Baden-Württemberg-Tarif
Jahresbericht 2019

Ein Ziel, ein Ticket. Landesweit.

bwtarif
bwegt durchs ganze Land

Inhalt

Editorial 4

1. Ein neuer Dachtarif für Baden-Württemberg 6

2. Ein erfolgreiches Jahr 12

3. Die Jahre 2018 und 2019 im Vergleich 24

4. Regionale Betrachtungen 30

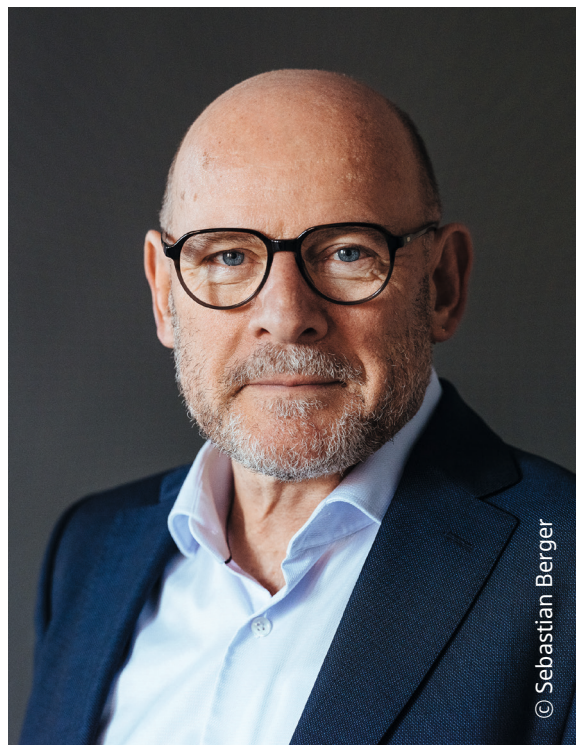
5. Kommunikation 40

6. Anhang 46

Vorwort des Vorsitzenden der Gesellschafterversammlung

Die Gestaltung und Sicherung einer klimaverträglichen und umweltfreundlichen Mobilität ist ein zentrales politisches Anliegen der Landesregierung Baden-Württemberg. Wir haben uns das ehrgeizige Ziel gesetzt, die Nachfrage im öffentlichen Nahverkehr bis 2030 im Vergleich zu 2010 zu verdoppeln. Erfreulicherweise konnten die Rahmenbedingungen bei Bund und Land hierfür bereits deutlich verbessert werden. Jetzt gilt es, in allen Handlungsfeldern gemeinsam den öffentlichen Nahverkehr im Rahmen einer Gesamtstrategie mit klaren Zielen und Maßnahmen zu stärken.

Bei dieser Strategie spielt der bwtarif eine wichtige Rolle, da er den ÖPNV in Baden-Württemberg einfacher, verständlicher und somit attraktiver für die Nutzerinnen und Nutzer macht. Bei Fahrten, die über die Grenzen eines Verkehrsverbunds hinausgehen, reicht seit der Einführung des bwtarif ein einziges Ticket für die gesamte Fahrt, einschließlich der Nutzung des ÖPNV am Start- und Zielort. Neben der Vereinfachung des Ticketkaufs, die der bwtarif mit sich bringt, erhöhen zusätzlich das Angebot und der Fahrpreis die Attraktivität des öffentlichen Verkehrs deutlich. Daher haben wir bereits 2019 intensiv in den Ausbau des Nahverkehrsangebots investiert und werden dies auch weiterhin tun. Ebenfalls finanziell unterstützt haben wir die Sicherung attraktiver Preise im ÖPNV: So konnten die Fahrpreise bei der Einführung des bwtarif deutlich gesenkt werden und zum Fahrplanwechsel 2019/20 stabil bleiben.


© Sebastian Berger

Als Vorsitzender der Gesellschafterversammlung der für den bwtarif verantwortlichen BW-Tarif GmbH spreche ich für alle Gesellschafter, wenn ich sage, dass wir mit den Ergebnissen des ersten Jahres mehr als zufrieden sind und wir uns auf die weitere erfolgreiche Zusammenarbeit freuen.

Herzlichst
Ihr Winfried Hermann

Vorwort des Geschäftsführers

Innerhalb nur eines Jahres hat sich der bwtarif als fester Bestandteil des Nahverkehrs in Baden-Württemberg etabliert. Nach der erfolgreichen Einführung Ende 2018 mit Einzelfahrausweisen und den beliebten und bekannten Pauschalpreistickets, wie etwa dem Baden-Württemberg-Ticket, dem MetropolTagesTicket und dem RegioXTicket, zeigen nun auch die Fahrgast- und Umsatzzahlen des ersten Geschäftsjahres 2019, dass der Grundgedanke des bwtarif, „Ein Ziel, ein Ticket. Landesweit.“, von den Nutzerinnen und Nutzern des ÖPNV in Baden-Württemberg gut angenommen wurde.

Gleichzeitig sehen wir als BW-Tarif GmbH, dass die Kooperation zwischen Aufgabenträgern und Eisenbahnverkehrsunternehmen mit bewusst unternehmerischer Ausrichtung des Tarifs zukunftsfähig ist. Die effektiven Strukturen in der Tarifgesellschaft und die enge Abstimmung auch mit weiteren Partnern, wie den Verbünden, haben sich bereits bei der Ausgestaltung und Einführung des bwtarif 2018 bewährt und zeigen auch weiterhin Wirkung.

Neben der Entwicklung der Fahrgast- und Umsatzzahlen ist auch die hohe Akzeptanz des elektronischen Vertriebs eine erfreuliche Nachricht. Bereits jetzt wird jedes dritte bwtarif-Ticket digital gekauft.

Über das positive Feedback von Fahrgästen, unseren Gesellschaftern und der Presse haben wir uns sehr gefreut und sind zuversichtlich, dass auch die Erweiterung des Tarifsortiments um Zeitkarten, die zum Fahrplanwechsel 2020/21 eingeführt werden, auf ähnlich positive Resonanz stoßen wird.

Beste Grüße
Ihr Thomas Balser

Ein neuer Dachtarif für Baden-Württemberg

1

Der landesweite Baden-Württemberg-Tarif (kurz: bwtarif) gilt seit Dezember 2018 für alle Fahrten in Nahverkehrszügen (inklusive S-Bahnen) und Regiobussen in Baden-Württemberg, die über die Grenzen eines Verkehrsverbunds hinausgehen – sowie auf einzelnen Strecken in benachbarte Bundesländer.

Da die Nutzung des Öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV) an Start- und Zielort bereits integriert ist, sind für Fahrten mit dem bwtarif weder separate Ticketkäufe noch Kenntnisse über die jeweiligen Verbundtarife vor Ort erforderlich.

Seit der Einführung des bwtarif gilt in Baden-Württemberg daher bei jeder Fahrt im Nahverkehr aus Kundensicht das einfache Prinzip **„Ein Ziel, ein Ticket. Landesweit“.**

Die BW-Tarif GmbH

Verantwortlich für den Betrieb und die Weiterentwicklung des bwtarif ist die BW-Tarif GmbH, die von den beiden SPNV-Aufgabenträgern (Land Baden-Württemberg und Verband Region Stuttgart) sowie den Eisenbahnverkehrsunternehmen getragen wird, die derzeit im Nahverkehr in Baden-Württemberg fahren. Die 22 Verkehrsverbünde sind über einen eigenen Vertrag zur Anschlussmobilität in den bwtarif eingebunden.

Die Gesellschafter des bwtarif

bwtarif
bwegt durchs ganze Land

abellio Baden-Württemberg
AVG Bewegt alle.
Baden-Württemberg
Bodensee-Oberschwaben-Bahn
DB Regio
Go-Ahead Baden-Württemberg
rnv
SBB CFF FFS
SWEG Südwestdeutsche Landesverkehrs-AG
Verband Region Stuttgart
WEG transdev

Das Sortiment des bwtarif (Stand 2019)

RELATIONSBEZOGENE FAHRSCHEINE

- **bwEINFACH** und **bwHIN UND ZURÜCK** gelten jeweils für eine einzelne Fahrt bzw. für eine Hin- und Rückfahrt auf der gewählten Verbindung.
- **bwWEITERFAHRT EINFACH** und **bwWEITERFAHRT HIN UND ZURÜCK** können mit den unverändert gültigen Streckenzeitkarten der DB bzw. der Verbünde kombiniert werden, um über den Geltungsbereich des jeweiligen Verbundes hinauszufahren.
- **bwGRUPPE EINFACH** und **bwGRUPPE HIN UND ZURÜCK** gelten für Gruppen ab sechs Personen und bieten eine Ermäßigung von 50 % auf den Preis des normalen Fahrausweises.
- **bwFAHRRAD** berechtigt als pauschale Fahrradkarte in Verbindung mit einem Fahrschein des bwtarif zur Mitnahme eines Fahrrads.

TAGESKARTEN

Die Tageskarten des bwtarif ermöglichen gemäß den jeweiligen Nutzungsbedingungen die unbegrenzte Nutzung von ÖPNV-Angeboten im jeweiligen Geltungsbereich.

- **Baden-Württemberg-Ticket**
- **MetropolTagesTicket Stuttgart**
- **RegioXTicket**

KOMBITICKETS UND WEITERE FAHRSCHEINE

Die Kombitickets des bwtarif berechtigen Fahrgäste zur An- und Abreise mit dem Regional- und Nahverkehr mit Bussen und Bahnen innerhalb Baden-Württembergs (sowie auf ausgewählten Eisenbahnstrecken außerhalb des Bundeslandes). Enthalten ist weiterhin der Eintritt auf das Gelände des Kooperationspartners.

- **Europa-Park Rust**
- **Insel Mainau**
- **Landesmesse Stuttgart**
- **BUGA 2019** (nur zeitlich begrenzt vertrieben)
- **Schüler-Ferien-Ticket** (gilt während der Sommerferien in Baden-Württemberg für alle Vollzeitschüler unter 23 Jahren.)

Vertrieb

Die Einzelfahrscheine des bwtarif sind an nahezu allen Fahrkartenautomaten und Verkaufsstellen der Eisenbahnverkehrsunternehmen erhältlich, die Tageskarten Baden-Württemberg-Ticket, MetropolTages-Ticket Stuttgart und RegioXTicket wie bereits zuvor zudem an den meisten Verkaufsstellen, an Stadt- und Straßenbahnhaltestellen sowie im Bus.

