prozentpunkten.

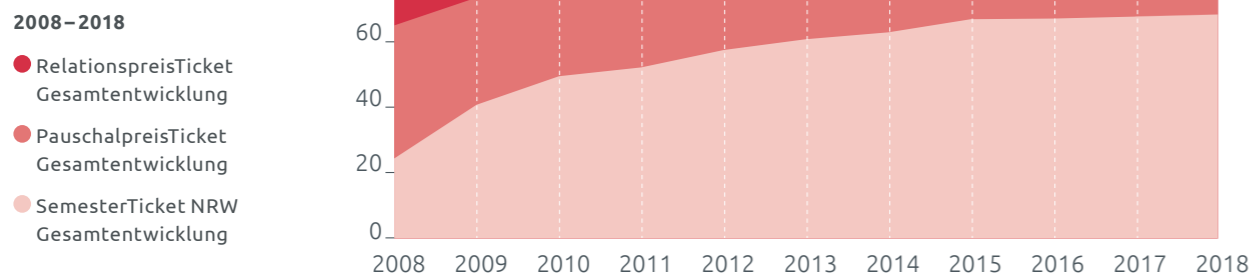
Dieser Effekt wird durch die Umstellung der relationsabhängigen AnschlussTickets zwischen den Räumen AVV, VRR und VRS hin zu den pauschalen und an Bedeutung zunehmenden EinfachWeiterTickets vorangetrieben.

Die Entwicklung der letzten Jahre zeigt einen deutlichen Trend weg vom relationsabhängigen Ticket hin zu pauschalen und flexiblen Angeboten.

Prozentuale Einnahmenverteilung nach Produktgruppen



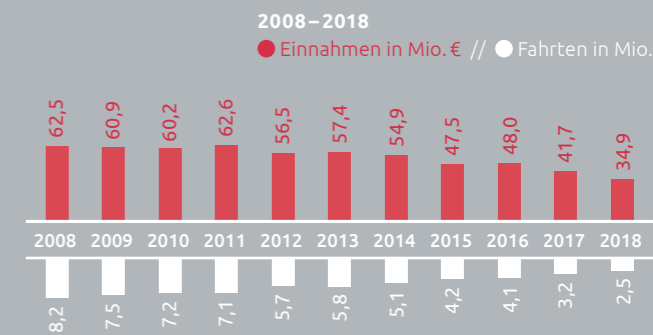
Prozentuale Fahrtenverteilung nach Produktgruppen



RelationspreisTickets Gesamtentwicklung

Bei den RelationspreisTickets zeigen sich die erwarteten deutlichen Einnahmen- und Fahrtenrückgänge. Dies setzt den Trend der Vorjahre fort, wird jedoch durch den Wegfall der AnschlussTickets für die Verbindungen zwischen VRR, VRS und AVV noch verstärkt.

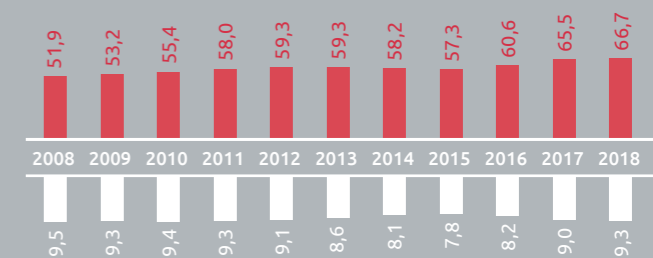
Insgesamt kam es bei den RelationspreisTickets zu Einnahmerückgängen von 16,3% (6,8 Mio. Euro) auf 34,9 Mio. Euro. Auch die Anzahl der Fahrten nahm weiter ab und lag 2018 bei 2,5 Mio. Dies ist ein Rückgang von ca. 750.000 Fahrten bzw. ca. 23%.



PauschalpreisTickets Gesamtentwicklung

Die Entwicklung der Einnahmen und Fahrten der PauschalpreisTickets ist weiterhin sehr positiv. Mit einer Steigerung von 1,7% (1,1 Mio. Euro) und Gesamteinnahmen von über 66,7 Mio. Euro stellten die PauschalpreisTickets weiterhin die einnahmenstärkste Produktgruppe des NRW-Tarifs dar. Die Fahrten konnten mit 14,4% noch einmal deutlich gesteigert werden. Dies ist ein Plus von über 400.000 Fahrten. Damit wurden 9,3 Mio. Fahrten im Bereich der PauschalpreisTickets getätigt. Das ist ein Viertel aller Fahrten mit dem NRW-Tarif.

