



## INHALT

VORWORT	4
SCHIENENPERSONENNAHVERKEHR	6
KOORDINATION ÖFFENTLICHER PERSONENNAHVERKEHR	14
QUALITÄT, SICHERHEIT UND SERVICE	16
INNOVATIVE PROJEKTE IM VRR	20
TICKETS, TARIFE UND VERTRIEB	24
FAHRGASTINFORMATION	28
MARKTFORSCHUNG	32
WERBUNG UND VERKAUFSFÖRDERUNG	36
PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT	40
WIRTSCHAFTLICHE ENTWICKLUNG	44
ZAHLEN, DATEN, FAKTEN	48
IMPRESSUM	59



**KLAUS VORGANG**  
Geschäftsführer  
Verkehrsverbund  
Rhein-Ruhr GmbH



**HANS-OTTO CHRISTIANSEN**  
Vorsitzender des Aufsichtsrates  
Verkehrsverbund  
Rhein-Ruhr GmbH



**HUBERT GLEIXNER**  
Geschäftsführer  
Zweckverbandes VRR

## VORWORT

## VORWORT

Es gibt Zahlen, die machen stolz: Im Jahr 2001 lag der Verkehrsverbund Rhein-Ruhr bei der Entwicklung von Fahrgastzahlen und Fahrgeldeinnahmen deutlich über dem Landes- und Bundesdurchschnitt. Knapp drei Prozent mehr Fahrgäste – das ist ein Zugewinn auf bereits hohem Niveau auf einem ansonsten nahezu stagnierenden Markt. Schaut man hinter die Statistiken, so erschließen sich Gründe für diesen Erfolg.

Wir sind zurecht stolz – auf neue, behindertengerechte Haltestellen, auf moderne Fahrzeuge und Kommunikationssysteme, die den VRR stark machen. Es sind einzelne, sichtbare Ausprägungen einer Philosophie, die den Kunden in den Mittelpunkt rückt und ihm ein immer besseres Angebot macht. Denn schließlich wird keine Ausbaumaßnahme durchgeführt, nur um ein Fahrzeug schneller von A nach B fahren zu lassen. Das Ziel lautet, mit moderner Mobilitätsdienstleistung Bedürfnisse von Menschen zu erfüllen und sie schneller, bequemer und sicherer voranzubringen. Der Geschäftsbericht 2001 stellt deshalb mobile Menschen der Region in den Vordergrund.

Zufriedene Fahrgäste sind das Ziel unseres Handelns. Dabei bewegt sich der VRR als größter Verkehrsdienstleister in Europa in einem oftmals schwierigen Spannungsfeld aus sozialpolitischen Vorgaben, Kostendruck,

öffentlichem Meinungsbild und der Konkurrenz durch den werblich idealisierten Individualverkehr. Im Zuge der europäischen Liberalisierung des Marktes steht zudem der Wettbewerb mit privaten Anbietern bevor. Der VRR hat einen klaren Kurs eingeschlagen: Wir nutzen die Sparpotenziale des Wettbewerbs, setzen aber nicht auf die billigsten, sondern auf die besten Anbieter. Erklärtes Ziel ist zwar, die finanzielle Situation der Kassen von Städten und Kreisen zu verbessern, aber auf Dauer bringen nur Investitionen in die Qualität den Nahverkehr nach vorn und entlasten die öffentlichen Haushalte. Aber das geht nicht von heute auf morgen: Die Verkehrsunternehmen streben im Rahmen von Restrukturierungsprogrammen die Wettbewerbsfähigkeit in einem Übergangszeitraum von etwa acht Jahren an.

Die Kunden wollen Qualität, was alle Untersuchungen deutlich zeigen. Und Qualitätsaspekte – das heißt verbesserte Pünktlichkeit und Sauberkeit, mehr Sicherheit und Service – sind für Fahrgäste entscheidende Kriterien bei der Wahl des Verkehrsmittels. Nur mit hoher Qualität können die Verkehrsunternehmen auf Dauer im Markt bestehen. Daher ist das Thema Qualität in allen Bereichen des VRR ganz weit oben angesiedelt. Qualität ist kein Zufallsprodukt. Entsprechend haben wir zahlreiche Maßnahmen entwickelt, die uns immer ein Stück

weiterbringen. So werden beispielsweise zukünftig Kunden als Qualitätsscouts nicht nur im SPNV, sondern auch im ÖPNV eingesetzt. Weitere Projekte sind in Planung oder werden bereits als Pilotprojekte umgesetzt.

Das umfangreiche Controlling-System bei SPNV-Leistungen, das der VRR zurzeit aufbaut, sucht seinesgleichen. Qualität im SPNV wird objektiv messbar, Mängel werden erkennbar. Das ermöglicht zum einen die rasche Abhilfe bei Verschlechterungen und zum anderen die Kontrolle der vereinbarten Qualitätsstandards. Finanzielle Abzüge, aber auch Bonuszahlungen sind so denkbar und begründbar.

Qualität verursacht zwar Kosten, bringt aber auch zusätzliche Fahrgäste und Einnahmen. Nur ein hochwertiges Verkehrsangebot ist attraktiv genug, Autofahrer zum Umsteigen zu bewegen und als neue Kunden zu gewinnen. Nur zufriedene Kunden sind gute Werbeschafter und bleiben dem Nahverkehr treu. Positives Image, Werbewirksamkeit der Angebote, Kundenbindung und letztlich die Ertragslage der Verkehrsunternehmen – all das ist von der Qualität der Dienstleistung abhängig.

Einen weiteren Eckpfeiler in der Strategie des VRR bilden digitale Informations- und Serviceangebote. Mit vielen seiner Projekte ist der VRR wegweisend für andere Verkehrsverbände.

Ein Beispiel von hoher Bedeutung:

Das Elektronische Fahrgeld-Management (EFM) startet. Die Fahrgäste sammeln erste Erfahrungen mit den elek-

tronischen Fahrscheinen. Seit Oktober 2001 wird mit Landesmitteln ein Kompetenzcenter EFM für NRW beim VRR aufgebaut, was koordiniertes und kostengünstiges Handeln ermöglicht.

Moderne Technik hilft, das Verkehrsangebot im Ballungsraum Rhein-Ruhr zu optimieren. Und damit schließt sich der Kreis von der Technik zum Kunden. Stolz und Freude über technische Highlights reichen nicht aus, um die Zukunft zu gestalten. Innovation soll den Menschen nutzen, nicht Selbstzweck sein. Der VRR, seine Mitarbeiter und alle Kooperationspartner fühlen sich verantwortlich dafür, dass die Menschen dieser Region ihre Mobilität in einem attraktiven, integrierten System „erfahren“ können.



Für die Entwicklung des Nahverkehrs gilt eine Abwandlung des olympischen Leitsatzes „Citius, altius, fortius!“. Nicht schneller, höher, weiter, aber schneller, schöner, umweltfreundlicher soll er werden. Moderner Fuhrpark, transparente Architektur und neueste Technik als Visitenkarten. Immer leisere, schnellere Züge und behindertengerechte Zugänge dominieren das Bild zunehmend. So beeinflusst der Nahverkehr auch nachhaltig das Image einer Region positiv, denn Bahnhöfe und Fahrzeuge prägen den Eindruck, den Gäste und die Menschen, die hier leben, erhalten. Moderner Nahverkehr hat Vorbildfunktion und steht gleichzeitig stellvertretend für eine moderne Region.

## SCHIENENPERSONENNAHVERKEHR

DER NAHVERKEHR –  
DIE VISITENKARTE  
DER REGION

Die Modernisierung des SPNV im VRR schreitet voran. Das betrifft die Ausschreibung von Teilnetzen genauso wie Investitionen in neue Fahrzeuge, Stationen oder die Modernisierung vorhandener Anlagen. Gestützt werden die Maßnahmen durch Ergebnisse der Marktforschung. Kunden und potenzielle Kunden geben die Prioritäten vor. Der VRR ist Berater und Dienstleister. So hat er für eine erste Abschätzung der finanziellen Auswirkungen von neuen Stationen eine Untersuchung entwickelt, die den Kommunen die anfallenden Kosten aufzeigt und den erwarteten Einnahmen gegenüberstellt. So kann eine Entscheidungshilfe für den Bau neuer Haltepunkte gegeben werden.

**NEUE FAHRZEUGE**

Neue Fahrzeuge verbessern Komfort und Sicherheit für Personal und Fahrgäste, sind wirtschaftlicher und umweltfreundlicher. Seit 2001 fahren auf folgenden Linien neue Fahrzeuge:

- RE3 Mönchengladbach–Hamm
- RE10 Düsseldorf–Kleve
- RE31 Duisburg–Xanten
- RB33 Mönchengladbach–Wesel
- RB35 Wesel–Duisburg
- RB37 Duisburg–DU-Entenfang
- RB40 Essen–Hagen
- RB43 Dorsten–Dortmund
- RB44 Oberhausen–Bottrop
- RB46 Gelsenkirchen–Bochum
- RB58 Hagen–Iserlohn

**Modernisierungsoffensive**

In die Rahmenvereinbarung zwischen Landesregierung und der Deutschen Bahn AG zur Modernisierung von mehr als 100 Bahnhöfen in NRW sind nach Abstimmung mit dem VRR folgende Strecken und Einzelmaßnahmen aufgenommen worden:

- Duisburg–Viersen–Mönchengladbach mit den Bahnhöfen Duisburg Hbf, Duisburg-Hochfeld Süd, Duisburg-Rheinhausen Ost, Duisburg-Rheinhausen, Krefeld-Hohenbudberg Bayerwerk, Krefeld-Uerdingen, Krefeld-Linn, Krefeld-Oppum, Krefeld Hbf, Krefeld-Forsthaus, Willich-Anrath, Viersen und Mönchengladbach Hbf.
- Wuppertal–Solingen–Ohligs mit den Bahnhöfen Wuppertal Hbf, Wuppertal-Unterbarmen, Wuppertal-Barmen, Wuppertal-Oberbarmen, Wuppertal-Ronsdorf,

Remscheid-Lüttringhausen, Remscheid-Lennep, Remscheid-Mixsiepen, Remscheid Hbf, Remscheid-Honsberg, Remscheid-Güldenwerth, Solingen-Schaberg, Solingen-Mitte und Solingen-Grünewalder Straße.

- Dortmund–Unna–Lippstadt mit den Bahnhöfen (auf VRR-Gebiet) Dortmund-Westfalenhalle, Dortmund-Hörde, Dortmund-Aplerbeck und Dortmund-Sölde.
- Kleve–Krefeld mit dem Bahnhof (auf VRR-Gebiet) Kempen (Niederrhein).

**STRECKENPLANUNGEN**

**Ratinger Weststrecke**

Zur Reaktivierung der Ratinger Weststrecke (Duisburg-Entenfang–Ratingen–West–Düsseldorf-Rath–Düsseldorf Hbf) sind die Vorplanungen erstellt und die voraussichtlichen Kosten ermittelt worden. Die vorgesehenen Maßnahmen zur Verbesserung der Aufenthaltsqualität, der Behindertenfreundlichkeit und der Fahrgastinformation sollen bis Ende 2004 fertig gestellt sein.

**Neu- und Umbau RB47**

Nach wie vor hat die Durchbindung der RB47 Solingen–Remscheid–Wuppertal auf die S7 für alle Beteiligten hohe Priorität. Untersuchungen zur

Beseitigung des nicht unbedingt fahrgastfreundlichen Umstiegspunkts in Solingen-Ohligs ergaben, dass eine Verbesserung kurzfristig nur mit einem durchgehenden Betrieb mit modernen Dieselfahrzeugen auf der Gesamtstrecke Wuppertal–Remscheid–Solingen–Düsseldorf Hbf–Düsseldorf Flughafen zu erzielen ist.

**Verlängerung S4**

Für die Verlängerung der S4 von Dortmund-Lütgendortmund nach Wanne-Eickel ist eine Kosten-Nutzen-Analyse durchgeführt worden. Das Ergebnis ist positiv, die Investitionskosten sind aus volkswirtschaftlicher Sicht zu vertreten. Es konnte aber keine Bereitschaft der Anrainerkommunen erzielt werden, das jährliche Betriebskostendefizit von 4,6 Mio. Euro nach dem Bestellerprinzip zu finanzieren. Der VRR überlegt nun, die Verlängerung der S4 über eine Solidarfinanzierung im Rahmen einer Paketlösung zu gewährleisten.