Eine Ausweitung des Einzelticketverkaufs auf weitere Vertriebskanäle, z. B. die Verkaufsstellen der Verkehrsverbünde, ist für die nächste Ausbaustufe des bwtarif geplant.

Der Vertrieb von E-Tickets ist über ein offenes Lizenzierungsverfahren für jeden qualifizierten Anbieter freigegeben.

Die nicht ausschließliche Vertriebslizenz können qualifizierte Unternehmen zunächst bis 2023 erhalten. Folgende Unternehmen vertreiben auf dieser Grundlage E-Tickets des bwtarif (Stand: 31. Dezember 2019):

- O-TON GmbH (bwApp)
- DB Vertrieb (Website, Navigator App)
- DB Regio Alb-Bodensee

Die Fahrgäste haben den bwtarif auch digital sehr positiv aufgenommen: Im Jahr 2019 wurde bereits ein Drittel aller Fahrscheine des bwtarif als E-Ticket erworben (mehr dazu unten in Kapitel 2).

Quelle: Ministerium für Verkehr Baden-Württemberg

Ein erfolgreiches Jahr

2

Das Jahr 2019 war das erste vollständige Kalenderjahr nach der Einführung des bwtarif im Dezember 2018. Die kontinuierliche Steigerung der Fahrten und Umsätze im Laufe des Jahres zeigt, dass der Start des neuen Tarifs erfolgreich verlaufen ist: Die Fahrgäste haben zwischen Januar und Dezember 2019 insgesamt 15,6 Mio. Fahrten mit dem bwtarif zurückgelegt. Der Gesamtumsatz beläuft sich dabei auf 123,4 Mio. Euro.

Gesamtentwicklung im Jahr 2019

Immer mehr Menschen nutzen den bwtarif für Fahrten in Baden-Württemberg. Sowohl die Anzahl an Fahrten als auch die zurückgelegte Strecke in Personenkilometern (PKm) ist im Laufe des Jahres 2019 gestiegen. Wurden im Januar noch etwas weniger als 1 Mio. Fahrten mit dem bwtarif absolviert, stieg diese Zahl bis zum Ende des Jahres auf 1,5 Mio. an. Die fahrtenstärksten Monate waren Juli, Oktober und Dezember. Auch umsatzseitig zeichnet sich der Trend ab: Die Einnahmen stiegen von knapp 8 Mio. Euro auf etwas über 11,5 Mio. Euro an. Im Durchschnitt wurden 2019 pro Monat mit dem bwtarif etwa 1,3 Mio. Fahrten unternommen und 146 Mio. Pkm zurückgelegt.

Die Aufteilung von Fahrten und Umsatz nach Relationsbartarif und Pauschalpreistickets (Tageskarten und Kombitickets) liegt im Jahresdurchschnitt bei etwa 50:50. Beim Vergleich der zwei Ticketkategorien auf Monatsebene fallen Schwankungen bis zu einem Verhältnis von 40:60 zugunsten der Pauschalpreistickets auf. Insgesamt ist der Verkauf von Pauschalpreistickets in den Urlaubsmonaten April sowie Juni bis September überdurchschnittlich hoch (Abb. 1). Dies erklärt sich unter anderem durch einige nur saisonal verfügbare Tickets, wie das Kombiticket BUGA 2019, sowie die stärkere Nachfrage nach Baden-Württemberg-Tickets während der Ferien- und Urlaubszeiten.

Mit Pauschalpreistickets legen Fahrgäste tendenziell eher längere Fahrten zurück als mit Einzelfahrscheinen. Das Verhältnis zwischen Relationsbartarif und Pauschalpreistickets bezogen auf die Verkehrsleistung liegt im Jahresdurchschnitt bei 30:70.

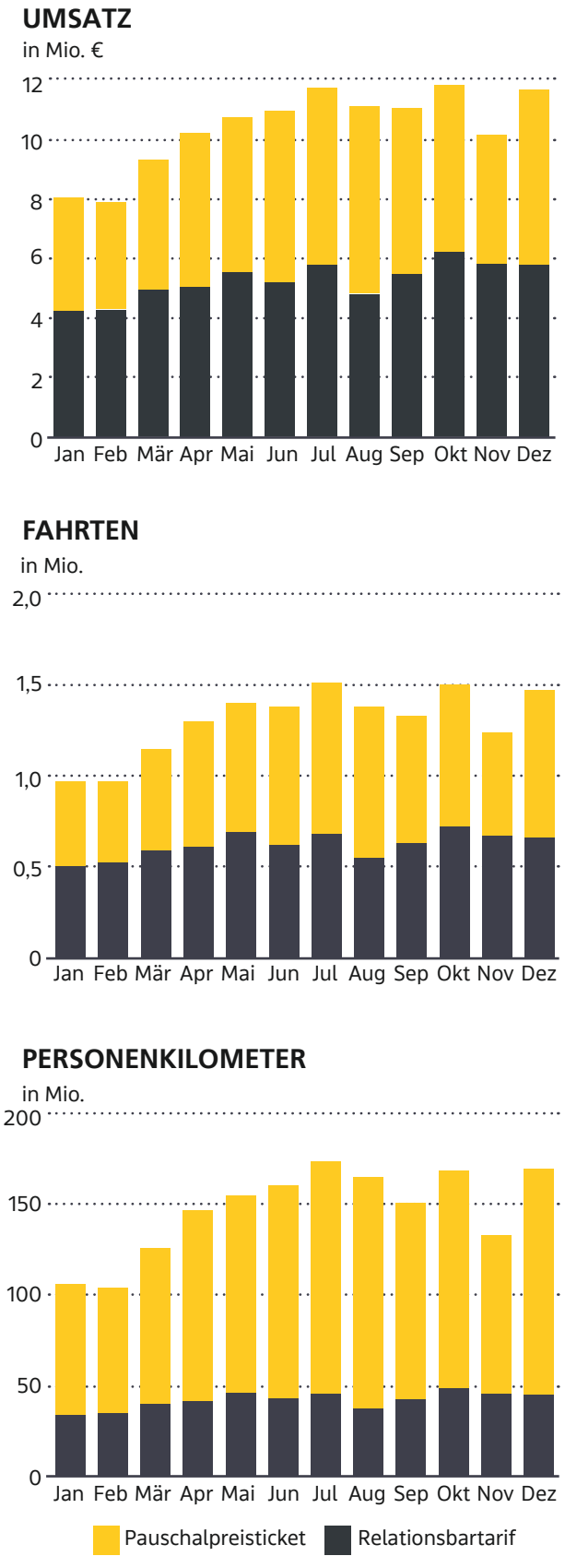
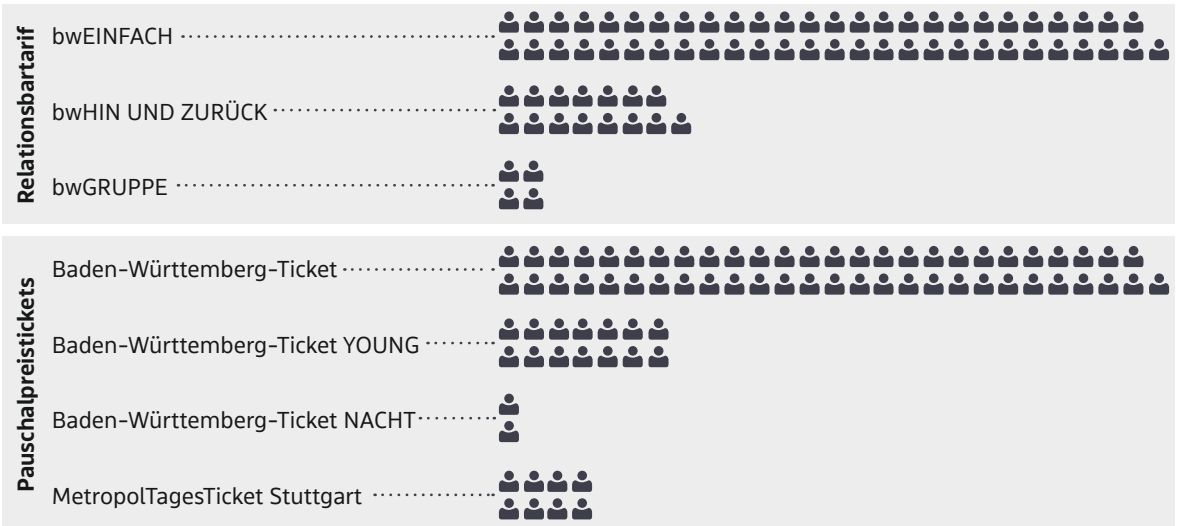


Abbildung 1: Fahrten, Umsatz und Personenkilometer (2019)

Fahrten



= 100.000 Fahrten
bwGRUPPE enthält sowohl Fahrten mit bwGRUPPE EINFACH als auch bwGRUPPE HIN UND ZURÜCK

Abbildung 2: Anzahl der Fahrten ausgewählter Tarifprodukte (2019)

Die Tarifprodukte des bwtarif werden unterschiedlich stark nachgefragt. Mit jeweils 5,3 Mio. Fahrten waren bwEINFACH und die klassische Variante des Baden-Württemberg-Tickets 2019 mit Abstand die meistgenutzten Tarifprodukte in ihren jeweiligen Segmenten (Abb. 2). Mit dem bwtarif-Fahrschein für die Hin- und Rückfahrt und dem Baden-Württemberg-Ticket YOUNG (für Fahrgäste unter 27 Jahren) wurden jeweils etwa 1,5 Mio. bzw. 1,4 Mio. Fahrten absolviert.

