

# 25. Gothaer Technologenseminar

Integrierter Personenverkehr  
Champion oder Prinzip Hoffnung

## Verbünde im Ballungsraum und in der Fläche

Unterschiedliche Schwerpunkte, aktuelle Trends

- Ein Werkstattbericht -



Bereich Verkehrsservices  
Leiter Vertrieb  
Volker Krebs

30.01.2013

## Gliederung:

1. Kurze Vorstellung
2. Charakteristika eines Verbunds in der Fläche
3. Charakteristika eines Verbunds in einer Metropolregion
4. Gleiche Probleme
5. Aktuelle Trends
6. Fazit

## 1. Kurze Vorstellung / Beruflicher Hintergrund:

- Arbeit für den ÖV in Erfurt
- Mitarbeit bei der Gründung und Erweiterung Verkehrsverbund Mittelthüringen (VMT)
- Heute Leiter Vertrieb Münchner Verkehrsgesellschaft/Stadtwerke München
- Mitarbeit in den Gremien des VÖV/VDV seit 1990

## Eckdaten Vertrieb MVG:

- **Fahrkartenerlöse 2012: 413 Mio. € (2011: 393 Mio. €)**
- **Beförderte Personen 2012: 536 Mio. € (2011: 522 Mio.)**
- **Anzahl Abonnenten: 215.000** (kein Schüler-Abo, Semesterticket im MVV ab 09.13)
- **Mitarbeiter MVG gesamt: 2.700**
- **Mitarbeiter Vertrieb : 210 eigene + 60 zusätzlich beauftragte  
Kontrollschaffner**



MVG Kundencenter: 3



MVG Agenturen: 153



Fahrkartenautomaten: 1.300



Entwerter: ca. 3.600



Kundenportal: Abo + KuKa AT

## Die Münchner U-Bahnen:

**360 Mio.** Fahrgäste jährlich

**574** Wagen

**100** Bahnhöfe

**95** km Schienennetz

**7** Linien

Mitarbeiterpräsenz, Videobeobachtung der U-Bahnhöfe und neues Leitsystem sind wesentliche Bausteine unseres umfassenden Sicherheitskonzeptes.



## Die Münchner Linienbusse:

**180 Mio.** Fahrgäste jährlich

**913** Haltestellen

**380** Busse maximaler fahrplanmäßiger Fahrzeugeinsatz MVG

**454** km Streckennetz

**66** Linien, 23 km Busspur

**9** Nachtlinien jedes Wochenende, **3** Nachtlinien jede Nacht

Sicher und zuverlässig,  
im Linienverkehr  
wie bei Spitzenzeiten  
– Tag und Nacht.



## Die Münchner Trambahnen:

**100 Mio.** Fahrgäste jährlich

**84** Züge

**164** Haltestellen

**79** km Schienennetz

**12** Linien, alle Strecken sind beschleunigt

**4** Nachtlinien – jede Nacht

Schnell und bequem  
kreuz und quer durch  
die Stadt.



## 2. Herausforderungen eines Verbunds in der Fläche

## 2. Herausforderungen eines Verbunds in der Fläche

### Die Grundfrage: Warum ÖPNV?

„Meine Leute brauchen weder Bus noch Bahn. Die wollen unabhängig sein, wenn sie ihr Haus verlassen. Bisher gibt es keine Beschwerden, dass sie irgendetwas anders haben möchten. Auf dem Land braucht auch niemand dringend Internet, das ist etwas für Großstädte. Hier sind die Leute gerade mit dem Grünschnitt beschäftigt, für Internet hat hier niemand Zeit.“

## 2. Herausforderungen eines Verbunds in der Fläche

- Verbundgesellschaft
- Verkehr
- Tarif/Vertrieb
- Marketing

## Themenbereich Verbundgesellschaft:

- Motor für Transfer von Branchen-Kenntnissen
- Häufig minimalistische Personal- und Finanzausstattung
- Gelegentlich einzige überregionale Struktur

## **Besonderheiten Flächenverbände Mitteldeutschland:**

- Zeitraffer der Regional- und Stadtentwicklung
- Es kann (noch) um der Sache willen „gezaubert“ werden
- Neustart 1990 mit frustrierender Nachfrage
- Teilweise von vorsichtiger Prognose überholt, teilweise im Ringen um ausreichende Auslastung
- Was gemacht wurde, wurde häufig solide gemacht und orientierte sich an den Erfahrungen in der Branche

## Themenbereich Verkehr:

- Chancen „geschenkter“ SPNV-Verkehre unterschiedlich genutzt
  - Privilegien von Direktverbindungen
  - Reisezeitvorteile
  - Aufwandsbegrenzung
- Für Tangentiallinien reicht oft nicht das Verkehrsaufkommen

