

Regio im Abo

Verbundbericht 2010

Regio-
Verkehrsverbund
Freiburg
www.rvf.de



Vorwort	03
1. Kundenbindung am Beispiel „Abo“	06
2. Tarif und Vertrieb	12
3. Marketing	16
4. Fahrplaninformation/-koordination	20
5. Geschäftsjahr 2010	24
6. Ausblick auf das Geschäftsjahr 2011	30

Impressum

Herausgeber: Regio-Verkehrsverbund Freiburg GmbH (RVF), Freiburg
Konzept und Gestaltung: Münchrath. Die Werbeschmiede, Freiburg
Text: RVF und Münchrath. Die Werbeschmiede, Freiburg
Fotografie: Britta Schilling, Freiburg
Druck und Verarbeitung: Hofmann Druck, Emmendingen
© 2011 Regio-Verkehrsverbund Freiburg GmbH (RVF), Freiburg

Ein Jahr der Kontinuität

Nach einem anspruchsvollen Vorjahr mit Anpassung aller Verbundverträge in Folge der EU-Verordnung 1370 war 2010 ein Jahr der Kontinuität – ohne weitere Nachjustierungen in den Strukturen oder Tarifierhöhung.

Der Regio-Verkehrsverbund Freiburg kann mit **positiven Geschäftszahlen** und Entwicklungen aufwarten. 2010 konnten die Einnahmen aus dem Verbundtarif um +3,6% gesteigert werden. Inklusive der Tarifzuschüsse der Landkreise Breisgau-Hochschwarzwald und Emmendingen, der Stadt Freiburg sowie des Landes Baden-Württemberg erreichten sie knapp 80 Mio. EUR. Mit ermittelten 114,5 Mio. Fahrten nutzten erneut **mehr Fahrgäste als je zuvor** den regionalen ÖPNV.

Dank erfreulich stabiler Nachfrage im schwierigen Jahr 2009 und einer geringen Inflationsrate war im Jahr 2010 **keine Preisanpassung** in den „Kerntarifen“ RegioKarte und Barverkehrsfahrscheine notwendig.

Neu wurde Mitte 2010 das grenzüberschreitende Tarifangebot „**Pass Mulhouse – Region Freiburg**“ eingeführt und in den Verbundtarif integriert. Es umfasst das RVF-Gebiet plus die grenzüberschreitenden Sonderfahrten von Neuenburg nach Mulhouse und funktioniert wie eine REGIO24. Besitzer von RegioKarten können Fahrkarten ganz einfach beziehen: Durch die Aufnahme von Neuenburg als internationalem Tarifpunkt kann an jedem DB-Automaten der internationale Tarif für Hin- und Rückfahrt gelöst werden. 2010 war das erste vollständige Jahr mit dem neuen Einsteigerangebot „RegioKarte Basis“. Ein erstes Resümee wird im Kapitel „Tarif und Vertrieb“ gezogen.

Zur **Einführung eines möglichen Sozialtickets** in Freiburg war 2010 ein Gutachten durchgeführt und zum Jahresende die Ergebnisse präsentiert worden. Ein im Tarif abgesenktes Sozialticket muss aus Sicht des Verbundes einen 1:1-Ausgleich auf einen normalen, genehmigten Tarif gewähren. Eine Entscheidung im Gemeinderat der Stadt Freiburg wurde im Mai 2011 getroffen.

Nachdem sich das **HandyTicket** im RVF etabliert hat, wurde verstärkt an der **Ausweitung auf das gesamte fanta5-Gebiet** gearbeitet. Intensive Abstimmungen mit den Projektbeteiligten waren erforderlich. Mitte des Jahres wurde die Förderzusage durch das Innovationsprogramm des Landes Baden-Württemberg erteilt und Anfang 2011 konnten Verträge mit den Industriepartnern unterzeichnet werden. Mit dem Start des HandyTickets fanta5 ist Ende 2011 zu rechnen.

Die Stichworte „Kundenzufriedenheit“ und „Kundenbindung“ stehen auch im RVF oben auf der Agenda. Anlass für uns, das RegioKarten-Abonnement einmal genauer unter die Lupe zu nehmen. Im Bemühen für die Kunden ein attraktives Angebot an Produkten zu gestalten, wurde vor sechs Jahren die **RegioKarte Abo** initiiert. Zahlreiche RegioKarten-Besitzer sind in den letzten Jahren auf das bequeme und günstige Abo umgestiegen. Zusammen mit den von uns beauftragten Vertriebspartnern – Freiburger Verkehrs AG (VAG) und DB Regio AG Südbaden – arbeitet der RVF beständig an der Verbesserung von Qualität, Ablauf und Zuverlässigkeit dieses Angebots. Auf den folgenden Seiten haben wir Ihnen Zahlen, Fakten und Hintergründe zu diesem wichtigen Kundenbindungsinstrument zusammengestellt.

Wir wünschen Ihnen eine aufschlussreiche und anregende Lektüre und allzeit gute Fahrt – mit der Regio im Abo.



Dorothee Koch
Geschäftsführerin



Christoph Landwehr
Geschäftsführer

Zeit ist Freizeit: mit Abo geht's schnell.

Und schnell gewöhnt man sich dran.

Denn das Abo ist bequem. Einmal bestellt, erfolgen Versand und Bezahlung automatisch. Weil Zeit kostbar ist. Das sehen auch viele unserer Kunden so. Wer sich für das Abo entschieden hat, bleibt dabei. Das belegt auch die Entwicklung der Abonnentenzahlen. Mittlerweile beziehen knapp 14.000 Kunden die „RegioKarte für Bequeme“.

» Kundenbindung am Beispiel „Abo“

1. Kundenbindung am Beispiel „Abo“

1.1. Kundenbindung als Aufgabe des ÖPNV

Das Schlagwort „Kundenbindung“ ist seit einigen Jahren in allen Branchen ein Thema. Wo früher die Treue der Kunden eine planbare Größe war, stellt sich die Situation heute anders dar: In Zeiten von nachlassender Markenidentifikation und kritischer werdenden Konsumenten erleben viele Firmen, dass die **Bereitschaft zum Wechsel** bei Verbrauchern generell steigt.

Auch der ÖPNV muss sich des Themas „Kundenbindung“ annehmen. Im Sinne einer nachhaltigen Mobilität muss das Interesse stabilen bzw. wachsenden Fahrgastzahlen gelten. Als Planungsgrundlage für die Entwicklung von Verkehrskonzepten sind sie ebenso wichtig wie auch für die unternehmerische Stabilität der beteiligten Verkehrsunternehmen. Es reicht schon lange nicht mehr, auf den (Berufs-)Pendler zu zählen, der den öffentlichen Nahverkehr nutzt, weil er eben „muss“. Das **Mobilitätsverhalten** der Menschen verändert sich, viele sind zunehmend intermodal unterwegs. Häufig bieten sich auch Alternativen zum ÖPNV, – gerade für Fahrradnutzer wird die Infrastruktur konstant verbessert – die zur Abkehr von Bus und Bahn bzw. zu einer jahreszeitlich eingeschränkten Nutzung des Nahverkehrs führen.

Wie kann diesen drohenden Kundenverlusten begegnet werden? Was kann getan werden, um Kunden an das Produkt ÖPNV langfristig zu binden? Nebenbei setzt sich die Erkenntnis durch, dass die Akquise neuer Kunden in der Regel teurer ist als das Halten bestehender Kunden. Ein **Instrumentarium zur Kundenbindung** im öffentlichen Nahverkehr ist das „**Abonnement**“ von Fahrausweisen. Zwischenzeitlich wird es als Teil einer konsequent verfolgten Kundenpflege in zahlreichen Verkehrsverbänden angeboten. So auch im RVF.

1.2. Das RegioKarten-Abonnement im RVF: Wieso „Abo“ und was hat der Kunde davon?

Um dauerhaft und nachhaltig die Einnahmen zu sichern, wurde auch im Regio-Verkehrsverbund Freiburg die Basis für ein entsprechendes Abonnement gelegt: Im **November 2004** wurde das RegioKarten-Abonnement als Angebot in der Produktfamilie des RVF verankert. RegioKarten-Käufer können seitdem ihre RegioKarte automatisiert beziehen, auf bequemem und günstigem Weg. Der Vertriebsweg ist für den Kunden einfach: Per Bestellschein oder auch online kann das Abonnement beantragt werden. Die RegioKarten kommen im Halbjahresrhythmus per Post nach Hause, die Bezahlung erfolgt per Bankeinzug.