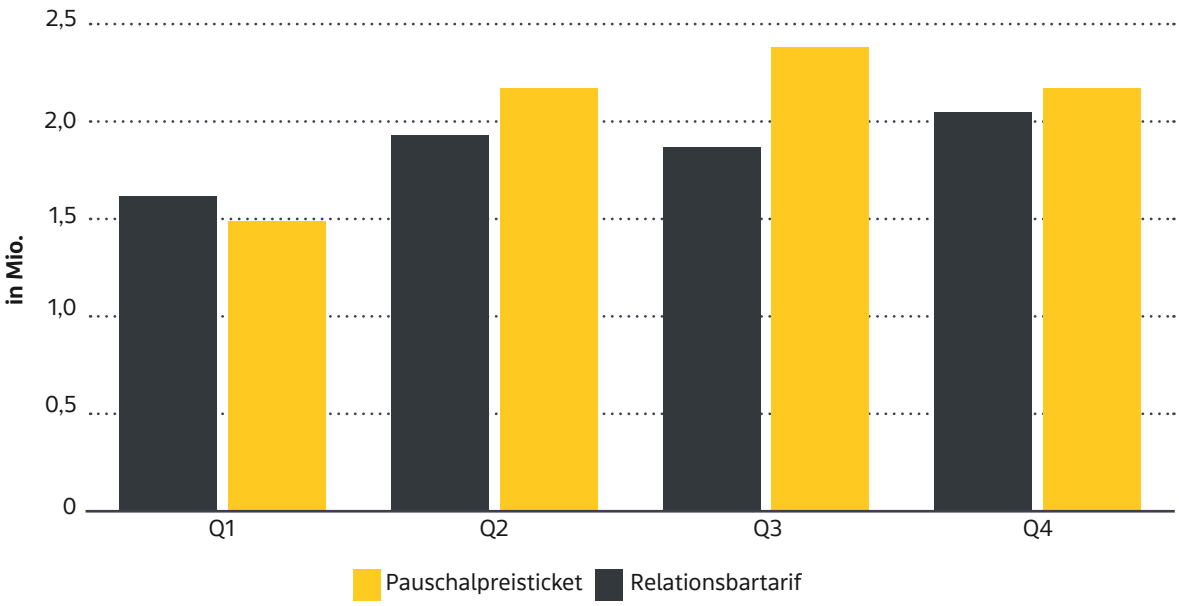
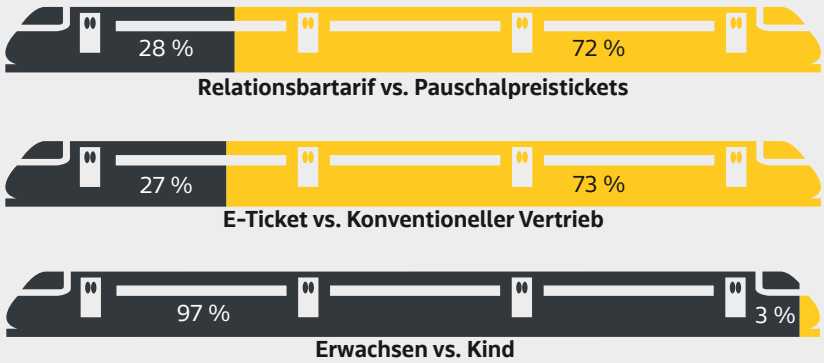


Abbildung 3: Fahrten je Quartal (2019)

Merkmale der bwtarif-Fahrgäste



Der bwtarif ist ein noch recht junges Tarifangebot. Daher ist es im ersten Jahr besonders interessant darzustellen, wie ausgeprägt einzelne Merkmale bei den bwtarif-Kund*innen sind. Man stelle sich vor, dass ein Zug an einem durchschnittlichen Tag mit 100 bwtarif-Fahrgästen gefüllt ist.

Etwa ein Viertel der Fahrgäste hat einen relationsbezogenen Fahrschein erworben, während drei Viertel mit Tageskarte oder Kombiticket fahren. 27 % aller Fahrgäste haben einen elektronisch erworbenen Fahrschein bei sich. 97 % aller zahlenden Fahrgäste sind über 15 Jahre alt. 18 Fahrgäste nutzen den Rabatt einer BahnCard 25 und 28 Fahrgäste den einer BahnCard 50. 5 Personen sind mit einem Gruppenticket unterwegs. Lediglich 1,8 % der Fahrgäste reisen in der 1. Klasse.

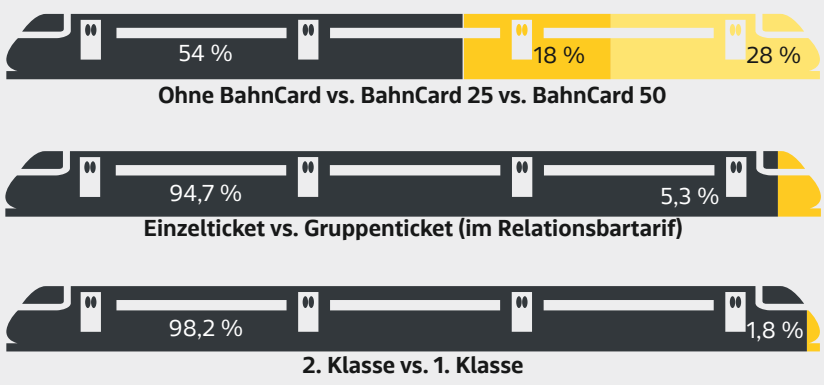
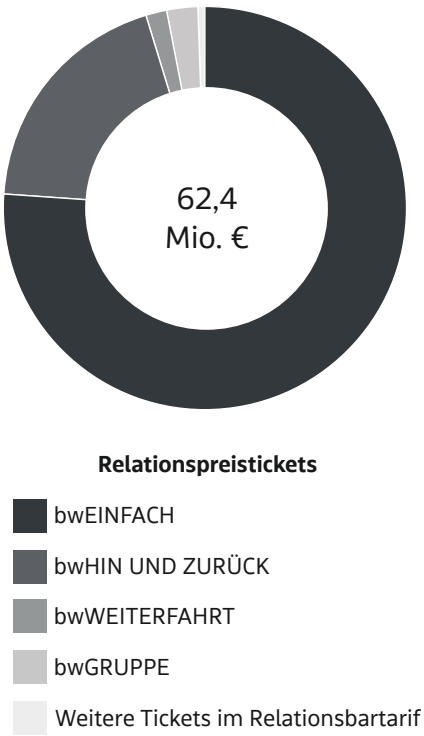


Abbildung 4: Merkmale der bwtarif-Fahrgäste (2019)

Umsatz



Neben der Anzahl der Fahrgäste, die den ÖPNV für verbundüberschreitende Fahrten in Baden-Württemberg nutzen, ist der erzielte Umsatz der zweite wichtige Indikator für die Bewertung des Markterfolgs des bwtarif. Die Einführung im Dezember 2018 wurde von einer durch das Land Baden-Württemberg finanzierten Tarifabsenkung begleitet. Trotz der Tarifabsenkung lagen die Umsätze 2019 über den Vergleichswerten des Vorjahres (s. Kapitel 3).

RELATIONSBARTARIF

Die Umsätze im Relationsbartarif für das Jahr 2019 belaufen sich auf 62,4 Mio. Euro. Mehr als 95 % dieser Umsätze wurden über den Verkauf von bwEINFACH (76 %) und bwHIN UND ZURÜCK (19 %) erzielt. Mit etwa einer Mio. Euro bzw. 1,5 Mio. Euro Jahresumsatz spielen bwWEITERFAHRT und bwGRUPPE dagegen nur eine Nebenrolle.

Neben der Anzahl der verkauften Fahrscheine spielt der Preis pro Fahrt eine zentrale Rolle für den mit einem Tarifprodukt erzielten Umsatz. Ein durchschnittlicher Einzelfahrschein des bwtarif kostete im vergangenen Jahr 9,10 Euro. Wer Hin- und Rückfahrt mit einem Fahrschein zurücklegte, bezahlte dafür im Durchschnitt lediglich 8 Euro pro Fahrt. Da es keinen Rabatt beim Kauf eines Rückfahrscheins gegenüber zwei Einzelfahrscheinen gibt, weist dies darauf hin, dass die durchschnittliche Fahrt mit bwHIN UND ZURÜCK kürzer ist als mit bwEINFACH. Die Auswertung der Reiseweiten (Abb. 7) bestätigt diese Annahme.

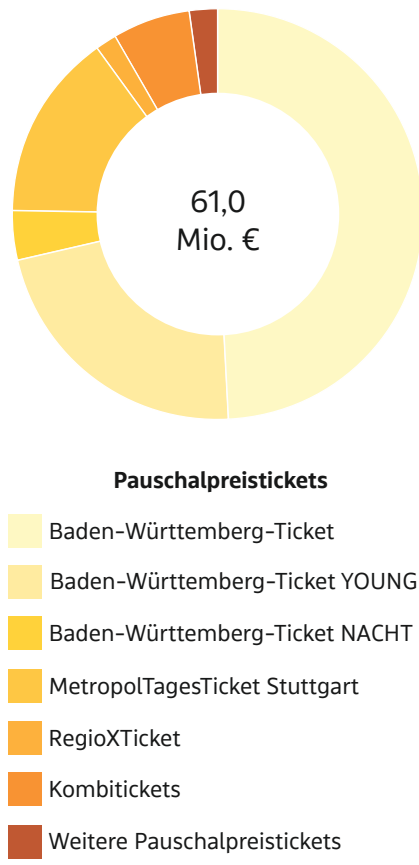


Abbildung 5: Aufteilung der Umsätze nach Tarifprodukten (2019)

