MVV München: eTarif-Erkenntnisse aus drei Jahren Pilotbetrieb

Anna Schley, M.A., Frankfurt a. M.; Dipl.-Geogr. Ivanka Lazinica, München

Abb. 1: Swipe+Ride in der Fairtiq-LAB-App.
Foto: Fairtiq

Der Münchner Verkehrsverbund (MVV) und Fairtiq starteten im Oktober 2020 unter dem Motto „Einfach MVV fahren" das Pilotprojekt Swipe+Ride. Damit wurden München und die MVV-Verbundlandkreise zur „Spielwiese", auf der verschiedene Preisvarianten des neuen, entfernungsabhängigen eTarifs sowie unterschiedliche Bonus- beziehungsweise Rabattmodelle getestet werden. Das Angebot richtet sich vor allem an Gelegenheitsnutzer des ÖPNV, für die sich ein Abo nicht lohnt. Das Pilotprojekt wird durch eine umfassende Marktforschung der rms GmbH – im Auftrag des MVV – begleitet. Die Ergebnisse geben interessante Einblicke in das Nutzungsverhalten und die Motivation der Tester von Swipe+Ride.

Im Piloten nutzen bislang rund 11.000 Kunden Swipe+Ride für ihre Fahrten im Stadtgebiet München und dem Umland. Monatlich werden über 40.000 Fahrten (Stand April 2023) mit Swipe+Ride abgewickelt. Für den Pilotbetrieb kommt die FTQ-Lab-App mit Check-in/Check-Out-Technologie zum Einsatz. Diese Variante der Fairtiq-App wurde speziell für Testanwendungen entwickelt und ermöglicht es, in einem zahlenmäßig begrenzten Kreis von Testkunden gezielt Neues zu erproben. Darüber hinaus fließen Rückmeldungen der Kunden über die App, die Swipe+Ride Community sowie im Rahmen der begleitenden Marktforschung in die Weiterentwicklung von Swipe+Ride ein.

Anreize für die häufigere ÖPNV-Nutzung schaffen

Im Piloten werden zwei unterschiedliche Ansätze der Luftlinientarifierung getestet: Bei einer Testgruppe wird der Fahrpreis anhand der direkten Luftlinienentfernung zwischen dem Start und dem Ziel der Fahrt berechnet. Bei der zweiten Testgruppe hingegen erfolgt die Fahrpreisberechnung anhand der Summe der Luftlinienentfernungen zwischen allen durchfahrenen Haltestellen (sogenannte geglättete Strecke). In den Endpreis fließt bei beiden Gruppen neben einem Grund- und einem Leistungspreis pro Luftlinienkilometer auch die ÖPNV-Bedienqualität ein. Diese wird anhand der Abfahrten pro Haltestelle gemessen: Haltestellen mit vielen Abfahrten versus Haltestellen mit wenigen Abfahrten. Bei Letzteren ist zudem das Niveau des Grund- und Leistungspreises abgesenkt. Zusätzlich werden Bonus- beziehungsweise Rabattmodelle getestet, im Rahmen derer die häufige Nutzung von Bus und Bahn mit Fahrpreisvergünstigungen im nächsten Monat „belohnt" wird.

Hohe Zufriedenheit dank fairem Preis und einfacher Nutzung

Die im Projektverlauf deutlich angestiegene Fahrtenanzahl mit Swipe+Ride ist ein Anzeichen dafür, dass der digitale Fahrschein und der entfernungsabhängige eTarif gut ankommen. Dies bekräftigen auch die Rückmeldungen aus der Marktforschung: 96 Prozent der Nutzer sind insgesamt zufrieden mit dem eTarif, 92 Prozent würden ihn weiterempfehlen. Rund die Hälfte der Pilotkunden nutzen für alle ihre Fahrten

Nutzung unter www.rms-consult.de zeitlich unbefristet genehmigt durch DVV Media GmbH, 2023

