

Vorbemerkung

Die fortschreitende Digitalisierung der Gesellschaft hat auch den Vertrieb im ÖPNV erreicht. In dieser zunehmend vernetzten Mobilitätswelt erwarten die Kunden einen komfortablen elektronischen Ticketerwerb als wichtige Komponente eines attraktiven Nahverkehrs. Dieses Kundenbedürfnis gilt es zu erfüllen, damit die öffentlichen Verkehrsmittel im Großraum München künftig in einem noch stärkeren Umfang in Anspruch genommen werden.

Abgesehen von allen technischen Entwicklungen wird es mittel- und langfristig immer noch Kundengruppen geben, die auf einen weniger technischen bzw. bewusst anonymen Zugang zum Ticketerwerb Wert legen oder ev. sogar darauf angewiesen sind. Auch diesen Anforderungen ist Rechnung zu tragen.

Um den Ausbau des elektronischen Vertriebs im MVV voranzubringen, haben die Verbundpartner gemeinsam eine eTicketing Roadmap erarbeitet. Die Grundzüge und Ergebnisse wurden in Form eines Strategiepapiers festgehalten und in der Gesellschafterversammlung der MVV GmbH am 07.07.2017 - vorbehaltlich der Finanzierung - beschlossen (siehe Anlage 1).

Grundsätzlich ist das Engagement der Verbundlandkreise bei der Realisierung der eTicketing Roadmap einerseits als Gesellschafter der MVV GmbH und andererseits als Aufgabenträger des MVV-Regionalbusverkehrs gefragt.

1. Grundlagen für den zukünftigen Vertrieb im MVV

Der Ausbau des elektronischen Vertriebs soll auf Basis des gemeinsam erarbeiteten und abgestimmten Dokuments eTicketing Roadmap im MVV und den bestehenden Vertriebsstrukturen im MVV-Regionalbus erfolgen.

1.1 Vereinbarungen der Verbundpartner gemäß der eTicketing-Roadmap

Im Rahmen der eTicketing Roadmap (siehe Anlage 1) haben sich die Verbundpartner in groben Zügen auf die folgende Strategie geeinigt:

- Das Ziel der Verbundpartner ist der schrittweise Ausbau des elektronischen Vertriebs auf alle Ticketarten im Verbund. Erlebbarer Kundennutzen, Vereinfachung und Kostenbegrenzung im Vertrieb, aber auch notwendige Eingewöhnungszeiten zur Gewinnung von Vertrauen in die neue elektronische Welt sind dabei wichtige Kriterien für die Planung und Realisierung der einzelnen Schritte.
- Parallel dazu werden auch die Voraussetzungen für eine automatische Fahrpreisberechnung geschaffen. Hierzu sollen über Pilotprojekte die für den MVV-Verbundraum geeigneten technischen und tariflichen Lösungen ausgearbeitet und in der Praxis erprobt werden.
- Für den Ausbau des elektronischen Vertriebs wird eine eigene Infrastruktur benötigt, die sowohl jeweils bei den Verbundpartnern, aber auch für alle Partner gemeinsam aufzubauen und zu betreiben ist.
- Aus den vielfältigen Anforderungen an Investitionen, Personalressourcen und laufenden Kosten ergibt sich ein realistischer Zeitplan. Er beginnt mit der Einführung von Abonnements auf Chipkarten in zeitlicher Nähe zur Tarifstrukturreform vsl. Ende 2018/Anfang 2019 und mündet in ein flächendeckendes Angebot einer automatischen Fahrpreisfindung in den Folgejahren.
- Ein elektronischer Vertrieb und ein elektronischer Tarif können in einem Verbundraum nur in enger Abstimmung zwischen allen Beteiligten aufgebaut und betrieben werden. Dies betrifft insbesondere technische Schnittstellen, gemeinsam zu nutzende Systemkomponenten, eine lückenlose Ticketkontrolle sowie eine transparente Abrechnung der Einnahmen.
- Eine übergreifende Projektplanung und -steuerung muss dafür sorgen, dass vereinbarte Funktionsstufen tatsächlich auch von allen Beteiligten termingerecht erreicht werden können. Die Koordination der Ausbauschritte für die einzelnen Vertriebskanäle erfordert einen ständigen Austausch zwischen Verkehrsunternehmen, Verbundlandkreisen und Verbundgesellschaft sowie unterschiedlichen technischen Dienstleistern.
- Zur Einführung eines eTicketings im MVV ist ein entsprechendes EDV-Hintergrundsystem (PV-System) zu beschaffen, zu betreiben und weiterzuentwickeln.

Nach Abstimmung mit den Verkehrsunternehmen soll diese Aufgabe aus rechtlichen Gründen (wettbewerbsneutral und diskriminierungsfrei) und analog bundesweiter Regelungen zum eTicketing bei der Verbundgesellschaft, angesiedelt werden.