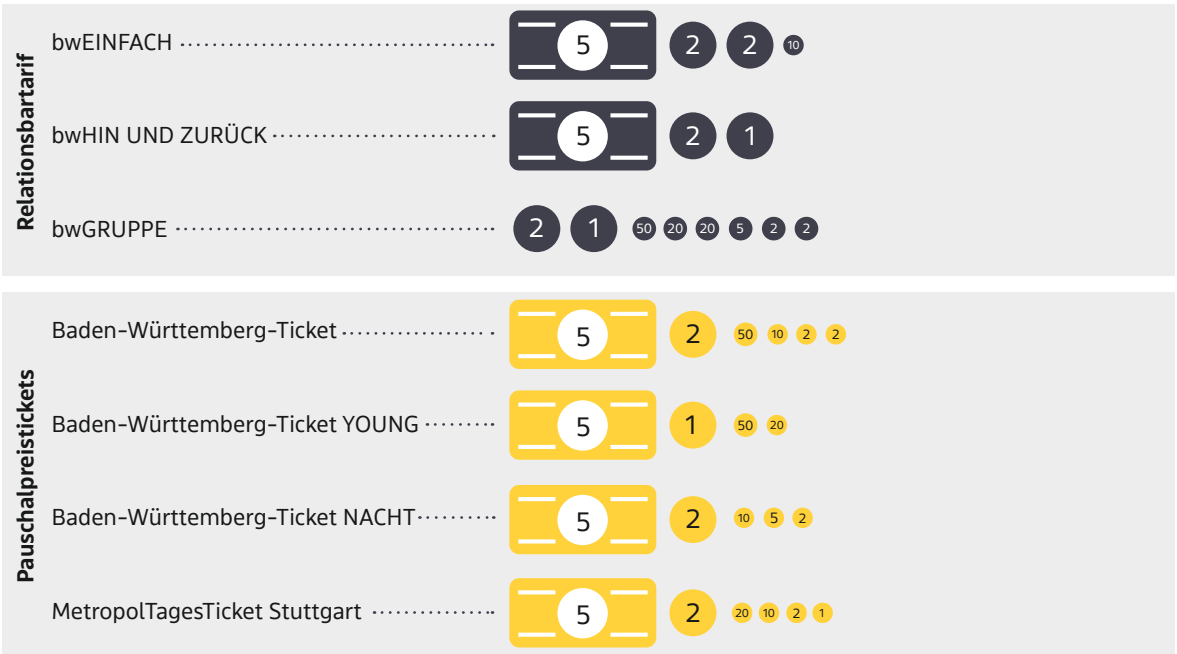


Abbildung 6: Durchschnittlicher Erlös pro Fahrt ausgewählter Tarifprodukte (2019)

PAUSCHALPREISTICKETS

Das Baden-Württemberg-Ticket gilt einen Tag lang für beliebig viele Fahrten in allen Regional- und Nahverkehrszügen inklusive S-Bahnen sowie Stadtbahnen, Straßenbahnen und Bussen aller Verkehrsverbünde in ganz Baden-Württemberg sowie auf ausgewählten Strecken in Nachbarländer. Wer alleine fährt, zahlt dafür 24 Euro, eine fünfköpfige Gruppe reduziert den Preis pro Person auf 9,60 Euro. Die Regelung zur kostenfreien Mitnahme von Kindern oder Enkeln reduziert den Preis pro Person noch weiter. Der durchschnittliche Preis pro Fahrt betrug im vergangenen Jahr 7,60 Euro (bei ca. 2,2 Fahrten pro Fahrgast, Quelle: Erhebungsdaten der Bahne Analyse, Intraplan/civity). Wer einen Tag lang die Metropolregion Stuttgart erkunden möchte, bezahlt dafür mit dem MetropolTagesTicket Stuttgart durchschnittlich 7,30 Euro pro Fahrt.

Mit 61 Mio. Euro liegt der Gesamtumsatz der Pauschalpreistickets nur knapp unter dem der relationsbezogenen Fahrscheine. Circa 51 Mio. Euro (84 %) wurden durch den Vertrieb der drei Varianten des Baden-Württemberg-Tickets erzielt. Das MetropolTagesTicket Stuttgart setzte 2019 ca. 6 Mio. Euro um. Auf das RegioX- und die Kombitickets entfallen knapp 4 Mio. Euro.

Reiseweiten

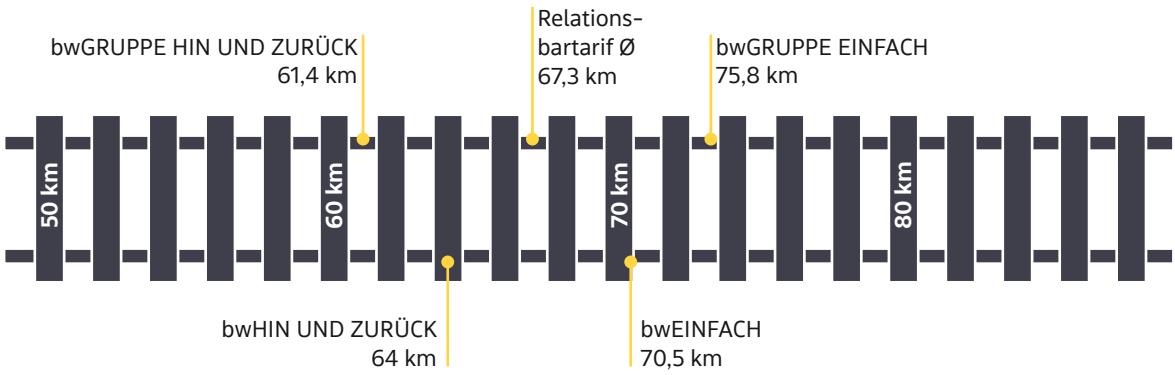


Abbildung 7: Durchschnittliche Reiseweite je Tarifprodukt im Relationsbartarif (2019)

Der Großteil der Fahrten mit dem bwtarif spielt sich im Entfernungssegment von 30 bis 100 km ab. Je 16 % der Fahrten sind kürzer oder länger. Eine durchschnittliche Fahrt mit dem bwtarif im Relationsbartarif verlief dabei über 67 km.

Das am häufigsten gekaufte Produkt, bwEINFACH, wird dabei für die längsten Strecken genutzt. Im Durchschnitt war eine Fahrt mit diesem Tarifprodukt 71 km lang. Großgruppen, die mit dem bwtarif unterwegs sind, fahren je Strecke etwa 66 km.

Bei den Pauschalpreistickets betrug die durchschnittliche Fahrtweite 2019 ca. 154 km (Quelle: Verkehrserhebungen der Eisenbahnverkehrsunternehmen, Analyse Intraplan/civity).

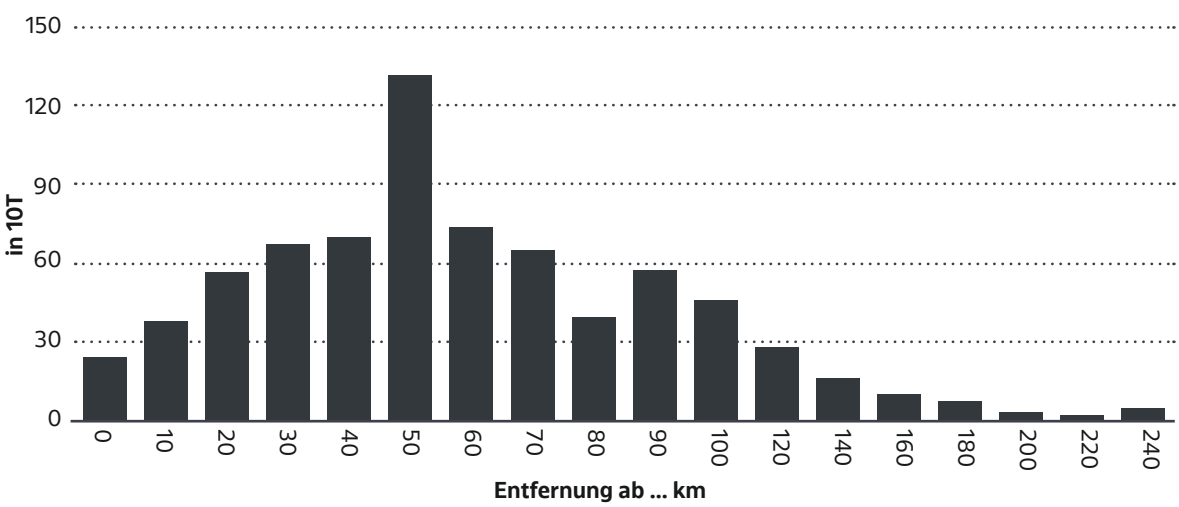


Abbildung 8: Verteilung der Reiseweiten mit dem bwtarif im Bartarif (2019)

Quelle: Ministerium für Verkehr Baden-Württemberg

BahnCard-Nutzung

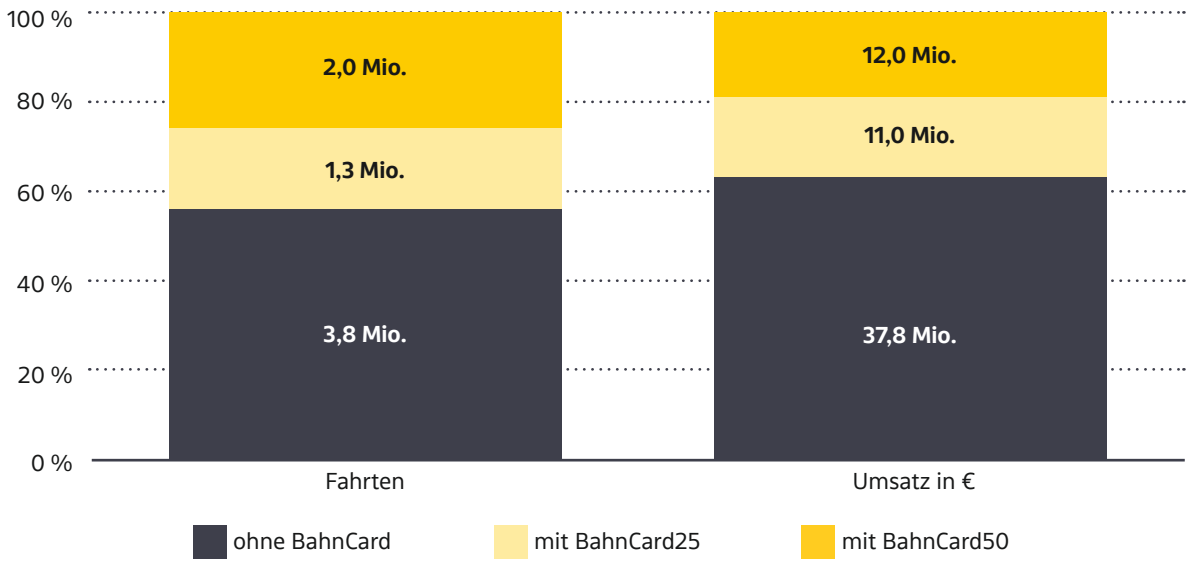


Abbildung 9: Anteilige BahnCard-Nutzung bei Fahrten und Umsatz (2019)

2019 nutzten mehr als die Hälfte der Fahrgäste beim Kauf eines bwtarif-Tickets eine BahnCard 25 bzw. 50, wobei der Anteil an BahnCard-50-Inhaber*innen mit 28 % deutlich höher ausfiel als derjenige der BahnCard-25-Besitzer*innen (18 %). Beim Umsatz schlug dieser Effekt weniger stark zu Buche. Das lässt darauf schließen, dass nach Abzug des jeweiligen Rabatts der durchschnittliche Ticketpreis für BahnCard-50-Inhaber*innen geringer ist als der von Inhaber*innen der BahnCard 25.