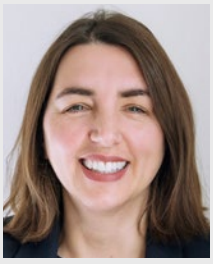
ausschließlich Swipe+Ride. 22 Prozent kombinieren den eTarif mit klassischen Tarifen. An Swipe+Ride schätzen die Fahrgäste vor allem den günstigen Preis, die hohe Flexibilität sowie das unkomplizierte Ein- und Auschecken per Handy. Die Zeitersparnis beim Ticketkauf und die Sicherheit, ganz ohne Tarifkenntnisse stets mit der richtigen Fahrkarte unterwegs zu sein, werden ebenfalls positiv bewertet.

Anfängliche Unsicherheiten lösen sich mit zunehmender Nutzung auf

Für gemischte Gefühle sorgte zunächst bei einigen Kunden die Abrechnung des genauen Fahrpreises erst am Ende der Fahrt. Viele Fahrgäste wünschten sich die Möglichkeit, bereits vor Fahrtantritt herausfinden zu können, ob der eTarif oder ein klassischer Tarif günstiger ist. Seit August 2021 gibt es daher einen Online-Preisrechner, mit dem sich der Tarif vorab ermitteln lässt. Ebenfalls auf Wunsch der Testnutzer wurde im April 2021 die Smart-Stop-Funktion eingeführt: Checkt man sich nach Fahrtende nicht aus, erkennt die App, dass man nicht mehr mit dem ÖPNV unterwegs ist. Dadurch konnte die von 47 Prozent der Fahrgäste anfangs geäußerte Sorge ausgeräumt werden, dass das Vergessen des Check-outs zu zusätzlichen Kosten führen könnte. Heute nutzen 74 Prozent der Testteilnehmer die Smart-Stop-Funktion und geben an, damit zufrieden zu sein. Zudem lässt sich aus den Rückmeldungen feststellen: Die Unsicherheiten zu Preis und

Zur Autorin

Anna Schley, M.A. (35) ist seit 2021 Senior Consultant bei der Rhein-Main-Verkehrsverbund Servicegesellschaft mbH (rms). Zuvor war sie in der Institutsmarktforschung tätig. Schley führt qualitative und quantitative Marktforschungsstudien mit dem Schwerpunkt ÖPNV und Mobilität durch und berät auf Grundlage der Ergebnisse mit Handlungsempfehlungen. Sie ist die Projektleiterin seitens der rms GmbH für die Marktforschung zum eTarif Swipe+Ride im Auftrag des Münchner Verkehrs- und Tarifverbundes MVV. Darüber hinaus untersucht sie in Zukunftslaboren, wie eine nachhaltigere Alltagsmobilität gestaltet werden könnte.



Zur Autorin

Dipl.-Geogr. Ivanka Lazinica (47) ist seit Februar 2023 bei Fairtiq im Business Development tätig. Zuvor war sie unter anderem bei der Münchner Verkehrs- und Tarifverbund GmbH als Projektleiterin für Tarif- und Vertriebsinnovationen sowie bei der Rhein-Main Verkehrsverbund GmbH tätig. In Ihrer Verbundtätigkeit hat Lazinica neue Pricing-Modelle mitentwickelt, an einer umfassenden Verbundtarif-Strukturreform mitgearbeitet, zuletzt bei der MVV GmbH, sowie neue Vertriebskanäle im Verbund umgesetzt.

