



Aktuelles aus dem Verkehrsverbund Rhein-Ruhr

spectrum

spectrum Dezember 2004

WETTBEWERB NIMMT WEITER FAHRT AUF

Seite 2

25 JAHRE AKTIV FÜR DEN ÖPNV

Seite 10

VORREITER IM SENIORENMARKETING

Seite 14

FÜR DIE MOBILITÄT DER FANS AM BALL

Seite 20



LIEBE LESERINNEN UND LESER,

zu seinem 25. Geburtstag blickt der VRR zurück auf viele Veränderungen in der Nahverkehrslandschaft. Immer wieder steht der Verbund vor der auch verkehrspolitisch gewollten Aufgabe, mit einem abgestimmten Mobilitätsangebot mehr Kunden zu gewinnen – in einer Zeit, in der Liberalisierung und Wettbewerb mehr denn je die Aktivitäten des VRR und seiner Verkehrsunternehmen bestimmen. Auf der Schiene ist der Wettbewerb inzwischen im Gange, und auch im kommunalen Nahverkehr wird an zukunftsorientierten Konzepten gearbeitet. Weniger Kosten, mehr Effizienz und dabei beste Qualität – das ist der schwierige Spagat, den der Nahverkehr im VRR leisten kann.

Zu einem attraktiven Angebot gehört auch eine breite Ticketpalette, wie sie im VRR erfolgreich eingeführt ist – auch dank eines konsequenten zielgruppenspezifischen Marketings. So hat das BärenTicket durch die auf die Zielgruppe 60plus ausgerichtete Kampagne fit & mobil zusätzlichen Zuspruch erhalten.

Bei der Fußball-WM 2006 ist die Leistungsfähigkeit des VRR in besonderem Maße gefordert: Der Verbund ist auf verschiedenen Ebenen mit der Vorbereitung auf dieses Großereignis beschäftigt, um dann auch den Gästen aus der ganzen Welt seine Kompetenz im Nahverkehr präsentieren zu können.

Herbert Napp
Verbandsvorsteher Zweckverband VRR



Das brandenburgische Eisenbahnunternehmen Prignitzer Eisenbahn bedient seit dem Fahrplanwechsel eine weitere Strecke im VRR mit neuen Fahrzeugen.

WETTBEWERB NIMMT FAHRT AUF

Der Wettbewerb auf der Schiene bleibt im VRR in Bewegung. Kontinuierlich finden Streckenvergaben durch europaweite Ausschreibungen statt. Zum Fahrplanwechsel am 12. Dezember 2004 haben auf mehreren Strecken verschiedene Eisenbahnunternehmen den Betrieb aufgenommen – auf der Basis neuer Verkehrsverträge mit dem VRR.

In zwei europaweiten Ausschreibungsverfahren mit Beteiligung des VRR hat sich die DB durchsetzen können: Sie ist der alte und neue Betreiber der Haard-Achse mit den Linien RE 2 (Münster – Essen – Mönchengladbach) und RB 42 (Münster – Essen) sowie des Sauerlandnetzes mit RE 57 (Dortmund – Winterberg), RB 52 (Dortmund – Hagen – Lüdenscheid), RB 53 (Dortmund – Schwerte – Iserlohn) und RB 54 (Unna – Menden – Neuenrade). Die entsprechenden Verkehrsverträge mit der DB legen verbesserte Qualitätsstandards auf der Schiene nun verbindlich fest:

Auf der **Haard-Achse**, die der VRR mit dem ZV SPNV Münsterland (ZVM) ausgeschrieben hatte, erbringt die DB die Verkehrsleistungen bis zum Jahr 2014. Auf dem Rhein-Haard-Express (RE 2) sind nun ausschließlich neue Doppelstockzüge unterwegs. Sie sind für eine Höchstgeschwindigkeit von 160 Stundenkilometern ausgelegt und bieten den Fahrgästen attraktive Neuerungen wie das ZugCafé, einen verbesserten Handy-Empfang sowie Tische und Laptop-Steckdosen in der 1. Klasse.

Auf der Haard-Bahn (RB 42) setzt die DB modernisierte Fahrzeuge

des Typs ET 425 ein, die behinderterfreundlich und mit mehr Komfort sowie einem neuen Bremssystem ausgerüstet wurden.

Im **Sauerlandnetz** will die DB mit einem neuen Fahrplan- und Bedienungskonzept sowie mit 21 modernen Dieseltriebwagen das Angebot attraktiver machen und so neue Kunden gewinnen. Die Fahrzeuge sind ausgerüstet mit Klimaanlage, Fahrgastinformationssystem, Videoüberwachung, Baby-Wickeltisch und Mehrzweckräumen. Der VRR hat das Sauerlandnetz gemeinsam mit dem ZV SPNV Ruhr-Lippe (ZRL) für eine Vertragslaufzeit bis 2016 ausgeschrieben.

Für die **Westmünsterlandbahn** (RB 51, Dortmund – Gronau – Enschede) erhielt die Prignitzer Eisenbahn GmbH (PEG) den Zuschlag. Sie hat

dort zunächst für eine Vertragslaufzeit von sieben Jahren den Betrieb aufgenommen. Das brandenburgische Unternehmen ist im VRR bereits auf den Strecken RB 36 (Oberhausen – Duisburg-Ruhrort) und RB 44 (Oberhausen – Dorsten) aktiv. Für das Angebot auf der Westmünsterlandbahn hat die PEG elf neue Fahrzeuge des Typs „Talent“ angeschafft. Wie alle Fahrzeuge der PEG werden sie mit umweltfreundlichem Pflanzenöl angetrieben. Zu den Qualitätsstandards zählen bequeme Einstiege, leicht zu öffnende Türen, Klimaanlage, vollautomatisches Fahrgastinformationssystem, Rollstuhlrampen, Videoüberwachung und der Bordservice.

Kontinuierlich wird die Vergabe von Strecken im Wettbewerb fortgesetzt. Bei der Bewertung der Angebote



Zur Ausstattung der neuen Züge der PEG gehört ein bequemer Einstieg.

von Eisenbahnunternehmen stehen neben dem Preis die Faktoren Qualität und Innovation im Mittelpunkt. Wie bei den bereits abgeschlossenen Ausschreibungen erwartet der VRR von den Betreibern der Schienenstrecken den Einsatz moderner Fahrzeuge, die den Komfort- und Informationsbedürfnissen der Fahrgäste gerecht werden.

Diese Kriterien gelten auch für die aktuelle Ausschreibung des **Emscher-Münsterland-Netzes** mit RE 14 (Essen – Borken), RB 43 (Dortmund – Dorsten) und RB 45 (Dorsten – Coesfeld). Hier suchen VRR und ZVM einen neuen Anbieter, der im Dezember 2006 den Betrieb aufnimmt. Die DB als bisheriger Betreiber kann an dem Verfahren aus wettbewerbsrechtlichen Gründen nicht teilnehmen, denn sie betreibt bereits 90 Prozent des VRR-Schiennetzes. Im ersten Quartal 2005 soll die Entscheidung für das neue Unternehmen fallen.



Die Deutsche Bahn hat sich in den neuen Verkehrsverträgen ebenfalls zu neuen Qualitätsstandards verpflichtet und setzt auf ihren Strecken neue und modernisierte Züge ein.

VRR FÜHRT NEUES QUALITÄTS-CONTROLLING-SYSTEM EIN

In den Verkehrsverträgen zwischen dem VRR und den im Verbund tätigen Eisenbahnunternehmen sind Qualitätsstandards verbindlich festgelegt. Doch solche Vereinbarungen werden nur zum Ziel führen – mehr Qualität und Zuverlässigkeit für die Fahrgäste –, wenn sie auch regelmäßig und detailliert überwacht werden können. Dazu hat der VRR ein neues, EDV-gestütztes Controlling-System entwickelt.

Mit dem im Sommer abgeschlossenen Verkehrsvertrag zwischen VRR, Nahverkehrs-Zweckverband Niederrhein (NVN) und der DB haben die Beteiligten deutschlandweit Maßstäbe gesetzt. Der Vertrag mit einem Volumen von sechs Milliarden Euro beinhaltet nicht nur Investitionen von 400 Millionen Euro in Fahrzeuge und eine neue Vertragsform, durch die das unternehmerische Risiko für die Erlöse nun bei der DB liegt. Er integriert erstmals auch das neue Qualitätscontrolling-System des VRR, das an den Betreiber nun deutlich höhere Anforderungen als bisher stellt. Das System schreibt in 13 Kategorien Standards fest. Betrachtet und bewertet werden etwa Pünktlichkeit, Sitzplatzkapazitäten, Fahrgastinfor-

mationen, der Zustand von Fahrzeugen und Stationen, Störungs- und Beschwerdemanagement, Personal in Zug und Vertrieb sowie Ticketautomaten und -entwerter. Um die Leistung des Eisenbahnunternehmens zu bewerten, kommen nun speziell geschulte Mitarbeiter des VRR, die so genannten Profitester, zum Einsatz. Sie sind kontinuierlich unterwegs, auf der Grundlage ihrer Erhebungen können bei Bedarf Qualitätsverbesserungen zeitnah eingefordert werden. Die Profitester führen repräsentative Erhebungen durch und überprüfen stichprobenhaft die Lieferrückmeldung der DB, gehen aber auch konkreten Hinweisen von LinienScouts oder Kundenbeschwerden nach. Ergänzt werden ihre Beobachtungen und Analysen durch Kundenzufriedenheitsbefragungen, die dreimal im Jahr stattfinden.