Bei Aufschlüsselung der BahnCard-Nutzung nach Reiseweite fällt auf, dass diese mit der zurückgelegten Distanz zunimmt. Auf Strecken von unter 30 km liegt der BahnCard-Anteil bei 33 %. Bei Distanzen von über 180 km dagegen fährt lediglich ein Drittel ohne BahnCard. Besonders stark ist der Zuwachs bezogen auf die Reiseweite bei der BahnCard 50.

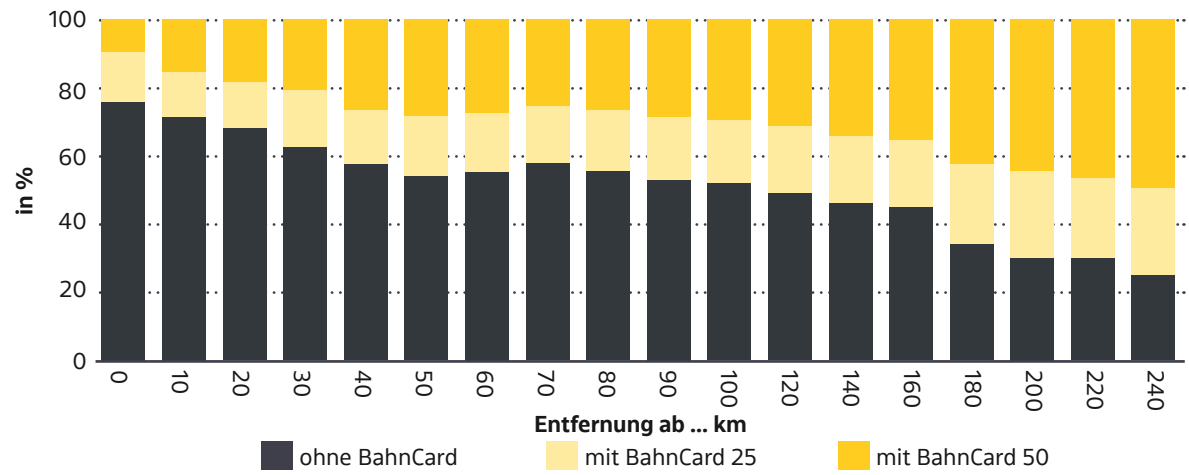


Abbildung 10: BahnCard-Einsatz (Fahrten) nach zurückgelegter Entfernung (2019)

Vertrieb

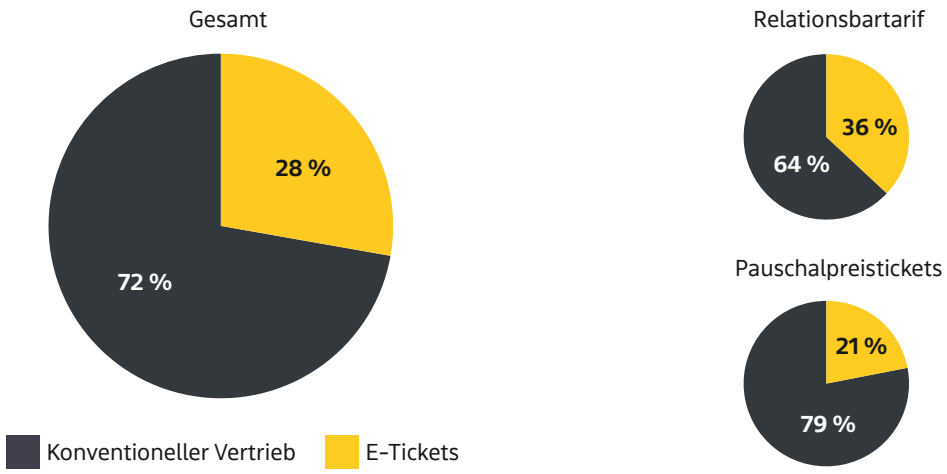
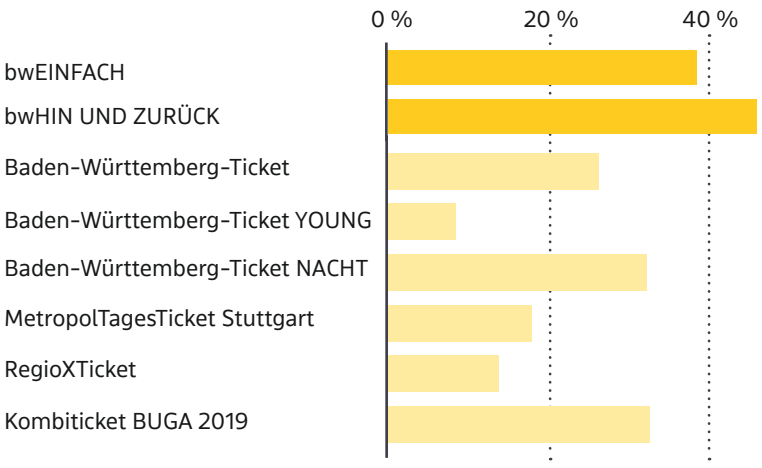


Abbildung 11: Verkaufszahlen nach Vertriebswegen – Gesamt, Relationsbartarif und Pauschalpreistickets (2019)

Die beim bwtarif verfolgte Strategie eines offenen Lizenzierungsverfahrens für E-Vertriebsdienstleister kann nach dem ersten Jahr als Erfolg bewertet werden: Es ist auf diesem Wege gelungen, eine breite Verfügbarkeit von E-Tickets im bwtarif über verschiedene Anbieter zu sichern. Im elektronischen Vertrieb wurden 2019 etwa 30 % der Umsätze erzielt (28 % der Fahrten) und damit deutlich mehr als ursprünglich angenommen.

Der Anteil an elektronisch gekauften Tickets variiert stark zwischen den Tarifprodukten. Trotz einer grundsätzlich hohen Affinität der Zielgruppe zu digitalen Medien und Vertriebskanälen haben nur 8 % der Käufer des Baden-Württemberg-Ticket YOUNG dieses elektronisch erworben. Generell werden im Durchschnitt anteilig mehr Relationsbartarif-Tickets als Pauschalpreistickets über elektronische Kanäle vertrieben.



Die E-Tickets sind bei den Fahrgästen sehr beliebt.

Abbildung 12: E-Ticket-Anteil ausgewählter Tarifprodukte (2019)

Pauschalpreistickets

Pauschalpreistickets sind nicht relations-, sondern lediglich gebietsgebunden (bzw. teilweise auch mit Ausschlusszeiten versehen). So ermöglicht etwa das MetropolTagesTicket Stuttgart eine beliebige Anzahl Fahrten am Gültigkeitstag in den neun Verkehrsverbünden rund um Stuttgart. Zusätzlich zur freien Wahl des Fahrtziels können viele der Pauschalpreistickets auch von Kleingruppen bis zu 5 Personen genutzt werden.

Neben den bereits seit Tarifstart 2018 in den bwtarif integrierten Tageskarten wurden im Jahr 2019 mehrere Kombitickets langfristig in das Sortiment aufgenommen: das Kombiticket Landesmesse Stuttgart, das Kombiticket Europa-Park Rust und das Kombiticket Insel Mainau. Diese Fahrscheine enthalten grundsätzlich die An- und Abreise mit dem Regional- und Nahverkehr mit Bussen und Bahnen innerhalb Baden-Württembergs (sowie auf ausgewählten Eisenbahnstrecken außerhalb des Bundeslandes) und den Eintritt auf das Gelände des Kooperationspartners. Hinzu kamen im Jahr 2019 mehrere Sonderangebote, so etwa das Kombiticket BUGA 2019.

Der Großteil der Fahrten im Segment der Kombitickets und Sonderangebote wurde zwischen Juni und September registriert. Mit dem Kombiticket BUGA 2019 wurden zwischen April und November über 130.000 Fahrgäste befördert.

Die Integration der Kombitickets und des Schüler-Ferien-Tickets in den bwtarif ab dem 1. April 2020 sowie die Kooperation mit dem Southside Festival haben im 2. und 3. Quartal einen relevanten Beitrag zum Gesamtumsatz der Pauschalpreistickets geleistet. Allein die Sondertickets in Kooperation mit der Bundesgartenschau 2019 in Heilbronn brachten dabei einen Umsatz für die TEV-Partner von ca. 2 Mio. Euro ein.

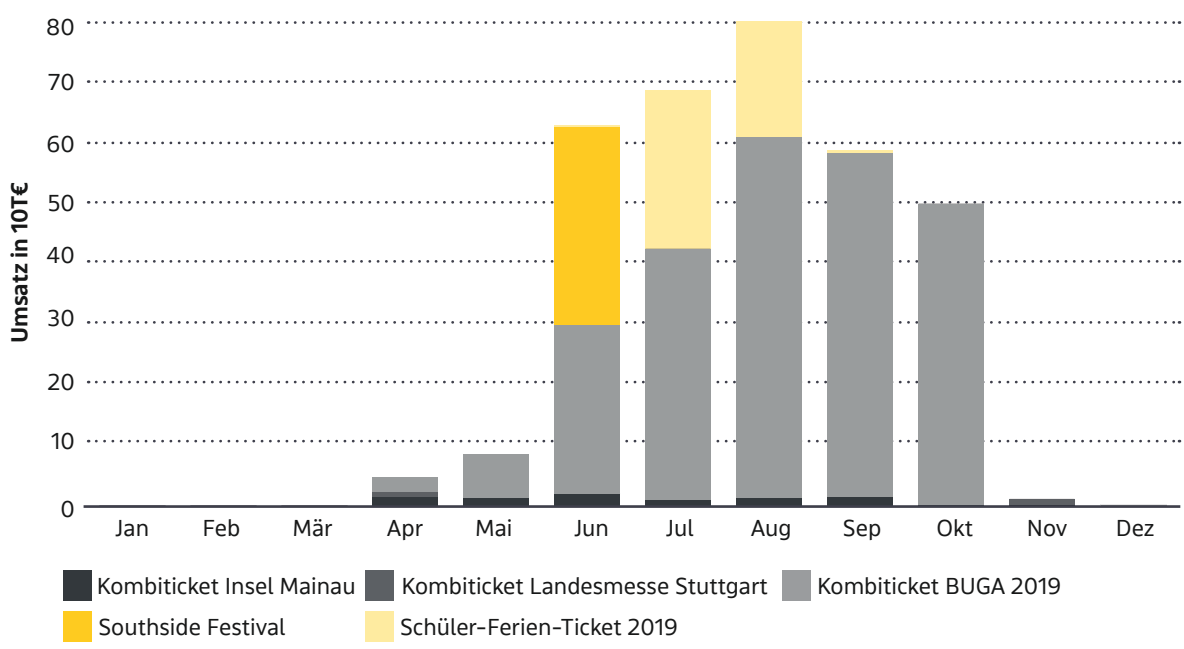


Abbildung 13: Verkauf von Kombitickets und Sonderangeboten (Einführung zum 01.04.2020)