## Themenbereich Verkehr:

- Mut zur Angebotsstrukturierung erforderlich
  - Nur Verbindungen in dichter Taktfolge (10') und langer Betriebszeit bieten Chance einer hohen Betriebskostendeckung
  - „Pflichtangebote“ haben keine Chance
  - Neue Wege diskutieren und ausprobieren
- Bedeutung des Samstags unterschätzt

## Themenbereich Verkehr:

- Aus „Kirchturm“-Linien kann nichts werden
- Z.B. Erfurt bewies: Mobilitätswandel ist möglich. Mit ausgereiftem Angebotskonzept wirtschaftlich zum modal split einer Großstadt mit U- und S-Bahn

## Themenbereich Verkehr:

Grundverständnis ausbauen für

- ÖV als Daseinsvorsorge mit dem Anspruch der Sinnfälligkeit
- ÖV als Rückgrat für Mobilität
- ÖV als Mittel der Vernetzung
- ÖV als Basis von Lebensqualität im öffentlichen Raum
- ÖV als Brücke zu Lebensqualität in Kultur, Freizeit, Handel...
- ÖV als Standortfaktor im Wettbewerb
- ÖV als Beitrag zum Umweltschutz

## Themenbereich Verkehr:

Eigeninitiative Politik, Verwaltung, Verkehrsunternehmen  
nötig, weil

- Begrenztes Bürger-Engagement (und wenn, dann häufig skuril als Stellvertreterfunktion)
- Folgen eines mäßigen ÖV werden nicht sofort wahrgenommen

## Themenbereich Tarif/Vertrieb

- Thema Tarifgerechtigkeit für (relativ wenige Fahrgäste) hat häufig Vorfahrt vor Übersichtlichkeit (für viele Fahrgäste)
- Verknüpfung unterschiedlichster Kulturen und Philosophien
- Unterschiedliches Verständnis für Einnahmensicherung
- Begrenzte Wirtschaftskraft für neue Vertriebsinfrastruktur
- Umsätzen stehen hohe Fixkosten für Vertrieb gegenüber (10...15 % Vertriebskostenintensität)
- Kostensparsamkeit dominiert häufig vor dem Erzielen von Erlösen

## Themenbereich Marketing:

- Entdeckung des Fahrgastes als Kunden auf einem Markt
- Auch im ÖV kein Markterfolg ohne professionelles Marketing
- Auf teilweise schwierigem Markt Stärkung und Erhalt der „Unternehmenspersönlichkeiten“ wichtig
- Existenzieller Schlüssel zum Erfolg: Vernetzung von Zielen des ÖV mit den Playern im ÖV, Individualität als riesige Chance

### 3. Charakteristika eines Verbunds in einer Metropolregion

### 3. Charakteristika eines Verbunds in einer Metropolregion

## Droht der Stillstand?

### *Diskussion über die Zukunft der S-Bahn*

München – Die Diskussionsrunde „Münchner Mobilitätskultur“ hat sich im Semester 2012/2013 den Schwerpunkt „Neue Weichenstellungen für eine stadtverträgliche Mobilität“ gesetzt. Die erste Veranstaltung beschäftigt sich mit der 1972 in Betrieb genommenen Münchner S-Bahn. Sie findet am Donnerstag, 22. November, 18.30 Uhr, im Verkehrszentrum des Deutschen Museums, Am Baviariapark 5, statt, Kosten: 3 Euro (für Green City-Mitglieder frei). Das 40-jährige Jubiläum der Münchner S-Bahn ist für viele Menschen ein Grund zum Fei-



Vor 40 Jahren fuhren die ersten S-Bahnen in München.

Foto: Green City

## Themenbereich Verbundgesellschaft:

- Entwicklung ohne Zeitdruck
- Ohne vernünftige Voraussetzungen läuft nichts
- In den Gründungsjahren lagen die verkehrlichen und nicht die wirtschaftlichen Wirkungen im Fokus. Die kommunale Finanzkraft kam mit Defiziten klar, Regelungstiefe teilweise gering.
- Heute nicht mehr die Finanzlage von früher, Umsetzung neuer Regelungen schwer