Alle diese Informationen wie auch die Lieferrückmeldung der DB, z. B. zu Pünktlichkeit oder Zugausfällen, fließen in eine komplexe Datenbank ein, werden dort bewertet und sind damit die Grundlage für eventuelle Vertragsstrafen gegen den Betreiber,

falls die vertraglich vereinbarte Qualität nicht erreicht wird. Dabei wird zwischen nicht erbrachten und schlechten Leistungen unterschieden: Nichtleistungen – etwa nicht erbrachte Zugkilometer durch ausgefallene Züge – werden nicht bezahlt. Für schlechte Leistungen, wie verschmutzte Fahrzeuge oder mangelhafte Fahrgastinformationen, gibt es Abzüge gemäß einer Gewährleistungstabelle.

Basis für landesweites Controlling

Das neue Qualitätscontrolling-System des VRR besteht aus einzelnen Modulen und kann dadurch individuell an regionale Rahmenbedingungen angepasst werden. Einzelne Standards können – je nach Vertrag und Voraussetzungen des betreffenden Eisenbahnunternehmens – einbezogen oder ausgespart werden. Das System läuft zum Jahresbeginn sukzessive an und wird dann in alle laufenden und künftigen Wettbewerbsverfahren integriert – nicht nur im VRR: Weitere Zweckverbände in NRW wollen das Controlling übernehmen, das perspektivisch auf das ganze Land ausgeweitet werden soll.

3 FRAGEN AN ...

... JÜRGEN HAMBUCH, LEITER GESCHÄFTSBEREICH NAHVERKEHRSMANAGEMENT BEIM VRR

MEILENSTEIN DER QUALITÄTSSICHERUNG

Welche Bedeutung hat das neue Qualitätscontrolling-System für künftige Verkehrsverträge, die der VRR mit Eisenbahnunternehmen abschließt?

Es ist ein Meilenstein in der Qualitätssicherung: Mit diesem wissenschaftlich abgesicherten System wird Qualität nicht nur in Verträgen verankert, sie wird vielmehr greifbar und messbar. Die Standards werden linienscharf erhoben, das heißt: Wir erhalten wesentlich genauere Informationen als bisher. Dementsprechend kann die Nichteinhaltung der Standards gezielt bestraft werden, die Eisenbahnunternehmen können schlechte Leistungen auf der einen Strecke nicht mehr durch gute auf einer anderen kompensieren. Zudem bietet uns die moderne Technik die Möglichkeit, einfach und schnell monatliche Qualitätsberichte zu erstellen und detaillierte Auswertungen, bezogen auf einzelne Linien oder Stationen, abzufragen.

Der VRR fordert vor allem im Kundeninteresse mehr Qualität auf der Schiene. Was haben die Fahrgäste vom Qualitätscontrolling?

Der besondere Wert des Systems liegt darin, dass in den 13 definierten Kategorien alle aus Kundensicht relevanten Aspekte abgedeckt sind: Pünktlichkeit, Komfort, Sauberkeit, Information – eben alle Kriterien, die einen hochwertigen Schienenpersonennahverkehr ausmachen. Darüber hinaus sind die Fahrgäste selbst in den Qualitätskreislauf einbezogen: zum einen direkt über die Befragungen zur Kundenzufriedenheit; hier nehmen die Kunden unmittelbar Einfluss, denn ihr Urteil über die Leistung des Eisenbahnunternehmens ist pönalrelevant. Zum anderen indirekt über eine systematische Auswertung von Beschwerden sowie den Hinweisen unserer LinienScouts, die der Steuerung des Profitester-Einsatzes dient. Weil die VRR-Profitester nicht nur sporadisch, sondern ständig und



systematisch unterwegs sind, können mögliche Probleme schneller erkannt und beseitigt werden.

Inwiefern kann das System den Wettbewerb stärken?

Es erhöht nicht nur die Anforderungen an die Eisenbahnunternehmen, sondern auch den Druck, diese einzuhalten. So wird beispielsweise die Pünktlichkeit fahrten- und minuten-scharf gemessen und pönalisiert – nicht mehr wie bisher in Gruppen, so dass ein Zug mit bis zu fünf Minuten Verspätung noch als pünktlich galt. Nun wird jede Verspätungsminute mit einem bestimmten Faktor versehen und bestraft. Der Anbieter hat also ein eigenes Interesse daran, auch kleine Verspätungen zu vermeiden. Durch das effektive Controlling nehmen wir die Eisenbahnunternehmen stärker in die Pflicht und erreichen damit ein ganz wesentliches Ziel des Wettbewerbs: mehr Zuverlässigkeit im Leistungsangebot.



Unpünktlichkeit wird minutengenau bewertet.

Auf den steigenden Kostendruck durch die angespannte Lage der kommunalen Haushalte einerseits und die Liberalisierung der Märkte andererseits haben die Verkehrsunternehmen bereits mit umfangreichen Restrukturierungsmaßnahmen reagiert. Welche Möglichkeiten sich dazu bieten, insbesondere vor dem Hintergrund des zunehmenden Wettbewerbs, erläutert in dieser spectrum-Ausgabe Joachim Exner, Geschäftsführer der Mülheimer VerkehrsGesellschaft mbH (MVG).



WETTBEWERB UND KOSTENDRUCK: GEMEINSAM DEM PREISVERGLEICH STANDHALTEN

von Joachim Exner

Das Urteil des Europäischen Gerichtshofs vom Juli 2003 hat die Verkehrsunternehmen nicht aus der Pflicht entlassen, sich so aufzustellen, als sei der freie Wettbewerb um Nahverkehrsleistungen schon heute Wirklichkeit. Es hat den Unternehmen vielmehr nur einen Aufschub gewährt, um sich rechtzeitig auf den Wettbewerb beziehungsweise weiteren Kostendruck vorzubereiten. In Mülheim an der Ruhr hat man die Zeichen der Zeit erkannt und mit der Umwandlung der Betriebe der Stadt Mülheim an der Ruhr (BtMH) in die Mülheimer VerkehrsGesellschaft mbH (MVG) die Trennung von Besteller- und Ersteller-Ebene begonnen.

Die Unternehmen haben verschiedene Möglichkeiten, mit dem wachsenden Kostendruck umzugehen: Ein wichtiger Schritt auf dem Weg zur Wettbewerbsfähigkeit ist unter anderem die Einführung des Spartenarbeitsvertrags für den Nahverkehr in Nordrhein-Westfalen (TV N-NW), jedoch mit „Öffnungsmöglichkeiten“. Daneben stehen weitere organisatorische Maßnahmen für einen Neustart zur Verfügung – etwa Ausgründungen, der Erwerb kleiner Pri-

vatunternehmen mit idealen Kostenstrukturen sowie die Stärkung der regionalen Marktpräsenz durch gleichberechtigte oder ergänzende Zusammenschlüsse.

Qualität und Arbeitsplätze sichern

In Mülheim standen alle diesbezüglichen Überlegungen unter der Zielsetzung, das kommunale Verkehrsunternehmen und seine besondere Nähe zum Aufgabenträger zu erhalten. Damit sollen Qualität und Quan-

tität des ÖPNV-Angebots und vor allem auch die Arbeitsplätze vor Ort gesichert werden – auf einem Kostenniveau, das sich gegen die Konkurrenz behaupten kann. Vor diesem Hintergrund hat man sich in Mülheim für die Schaffung eines integrierten Verkehrsunternehmens entschieden: mit einer Muttergesellschaft, die wesentliche Funktionen des Aufgabenträgers übernimmt (Besteller), und einem ausgegliederten Fahrdienstbetrieb (Ersteller).

Dabei kann derzeit die eigene Tochtergesellschaft die bestellten Leistungen erbringen.

Bereits zeitgleich mit der Umwandlung von BtMH in MVG fiel der Entschluss, die Fahrbetriebsaktivitäten nicht allein für Mülheim auszugliedern, sondern im regionalen Kontext, gemeinsam mit den Unternehmen aus den Nachbarkommunen Essen und Oberhausen. Die Gründe lagen auf der Hand: Die Verkehrsbeziehungen und ein guter Teil der ÖPNV-Linien machen nicht an Stadtgrenzen Halt, und gemeinsam sind maximale Synergien zu erreichen.

Ausgründung des Fahrbetriebs

Das Ergebnis dieses Kooperationsgedankens war die Gründung der gemeinsamen Fahrbetriebsgesellschaft meoline GmbH, die im Januar 2004 den Betrieb aufgenommen hat. Die drei Verkehrsunternehmen haben ihre Betriebsleistungen an die Fahrdiensttochter meoline abgegeben. Sie eröffnet durch die Anwendung des TV N-NW, den effektiveren Einsatz der Mitarbeiter im Fahrdienst, die gemeinsame Busbeschaffung und die Zusammenführung der Dienst- und Umlaufplanung erhebliche Kosteneinsparpotenziale. Zugleich „beauftragt“ die meoline die Mütter mit zentralen Funktionen wie Einkauf, Unfall- und Rechtsangelegenheiten und so weiter. Darüber hinaus gewährleistet sie die optimierte Abstimmung der grenzüberschreitenden Fahrplanangebote und damit ein qualitativ hochwertiges



Für den Fahrbetrieb haben die Verkehrsunternehmen aus Mülheim, Essen und Oberhausen die Tochter meoline gegründet.