Quelle: Ministerium für Verkehr Baden-Württemberg

Die Jahre 2018 und 2019 im Vergleich

3

Das erste komplette Geschäftsjahr des bwtarif zeigt eine Steigerung gegenüber dem Vorjahr sowohl hinsichtlich des Umsatzes als auch der Fahrgastzahlen, wobei Letzteres überwiegt. Trotz der Tarifabsenkung und der hierdurch entstandenen Wanderung von Pauschalpreistickets in den Relationsbartarif zeigen die Zahlen einen dauerhaften und ansteigenden Zuwachs der relevanten Kennzahlen.

Übersicht der Veränderungen

Auch wenn die Verkaufszahlen aus 2018 sich zum überwiegenden Teil nicht auf Tickets des bwtarif, sondern den bis zum 08.12.2018 geltenden C-Tarif der DB bzw. die Pauschalpreistickets der DB und einzelner Verbünde beziehen, ist ein Vergleich doch zulässig: Wie die vormaligen C-Tarif-Einzelfahrscheine sind auch die Nachfolgetickets des bwtarif streckengebunden und somit direkt vergleichbar. Die Pauschalpreistickets Baden-Württemberg-Ticket, MetropolTages-Ticket Stuttgart und RegioXTicket wurden zudem ohne Änderungen in den bwtarif überführt.

Umsatz

Wie in Abbildung 14 dargestellt, ist trotz der Tarifabsenkung und einiger SPNV-Großbaustellen der Jahresumsatz angestiegen. Insgesamt wurde ein Umsatzplus von 2 % bzw. 1,9 Mio. Euro im Vergleich zum Vorjahr erzielt. Dieses setzt sich zusammen aus einer Umsatzsteigerung von 11,8 Mio. Euro im Relationsbartarif sowie einem Verlust von 9,9 Mio. Euro beim Verkauf der Pauschalpreistickets gegenüber dem Vorjahr.

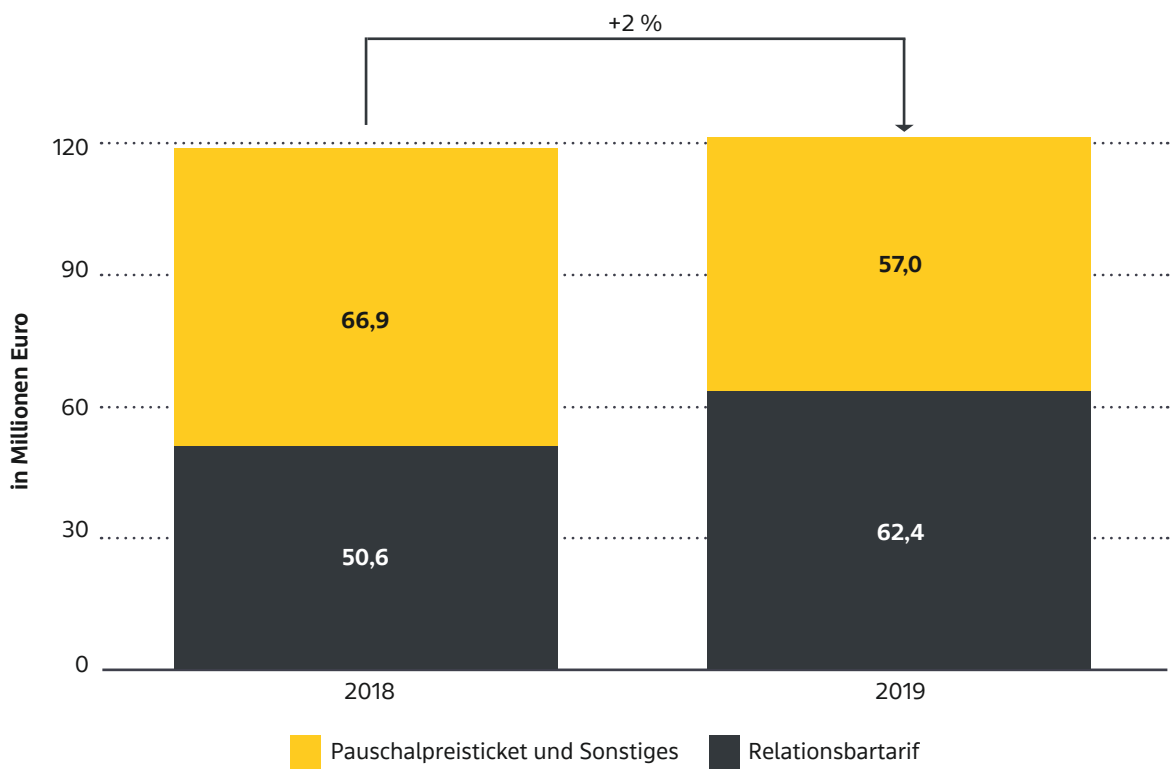


Abbildung 14: Bruttofahrgeldeinnahmen im Jahresvergleich (2018/2019)

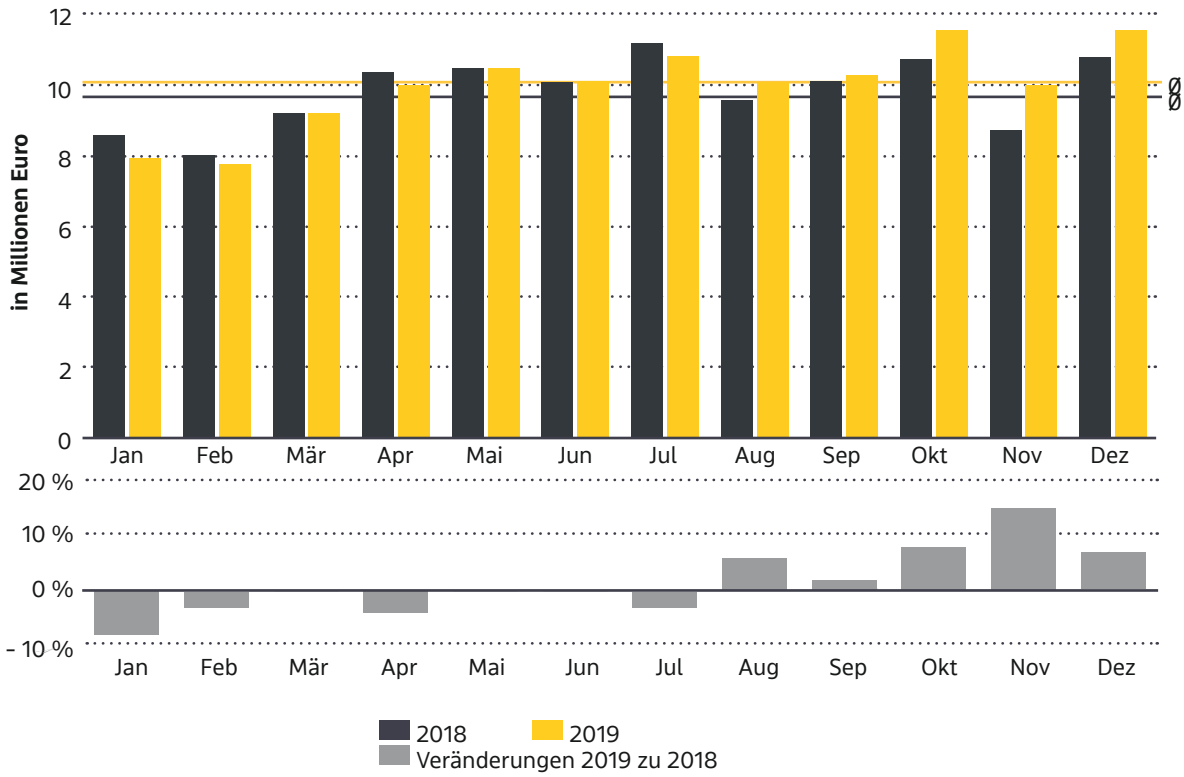


Abbildung 15: Vergleich der Bruttofahrgeldeinnahmen pro Monat (2018/2019)