**100 PROZENT FINANZIERUNG FÜR ZUBRINGERVERKEHR**

Das Land NRW hat auf Initiative des VRR die Förderkonditionen im Rahmen des Gemeindeverkehrsfinanzierungsgesetzes (GVFG) für die Anrainerstädte und Gemeinden erheblich verbessert. Somit können

Städte und Gemeinden für Verbesserungsmaßnahmen an vorhandenen S-Bahn-Stationen Fördermittel in Höhe von 100 Prozent der zuwendungsfähigen Kosten zuzüglich sieben Prozent Planungshilfen erhalten. Dies gilt besonders auch für die Bereitstellung der noch fehlenden P+R- und B+R-Abstellanlagen sowie für andere flankierende Verbesserungsmaßnahmen.

#### INFRASTRUKTURMASSNAHMEN IM SPNV

##### Fahrradboxenanlage Langenfeld

In enger Abstimmung mit dem VRR baute die Stadt Langenfeld die vorhandenen Fahrradabstellanlagen an der S-Bahn-Station Langenfeld (Rheinland) aus. Die vorhandenen überdachten Fahrradständer wurden um 110 diebstahlsichere Radboxen mit dem vom VRR entwickelten Schließ- und Verwaltungssystem ergänzt. Damit steht in Langenfeld die bisher größte Einzelanlage mit Fahrradboxen im VRR-Raum. Es handelt sich hier um eine erste kommunale Verbesserungsmaßnahme im S-Bahn-Bereich, die aufgrund der Initiativen des VRR mit einer günstigen „Landesförderung“ gebaut werden konnten. Die zuwendungsfähigen Baukosten wurden mit 100 Prozent gefördert. Das war bisher nur bei der DB AG als Finanzierungsträger möglich.

##### Mobilitätsgerechter Ausbau

Der mobilitätsgerechte Ausbau von S-Bahn-Stationen ist 2001 fortgeführt worden. Von insgesamt 162 Stationen sind 93 mit Rampen oder Aufzügen ausgestattet, an 87 Stationen ist ein stufenloser Zugang zum Fahrzeug möglich. 60 Stationen sind komplett mobilitätsgerecht ausgestattet. Folgende Maßnahmen wurden im Jahr 2001 fertig gestellt:

- Recklinghausen Hauptbahnhof: Aufzüge im Bahnhofsgebäude
- Castrop-Rauxel Hauptbahnhof: Zugang, Aufzug, P+R-Anlage
- Gelsenkirchen-Buer Nord: Aufzug, P+R-Anlage
- Gelsenkirchen-Rotthausen: Rampen, Ausstattung
- Wattenscheid-Höntrop: Bahnsteigaufhöhung, Rampen
- Krefeld Hauptbahnhof: Dachsanierung
- Mettmann-Stadtwald: Aufzüge

##### RegioBahn Kaarst–Mettmann

Der VRR konnte 2001 die Überwachung der letzten Baumaßnahmen der RegioBahn Kaarst–Mettmann abschließen. Die nachträglich beschlossenen Maßnahmen für die Verbesserung von Sicherheit und Service sollen im Jahr 2002 in Betrieb genommen werden.

##### AUSSCHREIBUNG UND VERGABE

Ausgehend von den im Jahr 2000 gebildeten Teilnetzen sind im Herbst 2001 drei weitere Ausschreibungsverfahren eingeleitet worden. Diese werden jeweils mit benachbarten Zweckverbänden gemeinsam durchgeführt. Die Vergabe der Teilnetze ist für die zweite Jahreshälfte 2002 vorgesehen. Zum Fahrplanwechsel im Dezember 2004 sollen die Betriebsaufnahmen erfolgen. Die Ausschreibungen in der Übersicht:

##### Teilnetz Essen (Haardtachse)

- RE2 Mönchengladbach–Essen–Wanne-Eickel–Münster
- RB42 Essen–Wanne-Eickel–Münster

##### Teilnetz Dortmund 1 (Westmünsterlandbahn)

- RB51 Dortmund–Coesfeld–Gronau–Enschede

##### Teilnetz Dortmund 2 (Sauerlandnetz)

- RB52 Dortmund–Hagen–Lüdenscheid
- RB53 Dortmund–Schwerte–Iserlohn
- RB54 Unna–Fröndenberg–Neuenrade
- RE57 Dortmund–Bestwig–Winterberg

##### VERGABE DER LINIEN RB36 UND RB44

Im Mai 2001 wurden die ausgeschriebenen Linien RB36 Oberhausen–Duisburg-Ruhrort und RB44 Oberhausen–Dorsten an die Prignitzer Eisenbahn GmbH (PEG) vergeben. Die PEG ist ein 1996 gegründetes Eisenbahnverkehrsunternehmen aus Brandenburg, das bereits Eisenbahnverkehr in den neuen Bundesländern betreibt. Die PEG wird den Betrieb zum Fahrplanwechsel im Dezember 2002 mit umweltfreundlichen, mit Rapsöl betriebenen Fahrzeugen aufnehmen.

##### ITF II – ZWISCHENSTUFE 2002/2003

Zum Fahrplanwechsel am 15. Dezember 2001 wurde eine weitere Stufe zum Integralen Taktfahrplan II (ITF II) umgesetzt. Im Jahr 2001 sind die vorbereitenden Arbeiten zwischen den SPNV-Zweckverbänden, dem



NRW Verkehrsministerium und der DB zur Abstimmung des Fahrplankonzepts intensiviert worden. Das bisher abgestimmte Fahrplankonzept sieht eine Erhöhung des SPNV-Leistungsangebots im VRR auf rund 42,5 Mio. Zugkilometer vor. Im Einzelnen:

- Landesweites schnelles RE-Netz:  
Stündliche und schnelle Verbindung zwischen den Mittel- und Oberzentren des Landes. Halbstündliche Verbindung auf aufkommensstarken Achsen
- Koordination des Nahverkehrsnetzes mit dem Fernverkehrsnetz nach Inbetriebnahme der Neubau-  
strecke Köln–Rhein/Main
- Kompensation von wegfallenden Fernverkehrslinien  
durch RE-Linien
- Einbeziehen von Maßnahmen des ÖPNV-Ausbauplans

#### OLYMPIA-NETZ 2012

Zur Unterstützung der Region bei der Bewerbung für die Olympischen Sommerspiele 2012 hat der VRR für die Unternehmensberatung Roland Berger erste Ideen für ein Olympia-Netz skizziert und erste Abschätzungen der erforderlichen Leistungsfähigkeit des Schienennetzes vorgenommen. Roland Berger arbeitete im Auftrag des Landes NRW.

#### QUALITÄTSSTANDARD „PÜNKTLICHKEIT S-BAHN“

Der im Jahr 2000 mit der DB Regionalbahn Rhein-Ruhr GmbH für 2001 vereinbarte Qualitätsstandard „Pünktlichkeit S-Bahn“ von 90 Prozent wurde mit 89,4 Prozent im Jahresmittel knapp verfehlt. Im Vergleich zu der im Jahr 2000 erzielten durchschnittlichen Pünktlichkeit von 86,4 Prozent konnte jedoch eine deutliche Verbesserung erreicht werden.

#### QUALITÄTSSTANDARD „ZUSTAND FAHRZEUGE“

Der Qualitätsstandard „Zustand Fahrzeuge“ ist im März 2001 von der DB Regionalbahn Rhein-Ruhr GmbH und dem VRR unterschrieben worden. In einer repräsentativen Stichprobe wurden über das ganze Jahr verteilt Fahrzeuge aller Produkte in den Kategorien Sauberkeit, Beschaffenheit und Funktion sowie Graffiti gemessen. Diese Daten werden auch von der DB Regionalbahn im Rahmen ihres internen Qualitätsmanagements genutzt. So kann die DB auch im Jahresverlauf kurzfristig reagieren. Der erreichte Jahreswert von 92,1 Prozent übertraf den für 2001 vereinbarten Zielwert von 91,0 Prozent.

#### ENTWICKLUNG EINES QUALITÄTSCONTROLLINGSYSTEMS

Ende 2001 wurde mit der Entwicklung eines Vertragscontrollingsystems begonnen. Neben den bereits vereinbarten Qualitätsstandards „Pünktlichkeit S-Bahn“

sowie „Zustand Fahrzeuge“ sollen auch die 2001 erarbeiteten Standards „Pünktlichkeit RB und RE“, „Vertrieb“ und „Sicherheit“ einfließen. Jährlich durchgeführte, linienbezogene Messungen der Kundenzufriedenheit und Meldungen der QualitätsScouts sollen bestellentgeltrelevant einfließen.

#### QUALITÄTSVEREINBARUNGEN FÜR DEN SPNV-VERTRIEB

Für die ausgeschriebenen Linien RB 36 und RB44 wurden mit der DB Regionalbahn Rhein-Ruhr GmbH Qualitätsvorgaben für den Automatenvertrieb vereinbart. Ergänzend hierzu wurden für den VRR-weiten Automatenvertrieb, den personenbedienten Vertrieb, den Bereich „CallCenter“ und den Bereich „Abonnement“ Qualitätsvereinbarungen formuliert. Der VRR ist zuversichtlich, diese noch 2002 in den Gremien des VRR beschließen zu lassen.



So wie der SPNV die Knotenpunkte des VRR-Gebietes im Schnellverkehr verbindet, erschließt der kommunale ÖPNV die feinen Verästelungen des dichten Verkehrsnetzes im größten Ballungsraum Europas mit Straßen- und Stadtbahnen, mit U-Bahn und Bussen. Der VRR koordiniert die innerstädtische Verkehrsbeschleunigung sowie den kostengünstigen und sicheren Betrieb. Wichtigster Einzelposten in diesem Gefüge war im vergangenen Jahr die Inbetriebnahme der Stadtbahn-Linie U17 in Gelsenkirchen.

#### BESCHLEUNIGUNGSMASSNAHMEN UND UMBAUTEN

Rund sieben Kilometer lang ist die neue Stadtbahnstrecke der Linie U17 vom Holsterhauser Platz bis zur Fischerstraße in Gelsenkirchen Horst. Im September 2001 wurde die Südstrecke als so genannte Beschleunigungsmaßnahme in einer ersten Stufe bis zur Haltestelle Holsterhauser Platz realisiert. Die Nordstrecke wurde vollständig umgebaut. In Tunnellage führt dieser Teil über drei unterirdische Bahnhöfe und eine Rampe an der „Zweiten Schichtstraße“ an die Oberfläche mit weiteren vier Haltestellen. Sie endet zurzeit an der Haltestelle Fischerstraße auf Gelsenkirchener Gebiet. Die Linie wird später bis zur Haltestelle Buerer Straße in Gelsenkirchen-Horst verlängert.

In Düsseldorf gingen die planmäßigen Arbeiten für die Stadtbahnstrecke zur Siegburger Straße mit dem Einbau der Zugsicherungsanlage zeitgerecht voran. Es konnten bereits erste Prüffahrten durchgeführt werden.

#### STELLWERKE

Auch 2001 hat der VRR in vielen Gutachten die vom Zuwendungsgeber vorgeschriebenen Ermittlungen über den zuwendungsfähigen Umfang an Reservebauteilen durchgeführt, die zur zuverlässigen Funktion von Stellwerken erforderlich sind. Diese Ermittlung der Zuwendungsmöglichkeiten zur Pflichtausstattung helfen Unternehmen, den Eigenaufwand für den Stadtbahnbetrieb zu senken. Darüber hinaus hat der VRR die Prüfungen und Abnahmen in den Stellwerken Altenessen, Essen Hbf und Heinrich-Heine-Allee durchgeführt.

#### MOBILITÄTSVERBESSERUNG

Seit vielen Jahren bemühen sich Städte und Verkehrsunternehmen, die baulichen Stadtbahnanlagen zur Benutzung für in ihrer Mobilität eingeschränkte Fahrgäste zu erleichtern. So wurden an der Ruhr-Universität in Bochum ein Aufzug und eine Fahrtreppe in Auftrag gegeben und in Essen Hbf Aufzüge ausgeschrieben. Die Essener Aufzüge erhalten besondere Bedeutung, wenn der Umbau der Stadtbahnanlagen im Essener Hbf vollendet wird und die dadurch heute noch notwendigen Umsteigevorgänge über die Treppenanlagen entfallen.