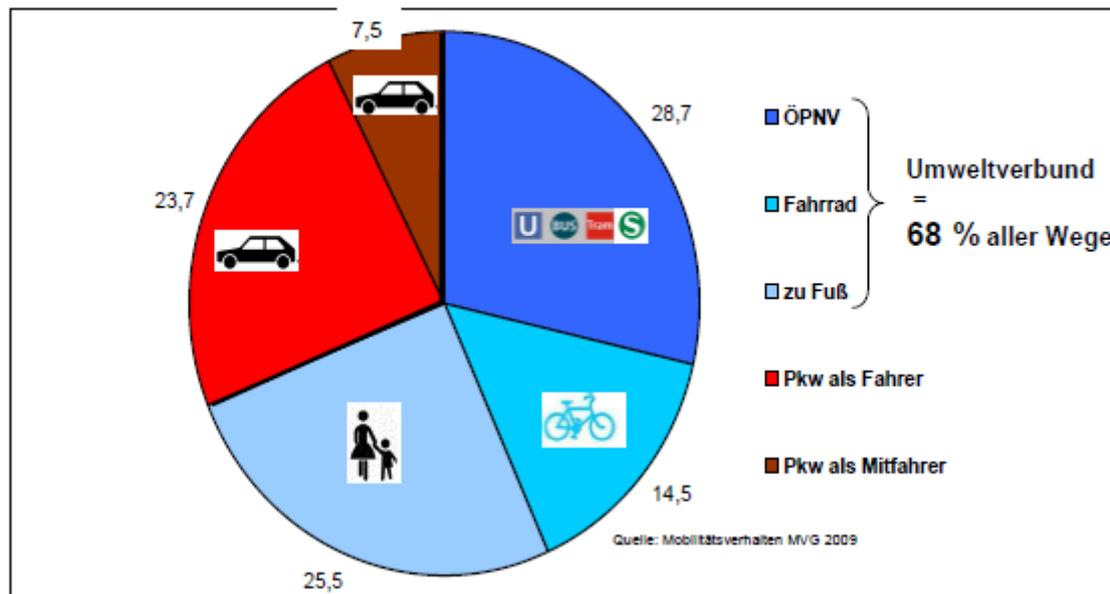
## Themenbereich Verbundgesellschaft:

- Bedeutung des ÖV kein Thema mehr
- ÖV als „Rettung“ zur Kompensation von Infrastruktur-Unterschieden – wie wird man schnell Verbundmitglied?
- Gut vernetzt untereinander und mit dem Verband
- Verbundgesellschaften gefragte Instanzen und starke Meinungsbildner

## Themenbereich Verkehr:

- Verkehrsanteil ÖV 24...26 % möglich
- Vernetzung der Verkehrsträger hat sich durchgesetzt
- Schienenverkehr ist Rückgrat im Verbundraum
- Tangentiallinien als Mittel zur Zentrumsentlastung
- Menschen wählen Wohnlage bewusst nach ÖV-Anbindung
- Bus- und Trambahn-Linien mit Taktfolge über 10' haben untergeordnete Bedeutung, Stadt- und Vorortbahnen mit Taktfolgen ab 15' beim Fahrgast schon „grenzwertig“
- Der Samstag entwickelt sich zum vollwertigen Werktag
- Wie können Kapazitätsengpässe abgebaut werden?
- Wie ist die Infrastruktur zu halten?
- Wie gewinnt man Mitarbeiter?

Der Umweltverbund wird schon seit 2009 wesentlich stärker genutzt als der private Pkw:

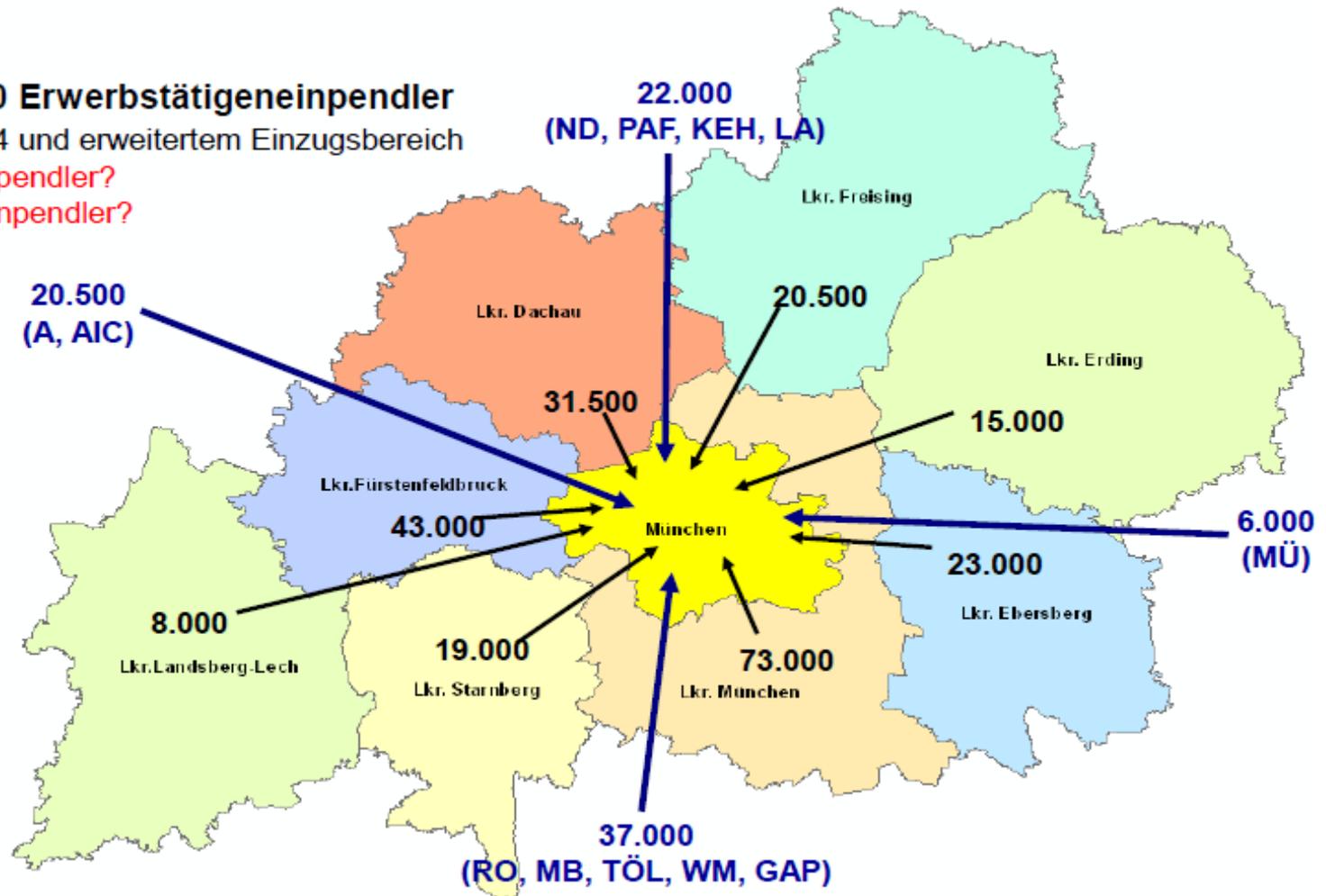


**=> ~360.000 Erwerbstätigeneinpendler**

aus Region 14 und erweitertem Einzugsbereich

=> Freizeiteinpendler?

=> Einkaufseinpendler?





## Verkehrszunahmen an kritischen Netzabschnitten

- A 99 (Anschlussstelle Neuherberg, Autobahndreieck Feldmoching)
- Ingolstädter Straße
- Neuherbergstraße
- Schleißheimer Straße
- Mittlerer Ring / Frankfurter Ring

## Themenbereich Tarif/Vertrieb:

- Angesichts der hohen Fahrgastzahlen hat einfache Tarifstruktur Vorfahrt vor Tarifgerechtigkeit
- Über die Umsätze rentieren sich die Aufwendungen für den Vertrieb (Vertriebskostenintensität 4...7 %)
- Wirtschaftskraft für neue Vertriebswege vorhanden
- Generieren von Umsatz rechtfertigt auch das Ausgeben von Geld

## Themenbereich Marketing:

- Themenfülle im Verbundraum zwingt zu angemessenen Budgets, um überhaupt wahrgenommen zu werden
- Materialschlacht und logistische Herausforderung
- Masse zwingt zum Verlust an Individualität

#### 4. Gleiche Probleme von Flächen- und Metropolraumraumverbund:

#### 4. Gleiche Probleme von Flächen- und Metropolraumraumverbund:

- Hängematte für „Unlustige“
- Bedenkenträger gibt es überall
- Rückgang der Finanzbeiträge, Finanzierung des Betriebs aus den Fahrgeldeinnahmen erforderlich
- Keine Lösung für den langfristigen Erhalt der Infrastruktur
- Konzentration versus Dezentralisierung von allgemeinen Leistungen
- Kirchturmdenken
- Politische Einflussnahme auf den Tarif
- Rollenkonflikt VV / VU

#### 4. Gleiche Probleme von Flächen- und Metropolraumraumverbund:

Rollenkonflikt VV / VU:

Verbundgesellschaften

- greifen in die unternehmerische Verantwortung der VU ein und behindern eine wirtschaftliche Entwicklung (Nachfrage und Einnahmen)
- spüren den aus dem täglichen Kundenkontakt entstehenden Handlungsdruck nicht
- begreifen nicht die Notwendigkeit, sich als eigenständiges VU auf dem Vergabemarkt bewähren zu müssen
- hinken der Entwicklung hinterher

#### 4. Gleiche Probleme von Flächen- und Metropolraumraumverbund:

Rollenkonflikt VV / VU:

Verkehrsunternehmen

- haben wegen Netto-Verträgen kein direktes Einnahme-Interesse
- überraschen die Verbundpartner mit Eigenentwicklungen und behindern einen konsistenten Verbundauftritt
- sind unsensibel in der Verbundkompatibilität ihrer Ziele
- sind nicht bereit, dort loszulassen, wo dies unternehmerisch sinnvoll wäre
- hinken der Entwicklung hinterher