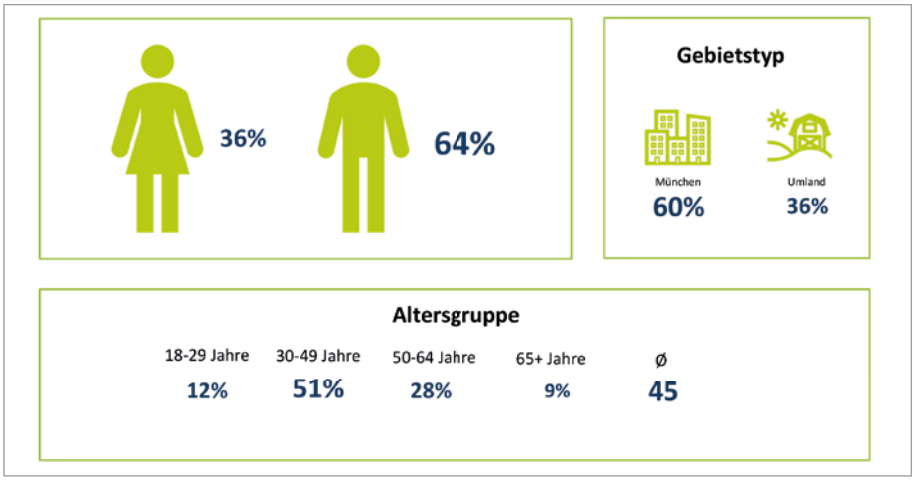


Abb. 2: Swipe+Ride-Kundenstruktur. Grafik: RMS

ANZEIGE

Stufe für Stufe zum digitalen Verkehrsunternehmen

COSMO CONSULT

Unser innovatives Konzept basiert auf einer digitalen Bedürfnispyramide, das speziell auf die Anforderungen von Verkehrsunternehmen zugeschnitten ist.

Vom Fundament einer effektiven Datenstrategie über die Nutzung neuester Technologien wie Microsoft Azure als zentrale Datendrehscheibe sowie Qlik und Power BI für aussagekräftige Visualisierung bis zur Begleitung erkannter Prozessoptimierungen durch unser Change Management Team – wir bieten Ihnen alles, was Sie benötigen, um Ihr Unternehmen erfolgreich in die digitale Zukunft zu führen.

Vision & Potenziale
Optimierungs- & Prozesspotenziale
Sicherheitsbedürfnisse
Digitale Grundbedürfnisse

Qlik Partner Elite Solution Provider

Microsoft Partner
Gold Enterprise Resource Planning
Gold Cloud Customer Relationship Management
Gold Collaboration and Content
Gold Data Analytics
Gold Cloud Platform

Nutzung unter www.rms-consult.de zeitlich unbefristet genehmigt durch DVV Media GmbH, 2023