#### BRANDSCHUTZ

In den letzten Jahren sind bei Stadtbahn- und U-Bahnanlagen weltweit vermehrt Brandunfälle zu verzeichnen gewesen. Um die Fahrgastsicherheit in den Stadtbahnanlagen zu erhöhen, werden daher in verstärktem Maße die Kabelanlagen in den Tunneln brandsicher verkleidet. Hierzu laufen auch Vorbereitungen zur Nachrüstung für die U35 in Herne und Bochum.



„Die Kraft liegt in der Qualität“, wusste der Philosoph Friedrich Nietzsche. Betrachtungen zu diesem Begriff finden sich bei Staatsmännern, Erfindern und natürlich bei Managern. Qualität ist in der Wirtschaft zum Maßstab für die eigene Leistungskraft und Marktchance geworden. Qualitätsmanagement bestimmt den Arbeitsalltag in Produktion und Dienstleistung – in Krankenhäusern, im Automobilbau wie bei Verkehrsdienstleistern. Qualität ist eine große Herausforderung für die Unternehmensleitung. Denn Qualität ist das Gegenteil des Zufalls. Und Kunden nehmen gezielte Anstrengungen um verbesserte Qualität wahr.

**QUALITÄT, SICHERHEIT UND SERVICE**  
SICHERHEIT UND QUALITÄT  
SIND ZENTRALE  
KUNDENWÜNSCHE



Verbesserte Qualität im Nahverkehr – dazu gehören für das Qualitätsmanagement des VRR Faktoren wie Service, Sauberkeit, Pünktlichkeit, Information, aber auch Kriterien der objektiven und subjektiven Sicherheit bei der Benutzung öffentlicher Verkehrsmittel. Mit der Einrichtung des VRR-Sicherheitsmanagements ist diesbezüglich ein großer Schritt nach vorn gemacht worden. Verbessertes Controlling durch QualitätsScouts und Kundenbefragungen hilft, Standards zu definieren und zu überwachen.

#### EINSATZ VON QUALITÄTSCOUTS

Das Pilot-Projekt QualitätsScouts des VRR und der DB Regionalbahn Rhein-Ruhr ist beendet. Nach positiven Erfahrungen wird der VRR das Projekt nach konzeptionellen Modifizierungen ab Oktober 2002 weiterführen und auf die kommunalen Verkehrsunternehmen ausweiten. Vor allem die Zielsetzungen „Imageverbesserung“ und „Kundenbindung“ wurden erreicht. Die ehrenamtliche Tätigkeit der QualitätsScouts hat sich bewährt. Die Neukonzeption will die Scouts als feste Institution im ÖPNV mit mehr themenorientierten Aufgaben und kleineren Projekten etablieren.

#### PROJEKT BAHNHOFSPATENSCHAFTEN

Seit Juni 2000 verantwortet der VRR die Umsetzung des Pilotprojekts Bahnhofspatenschaften. Zielsetzung des Projekts ist, das Verantwortungsbewusstsein der Bürger für „ihren“ Bahnhof zu steigern. Seit der ersten Patenschaft im Jahr 2000 in Recklinghausen-Süd entwickelte

sich großes Interesse im Raum des VRR und darüber hinaus. Ein neues Handlungskonzept dient als Instrument für die NRW-weite Umsetzung. Wesentliche Bestandteile sind beispielsweise die Einbindung der Kommunen und Gemeinden über Kooperationsvereinbarungen sowie Rahmenverträge mit der Deutschen Bahn AG. Mittlerweile sind Patenschaften für ein knappes Dutzend Bahnhöfe in der konkreten Planung oder bereits umgesetzt.

#### GUTER START DES VRR-SICHERHEITSMANAGEMENTS

Die Zentralstelle für regionales Sicherheitsmanagement und Prävention (ZeRP) hat sich in den letzten zwei Jahren auf die Auswertung von Daten und die Entschärfung von Brennpunkten konzentriert. Bis Ende 2001 sind insgesamt fast 25.000 Meldungen ausgewertet worden. Die Aktivitäten haben bei konkreten Projekten zu sichtbaren Erfolgen geführt. Ein wichtiges Element ist unter anderem der „Baukasten Prävention“, der weit über die Grenzen des VRR hinaus bekannt und

gefragt ist. Hier werden erprobte Lösungsansätze zu unterschiedlichsten Problemen aufbereitet und dokumentiert. Schon 2001 wurden zusätzliche themenbezogene Projekte angestoßen, die 2002 konkret umgesetzt werden sollen. Dabei geht es insbesondere darum, die ZeRP-Aktivitäten bei Mitarbeitern der Verkehrsunternehmen und in der Bevölkerung bekannter zu machen. Weiteres Schwerpunktprojekt ist die Bekämpfung von Graffiti. Derzeit liegt der geschätzte Schaden durch Graffiti im Gebiet des VRR bei 15 Mio. Euro jährlich. Es gilt, mit frühzeitigen Maßnahmen und in Kooperation mit anderen Betroffenen vorzugehen. Hierzu nahm die ZeRP Kontakt mit dem Deutschen Städtetag und niederländischen Verkehrsanbietern auf.



Gesellschaften, ihre Systeme und Menschen entwickeln sich heute schneller denn je. Das schafft Chancen, Risiken und neue Aufgaben. Der Antrieb, etwas besser zu machen, zieht sich durch die Geschichte. Wenn das Ergebnis einen Qualitätssprung, eine neue Idee, eine andere Strategie bedeutet, heißt es Innovation. Oft begegnet sie Skepsis, weil die Veränderung mit Bewährtem konkurriert oder nicht verstanden wird. Heute schütteln wir mit dem Kopf, dass Konrad Zuses erster Computer nicht einmal zum Patent zugelassen wurde. Inzwischen schlägt das Pendel manchmal heftig in die andere Richtung der Technikgläubigkeit aus. Sich neuen Techniken zu öffnen, ihnen aber nicht blind zu verfallen, sowie verschiedene Ansätze und Systeme zu kombinieren und zu integrieren, lautet die Forderung – auch an moderne Verkehrsunternehmen. Innovation soll dem Menschen nutzen, nicht Selbstzweck sein.

**INNOVATION**  
VOM ANTRIEB,  
BESSER  
ZU WERDEN

Der VRR ist mit seinen innovativen Projekten in vielerlei Hinsicht bundesweit und international wegweisend für andere Verkehrsverbünde. Dazu gehören zum Beispiel der Modellcharakter verschiedener Verwaltungsabläufe, Verkehrskonzepte und das strategische Marketing für den ÖPNV. Die Zukunft gehört der individuellen Mobilität. Der VRR nimmt diese Herausforderung an. Das Projekt combicar verknüpft die Vorzüge unterschiedlicher Verkehrsmittel. Die Einführung des Elektronischen Fahrgeldmanagements (EFM) vereinfacht den Zahlungsverkehr für Kunden und Unternehmen. Neuerungen, die sich an Bedürfnissen orientieren und Aufgaben lösen.

#### PROJEKT COMBICAR

Im September 2001 gab Verkehrsminister Ernst Schwanhold am Dortmunder Hauptbahnhof den Startschuss für das vom Land NRW geförderte Pilotprojekt combicar. Partner des auf zwei Jahre angelegten Projekts sind neben dem VRR die Dortmunder Stadtwerke AG, der CarSharing-Betreiber stadtmobil Dortmund, das Wuppertaler Institut für Klima, Energie und Umwelt (wissenschaftliche Begleitforschung) und die Firma EVO, die 2002 Elektroautos in den Fuhrpark einbringt. Mit combicar soll die Produktpalette des ÖPNV erweitert und mit den Stärken des Autoverkehrs sinnvoll kombiniert werden.

Im Focus stehen dabei zunächst Berufspendler. combicar bietet ihnen die Möglichkeit, morgens mit dem Auto zu einer der combicar-Stationen und weiter mit öffentlichen Verkehrsmitteln zur Arbeit zu fahren. Abends steht das Fahrzeug wieder bereit, und auch am Wochenende hat der combicar-Nutzer es zur Verfügung. Während der

Pendler arbeitet, sollen die Fahrzeuge bei Firmen, Verwaltungen etc. im Rahmen des so genannten combicar business den Fuhrpark ergänzen oder gar ersetzen und auch von Privatkunden genutzt werden. Über diese Form des Angebots soll die Auslastung der Fahrzeuge gesteigert und das Ziel einer Deckung der Vollkosten bis Ende 2002 erreicht werden. Die innovativen Komponenten sind einfaches Handling durch weiterentwickelte Zugangs- und Buchungssysteme mit vereinfachten Tarifformen im Vergleich zum Carsharing und günstige Preise (der Pendler spart bis zu 150 Euro monatlich im Vergleich zum eigenen Fahrzeug). Der Einsatz neu entwickelter Elektroautos mit dazugehöriger Solartankstelle ist als „Versuch im Versuch“ seit Mai 2002 integriert.

Nach einem halben Jahr nutzten zahlreiche Kunden das Angebot. Zunächst werden combicar-Fahrzeuge an den Stationen Castrop-Rauxel Hbf, Schwerte Bf, Unna Bf, Hörde Bf und Dortmund Hbf angeboten. Dabei ist die

Nachfrage an den Standorten in Dortmund mit einem etablierten CarSharing-System am größten. Für die Tagesnutzung werden mit erstem Erfolg Firmen im Umfeld der Standorte gesucht. Auch hier müssen vorhandene Strukturen oder Gewohnheiten aufgebrochen werden, zum Beispiel langjährige Vertragsverhältnisse zu Automobilherstellern oder -vermietern. Zudem erwies sich der aus dem CarSharing entwickelte combicar business-Tarif als zu kompliziert und wird 2002 auf die Bedürfnisse der Firmenkunden zugeschnitten. Weitere Marketingmaßnahmen sollen den Bekanntheitsgrad des Produkts steigern. Um auch im Internet Informationen abrufen zu können, wurde die combicar Homepage [www.combicar.org](http://www.combicar.org) eingerichtet.

#### ELEKTRONISCHES FAHRGELDMANAGEMENT

Für die Einführung der Fahrschein-Abonnements auf Chipkarte musste das Layout der verschiedenen Tickets frühzeitig angepasst werden. So wurde die Gestaltung

auf das Scheckkartenformat modifiziert sowie das Thermofeld auf der Rückseite inhaltlich festgelegt. Für die Hintergrundsysteme der Verkehrsunternehmen und die Initialisierungs- und Lesegeräte wurden im Hause VRR umfangreiche technische Dokumente verfasst. Zudem wurde ein möglichst weit reichender Algorithmus für die automatische Ticketprüfung bei Chipkarten entwickelt. Das EFM wird langfristig die Vertriebslandschaft im VRR verändern. Schon die erste Stufe hat Auswirkungen auf die Arbeitsabläufe in den Vertriebsstellen. Um die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Verkehrsunternehmen über die neuen Aufgaben und die langfristige Ausrichtung zu informieren, wurden erste Vorbereitungen für computerunterstützte Schulungen gemacht. Die Arbeiten setzen sich im Jahr 2002 fort.



Die gesellschaftliche Individualisierung und Differenzierung ist seit geraumer Zeit ein Lieblingsthema der Soziologie. Menschen entwickeln ihre Anschauungen und Lebensstile flexibler als früher, von unterschiedlichen, oft widersprüchlichen Einflüssen durch Medien und wechselnde Lebenssituationen geprägt. Für Verkehrsplanung und Tarifangebote sind diese Entwicklungen eine große Herausforderung. „Den“ Kunden gibt es nicht. Und die verschiedenen Kunden wollen individuell mit Angeboten angesprochen werden. Maßgeschneiderte, flexible Tarife, die sich an den Bedürfnissen und Wünschen des Kunden orientieren, bieten dem Individualverkehr Paroli. Nicht jede Nische muss dabei gefüllt werden. Aber die Bereitschaft, auf aktuelle Ansprüche sofort zu reagieren, macht einen Verkehrsanbieter stark.

## TICKETS, TARIFE, VERTRIEB

VIelfalt  
IM  
VERBUND



Die Optimierung der Tarifstrukturen des VRR hat sich im Jahr 2001 bewährt. Verkehrsunternehmen und Kunden profitieren von dieser tariflichen Transparenz. Die Differenzierung der Angebote stand auch im vergangenen Jahr im Focus von Vertrieb und Marktforschung. Mit neuen Ticketformen finden Stammkunden und Gelegenheitsnutzer das für sie optimale Angebot. Ein weiterer Schwerpunkt der Arbeit ist die organisatorische Unterstützung der Verkehrsunternehmen. Vertriebssoftware und Vertriebshandbücher werden ständig an neue Erfordernisse angepasst.