## 5. Aktuelle Trends

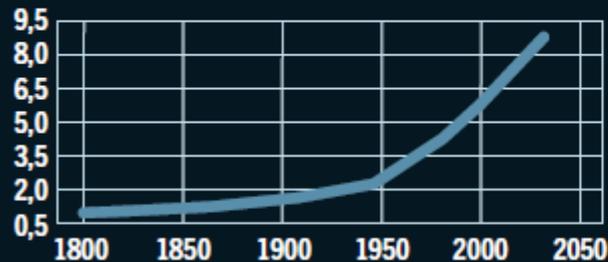
## Großstädte im Mobilitäts-Check

# München rennt, Düsseldorf pennt

Wie Tempo die Städte erfolgreich macht

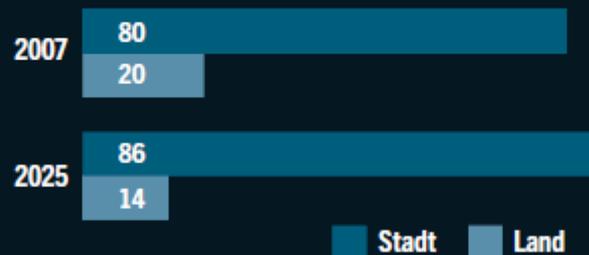
### Megamarkt städtische Mobilität

Die Weltbevölkerung steigt rapide an. Seit Oktober 2011 leben offiziell mehr als sieben Milliarden Menschen auf der Erde



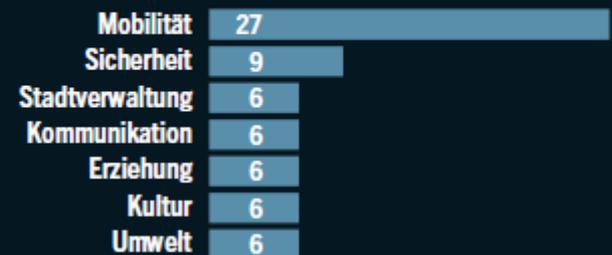
2030 Prognose; Quelle: United Nations

Ein immer größerer Teil der wachsenden Weltbevölkerung arbeitet in Städten (Wertschöpfung in Prozent)



Quelle: Arthur D. Little

Der wichtigste Standortfaktor in Städten ist aus Sicht von Investoren die Mobilität (Anteil unter allen Antworten in Prozent)



Quelle: Siemens

## Themenbereich Verbundgesellschaften:

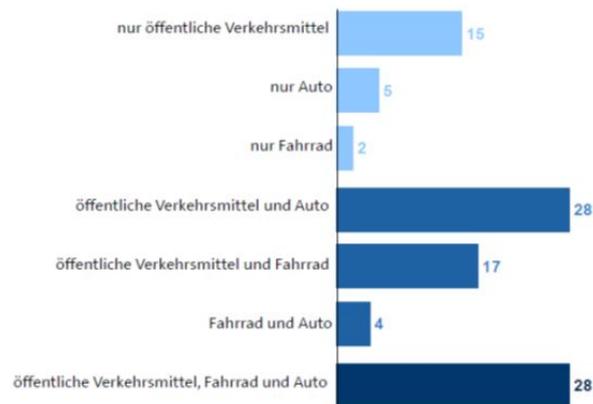
- Zusammenschluss von Verbundräumen
- Verbundraum = Bundesland nicht auszuschließen
- Neue Rollen für Verbundgesellschaften und Verkehrsunternehmen

## ÖV im Umbruch – den treuen ÖV-Immer-Fahrer gibt's nicht mehr

### Verkehrsmittelkombination im Alltag: nur jeder Siebte nutzt Bus und Bahn ausschließlich

infas

(gelegentliche) Zeitkartennutzer; Angaben in Prozent, mindestens wöchentlich genutzte Verkehrsmittel; Kombinationen über die Zeit, nicht auf einzelnen Wegen



Kunden sind wechselhaft.

Kunden sind respektlos.