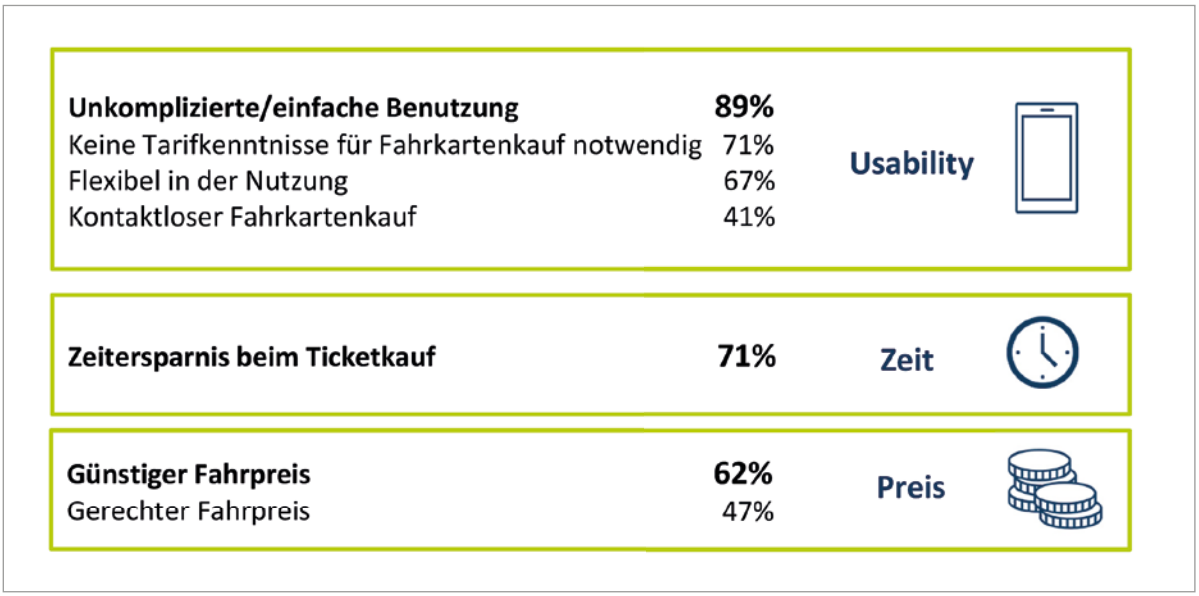


Abb. 3: Vorteile Swipe+Ride.
Grafik: RMS

Nutzung legen sich mit der Zeit. Da viele Fahrten auf der gleichen Relation unternommen werden, entwickeln die Fahrgäste ein „Gespür" für den Preis. Auch der Tagesdeckel, der die maximalen Fahrscheinkosten pro Tag begrenzt, gibt Sicherheit. 75 Prozent der Befragten äußern sich zufrieden mit dem „Kostenairbag". Ein (befragter) Kunde sagt dazu: „Ich kann auch im Zweifel damit kalkulieren, dass es maximal 8 oder 12 Euro kostet."

Präferenz für die Luftlinie zwischen Start und Ziel

85 Prozent der Teilnehmenden, die mit dem Luftlinientarif zwischen Start- und Zielhaltestelle unterwegs sind, finden diesen verständlich und nachvollziehbar. Bei den Testern des Luftlinientarifs zwischen durchfahrenen Haltestellen trifft dies auf 82 Prozent zu. Im direkten Vergleich wird die Luftlinie zwischen Start- und Zielhaltestelle allerdings klar präferiert. „Diese Luftlinie ist einfacher zu verstehen", lautet ein Feedback aus der Befragung.

Grundsätzlich gehen die Teilnehmenden davon aus, dass die Abrechnung ihrer Fahrten zum Bestpreis erfolgt. Allerdings wissen viele Befragte nicht, wie genau der Fahrpreis bei Swipe+Ride zustande kommt. 16 Prozent gaben an, daran auch gar kein Interesse zu haben. Verwirrung entsteht teilweise mit Blick auf die unterschiedlichen Preise nach Bedienqualität: Von den 32 Prozent der Testkunden, denen dieser Aspekt überhaupt bekannt ist, gibt ein Drittel an, dass die Differenzierung nicht nachvollziehbar ist. Eher wird vermutet, dass unterschiedliche Verkehrsmittel zu unterschiedlichen Fahrpreisen abgerechnet werden.

Der Bonus als Ansporn für die ÖPNV-Mehrnutzung

Im Laufe des Projekts wurden in beiden Pilotgruppen verschiedene Bonus-Systeme getestet. Als Weiterentwicklung wurde im Jahr 2022 der gestaffelte Rabatt eingeführt: Jeweils ab vier, sechs beziehungsweise acht Fahrten im Monat wird ein Rabatt in Höhe von 10, 20 beziehungsweise 30 Prozent auf alle Fahrten im Folgemonat gewährt. Bonus und Staffelung sind der überwiegenden Mehrheit der Fahrgäste (82 Prozent) bekannt. 62 Prozent von ihnen finden, der Bonus ist gut nachvollziehbar. Aus Fahrgastsicht bietet die Staffelung einen attraktiven Anreiz für die häufigere Nutzung. Gefragt, ob ein höherer Rabatt im Folgemonat ein Grund wäre, den ÖPNV in diesem Monat häufiger zu nutzen, lautet eine Antwort: „Das wäre super. Dann würde ich eine achte Fahrt nochmal extra machen, wenn ich weiß, dass ich damit noch mehr Rabatt bekomme. Das ist noch mal so ein Ansporn, Bahn zu fahren." Diese positive Einschätzung zeigt sich auch konkret im Verhalten: 38 Prozent der Nutzer haben durch den eTarif zusätzliche Fahrten unternommen.