Fahrdienstangebot aus einem Guss. Mit diesen Möglichkeiten müssen sich die meoline und ihre Mutterunternehmen so aufstellen, dass das gemeinsame Angebot jedem Preisvergleich mit Dritten standhalten kann.

Weit reichende Kooperation

Die Innovation der meoline liegt in der stadtgrenzenübergreifenden Zusammenarbeit und gesellschaftsrechtlich in der Verknüpfung dreier Unternehmen. Ein solches Konstrukt muss nicht zwingend der Königsweg zur Restrukturierung für alle anderen Unternehmen sein. Alternativen wie die Erhöhung der Vergabequote oder das gezielte Herauslösen und Ausschreiben von einzelnen Linien oder Teilnetzen können ebenfalls zur Kostensenkung beitragen. Vorteil des Modells meoline ist, dass das Mutterunter-

nehmen durch seine Gesellschafterfunktion als integriertes Verkehrsunternehmen erhalten bleibt. Die Unternehmen aus Mülheim, Essen und Oberhausen haben bereits eine sehr weit reichende Form der Kooperation realisiert und dabei Ansätze und Prozesse entwickelt, die durchaus als beispielhaft für andere Unternehmen gelten können.

Der Autor

Joachim Exner, geboren am 23. März 1960 in Neukirchen-Vluyn, absolvierte ein Lehramts- sowie ein Diplomstudium mit dem Schwerpunkt Politik-/Verwaltungswissenschaften. Ab 1988 in verschiedenen Funktionen bei der Stadt Mülheim a. d. Ruhr als Referent tätig, wurde er 1999 Unternehmensleiter der Betriebe der Stadt Mülheim a. d. Ruhr und ist heute Geschäftsführer der daraus hervorgegangenen Mülheimer VerkehrsGesellschaft MVG.



Joachim Exner erläutert den Weg der MVG zur Konkurrenzfähigkeit im Wettbewerb.



NEUE STRUKTUREN FÜR EINEN EFFIZIENTEN VRR

Bereits seit drei Jahren wird die Diskussion um die zukünftige organisatorische Ausrichtung des VRR mit hoher Intensität geführt. Mit dem Beschluss der Verbandsversammlung zur Gründung einer Anstalt öffentlichen Rechts (AöR) am 28. September 2004 sind jetzt die entscheidenden Grundlagen geschaffen. Mit dieser Organisationsform will sich der VRR bis zum Sommer 2005 wieder einheitlich aufstellen.

„Unser Ziel ist es, durch die Gründung einer Anstalt öffentlichen Rechts den VRR zu einer effizienten und effektiven Nahverkehrsorganisation zu machen, die allen rechtlichen Anforderungen gerecht wird“, erklärt Martin Husmann, der Vorstand der neuen AöR. Mit der Entscheidung für diese Rechtsform werde es möglich, die durch die bisherige Struktur des VRR verursachten Probleme in den Bereichen Vergabe- und Steuerrecht – und

damit bei der Finanzierung der VRR GmbH – zu lösen. Darüber hinaus, so Martin Husmann weiter, sei eine AöR rechtlich in der Gemeindeordnung abgesichert, das heißt: Die Aufgaben, die sie erfüllt, liegen im öffentlichen Interesse.

Moderne Organisationsform

Vor dem Hintergrund der politischen Unsicherheiten über die Marktentwicklung im ÖPNV und der komplexen rechtlichen und steuerlichen

Rahmenbedingungen gestaltete sich der Prozess der Umorganisation des VRR als sehr schwierig. Mit der Gründung der AöR als Tochter des Zweckverbands VRR wurde nun die Organisationsform eines so genannten „Kommunalunternehmens“ gewählt, die erst seit wenigen Jahren in der Gemeindeordnung NRW vorgesehen ist. Sie erlaubt eine wirtschaftliche Arbeitsweise und erhält gleichzeitig die enge Bindung an den kommunalen Träger. So kann sich

der VRR ähnlich wie eine GmbH organisieren und handeln, bleibt aber nahe an der politischen Willensbildung im Zweckverband, der Träger der VRR AöR ist. Ihr werden zunächst wesentliche Aufgaben des Zweckverbands übertragen, insbesondere die Geschäftsbereiche Nahverkehrsmanagement und Finanzen. „Als AöR kann der VRR die innere Organisation seiner Verwaltung straffen und einheitlich aufbauen“, zeigt Martin Husmann die neuen Perspektiven auf.

Die neue Rechtsform stellt sicher, dass Personal und öffentliche Mittel effektiv und wirtschaftlich dazu eingesetzt werden können, einen kundenorientierten und schlagkräftigen Nahverkehr an Rhein und Ruhr anzubieten. Die bisherige Aufteilung der Fachabteilungen auf die VRR GmbH einerseits und den Zweckverband andererseits wird somit aufgegeben. „Reibungsverluste, unter

denen wir in der derzeitigen Organisationsform noch leiden, gehören dann der Vergangenheit an“, erläutert Martin Husmann.

Ziel ist „ein VRR“

Der zeitliche Fahrplan für die Reform des VRR sieht vor, bis zum 1. Juli 2005 die VRR GmbH vollständig mit der AöR zu verschmelzen. Das gesamte Personal soll bis dahin in die neue Organisation übergehen. Damit kann „ein VRR“, das erklärte Ziel aller Fraktionen in der Verbandsversammlung, Wirklichkeit werden. „Zum 25. Geburtstag des VRR ist das ein positives Signal für die Zukunft – und auch eine gute Basis dafür, die Herausforderungen für einen wirtschaftlichen und auf die Bedürfnisse der Kunden ausgerichteten ÖPNV in einem liberalisierten Markt mit neuem Elan anzupacken“, erklärt Martin Husmann. Er wird – zusätz-



Martin Husmann wurde zum Vorstand der neuen AöR bestellt.

lich zu seiner Vorstandstätigkeit in der AöR – als nebenamtlicher Geschäftsführer eine kleine Geschäftsstelle leiten, die der Zweckverband VRR, der als Institution erhalten bleibt, in Essen behält. Damit die VRR AöR kurzfristig auch im administrativen Bereich arbeitsfähig ist, wechseln bereits zum Jahresanfang 2005 die ersten Mitarbeiter von der VRR GmbH zur AöR. Im Zuge der Umstrukturierung sind in den kommenden Monaten auch noch einige Klippen zu meistern: Der VRR muss die Einbindung der Verkehrsunternehmen in die neuen Arbeitsstrukturen organisieren, die endgültige Gestalt der AöR mit der Genehmigungsbehörde und dem Verkehrsministerium abstimmen und ihre Finanzierung gestalten. Darüber hinaus sind auch steuerliche Detailfragen zu klären.

STICHWORT: AÖR

Die Anstalt öffentlichen Rechts (AöR) ist eine landesrechtliche Organisationsform kommunaler Unternehmen und Einrichtungen. Ihre Organe sind der Vorstand und der Verwaltungsrat, der eine überwachende Funktion innehat.

Eine AöR wird zur Erfüllung einer bestimmten Aufgabe gegründet, die im öffentlichen Interesse liegt – so sind etwa Landesrundfunkanstalten oder Kliniken oft als AöR organisiert. Auch im öffentlichen Nahverkehr gibt es diese Gesellschaftsform: Bereits 1994 wurden die Berliner Verkehrsbetriebe (BVG) in eine AöR umgewandelt. Rechtlich ist die AöR eine eigenständige juristische Person. Sie orientiert sich – ähnlich einer GmbH – an Wirtschaftlichkeitsprinzipien, wobei die Zugehörigkeit zum öffentlichen Recht erhalten bleibt. So ist die AöR das Pendant zur GmbH im kommunalen Bereich.

2005
25 Jahre
VRR

EIN VIERTELJAHRHUNDERT AKTIV FÜR DEN ÖPNV

Am 1. Januar 2005 feiert der VRR seinen 25. Geburtstag. Seit einem Vierteljahrhundert stellt er seine Kompetenz in den Dienst eines leistungsstarken und kundennahen ÖPNV und hat dabei als inzwischen größter Verkehrsverbund Europas mit innovativen Ideen und Konzepten vielfach Maßstäbe gesetzt.

1980

Am 1. Januar geht der VRR an den Start. Mit einem einheitlichen Flächentarif, Verbundfahrplan, Taktfahrplänen, einem integrierten Informations- und Leitsystem sowie stringenter Öffentlichkeitsarbeit möchte er Bus- und Bahnfahren für die 7,3 Millionen Einwohner im Verbundgebiet attraktiver gestalten. Sie können jetzt alle VRR-Verkehrsmittel mit nur einem Fahrschein nutzen. Das Konzept geht auf: Im ersten Jahr verzeichnet der VRR einen Fahrgastzuwachs von 7,5 Prozent.



Die erste Verbandsversammlung fand in Düsseldorf statt.

1983

Der VRR fördert gezielt die Freizeitverkehre: mit speziellen Ferien-Angeboten für Schüler und Familien sowie Sonderaktionen wie dem 1. Ruhrgebietswandertag. Ab 1985 folgen KombiTickets, z. B. für Messebesuche. Auf der Basis einer ersten flächendeckenden Fahrgasterhebung werden Strecken- und Ticketangebot an das tatsächliche Fahrverhalten der Menschen angepasst.