## Themenbereich Verkehr:

- Mobilitätsverhalten ändert sich:

Selbst in München fahren nur noch 11% der bis 18-jährigen und 15% der über 18-jährigen überwiegend ÖV

- Verändertes Verhältnis zum Pkw junger Fahrgäste, z.B. modal split Münchner Studenten auf Ausbildungsweg:
  - 2004: 60% ÖV, 21% MIV
  - 2012: 68 % ÖV, 11 % MIV

## Themenbereich Verkehr:

- Multimodalität ist normal
- CS und Radverleih entwickeln sich wegen hoher Nachfrage
- Einzugsradien der Pendler wachsen mit zunehmender Reisegeschwindigkeit der Zulaufstrecken
- Kunden interessieren „geplante“ Verbundräume nicht
- Professionelles Angebot ohne qualifizierte Daten nicht mehr möglich
- Hoher Erwartungsdruck zu verbindlicher Fahrgastinformation und -navigation

## **Mobilfalt" macht den Privatwagen zum Minibus – Intelligente Lösung für den ländlichen Nahverkehr der Zukunft**

*28. Oktober 2011 Der Nordhessische VerkehrsVerbund will in Nordhessen den öffentlichen Nahverkehr in ländlichen Regionen revolutionieren, dort wo wenige Menschen leben und traditionelle Mobilitätsangebote zum Beispiel mit Bussen zukünftig überholt sein werden. Mit dem bisher in Deutschland einmaligen Projekt Mobilfalt sollen Privatfahrten Teil des Öffentlichen Nahverkehrs werden. Im Herbst 2012 plant der NVV den Start in den Modellregionen.*

## Themenbereich Vertrieb:

- Neue Vertriebswege werden sich in 5...10 Jahren durchgesetzt haben, die Revolution hat schon begonnen
- Schon heute erforderliche Hard- und Software nur noch mit hochbezahlten Fachkräften und aufwändigen Hintergrundsystemen betreibbar – auch deshalb neue Wege im Vertrieb!
- Vertriebswettbewerb bei Ausschreibungen oder über die EAV

## Themenbereich Vertrieb:

Präsidiumsbeschluss 2011 zur Smartphone-Strategie:

- Kein Einheitssystem, sondern Vielfalt fördert Entwicklung
- Produktserviceschnittstelle (IPSI) verbindet Systeme
- Basis-App für alle, die sich nicht allein einem Großanbieter anschließen wollen/können
- „Wir trauen uns, öffentlich darüber zu reden, konventionelle Vertriebstechnik eines Tages zurückzufahren“

## Vernetzung der Handy Ticket-Systeme in Vorbereitung

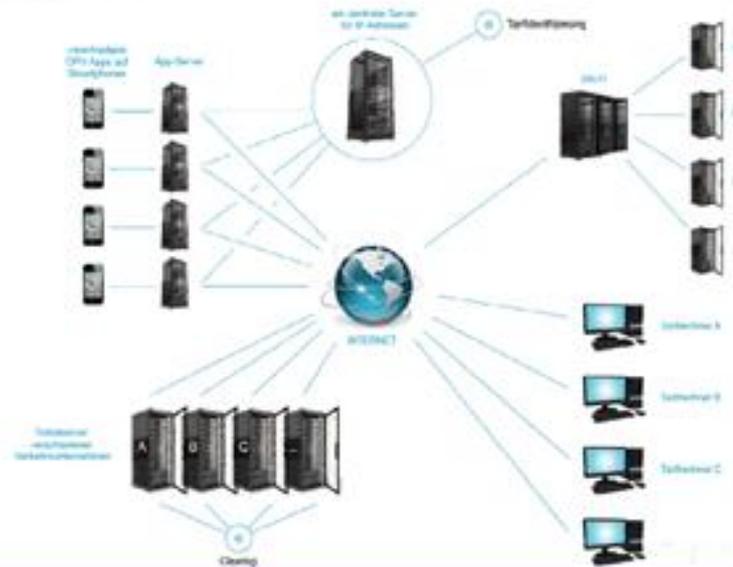
VDV KA KG baut „IPSI“:

Standar-  
disierte

Interope-  
rable

Produkt-  
service-  
schnitt-  
stelle

(IPSI)



## Die Antwort der Marktforschung in 5 großen Städten: Fahrkartenkauf als Nutzungshemmnis für den ÖV?

ja

- Für einen kleinen Teil der **Nicht- und Gelegenheitsnutzer**
- Für ältere Personen
- In einer fremden Stadt
- **Aufgrund des Zeitfaktors:** lange Schlangen vor den Automaten/  
komplizierte Automatenbedienung
- **Aufgrund der Komplexität/Unsicherheit:** Probleme die richtige Karte zu  
finden/Angst vorm Schwarzfahren (Habe ich die richtige Fahrkarte? Habe  
ich die günstigste Fahrkarte? Ist der Automat defekt?)

nein

- Nicht für viele **Stamm-, Gelegenheits- und Nichtnutzer**
- schlechte Taktung bzw. Anbindung in den Randbezirken wichtiger
- Ungenügende Fahrpreiswahrnehmung, ohnehin alles zu teuer.
- Image von häufigen Ausfällen und Verspätungen wirkt
- Überfüllte Bahnen mit Überschreitung der „Individualdistanz“ stoßen ab

# Ein neues Mobilitäts- und Informationsverhalten fordert uns heraus

## Wie steht es um die Nutzung der Auskunftswelt im Internet?

Nicht für jeden, aber vor allem für Jüngere schon Alltag.

