

<b>Landeshauptstadt Magdeburg</b> - Der Oberbürgermeister -		Datum 11.02.2022
Dezernat VI	Amt Amt 61	<b>Öffentlichkeitsstatus</b> öffentlich

**INFORMATION**

**I0035/22**

Beratung	Tag	Behandlung
Der Oberbürgermeister	22.02.2022	nicht öffentlich
Ausschuss für Stadtentwicklung, Bauen und Verkehr	17.03.2022	öffentlich
Stadtrat	21.04.2022	öffentlich

**Thema: Stabile Preise für Bus und Bahn (A0156/19)**

Mit den Informationen I0370/20 und I0125/21 zum Beschluss des Stadtrates vom 14.05.2020 (Beschluss-Nr.: 508-15(VII)20) wurde über den Zwischenstand der Bearbeitung informiert.

Der Stadtrat hatte folgenden Beschluss gefasst: „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.“

Die Magdeburger Regionalverkehrsverbund GmbH (marego) erachtet ein dem Wiener-Modell entsprechendes 365-Euro-Ticket nicht zuletzt wegen der Rahmenbedingungen als nicht zielführend (vgl. Zwischeninformation I0370/20). Seitens der Stadträte war in Diskussionen in den Ausschüssen dargelegt worden, dass es nicht um genau dieses Modell gehen würde, sondern um ein Tarifsystem, das mehr Nutzer für den ÖPNV generieren soll.

Das Verbundbüro und der Fachausschuss Marketing-Tarif-Vertrieb haben hierzu ein Konzept erarbeitet und im Kontext aktueller Entwicklungen bewertet. Die vorliegenden Ergebnisse können dem beigefügten Konzept entnommen werden und stellen sich im Wesentlichen wie folgt dar:

- Infolge der Corona-Pandemie traten Veränderungen ein (Zugangseinschränkungen, mobiles Arbeiten usw.), die sich auf die Nutzung und die Einnahmesituation auswirken
- marego verfolgt die Tarifstrategie „360-Grad-Ticket“, die unterschiedliche Bedürfnisse von Fahrgästen berücksichtigen und tarifliche Zugangshemmnisse verringern soll
- Auf Basis eines Marktforschungsauftrages im Jahr 2019 wurden das Premium-Abo, die Schülerfreizeitkarte und die 24-Stunden-Karte eingeführt
- Die von marego beabsichtigte Innovationsoffensive verfolgt für die beiden identifizierten Hauptgruppen von Nutzern unterschiedliche Ziele für weitere Tarifanpassungen:
  - o Gelegenheitsnutzer und Neukunden: einfacherer Einstieg, regional und nutzergruppenspezifisch differenzierte Angebote, Kundenbindung. Diese Nutzer sollen durch Pauschaltarife („Flatrate“-Tarife) angesprochen werden (Beispiele: rein zeitbasierter Tarif, BahnCard 100)

- Dauernutzer: Flexibilisierung, Aufwertungstarif zur Nutzung von Zusatzoptionen, Tarife für den Übergang von Gelegenheitsnutzern zu Dauernutzern. Stärker auf Kosten orientierte Kunden erwarten individuell passende Angebote (Bsp. „Best-Price“ - Berechnung, ggf. Anreize für Vielfahrer usw.)
  
- Einige Maßnahmen wurden bereits umgesetzt, z. B. die Flexibilisierung der Premium-Abos (verkürzte Mindestvertragslaufzeit, verlängerte Personenmitnahme montags bis freitags), wodurch auch Gelegenheitsnutzer zu neuen Abo-Kunden wurden
- Kooperationen mit größeren Abnehmern werden ausgebaut: seit November 2020 können Vermieter vergünstigte Abo-Monatskarten anbieten, sofern sie größere Abnahmemengen und einen Zuschuss garantieren
- Der digitale Vertrieb erfolgt über die Fairtiq-App (Best-Price) und den DB Navigator
- Da der ÖPNV zum großen Teil aus Fahrgelderlösen finanziert wird, ist die wirtschaftliche Lage zu berücksichtigen. Eine wesentliche Anforderung an den Tarif besteht in dessen Ergiebigkeit, damit die Beförderungsleistungen finanziell abgesichert werden können
- reine Preissenkungen verringern die Einnahmen, was durch den Neukundeneffekt nicht ausgeglichen werden kann
- Passende Fahrtenangebote sind ein weiterer wichtiger Erfolgsfaktor, die Erweiterung von Angeboten erfordert jedoch nicht unerhebliche zusätzliche finanzielle Mittel

Die Tarifstrategie „360-Grad-Ticket“ wird seitens marego weiterverfolgt und die schrittweise Umsetzung weiterer Maßnahmen nach einer gewissen Zeit der Eingewöhnung der Kunden evaluiert.

Rehbaum  
Beigeordneter für Umwelt  
und Stadtentwicklung