Preis versus Komfort: Unterschiedliche Motivationen zur Nutzung

Aus den Rückmeldungen der Fahrgäste zeichnen sich im Grundsatz zwei Motivationen für die Nutzung des eTarifs mit Check-in/Check-out ab. Für preisbewusste Fahrgäste liegt in den (günstigeren) Fahrpreisen die Hauptmotivation für die Nutzung des eTarifs. Sie kennen die Fahrpreise und nutzen die verschiedenen Angebote kombiniert und je nachdem, auf welcher Strecke sie unterwegs sind. Mit Blick auf die Preissetzung sagen sie: „Es dürfte auf gar keinen Fall den günstigsten Tarif überschreiten. […] Dann denke ich lieber und erkundige mich, was die günstigste Möglichkeit ist." Für preisbewusste Nutzer liegt in der Rabattstaffel auch eine hohe Motivation für die regelmäßige ÖPNV-Nutzung.

Komfortorientierte Nutzer haben oft wenig Kenntnis über Tarife und auch kein Interesse an Tarifthemen. Sie sagen: „Okay, wenn man das kauft, dann zahlt man vielleicht ein bisschen mehr, aber man muss sich keine Sorgen machen." Einfachheit ist ihr Hauptmotiv, den eTarif zu nutzen, bedingt unter anderem durch den unkomplizierten Check-in/Check-out und die gute Kommunikation über die App.

Pilotbetrieb noch bis Jahresende

Im Dezember 2022 wurde das Projekt um das Gebiet des Regensburger Verkehrsverbundes erweitert, mit einem eigens für diese Region entwickelten Tarifmodell. Zugleich ist es möglich, zwischen den beiden Verkehrsverbünden mit einem Swipe zu fahren.

Swipe+Ride läuft planmäßig noch bis Dezember 2023. Bis dahin sind noch einige Anpassungen geplant, die die Nutzer

Nutzung unter www.rms-consult.de zeitlich unbefristet genehmigt durch DVV Media GmbH, 2023

sich gewünscht haben. Bereits umgesetzt wurden das Angebot einer Zahlungsmöglichkeit per SEPA-Lastschrift sowie die Schaffung einer Mitnahmemöglichkeit im eTarif. Die Erkenntnisse aus dem Testbetrieb dienen als Entscheidungsgrundlage für das weitere Vorgehen des MVV, seiner Gesellschafter und der weiteren Projektpartner.

Zusammenfassung/Summary

MVV München: eTarif-Erkenntnisse aus drei Jahren Pilotbetrieb

Seit Oktober 2020 bis Ende 2023 testet der Münchner Verkehrsverbund (MVV) mit Fairtiq zwei verschiedene Ansätze von Luftlinientarifen. Das Pilotprojekt wird durch eine umfassende Marktforschung der rms GmbH begleitet. Der Beitrag geht auf die Erkenntnisse aus Befragungen der über 11.000 Testkunden ein. Darin zeigt sich unter anderem eine hohe Zufriedenheit mit dem günstigen Preis und der einfachen Nutzung ohne Tarifkenntnisse. Die getesteten Bonus-Modelle mit gestaffelten Rabatten bieten einen Anreiz für häufigere ÖPNV-Nutzung.

MVV Munich: eTarif findings from three years of pilot operation

The Münchner Verkehrsverbund (MVV) is testing two different approaches for bee-line tariffs with Fairtiq since October 2022 until end of 2023. The pilot project is accompanied by a comprehensive market research of rms GmbH. The article reports on the survey findings of more than 11,000 test customers. There is inter alia a high satisfaction with the favorable price and the simple handling without having any tariff knowledge. The tested bonus model with staggered discounts provides motivation for a more frequent use of public transport.

ANZEIGE

Nutzung unter www.rms-consult.de zeitlich unbefristet genehmigt durch DVV Media GmbH, 2023