Auskunft über Fahrpläne  
oder Verbindungen



Onlinetickets für  
Bahn oder Flugzeug



Check-in  
beim Fliegen



Routen- bzw.  
Wegeplanung



Information  
zur Verkehrslage



CarSharing-Angebote  
prüfen und buchen



alle Bundesbürger

18- bis 29jährige

# Kombitickets sind marktreif



## KombiTicket

SRU

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

**Kombiticket**  
**Theater SALZ+PFEFFER: Kombiticket Test (ICH+ICH)**  
**Tarifstufe: 2 (Nürnberg/Fürth/Stein)**  
Gültig am 30.12.2011 \*  
Max Mustermann  
Ausweistyp: **P**  
1362779536788  
\*Ticket ist 2 Stunden vor und 2 Stunden nach der Veranstaltung gültig.  
Ticket ist nur in Begleitung eines Erwachsenen gültig.  
Im Übrigen gelten die VGN-Tarifbestimmungen.





Barcode bitte nicht knicken!

362779  
395118

# Semesterticket online sind bei den Wiener Linien, in Freiburg und Nürnberg schon „normal“

Barrierefrei mit den Wiener Linien AAA | English | Fahrplanauskunft

**WIENER LINIEN** Suche   [Erweiterte Suche](#)

**Fahrplanauskunft** | **Tickets** | Service | Aktuelles | Erlebniswelt | Unternehmen | Netzausbau

[Home](#) > [Tickets](#) > [StudentInnen](#) > Semesterkarte

**Tickets**

- › Jahreskarten
- › Zeitkarten
- › Einzelfahrten
- › Handyticket
- › Kinder und Jugendliche
- › **StudentInnen**
- › Semesterkarte
- › Berechtigungskarte
- › Monatskarte
- › FAQ StudentInnen
- › SeniorInnen
- › **Wien-BesucherInnen**
- › Eintrittskarte = Fahrschein
- › Ticketkauf
- › Tarifbestimmungen/Be-förderungsbedingungen

## Semesterkarte



Die Semesterkarte bietet Studierenden die Möglichkeit, das gesamte Netz der Wiener Linien fünf Monate lang nach Belieben zu nützen.

**Preise der Semesterkarte**

Studierende mit Hauptwohnsitz in Wien bezahlen für die Semesterkarte € 75,-.  
Für Studierende, die nicht in Wien hauptgemeldet sind, kostet die Karte € 150,-.  
Das Land Niederösterreich leistet bei Hauptwohnsitz in Niederösterreich einen Zuschuss in der Höhe von € 75,-. Ebenfalls erhalten im Burgenland hauptgemeldete Studierende einen Zuschuss in Höhe von 50% des Verkaufspreises.

**Gültigkeit der Semesterkarte**

Das Ticket gilt **auf allen Linien innerhalb Wiens** (Zone 100) für U-Bahn, Straßenbahn und Buslinien (ausgenommen spezielle Schnellbuslinien) sowie für die ÖBB (z.B. Schnellbahn) und die Wiener Lokalbahnen (bis Vösendorf-Siebenhirten).

Die Semesterkarte ist **fünf Monate gültig**: Im Wintersemester vom 1. September bis zum 31. Jänner, im Sommersemester vom 1. Februar bis zum 30. Juni. Für die Monate Juli und August können Studierende eine Ferienmonatskarte lösen.

**Weitere Infos zum Ticket**

- › Informationsstellen
- › Hotline (01) 7909-120
- › Infopolder zum Ticket (PDF, 229 kB)

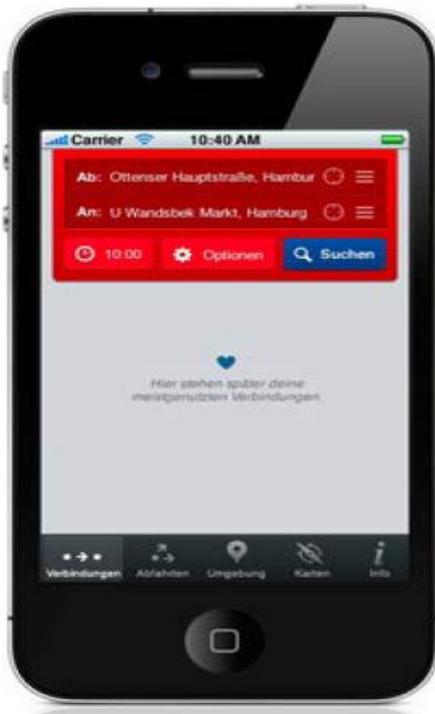
**Ticket kaufen**

- › Semesterkarte online kaufen
- › Ticketshop-App (iPhone)
- › Ticketshop-App (Android)
- › Vorverkaufsstellen
- › Bestellformular (PDF, 96 kB)

