



ÖPNV-Zugangshemmnisse abbauen: Initiativen zur Flächendeckung bei Verkehrsverbänden und E-Tickets

Andreas Beer, Ministerialrat



Attraktivität des ÖPNV steigern

Strategie mit vielen Einzelzielen

- » Angebotsverbesserungen
- » Netzausbau
- » Bedarfsverkehre
- » Fahrgastinformation
- » flächendeckende Verbünde
- » Mobilitätsplattformen
- » durchgängige digitale Tickets
- » ...
- » Gemeinsamer Nenner vieler Ziele: Flächendeckung
→ Beitrag zu gleichwertigen Lebensverhältnissen
- » ÖPNV-Strategie 2030

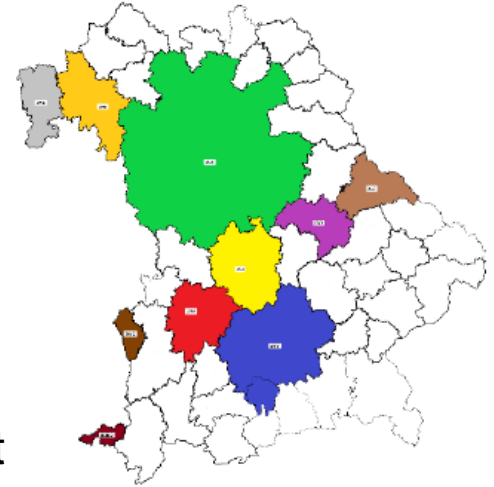




Verbundintegration (1)

Entwicklungen im Freistaat

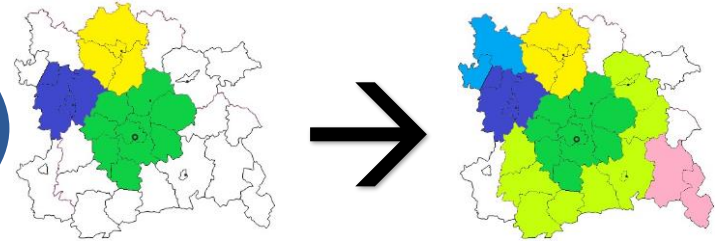
- » Unterstützung verkehrlich und wirtschaftlich sinnvoller Verbundintegrationen (SPNV und allgemeiner ÖPNV, verkehrlich und tariflich) für Bürger, Kommunen, Freistaat
- » Neues Förderprogramm für Verbundraumerweiterungen
 - Phase 1: Grundlagenstudie → Förderung 75-92%
 - Phase 2: Beitritt/Gründung → Förderung Investitionen 50-70%
 - Phase 3: Mitgliedschaft → Förderung Dauerlasten im SPNV $66\frac{2}{3}$ -100%
- » Entscheidung für Verbundintegration muss von Kommunen ausgehen





Verbundintegration (2)

Entwicklungen in der EMM



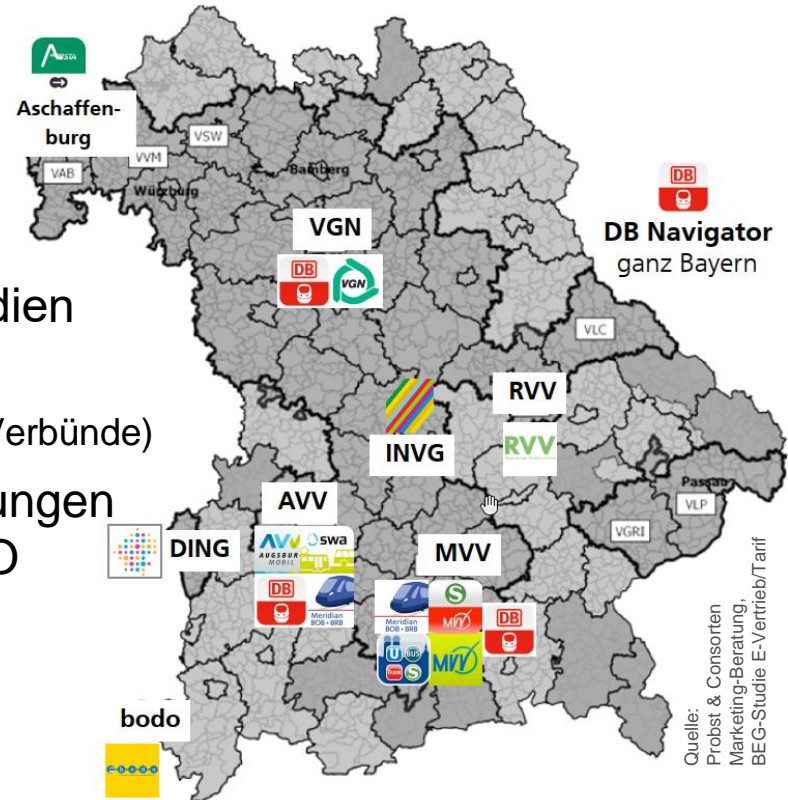
- » Aktuell: Großteil der Kommunen nicht Mitglied in leistungsfähigem Verbund
- » Kommunale Beschlusslage im November 2019:
 - Kreisfreie Städte und Landkreise GAP, LA, LL, MB, MÜ, RO, TÖL, WM lassen MVV-Beitritt in Grundlagenstudie untersuchen
 - Landkreise DLG und DON wollen Grundlagenstudie zu AVV-Beitritt
 - Landkreise BGL und TS wollen Grundlagenstudie zu Verbundgründung
- » Bei erfolgreichem Abschluss Mitte der 20er Jahre mehr als 90% der Bürger der EMM in leistungsfähigen Verbänden