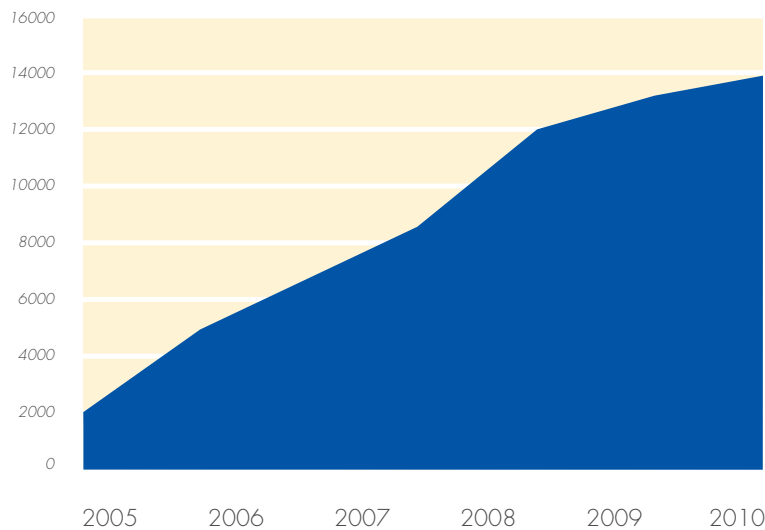
Der zusätzliche Anreiz für den Kunden besteht in der **Ersparnis** von rund 70,- EUR pro Jahr im Gegensatz zum monatlichen Kauf der RegioKarte Übertragbar. Die Zusatznutzen (Übertragbarkeit, Mitnahmeregelung), die die RegioKarte bietet, können von Abonnenten gleichermaßen in Anspruch genommen

werden. Wer spontan in das Abo einsteigen will, braucht nicht auf den Monatsanfang zu warten, sondern kann sein Abo jederzeit starten („Abo Sofort“). Zusätzliche Flexibilität erfährt der Kunde durch die Tatsache, dass das Abo jederzeit gekündigt werden kann. Durch die vertraglich gegebene Zusage, das Abo auf einfachem Weg verlassen zu können, behält der Kunde das Gefühl von **Freiheit und Flexibilität** und weiß sich einem „ehrlichen Angebot“ gegenüber.

1.3. Entwicklung der Abonnentenzahlen – eine Erfolgsgeschichte

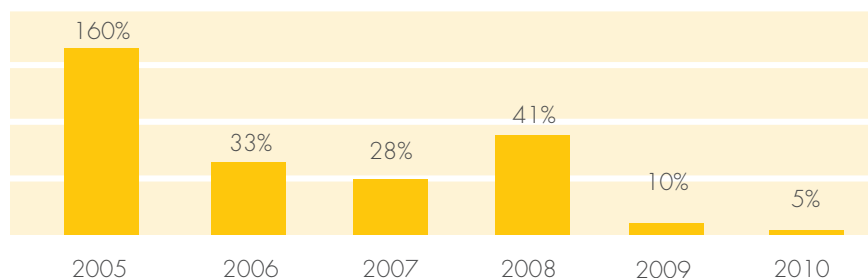
Vor diesem Hintergrund überrascht es nicht, dass das Abo schon kurz nach Einführung einen **großen Zulauf erlebte**. So konnten bereits nach einem Jahr rund 5.000 Abonnenten verzeichnet werden. Inzwischen beziehen **knapp 14.000 Kunden** die „RegioKarte für Bequeme“. Im Jahr 2010 wurden in diesem Bereich 165.558 RegioKarten verkauft, das sind rund 21 % aller verkauften RegioKarten Erwachsene.

Entwicklung der Abonnentenzahlen



Bis einschließlich 2008 lagen die jährlichen **Zuwachsraten stets bei rund +30%**. Im Jahr 2008 ist sogar ein besonders deutlicher Anstieg der Abonnentenzahlen mit einer Steigerung von +41% oder insgesamt +3.500 Abonnenten zu verzeichnen.

Zuwachsrate RegioKarte Abo



Dies erklärt sich u. a. aus der äußerst erfolgreichen Marketingmaßnahme der „**Schotten-Aktion**“: Diese sah die Akquise neuer Abonnenten auf zwei Wegen vor: einerseits der direkte Einstieg in das RegioKarten-Abonnement (mit Starttermin am 1. März 2008); als Anreiz wurde hier eine Prämie im Wert einer RegioKarte ausgelobt. Außerdem gab es das sog. Schotten-Abo, d. h. ein Angebot, das Abonnement drei Monate lang unverbindlich zu testen. Um die Seriosität dieses Angebots zu unterstreichen, endete das Schnupper-Abo von selbst und verlängerte sich nicht automatisch, wie häufig bei Abos üblich, sofern nicht aktiv gekündigt wird. 1.240 Kunden konnten so motiviert werden, direkt ins Abo einzusteigen. Über beide Kanäle (Schotten- und Direkt-Abo) wurden insgesamt 1.760 zusätzliche Kunden gewonnen. Darüber hinaus stieg – mittels diverser Kommunikationsmaßnahmen zu dieser Aktion – der Bekanntheitsgrad des Abonnements deutlich.



Inzwischen gestaltet sich das Wachstum im Bereich des RegioKarten-Abonnements moderater. Im Jahr 2010 wuchs die Zahl der Abonnenten um +675 bzw. +5%. Gestützt wurde der Zuwachs durch die **Kunden-Werbeaktion „Freunde werben Freunde“**, die im Herbst 2010 stattfand. Hierbei wurden aktuelle RegioKarten-Abonnenten aufgefordert, Freunde, Bekannte oder Verwandte zum Abschluss eines Abonnements zu motivieren. Die „Werber“ erhielten daraufhin eine Wahl-Prämie in etwa im Wert einer RegioKarte. So konnten über 190 neue Abonnenten geworben werden. Neben dem reinen Abonnentenzuwachs wurde beim Werber eine (neuerliche) Auseinandersetzung bzw. Identifikation mit dem Produkt „RegioKarte“ erreicht – ein weiterer Schritt in Richtung **Kundenbindung**.



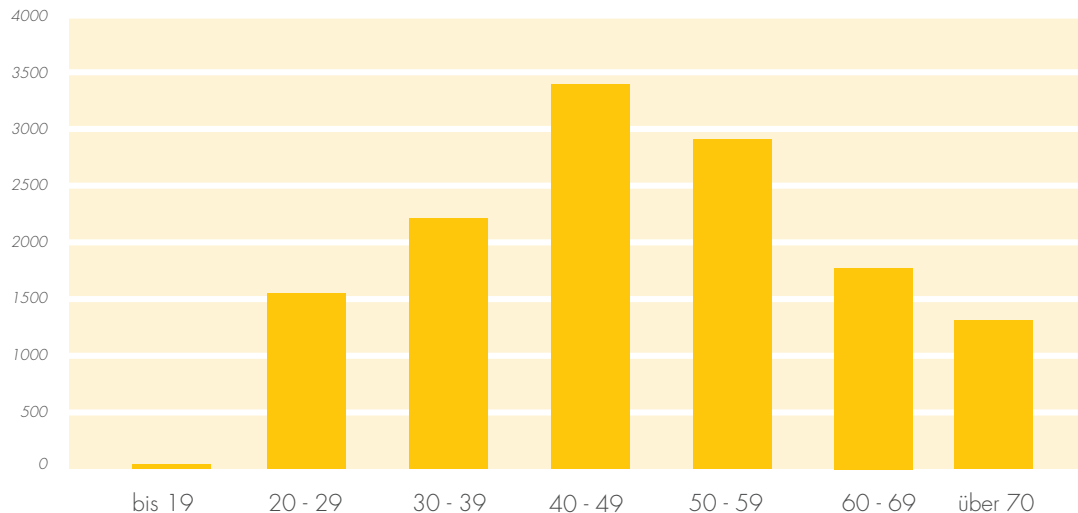
1.4. Wer sind die RegioKarten-Abonnenten?

Zu einer erfolgreichen Kundenbindung gehört eine möglichst profunde Kenntnis der Kunden. Das RegioKarten-Abonnement ermöglicht einen Einblick in Struktur und Charakteristik der Kundengruppe, die nur dieser Vertriebsweg bietet – der Verkauf normaler Monatskarten und auch der Jahreskarte passiert „anonym“, der Kunde bleibt hier gesichtslos. Als Einschränkung muss man anmerken, dass die Käufer der RegioKarte Abo nicht zwangsläufig identisch sein müssen mit den Nutzern des ÖPNV. Wir wissen nicht, wie viele das Abonnement auf den eigenen Namen abschließen, die Nutzung der RegioKarte dann aber durch ein anderes Familienmitglied erfolgt (siehe hier v. a. den folgenden Aspekt „Geschlechterverhältnis“).

Bei der Betrachtung der Abonnenten fällt zunächst das **Geschlechterverhältnis** auf: fast zwei Drittel (64%) der Abonnenten sind weiblich. Interessanterweise hat sich dieses Geschlechterverhältnis auch bei inzwischen deutlich höheren Abonnentenzahlen nicht verändert.

Auch die Verteilung der Abonnenten auf bestimmte **Altersgruppen** unterliegt bei Betrachtung mehrerer Jahre nur geringen Schwankungen. Wie auch in den Vorjahren stellen 2010 die 40- bis 49-Jährigen die stärkste Gruppe dar (26%), die 50- bis 59-Jährigen machen 22% aller Abonnenten aus; beachtlich ist, dass fast ein Viertel der Abonnenten (23%) über 60 ist.

Abonnenstruktur nach Alter (2010)



Die Aufteilung zwischen der Stadt Freiburg und der Region als **Wohnort** zeigt ebenfalls eine große Konstanz: Vor fünf Jahren war hier eine relative Ausgewogenheit zu beobachten, mit 47% aller Abonnenten in Freiburg und 53% Abonnenten in der Region. Diese Verteilung änderte sich auch im Lauf der Jahre kaum: 2010 lebten 48% aller Abonnenten in Freiburg, 52% kamen aus der Region.

Bemerkenswert ist auch der Zusammenhang zwischen der Zahl der Abonnenten und der **Qualität des ÖPNV-Angebots**: In Gegenden mit überdurchschnittlich guter Anbindung liegt sie doppelt so hoch wie in Gemeinden mit unterdurchschnittlicher Anbindung. Kurz gesagt bedeutet das auch, wo ein dichter Takt und eine gute Bus-/Schienenverknüpfung besteht, ist die Bereitschaft, sich an den ÖPNV zu binden, höher.