## Mobilitätsplattform der HOCHBAHN ist Vorreiter:

- Zusammenführung verschiedener Mobilitätsdienstleistungen zu einheitlichem Frontend:
  - - Registrierung, Information, Routing, Buchung, Nutzungs- bzw. Abrechnungsdaten
    - Routing und Buchung sind verknüpft
    - HVV-Fahrinfo-App soll als mobiles Frontend genutzt werden:
- Ergänzt um komplementäre Mobilitätsdienstleistungen entsteht einheitlicher Zugang zum ÖPNV
- Erhöhung der Absatzchancen für Tarifprodukte
- Routing-Nutzung auch für Nicht-AboKunden

# Mobilitätsplattform - Beispiel

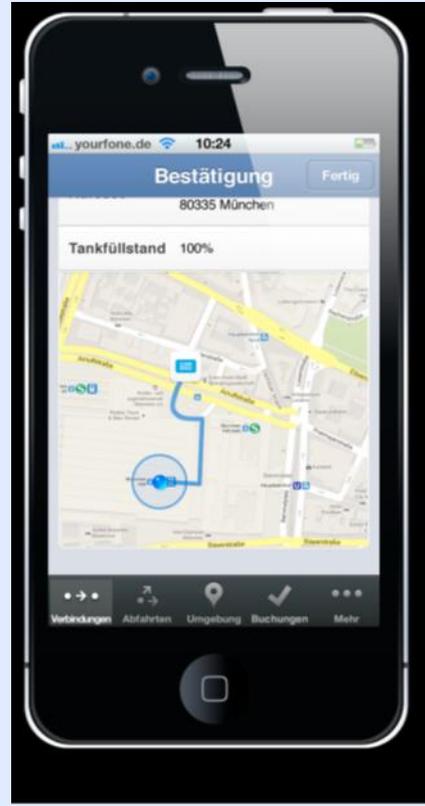
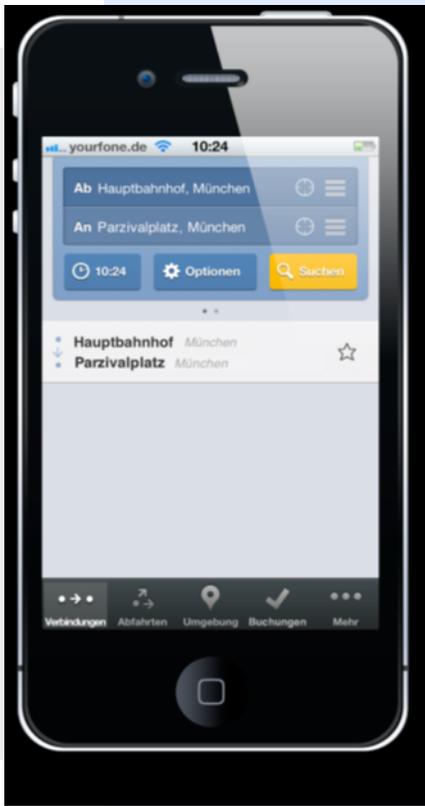


# Mobilitätsplattform - Beispiel



## Mobilitätsplattform - Beispiel





## Beispiel MVG München: Auszug aus einem Zukunftspapier

- Wandel vom VU zum Mobilitätsdienstleister ist unverzichtbar.
- Neues Selbstverständnis erforderlich: **Wir** nehmen das Geschäft in die Hand!
- Steuern und mitgestalten statt zuschauen, wie andere unsere Kunden steuern.

Denn:

- Andere Akteure steigen in das positiv besetzte Thema Multimodaler Mobilitätsdienstleister ein (Autoproduzenten und -vermieter, Wettbewerber, ...)
- Zugang zum mobilen Kunden wird vielfältig werden und nicht mehr nur über die klassischen ÖV-Verkehrsmittel

## 5. Fazit

## Fazit

### These 1:

Dort, wo integrierter Verkehr angeboten wird, findet auch vielfältige Regionalentwicklung statt. ÖV ohne Integration verkommt zum „öffentlichen Schülerverkehr mit Ergänzungsangeboten für Randgruppen“

### These 2:

Die Zukunft gehört dem multimodalen integrierten Verkehr mit bündelnden Oberflächen in der Fahrgastinformation, im Routing und im Vertrieb

### These 3:

Verbünde können Champion sein, wenn die Rollenverteilung VV/VU klappt



**Vielen Dank für  
Ihre Aufmerksamkeit!**