1.2 Bestehende Vertriebslandschaft im MVV-Regionalbus

Aufgrund der Bruttoverträge mit den Regionalbusunternehmen besteht ein Erlösinteresse und die Landkreise nehmen als Aufgabenträger sowie mit der Übernahme von Vertriebsaufgaben eine Doppelfunktion ein. Die Vertriebstätigkeiten der Landkreise erstrecken sich derzeit auf die folgenden Kanäle:

1. Handy- und OnlineTicket System

Der Kunde erwirbt sein Ticket entweder über den Webshop auf der Internetseite des MVVs oder über den MVV-Ticketshop in der MVV-App. Die Erzeugung des Tickets erfolgt über das Hintergrundsystem (TICKeos).

2. Fahrerverkauf in den MVV-Regionalbussen

Der Verkauf und die Ausgabe von Tickets im Bus erfolgt mithilfe des Bordrechners durch den Fahrer. Da die entsprechende Ausstattung der Busse im Rahmen des Ausschreibungswettbewerbs den Verkehrsunternehmen unterliegt, sind derzeit Geräte unterschiedlicher Hersteller und Generationen im Einsatz. Dies erfordert die Betreuung und Berücksichtigung mehrerer Parallelsysteme.

3. Kostenfreie Schülerzeitkarten der Landkreise

Die Verwaltung und Ausgabe von kostenfreien Schülerzeitkarten erfolgt derzeit über ein von den Landkreisen beschafftes Hintergrundsystem bei der MVV GmbH (DDS System). Die Landratsämter erhalten von den Schulen die Anträge auf kostenfreie Schülerzeitkarten und pflegen diese Daten über einen direkten Zugang in das System ein. Der Druck der Tickets erfolgt dann beim Landratsamt oder der MVV GmbH. Die Ausgabe der Schülerzeitkarten erfolgt abschließend über die Schulen.

2. Realisierung der eTicketing Roadmap aus Sicht der Landkreise

2.1 Ziele

Mit dem schrittweisen Ausbau des elektronischen Vertriebs über alle Ticketarten im MVV-Gemeinschaftstarif hinweg sollen insbesondere die nachfolgenden Ziele erreicht werden:

- Abbau von Zugangshürden durch Vereinfachung des Ticketkaufs,
- Steigerung des Kundennutzens,
- langfristige Begrenzung der Vertriebskosten,
- Schaffung von Vertrauen in einen neuen elektronischen Vertrieb,
- Erreichung einer höheren Fälschungssicherheit gegenüber dem Status quo,
- Reduzierung von Mindereinnahmen durch missbräuchliche Ticketnutzung.

Mit der Einführung der Handy- und PrintTickets für Einzel-, Streifen- und Tageskarten im Jahre 2013 wurden bereits wichtige Basisvoraussetzungen für die Erweiterung des elektronischen Vertriebs auf Zeitkarten geschaffen. Neben dem derzeitigen Vertrieb von HandyTickets für den Zonentarif auf Smartphones sollen zukünftig auch Zeitkarten über elektronische Medien erhältlich sein.

Da Smartphones im MVV nicht allen Kundengruppen zur Verfügung stehen bzw. nicht von allen Kunden genutzt werden wollen, müssen langfristig neben HandyTickets auch Fahrtberechtigungen auf weiteren Trägermedien, wie Chipkarten als Alternative angeboten werden.

In Ergänzung zu den hier genannten, allgemeinen Zielen gibt es aus strategischer Sicht der Landkreise zahlreiche Argumente für den Ausbau des elektronischen Vertriebs und der zugehörigen Infrastruktur im MVV-Regionalbus.

Mitgestaltung der Verbundlandkreise bei Tarif und Vertrieb

Derzeit haben die Landkreise über ihre Vertriebstätigkeit Mitsprache- und Gestaltungsmöglichkeit bei der Weiterentwicklung eines eTicketings und des MVV-Tarifs. Besondere Bedeutung bekommt das Mitgestaltungsrecht der Landkreise beispielsweise bei der zukünftigen Entwicklung eines entfernungsabhängigen eTarifs. Durch die realisierten und geplanten Veränderungen in der Vertriebslandschaft können den Landkreisbürgern einfache und moderne Wege zum Ticket angeboten werden. Das Mitgestaltungsrecht für die Landkreise würde sich mit unzureichender Beteiligung am Ausbau des elektronischen Vertriebs stark reduzieren.

Fortsetzung der positiven Entwicklung im Vertrieb

Insbesondere durch das eigene Handy- und OnlineTicket System sowie die Ausgabe kostenfreier Schülerzeitkarten, konnte der Vertrieb der Landkreise in den letzten Jahren erheblich gestärkt werden.