1988

Der VRR und seine Verkehrsunternehmen stellen den Vertrieb als zentralen Baustein der Marketingstrategie neu auf: Die Vertriebsstellen werden zu KundenCentern, Verkaufszentren und VRR-Verkaufsstellen umstrukturiert. Neue Vertriebswege wie der Versand- und Telefonverkauf, der Einsatz von Kundenberatern oder der bargeldlose Ticketverkauf verbessern den Service.

1990–1993

Mit neuer Verbundorganisation, vereinfachter Tarifstruktur mit nur noch

drei Preisstufen und innovativen Ticketangeboten gelingt es, die Fahrgastzahlen um 30 Prozent zu



Das Ticket2000 war auf Anhieb ein Erfolg.

steigern. Allein das 1991 eingeführte Ticket2000 – ein günstiges Monats-ticket mit Zusatzleistungen wie Übertragbarkeit und Mitnahmemöglichkeit – bewirkt einen Zuwachs von 15 Prozent. Das Ticket2000 bildet den Grundstein für die komplette Erneuerung der Ticketpalette in den kommenden Jahren. Zusätzlich sorgen das SemesterTicket, das der VRR 1992 als erster Verkehrsverbund Deutschlands einführt, und das 1993 startende FirmenTicket für deutliche Fahrgastzuwächse. Ebenso das FerienTicket für Schüler, das 1993 erstmals für den gesamten Verbundraum gilt und mit einem

kostenlosen Jugendherbergsausweis kombiniert ist: Hier steigen die Verkaufszahlen um 60 Prozent.

1996–1998

Der VRR startet ins multimediale Zeitalter: 1996 geht er online, ein Jahr später ist auch die Elektronische Fahrplanauskunft (EFA) über das Internet verfügbar. Ebenfalls 1996 legt der VRR den ersten Nahverkehrsplan (NVP) „Zielkonzept 2015“ vor, die Grundlage für die langfristige Gestaltung des Nahverkehrs im Verbundraum. 1998 führt das Land den Integralen Taktfahrplan NRW (ITF) ein, die Leistungen auf der Schiene steigen allein im VRR um 2,4 Mio. auf insgesamt 36,8 Mio. Zugkilometer. Die Zentralstelle für regionales Sicherheitsmanagement und Prävention (ZeRP) sorgt seit 1998 für mehr Sicherheit im ÖPNV: In eine zentrale Datenbank werden sicherheitsrelevante Ereignisse eingespeist. Daraus entstehen regionale Lagebilder, die die Grundlage für abgestimmte Sicherheits- und Präventionsmaßnahmen bilden.

2000–2002

Die Ticketpalette wird kontinuierlich ausgebaut: 2001 startet das Ticket 1000, eine preiswertere, nicht übertragbare Variante des Ticket2000. Im gleichen Jahr folgt das Schoko-



Ticket, eine neue Verbundnetz-karte für Schüler – zunächst als Pilotprojekt in Bochum, Dortmund und Neuss, ein Jahr später verbundweit. Das Ticket ist ein „Bestseller“: Bereits im Juli 2002 wird das Jahresziel von 300.000 verkauften Tickets übertroffen. Ebenfalls 2002 weitet der VRR sein Ticketangebot für die jungen ÖPNV-Nutzer um das YoungTicketPlus für Azubis aus.

In diesen Jahren hält das Ehrenamt auch im ÖPNV Einzug. Die ersten QualitätsScouts unterstützen den VRR bei der Suche nach Qualitätsmängeln. Von zunächst 200 Scouts steigt die Zahl bis ins Jahr 2003 auf über 1.000 freiwillige „Spürnasen“. Es folgen die Bahnhofspaten an über 40 Stationen und die Begleitung der S-Bahn durch ehrenamtliche Helfer der Bahnhofsmision. In allen Fällen ist der VRR für die Gesamtkoordination verantwortlich.

2003

Als erster Verkehrsverbund in Deutschland läutet der VRR das Chipkartenzeitalter ein: Ticket2000/1000-, FirmenTicket-, SchokoTicket- und Young-TicketPlus-Abonnenten sind seitdem mit praktischen

E-Tickets unterwegs, die alle relevanten Daten auf einem Chip speichern. Zudem richtet das Land beim VRR das Kompetenzzentrum „Elektronisches Fahrgeldmanagement“ (EFM) ein, das für die landesweite Umsetzung des E-Tickets zuständig ist. Mit dem BärenTicket für Aktive ab 60, ebenfalls auf einer Chipkarte, komplettiert der VRR seine Ticketfamilie und schließt die bisherige „Alterslücke“.

2004

Für die Zielgruppe des BärenTickets ruft der VRR die Initiative fit & mobil ins Leben, die von namhaften Partnern unterstützt wird (siehe S. 12). Zudem werfen große Ereignisse ihre Schatten voraus: Die Vorbereitungen auf die Fußball-WM 2006 laufen auf Hochtouren. Bei der Planung der intelligenten Verkehrskonzepte und bei der Gesamtkoordination der Verkehrsunternehmen übernimmt der VRR eine wichtige Rolle – in Abstimmung mit verschiedenen Gremien auf Landes- und Bundesebene, mit der FIFA und den Sicherheitsbehörden (siehe S. 20).



FIT & MOBIL: DIE INITIATIVE FÜR DIE GENERATION 60PLUS

Der VRR hat eine neue Marketingoffensive für das BärenTicket gestartet: Ein Jahr nach der Einführung des Tickets für Aktive ab 60 hat er im Oktober 2004 die Initiative *fit & mobil* ins Leben gerufen. Sie zeigt, dass es sich lohnt, im Alter aktiv zu sein, und hält zahlreiche Angebote für BärenTicket-Nutzer bereit.

Seniorenmarketing folgt eigenen Gesetzen. „Ein klassischer Werbemaßnahmen-Mix aus Anzeigen und Plakaten reicht hier nicht aus“, so VRR-Geschäftsführer Klaus Vorgang.



Abonnenten erhalten Bonusleistungen.

„Um ein Produkt in der Zielgruppe 60plus erfolgreich zu positionieren, muss ihr spezifisches Kommunikations- und Informationsverhalten aufgegriffen werden.“ Menschen über 60 engagieren sich häufig in Vereinen und Initiativen. Wie bei keiner anderen Zielgruppe beeinflussen Empfehlungen glaubwürdiger Dritter ihre Kaufentscheidung positiv. „Dort Multiplikatoren gewinnen, wo die Zielgruppe aktiv ist, und so das BärenTicket weiter verbreiten“ lautet deshalb das Motto. Mit der AOK, dem LandesSportBund Nordrhein-

Westfalen (LSB), dem Sauerländischen Gebirgsverein (SGV), den Volkshochschulen in NRW (VHS NRW) und dem PARITÄTISCHEN Wohlfahrtsverband NRW hat der VRR starke Partner ins Boot geholt, die Glaubwürdigkeit vermitteln und in der Zielgruppe ein hohes Ansehen genießen. Außerdem empfehlen die Deutsche Seniorenliga (DSL) und die Bundesarbeitsgemeinschaft der Seniorenorganisationen (BAGSO) neben dem BärenTicket nun auch die Initiative. Prominente Unterstützung erhält *fit & mobil* durch NRW-Fami-

lienministerin Birgit Fischer, die die Schirmherrschaft übernommen hat.

Mehrwerte schaffen

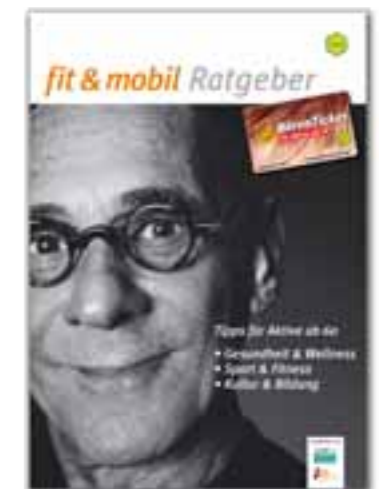
Alle Partner bringen sich aktiv in die Initiative ein. „Mit *fit & mobil* haben wir über den reinen Produktnutzen des BärenTickets hinaus einen erheblichen Mehrwert geschaffen: Mit zahlreichen hochwertigen Angeboten und Bonusleistungen bindet sie die anspruchsvolle Zielgruppe 60plus langfristig an den VRR“, so Klaus Vorgang.

Die Initiative ist im Oktober mit einer Pressekonferenz gestartet. Ihr Basismedium ist der Ratgeber *fit & mobil*. Er bietet viele Tipps und Informationen aus den Themenbereichen



Sport & Fitness, Kultur & Bildung sowie Gesundheit & Wellness. Veranstaltungshinweise aus dem VRR-Gebiet regen darüber hinaus zur Nutzung des BärenTickets an. Daneben bietet ein Gutscheinheft exklusiv für BärenTicket-Abonnenten attraktive Angebote der Partner. Beworben werden Initiative und Ticket mit Plakaten, Anzeigen, PR-Maßnahmen und redaktionellen Sonderseiten in aufgabenstarken Tageszeitungen.

„Damit ist der Medienmix genau auf die Zielgruppe zugeschnitten, die eine hohe Affinität zu klassischen Printmedien hat“, erläutert Ute Kmiecik, Fachgruppenleiterin Kommunikation. In den KundenCen-



Handlich und voller nützlicher Tipps ist der *fit & mobil*-Ratgeber.

tern der Verkehrsunternehmen machen Deckenhänger, Displays und Give-aways zusätzlich auf *fit & mobil* aufmerksam.