1.5. Ein Blick hinter die Abo-Kulissen

Ziel bei Einführung des Abos war es, den Kundinnen und Kunden einen möglichst komfortablen und einfachen Weg zur Zeitkarte anzubieten. Dass die RegioKarte den Abonnenten zuverlässig erreicht, dafür sorgen die beiden Vertriebspartner, die Freiburger Verkehrs AG (VAG) und die DB Regio AG. Bei Abschluss eines Online-Antrags hat jeder neue Abonnent die Möglichkeit, sich den betreuenden **Vertriebspartner** auszusuchen. Die beiden Unternehmen arbeiten dann im Hintergrund, um den reibungslosen Ablauf des Abonnements zu gewährleisten. Konkret bedeutet das, die Erfassung und Verwaltung der Daten der Abonnenten, die Beauftragung der Lastschrift bei den jeweiligen Banken, die Organisation des Fahrkartenversands, das persönliche Beschwerdemanagement usw.

Der **sorgfältige Umgang mit Kundendaten** wird groß geschrieben. Sie werden nur zur direkten Kommunikation mit den Abonnenten genutzt und nicht an Dritte weitergegeben. Allerdings genießt jede Kundin bzw. jeder Kunde als RegioKarten-Abonnent den Vorteil, aktuelle Informationen über **Preisvorteile, spezielle Aktionen** bzw. besonders für RegioKarten-Inhaber attraktive Angebote erhalten zu können: So wurde der „Stadt-Land-RegioKarte“-Freizeitführer mit rabattierten Angeboten nur für RegioKarten-Inhaber versandt oder die Einführung von „badisch24“, einer 24-Stunden-Karte für die Nachbarverbünde, frühzeitig kommuniziert. Selbstverständlich ist es möglich, die Zusendung von Informationen auch abzulehnen, wovon aber nur knapp 19% der Kunden Gebrauch machen. Die skizzierten Kommunikationsinstrumente stehen ebenfalls unter der Überschrift **„effektive Kundenbindung“**, der ein Verständnis von „Kundenbeziehung“ zugrunde liegt, das über den reinen Fahrscheinverkauf klar hinausgeht.

Für **die Zukunft** soll das Abonnement für die Kunden **noch bequemer** werden. Ziel ist es, den Abonnenten **im Internet** mittels eines geschützten Zugangs die Möglichkeit zu geben, sämtliche Änderungen (Adressdaten, Kontodaten, Kündigung des Abos, etc.) einfach zu hinterlegen.

1.6. Abo wirkt!

Dass das Abonnement tatsächlich ein wirkungsvolles Instrument zur Kundenbindung darstellt, belegt u. a. folgende Zahl zum **Verbleib im Abo**: Bis Ende 2005 wurden 4.997 Abonnenten gewonnen; davon haben Ende 2010 noch 3.048 Kunden, das sind 61 %, ihr Abo.

In der Zukunft soll das inzwischen erreichte hohe Niveau der Abonnentenzahlen noch versucht werden zu steigern. Gemeinsam mit der RegioKarte Jahr liegen die Bindungsprodukte inzwischen bei 55% der verkauften RegioKarten Erwachsene. Diesen Wert in Richtung der Zwei-Drittel-Marke zu erhöhen – das ist **die Zielsetzung für die kommenden Jahre**. Neben der „Pflege“ der bestehenden Abonnenten und der konstanten Kommunikation der Abo-Vorteile bedarf es hierfür u. U. auch einer **Ausdifferenzierung bzw. Erweiterung der Zusatznutzen der RegioKarte bzw. des Abonnements**: Ob eine erweiterte Mitnahmeregelung, die Möglichkeit zur Abo-Unterbrechung oder andere tarifliche Optionen – denkbar ist vieles auf dem weiteren Weg in die Regio im Abo.



*So viel ist sicher:
das Abo kommt.*

Pünktlich per Post nach Hause.

Denn das Abo ist verlässlich. Es kommt direkt zu Ihnen nach Hause – in Ihren Briefkasten. Weil Einfachheit und Komfort für uns und unsere Kunden wichtig sind. Auch was moderne Vertriebswege angeht. So zum Beispiel beim HandyTicket, das jetzt in den Regelbetrieb überführt wurde.

» **Tarif und Vertrieb**

2. Tarif und Vertrieb

Die geringe Inflationsrate in Folge der Wirtschaftskrise und eine stabile Nachfrage – diese Faktoren waren im Wesentlichen ausschlaggebend dafür, dass die Preise der RVF-Tarife im August 2010 nicht angepasst werden mussten. Die anfangs noch nachwirkende Tarifierhöhung des Vorjahrs sowie eine bemerkenswerte Konstanz beim Mengenwachstum erklären, dass die Fahrgeldeinnahmen im vergangenen Jahr um fast +4% gesteigert werden konnten. Im Jahr 2010 wurden im Vergleich zum Vorjahr erneut mehr RegioKarten verkauft, der Absatz über alle Zeitkarten stieg insgesamt um +1,6%. Mit Spannung erwartet wurde eine erste Bilanzierung der RegioKarte Basis ein Jahr nach der Einführung und die Überführung des bisherigen Pilotbetriebs beim RVF-HandyTicket in den so genannten Regelbetrieb des „HandyTicket Deutschland“.

2.1. Ein Jahr RegioKarte Basis: erste Ergebnisse

Die Familie der RegioKarte bekam zum 01.08.2009 ein neues Mitglied: die RegioKarte Basis – ein Angebot für Einsteiger.

Die RegioKarte Basis ist eine persönliche, nicht übertragbare Monatskarte zum Preis von 45 EUR, die an den Kalendermonat gebunden ist. Das Angebot löste die bisherige RegioKarte Junioren für unter 26-Jährige ab. Da dieser Fahrschein im Gegensatz zum bewährten Angebot im Bereich der RegioKarten für Erwachsene nicht die bekannten Zusatznutzen „Übertragbarkeit“, „Tagesflexibilität“ und „Mitnahmemöglichkeit an Sonn- und Feiertagen“ integriert, stand die erste Jahresbilanz der RegioKarte Basis besonders im Fokus. Ziele bei der Einführung dieses Fahrscheins waren insbesondere die Nutzenschwelle für Gelegenheitskunden abzusenken sowie mehr tarifliche „Stellschrauben“ in Bezug auf die Zusatznutzen der RegioKarte zu schaffen.

Der Absatz der RegioKarte Basis bewegt sich im ersten Jahr nach der Einführung auf niedrigem Niveau. Bezogen auf das Gesamtjahr 2010 wurden monatlich im Durchschnitt gut 1.700 RegioKarten Basis verkauft, was knapp 6% der monatlich vertriebenen RegioKarten für Erwachsene entspricht; bezogen auf alle RegioKarten waren es knapp 1,5%. Diese geringen Absatzzahlen belegen einmal mehr, welcher Beliebtheit sich die Zusatznutzen der klassischen RegioKarte erfreuen. Insbesondere wegen der niedrigen Stückzahlen lassen sich Absatzeffekte der neuen RegioKarte Basis auf die anderen Produkte noch nicht ausmachen. Der in den ersten Monaten nach Einführung stark schwankende Absatz der RegioKarte Basis pendelte sich gleichwohl mehr und mehr auf dem früheren Niveau der RegioKarte Junioren ein.

2.2. RVF-HandyTicket: Überführt in den Regelbetrieb und jetzt auch für iPhone und Smartphone

Fahrscheine für Busse, Stadtbahnen und Züge im Regio-Verkehrsverbund Freiburg (RVF) können seit November 2010 nicht mehr nur per gängigem Mobiltelefon erworben werden, sondern auch mit jedem beliebigen Smartphone und dem Apple iPhone.

Nutzer von Smartphones haben seither die Möglichkeit, per mobilem Internet über den Browser ihres Mobiltelefons die URL <https://mobil.handyticket.de/vagfr> aufzurufen und anschließend Fahrausweise des RVF sowie aller deutschlandweiten Teilnehmerregionen zu kaufen. Die Fahrscheine werden als Bilddateien auf die Geräte übermittelt.

Für iPhone-Kunden gibt es eine Applikation (kurz „App“) für den Fahrscheinkauf. Sie steht kostenlos im Appstore unter dem Stichwort „HandyTicket Deutschland“ zur Verfügung. Sowohl bei Nutzung des mobilen Internets wie auch im Falle der iPhone-App kann die einmalige Anmeldung im System nicht mehr ausschließlich am PC, sondern auch am mobilen Endgerät vorgenommen werden. Auch der Zugriff auf das Kundenportal, wo z. B. persönliche Daten geändert oder gekaufte Tickets eingesehen werden können, ist „mobil“ möglich. Das Erscheinungsbild des HandyTickets auf diesen Geräten (vgl. Graphik) wurde dem bestehenden Design der Java-Applikation angeglichen.



Die Ausweitung des HandyTickets auf die neue Smartphone-Generation erfolgt im Zuge der **Überführung des „HandyTicket Deutschland“ in den Regelbetrieb** und ist zugleich eine Reaktion auf den sich sehr schnell verändernden Handy-Markt: Als das Pilotprojekt „HandyTicket“ vor vier Jahren startete, waren Smartphones allenfalls Nischenprodukte, inzwischen sind es Massenprodukte. Die seit 2007 andauernde Pilotphase wurde mit diesem Schritt abgeschlossen. Im RVF wurde die Überführung in den Regelbetrieb mit einem Gewinnspiel gefeiert: Unter allen Personen, die sich im November 2010 neu für das HandyTicket anmeldeten, verlost der RVF zehn Baden-Württemberg-Tickets für fünf Personen.