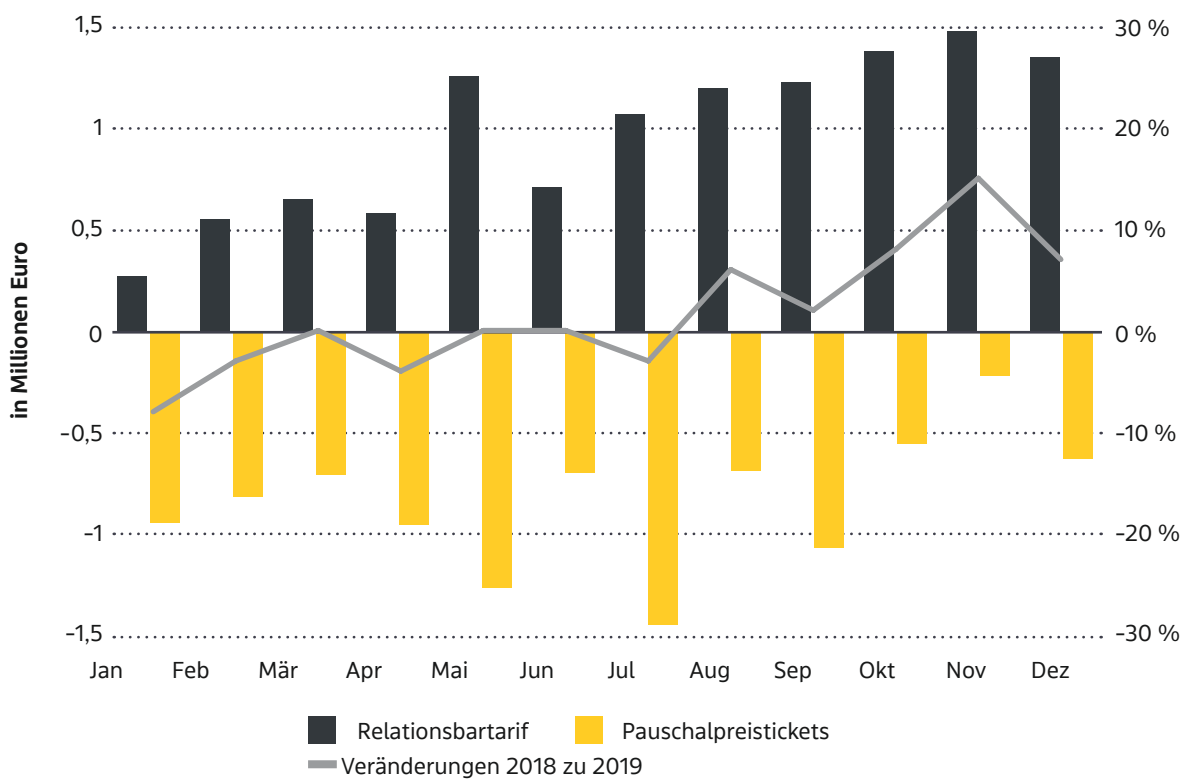


Abbildung 16: Veränderung des Umsatzes bei Relationsbartarif und Pauschalpreistickets (2018/2019)

Während in der ersten Jahreshälfte der Umsatz durchgängig geringer als im oder identisch zum Vorjahr war (Rückgang um bis zu 8 %), konnte dieser Trend ab August umgekehrt werden. Besonders das letzte Quartal wartet mit einem Anstieg um bis zu 15 % (November) auf. In beiden Jahren lag der monatliche Umsatz zwischen 7,5 und 11,5 Mio. Euro. Im Durchschnitt wurden monatlich 160.000 Euro zusätzlich eingenommen, sodass der monatliche Umsatz von 9,8 Mio. auf knapp 10 Mio. Euro anstieg.

Durch die Tarifabsenkung zum Fahrplanwechsel 2018/19 sowie die Integration des ÖPNV an Start- und Zielort hat eine Wanderung von den Pauschalpreistickets (hauptsächlich Baden-Württemberg-Ticket) hin zum Relationsbartarif stattgefunden. Die separierte Betrachtung des Umsatzes der zwei Ticketkategorien offenbart diese Migration. Mit Ausnahme des umsatzschwachen Januars stieg der Umsatz der Tarifprodukte im Relationsbartarif monatlich um 500.000 bis 1,5 Mio. Euro (15 % bis 35 %). Die Pauschalpreistickets verzeichnen in absoluten Zahlen entsprechend einen Rückgang (-200.000 bis -1,5 Mio. Euro). Der gesamthafte Vergleich der zwei Jahre zeigt eine Umkehr der Verhältnisse zwischen Relationsbartarif und Pauschalpreistickets (s. Abb. 14).

Durch die finanzielle Unterstützung der Landesregierung konnte eine Tarifanpassung im Dezember 2019 vermieden werden. Dem anstehenden Vergleich der Jahre 2019 und 2020 liegen dementsprechend identische Ticketpreise zugrunde.

Die Ergebnisse zeigen, dass die vom Land Baden-Württemberg finanzierte Preissenkung gemeinsam mit dem konsequenten Angebotsausbau sich positiv auf die Nachfrage ausgewirkt haben.

Fahrten

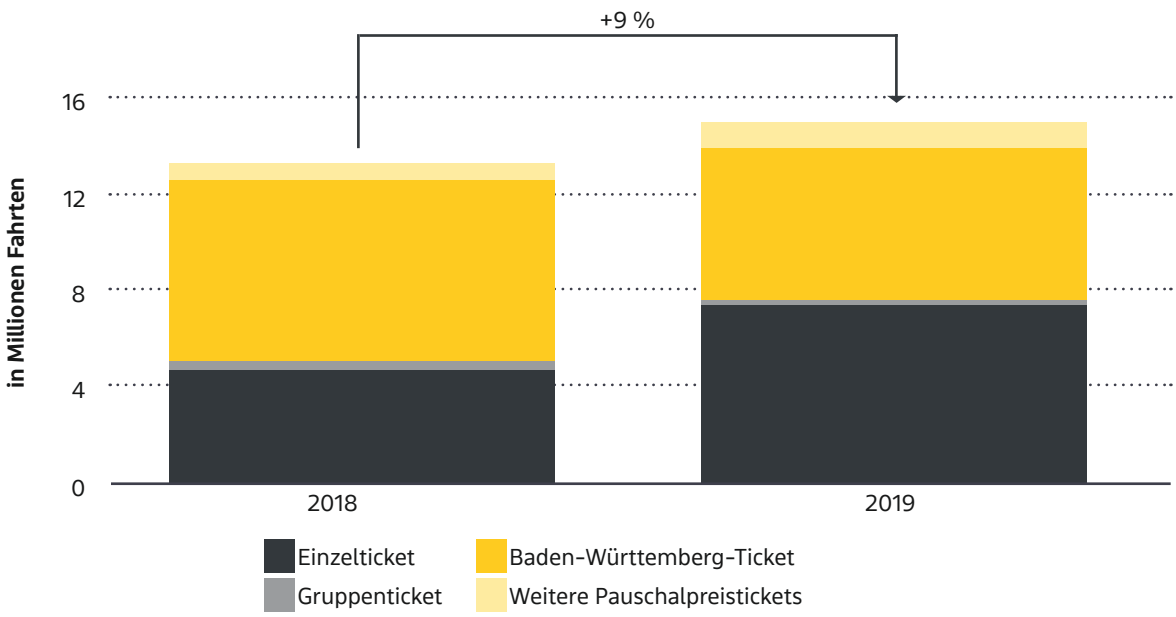


Abbildung 17: Anteil der Tarifprodukte am Fahrgastaufkommen im Jahresvergleich (2018/2019)

Der Erfolg des bwtarif spiegelt sich neben dem Umsatzplus in der Steigerung der Fahrgastzahlen um 9 % wider. Die Fahrten mit Tickets des Relationsbartarifs sind 2019 um 2,4 Mio. Fahrten angestiegen im Vergleich zum Vorjahr. Gleichzeitig wurden 1,2 Mio. weniger Fahrten mit Pauschalpreistickets unternommen. Die Ergebnisse zeigen, dass die vom Land Baden-Württemberg finanzierte Preissenkung gemeinsam mit dem konsequenten Angebotsausbau (s. Abb. 23) sich positiv auf die Nachfrage ausgewirkt hat.

Sowohl 2018 als auch 2019 wurden pro Monat mit dem bwtarif zwischen 950.000 und 1,5 Mio. Fahrten absolviert. Der Vergleich zeigt, dass die Zunahme der Fahrten im Jahresverlauf steigt. Lediglich im Januar 2019 wurden weniger Fahrten mit dem bwtarif absolviert als im Vorjahr mit vergleichbaren Tickets. Im November beträgt die Steigerung sogar knapp 22 %. Im Durchschnitt konnten monatlich ca. 100.000 Fahrten hinzugewonnen werden.

Die Aufteilung der monatlichen Fahrten in Relationsbartarif und Pauschalpreistickets offenbart die bereits erwähnte Veränderung, ausgelöst durch die neue Preisstruktur. Obwohl die Migration bei der Betrachtung der Fahrten weniger stark ausfällt als bezogen auf die jeweils generierten Umsätze, weisen die Einzel- und Gruppenfahrscheine dennoch jeden Monat ein Plus zwischen 100.000 und 300.000 Fahrten auf. Dem gegenüber stehen die integrierten Pauschalpreistickets mit 20.000 bis 180.000 Fahrten weniger als im Vorjahr.

Zum Jahresende hat sich die Nachfrage nach Pauschalpreistickets wieder leicht erhöht. Im letzten Quartal wird lediglich ein Rückgang von 5 % verzeichnet. Gegenüber dem Vorjahr verbleibt somit ein Rückgang der Fahrten mit Pauschalpreistickets von 14 %, während die Fahrten mit Tickets im Relationsbartarif um fast 50 % ansteigen.

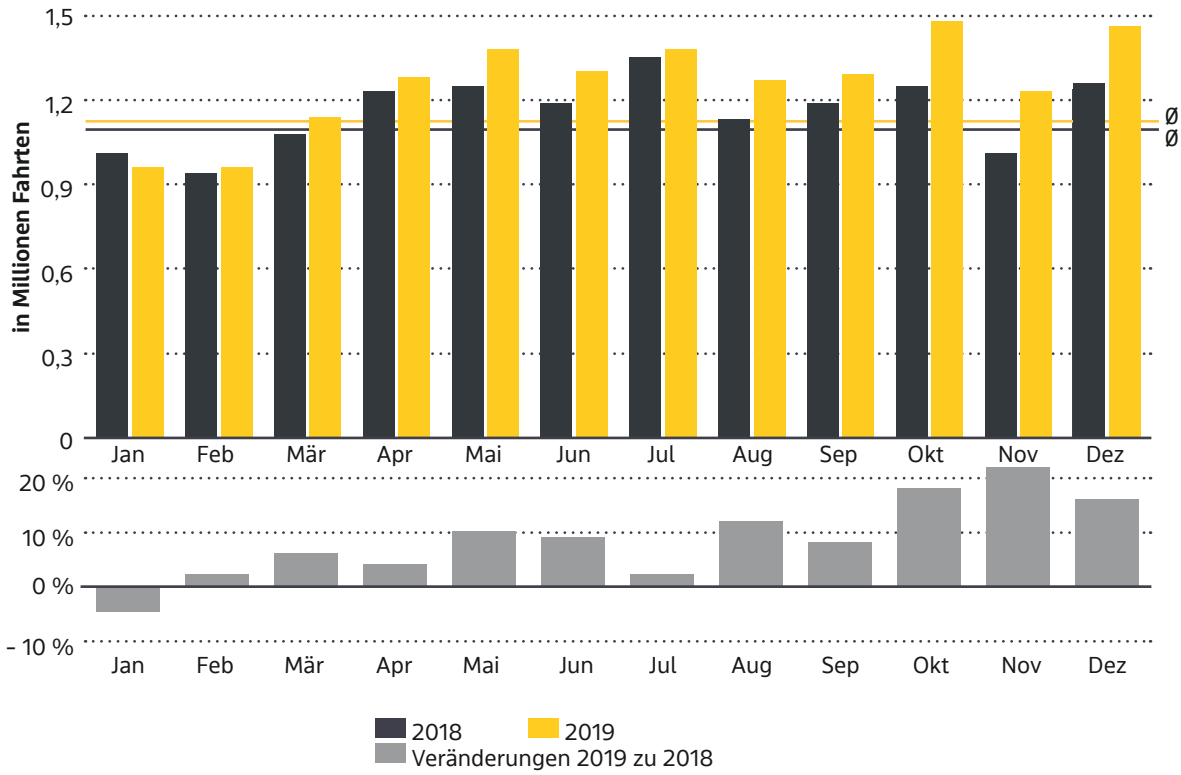


Abbildung 18: Vergleich der Fahrten pro Monat (2018/2019)

