



über La^{8/12}
Herrn Oberbürgermeister
Sven Gerich

über
Magistrat

und
Frau Stadtverordnetenvorsteherin
Christa Gabriel

an den Ausschuss für Schule, Kultur und
Städtepartnerschaften

Der Magistrat

Dezernat für Umwelt,
Grünflächen und Verkehr

Stadtrat Andreas Kowol

4. Dezember 2017

Schülerticket - Sachstandsbericht
Beschluss-Nr. 0101 vom 31. August 2017, (SV-Nr.17-F-08-0046)

Zum 1. August besteht für Schülerinnen und Schüler in Hessen die Möglichkeit des Erwerbs eines Schülertickets, mit dem für 365 € im Jahr die kostenlose Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel in Hessen möglich ist.

Der Ausschuss wolle deshalb beschließen:

Der Magistrat möge berichten, wie viele Schülertickets zum 1. August 2017 von Schülerinnen und Schülern aus der Landeshauptstadt Wiesbaden erworben und wie viele zum 1. September 2017 beantragt wurden.

Der Magistrat möge darüber hinaus berichten, welche Veränderungen sich dadurch bei Erwerb anderer „ÖPNV-Abonnements“ und welche Auswirkungen sich insgesamt durch die Einführung des Schülertickets zum neuen Schuljahr 2017/18 ergeben haben.

Außerdem möge berichtet werden, welche Werbemaßnahmen für das Schülerticket seitens der ESWE Verkehrs GmbH konkret durchgeführt wurden und welche weiteren Werbemaßnahmen geplant sind.

Den Antrag beantworte ich wie folgt:

Mit Stichtag 1. August 2017 wurde das neue Tarifprodukt Schülerticket Hessen (STH) offiziell eingeführt. Ab diesem Datum konnte das neue Tarifangebot für den Schüler- und Auszubildendenbereich genutzt werden. Seit dem 1. Juni 2017 bestand seitens der Kunden die Möglichkeit, dieses Angebot vorzubestellen.

Als Zwischenfazit, zum aktuellen Zeitpunkt des Jahres, kann die Einführung als großer Erfolg bewertet werden. Die Zahl der Kunden, die das vorherige Tarifprodukt „CleverCard“ genutzt haben und ab Sommer 2017 das Schülerticket Hessen erworben haben, stieg überdurchschnittlich an. Während in den Vorjahren im Jahresdurchschnitt ca. 12.000 Kunden in Wiesbaden eine CleverCard erworben haben, stieg die Zahl der STH-Kunden auf derzeit (Stand 15. November 2017) 17.500 Kunden an.

Es sind allerdings zum aktuellen Zeitpunkt noch einige Einflussfaktoren zu berücksichtigen, die bei der Beurteilung dieser Entwicklung zu beachten sind. Innerhalb der STH-Kunden-Gruppe sind über 500 Kunden enthalten, deren genutztes Verkehrsgebiet nicht in Wiesbaden liegt. Diese Kunden müssen im Verlauf der nächsten Monate den zuständigen LNO'n im RMV-Gebiet zugeordnet werden. Darüber hinaus ist die Anzahl der Kunden aus angrenzenden Verkehrsgebieten des Rhein-Main-Verkehrsverbundes (RMV) - wie z. B. dem Rheingau-Taunus-Kreis - deutlich gestiegen, was ggfs. mit unterschiedlicheren Vertriebsprozessen zu erklären ist. Dies muss in Abstimmung mit diesen LNO'n in den nächsten Monaten analysiert werden.

Als wesentlichste Einflussgröße sind aber die Wanderungsbewegungen der Kunden aus anderen Tarifangeboten im Schülerverkehr weiter zu beobachten. So sind z.B. im Bereich der Schüler-Wochen- und Monatskarten, und sogar im Bereich der Kinder-Sammelkarten, hohe Rückgänge von 50-70 % zu verzeichnen. Diese Entwicklung ist aus Sicht der Kunden nachzuvollziehen, da sich je nach Nutzenschwellen im Bereich der Schülerbeförderung die zeitweise Nutzung von kurzfristigeren Zeitkarten, bzw. Sammelkarten im Vergleich zum Schülerticket Hessen deutlich verschiebt.