Für die einzelnen Partner der Einnahmenaufteilung (EAV) im MVV ist es von Vorteil, wenn deren erzielte Vertriebseinnahmen weitgehend den zugewiesenen Einnahmenanteilen entsprechen. Je höher die kassenmäßigen Einnahmen der Landkreise sind, desto besser ist die Verhandlungsposition gegenüber den Verkehrsunternehmen in den Gesprächen zur Einnahmenaufteilung und desto geringer sind die Ausgleichszahlungen für Vertriebsleistungen an die MVG. Ein solch ausgeglichenes Verhältnis zwischen Vertriebsleistung auf der einen Seite und den Einnahmenezuscheidungen aus der EAV ist bei den Verbundlandkreisen derzeit nicht der Fall: während die Vertriebseinnahmen sich aktuell auf rd. 38 Mio. € belaufen, liegen die zugewiesenen Einnahmen bei etwa 58 Mio. € p.a. Für die Reduzierung dieses Vertriebsdefizits von rd. 20 Mio. € p.a. und der damit verbundenen

Verbesserung der Verhandlungsposition der Landkreise sind alle Aktivitäten zur Steigerung der Vertriebsleistung von Interesse.

Nur mit eigenem Engagement im Vertrieb und mindestens der Beibehaltung der bestehenden Vertriebskanäle werden die Verbundlandkreise bei den Einnahmeaufteilungsverhandlungen zu „Partnern auf Augenhöhe“ und können gleichzeitig die Abhängigkeit von der MVG hinsichtlich der Ausgleichzahlungen für das bestehende Vertriebsdefizit reduzieren.

Bei einer eventuell unzureichenden Unterstützung des elektronischen Vertriebs durch die Landkreise, bestünde das Risiko, dass das Vertriebsdefizit wieder ansteigt. In den kommenden Jahren würde sich dieser Negativtrend zudem verstärken, da schrittweise eine Verlagerung des Bordrechnerverkaufs in Bussen zugunsten der elektronischen Vertriebskanäle eintreten wird. Sofern aufgrund von mangelnder Infrastruktur zukünftig keine Zeitkarten mehr im Bus erworben werden könnten, würde dies eine Verschlechterung im Vergleich zur heutigen Vertriebssituation darstellen. Auch bei den kostenfreien Schülerzeitkarten wird für die Fortführung des Vertriebskanals in den nächsten Jahren eine Umstellung auf Chipkarten erforderlich sein.

Optimierung des Vertriebs in der Fläche

Durch die realisierten und geplanten Veränderungen in der Vertriebslandschaft können für die Landkreisbürger einfache und moderne Wege zum Ticket geschaffen werden. Gerade in der Fläche, wo die Anzahl der personalbedienten MVV-Verkaufsstellen durch die DB künftig weiter abnehmen wird, ist der Vertrieb schwierig. Eine Reduzierung des Vertriebs in der Region auf die Fahrkartenautomaten an S-Bahn-Haltestellen stellt eine große Zugangshürde dar und kann einerseits durch die Beibehaltung des Verkaufs in den Bussen mit entsprechender Infrastruktur und andererseits durch weitere Alternativen mit dem eTicketing ausgeschlossen werden. Beispielsweise besteht auch die Möglichkeit, eigene Verkaufsstellen in den Landkreisen zu schaffen oder aber den Service über den Webshop auszubauen (Zeitkarten auf Chipkarte und Smartphone).

Verfolgung einer klaren Position zum eTicketing im MVV

Die Verbundlandkreise unterstützen, u. a. mit ihrer Position zur MVV-Tarifstrukturreform die Weiterentwicklung des eTicketings im MVV; die Einführung des Handy- und OnlineTickets im Jahr 2013 stellte den ersten Schritt in diese Richtung dar. Die Fortführung dieses Vertriebskanals wurde im Jahr 2016 von den Gremien der Landkreise beschlossen. Mit der Realisierung der ersten Phase der eTicketing Roadmap (Einführung Chipkarte) wird der Grundstein für eine spätere automatische Fahrpreisfindung - dem erklärten Ziel der

Landkreise - gelegt und die erforderliche Infrastruktur für den elektronischen Vertrieb geschaffen.

2.2 Konsequenzen

Eine Realisierung der eTicketing Roadmap im MVV wirkt sich einerseits auf die Aufgaben der Verbundgesellschaft und andererseits auf die Vertriebslandschaft der Landkreise aus.

Die Verbundgesellschaft wird - wie im Rollenverständnis der VDV Kernapplikation (VDV-KA) vorgesehen, mit dem Ausbau des elektronischen Vertriebs die Rolle des Produktverantwortlichen übernehmen. Dies bedeutet, dass mit dem Aufbau und Betrieb eines Hintergrundsystems (PV-System) eine neue, anspruchsvolle Aufgabenstellung entsteht, welche die Zurverfügungstellung der erforderlichen personellen und finanziellen Kapazitäten durch die Gesellschafter der MVV GmbH erfordert.