#### TICKET1000/2000NEU

Immer mehr Menschen ließen sich im Jahr 2001 für die Abonnementtickets begeistern. Das mit der Tarifreform weiterentwickelte und flexibler gestaltete, differenzierte Leistungsangebot mit dem preisgünstigen Basis-Ticket (Ticket1000) und seinem leistungsstarken Pendant (Ticket2000neu) hat neue Stammkunden gewonnen. Insgesamt ergab sich in diesem Bereich im Vergleich zum Jahr 2000 eine Umsatzsteigerung von 13,7 Mio. Euro (plus 3,6 Prozent).

#### KURZSTRECKE

Um das Kurzstreckensystem transparenter und damit kundenfreundlicher zu gestalten, wird seit Beginn 2001 ein neu gestaltetes Kurzstreckenticket angeboten. Mit diesem Ticket kann von jeder Haltestelle aus eine Entfernung von rund 1,5 Kilometern angefahren werden. Dies sind durchschnittlich drei oder vier Haltestellen. Die Geltungsdauer beträgt 30 Minuten, ein Umsteigen auf Eisenbahnen ist nicht möglich. Die Umsatzrück-

gänge im Kurzstreckensegment konnten gestoppt werden, die Steigerungen in der Preisstufe A fielen höher aus als erwartet.

#### AUFTRITT FÜR DAS SCHOKOTICKET

Nach der Begleitung des Pilotversuchs zum „SchokoTicket“ in den Städten Bochum, Dortmund und Neuss hat der VRR 2001 zur Vorbereitung der verbundweiten Einführung für die Unternehmen und Schulträger umfassende Informationsmaterialien zu tariflich und vertriebslich relevanten Themen erstellt. Mitarbeiter der Fachgruppen Tarifentwicklung und Vertrieb haben zahlreiche Informationstermine vor Ort (Ratssitzungen, Schulungen etc.) wahrgenommen. Ferner wurde für die verbundweite Einführung für die neuen Abonnenten der Druck von Tickets, SchokoTicket-Anträgen und Broschüren organisiert sowie die Aktualisierung des speziellen Webauftritts zum SchokoTicket betreut. Weitere Informationen gibt es auch unter [www.schokoticket.de](http://www.schokoticket.de).

#### VERTRIEBSSOFTWARE PT

Auch 2001 setzte sich die Betreuung der acht Verkehrsunternehmen fort, die die Vertriebssoftware PT anwenden. So wurde das Konsortium CSC-Ploenzke/HanseCom in Vorbereitung auf die Einführung des Elektronischen Fahrgeldmanagements mit der Entwicklung zusätzlicher Vertriebssoftware („PT-EFM“) beauftragt. Die Aufgabe des VRR war es, die Auftragsverhandlungen aktiv zu unterstützen sowie Inhalte zur Erstellung des Pflichtenhefts beizusteuern. Darüber hinaus wurden vom VRR vier PT-Gesellschafterversammlungen betreut.

#### SPNV-VERTRIEBSLEISTUNG

Spätestens 2004 läuft der bestehende Verkehrsvertrag mit der DB AG aus. Um in den dann folgenden Verträgen die SPNV-Vertriebsleistung grundlegend im Hinblick auf Qualität auszurichten und den Vertrieb wirtschaftlich optimieren zu können, wurde 2001 mit Arbeiten zur Neukonzeption des SPNV-Vertriebs begonnen.



#### VERTRIEBSHANDBÜCHER

Im Jahr 2001 wurden von der Fachgruppe Vertrieb zwei Mal Aktualisierungen des Handbuchs für Tarif und Vertrieb herausgegeben. Des Weiteren wurden die Auflagen 2002 der Broschüren „Tickets und Tarife“ und „Hinweise für Prüfer“ inhaltlich vorbereitet.

#### EINNAHMENSICHERUNG

Im Arbeitskreis „Einnahmensicherung/Erhöhtes Beförderungsentgelt“ wurden Erfahrungen der Verkehrsunternehmen ausgetauscht und erfolgreich erprobte Strategien vorgestellt, die der Optimierung der Einnahmensicherung dienen. Erste Umsetzungserfolge sind zu beobachten.

Psychologen haben das Phänomen „Warten“ untersucht. Ein Ergebnis: Im Grunde unseres Herzens sind wir alle Kinder. Wir können nämlich nicht warten. Werden unruhig, wenn der Strom ausfällt, die Warteschlange stockt, es im Stau nicht vorangeht. Wenn Bus oder Eisenbahn zu spät kommen, rätseln wir, ob der Anschluss passt, ob die Zeit reicht, um schnell ein Brötchen zu holen. Wo die Nachricht fehlt, wachsen Gerüchte und Ärger. Geschicktes Informationsmanagement vermeidet ein solches Vakuum. Nutzt Wartezeit vielleicht sogar. Die Verkaufspsychologie weiß zum Beispiel von unserem Drang zu Spontankäufen aus kassennahen Displays, wenn es nur langsam weitergeht. Verkehrsdienstleister sind vor allem gefordert, ihre Kunden schnell und zuverlässig zu informieren, wenn es zu Störungen des Betriebsablaufs kommt. Auf dem Bahnsteig zu warten, nicht zu wissen wieso und wie lange – das verzeihen die wenigsten Kunden.

## FAHRGASTINFO UND GENERELLES INFOMANAGEMENT

NIEMAND  
WILL SINNLOS  
WARTEN



Die Verkehrskonzepte des VRR bieten viele Verbindungen, die ohne fortschrittliche Logistik und moderne Kommunikation nicht zu meistern sind. Kunden wollen und müssen am Informationsfluss teilhaben. Der VRR bietet ihnen ein breites Spektrum unterschiedlicher Informationsangebote: die elektronische Fahrplanauskunft, die Website und die VRR-Hotline sind schon etabliert. Das innovative Telematik-Projekt Ruhrpilot liefert landesweit koordinierte Daten für die jeweils intelligenteste Art der Fortbewegung. Ob von A nach B, noch weiter oder wieder zurück – der VRR weist den Weg.

#### PROJEKT RUHRPILOT

Das Projekt Ruhrpilot hat die Reisendeninformation über beliebige Reisewege im Ruhrgebiet zum Ziel – im Individualverkehr wie im öffentlichen Verkehr oder in Kombination. Die so genannte „intermodale Auskunft“ soll helfen, die Infrastruktur im Verkehrswesen optimal zu nutzen. Dabei wird die Information mit der aktuellen Verkehrslage verknüpft, so dass vor Fahrtantritt die günstigste Reisemöglichkeit gewählt werden und während der Fahrt flexibel auf unvorhersehbare verkehrliche Ereignisse reagiert werden kann. Ruhrpilot will damit eine Auskunftqualität schaffen, die in anderen Projekten bisher nur in Ansätzen erreicht worden ist. Der VRR hat in diesem übergreifenden Projekt die Aufgabe des Zuwendungsmanagements und für den öffentlichen Verkehrsbereich die Teilprojektleitung übernommen.

#### REGIOFUNK RHEIN-RUHR

Die Basis für eine optimale Fahrgastinformation ist der Regiofunk Rhein-Ruhr. Mit diesem Projekt soll im Bereich des VRR ein einheitliches digitales Funksystem errichtet werden, mit dem eine freizügige Kommunikation zwischen den Fahrzeugen im öffentlichen Verkehr unabhängig von der Unternehmenszugehörigkeit ermöglicht wird. Mit dem System sollen die Anschlüsse und Umsteigebeziehungen gesichert und die Auskunft über die aktuelle Verkehrslage ermittelt werden. Die Standorte werden unabhängig von Betriebsbereichen der Verkehrsunternehmen nur nach funktechnischen Erfordernissen ausgewählt, so dass die wirtschaftlichste Systemstruktur aufgebaut werden kann. Das Digital-Funksystem Regiofunk Rhein-Ruhr stellt damit auch die Basistechnik für das Projekt Ruhrpilot dar. Der VRR hat in diesem Projekt die Aufgabe des Zuwendungsmanagements übernommen.

#### LANDESWEITER DATENVERBUND

Basis für ein umfassendes Informationssystem ist auch ein einheitlicher Datenbestand im Netzwerk. Im Projekt „Landesweiter Datenverbund im öffentlichen Verkehr“ wurden die Planungen für ein solches Auskunftssystem abgeschlossen. Der Datenverbund wird landesweit durch den Aufbau von so genannten regionalen Koordinierungsstellen und einer Landeszentrale beim VRR gebildet. Die regionalen Koordinierungsstellen sind dabei für die Aufnahme und Pflege der Daten ihres Bereichs verantwortlich, die sie von ihren Verkehrsunternehmen erhalten. Die Daten aller Kooperationsräume werden in der Zentralen Koordinierungsstelle beim VRR zusammengestellt und wiederum allen regionalen Koordinierungsstellen zur Verfügung gestellt.

Die Landeszentrale bildet im Projekt DELFI (Deutschlandweite Elektronische FahrplanInformation) ihrerseits die Unterzentrale des Landes Nordrhein-Westfalen. Der Aufbau der regionalen Koordinierungsstellen und der Landeszentrale beginnt im Jahr 2002 mit der Stellung von Anträgen.



Henry Fords schlichte Philosophie gilt unverändert. Produkte, die keiner will, verkaufen sich nicht. Dienstleistung, die nicht gefällt, wird allenfalls murrend akzeptiert, wenn es keine Alternative gibt. Genau zu wissen, was bisherige und potenzielle Kunden wünschen, möglichst detailliert zu erfahren, wie Angebote ankommen, ist für den Erfolg eines Dienstleisters unabdingbar. Kundenerwartungen sind heterogen, verändern sich zudem ständig. Subjektives Empfinden kann von objektiven Tatbeständen deutlich abweichen. Image und öffentliche Meinung beeinflussen die Bewertung. Die Aktualität der Marktforschung, zielgerichtete Fragestellung und Auswertung im Zusammenspiel aller Unternehmensbereiche erlauben eine sichere Orientierung im Markt.

## MARKTFORSCHUNG

EIN GEHEIMNIS  
DES ERFOLGS IST,  
DEN STANDPUNKT  
DES ANDEREN ZU VERSTEHEN





Der VRR muss im Spannungsfeld eines als unabhängig empfundenen Individualverkehrs und hohen Kostendrucks für ein anspruchsvolles Kundenpotenzial ein attraktives Verkehrsangebot gestalten. Intensive Marktforschung erlaubt es, Angebote und Tarife auf die Kundenwünsche abzustimmen. Am Beispiel des neu eingeführten SchokoTicket lässt sich der Erfolg dieser Vorgehensweise deutlich ablesen. In Zukunft sollen die ermittelten Werte der Kundenzufriedenheit im SPNV sogar dazu genutzt werden, einen Teil des Bestellerentgelts an die jeweils erreichte Zufriedenheit zu knüpfen.

„ERSTE SAHNE“ – DAS SCHOKOTICKET KOMMT AN

Als reformierte Schülerzeitkarte hat der VRR zum 1. Februar 2001 in Dortmund, Bochum und Neuss das SchokoTicket getestet. Der Versuch wurde von intensiver Marktforschung begleitet. Neben der Entwicklung der Verkaufszahlen wurden auch die Wanderungsbewegungen innerhalb der Ticketsegmente sowie die Neukundengewinnung erfasst, so dass sich die ertragswirtschaftlichen Auswirkungen ableiten lassen. Die wichtigsten Resultate:

- kurzfristig wollen ca. 30 Prozent aller Schüler das SchokoTicket kaufen
- bei voller Potenzialausschöpfung werden es über 43 Prozent aller Schüler sein
- drei Prozent bisheriger ÖPNV-Nichtnutzer kauften kurzfristig das SchokoTicket
- im Laufe der Zeit wird sich der Anteil der Neukunden mehr als verdreifachen
- verbundweit wird eine Umsatzsteigerung von etwa 2,78 Mio. Euro pro Jahr erwartet
- es sind sehr positive Wirkungen auf die öffentliche Meinung zu erwarten

ATTRAKTIVES ANGEBOT FÜR AUSZUBILDENDE

Ergänzend zur Reform der Zeitfahrausweise für Schüler an allgemeinbildenden Schulen ist auch ein attraktives Angebot für Auszubildende geplant. Bereits einfache Abschätzungen ließen allerdings erkennen, dass ein dem SchokoTicket vergleichbares Angebot erhebliche Ertragseinbußen zur Folge hätte. Deshalb wurde ein neues Zeitkartenkonzept entwickelt, das hinsichtlich Akzeptanz und ertragswirtschaftlicher Auswirkungen empirisch abzusichern war. Die wesentliche Änderung ist ein neues Jahresabonnement für das YoungTicket (YoungTicketPlus), das um die Zusatzleistungen verbundweite Gültigkeit werktags nach 19 Uhr, an Wochenenden und Feiertagen ganztägig, die Mitnahme einer weiteren Person und/oder eines Fahrrads sowie Mobilitätsgarantie erweitert werden soll. Die Marktforschung zeigt: Etwa ein Drittel aller Auszubildenden ist am neuen Angebot interessiert. Es verspricht, neue Kunden zu gewinnen sowie bisherige Kunden besser zu binden. Abweichend von der bisherigen Praxis, ein Jahresabonnement für 10/12 des Einzelverkaufspreises abzugeben, ergab der Preistest, dass Auszubildende bereit sind, rund fünf Prozent mehr zu zahlen. Damit

können Mehreinnahmen in der Größe von 0,95 Mio. bis 2,4 Mio. Euro pro Jahr realisiert werden.