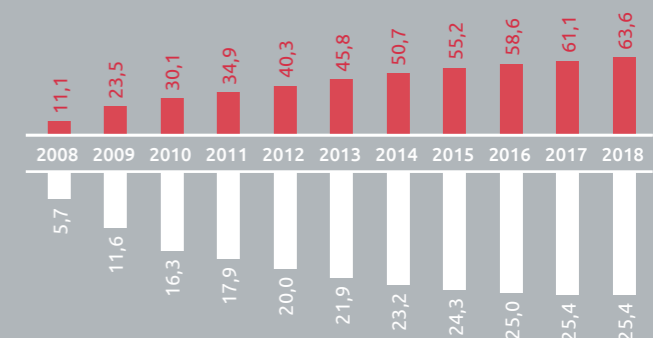
Besonders hervorzuheben ist die sehr positive Entwicklung der „neuen Tickets“. Sowohl die Schöne60Tickets (+31%) als auch die EinfachWeiterTickets (+57%) verzeichneten große Einnahmewachse und haben sich damit deutlich positiver entwickelt als erwartet. Die Einnahmen aus dem EinfachWeiterTicket lagen 2018 bereits bei über 10 Mio. Euro. Bei einer Ausweitung der EinfachWeiterTickets auf die westfälischen Tarifräume würde die Bedeutung dieser Produktgruppe noch einmal deutlich zunehmen.



SemesterTicket NRW Gesamtentwicklung

Seit 2010 steigen die Einnahmen aus dem SemesterTicket NRW jedes Jahr konstant an. Die extremen Steigerungen der Jahre bis 2015 können jedoch voraussichtlich nicht mehr erreicht werden. Es zeigt sich eine gewisse Konsolidierung in dieser Produktgruppe. Dennoch stiegen 2018 die Einnahmen im Bereich der SemesterTickets – ähnlich der Entwicklung im Vorjahr – um fast 2,5 Mio. Euro, was einer Steigerung von 4,1% entspricht. Im Bereich der Fahrten stellte das SemesterTicket mit über zwei Dritteln aller getätigten Fahrten weiter den mit Abstand größten Anteil am NRW-Tarif.

Da mittlerweile fast alle berechtigten Hochschulen mit einem SemesterTicket NRW ausgestattet sind, stagniert die Anzahl der Vertragshochschulen in den letzten Jahren. Die Zunahme im Bereich der SemesterTickets wird daher rein durch den – in den letzten Jahren nicht mehr ganz so starken – Anstieg der Studierendenzahlen in NRW getragen.



SemesterTicket NRW

NRW-Tarif

	Einnahmen				Fahrten				Ticketabsatz			
	2018 ²⁾		2017 ³⁾		2018 ²⁾		2017 ³⁾		2018 ²⁾		2017 ³⁾	
	Anteil	absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut		
SemesterTicket NRW gesamt	63.608.863 €	61.125.094 €	4,1 %	2.483.769 €	25.473.735	25.357.504	0,5 %	116.231	1.213.035	1.207.500	0,5 %	5.535

NRW-Tarif gesamt

nach Produktgruppe	Einnahmen				Fahrten				Ticketabsatz			
	2018		2017		2018		2017		2018		2017	
	Anteil	absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut		
RelationspreisTickets	34.925.506 €	41.740.373 €	-16,3 %	-6.814.867 €	2.493.618	3.243.745	-23,1 %	-750.127	1.593.153	1.961.305	-18,8 %	-368.152
PauschalpreisTickets	66.674.313 €	65.530.908 €	1,7 %	1.143.404 €	9.333.632	9.066.201	2,9 %	267.431	3.291.317	2.876.458	14,4 %	414.859
SemesterTicket NRW	63.608.863 €	61.125.094 €	4,1 %	2.483.769 €	25.473.735	25.357.504	0,5 %	116.231	1.213.035	1.207.500	0,5 %	5.535
NRW-Tarif gesamt	165.208.681 €	168.396.375 €	-1,9 %	-3.187.694 €	37.300.985	37.667.450	-1,0 %	-366.465	6.097.505	6.045.263	0,9 %	52.242