E-Ticketing (1)

Ausgangssituation

- » „Insellösungen“ mit verschiedenen Medien
 - Chipkarten (VGN, bodo, MVV)
 - Handy- und Online-Tickets (div. Unternehmen/Verbünde)
- » Bandbreite: keinerlei E-Ticket-Bestrebungen
↔ automatische Preisfindung wie CICO
- » Vielzahl an Standards
(Tarifdaten, Vertriebssystem, Kontrollinfrastruktur)
→ Kompatibilität nicht gewährleistet



Quelle:
Probst & Consorten
Marketing-Beratung,
BEG-Studie E-Vertrieb/Tarif





E-Ticketing (2)

Prämissen

- » Ziel: Durchgängiges E-Ticket als Teil der Initiativen im Bereich Digitalisierung und Vernetzung
- » Aufgaben des Verkehrsministeriums:
 - Entwicklung einer Gesamtstrategie für Bayern für ein durchgängiges E-Ticket
 - Vorantreiben des Ausbaus und der Vernetzung von E-Ticketing-Systemen
 - Sicherstellen der Interoperabilität zwischen den Ebenen (u. a. Information, Tarifdaten, Vertrieb) und mit DEFAS Bayern
 - Offenheit für Weiterentwicklung (bundesweite Systeme wie Mobility inside, Sharing-Angebote, ...)





E-Ticketing (3)

Studie „Elektronischer Vertrieb und einheitlicher Tarif“, betreut durch die BEG



- » Entwicklung unterschiedlicher Szenarien zum digitalen Vertrieb von Fahrscheinen in Kombination mit tariflichen Ausgestaltungen
- » Erste Ergebnisse: Identifikation von zwei Vorzugsszenarien
 - Szenario „Vertriebssystem + Additionstarif“:
Freistaat stellt ein zentrales Vertriebssystem bereit und vernetzt es mit vorhandenen lokalen Systemen, Tarifhoheit bleibt lokal
 - Szenario „Vertriebssystem + Dachtarif Bayern“:
Tarif für verbundüberschreitende Relationen; Voraussetzung: zentrales Vertriebssystem



E-Ticketing (4)

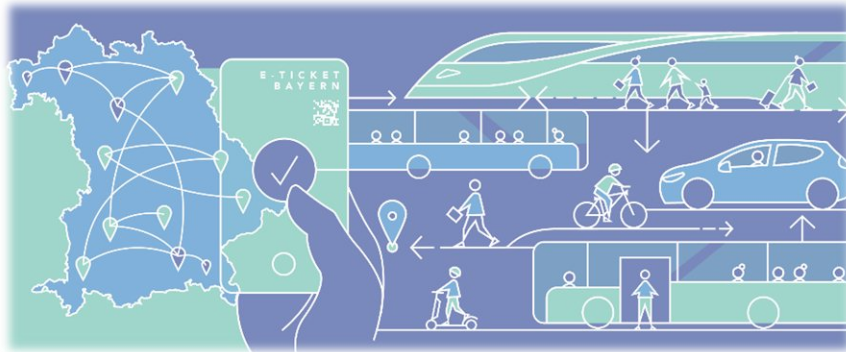
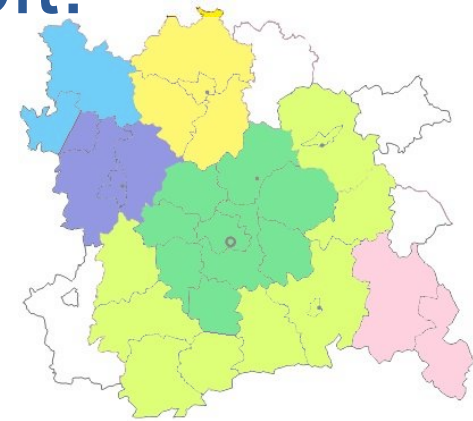
Aktuelle Aufgabenschwerpunkte und nächste Schritte

- » Detaillierte Bewertung der Vorzugsszenarien
 - Auswahl des Vorzugsszenarios (Additionstarif/Dachtarif)
 - Umsetzungsplan
- » Förderprogramm (in Erarbeitung, Umsetzung vsl. stufenweise)
 - Einführung von Standards für den digitalen Vertrieb, evtl. standardisierte Erfassung aller Tarifdaten für DEFAS Bayern
 - Vernetzung zwischen den Systemen unter Berücksichtigung von lokalen, verbund- und bundesweiten Lösungen (z. B. „Mobility Inside“)
- » Pilotvorhaben mit bayernweitem Nutzen (z. B. E-Tarif-Studien VGN u. MVV)





Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit! Fragen? Gerne!



www.verkehr.bayern.de