Test des Elektronischen Fahrgeldmanagements

In der ersten Stufe des Elektronischen Fahrgeldmanagements (EFM) werden Zeitkarten-Abonnenten statt mit Papierfahrausweisen und anzufügenden Wertmarken mit Chipkarten ausgestattet. Um existierende Vorbehalte aufzudecken, wurde das Düsseldorfer Institut IRES mit einer Studie beauftragt, um bei Kunden die Akzeptanz einer Chipkarte zu untersuchen. Sie wies die relative Unbedenklichkeit der Chipkarte nach und sagt nur geringe Probleme bei der Umstellung voraus. Wichtige Erkenntnisse: Die Kommunikation muss zum einen bei der Einführung der Chipkarte auf die alterssegmentspezifischen Bedenken Rücksicht nehmen. Zum anderen ist die Einführung von der alljährlichen Preis-anpassung zu entkoppeln.

SPNV-SPEZIFISCHE MARKTFORSCHUNG

SPNV-Erhebung 2002 europaweit ausgeschrieben

Die SPNV-Erhebung 2002 wurde in enger Abstimmung mit der Deutschen Bahn AG nach EU-weiter Ausschreibung vergeben. Die Daten dienen der Ermittlung der Zu- und Absetzungszahlungen, der SPNV-Angebotsplanung, der Einnahmenaufteilung und der Abschätzung der Wirkung des Integralen Takt-Fahrplans. Im November 2001 wurde nach intensiver Prüfung dem fachlich und preislich besten Anbieter der Auftrag für die Erhebung erteilt. Alle Resultate werden bis Ende Juni 2003 vorliegen.

Zufriedenheit der Kunden

Wie seit 1998 wurde auch 2001 die Zufriedenheit der Kunden mit dem SPNV im Jahr 2001 in Form einer telefonischen Befragung getestet. Der höchste Handlungsbedarf besteht aus Sicht der Kunden in der Anschluss-Sicherheit und der Pünktlichkeit sowie – im Zusammenhang mit Störungen – in der schnellen Information der Kunden im Zug wie an den Bahnhöfen und Haltepunkten. Hohen Handlungsbedarf sehen die Kunden auch beim Thema Fahrgast-Leitsysteme. Um die Kundenorientierung bei der Erbringung der SPNV-Leistungen weiter voranzutreiben, beabsichtigt der VRR, in zukünftigen Verkehrsverträgen einen Teil des Bestellerentgelts in Abhängigkeit von der jeweils erreichten Zufriedenheit festzusetzen. Damit die Entwicklung eines entsprechenden Verfahrens auf empirisch gesicherten Grundlagen aufsetzen kann, wurden 2001 erstmalig im VRR auf drei SPNV-Linien Fahrgäste in den Zügen nach ihrer Bewertung wichtiger Leistungsmerkmale befragt.

Testkundenuntersuchung 2001

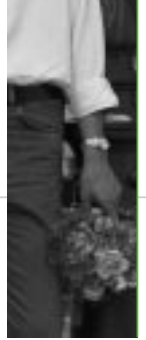
Im Jahr 2001 führte das Institut EMNID nach 1999 und 2000 eine dritte Welle von Testkundenuntersuchungen an Kunden der DB ReiseCenter, der DB CallCenter sowie der VRR CallCenter durch. Erstmals wurde dabei auch der Umgang mit Reklamationen getestet. Die Untersuchung dient der Entwicklung, Überwachung und Sicherung von Qualitätsstandards.

Die Informationsflut durch immer neue Medien und Medienformen macht es immer schwieriger, im Werbekonzert Gehör zu finden. Gerade bei einem vielschichtigen Produkt wie der Verkehrsdienstleistung, bei der – nicht nur im wörtlichen Sinne – viele Räder ineinander greifen. Werbliche Propaganda wird bei mündigen, in ihren Lebensstilen individualisierten Kunden auf taube Ohren stoßen. Glaubwürdige Information und qualitative „Be-Werbung“ der eigenen Produkte, die Kopf und Gefühl ansprechen, sind gefordert. Der mündige Konsument kann und will den Nutzen der beworbenen Leistung für sich selbst erkennen. Und die Werbung ist Ausdruck dafür, dass sich der Anbieter mit den Wünschen und Anforderungen seiner Kunden intensiv auseinandergesetzt hat.

## WERBUNG UND VERKAUFSFÖRDERUNG

WERBUNG WECKT  
UND ERFÜLLT  
KUNDENWÜNSCHE





Es ist eine Stärke des VRR, mit innovativen Ticket-Angeboten Kundenwünschen zu entsprechen. Gezielte Werbemaßnahmen mit Witz und Herz bringen diese Angebote offensiv ins Bewusstsein der Menschen und Medien. Marketingaktionen und modernes Kundenmanagement vom Fahrscheinautomaten bis zum CallCenter steigern die Bindung der Kunden an ihren Verkehrsanbieter. Eine Bindung, die – von entsprechenden Angeboten getragen – ein Leben lang halten soll. Einstiegs-Tarife wie das SchokoTicket erhalten so eine übergreifende Bedeutung und werden entsprechend intensiv beworben.

#### WERBEWIRKSAMKEIT

Werbung zielt auf Wirksamkeit. Für drei der VRR-Werbekampagnen hat das Institut F & P Marketingforschung daher im Auftrag des VRR die Werbewirkung untersucht: die Kampagne zum reformierten Kurzstrecken-Tarif, die Kampagne zum SchokoTicket und die Fortführungskampagne zum Ticket2000neu.

Die Untersuchung ergab eine Werberesonanz von 67 Prozent auf die Kurzstrecken-Kampagne. Dies ist mit Abstand der höchste seit 1991 gemessene Bekanntheitswert. Das SchokoTicket fand breite Akzeptanz in der Zielgruppe. Genaue Ergebnisse der Studie zu diesem Angebot finden sich im Kapitel Marktforschung. Auch die Bekanntheit der Ticket2000neu-Kampagne kann als gut eingestuft werden: Der Slogan „62 Städte und mehr: Das MonatsTicket“ erzielte mit 48 Prozent einen der höchsten Bekanntheitswerte überhaupt. Sowohl hinsichtlich der Bekanntheit wie insbesondere bezüglich der Vermittlungsleistung zeigten die Ergeb-

nisse, dass die Kampagne die intendierten Botschaften gut vermittelt hat.

#### SCHECKHEFT HAT SICH BEWÄHRT

Die im Jahr 2000 erprobte Werbung für das Ticket2000neu und das Ticket1000 fand bei den Kunden großen Anklang. Der auf langfristige Kundenbindung zielende aufwändige Ansatz wurde deshalb fortgesetzt: Jeder Abonnent dieser Ticketformen erhielt auch im April 2001 per Direkt-Mailing ein Scheckheft, in dem Freizeitanbieter mit attraktiven Kooperationsangeboten zu finden waren. Gegen Vorlage des Ticket2000neu oder Ticket1000 können diese direkt bei den Partnern des VRR in Anspruch genommen werden. Außerdem enthielt das Scheckheft erneut Gutscheine für einen kostenlosen Stadtfahrplan und den Freizeitführer „Hits fürs Wochenende“. Zusatznutzen: Das Mailing warb mit dem Angebot attraktiver Prämien für die Neukundenwerbung durch bisherige Abonnenten.

#### MARKETINGKAMPAGNEN

##### Vermarktung KombiTicket „Warner Bros. Movie World“

Das KombiTicket für den Freizeit- und Entertainmentpark „Warner Bros. Movie World“ wurde mit DIN-A-1- und DIN-A3-Plakaten sowie Foldern beworben. Diese hingen bzw. lagen in allen Verkaufsstellen bei den Verkehrsunternehmen sowie in über 40 VRR-Infoständern aus. Marketingaussage: KombiTickets schonen die Umwelt und verbinden den Kultur- und Freizeitgenuss mit bequemer An- und Abreise ohne Stau und anstrengende Parkplatzsuche.

##### Schönes-Wochenende-Ticket

Das Schönes-Wochenende-Ticket wurde mit drei Plakativmotiven in DIN-A1- und DIN-A3-Größe sowie Flyern beworben, die in allen Vertriebsstellen sowie Infoständern auslagen. Außerdem wurden drei verschiedene Anzeigen in den drei größten Zeitungen der Region

(WAZ, WZ und RP) geschaltet. In die letzte Anzeige war ein Gewinnspiel integriert, bei dem 500 Badetücher mit dem Slogan „Schönes Wochenende“ sowie Musical-Gutscheine verlost wurden.

##### 19. Ruhrgebietswandertag

Der 19. Ruhrgebietswandertag erlaubte den Teilnehmern nach variablem Start zwischen 8 und 11 Uhr am Bahnhof Haltern-Sythen auf verschiedenen Strecken bis zum Marktplatz in der Stadtmitte von Haltern zu wandern. Am Ziel warteten ein abwechslungsreiches Bühnenprogramm sowie eine große Tombola mit hochwertigen Preisen auf die Wanderer. Drei Wander-, Skater- und Walkerstrecken (9, 14 und 20 km) sowie eine Radwanderstrecke (43 km) standen zur Auswahl. Natürlich waren sowohl Start- als auch Zielpunkt bequem mit dem ÖPNV zu erreichen.

Visionen bewegen die Menschheit. Große Ideen müssen aber auch erkannt und entsprechend kommuniziert werden. Die Kommunikation neuer Pläne und Projekte stellt hohe Anforderungen. Lediglich bunte Anzeigen zu streuen, reicht nicht aus. „Große Gedanken brauchen nicht nur Flügel, sondern auch ein Fahrgestell zum Landen“, hat Neil Armstrong als Erkenntnis von seiner Mondfahrt mitgebracht. Die oft mühselige Basisarbeit kommunikativer Maßnahmen erlaubt das beschwingte Abheben und gibt die Gewissheit, die Bodenhaftung nicht zu verlieren. Ideen, Träume und Wünsche bewegen die Menschen. Um diese Ideen vorwärts zu bringen, braucht es ein kommunikatives Konzept. Adressaten wollen ernst genommen werden, sie erwarten Ehrlichkeit und Nutzwert von der Information. Das gilt in Zeiten von Vernetzung und Informationsflut noch mehr als zuvor.

**PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT**  
NAH AM MENSCHEN  
KOMMUNIKATION  
AKTIV GESTALTEN



Kommunikation wird beim VRR groß geschrieben. Durch offensive und vertrauensvolle Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zu überzeugen, über die Entwicklung des ÖPNV und SPNV zu informieren und die Standpunkte des VRR in die öffentliche Diskussion einzubringen, schafft Transparenz und Akzeptanz. Art und Inhalte der Kommunikation geben dem VRR sein Gesicht in lokalen wie überregionalen Medien.

#### TRANSPARENZ IN VIELFÄLTIGER MEDIENLANDSCHAFT

Ein grundlegender Baustein in der Unternehmensstrategie ist und bleibt eine intensive Presse- und Medienarbeit. Kontinuierlich deckt die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit alle bedeutenden Themenfelder rund um den ÖPNV ab und versorgt die klassischen regionalen Medien wie Tageszeitungen, Radio und Fernsehen, aber auch überregionale Tageszeitungen, Fachblätter sowie Szene-Magazine mit aktuellen Informationen. Die Presse- und Medienarbeit wird künftig noch intensiviert.