nach Ticketsegment	Einnahmen				Fahrten				Ticketabsatz			
	2018		2017		2018		2017		2018		2017	
	Anteil	absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut		
Bartarif gesamt	91.497.823 €	96.106.249 €	-4,8 %	-4.608.426 €	8.822.078	9.098.274	-3,0 %	-276.196	4.819.946	4.765.853	1,1 %	54.093
Zeitkarten für jedermann	7.522.377 €	8.403.843 €	-10,5 %	-881.467 €	1.569.455	1.717.468	-8,6 %	-148.013	31.959	38.527	-17,0 %	-6.568
Zeitkarten für Senioren	1.082.891 €	826.230 €	31,1 %	256.661 €	471.450	408.380	15,4 %	63.070	6.735	5.267	27,9 %	1.468
Zeitkarten für Schüler/Azubis	65.105.590 €	63.060.053 €	3,2 %	2.045.537 €	26.438.002	26.443.328	-0,0 %	-5.326	1.238.865	1.235.616	0,3 %	3.249
NRW-Tarif gesamt	165.208.681 €	168.396.375 €	-1,9 %	-3.187.694 €	37.300.985	37.667.450	-1,0 %	-366.465	6.097.505	6.045.263	0,9 %	52.242

NRWplus-Tarif

Ticketsortiment	Einnahmen				Fahrten				Ticketabsatz			
	2018		2017		2018		2017		2018		2017	
	Anteil	absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut		
NRWplus Einzelfahrt Erwachsene	41.695 €	71.484 €	-41,7 %	-29.789 €	13.448	24.581	-45,3 %	-11.133	13.448	24.581	-45,3 %	-11.133
NRWplus Hin&Rück Erwachsene	16.053 €	22.413 €	-28,4 %	-6.361 €	5.258	7.826	-32,8 %	-2.568	2.629	3.913	-32,8 %	-1.284
NRWplus Einzelfahrt Kinder	242 €	281 €	-14,0 %	-39 €	156	193	-19,2 %	-37	156	193	-19,2 %	-37
NRWplus Hin&Rück Kinder	12 €	21 €	-39,5 %	-8 €	8	14	-42,9 %	-6	4	7	-42,9 %	-3
Bartarif gesamt	58.002 €	94.199 €	-38,4 %	-36.197 €	18.870	32.614	-42,1 %	-13.744	16.237	28.694	-43,4 %	-12.457
NRWplus Monat ICE	106.765 €	130.500 €	-18,2 %	-23.735 €	76.140	97.854	-22,2 %	-21.714	1.620	2.082	-22,2 %	-462
NRWplus Monat ICE Abo	412.269 €	432.785 €	-4,7 %	-20.516 €	277.722	305.620	-9,1 %	-27.898	7.506	8.260	-9,1 %	-754
Zeitkarten gesamt	519.034 €	563.285 €	-7,9 %	-44.251 €	353.862	403.474	-12,3 %	-49.612	9.126	10.342	-11,8 %	-1.216
NRWplus-Tarif gesamt	577.036 €	657.484 €	-12,2 %	-80.448 €	372.732	436.088	-14,5 %	-63.356	25.363	39.036	-35,0 %	-13.673