Um den Vertrieb der Landkreise aus den in 2.1 genannten Gründen im bestehenden Umfang fortzusetzen bzw. ggf. darüber hinaus zu erweitern, ist die schrittweise Aufrüstung der heutigen Infrastruktur und Systeme erforderlich. Die Landkreise und die für den Betrieb des MVV-Regionalbusverkehrs beauftragten Verkehrsunternehmen übernehmen im Rollenmodell der VDV-KA die Aufgabe des Dienstleisters (Kontrolle) und des Kundenvertragspartners (Vertrieb). Daraus ergeben sich im Zusammenhang mit dem Ausbau des eTicketings jeweils Anforderungen für die Infrastruktur (Hard- und Software). Dazu gehören unter anderem die Ausstattung der Busse bzw. Bordrechner mit Schreib- und Leseinheiten für Chipkarten sowie die Erweiterungen der einzelnen Hintergrundsysteme inkl. der Schaffung von Schnittstellen zu übergeordneten Systemen (z.B. PV-System, Sperrlistenmanagement, Aktionslisten-management).

Grundsätzlich fällt die Bereitstellung der Infrastruktur im MVV-Regionalbus entsprechend der Verkehrsverträge in den Verantwortungsbereich der Verkehrsunternehmen. Jedoch besteht keine Möglichkeit, eine Aufrüstung im Rahmen der Vertragslaufzeit von 8 Jahren von den Verkehrsunternehmen einzufordern. Um eine Kontrolle von Chipkarten im MVV-Regionalbus mit Einführung weitgehend sicherzustellen, sind die Anforderungen unabhängig von den Laufzeiten der Verkehrsverträge umzusetzen und die Investitionen - sofern nicht anderweitig darstellbar - durch die Landkreise zu tätigen.

Für die Gewährleistung einer fristgerechten Einführung des Abos auf Chipkarte bis Ende 2018/Anfang 2019, soll die zentrale Projektsteuerung von einem externen Dienstleister übernommen werden. Das Ziel ist es, dass alle Verbundpartner und deren erforderliche Teilaufgaben zu koordinieren.

2.3 Finanzierung

Grundsätzlich entstehen Kosten, welche für die Landkreise als Gesellschafter und welche für den Ausbau des eTicketings im Bereich des MVV-Regionalbusverkehrs anfallen. Der investive und konsumtive Mittelbedarf der Jahre 2018 bis 2020 ist gesamthaft für die acht Verbundlandkreise in der nachfolgenden Tabelle dargestellt. Eine Darstellung der Kostenentwicklung über das Jahr 2020 hinaus, kann zum jetzigen Zeitpunkt nicht valide vorgenommen werden.

Investive Mittel eTicketing Landkreise 2018/2019/2020	
Anschaffung PV-System	220.000 €
MVV-Regionalbus Aufrüstung	1.725.000 €
Abosystem (u.a. für Schülerzeitkarten)	300.000 €
Pilotprojekt Automatische Fahrpreisberechnung	80.000 €
Konsumtive Mittel eTicketing Landkreise 2018/2019/2020	
Beratungsleistungen	450.000 €
Wartungs- und Personalkosten PV-System	190.000 €
Wartungs- und Sachkosten MVV-Regionalbus	700.000 €
Pilotprojekt Automatische Fahrpreisberechnung	150.000 €

Die Details zu den einzelnen Posten sowie die voraussichtliche Zuordnung zu den Projektjahren können der Anlage 3 entnommen werden.

Auf den Landkreis Erding entfallen für das Gesamtprojekt anteilig die im Folgenden aufgeführten Mittel. Der zugrunde gelegte Aufteilungsschlüssel ergibt sich aus den prognostizierten Anteilen zu 50% aus Nwkm und zu 50% aus Bruttoeinnahmen für das Jahr 2018.

Für den Landkreis Erding entstehen folgende Kosten:

Investive Mittel eTicketing Landkreis Erding 2018/2019/2020	
Anschaffung PV-System	16.194 €
MVV-Regionalbus Aufrüstung	126.974 €
Abosystem (u.a. für Schülerzeitkarten)	22.082 €
Pilotprojekt Automatische Fahrpreisberechnung	5.889 €
Konsumtive Mittel eTicketing Landkreis Erding 2018/2019/2020	
Beratungsleistungen	33.124 €
Wartungs- und Personalkosten PV-System	13.986 €
Wartungs- und Sachkosten MVV-Regionalbus	51.526 €
Pilotprojekt Automatische Fahrpreisberechnung	11.041 €