Bei der Vermarktung der Initiative ist der VRR in besonderem Maße auf die Verkehrsunternehmen angewiesen. Sie haben den direkten Kontakt zum Fahrgast und können ihn „face to face“ vom Produkt BärenTicket überzeugen. Die Bochum-Gelsenkirchener Straßenbahnen AG (BOGESTRA) beispielsweise bewirbt das BärenTicket seit seiner Einführung aktiv. Zum Start von *fit & mobil* hat sie ein Promotion-Tool des VRR an zentralen Orten der Wattenscheider und Bochumer Innenstadt eingesetzt und zusätzlich Anzeigen in Stadtteilzeitungen geschaltet. Das *fit & mobil*-Gutscheinheft wurde an alle BärenTicket-Abonnenten verschickt, der Ratgeber über die klassischen Vertriebswege des Unter-



Zum Startschuss für die Initiative trafen sich VRR-Geschäftsführer Klaus Vorgang, NRW-Familienministerin Birgit Fischer und Vertreter der Partner am Bärengelgehe des Ruhr Zoos.

nehmens verteilt. Dieses Engagement hatte und hat großen Erfolg: VRR-weit liegt die BOGESTRA mit ihren BärenTicket-Verkaufszahlen ganz vorne.

Initiative weiterführen

fit & mobil ist längerfristig angelegt und wird auch im kommenden Jahr weitergeführt. „Wir werden die Initiative und damit auch das BärenTicket noch weiter in die Zielgruppe hineinbringen, etwa durch den verstärkten Einsatz des Promotion-Tools seitens der Partner und Verkehrsunternehmen“, so Ute Kmiecik. Darüber hinaus werden zwei neue *fit & mobil*-Ratgeber mit aktuellen jahreszeitlichen Tipps und Angeboten aufgelegt sowie eine AboLust für BärenTicket-Inhaber. Damit komplettiert der VRR seine AboLust-Palette, die bereits mit speziellen Angeboten für Ticket1000/2000-Inhaber sowie für Abonnenten von SchokoTicket und YoungTicketPlus aufwartet.



VORREITER IN SACHEN SENIORENMARKETING

Andrea Wirth, Marketingleiterin des VRR, im Interview über das erste Jahr des BärenTickets und die neue Initiative *fit & mobil*.

Wie hat sich das BärenTicket seit seiner Einführung im Oktober 2003 entwickelt?
 Derzeit nutzen circa 40.000 Abonnenten das BärenTicket für durchschnittlich 45 Fahrten im Monat. Insgesamt haben die BärenTicket-Kunden im ersten Jahr bereits 55 Millionen Kilometer zurückgelegt. Die Zahlen zeigen uns: Es war genau richtig, unsere Abostrategie konsequent fortzusetzen und die „Alterslücke“ in der Aboticket-Familie zu schließen. Wir halten nun für jede ÖPNV-Nutzer- und Altersschicht ein spezifisches Mobilitätsangebot bereit.

Welche Aspekte des Marketings haben das Ticket besonders voran gebracht?

Unser breit angelegtes Kommunikationskonzept und der eingängige Produktname haben sicher dazu beigetragen, das BärenTicket schnell in der Zielgruppe bekannt zu machen. Bereits kurz nach seiner Einführung erreichte es eine gestützte Bekanntheit von 68 Prozent. In Sachen Ticketmarketing für die Generation 60plus nehmen wir damit bundesweit eine Vorreiterrolle ein.

Wie unterscheidet sich *fit & mobil* von der Einführungskampagne im letzten Jahr?
 Die Initiative setzt neue Akzente. Während bei der Einführungskampagne die Bekanntmachung des Produkts und seiner Leistungen im Vordergrund stand, geht es nun darum, aktiven Menschen ab 60

konkrete Mobilitätsangebote im Verbundgebiet zu unterbreiten: um ihre körperliche und geistige Fitness zu fördern, und natürlich auch, um sie zur verstärkten ÖPNV-Nutzung mit dem BärenTicket zu animieren.

Wie wird die Initiative angenommen?
 Wir verzeichnen eine lebhaftere Nachfrage. Im Oktober haben wir *fit & mobil* in einer vierseitigen redaktionellen Sonderbeilage in den Tages-

zeitungen der WAZ-Gruppe ausführlich vorgestellt. An dem integrierten Gewinnspiel – es wurden 70 Bären-Tickets verlost – haben mehr als 10.000 Leser teilgenommen. Etwa ein Drittel davon hat weitere Informationen über das BärenTicket angefordert.

Wie schätzen Sie das Potenzial von Seniorenmarketing generell ein?
 Sehr hoch. Wir alle wissen: Unsere

Gesellschaft altert. Im Jahr 2020 wird der Anteil der Älteren bereits bei fast 25 Prozent liegen. Dabei ist die Generation 60plus nicht nur der größte, sondern auch der kaufkräftigste Markt der Zukunft. Allein im VRR-Gebiet leben etwa 1,7 Millionen Menschen über 60. Hier liegt ein großes Potenzial. Denn Mobilität sorgt für Lebensqualität im Alter – und das müssen wir uns zunutze machen.



Die AboLust, exklusives Angebot für Abonnenten, gibt es 2005 auch in einer speziellen Auflage für BärenTicket-Besitzer.

MOBILITÄT IST LEBENSQUALITÄT

Die Seniorenorganisationen DSL und BAGSO unterstützen das BärenTicket bereits seit seiner Einführung und haben eine Verbraucherempfehlung für das Ticket ausgesprochen. NRW-Familienministerin Birgit Fischer hat die Schirmherrschaft für die Initiative *fit & mobil* übernommen. Sie alle sind sich einig: Das BärenTicket leistet einen wichtigen Beitrag zur Aktivität und Mobilität der Generation 60plus.



„Geistige und körperliche Mobilität ist die Voraussetzung für die aktive Teilhabe am gesellschaftlichen Leben. Mobilität ist Lebensqualität, und das BärenTicket unterstützt die Mobilität älterer Menschen auf ideale Weise.“

Erhard Hackler, Geschäftsführender Vorstand DSL



„Ältere Menschen haben ein hohes Qualitätsbewusstsein und brauchen Produkte, die ihren besonderen Anforderungen entsprechen. Das BärenTicket ist ein solches Produkt – insbesondere in Verbindung mit den Angeboten der Initiative *fit & mobil*.“

Roswitha Verhülsdonk, Vorsitzende BAGSO



„Die Generation der über 60-Jährigen wächst. In zehn Jahren werden in Deutschland mehr Menschen über 60 als unter 20 sein. Daher gilt es, sich heute schon an den Anforderungen dieser Generation zu orientieren und sie mit adäquaten Angeboten zu unterstützen.“

Birgit Fischer, NRW-Familienministerin und Schirmfrau der Initiative *fit & mobil*



Unter dem Motto „SchöneFahrt“ geht es mit landesweit gültigen Pauschalpreistickets durch das ganze Land.

EINFACH FAHREN – JETZT AUCH DURCH GANZ NRW

Für den neuen NRW-Tarif stand das Erfolgsmodell der Verbundtarife Pate: Mit nur einem Ticket können die Kunden jetzt auch bei landesweiten Fahrten Bus und Bahn nutzen. Der Startschuss für den NRW-Tarif fiel mit der Erweiterung der Pauschalpreisticket-Palette zum 1. August 2004, Mitte 2005 wird das Ticketsortiment des NRW-Tarifs komplettiert. Damit löst der Landestarif den Nahverkehrstarif der Deutschen Bahn ab.

„Mit dem NRW-Tarif rücken DB- und Verbundtarife näher aneinander“, erläutert Erhard Wolf, Fachgruppenleiter Tarif beim VRR, das Konstruktionsprinzip. „Der Fahrgast findet dabei auch für landesweite Fahrten einfachere Regeln in ganz Nordrhein-Westfalen vor und kann sich besser orientieren.“ Der Verkehrsverbund Rhein-Ruhr hatte 1980 als erster Verbund Fahrscheine für Bus und Bahn eingeführt – und dadurch erhebliche Fahrgastzuwächse verbuchen können. „Durch den NRW-Tarif können wir wiederum neue Zielgruppen erschließen

und an den öffentlichen Personennahverkehr heranführen“, so Erhard Wolf. „Davon profitiert jeder einzelne Verbund.“ Tarifexperten der Zweckverbände, Verkehrsverbände/-gemeinschaften und Verkehrsunternehmen hatten unter Federführung des Landes und des Kompetenzzentrums Marketing NRW vor rund einem Jahr das gemeinsam erarbeitete Konzept für den NRW-Tarif verabschiedet und damit die Voraussetzung für seine Einführung geschaffen.

Erster Schritt: Pauschalpreistickets

Zum 1. August 2004 startete der

NRW-Tarif mit einer Erweiterung der NRW-Ticketfamilie. Zusätzlich zum SchönerTagTicket 5 Personen, das es schon seit 2001 gibt, wurde ein SchönerTagTicket Single für eine Person eingeführt. Beide Tagestickets gelten montags bis freitags jeweils ab 9 Uhr bis Betriebschluss, am Wochenende auch rund um die Uhr. Das ebenfalls landesweite neue SchöneFahrtTicket – für Erwachsene und für Kinder – hat ab Entwertung einen Geltungszeitraum von zwei Stunden. „Die ersten aktuellen Marktzahlen zeigen, dass der neue NRW-Tarif auch im VRR

sein Publikum findet“, erklärt der VRR-Tarifexperte. Bereits vor der Einführung des NRW-Tarifs hatten sich die landesweit gültigen Tickets – neben dem SchönerTagTicket 5 Personen gehört dazu auch das SchöneFerienTicket – sehr positiv entwickelt: Allein bei der Deutschen Bahn AG stiegen die Verkaufszahlen des SchönerTagTicket 5 Personen von 326.200 im Jahr 2002 auf 415.500 im Jahr 2003. Bereits für die erste Jahreshälfte 2004 lagen die Ticketverkäufe bei mehr als 335.000. Der VRR erzielte mit dem Ticket 2002 und 2003 unter allen Verbänden die höchsten Umsätze. „Von der Differenzierung des Tickets im Rahmen des NRW-Tarifs versprechen wir uns natürlich weitere Umsatzpotenziale“, so Erhard Wolf.