Sowohl der Fahrscheinabsatz wie auch die Zahl der angemeldeten Kunden wurden im vergangenen Jahr – nicht zuletzt nach der „Smartphone-Erweiterung“ – erheblich gesteigert: Alleine in den Monaten November und Dezember stieg die Kundenzahl, im RVF wie auch auf Bundesebene, um gut +30%. Knapp $\frac{3}{4}$ der angemeldeten Kunden sind männlich und im Durchschnitt knapp 40 Jahre alt. Die Spanne reicht von 17 bis 87 Jahren. 48% der Kunden kommen aus Freiburg, gut 35% aus der Regio (RVF-Gebiet) und gut 16% aus anderen Gebieten, auch aus dem nahegelegenen Ausland. Die Ausweitung des RVF-Fahrscheinangebots – derzeit werden Einzelfahrscheine für Erwachsene und die REGIO24-Fahrscheine im HandyTicket angeboten – ist für 2011 vorgesehen.

Das im letzten Verbundbericht angerissene Konzept der räumlichen Erweiterung des HandyTickets auf die Verbundgebiete der vier Nachbarverbünde (zusammen mit dem RVF die fanta5-Verbünde) wurde im vergangenen Jahr weiter vorangetrieben. Ziel dieses – vom Land Baden-Württemberg geförderten – Projekts ist die **Zusammenführung von Verbund- und Haustarifen** in einem Angebot: Zur verbundübergreifenden Nutzung im Gelegenheitsverkehr werden Fahrausweise mittels Start- und Zieleingabe am Handy in einem Fahrschein über das HandyTicket angeboten – keinerlei tarif- bzw. vertriebliche Kenntnisse werden vorausgesetzt. Neben der tariflichen Ausgestaltung des „HandyTicket fanta5“ galt es in 2010 zahlreiche Verträge zwischen allen Projektbeteiligten (neben den fanta5-Verbänden, das Land Baden-Württemberg, über 10 Verkehrsunternehmen, Industriepartner) abzustimmen. Der Abschluss des Projekts ist für Ende 2011 geplant.



2.3. Schwerpunktkontrollen 2010: Beanstandungsquote konstant

Auch in 2010 haben die Verkehrsunternehmen im RVF, unabhängig von den unternehmensinternen Kontrollen, wieder gemeinsame Schwerpunktkontrollen auch in den Übergangsbereichen zu den Nachbarverbänden organisiert. Gegenüber dem Vorjahr stieg die Beanstandungsquote minimal auf 2,0%.

Auf das Gesamtjahr bezogen lag die Beanstandungsquote 2010 bei 2,04% und stieg damit minimal gegenüber dem Vorjahr (1,99%; 2008: 2,39%). Insgesamt wurden im Rahmen der unternehmensübergreifend organisierten Schwerpunktkontrollen 2010 gut 31.500 Fahrgäste kontrolliert, wobei es zu knapp 650 Beanstandungen kam: in ca. 40% der Fälle wurden Fahrgäste ohne Fahrschein angetroffen; rund ein Drittel gab an, den Fahrausweis „vergessen“ zu haben. Erfreulich: Die in anderen Regionen oftmals hohen Beanstandungsquoten im Bereich „Tarif“ (z. B. Zonenüberschreitung, falsche Preisstufe gelöst etc.) sind im RVF weiterhin ein Ausnahmefall – der Einfachheit der RegioKarte sei Dank. Das entgangene Fahrgeld beläuft sich in 2010 damit auf ca. 1,6 Mio. EUR (Vorjahr rd. 1,5 Mio. EUR) – einen Betrag, der in etwa dem Anpassungsbedarf einer Tarifänderung entspricht.



Eine für alle: aufs Abo fährt jeder ab.

Sonntags die ganze Familie.

Denn das Abo ist fair. Es gelten alle Zusatznutzen der RegioKarte wie Übertragbarkeit und Mitnahmeregelung am Sonntag auch im Abo. Weil Vorteile überzeugen. So auch in der Neuauflage unseres beliebten RVF-Freizeiführers „Stadt – Land – RegioKarte“, der besondere Zusatzangebote für RegioKarte-Kunden bereithält.

» Marketing

3. Marketing

Die Kundenbindung ist wie bereits geschildert eine zentrale Zielsetzung im Marketing. Außer der Abonnenten-werben-Abonnenten-Aktion Ende 2010 ist auch die Neuauflage des RVF-Freizeitführers im Frühjahr unter diesem Aspekt zu betrachten. Ein neues Konzept zur Gewinnung neu hinzugezogener Bürger für das RegioKarten-Abo wurde entwickelt und umgesetzt.

3.1. Kundenbindung durch Freizeitnutzen: „Stadt – Land – RegioKarte“ 2010

Aufgrund des großen Erfolgs des im Rahmen des Kommunikationskonzepts „Einführung RegioKarte Basis“ 2009 erstmals erstellten Freizeitführers kam zu Ostern 2010 eine **Neuausgabe mit erhöhter Auflage** von 34 Tsd. Stück auf den Markt. Die implizite Botschaft: „Entdecke Freiburg und die Regio – nutze die RegioKarte (auch) in deiner Freizeit!“ unterstrich die universelle Einsatzmöglichkeit der RegioKarte: Der Fahr-schein in der Tasche bietet ein jederzeit verfügbares Mobilitätsangebot ohne Mehrkosten, aufgewertet mit dem Zusatznutzen der sonn- und feiertäglichen Familienmitnahme.

Neben dem Aufzeigen von Fahrplänen wurde der Freizeitführer ca. 11.000 Abokunden als kostenlose Serviceleistung per Direktmailing zugestellt. Der Freizeitführer ist ein **wertvolles Instrument der Kundenbindung**, das nicht nur Abo-Kunden sondern allen RegioKarten-Inhabern die Güte „ihrer“ RegioKarte verdeutlicht. Der Freizeitführer bot erneut für RegioKarten-Besitzer besondere Boni im Aktionszeitraum durch Kooperationsmarketing mit regionalen Freizeit- und Kultureinrichtungen: Kundenbindung durch geldwerte Vorteile, aber auch manche Geste wie bspw. eine Tasse Espresso umsonst in der Kaffeerösterei in Staufen erhöhen die Produktidentifikation. Bei der Auswahl neuer Gemeinden als Ziele im RVF wurden erstmals die Bürger- und Touristinfos in die Vor-Ort-Zielauswahl einbezogen. Einerseits profitierte der RVF dabei von den lokalen Kenntnissen und Kontakten, andererseits bot der RVF den Gemeinden eine Plattform zu deren Eigenwerbung und wurde als „Partner der Region“ wahrgenommen. Das neue Kapitel „Mehr erfahren...“ stellte erweiterte Mobilitätsangebote wie Bergbahnen oder Dampfzugfahrten mit Ermäßigungen für RegioKarten-Besitzer vor – Kundenbindung durch Ausweitung des Kernnutzens der RegioKarte: Mobilität.

Im Internet unter www.stadthand-regiokarte.de entstand und entsteht parallel dazu ein **Nachschlagewerk über Freizeitziele und -angebote im Verbundraum**. Größtenteils haben sich die Partner aus dem Vorjahr wieder beteiligt, auch aus den Orten, die im gedruckten Exemplar nicht mehr erschienen. Besonders kundenfreundlich ist die landesweite elektronische Fahrplanauskunft (EFA) technisch eingebunden worden: Jedes Ziel ist über eine Verlinkung im Hintergrund vorab als solches definiert, der Benutzer muss nur noch seinen

Startort und das Reisedatum eingeben und bekommt dann eine Auswahl an Fahrmöglichkeiten. Die Zugriffszahlen im Internet konnten um ca. 50% gegenüber dem Vorjahr gesteigert werden. Durch das begleitende Gewinnspiel wurde Kundenresponse eingeholt; das Kundenurteil zum Freizeiführer blieb mit einer Durchschnittsnote von 1,8 (1 = sehr gut bis 5 = sehr schlecht) konstant gut, ebenso die Bewertung des Preis-/Leistungsverhältnisses der RegioKarte mit der Note 2,0 (Skala wie oben, Vorjahr 1,9).

3.2. Kundengewinnung über neue Kanäle: Neubürger-Nachfassaktion

Die Marktausschöpfung der RegioKarte ist auf einem hohen Niveau. Auch die Zuwachsraten im Abo lassen sechs Jahre nach Einführung naturgemäß nach. Zur **Abo-Neukundengewinnung** muss das Marketing neue Wege gehen (AwA-Aktion) oder zielgruppenspezifischer werden. Potential bieten Neubürger in der Region, die erstmals in Kontakt mit dem regionalen ÖPNV kommen oder aufgrund eines Wohnortwechsels innerhalb des Verbundgebietes nun eine entsprechende ÖPNV-Anbindung vorfinden.

Bisher erhielten alle Neubürger in den beiden Landkreisen auf dem Einwohnermeldeamt eine Postkarte, mit der Sie umfassende Infos zum RVF anfordern konnten, inklusive einer REGIO24-Fahrkarte zum Testen. Neu ist nun, dass im vierwöchigen Abstand ein erneutes Schreiben speziell zum RegioKarten-Abo zugeht. Der Prospekt beinhaltet einen Abo-Bestellschein: Nur dieser berechtigt bei Abschluss innerhalb der folgenden zwei Wochen dazu, eine Prämie zu erhalten. Hierbei wurden die Erfahrungen und der Prämienkatalog der Abonnenten-werben-Abonnenten-Aktion berücksichtigt. Um Neubürger, die kurz zuvor ein Abo abgeschlossen haben, nicht zu benachteiligen, können diese unter Angabe ihrer Abonummer als Prüfkriterium ebenfalls die Prämie erhalten. Zur Absicherung gegen „Schnäppchenjäger“ erfolgt der Prämienversand erst nach zweimaliger Abbuchung der monatlichen Aborate. Das Konzept wurde Ende 2010 in Absprache mit den Vertriebspartnern in organisatorische Strukturen überführt und die speziellen Werbemittel (Prospekt, Bestellschein und Anschreiben) fertiggestellt. Seit Januar 2011 erhalten so jährlich ca. 800 potentielle Abokunden **ein attraktives Einsteigerangebot**.