2) SS 2018 und WS 2018/2019







3) SS 2017 und WS 2017/2018

Weitere Infos

Anhang

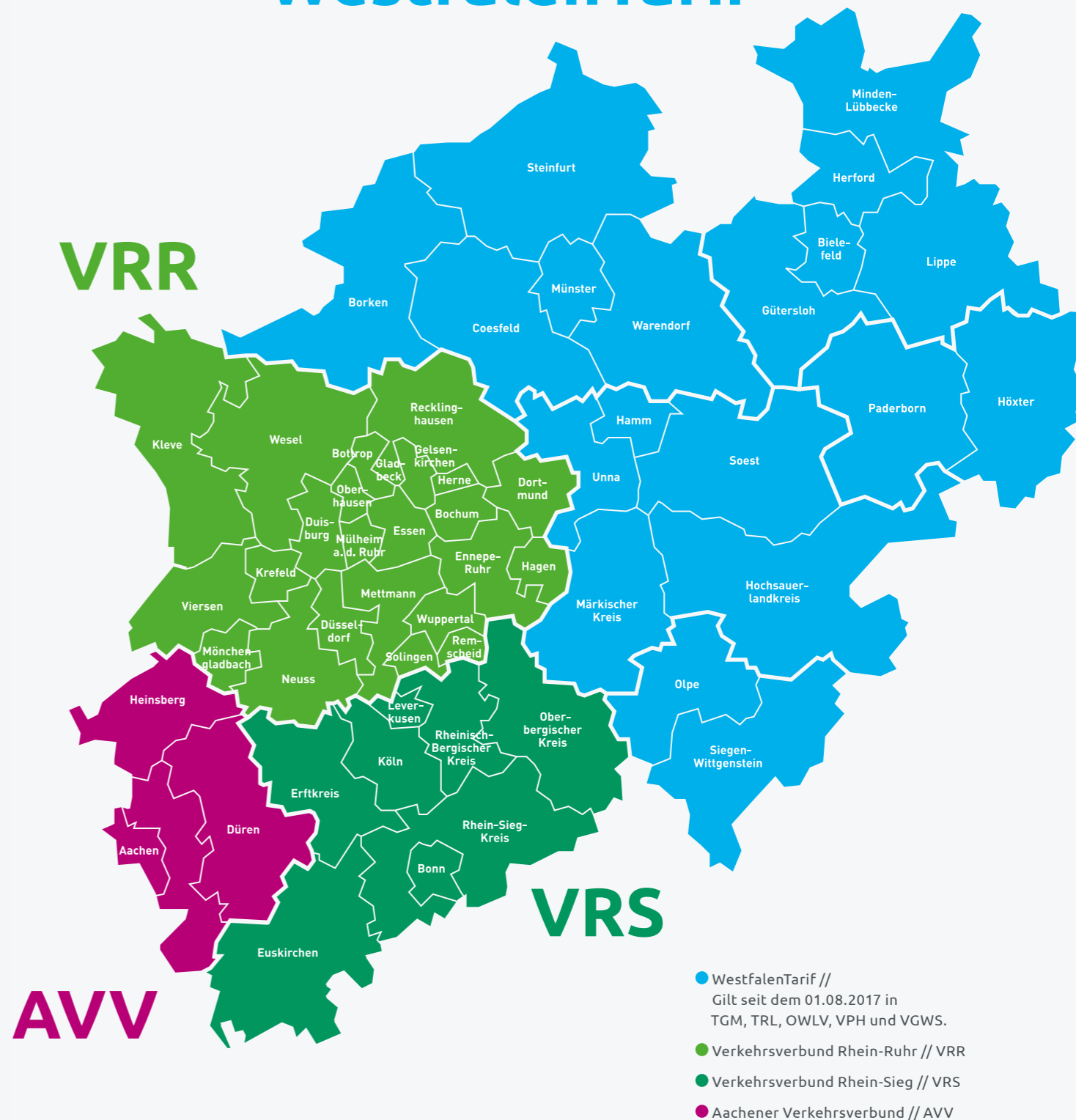
Partner im NRW-Nahverkehr

	<p>Ministerium für Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen // Stadttor 1 // 40219 Düsseldorf // www.vm.nrw.de</p>
	<p>Verkehrsverbund Rhein-Sieg GmbH c/o Kompetenzcenter Marketing NRW // Glockengasse 37–39 // 50667 Köln // www.kcm-nrw.de</p>
	<p>Nahverkehr Rheinland GmbH // Glockengasse 37–39 // 50667 Köln // www.nahverkehr-rheinland.de</p>
	<p>Nahverkehr Westfalen-Lippe // Friedrich-Ebert-Straße 19 // 59425 Unna // www.nwl-info.de</p>
	<p>WestfalenTarif // Willy-Brandt-Platz 2 // 33602 Bielefeld // www.westfalentarif.de</p>
	<p>Verbundgesellschaft Paderborn/Höxter // Rolandsweg 80 // 33102 Paderborn // www.vph.de</p>
	<p>Verkehrsgemeinschaft Niederrhein GmbH // Rheinberger Straße 95a // 47441 Moers</p>

	<p>Verkehrsverbund Rhein-Ruhr AöR // Augustastraße 1 // 45879 Gelsenkirchen // www.vrr.de</p>
	<p>Verkehrsverbund Rhein-Sieg GmbH // Glockengasse 37–39 // 50667 Köln // www.vrsinfo.de</p>
	<p>Aachener Verkehrsverbund // Neuköllner Straße 1 // 52068 Aachen // www.avv.de</p>
	<p>Tarifgemeinschaft Münsterland Ruhr-Lippe GmbH // Schorlemerstraße 12–14 // 48143 Münster // www.westfalentarif.de</p>
	<p>OWL Verkehr GmbH // Willy-Brandt-Platz 2 // 33602 Bielefeld // www.teutoowl.de</p>
	<p>Verkehrsgemeinschaft Westfalen-Süd // Spandauer Straße 36 // 57072 Siegen // www.vgws.de</p>