Mehr Tickets ab Sommer 2005

Zum 12. Juni 2005 wird der NRW-Tarif komplettiert: Für alle landesweiten Bahnfahrten ist der Vor- und Nachlauf mit kommunalen Verkehrsmitteln dann obligatorisch. Nordrhein-Westfalen wird damit zum Modellfall für einen Landestarif, denn der Nahverkehrstarif der Deutschen Bahn geht im NRW-Tarif auf. Die Fahrgäste profitieren davon auf breiter Basis: Wer am Bahnhof in einer fremden Stadt ankommt, muss sich für die Weiterfahrt mit den örtlichen Bussen und Bahnen nicht mehr um das richtige Ticket

kümmern – die Fahrt ist beim NRW-Tarif inklusive.

SchöneFahrt mit dem NRW-Tarif

Der neue NRW-Tarif wird unter dem Motto „SchöneFahrt. Ein Ticket für NRW“ beworben. Eine umfassende Vermarktungs- und Kommunikationskampagne begleitete die Einführung. In der ersten Kampagnenwelle, die um den Starttermin 1. August geschaltet wurde, weckten knallgelbe Ortsschilder mit originellen Städtenamen das Interesse der Fahrgäste. Neuschöpfungen wie Padermund, Biele-trop oder Leverlohn verdeutlichten,

dass die nordrhein-westfälischen Städte durch den NRW-Tarif noch näher aneinander rücken. Neben Plakaten und Anzeigen informierte der VRR die Fahrgäste auch allein mit rund 132.000 Broschüren über den neuen Tarif und die Angebote. Die Tickets selbst standen im Mittelpunkt der zweiten Kampagnenwelle im September/Oktober: Mit den Slogans „Guter Kurs“, „Schlaue Formel“ und „All inclusive“ – auf Plakaten und in Anzeigen – wurden die einzelnen Ticketmerkmale deutlich herausgehoben.



Mit kombinierten Ortsnamen zeigte die Werbekampagne zum NRW-Tarif die neuen Fahrtmöglichkeiten mit einem Ticket auf.

EINFACHER ÜBERGANG ZWISCHEN VRR UND VRS

Im Sinne einer einheitlichen und kundenfreundlichen Tarifgestaltung wird zum 1. Februar 2005 der bisherige Übergangstarif (ÜT) zwischen VRR und VRS durch eine neue Regelung abgelöst. Für Fahrten über die Verbundgrenze gilt dann überall und einheitlich der VRS-Tarif – so wie bereits zuvor im „kleinen Grenzverkehr“ zwischen den Städten und Gemeinden, die unmittelbar an der Grenze liegen. Mit dieser Lösung ist die Nutzung der öffentlichen Verkehrsmittel für die Kunden erheblich einfacher und übersicht-

licher. Ein eigenes ÜT-Ticketangebot ist nicht mehr erforderlich. Stattdessen steht den Fahrgästen das gesamte VRS-Ticketsortiment zur Verfügung – so sind neben Einzel- und Zeittickets erstmals etwa auch Vierer- und Tagesticket erhältlich, die im ÜT nicht angeboten wurden. Die VRS-Tickets der entsprechenden Preisstufen sind in den einbezogenen Gemeinden auf VRR-Gebiet an den bekannten Verkaufsstellen erhältlich. Im Rahmen des NRW-Tarifs sollen in ganz Nordrhein-Westfalen Übergangstarife



Fahrten im Grenzgebiet von VRR und VRS werden durch die Kragenlösung mit VRS-Tickets einfacher.

grundsätzlich abgeschafft und durch solche einfache und kundenfreundliche Lösungen ersetzt werden.

DB HAT CITY-TICKET-FUNKTION ERWEITERT

Bereits seit einem Jahr können BahnCard-Kunden in Verbindung mit einem DB-Fernverkehrsticket in ausgewählten Zielstädten im VRR kostenlos mit kommunalen Bussen

und Bahnen weiterfahren. Diese von DB, Verband Deutscher Verkehrsunternehmen (VDV) und Verkehrsverbänden entwickelte City-Ticket-Funktion zur einfachen und bequemen Kombination von Fern- und Nahverkehr wurde zum Fahrplanwechsel am 12. Dezember 2004 von 46 auf 66 Städte im Bundesgebiet ausgeweitet. 18 davon liegen im VRR. Erstmals können das Angebot jetzt auch Besitzer der BahnCard 100 in Anspruch nehmen: Die City-Ticket-Funktion wurde in die BahnCard 100 integriert, die damit zur ersten deutschlandweiten Mobi-

litätskarte geworden ist. Sie gilt nicht nur für das gesamte DB-Netz, sondern auch im Nahverkehr am Abfahrts- und Zielort, sofern diese Städte in das City-Ticket einbezogen sind. Langfristig soll die durchgehende Reisekette mit Fern- und Nahverkehr kontinuierlich weiter ausgebaut, die City-Ticket-Funktion auf noch mehr Städte ausgedehnt werden.

Der Kauf von Nahverkehrstickets im VRR bleibt von diesen Regelungen unberührt: Nach wie vor gibt es im VRR-Tarif mit der BahnCard keine Ermäßigung.



Die BahnCard 100 wird nun auch in die City-Ticket-Funktion einbezogen, die die Weiterfahrt mit Bus und Bahn erlaubt.



VRR-Geschäftsführer Klaus Vorgang und Projekt Ruhr-Geschäftsführer Hanns-Ludwig Brauser unterzeichneten den Vertrag zum Ruhrpilot.

RUHRPILOT GEHT IN DIE UMSETZUNGSPHASE

Das Projekt Ruhrpilot geht in eine entscheidende Phase: Als Public Private Partnership von öffentlicher Hand und einem Betreiberkonsortium privater Unternehmen wird das bundesweit einmalige Verkehrsmanagement-System zurzeit aufgebaut. Ab dem Jahreswechsel 2005/2006 wird der Ruhrpilot die Daten des öffentlichen und des Individualverkehrs bündeln und zur effektiven Leitung der Verkehrsströme bereitstellen.

„Der Ruhrpilot ist ein intermodales Informations- und Steuerungssystem, das die aktuelle Verkehrslage abbildet und zuverlässige Prognosen liefert“, erläutert Detlef Oertel, Leiter der Abteilung Technik beim VRR. In den ruhrgebietsweiten Datenverbund, dessen Zentrale ab Ende 2004 in Essen aufgebaut wird, werden im Minutentakt die Informationen aus dem öffentlichen (ÖV) und dem Individualverkehr (IV) fließen. Dabei sind nicht nur die Autobahnen, sondern auch zahlreiche innerstädtische Verkehrsadern einbezogen. Dafür werden im Ruhrgebiet insgesamt 800 Mess-Stellen eingerichtet. Die Verkehrsunternehmen liefern die Daten

des ÖV an den VRR, der sie gebündelt an die Ruhrpilot-Zentrale weiterleitet. Die Reisenden können die Informationen per Internet, Telefon, Fax oder Handy abrufen und daraufhin ihre Fahrt mit allen zur Verfügung stehenden Verkehrsmitteln individuell planen.

Konsortium betreibt Ruhrpilot

Als privater Partner beteiligt sich ein Betreiberkonsortium am Ruhrpilot, dem Siemens AG I&S/IST, die Essener Verkehrs AG (EVAG), die PTV Planung Transport Verkehr AG aus Karlsruhe und die ddc Gesellschaft für Verkehrsdaten mbH in Bonn angehören. Diese Betreiberge-

meinschaft hat sich an einer Ausschreibung der Projekt Ruhr GmbH beteiligt, die in diesem Prozess federführend war. Die Betreibergemeinschaft finanziert den laufenden Betrieb des Ruhrpiloten, der zum Jahreswechsel 2005/2006 in zwei Stufen startet – zunächst im mittleren Ruhrgebiet zwischen Dortmund und Essen, dann in den weiteren Kommunen.

Mit insgesamt 29 Millionen Euro finanziert das Land den Aufbau des Systems Ruhrpilot mit. Dabei übernimmt der VRR eine zentrale Rolle: Er organisiert das Zuwendungsmanagement und leitet die Mittel des Landes an die beteiligten Kommunen und Verkehrsunternehmen weiter. Einen Teil erhält auch das Betreiberkonsortium für den Aufbau der Zentrale in Essen. Daneben wird im Jahr 2005 die Erweiterung der ÖV-Zentrale im VRR vorbereitet: „Für den Ruhrpiloten müssen neben den Fahrplandaten auch die Ist-Daten zu den aktuellen Standorten der Fahrzeuge erfasst und weitergeleitet werden“, erklärt Detlef Oertel. Parallel zu den Arbeiten beim VRR bauen auch die Kommunen die Erfassungssysteme in ihrem jeweiligen Bereich auf. „Der Ruhrpilot wird die Leistungsfähigkeit des Verkehrs im Ruhrgebiet nachhaltig steigern“, so Oertel. „Gerade beim Großereignis WM wird sich das für das Verkehrsmanagement in Ballungsräumen beispielhafte System positiv auf den Verkehrsfluss auswirken.“



Für die WM werden unter anderem die Kapazitäten auf der Strecke zur Arena AufSchalke in Gelsenkirchen erweitert.