Die Akzeptanz des VRR in den Fachmedien ist im Laufe der Jahre gewachsen. Auch in den großen überregionalen Zeitungen wie FAZ, Süddeutsche Zeitung und Handelsblatt hat der VRR an Bekanntheit gewonnen. Die gute Medienarbeit des VRR führt zudem zu hohem internationalem Renommee und zu entsprechenden Kooperationen mit Fachleuten und Wissenschaft. Studenten aus Heidelberg, Turin und Münster sowie Verkehrsexperten aus den Niederlanden und USA gehörten unter anderem zu den vielen Gästen, die sich vor Ort über Aufgaben und Angebote im VRR informierten.

#### PARTNERSCHAFT BEGINNT BEIM NACHBARN

Offenheit gegenüber den Medien wirkt auch im direkten Umfeld positiv. Der Aufbau von partnerschaftlichem Vertrauen zu nahezu 300 Haupt- und Lokalredaktionen im VRR-Raum ist ein permanentes Arbeitsfeld. Hinzu kommt die tagesaktuelle Pressearbeit: Unzählige Anfragen werden im Laufe des Jahres beantwortet. Die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des VRR ist kompetenter Ansprechpartner bei allen Fragen rund um ÖPNV und SPNV. Pressekonferenzen, Pressegespräche und Interviews dienen der Information über das gesamte Themenspektrum. Die Top Ten der Presse-Highlights 2001:

- Start des Pilotprojekts zum neuen SchülerTicket
- KompetenzCenter beim VRR steuert landesweit die Einführung von E-Tickets
- VRR öffnet drei Teilnetze für den Wettbewerb
- VRR erwirkt neue Förderung der S-Bahn
- QualitätsScouts nehmen Automaten und Entwerter unter die Lupe
- VRR stärkt den ÖPNV mit Telematik-Projekten
- Struktur auf mehr Wettbewerb im SPNV ausgerichtet

- Übergang zwischen VRR und Kölner Verbund wird einfacher und günstiger
- VRR unterzeichnet Verkehrsvertrag mit Brandenburger Unternehmen PEG
- Reaktivierung der Rateringer Weststrecke
- Euro-Umstellung

#### EVENTS – INFORMATION UND UNTERHALTUNG

Events verbinden Information mit Unterhaltung und erhöhen die Kundenbindung. Mit dieser Intention führte der VRR eine Reihe von Veranstaltungen in Kooperation mit Verkehrsunternehmen und Institutionen durch. Dazu gehörten die feierliche Eröffnung der Essener Nordstrecke, der 19. Ruhrgebietswandertag, die Stadtfeste in Essen, Mülheim und Neuss, die Nahverkehrsausstellung „Ideen on Tour“, der Bahntag sowie die „ExtraSCHICHT-Nacht der Industriekultur“. Auf dem internationalen Bahngipfel, der rail#tec, präsentierte sich der VRR gemeinsam mit den anderen Zweckverbänden in NRW auf einem Gemeinschaftsstand und beteiligte sich an Diskussionsforen zu aktuellen Verkehrsthemen. Im Fachkongress referierte der VRR zu den Themen Metrorapid, Wettbewerb und Elektronisches Fahrgeldmanagement.

#### PRINTMEDIEN FÜR DIE KUNDEN

##### Kundenmagazin „VIV“

„VIV – Verkehr, Ideen und Verbund“ erschien im Jahr 2001 drei Mal und bot interessierten Bürgern und

Fahrgästen eine Mischung aus Unterhaltung und Information. Die verteilte Auflage betrug 160.000 Exemplare. Im Spätsommer 2001 erschien erstmals das Kundenmagazin Mobilzeit. Die viermal jährlich landesweit erscheinende Publikation bietet aktuelle Tipps und Informationen für alle Bus- und Bahnkunden. Der VRR profitiert von einem landesweit eingeführten Medium und kann kostengünstig und flächendeckend seine Kunden informieren.

##### „Hits fürs Wochenende“ – der Freizeitführer für NRW

Ideen für Kurzreisen und Unternehmungen in NRW lieferte auch im vergangenen Jahr mit 600 Terminen der Freizeitführer „Hits fürs Wochenende“, herausgegeben vom VRR und dem ZeitgeistMedia Verlag. Der Clou des Freizeitführers: Für alle Veranstaltungsorte gibt es eine Reisebeschreibung mit Bus und Bahn.



Öffentlicher Nahverkehr wird subventioniert. Bund, Länder, Kreise und Städte finanzieren den Anteil der Verkehrsversorgung ihrer Bürger, der nicht durch Fahrgeldeinnahmen abgedeckt werden kann. Die soziale Notwendigkeit dieses Verkehrsangebots ist unbestritten, doch die finanziellen Sorgen sind damit nicht vom Tisch. „Am Gelde hängt, zum Gelde drängt doch alles“ – dieses Wissen bestimmt auch die Hoffnungen der Kämmerer im Hinblick auf die Entwicklung der kommunalen Nahverkehrsunternehmen. Bessere Zahlen sichern die Überlebenschancen der Verkehrsunternehmen im bevorstehenden Wettbewerb auf europäischer Ebene. Vordringlich ist die Stärkung des Öffentlichen Personennahverkehrs durch Qualität und starke Kundenorientierung.

## WIRTSCHAFTLICHE ENTWICKLUNG

### ZAHLEN AUF DEM WEG IN DEN WETTBEWERB





Der Verbundverkehr umfasst den gesamten Öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) und den Schienenpersonennahverkehr (SPNV). Der Zweckverband VRR ist für die Finanzierung dieses Verbundverkehrs verantwortlich. Die VRR GmbH übernimmt die Koordinierungsfunktion, zum Beispiel mit einem völlig überarbeiteten Einnahmeverteilungsverfahren. Seit nunmehr über zehn Jahren verläuft die Entwicklung der Fahrgeldeinnahmen und Fahrgastzahlen positiv. Doch die europaweite Öffnung der Verkehrsmärkte und europäisches Recht erfordern ein Überdenken und Überarbeiten von Finanzierungskonzepten, an denen der VRR intensiv arbeitet.

#### FINANZIERUNG DES KOMMUNALEN ÖPNV

Die vertraglichen Regelungen und Beschlüsse der Verbandsversammlung regeln die Finanzierung des ÖPNV bis zum 31. Dezember 2002. Dabei werden die kommunalen Verkehrsunternehmen im Rahmen des Personenbeförderungsgesetzes eigenwirtschaftlich gestellt. Diese Finanzierungsform wird nach der Novellierung der EU-Verordnung 1191/69 möglicherweise nicht mehr zulässig sein. Daher entwickeln der Zweckverband VRR, die VRR GmbH und die Verkehrsunternehmen unter gutachterlicher Begleitung ein Finanzierungssystem, das den EU-Richtlinien ab dem Jahr 2003 gerecht wird. Die Verkehrsunternehmen streben im Rahmen eines Restrukturierungsprogramms die Wettbewerbsfähigkeit in einem Übergangszeitraum von acht Jahren an. Damit entlasten die Unternehmen die Haushalte der Städte und Kreise und erwarten im Gegenzug, dass die kommunalen Aufgabenträger während dieser Zeit auf Ausschreibung der Verkehrsleistungen verzichten.

#### FINANZIERUNG DES SPNV

Der Zweckverband VRR ist als Aufgabenträger gemäß Regionalisierungsgesetz NRW unter anderem zuständig für die Finanzierung des SPNV. Um das Leistungsangebot zu finanzieren, bedient sich der Zweckverband VRR neben den Transfermitteln, die vom Bund über das Land NRW an die Zweckverbände in NRW weitergeleitet werden, eigener Mittel, selbst erzielter Einnahmen aus Fahrausweisverkäufen und der den SPNV-Verkehrsunternehmen zugewiesenen Anteile aus der Einnahmenaufteilung.

#### EINNAHMENAUFTEILUNG 2001

Im Jahr 2000 hatte der VRR die Erhebungsverfahren zur Einnahmenaufteilung komplett überarbeitet. Das neue Verfahren hat seine erste große Bewährungsprobe bestanden und die Praxistauglichkeit gezeigt. Im Jahr 2001 hat die VRR GmbH die vorläufigen Einnahmenaufteilungsrechnungen für die Jahre 2000 und 2001

erstellt. Die Berechnungen wurden auf Grundlage von Zählergebnissen der Jahre 2000 (ÖPNV) und 1999 (SPNV) vorgenommen. Diese Zählergebnisse wurden von der VRR GmbH gemeinsam mit den Verbundverkehrsunternehmen analysiert. Hierbei festgestellte Unplausibilitäten wurden mit allen direkt Beteiligten erörtert und gegebenenfalls korrigiert. Durch die gute Akzeptanz hat sich das neu konzipierte Verfahren für die kommenden Jahre empfohlen. Hervorzuheben ist die ertragskraftgerechte Einbindung der SPNV-Unternehmen in die Einnahmenaufteilung. Hierdurch sind bei der Vergabe von SPNV-Leistungen über Verträge die vergaberechtlichen Anforderungen erfüllt. Damit hat der VRR ein Ermittlungsverfahren installiert, das bundesweit Modellcharakter hat.

#### FAHRZEUGFÖRDERUNG NRW

Das Know-how des VRR kam den Verbundpartnern auch im Jahre 2001 beim Einwerben von Fördermitteln zugute. Der Zuwendungsbescheid des Landes für die Förderung der Vorhaltekosten für Fahrzeuge und die Beschaffung von Fahrzeugen liegt mit 165,6 Mio. DM rund 3 Mio. DM höher als im Vorjahr. Die Steigerung ist durch die landesweite Anwendung der VRR-Definition der Betriebsleistungen, einer Steigerung der Leistungen im VRR sowie einer Erhöhung der Landesleistungen insgesamt

begründet. Die Höhe der Gesamtförderung bemisst sich nach den geleisteten Rechnungswagenkilometern und -stunden im Verkehrsgebiet.

Gemäß den Verwaltungsvorschriften nach § 13 RegG NW wird die Förderung für den Zweckverband VRR je zur Hälfte auf Vorhaltekostenförderung und Fahrzeugbeschaffung verteilt. Für die Fahrzeugbeschaffung lagen Förderanträge in einer Höhe von 97,3 Mio. DM vor. Im Vergleich zum Vorjahr ist dies eine Steigerung von rund 17 Mio. DM. Da die zur Verfügung stehenden Mittel 82,8 Mio. DM plus der erwirtschafteten Zinserträge aus dem Jahr 2000 betragen, war die Förderung von rund 86 Prozent der Antragssummen möglich. Insgesamt beantragten die Verkehrsunternehmen die Förderung bzw. Teilzahlung von 73 Straßenbahnfahrzeugen, 1 H-Bahn-Fahrzeug, 35 O-Bussen, 252 Standardlinienbussen, 93 Standardgelenkbussen, 5 Großraumbussen und 7 Midibussen.

Die Vorhaltekostenförderung für Fahrzeuge wurde den Auftragsunternehmen und den Konzessionsunternehmen in Abhängigkeit von je nach Volumen und Ausstattung der Fahrzeuge berechneten Rechnungswagenkilometern und -stunden zugewiesen. Die Gesamtsumme für diesen Teil der Förderung betrug ebenfalls 82,8 Mio. DM. Zinserträge aus der verspäteten Weiterleitung der Fördermittel an die Auftragsunternehmen waren hier nicht zuzurechnen.

# ZAHLEN DATEN FAKTEN

Der Verkehrsverbund Rhein-Ruhr umfasst eine Fläche von mehr als 5.000 Quadratkilometern mit knapp 7,3 Millionen Einwohnern. Das gesamte Verbundgebiet ist in 61 Tarifgebiete unterteilt.