3.3. Kundenbindung durch persönlichen Kundenkontakt

Die Wahrnehmung des RVF als kundennahe Institution wird durch die Präsenz des **RVF-Infostandes auf jährlich 50 Märkten und Veranstaltungen** mit rund 10 Tsd. Kundenkontakten geleistet. Im Dezember wurden durch Promoterteams bei einer konzertierten Fahrscheinkontrolle mehr als 12 Tsd. blaue RVF-Schoko-Nikoläuse an die Fahrgäste verteilt. Ein positiver Eindruck, der nicht zuletzt auch den Prüfern der Unternehmen zugute kommt.



3.4. Angebotsmarketing: Fahrplan für Freiamt

Mit dem Fahrplanwechsel im Dezember 2010 hat sich die Andienung der Gemeinde Freiamt erheblich verbessert (s. Kap. Fahrplan, S. 20). In Kooperation mit den lokalen Verkehrsunternehmen Oestreicher-Reisen und Bustouristik Schnell, dem Landratsamt Emmendingen sowie der Gemeinde Freiamt erstellte der RVF die Kommunikationsmittel. Ein Flyer mit integriertem Fahrplankärtchen zum Herausnehmen ging per Haushaltsverteilung den Gemeindegewohnern zu. Plakate in den Bussen und an öffentlichen Stellen sowie eine Pressemitteilung begleiteten gezielt das neue Verkehrsangebot.

3.5. Ausbildungsverkehr: Kontinuität der Maßnahmen

Die Bewerbung des SemesterTickets ist inzwischen fest etabliert. Jeweils zu Semesterbeginn werden Anzeigen in allen zielgruppenrelevanten Print- und Onlinemedien (z. B. fudder.de) geschaltet, so dass Studierende mindestens einmal darauf stoßen. Die neueren Vertriebswege, VAG-Online-Ticket oder der Erwerb an DB-Automaten, sollten mitkommuniziert werden. Für Erstsemester stellt der RVF u. a. dem Studentenwerk Freiburg Materialien für sog. „Erstsemester-Pakete“ zur Verfügung.



Banner-Werbung für das SemesterTicket auf der „campusopen 2010“

Auch für die RegioKarte Schüler/Azubi fanden wieder verkaufsfördernde und kundenbindende Maßnahmen statt: Das **Kooperationsmarketing** für die Aufwertung der Freizeitmobilität wurde mit vier Schüler-Aktionswochen fortgesetzt, in den Sommerferien mit einem Angebotsbündel von sechs lokalen Freizeitpartnern. Beworben und redaktionell begleitet werden die Aktionswochen und ÖPNV-spezifischen Themen von der Jugendzeitschrift f79, Medienpartner des RVF.

Für die jüngeren SchülerInnen in der Region, die vor dem Schulwechsel auf eine weiterführende Schule standen, wurde die Entdeckerfreifahrt – eine REGIO24 für fünf Personen zur Erkundung des Schulwegs – erneut aufgelegt. Insgesamt wurden im RVF 724 Gutscheine eingelöst (2009: 678). Die Einlösequote weist mit 18% den höchsten Wert seit Einführung der Aktion auf (2006: 11%).

Offen für alles: das Abo bleibt flexibel.

Sofort zu haben, unkompliziert zu kündigen.

Denn das Abo ist jederzeit erhältlich, nicht nur zum Monatsanfang. Einsteigen und aussteigen leicht gemacht – ganz wie es Ihre persönliche Situation erfordert. Weil unsere Angebote maßgeschneidert sind. Genau wie unser Korridormanagement, das passgenaue Anschlüsse garantiert.

» **Fahrplaninformation/-koordination**

4. Fahrplaninformation/-koordination

4.1. Korridormanagement: Erweitertes Regionalbusangebot

Seit einigen Jahren erfolgt die Angebotsplanung im RVF über das Korridormanagement: In sechs regionalen Verkehrskorridoren wird konzessions- und linienübergreifend zusammengearbeitet, um Verbindungen zu optimieren. Um den Arbeitsprozess der Fahrplanoptimierung auch für Gemeinden noch transparenter zu machen, wurden diese Anfang 2010 angeschrieben. Den Gemeinden wurden die zuständigen Ansprechpartner in den Verkehrskorridoren genannt, und sie erhielten das Angebot, ihre Wünsche und Anregungen zum kommenden Fahrplan in der ersten Jahreshälfte beim zuständigen Korridormanager vorzulegen. In einigen Kommunen haben sich daraufhin Gemeinderäte mit dem öffentlichen Verkehrsangebot befasst. Ihre Vorschläge wurden in den Verkehrskorridoren geprüft und die Ergebnisse den Gemeinden mitgeteilt. Teilweise wurden Anregungen positiv beantwortet und zum kommenden Fahrplan umgesetzt; der Ruf nach Mehrverkehren allerdings macht in der Regel eine zusätzliche Finanzierung notwendig – und geht über die Möglichkeiten des Korridormanagements hinaus.

Die Änderungen beim Schülerverkehr stellten eine weitere wesentliche Planungsaufgabe in den Verkehrskorridoren dar. Die Schullandschaft befindet sich im Umbruch. Nach der Umstellung auf das achtjährige Gymnasium folgen jetzt die Einführung von Werkrealschulen und Zusammenlegungen von Grundschulen. Darüber hinaus kooperieren die Schulen bei Unterrichtseinheiten und es findet vermehrt Nachmittagsunterricht statt. All dies bewirkt eine geänderte Schülermobilität, die bei der Angebotsplanung berücksichtigt werden musste.

Die Kooperation innerhalb der Korridore wird auch von den privaten Busunternehmen konsequent verfolgt. Vor allem die Unternehmen Oestreicher und Schnell haben ein **vorbildliches Fahrplankonzept für Freiamt** umgesetzt. Der gesamte Fahrplan ist in enger Abstimmung mit dem ZRF neu strukturiert worden. Durch die Kooperation der Verkehrsunternehmen wurde eine beachtliche Ausweitung des Verkehrs für die



Gemeinde Freiamt erzielt. Zur Verbesserung des Fahrplans fahren beide Unternehmen nun gemeinsam – linienübergreifend – auf beiden Buslinien (s. Kapitel Marketing, Seite 18). Weitere Angebotserweiterungen bietet Omnibusbetrieb Binninger mit neuen Busfahrten zwischen Reute/Vörstetten und Denzlingen mit Zuganschlüssen am Bahnhof an. Die Firma Rast erweiterte die Verbindungen für Mengen mit finanzieller Unterstützung der Gemeinde und in Kooperation mit der Freiburger Verkehrs AG (VAG).

4.2. Telefonauskunft: Konstante Entwicklung

Im Jahr 2010 hat die Nutzung der landesweiten Fahrplanauskunft, für die überall eine einheitliche 01805-Telefonnummer verwendet wird, im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um +3% zugenommen. Von diesen 8.177 Anrufen wurden 81% durch die Auskunftstellen VAG pluspunkt sowie Südbadenbus Kunden-Center entgegengenommen und der Rest in Stuttgart von der Landesauskunftsstelle (Tellur, o\con) bearbeitet. Darüber hinaus werden viele Auskünfte direkt über die verschiedenen Telefonnummern der Verkehrsunternehmen erteilt.

4.3. Mobilitätsgarantie: nur wenige Reklamationsfälle

Die RVF-Mobilitätsgarantie wurde 2009 eingeführt. Ergänzend zur Regelung des Fahrgastrechts im Eisenbahnverkehr bietet die RVF-Mobilitätsgarantie eine Gleichbehandlung von Bus- und Zugfahrgästen und sorgt für eine landesweit einheitliche Regelung. Bei Verspätungen und Fahrtausfällen besteht die Möglichkeit, auf ein Taxi umzusteigen und sich diese Kosten erstatten zu lassen. Im Jahr 2010 wurden lediglich zehn Anträge gestellt, die einen Anspruch auf Erstattungen von Taxikosten darstellten. Bei berechtigter Inanspruchnahme der Mobilitätsgarantie lagen zum Großteil Verspätungen oder der Ausfall von Zügen vor und damit entgangene Anschlüsse. Die Ursachen für nicht erstattete Anträge lagen vor allem an fehlenden Belegen oder dem Umstand, dass keine RegioKarte benutzt wurde.

4.4. Fahrgastbeirat: Zehn Jahre Interessenvertretung der ÖPNV-Teilnehmer

Der Fahrgastbeirat im Regio-Verkehrsverbund Freiburg (RVF) ist eine Institution. Seit rund zehn Jahren gibt es die unabhängigen Fahrgastbeiräte, die als Bindeglied zwischen den Fahrgästen und den Betreibern der öffentlichen Verkehrsmittel fungieren. Sie nehmen Ideen, Anregungen, Kritik und Verbesserungsvorschläge der Nutzerinnen und Nutzer auf, bündeln sie und erörtern mit dem jeweiligen Verkehrsunternehmen die Umsetzungsmöglichkeiten.