FÜR DIE MOBILITÄT DER FANS AM BALL

Wenn im Sommer 2006 der WM-Ball in Deutschland rollt und „die Welt zu Gast bei Freunden“ ist, dann stehen im VRR-Gebiet gleich zwei Stadien im Blickpunkt: Dortmund und Gelsenkirchen sind Gastgeber der Fußball-Weltmeisterschaft – und für den Massenandrang der Fans aus aller Welt laufen die Vorbereitungen längst auf Hochtouren.

„Hunderttausende Besucher werden zum Erlebnis Fußball-Weltmeisterschaft ins Ruhrgebiet kommen, das ist für das gesamte Verkehrssystem eine enorme Herausforderung“, so Jürgen Hambuch, der beim VRR für die Gesamtkoordination der WM 2006 verantwortlich ist. Um den Anforderungen des Fußball-Weltverbandes FIFA gerecht zu werden, gilt es, – neben erheblichen Investitionen in die Infrastruktur – mit intelligenten Verkehrskonzepten die Besucherströme reibungslos zu lenken: sowohl zwischen den Städten als auch zu den Stadien. Zudem müssen Sicherheit und Information der Besucher gewährleistet werden, etwa durch neue technische Systeme wie den „Ruhrpilot“ (siehe S. 19).

Für den VRR ergeben sich vier wesentliche Aufgabenbereiche:

Planung des Regionalverkehrs

Während die Anbindung der Stadien an den jeweiligen Hauptbahnhof von den örtlichen Gremien organisiert wird, plant und bestellt der VRR die Sonderverkehre auf der Schiene zu den Bahnhöfen im Verbundgebiet. „Dabei müssen wir im Ballungsraum Ruhrgebiet natürlich über die Stadtgrenzen hinaus denken und ein abgestimmtes Angebot für den ganzen VRR erstellen“, erläutert Hambuch. Denn neben den Stadionbesuchern werden in der gesamten Region viele weitere WM-Touristen erwartet, die das Rahmenprogramm besuchen.

Verkehrsmanagement

Nach bewährtem Muster – etwa bei der ExtraSchicht – übernimmt der VRR die Gesamtkoordination der Verkehrsunternehmen in Abstimmung mit Polizei und Bundesgrenzschutz. Er stellt die Anschlüsse zwischen Zug und kommunalen Verkehrsmitteln sicher. Im Mittelpunkt stehen dabei die Logistik rund um die Hauptbahnhöfe in Gelsenkirchen und Dortmund sowie die Fahrgastinformation durch einheitliche Wegeleitsysteme und mehrsprachiges Servicepersonal. Als – erfolgreich absolvierter – Übungsfall für das WM-Verkehrsmanagement dienten im September die drei Konzerte der Popgruppe „Pur“ in der Arena AufSchalke, zu denen insgesamt mehr als 150.000 Besucher kamen.

Ticketing

Eine Delegation des Verbands Deutscher Verkehrsunternehmen (VDV), der auch VRR-Geschäftsführer Klaus Vorgang angehört, hat mit dem FIFA-Organisationskomitee ausgehandelt, dass zur WM ein KombiTicket für den ÖPNV angeboten wird – erstmals bei einer Fußball-Weltmeisterschaft.

Sicherheit

„Großveranstaltungen dieser Art erfordern einen hohen Sicherheitsaufwand und eine große Flexibilität“, erklärt Jürgen Hambuch. Deshalb steht der VRR bereits jetzt in regelmäßigem Kontakt mit den

Sicherheitsbehörden. Rechtzeitig sollen alle denkbaren Szenarien durchgespielt werden, um den regulären Ablauf der Veranstaltung abzusichern, aber auch auf neue Situationen – etwa falls es durch eine Bombendrohung zu Straßensperren kommen sollte – reagieren zu können.

Bereits im Vorfeld hat der VRR gemeinsam mit dem Land, den Kommunen und DB verschiedene Infrastrukturmaßnahmen geplant und auf den Weg gebracht, die den ÖPNV während der WM optimieren und darüber hinaus nachhaltig wirken. Insgesamt werden dafür gut 33 Millionen Euro aus Landesmitteln investiert.

In Gelsenkirchen beginnt die komplette Neugestaltung des Hauptbahnhofs im Januar 2005. Vorplatz und Gebäude erhalten ein neues Gesicht. Ebenfalls ausgebaut wird die Fahrleitungsanlage der Straßenbahnlinie 302 zur Arena AufSchalke, so dass zur WM Bahnen in Doppeltraktion in kurzen Takten fahren können. Zur Erhöhung der Kapazität wird an der Arena außerdem ein drittes Stellgleis eingerichtet. In Dortmund hat der Ausbau des DB-Haltepunkts Westfalenhallen bereits begonnen. Damit werden sowohl die Kapazitäten als auch die Sicherheit erhöht. Auch der Hauptbahnhof soll umgebaut werden. Wann die Arbeiten dort starten, steht allerdings noch nicht fest.

EXTRASCHICHT: DAS ANGEBOТ VERFEINERT



Eigens für Großereignisse hat der VRR spezielle Mobilitätskonzepte entwickelt. Das ÖPNV-Netz für die ExtraSchicht, die jedes Jahr mehr als 100.000 Besucher anzieht, haben die Experten des Nahverkehrsmanagements um Jürgen Hambuch mehrfach getestet und dabei das Konzept stetig verfeinert.

„Mit der ExtraSchicht 2004 haben wir nochmals einen enormen Qualitätssprung gemacht“, bewertet Jürgen Hambuch den Erfolg der Veranstaltung am 10. Juli. Die Vernetzung der 35 Spielorte und das Zusammenspiel aller Beteiligten funktionierten reibungslos. 120 Shuttle-Busse machten die rund 125.000 Nachtschwärmer mobil, die Takte wurden auf 15 Minuten verdichtet. Dadurch waren die Wartezeiten an den Haltestellen minimal. Die Besucher konnten mit ihrem ExtraSchicht-Ticket flexibel die Spielorte ansteuern. 120 eigens geschulte Lotsen gaben an allen Spielstätten Auskunft zu Fahrplänen und Veranstaltungsprogramm. Diese gute Leistung honorierten die Besucher der ExtraSchicht: 88 Prozent der befragten Gäste empfanden den Shuttle-Service als „wesentlich besser“ als im Vorjahr.

Die Planungen für die nächste ExtraSchicht am 4. Juni 2005 laufen bereits. Dann wird sich die Veranstaltung mit neuen Spielorten nach Osten ausdehnen.

Und der Blick geht noch weiter voraus: bis 2006, wenn die Nacht der Industriekultur während der Fußball-WM stattfindet. Am in NRW spielfreien 17. Juni ist die ExtraSchicht das Highlight im Rahmenprogramm der Region. Dann werden an den Spielorten noch erheblich größere Besucherzahlen erwartet, wenn zusätzlich zu den Gästen aus dem Revier und Deutschland auch die WM-Touristen aus aller Welt an dem Event teilnehmen. „Durch unsere Erfahrungen mit Großveranstaltungen wissen wir, dass wir mit unserem Verkehrsmanagement auch für dieses Ereignis gut gerüstet sind“, so Jürgen Hambuch.