**Verkehrsverbund Rhein-Ruhr**  
Tarifgebietsplan

Beispiel:  
36= Nummer des Tarifgebietes  
Bochum= Name des Tarifgebietes  
In den weiß gekennzeichneten Gebieten wird der VRR-Tarif nur auf bestimmten Linien angewendet

Strukturdaten 2001*						
	16 kreisfreie Städte		5 Kreise		VRR gesamt	
	2000	2001	2000	2001	2000	2001*
Fläche in km²	2.311,8	2.311,8	2.715,1	2.715,1	5.026,9	5.026,9
Einwohner in Tsd.	5.029,6	4.985,3	2.260,8	2.260,8	7.290,4	7.246,1
Einwohner je km²	2.175,6	2.156,3	832,7	832,6	1.450,3	1.441,5
Sozialvers.pflichtig beschäftigte Arbeitnehmer in Tsd.	1.768,3	1.801,1	634,2	641,5	2.402,5	2.442,6
Schüler an allgemeinbildenden Schulen in Tsd.	593,8	577,9	284,7	283,4	878,5	861,3
Pkw-Bestand in Tsd. einschl. Kombiwagen	2.359,4	2.371,5	1.193,5	1.192,1	3.552,9	3.563,6

\* Prognose / Quelle: Landesamt für Datenverarbeitung und Statistik NRW

Der Verbund im Überblick	
<b>Städte und Kreise im Zweckverband VRR</b>	<b>Verkehrsunternehmen im VRR</b>
Stadt Bochum	Bochum Gelsenkirchener Straßenbahnen AG
Stadt Gelsenkirchen	
Stadt Gelsenkirchen	Vestische Straßenbahnen GmbH
Stadt Bottrop	
Kreis Recklinghausen	
Stadt Dortmund	Dortmunder Stadtwerke AG
Stadt Düsseldorf	Rheinische Bahngesellschaft AG
Kreis Mettmann**	Kreisgesellschaft Mettmann mbH
Stadt Duisburg	Duisburger Verkehrsgesellschaft AG
Ennepe-Ruhr-Kreis*	Verkehrsgesellschaft Ennepe-Ruhr mbH
Stadt Essen	Essener Verkehrs AG
Stadt Hagen	Hagener Straßenbahn AG
Stadt Herne	Straßenbahn Herne-Castrop-Rauxel GmbH
Stadt Krefeld	Städtische Werke Krefeld – Mobil GmbH
Stadt Mönchengladbach	Niederrheinische Versorgung und Verkehrs AG
Stadt Monheim	Bahnen der Stadt Monheim GmbH
Stadt Mülheim an der Ruhr	Betriebe der Stadt Mülheim an der Ruhr
Stadt Neuss	Stadtwerke Neuss GmbH
Kreis Neuss	
Stadt Oberhausen	Stadtwerke Oberhausen AG
Stadt Remscheid	Stadtwerke Remscheid GmbH
Stadt Solingen	Stadtwerke Solingen GmbH
Stadt Viersen	Niederrheinwerke Viersen mobil GmbH
Kreis Viersen	
Stadt Wuppertal	Wuppertaler Stadtwerke AG
	Verkehrsgesellschaft Hilden mbH

\*zusätzlich 0,5% an Wuppertaler Stadtwerke AG \*\*Rheinische Bahngesellschaft und weitere Unternehmen

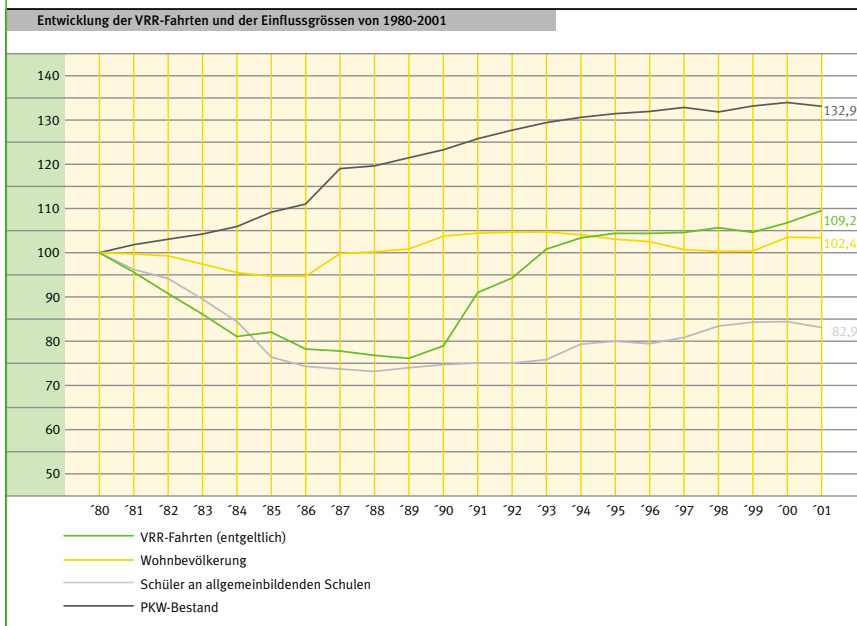
**Verkehrsunternehmen mit besonderem Kooperationsvertrag:**  
Niederrheinische Verkehrsbetriebe AG  
StadtBus Dormagen GmbH  
Verkehrsgesellschaft Velbert mbH  
Busverkehr Rheinland mbH  
Deutsche Bahn AG

27 Verkehrsunternehmen arbeiten unter dem gemeinsamen Dach. Busse, Straßenbahnen, Stadtbahnen, S-Bahnen, Wuppertaler Schwebebahn und die zuschlagfreien Züge der Deutschen Bahn können mit ein und demselben Ticket genutzt werden.

Kapazitäten und Betriebsleistungen der Verkehrsmittel im Jahr 2001		
Verkehrsmittel	Linien	Zug-/Bus-km in Mio.*
SPNV-Verkehr	52	39,2
S-Bahn**	11	17,5
RegionalExpress	20	12,2
RegionalBahn***	21	9,5
<b>Bundesunternehmen</b>		
Omnibus/ StädteSchnellBus	66	10,9
<b>Kommunale Unternehmen****</b>		
Stadtbahn	17	10,3
Schwebebahn	1	1,4
Straßenbahn	43	31,7
H-Bahn	1	0,1
Omnibus	628	178,3
O-Bus	6	3,1
StädteSchnellBus	23	4,9
CityExpress	21	11,5

\*Verbundetat 2001, \*\*incl. RegioBahn, \*\*\*incl. DME, \*\*\*\*incl. NIAG, BVR, SDG, VGV, KVGM und VGH (darüber hinaus bieten einige Verkehrsunternehmen AST, ALT und Bürgerbus-Verkehre an; zusätzlich verkehren an bestimmten Wochentagen insgesamt 114 NachtExpress-Linien im VRR)

Wichtige Einflussgrößen wie Einwohner- und Schülerzahlen sowie der PKW-Bestand im VRR-Gebiet waren 2001 leicht rückläufig – die VRR-Fahrten haben gleichwohl 2001 weiter zugelegt.



Betriebsleistungen nach Gebietskörperschaften (Zug-/Bus-km in Mio.):						
Gebietskörperschaften	Schienenverkehr			Schiene gesamt	Omnibus	Schiene und Bus gesamt
	Straßen- bahn	Stadt-/ Schwebe- bahn	O-Bus			
Stadt Bochum	2,753	1,566		4,319	8,389	12,708
Stadt Bottrop				–	3,662	3,662
Stadt Dortmund	4,071	2,729		6,800	12,448	19,248
Stadt Düsseldorf	9,606	1,674		11,280	14,726	26,006
Stadt Duisburg	2,379	1,282		3,661	8,551	12,212
Ennepe-Ruhr-Kreis	0,396			0,396	10,222	10,618
Stadt Essen	5,046	1,305		6,351	15,297	21,648
Stadt Gelsenkirchen	1,609	0,505		2,114	6,176	8,290
Stadt Hagen				–	8,442	8,442
Stadt Herne	0,238	0,367		0,605	3,928	4,533
Stadt Krefeld	2,421	0,074		2,495	3,981	6,476
Kreis Mettmann	0,163			0,163	11,754	11,917
Stadt Mönchengladbach				–	7,931	7,931
Stadt Monheim				–	0,853	0,853
Stadt Mülheim a. d. Ruhr	1,912	0,371		2,283	3,188	5,471
Stadt Neuss	0,492			0,492	3,871	4,363
Kreis Neuss		0,438		0,438	2,884	3,322
Stadt Oberhausen	0,499			0,499	11,598	12,097
Kreis Recklinghausen				–	16,221	16,221
Stadt Remscheid				–	3,946	3,946
Stadt Solingen			3,000	3,000	1,925	4,925
Stadt Viersen				–	2,101	2,101
Kreis Viersen	0,081			0,081	3,298	3,379
Stadt Wuppertal		1,345	0,096	1,441	13,567	15,008
ZV-fremde Räume				–	0,860	0,860
<b>Gesamt</b>	<b>31,666</b>	<b>11,656</b>	<b>3,096</b>	<b>46,418</b>	<b>179,819</b>	<b>226,237</b>

nachrichtlich: Betriebsleistungen NIAG (Omnibus) 1,786 Mio. km, SDG (Omnibus) 1,696 Mio. km, VGV 1,037 Mio. km und VGH 0,269 Mio. km.  
 Quelle: Verbundetat 2001

Die Betriebsleistungen in den einzelnen Städten und Kreisen hängen mit Einwohnerzahlen und Fläche zusammen.

Finanzielles Engagement der Städte				
Gebietskörperschaft <sup>1</sup>	anteilige Infrastrukturkosten- erstattung ZV <sup>2</sup>	anteiliger Defizit- ausgleich <sup>3</sup>	Allgemeine Verbands- umlage <sup>4</sup>	Gesamt- leistung <sup>5</sup>
	in Mio. DM	in Mio. DM	in Mio. DM	in Mio. DM
Stadt Bochum	65,490	0,867	66,357	62,821
Stadt Bottrop	6,213	0,146	6,359	6,264
Stadt Dortmund	103,765	19,810	123,575	121,960
Stadt Düsseldorf	165,015	6,418	171,433	118,260
Stadt Duisburg	60,234	37,069	97,303	91,961
Ennepe-Ruhr-Kreis	22,798	1,453	24,251	23,181
Stadt Essen	103,638	26,122	129,760	124,666
Stadt Gelsenkirchen	37,767	0,491	38,258	34,615
Stadt Hagen	20,650	17,991	38,641	38,641
Stadt Herne	13,480	0,357	13,837	13,837
Stadt Krefeld	31,828	7,099	38,927	38,756
Kreis Mettmann	21,868	2,517	24,385	20,171
Stadt Mönchengladbach	20,182	7,925	28,107	28,107
Stadt Monheim	1,980	0,000	1,980	1,008
Stadt Mülheim	30,253	27,223	57,476	57,476
Stadt Neuss	15,368	0,180	15,548	13,111
Kreis Neuss	9,149	0,897	10,046	8,908
Stadt Oberhausen	26,710	10,067	36,777	32,607
Kreis Recklinghausen	29,359	1,172	30,531	29,853
Stadt Remscheid	9,286	5,022	14,308	14,308
Stadt Solingen	23,791	3,841	27,632	21,794
Stadt Viersen	3,318	0,800	4,118	4,118
Kreis Viersen	4,677	2,437	7,114	7,114
Stadt Wuppertal	55,406	44,413	99,819	99,819
<b>Gesamt</b>	<b>882,225</b>	<b>224,317</b>	<b>1.106,542</b>	<b>1.013,356</b>

<sup>1</sup>) ohne kreisangehörige Gemeinden, soweit separat aufgeführt  
<sup>2</sup>) unter Berücksichtigung von Abschlägen und Rückbelastungen  
<sup>3</sup>) unter Berücksichtigung von Abschlägen und Rückbelastungen, incl. Gesamtumlage aus Ausgleichsbetrag BVR / SPNV  
<sup>4</sup>) nachrichtlich: zweckverbandsfremde Räume 2,854 Mio. DM, Defizit NIAG 0,274 Mio. DM, Defizit SDG 4,565 Mio. DM, Defizit VGV 1,699 Mio. DM und Defizit VGH 0,631 Mio. DM.  
<sup>5</sup>) allgemeine Verbandsumlage unter Berücksichtigung der Kürzungsmöglichkeit gemäß Zweckverbandssatzung

Quelle: Verbundetat 2001

Die Fahrgeldeinnahmen für den VRR betragen 2001 mehr als 1,3 Milliarden DM. Für die Finanzierung des ÖPNV ist darüber hinaus das Engagement der Städte und Kreise von entscheidender Bedeutung. Der SPNV wird aus Fahr- ausweisverkäufen, Transfermitteln des Bundes für den Regionalverkehr und eigenen Mitteln des Zweckverbands VRR finanziert.