NRW-Tarifräume

WestfalenTarif



Abkürzungsverzeichnis

AVV	Aachener Verkehrsverbund	NVR	Nahverkehr Rheinland
BC 25/50	Bahncard 25/50	NWL	Nahverkehr Westfalen-Lippe
DB	Deutsche Bahn	OWL V	OWL Verkehr
EBE	Erhöhtes Beförderungsentgelt	ÖPNV	Öffentlicher Personennahverkehr
EC	Eurocity	RB	Regional-Bahn
EFM	Elektronisches Fahrgeldmanagement	RE	Regional-Express
eTarife	Elektronische Tarife	RRX	Rhein-Ruhr-Express
eTicket	Elektronisches Ticket	SS	Sommersemester
eTT	eTicket-Testtool	TGM	Tarifgemeinschaft Münsterland
FAQ	Frequently Asked Questions	TRL	Tarifgemeinschaft Ruhr-Lippe
IC	Intercity	VDV	Verband Deutscher Verkehrsunternehmen
ICE	Intercity-Express	VGM	Verkehrsgemeinschaft Münsterland (jetzt TGM)
KC	Kompetenzcenter	VGN	Verkehrsgemeinschaft Niederrhein
KCD	Kompetenzcenter Digitalisierung NRW	VGWS	Verkehrsgemeinschaft Westfalen-Süd
KCEFM	Kompetenzcenter Elektronisches Fahrgeldmanagement NRW (jetzt KCD)	VM	Ministerium für Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen
KCITF	Kompetenzcenter Integraler Taktfahrplan NRW	VPH	Verbundgesellschaft Paderborn/Höxter
KCM	Kompetenzcenter Marketing NRW	VRL	Verkehrsgemeinschaft Ruhr-Lippe (jetzt TRL)
KCS	Kompetenzcenter Sicherheit NRW	VRR	Verkehrsverbund Rhein-Ruhr
LAK	Landesarbeitskreis	VRS	Verkehrsverbund Rhein-Sieg
LKW	Lastkraftwagen	VU	Verkehrsunternehmen
Mio.	Million/Millionen	WFT	Westfalen-Tarif
Mrd.	Milliarde/Milliarden	WS	Wintersemester
MVG	Münchner Verkehrsgesellschaft		
NRW	Nordrhein-Westfalen		



Ansprechpartner beim KCM
Stand September 2019

Leitung KCM

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

Stellvertretende Leitung KCM

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

Stellvertretende Leitung KCM (Kommunikation)

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

Tarif / Gremien

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

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

Vertrieb / EFM

Eike Radike
0221 2 08 08-26
eike.radike@vrsinfo.de

Jan Hoffmann
0221 2 08 08-36
jan.hoffmann@vrsinfo.de

Matthias Berels
0221 2 08 08-66
matthias.berels@vrsinfo.de

Bayram Öz
0221 2 08 08-65
bayram.oez@vrsinfo.de

Einnahmenaufteilung / Vertragscontrolling

Lars Koenen
0221 2 08 08-655
lars.koenen@vrsinfo.de

Ursula Schulte
0221 2 08 08-756
ursula.schulte@vrsinfo.de

Stephanie Jähning
0221 2 08 08-38
stephanie.jaehing@vrsinfo.de

Kommunikation

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

Claudia Vago
0221 2 08 08-376
claudia.vago@vrsinfo.de

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

Finanzen

Simone Neubauer
0221 2 08 08-50
simone.neubauer@vrsinfo.de

Presse / Öffentlichkeit

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

Marktforschung

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

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

Platz für Ihre Notizen





**Kompetenzcenter
Marketing NRW**

Wir arbeiten für mobil.nrw

bei der Verkehrsverbund Rhein-Sieg GmbH

Glockengasse 37-39, 50667 Köln //
Telefon: 0221 20808-0, Telefax: 0221 20808-40 //
kcm-nrw@vrsinfo.de // www.kcm-nrw.de //
www.mobil.nrw

gefördert durch

**Ministerium für Verkehr
des Landes Nordrhein-Westfalen**