Auch im RMV wird mit hoher Intensität an der Analyse der Auswirkungen dieser Tarifentwicklung im Schülerverkehr gearbeitet. Seitens des RMV wurde die Aussage getroffen, dass erst im Sommer 2018, und somit mit Abschluss des Schuljahres 2017/2018, eine finale Aussage zum Gesamterfolg der Einführung des Schülerticket Hessen getroffen werden kann. Es besteht hierbei auch die Zielsetzung, diese dann festgestellten Veränderungen von den alljährlichen Veränderungen aufgrund von Verschiebungen der Ferienzeiträume zu trennen.

Bereits zum heutigen Zeitpunkt kann die Einführung der STH jedoch als großer Erfolg bewertet werden. Die Anzahl der Kunden im Schüler- und Auszubildendenverkehr wurde mit diesem Angebot erhöht, da dieses preiswerte Angebot viele Kunden zum jahresübergreifenden Umstieg auf den ÖPNV bewegen haben wird.

Aus betriebswirtschaftlicher Sicht ist diese Aussage aber noch zu relativieren. Der große Preisunterschied zwischen der bisherigen CleverCard und der STH führt seit August dieses Jahres zu Einnahmerückgängen, die durch die erhöhte Nutzerzahl nicht ausgeglichen werden. Die Geschäftsführung der ESWE Verkehr erwartet weiterhin, dass diese Differenzen im Rahmen des bewährten RMV-Einnahmenaufteilungsverfahrens, aus den Zuschusszusagen von Seiten des Landes Hessen ausgeglichen werden. Auch hierzu können zum heutigen Zeitpunkt noch keine belastbaren Zwischenresultate vermeldet werden.

Die Bewerbung des neuen Angebotes erfolgte ausschließlich durch die beteiligten Verkehrsverbände, in Wiesbaden somit durch den RMV. Dieses Vorgehen war Bestandteil einer Vereinbarung zwischen den Verkehrsverbänden und dem Land Hessen. Aus diesem Grund wurde

von ESWE Verkehr keine eigene Werbekampagne vorgenommen, sondern wurden die bereitgestellten Medien des RMV eingesetzt.

Darüber hinaus wurden von Seiten ESWE Verkehr alle bisherigen CleverCard-Kunden, die namentlich durch ein Abbuchungsverfahren bekannt sind, von ESWE Verkehr angeschrieben und über die individuelle Rückgabe- und Gutschriftssituation informiert. Aufgrund des wirtschaftlichen Anreizes in Verbindung mit einer Rückgabe einer vorhandenen CleverCard haben viele Kunden frühzeitig das neue Angebot genutzt und dabei auch die Möglichkeit einer Rückvergütung in Anspruch genommen.

Für den Geschäftsbereich Vertrieb der ESWE Verkehr bedeutete die Einführung der STH aufgrund der kurzen Vorbereitungszeit des Gesamtprojektes und der wie erwartet hohen Kundennachfrage eine hohe und intensive Arbeitsbelastung, die aber in den zurückliegenden Wochen sehr positiv bewältigt werden konnte. Trotz der zeitweise nicht zu verhindernden Wartezeiten für unsere Kunden in der Mobilitätszentrale im Luisenforum war die Kundenresonanz sehr positiv. Für den kommenden Schuljahreswechsel beginnen bereits in diesen Wochen die internen Vorbereitungen, um die Arbeitsabläufe im Sinne eines noch besseren Kundenservice zu optimieren.

Mit freundlichen Grüßen

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'A. B. B.' or similar, written in a cursive style.