Fahrgeldeinnahmen	
Die Fahrgeldeinnahmen betragen im VRR für das Jahr 2001 1.330,2 Mio. DM.	
Kommunale Verkehrsunternehmen*	
Die wirtschaftliche Entwicklung sieht im Jahr 2001 folgendermaßen aus (in Mio. DM): (incl. NIAG, SDG, VGV, KVGM, und VGH)	
Fahrgeldeinnahmen (brutto)	1.118,2
Fahrgeldeinnahmen (netto)	1.045,0
(-) Ausgleichsbetrag SPNV/BVR	28,5/7,7
(+) Abgeltung Schülerverkauf	138,6
(+) Abgeltung Schwerbehindertenfreifahrt	123,2
(+) Landesleistungen §13 RegG NW	69,8
(+) Infrastrukturkostenausgleich Zweckverband	884,2
(+) sonstige Erträge	159,6
Die Aufwendungen der kommunalen Unternehmen betragen	2.524,9
durch Erträge gedeckt	2.386,2
mithin Unterdeckung	138,7
Das entspricht einem Aufwanddeckungsgrad von	94,5 %
Deutsche Bahn AG**	
Die Deutsche Bahn AG hatte im Jahr 2001 einen vertraglichen Einnahmenanspruch von 293,5 Mio. DM (brutto). Darin enthalten sind eigene Fahrgeldeinnahmen und Ausgleichszahlungen der kommunalen Verkehrsunternehmen sowie der Gebietskörperschaften.	
* Quelle: Verbundetat 2001 ** Quelle: SPNV-Etat 2001	

Einnahmen/Veränderungen				
	Einnahmen aus Fahrausweisverkäufen in Mio. DM		Veränderung	
	2000	2001	Mio. DM	+/- in %
EinzelTicket	173,553	187,214	13,661	7,9
MehrfahrtenTicket	187,771	181,802	-5,969	-3,2
TagesTicket	53,484	50,946	-2,538	-4,7
Schönes-Wochenende-Ticket	8,971	9,308	0,337	3,8
SchönerTagTicket		0,600	0,600	
7-TageTicket	13,656	13,859	0,203	1,5
Ticket1000 Monatskarte		45,706	45,706	
Ticket2000 Monatskarte	109,061	68,204	-40,857	
<b>Ticket1000/2000 Monatskarte gesamt</b>	<b>109,061</b>	<b>113,910</b>	<b>4,849</b>	<b>4,4</b>
Ticket1000 Monatskarte Abo		39,035	39,035	
Ticket2000 Monatskarte Abo	228,711	213,782	-14,929	
<b>Ticket1000/2000 Monatskarte Abo gesamt</b>	<b>228,711</b>	<b>252,817</b>	<b>24,106</b>	<b>10,5</b>
Ticket1000 9 Uhr-Monatskarte		19,026	19,026	
Ticket2000 9 Uhr-Monatskarte	52,616	33,942	-18,674	
<b>Ticket1000/2000 9 Uhr-Monatskarte gesamt</b>	<b>52,616</b>	<b>52,968</b>	<b>0,352</b>	<b>0,7</b>
Ticket1000 9 Uhr-Monatsk. Abo		14,731	14,731	
Ticket2000 9 Uhr-Monatsk. Abo	93,514	91,396	-2,118	
<b>Ticket1000/2000 9 Uhr-Monatskarte Abo gesamt</b>	<b>93,514</b>	<b>106,127</b>	<b>12,613</b>	<b>13,5</b>
FirmenTicket	81,668	82,002	0,334	0,4
Monatskarte für Auszubildende	193,582	205,159	11,577	6,0
SemesterTicket	40,057	40,941	0,884	2,2
FA des Linienbedarfsverkehrs	0,133	0,069	-0,064	-48,0
FerienTicket	2,740	2,893	0,153	5,6
ZusatzTicket	17,667	14,536	-3,131	-17,7
Zusatzwertmarke 1. Kl. DB	2,713	3,116	0,403	14,8
Ergänzungswertmarke für Auszubildende	0,436	0,387	-0,049	-11,5
Sonderangebote	10,180	10,857	0,677	6,6
Sonstiges	1,271	-0,374	-1,645	-129,5
TicketSpezial	0,049	0,047	-0,002	-2,1
<b>Gesamt</b>	<b>1.271,833</b>	<b>1.329,184</b>	<b>57,351</b>	<b>4,5</b>

Die Einnahmen aus Fahrausweisverkäufen haben im Jahr 2001 vor allem bei den Monatskarten im Abonnement überproportional zugelegt.

Durch die Einführung der neuen Monatskarten haben sich Verschiebungen ergeben. Zur besseren Vergleichbarkeit mit dem Vorjahr ist in der Tabelle auch jeder Monatskarten-Typ gesamt ausgewiesen.

Fahrten/Veränderungen				
	Fahrten in Mio.		Veränderung	
	2000	2001	Mio.	+/- in %
EinzelTicket	53,367	55,484	2,116	4,0
MehrfahrtenTicket	78,525	70,627	-7,898	-10,1
TagesTicket	25,876	23,137	-2,739	-10,6
Schönes-Wochenende-Ticket	1,505	1,396	-0,109	-7,2
SchönerTagTicket		0,072	0,072	
7-TageTicket	6,162	6,125	-0,037	-0,6
Ticket1000 Monatskarte		28,089	28,089	
Ticket2000 Monatskarte	71,518	42,408	-29,110	
<b>Ticket1000/2000 Monatskarte gesamt</b>	<b>71,518</b>	<b>70,497</b>	<b>-1,021</b>	<b>-1,4</b>
Ticket1000 Monatskarte Abo		25,934	25,934	
Ticket2000 Monatskarte Abo	178,360	161,882	-16,478	
<b>Ticket1000/2000 Monatskarte Abo gesamt</b>	<b>178,360</b>	<b>187,816</b>	<b>9,457</b>	<b>5,3</b>
Ticket1000 9 Uhr-Monatskarte		14,410	14,410	
Ticket2000 9 Uhr-Monatskarte	43,037	26,144	-16,894	
<b>Ticket1000/2000 9 Uhr-Monatskarte gesamt</b>	<b>43,037</b>	<b>40,554</b>	<b>-2,483</b>	<b>-5,8</b>
Ticket1000 9 Uhr-Monatskarte Abo		13,319	13,319	
Ticket2000 9 Uhr-Monatskarte Abo	91,543	85,614	-5,929	
<b>Ticket1000/2000 9 Uhr-Monatskarte Abo gesamt</b>	<b>91,543</b>	<b>98,933</b>	<b>7,390</b>	<b>8,1</b>
FirmenTicket	43,057	42,612	-0,445	-1,0
Monatskarte für Auszubildende	218,887	236,122	17,235	7,9
SemesterTicket	60,584	59,859	-0,725	-1,2
FA des Linienbedarfsverkehrs	0,046	0,022	-0,024	-52,2
FerienTicket	4,668	4,634	-0,034	-0,7
Sonderangebote	2,949	4,413	1,464	49,7
Sonstiges	1,472	0,078	-1,395	-94,7
TicketSpezial	0,019	0,019	0,000	1,6
<b>Gesamt</b>	<b>881,576</b>	<b>902,400</b>	<b>20,824</b>	<b>2,4</b>

Entgeltliche und unentgeltliche VRR-Fahrten (2001)	
(vorläufige Daten)	
<b>entgeltliche Fahrten</b>	<b>Mio.</b>
aus Fahrausweisverkäufen (ohne Sonderangebote)	902,400
aus Übergangsverkehr	3,579
Zusetzungen DB AG	15,432
<b>unentgeltliche Fahrten</b>	<b>Mio.</b>
Schwerbehinderte	102,242
Frei-, Dienst- und sonstige Fahrten	16,782
Schwarzfahrer	36,856
<b>Gesamt VRR-Fahrten (in Mio.)</b>	<b>1.077,291</b>

Der VRR verfügt über ein Ticketangebot, das unterschiedliche Kundengruppen bedient. 2001 wurde vor allem die Ticket2000-Familie weiter ausdifferenziert.

Die allgemeinen Monatskarten haben den größten Anteil an Fahrten und Einnahmen. Erstmals ausgewiesen ist das SchokoTicket, das 2001 in drei Verkehrsunternehmen erfolgreich getestet wurde.

Anteile der einzelnen 5 Fahrausweisgruppen in Prozent (%)			
	2001	Fahrten	Einnahmen
Bartarif		14,0	27,9
allgem. Monatskarte/Ticket2000		44,3	39,9
Zeitfahrausweise im Schüler-/ Ausbildungsverkehr		28,3	16,4
SchokoTicket (Pilot-VU: BGS, DSW und SWN)		4,9	2,7
Zeitfahrausweise ohne Ausbildungsverkehr		8,5	11,8
übrige Fahrausweise/Sonstiges		0,0	1,3
		<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Verbundpreise 2001 in DM						
Ticketart	Kurzstrecke	Preisstufe A	Preisstufe B	Preisstufe C	ohne Preisstufe	Semesterpreise
<b>Fahrausweise einfache Fahrt</b>						
EinzelTicket Erwachsene	2,00	3,30	6,30	13,50		
EinzelTicket Kinder	1,60	2,10	3,40	3,40		
ZusatzTicket 1er					3,20	
<b>Mehrfahrtenausweise</b>						
4er-Ticket Erwachsene	6,40	10,60	20,20	43,20		
4er-Ticket Kinder	5,20	6,70	10,90	10,90		
TagesTicket		12,00	17,50	33,00		
<b>Ticket 2000</b>						
7-Tage-Ticket		28,00	47,00	57,00		
Ticket1000		85,00	126,50	175,00		
Ticket2000 neu		94,00	135,50	184,00		
Ticket1000 Abo		70,90	105,50	145,90		
Ticket2000 neu Abo		78,40	113,00	153,40		
Ticket2000 alt Abo (auslaufend)		75,50	110,50	151,00		
Ticket1000 9 Uhr		60,90	90,00	124,50		
Ticket2000 neu 9 Uhr		66,90	98,50	132,50		
Ticket1000 9 Uhr Abo		50,80	75,00	103,80		
Ticket2000 neu 9 Uhr Abo		55,80	82,10	110,50		
Ticket2000 alt 9 Uhr Abo (auslaufend)		53,50	79,50	108,00		
FirmenTicket 100 %		43,90	66,00	87,50		
Ticket2000 Firmen-Service 6 %		70,90	103,80	141,90		
Ticket2000 Firmen-Service 8,5 %		69,00	101,10	138,10		
Ticket2000 Firmen-Service 10 %		67,90	99,40	135,90		
Ticket2000 Firmen-Service 10,5 %		67,50	98,80	135,10		
Ticket2000 Firmen-Service 11 %		67,10	98,30	134,30		
Ergänzungswertmarke Azubi		31,20				
<b>Zeitkarten</b>						
YoungTicket		64,50	95,70	132,00		
YoungExtra					5,90	
SemesterTicket FH WS 2000 / 2001						120,00
SemesterTicket Uni WS 2000 / 2001						120,00
SemesterTicket FH SS 2001 / 2001						124,00
SemesterTicket Uni SS 2001 / 2001						124,00
FerienTicket VRR					39,00	
SchoolTicket Schulträger		58,30	88,90	123,50		
SchoolTicket		59,50	90,70	126,00		
SchoolExtra					10,00	
Ergänzungswertmarke			31,20			
<b>1. Klasse Zusatzwertmarken</b>						
DB Monatskarte					63,00	
DB Monatskarte Abo					52,50	
DB Wochenkarte					25,00	
Linienbedarfsverkehr 1 voll					3,80	
Linienbedarfsverkehr 1 ermäßigt					2,70	
Linienbedarfsverkehr 2 voll					6,20	
Linienbedarfsverkehr 2 ermäßigt					3,40	

## IMPRESSUM

### HERAUSGEBER

Verkehrsverbund Rhein-Ruhr  
Augustastraße 1  
45879 Gelsenkirchen

Telefon 02 09 - 15 84 - 0  
Telefax 02 09 - 15 84 - 4 50

E-mail [pr@vrr.de](mailto:pr@vrr.de)  
Internet <http://www.vrr.de>

### REDAKTION

Verkehrsverbund Rhein-Ruhr

Hans Oehl (verantwortlich)  
Barbara Emschermann

### KONZEPTION, GESTALTUNG, REALISATION

idea Kommunikation  
Westfalendamm 87  
44141 Dortmund  
[www.ideakom.de](http://www.ideakom.de)

### DRUCK

Contzen Druck Multi-Media GmbH, Selm

© Verkehrsverbund Rhein-Ruhr 2002

