

Landeshauptstadt Magdeburg - Der Oberbürgermeister -		Datum 09.12.2020
Dezernat VI	Amt Amt 61	Öffentlichkeitsstatus öffentlich

I N F O R M A T I O N

I0370/20

Beratung	Tag	Behandlung
Der Oberbürgermeister	15.12.2020	nicht öffentlich
Finanz- und Grundstücksausschuss	13.01.2021	öffentlich
Ausschuss für Stadtentwicklung, Bauen und Verkehr	14.01.2021	öffentlich
Stadtrat	21.01.2021	öffentlich

Thema: Stabile Preise für Bus & Bahn

Der Stadtrat hat in seiner Sitzung am 14.05.2020 zum A0156/19 nachfolgenden Beschluss gefasst:

Beschluss-Nr. 508-15(VII)20:

„Der OB als Aufgabenträger und Vertreter im Verbundbeirat der Verbundgesellschaft marego wird beauftragt, im marego-Verkehrsverbund den Antrag zu stellen, dass marego ein Konzept erarbeitet, unter welchen Voraussetzungen und Rahmenbedingungen schnellstmöglich ein 365-Euro-Ticket im Verbundgebiet eingeführt werden kann.

Dazu gehören ein Finanzierungsmodell, Verhandlungen mit dem Land, dem Bund und der EU zur Unterstützung dieses Projektes.

Das Konzept soll spätestens bis zum 30.06.2021 vorgelegt werden.“

Mit Schreiben vom 16.06.2020 wurde der Magdeburger Regionalverkehrsverbund GmbH der Antrag übermittelt und um Umsetzung gebeten. Der Antrag wurde in die Sitzung des Verbundbeirates am 02.09.20 eingesteuert. Daraufhin sollte das Verbundbüro eine Bewertung erstellen, inwieweit ein 365-Euro-Ticket für die Stadt Magdeburg nach dem Wiener-Modell eingeführt werden kann.

In der Sitzung des Beirates vom 04.11.20 wurde von der marego GmbH ein Sachstand zum 365-Euro-Ticket vorgestellt. Die Bewertung einer Einführung des Wiener-Modells für Magdeburg liegt der Information anbei. Dabei stellt die Verbundgesellschaft klar, dass ihre Personaldecke nicht ausreichend ist, das angefragte Konzept inklusive der Betrachtung von Finanzierungsmöglichkeiten unter Einbindungen von Land, Bund und EU selbst zu erstellen oder zu finanzieren. Der Magdeburger Regionalverkehrsverbund marego bietet an eine Studie zu initiieren, die die Attraktivität des ÖPNV im Magdeburger Raum aus Sicht der Nutzer analysiert. Das Ergebnis kann dann ein nachhaltiger Maßnahmenkatalog sein, der zur Steigerung der ÖPNV-Nutzerrate (Modal-Split) und Entlastung der Stadt vom Autoverkehr beiträgt sein.

Der marego stellt dem 365-Euro-Ticket das Modell eines 360°-Tickets als alternativen und innovativen Ansatz entgegen. Das sogenannte 360°-Ticket ist somit ein Synonym für progressive Marketingmaßnahmen.

Abgeleitet aus den Trends und Entwicklungen auf der Benutzeroberfläche hat der marego diesen Leitgedanken des marego-Tarifs mit „absoluter Grenzenlosigkeit“ definiert. Das heißt, der Tarif muss zukünftig so individuell sein, dass Grenzen nicht wahrgenommen werden bzw. er muss maximal pauschal sein, so dass keine Grenzen existieren. Diese beiden Pole der möglichen Entwicklung bilden sich in den folgenden zwei Modellen ab.

- **Modell 1: ein Ticket für alles**

- absolute Pauschalisierung, vergleichbar mit dem BC100-Modell, bietet maximalen Komfort,
- „einsteigen und gut“ - für den Kunden, der in seiner Nutzung völlig flexibel sein will, bei größtmöglicher Bequemlichkeit mit „all inclusive Anspruch“.

- **Modell 2: mein Ticket, mein persönlicher Tarif**

- absolute Individualisierung bietet (vermeintlich) individuellsten „best price“
- für Kunden, die ihr Tarifangebot für den ganz persönlichen Mobilitätsbedarf räumlich, zeitlich und damit auch preislich maßschneidern wollen
- Beispielhaft sei hier auch die Fairtiq-App genannt, die Gelegenheitskunden eine best price Abrechnung auf Tageskartenniveau bietet.

Trotz ihrer augenscheinlichen Polarität können beide Modelle in unterschiedlichen Tarifsegmenten parallel nebeneinander bestehen bzw. sind zu 100% kompatibel und lassen darüber hinaus auch dazwischen liegende Mischformen zu.

Die große Herausforderung für den „Tarif der Zukunft“ ist die Digitalisierungsfähigkeit der neuen Produkte und die gleichzeitige Optimierung des vorhandenen Tarifportfolios. Die Vorteile der digitalen Vertriebskanäle, wie z. B. der Fairtiq-App, die noch in diesem Jahr in Magdeburg eingeführt wird, sollen vollumfänglich ausgenutzt werden, gleichzeitig müssen für bestimmte Kundengruppen auch die klassischen Vertriebsformen, zumindest vorübergehend, vorgehalten werden.

Die beiden beschriebenen Modelle können in der präsentierten Form sicherstellen, dass jede Vertriebs- und Abrechnungstechnik genutzt werden kann - vom Papierfahrchein bis zur Ex-Post-Bepreisung. Somit steht man nicht vor der Entscheidung für eine Strategie für neue e-Tarife oder für den klassischen Papiertarif.

Die Eignung des angestrebten Tarifmodells den Anforderungen aller Anspruchsgruppen, sowohl bei den Fahrgästen als auch bei den Verkehrsunternehmen und der Politik gerecht zu werden, beschreibt der Verkehrsverbund mit dem Begriff „360°-Ticket“. Mit diesem Begriff ist also nicht ein konkretes Tarifangebot definiert, sondern die Eigenschaft des Tarifportfolios, Anforderungen aller Anspruchsgruppen abbilden zu können und für alle attraktiv zu bleiben.

Insofern ist diese Information einschließlich ihrer Anlage als Zwischeninformation zu verstehen.

In der Sache wird von der marego GmbH die Einführung eines 365-Euro-Tickets in Magdeburg deshalb kritisch gesehen und abgelehnt. Hierfür ist insbesondere ausschlaggebend, dass in Wien bei der Einführung zahlreiche begleitende Maßnahmen getroffen worden sind die schon vor der Einführung des 365-Euro-Tickets zur Steigerung des Modal Split-Anteils im ÖPNV geführt haben.

In der Stellungnahme wird auf diese Faktoren abgestellt und es werden Vergleichsberechnungen vorgenommen.

Insofern ist die Stellungnahme jedenfalls die Grundlage für eine Einschätzung zum weiteren Umgang mit einem Konzept.

Dr. Scheidemann

Anlage

I0370/20 Anlage 1 Wiener Modell