Im Bereich des RVF gibt es vier regionale Fahrgastbeiräte, die sich um die Belange der Kunden des öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV) kümmern. Sie bestehen aus jeweils 15 bis 20 Mitgliedern, die sich freiwillig für diese Aufgabe gemeldet haben und unabhängig von den Verkehrsunternehmen arbeiten; letztere übernehmen lediglich Betreuungsfunktionen. Eine ganze Reihe von Fragen können nur verbundweit geregelt werden. Hierfür gibt es einen Gesamtfahrgastbeirat, dem Vertreter der regionalen Fahrgastbeiräte und auch organisierte Vertreter (von Umweltorganisationen, Behindertenverbände etc.) angehören und dessen Betreuung der RVF übernommen hat.

Im **Kurzinterview** mit dem RVF wurden die Sprecher des Gesamt-Fahrgastbeirats, Georg Wolfgang Heinz, Georg Link und Harald Negenborn, zu ihrem Selbstverständnis als aktive Fahrgastbeiräte befragt. Ihre Antworten „aus erster Hand“ illustrieren Möglichkeiten, Erfolge und Grenzen der ehrenamtlichen Arbeit.



a) Warum engagieren Sie sich im Fahrgastbeirat?

„Alle Mitglieder der regionalen Fahrgastbeiräte setzen sich für einen optimalen Ausbau des Öffentlichen Personennahverkehrs ein. Durch Anregungen und Kritik anderer Passagiere wie durch eigene Erfahrungen sind wir für die Verkehrsunternehmen und den Verbund ein **Mittel des Qualitätsmanagements** – wir wollen sichere, saubere, zuverlässige, kurz attraktive Verkehrsmittel. Dafür engagieren wir uns ehrenamtlich.“

b) Was kann der Fahrgastbeirat leisten und was hat er schon erreicht?

„Wir vertreten die Interessen der Fahrgäste **gegenüber den Verkehrsunternehmen, der Nahverkehrsgesellschaft Baden-Württemberg und auch der Politik** (Kommunen wie auch Land) als Geldgeber. Gegenüber den Fahrgästen versuchen wir aber auch, die **beschränkten Möglichkeiten** mancher Verkehrsunternehmen darzulegen. Durch unsere Arbeit haben wir bspw. **zahlreiche Fahrplanoptimierungen** erreicht, die Nichttrauerzüge im Nahverkehr eingeführt sowie die **„Flüsterabteile“ auf der Höllentalbahn** durchgesetzt. Außerdem haben wir einen Anforderungskatalog für die Ausschreibungen zum SPNV (Schienenpersonennahverkehr) entwickelt, den wir dem Verkehrsministerium in Stuttgart und der Nahverkehrsgesellschaft vorgelegt haben.“

Fahren und sparen: mit dem Abo gut unterwegs.



Da bleibt noch was übrig.

Denn das Abo ist günstiger. Rund 70 Euro pro Jahr im Vergleich zur RegioKarte Erwachsene. Weil sich Treue auszahlt. Wer viel fährt, kann also viel sparen. Und zwar bares Geld. Auch der RVF hat 2010 erfolgreich gewirtschaftet und blickt auf ein positives Geschäftsjahr zurück.

» Geschäftsjahr 2010

5. Geschäftsjahr 2010

Der RVF kann auch für das Jahr 2010 zufrieden auf die Entwicklung des öffentlichen Personennahverkehrs zurückblicken, denn es wurden gute Verkaufs- und Fahrgastzahlen erreicht und zwar – sieht man aufgrund der Ferienlage von Verzerrungen im März und Oktober ab – durchgehend in allen Monaten.

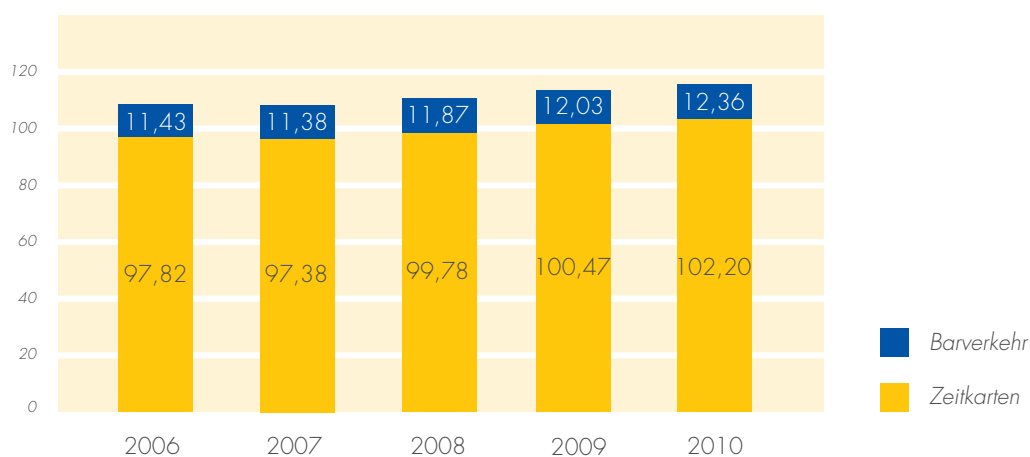
5.1. RVF GmbH und ihre Gesellschafter

Die RVF GmbH ist seit Januar 2003 ein reiner Unternehmensverbund mit sechs Gesellschaftern und 17 beteiligten Verkehrsunternehmen. Davon bilden 12 private Busunternehmen eine GbR. Der Bürgerbus Bad Krozingen e. V. sowie die Stadtwerke Emmendingen GmbH wenden als assoziierte Unternehmen den Verbundtarif an.

5.2. Fahrgastzahlen

Die Fahrgastzahlen des Jahres 2010 verzeichneten weiterhin einen Aufwärtstrend: Mit rund 114,5 Mio. ermittelten Fahrten liegen die Fahrgastzahlen nicht nur um +1,8% über dem Vorjahreswert, sondern es ist der höchste Wert seit Bestehen des RVF. Dabei handelt es sich um statistisch errechnete Werte, die sich aus den verkauften Stückzahlen der einzelnen Fahrscheinarten ergeben, für die bestimmte Nutzungshäufigkeiten angesetzt werden.

Entwicklung Fahrgastzahlen 2006 – 2010 in Millionen Fahrten



Die RegioKarten sind das Rückgrat des Tarifgefüges. Nach wie vor sind knapp 90% aller Fahrten im RVF den RegioKarten zuzurechnen, davon entfallen inzwischen über 58% auf RegioKarten für Erwachsene. Nachdem die unterjährigen Steigerungen zunächst sehr stabil waren, hat der frühe Wintereinbruch zu auffällig hohen Zuwächsen beispielsweise im Dezember von +8,7% bei RegioKarten für Erwachsene geführt. Die anhaltende wenn auch schwächer werdende Zunahme der RegioKarte Abo konnte die leichten Rückgänge bei anderen RegioKarten mehr als kompensieren. Jeder fünfte erwachsene Fahrgast mit RegioKarte ist inzwischen mit der RegioKarte Abo unterwegs (siehe auch S. 7).

Auch im Ausbildungsverkehr sind die Fahrgastzahlen mit +1,4% weiter gestiegen. Bei der RegioKarte Schüler/Azubi konnten mit +1,5% zum vierten Mal in Folge mehr Fahrgäste als im Vorjahr ermittelt werden. Nach wie vor bricht in fast allen Monaten mit Schulferien die RegioKarte Schüler/Azubi stark ein und die Nutzung von Einzel- und Mehrfahrtenkarten Kind steigt. Nach dem Abwärtstrend der letzten Jahre verzeichnet auch das SemesterTicket wieder eine positive Entwicklung. Um +1% sind die Fahrgastzahlen gestiegen, obwohl die Anzahl der immatrikulierten, berechtigten Studierenden mit rd. +3% noch stärker angestiegen ist. Auch im Ausbildungsverkehr ist durch den frühen Wintereinbruch eine Steigerung von +10% erzielt worden.

5.3. Absatz einzelner Fahrscheinarten

In drei von vier Fahrscheinsegmenten – RegioKarte Erwachsene, Ausbildungsverkehr, Barverkehr und Sonstige – konnte 2010 ein Absatzplus erzielt werden.

Die Nutzung der RegioKarte für Erwachsene entwickelt sich erfreulich mit +1,9% oder gut 15 Tsd. Monatsabschnitten mehr als im Vorjahr. Der Absatz von Monatskarten konnte auch wegen der neu eingeführten RegioKarte Basis um +6,5% gesteigert werden. Die insgesamt rückläufigen Absatzzahlen bei den Jahreskarten von -3,1% sind weiterhin Ausdruck der Verlagerung auf die RegioKarte Abo, deren Wachstum zwar anhält, aber mit klar sinkenden Steigerungsraten; zum Jahresende bereits bei knapp 5%. Im Jahresvergleich stieg der Absatz um +6,6%. In absoluten Zahlen ausgedrückt wurden über 165 Tsd. Monatsabschnitte versandt; das sind 10 Tsd. mehr als im Vorjahr. Bei der RegioKarte Jahr nimmt der Abwärtstrend im Lauf des Jahres ab. Die Monatskarten verzeichneten im Jahresverlauf eine Entwicklung mit höheren Steigerungen zum Jahresende hin. Bei den Monatskarten ist zu beachten, dass hier vorübergehende statistische Verzerrungen auftreten. Unter dem Begriff „RegioKarte Monat“ werden nicht nur die RegioKarte Übertragbar, sondern auch die RegioKarte Basis erfasst. Die RegioKarte Junioren wird seit August 2009 nicht mehr angeboten und wurde ebenso wie RegioKarte Kind und Ergänzungskarten separat betrachtet.