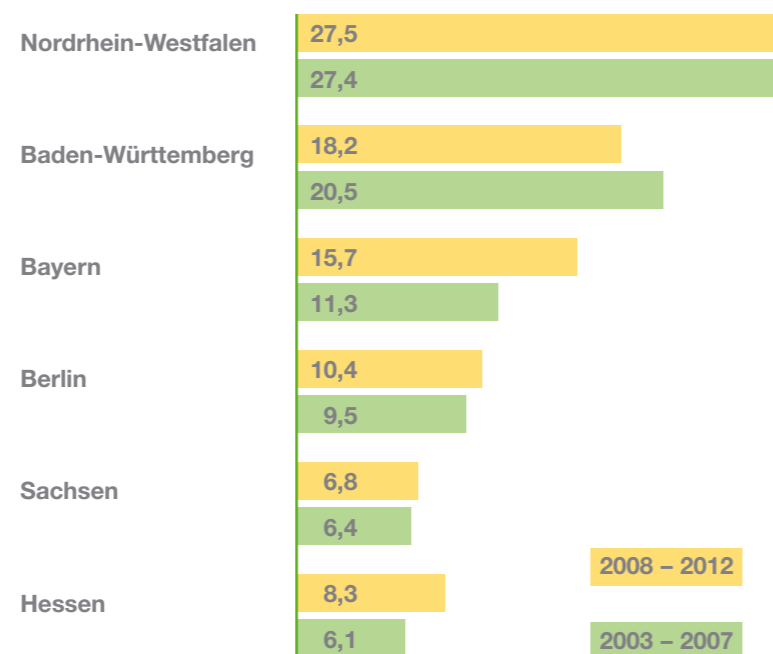
VDV-STUDIE: ÖFFENTLICHEN NAH-VERKEHR KONSEQUENT FÖRDERN

In den vergangenen Jahren sind die Fahrgastzahlen im ÖPNV deutschlandweit kontinuierlich gestiegen, aktuell liegen sie bei zehn Milliarden pro Jahr. Kontinuierliche, zielgerichtete Investitionen in den ÖPNV sind dabei die notwendige Voraussetzung, um diese positive Entwicklung weiter zu forcieren: alle Markterhebungen zeigen, dass die Fahrgastzahlen dort überproportional steigen, wo hohe Ausbaustandards erreicht sind. Zu diesem Schluss kommt die vom Verband Deutscher Verkehrsunternehmen (VDV), dem Deutschen Landkreis- und dem Deutschen Städtetag sowie dem Deutschen Verkehrsforum e.V. bei der Kölner Studiengesellschaft für unterirdische Verkehrsanlagen (STUVA) in Auftrag gegebene Studie „Investitionsbedarf des ÖPNV 2003 bis 2012“. Die aktuell vorgelegte Untersuchung ermittelt in dem genannten Zeitraum im öffentlichen Nahverkehr einen Investitionsbedarf von mehr als 35 Mrd. Euro, vor allem in den Bereichen Fahrzeugmodernisierung und Infrastrukturausbau. Die Zahl macht deutlich, dass der Investitionsbedarf auch nach 35 Jahren öffentlicher Förderung keineswegs gedeckt ist und Mittelkürzungen bei Bund und Ländern die Erfolge der Verkehrspolitik

der vergangenen Jahre stark gefährden würden. „Ein starker Standort Deutschland braucht leistungsfähige und moderne Nahverkehrssysteme, nicht zuletzt, um den drohenden „Verkehrskollaps“ auf den Straßen abfangen zu können. Gerade vor dem Hintergrund einer ökologisch und sozial verträglichen Stadt- und Verkehrsentwicklung

sind weitere Investitionen in den ÖPNV unerlässlich“, bilanziert der Präsident des Verbands Deutscher Verkehrsunternehmen, Günther Elste. Die Studie ist zu einem Preis von 9,50 Euro zu beziehen bei der beka Einkaufs- und Wirtschaftsgesellschaft für Verkehrsunternehmen mbH, Köln, Tel.: 02 21/95 14 49-0, E-Mail: info@beka.de.

Bundesländer mit hohem Investitionsbedarf Bereich kommunale Unternehmen und NE-Bahnen Anteil am Gesamtinvestitionsmittelbedarf (%*)



* jeweils bezogen auf die beiden betrachteten Zeiträume

VRR weiter im Aufwärtstrend

Für das Jahr 2004 kann der VRR erfreuliche Steigerungen bei den Fahrgastzahlen und Ticketeinnahmen verzeichnen: Insgesamt waren in den ersten neun Monaten des Jahres 3,9 Prozent mehr Fahrgäste im Verbundraum mit Bus und Bahn unterwegs, es wurden 779 Millionen Fahrten gezählt. Im gleichen Zeitraum stiegen die Ticketeinnahmen um 4,3 Prozent.

Besonders hoch waren die Zuwächse bei den Ticket-Angeboten für die junge Zielgruppe – SchokoTicket und YoungTicketPLUS. Gegenüber 2003 konnten hier beim Schoko-Ticket 20,1 Prozent, beim Young-TicketPLUS sogar 58,2 Prozent mehr Einnahmen verzeichnet werden.

Erfolgreiche Abostrategie

Die positiven Entwicklungen der Verkaufszahlen sind eine Bestätigung der VRR-Abostrategie, die konsequent auf passgenaue Angebote für jede ÖPNV-Nutzerschicht setzt. Auch im Bartarif war ein deutlicher Einnahmenanstieg zu verzeichnen, etwa beim Einzelticket für Erwachsene um 6,2 Prozent. Ein bedeutender Grund hierfür ist der seit gut einem Jahr in nahezu allen VRR-Bussen praktizierte kontrollierte Vordereinstieg. Die regelmäßigen Ticketkontrollen haben den Verkehrsunternehmen zu deutlich mehr Einnahmen verholfen.

Emscher-Ruhrtal-Netz geht an Abellio

Ab dem Fahrplanwechsel 2005 betreibt die Abellio GmbH, eine Schwester der Essener Verkehrs-AG (EVAG), die Emscher-Ruhrtal-Strecken RB 40 Essen – Bochum – Witten – Hagen und RB 64 Gelsenkirchen – Wanne-Eickel – Bochum. Damit hat seit langem wieder ein kommunales Tochterunternehmen den Zuschlag für ein SPNV-Teilnetz erhalten. VRR AÖR-Vorstand Martin Husmann betont, dass nicht allein der Preis ausschlaggebend war:

„Qualität und Innovation waren ebenfalls wichtige Eckpfeiler unserer Ausschreibungsstrategie.“ So kommen künftig auf der RB 46 neue Fahrzeuge mit Klima- und Videoanlage zum Einsatz, auf beiden Strecken wird die Sitzplatzkapazität erhöht. Insgesamt umfasst das Netz jährlich etwa eine Million Zugkilometer. Die Vertragslaufzeit für die RB 46 beträgt zwölf Jahre, für die RB 40 aus verfahrensrechtlichen Gründen zwei Jahre.

Fahrpreiserhöhungen 2005

Zum 1. Januar 2005 muss der VRR die Ticketpreise im Schnitt um 4,5 Prozent und damit deutlicher als bisher erhöhen. Ursache sind die auf Bundesebene beschlossenen drastischen Kürzungen im Ausbildungsverkehr, die auf die Vorschläge der Ministerpräsidenten Roland Koch und Peer Steinbrück zum Subventionsabbau (Koch-Steinbrück-Papier) zurückgehen. Der VRR muss sich damit in den nächsten drei Jahren auf Mittelkürzungen in Höhe von 24 Millionen Euro einstellen. „Wir haben die Anpassung auf alle Tickets so moderat wie möglich verteilt“, so VRR-Geschäftsführer Klaus Vorgang. Insgesamt liegt die Anpassung bei fast allen Zeitfahrkarten unter der im Bartarif – ein Ergebnis der konsequenten Förderung von Zeittickets. Unabhängig vom VRR erhöht die DB die Preise für verbundraumübergreifende Nahverkehrsfahrten. Betroffen davon sind auch die Fahrscheine des neuen NRW-Tarifs, SchönerTagTicket 5 Personen (27 statt 26 Euro) und SchöneFahrtTicket Single (21 statt 20 Euro) – und zwar bereits zum 12. Dezember 2004. Im VRR greift diese Erhöhung aber erst zum 1. Januar 2005.



NACHGEFRAGT BEI ...

ADOLF MIKSCH

Den spectrum-Fragebogen rund um das Thema Bus und Bahn beantwortet in dieser Ausgabe der Vorsitzende der VRR-Verbandsversammlung Adolf Miksch, der gleichzeitig auch Bürgermeister der Stadt Dortmund ist.

Erinnern Sie sich noch: Wann sind Sie zum ersten Mal in Ihrem Leben Bus oder Bahn gefahren?

Als kleines Kind im Jahre 1945 von Osten nach Westen. Es war auf der Flucht und bleibt somit im Gedächtnis haften.

An welches Erlebnis als Kunde im Nahverkehr erinnern Sie sich besonders gerne?

An die Gründung des VRR und damit die Möglichkeit, Busse und Bahnen mit einer Fahrkarte nutzen zu können.

Was war für Sie der Anlass, sich speziell für das Thema Verkehr zu engagieren?

Verstopfte Straßen und die Überzeugung, dass Auto, Bus und Bahn gleichwertige Verkehrsmittel sein müssen.

Wir schenken Ihnen ein VRR-Tagesticket für Ihre Familie. Wo fahren Sie hin?

Ich würde mit meinem Enkelkind einen der zahlreichen Freizeitparks im VRR-Gebiet besuchen.

Wie stellen Sie sich den Nahverkehr der Zukunft vor?

Nachfrageorientiert und mobilitätsgerecht für alle mit hohem Qualitätsstandard. Trotzdem muss der Nahverkehr der Zukunft bezahlbar bleiben.

Sie planen eine Zugfahrt. Welches Buch lesen Sie unterwegs?

Frank Schirrmacher: Das Methusalem-Komplott.

Angenommen, Sie hätten eine Milliarde Euro für den Nahverkehr im VRR zur Verfügung: Was machen Sie damit?

Das Geld würde ich in die Verbesserung der Infrastruktur im Nahverkehr stecken und versuchen, auf diesem Weg die Barrierefreiheit für Menschen mit Behinderungen und Mobilitätseinschränkungen durchzusetzen.



Impressum

Herausgeber:

Verkehrsverbund Rhein-Ruhr
Augustastrasse 1
45879 Gelsenkirchen
Telefon 02 09 / 15 84 - 0

Ribbeckstrasse 15
45127 Essen

Telefon 02 01 / 23 45 46
www.vrr.de

Verantwortlich für den Inhalt:

Hans Oehl, Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Realisation:

CP/COMPARTNER, Essen

Fotos: BAGSO, Bogestra, CP/COMPARTNER, Deutsche Bahn AG, DSL, Getty Images, Innenhafen Duisburg Entwicklungsgesellschaft, Lokomotiv, Ministerium für Gesundheit, Soziales, Frauen und Familie des Landes NRW, MVG, VRR, Zefa