Als Fazit aber bleibt: Die Kundenbindung ist stabil; bezogen auf alle RegioKarten für Erwachsene haben die **Bindungsprodukte** Jahr und Abo einschließlich der über den Arbeitgeber erhältlichen RegioKarte Job einen **Anteil von rund 55%** erreicht.

Verkaufszahlen Fahrausweise 2009/2010 im Vergleich

Fahrausweise	Verkaufszahlen (Stück)		Differenzen in %	Anteile je Segment in %
	2009	2010		2010
Einzelfahrschein	3.736.251	3.664.465	-1,9	61,9
2x4 FahrtenKarte	126.432	132.979	+5,2	2,2
PunkteKarte	78.105	77.706	-0,5	1,3
REGIO24	374.566	374.542	0,0	6,3
Sonstiges (inkl. Konus)	1.447.642	1.666.471	+15,1	28,2
Barverkehr	5.762.996	5.916.163	+2,7	100
RegioKarte Monat	334.662	356.402	+6,5	44,3
RegioKarte Jahr (anteilig)	281.728	273.119	-3,1	34,0
RegioKarte Abo	155.345	165.558	+6,6	20,6
RegioKarte Junioren *	8.205	–	-100,0	0,0
RegioKarte Kind	2.693	2.633	- 2,2	0,3
Ergänzungskarte TGO/VSB/ RVL/WTV	6.241	6.309	+1,1	0,8
Jedermannverkehr	788.874	804.021	+1,9	100
RegioKarte Schüler/Azubi	473.597	480.647	+1,5	69,7
SemesterTicket	207.087	209.105	+1,0	30,3
Ausbildungsverkehr	680.684	689.752	+1,3	100

* Verkauf zum 01.08.2009 eingestellt

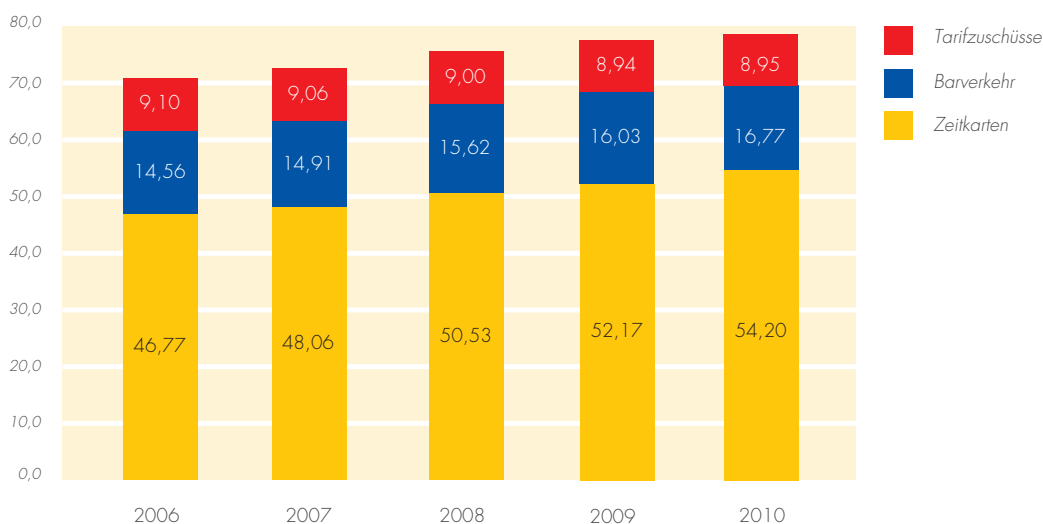
Der Erfolg bei den Fahrgastzahlen der **RegioKarte Schüler/Azubi** spiegelt sich auch bei den Absatzzahlen wieder: Der Verkauf erhöhte sich um +1,5% oder über 7.000 Karten. Der Absatz von Schülerkarten ist sehr starken monatlichen Schwankungen unterworfen. Inzwischen kann in diesem Marktsegment von einer dauerhaften Erholung ausgegangen werden – im Vergleich zum niedrigsten Stand in 2006 konnte der Absatz an Schülerkarten 2010 um +5,8% oder gut 26 Tsd. Karten erhöht werden. Mit der ebenfalls positiven Entwicklung beim Semesterticket von einem Prozentpunkt liegt der Gesamtsaldo im Ausbildungsverkehr bei +1,3%. **Der Absatz im Barverkehr (ohne Sonstiges) liegt um -1,5% unter dem Vorjahresniveau.** Maßgeblich beeinflusst durch den mit einem Anteil von über 50% mit Abstand absatzstärksten Fahrschein, dem Einzelfahrschein Erwachsene in Preisstufe 1. Die Überschreitung der 2-EUR-Schwelle im Jahr 2009 hatte einen Absatzrückgang von -2,4% zur Folge. Bei Kinderfahrscheinen hält der durch die Tarifstrategie gesteuerte

Absatzrückgang zugunsten steigender Verkaufszahlen der RegioKarte Schüler/Azubi an. Die der Gruppe „Sonstige“ zugeordneten Fahrausweise sind unabhängig von der eigentlichen Marktentwicklung. Der Absatzverlauf beinhaltet Veränderungen bei KONUS sowie dem Baden-Württemberg-Ticket; die Entwicklung bei den KombiTickets ist abhängig von der Zahl der Veranstaltungen. Der Absatz ist hier insgesamt um über +15% gegenüber dem Vorjahr gestiegen.

5.4. Einnahmen im Verbundverkehr

Die Einnahmen des RVF sind im Geschäftsjahr 2010 um **+3,6% oder knapp 2,8 Mio. EUR gestiegen**. Unter Berücksichtigung des Tarifizuschusses der Landkreise Breisgau-Hochschwarzwald und Emmendingen, der Stadt Freiburg sowie des Landes Baden-Württemberg belaufen sich die Gesamteinnahmen 2010 auf rund 80 Mio. EUR. Alle Marktsegmente haben zu diesem Erfolg beigetragen.

Einnahmen im Vergleich 2006–2010 in Millionen EUR



Die **RegioKarten Erwachsene** haben mit gut 1,5 Mio. EUR maßgeblich zu diesem **Einnahmenezuwachs** beigetragen. Der Ausbildungsverkehr verzeichnet ein Plus von knapp 550 Tsd. EUR. Bei den Bartarifen stiegen die Einnahmen ebenfalls um knapp 550 Tsd. EUR, inklusive der sonstigen Fahrausweise sogar um fast 750 Tsd. EUR.

Bereits seit einigen Jahren sinken die Tarifizuschüsse und Ausgleichsleistungen für die Verkehrsunternehmen. Um die Einnahmen insgesamt zu sichern und die Quantität und Qualität des Verkehrsangebots weiter aufrecht zu erhalten, ist auch ein höherer Finanzierunganteil direkt durch den Fahrgast notwendig.

Der Erfolg des Öffentlichen Personennahverkehrs in der Region wird auch durch folgende Kennzahlen dokumentiert:

Kennzahlen zu Einnahmen und Fahrten 2009 und 2010

	2009	2010	Veränderung	
			absolut	in %
Einnahme je Fahrt in Ct.	68,6	69,8	+1,2	+1,4
Einnahme je Platzkilometer in Ct.	2,2	2,3	+0,1	+1,0
Fahrten je Einwohner	179	181	+2,0	+1,0

Die Tarifiergiebigkeit, das heißt die durchschnittlichen Einnahmen je Fahrt, stieg im Vergleich zum Vorjahr um +1,4% auf 69,8 Cent. Die Einnahmen je angebotenem Platz stiegen um +4,5% auf 2,3 Cent. Das heißt, die Effizienz der eingesetzten Mittel hat sich verbessert.

Dass das Angebot bei den Einwohnern im Verbundgebiet immer beliebter wird, zeigt die durchschnittliche Fahrtenanzahl je Einwohner. Jeder der rund 632 Tsd. Einwohner der Stadt Freiburg und der Landkreise Breisgau-Hochschwarzwald und Emmendingen hat im Jahr 2010 rein rechnerisch 181 Fahrten mit dem ÖPNV unternommen – das sind zwei Fahrten mehr als im Vorjahr – oder im Durchschnitt 2,4 RegioKarten gekauft.

Der Anteil des Zuschusses je statistisch ermittelter Fahrt ist in den letzten Jahren kontinuierlich zurückgegangen. Er liegt für 2010 bei rund 11,2% (ca. 8 Ct.). 2006 waren es noch knapp 13%. Diese notwendigen Zuschüsse der öffentlichen Hand für den regionalen ÖPNV werden von unterschiedlichen Akteuren geleistet: Das Land Baden-Württemberg unterstützt die Verbünde mit der sog. Verbundförderung. In den vergangenen Jahren wurde diese Förderung um jährlich rund 50 TEUR gekürzt. Ab dem Jahr 2010 sind keine weiteren Kürzungen vorgesehen, es können aber Schwankungen auftreten. Für die Festlegung der Zuschusshöhe werden aus den Vorjahresergebnissen zwei gleichgewichtete Kennzahlen zur Marktausschöpfung und zur Wirtschaftlichkeit ermittelt. Daraus resultiert eine Erfolgskennziffer, die durch den Vergleich aller teilnehmenden Verbünde die rechnerische Höhe des Zuschusses festlegt. Eine Veränderung wird nur umgesetzt, wenn das rechnerische Ergebnis über oder unter der Bagatellgrenze von 1% liegt. Für 2010 kam es zu keiner Kürzung bei der Verbundförderung des Landes. Insgesamt lag der Tarifzuschuss 2010 bei rund 8,9 Mio. EUR, wobei mit 6,7 Mio. EUR der weitaus höhere Anteil vom Zweckverband Regio-Nahverkehr Freiburg (ZRF) kommt.

5.5. Entwicklung in 2011

In den ersten vier Monaten 2011 setzte sich die stabile positive Entwicklung aus dem Jahr 2010 fort. Die Verkaufszahlen sind zwar im Barverkehr rückläufig, aber die RegioKarten entwickeln sich positiv. Die Fahrgastzahlen liegen um +0,8% über dem Vorjahreswert. Bei der RegioKarte Erwachsene kann insgesamt ein

Plus von 0,3% verzeichnet werden, wobei das Abo mit +5,1% weiterhin einen Zuwachs zeigt. Ob dieser sich im Jahresverlauf verfestigt oder ob es sich um die Auswirkungen des strengen Winters handelt, bleibt abzuwarten.

Die beschriebene Tendenz bei der RegioKarte Schüler hält mit +2% ebenfalls an und auch das Semester-Ticket zeigt aktuell einen deutlichen Zuwachs.

5.6. Leistungsangebot

Das Verkehrsangebot der Verkehrsunternehmen im RVF ist in den letzten Jahren stetig erweitert und ausgebaut worden: Gemeinsam erbringen die 17 Verkehrsunternehmen der Gesellschaft sowie zwei assoziierte Verkehrsunternehmen über 120 Linien jährlich Mobilitätsleistungen im Umfang von 24,3 Mio. Linien-Kilometern und 3,51 Mrd. Platz-Kilometern. Die Linien-Kilometer fassen die gesamte Kilometerleistung aller Fahrten zusammen, die Platz-Kilometer spiegeln das Platzangebot wider. Im Jahr 2010 waren im Verbundgebiet des RVF über 354 Busse, 66 Straßenbahnen und 139 Züge bzw. S-Bahnen im Einsatz.

Entwicklung der Verkehrsleistung 2009–2010*

Linienkilometer in Mio			Veränderung	
	2009	2010	absolut	in %
Stadtbahn	2,98	2,98	0,0	0,0
Stadtbus	4,39	4,45	+0,06	+1,37
regionale Schiene	4,22	4,34	+0,12	+2,84
Regionalbus	12,24	12,56	+0,32	+2,61
Summe RVF	23,82	24,32	+0,50	+2,10

Platzkilometer in Mrd.			Veränderung	
	2009	2010	absolut	in %
Stadtbahn	0,64	0,65	+0,01	+1,56
Stadtbus	0,35	0,35	0,0	0,0
regionale Schiene	1,60	1,63	+0,03	+1,87
Regionalbus	0,87	0,89	+0,02	+2,30
Summe RVF	3,46	3,51	+0,05	+1,45

* Abweichungen rundungsbedingt

6. Ausblick auf das Geschäftsjahr 2011

Wie berichtet hat sich auch im Jahr 2010 erfreulicherweise die Nachfrage als sehr solide erwiesen.

Die gemäß Grundlagen- und Zuschussvertrag berechnete **ÖPNV-spezifische Inflationsrate** für das vergangene Jahr, die die Grundlage für die Tarifplanung 2011 bildet, liegt bei 2,62%. Vor diesem Hintergrund wird es im August 2011 eine **Tarifanpassung** geben müssen. Diese wird dank einer soliden Marktentwicklung jedoch moderat ausfallen. Erhöht werden die Tarife der RegioKarten Erwachsene und Schüler sowie teilweise auch der Barverkehrsfahrscheine. Die 2x4-FahrtenKarte wird rabattiert werden – es wird künftig gelten: 7 mal zahlen, 8 mal fahren. Insgesamt sind am bestehenden Tarifangebot jedoch keine inhaltlichen oder strukturellen Veränderungen vorgesehen.

Das Jahr 2011 ist für den Regio-Verkehrsverbund Freiburg ein besonderes Jahr: die **RegioKarte feiert ihr 20-jähriges Jubiläum**. ZRF (Zweckverband Regio-Nahverkehr Freiburg) und RVF werden gemeinsam auf diese lange Zeit zurückblicken. Grundlagen, Auswirkungen und Perspektiven der regionalen Erfolgsgeschichte werden in einer Jubiläumsbroschüre kompakt zusammengefasst werden. Ein gemeinsamer Presse-termin von ZRF und RVF ist für Mitte des Jahres vorgesehen. Dabei soll aufgezeigt werden, was einerseits bereits alles bewegt werden konnte und andererseits an Aufgaben in der Zukunft ansteht. Der Erfolg der RegioKarte bildet das Fundament für das Konzept „Breisgau S-Bahn 2020“. Das kürzlich verabschiedete Konzept setzt auf Ausbau, Taktverdichtung und Beschleunigung. Das Ergebnis wird ein hochmodernes und zukunftsfähiges S-Bahn-Netz für unsere Region sein.

Ein spezielles **Geburtstagseblem** wird das ganze Jahr über Maßnahmen, Broschüren, Flyer und Projekte des RVF kennzeichnen. Die Verkehrsunternehmen werden das Emblem auch für die Fahrzeugbeschriftung einsetzen, so dass die RegioKarte und ihr Jubiläum auch der breiten Öffentlichkeit ins Auge fällt. Eine **spezielle Dankeschön-Aktion** für Kunden ist geplant. Im Herbst wird ein Drei-Monats-Schnupperangebot zur RegioKarte Abo lanciert werden. Viele regelmäßige Aktivitäten des RVF werden in das Jubiläum eingebunden werden.

Im Mittelpunkt des Bereichs „Tarif und Vertrieb“ steht nach wie vor **das Projekt HandyTicket fanta5** mit dessen Start Ende 2011 zu rechnen ist. Mit dem HandyTicket fanta5 können dann nicht nur die einbezogenen Tarife der beteiligten Verbünde, sondern **auch verbundüberschreitende Fahrscheine in einem Ticket und ohne Tarifkenntnisse** gelöst werden. Auch das Tarifangebot „badisch24“ – mit dem RegioKarten-Kunden ihren Fahrschein für 24 Stunden auf Südbaden ausdehnen können – ist dann über das Handy erhältlich.

Ein herausragendes Ereignis wird Ende September **der Besuch von Papst Benedikt XVI.** in der Erzdiözese Freiburg sein. Für diesen Besuch wird momentan das Detailprogramm erarbeitet. Ein geplanter Freiluft-Gottesdienst mit 150.000 oder mehr Besuchern wird aber logistisch in jedem Fall eine ganz besondere Herausforderung für die Verkehrsunternehmen werden.

Partner im Verbund

Adressen der 19 Verkehrsunternehmen sowie der politischen Partner:

Freiburger Verkehrs AG
Besançonallee 99
79111 Freiburg

DB Regio AG
Region Baden-Württemberg
Regionalverkehr Südbaden
Bismarckallee 7a
79098 Freiburg

SBG SüdbadenBus GmbH
Bismarckallee 2a
79098 Freiburg

**SWEG Südwestdeutsche
Verkehrs-Aktiengesellschaft**
Rheinstraße 8
77933 Lahr

Breisgau-S-Bahn GmbH
Besançonallee 99
79111 Freiburg

**Binninger
Omnibusbetrieb GmbH & Co. KG**
Breisacher Straße 1
79279 Vörstetten

**Auto-Hummel
Werner Hummel
Omnibusverkehr GmbH**
Wilhelm-Schauenberg-Straße 5
79199 Kirchzarten

**Heinrich Oestreicher
Omnibusbetrieb**
Hauptstraße 24
79348 Freiamt

Rast Reisen GmbH
Ährenweg 1
79258 Hartheim

Rist-Reisen KG
Tullastraße 7
79341 Kenzingen

Schmitt-Reisen
Waidmattenstraße 9
79232 March-Buchheim

**Bustouristik Schnell
Lothar Schnell
Omnibusbetrieb und Reisebüro**
Carl-Benz-Straße 7
79341 Kenzingen

**OVS Omnibusverkehr
Schumacher GmbH & Co. KG**
Pfarrgässle 12/1
79350 Sexau

**Sutter-Reisen
Reisebüro und Busbetrieb**
Belchenstraße 4
79244 Münstertal

**Tuniberg Express
Heinrich Schwarz KG**
Emletweg 1
79291 Merdingen

**Will Markgräfler Reisen
GmbH & Co. KG**
Eisenbahnstraße 10
79379 Müllheim

**Anselm Winterhalter
Spedition und Omnibusbetrieb**
Inhaber Martin Rombach
Im Brühl 25
79254 Oberried

**Stadtwerke Bad Krozingen
Verkehrsbetriebe**
Basler Str. 30
79189 Bad Krozingen

Stadtwerke Emmendingen GmbH
Am Gaswerk 1
79312 Emmendingen

**Zweckverband Regio-Nahverkehr
Freiburg (ZRF)**
Fehrenbachallee 12
79106 Freiburg

**Ministerium für Verkehr und Infra-
struktur Baden-Württemberg (VM)**
Hauptstätter Str. 67
70178 Stuttgart

Regio-Verkehrsverbund Freiburg GmbH (RVF)
Bismarckallee 4 · 79098 Freiburg
info@rvf.de

Regio-
Verkehrsverbund
Freiburg
www.rvf.de