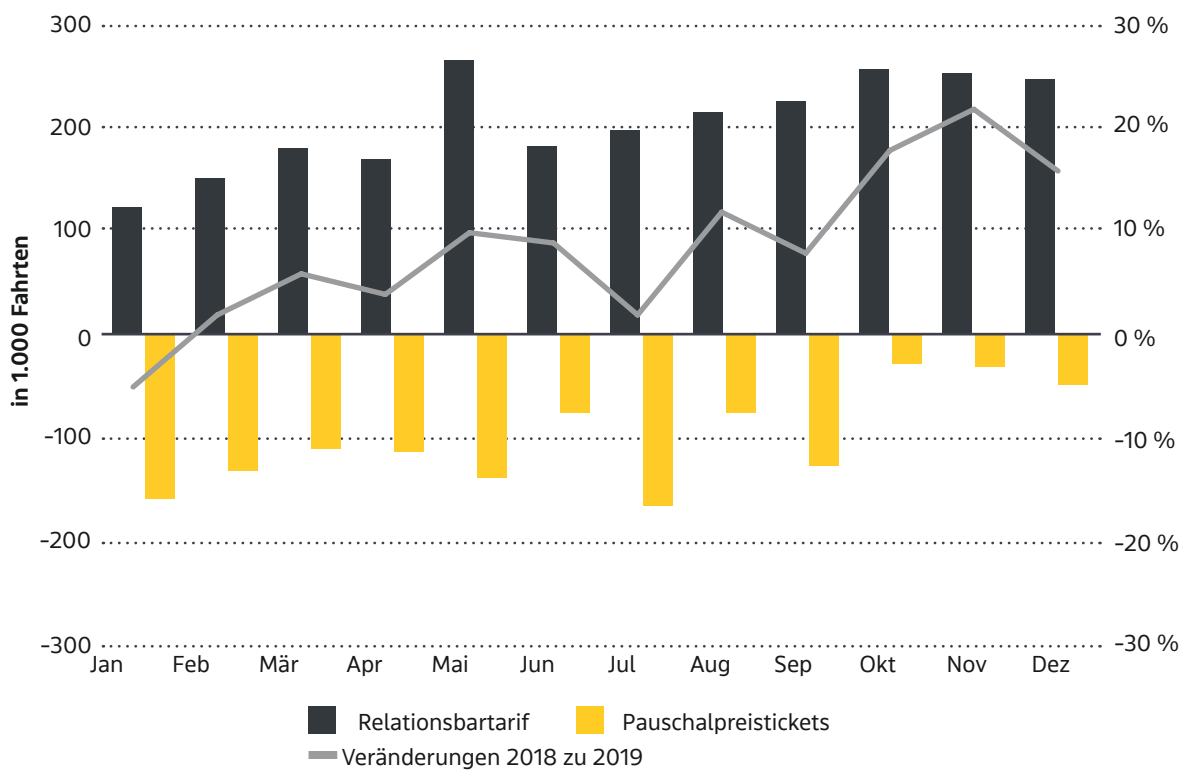


Abbildung 19: Veränderung der Fahrten bei Relationsbartarif und Pauschalpreistickets (2018/2019)

Regionale Betrachtung

4

Die Verteilung von Umsatz und Fahrten beim bwtarif sowie die gewählten Vertriebsarten und die BahnCard-Nutzung zeigen regionale Unterschiede. Gleichzeitig variiert die Nachfrageveränderung auf einzelnen Strecken seit der Einführung des bwtarif stark.

Die Planungsregionen

Abbildung 20: Übersicht der Planungsregionen in Baden-Württemberg

Der Verkehrsraum Baden-Württemberg umfasst 22 Verkehrsverbünde und damit teilweise sehr kleine Teilräume. Um bei einer Betrachtung der regionalen Entwicklungen beim bwtarif belastbare Aussagen treffen zu können, erfolgen die Auswertungen im Folgenden auf Basis der zwölf Raumordnungsregionen (Abb. 20) in Baden-Württemberg. Für die Zuordnung einer Fahrt zu einer Region wird der jeweils beim Kauf gewählte Startpunkt der Fahrkarte zugrunde gelegt, es erfolgt keine Aufteilung der Reisestrecke auf die jeweiligen Regionen.

Diese regionsspezifischen Betrachtungen zielen nicht in erster Linie darauf ab, einen direkten Vergleich zwischen den Regionen herzustellen. Dies ist aufgrund der unterschiedlichen Strukturen (Raum, Bevölkerung, Anzahl und Größe der jeweils umfassten Verbünde) je Region ohnehin nur bedingt möglich. Lediglich Merkmale wie Vertriebskanäle oder BahnCard-Nutzung können einem Vergleich unterzogen werden. Stattdessen ermöglicht diese Auswertung eine Betrachtung jeder einzelnen Region und damit der Identifikation regionaler Besonderheiten und erlaubt zusätzlich die Darstellung von regionalen Veränderungen in den kommenden Jahren.

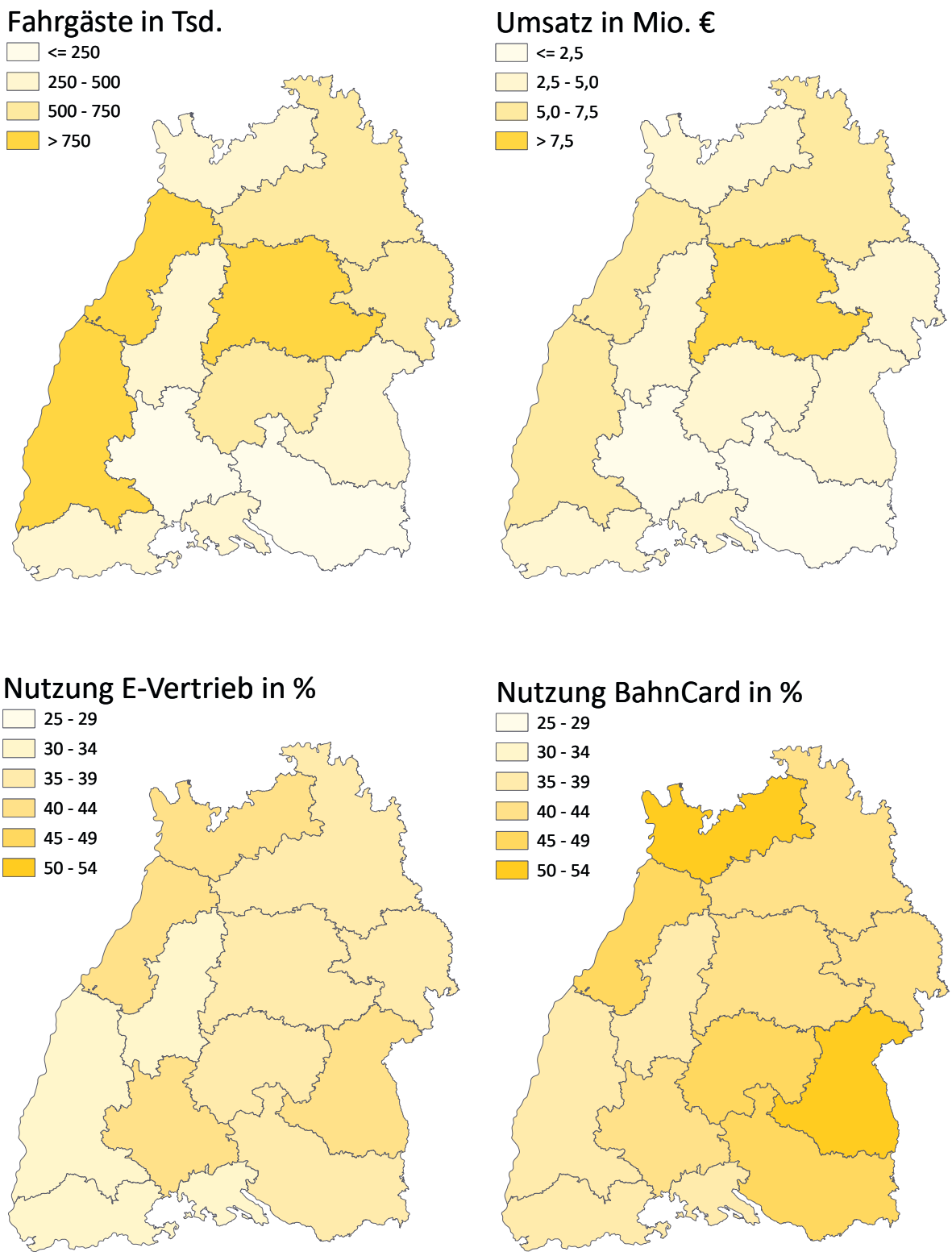


Abbildung 21: Anteil ausgewählter Kriterien je Raumplanungsregion

Nutzung des bwtarif in Baden-Württemberg

Bei der Nutzung der verschiedenen Produkte und Vertriebswege des bwtarif lassen sich gewisse regionale Unterschiede feststellen: So wurden beispielsweise in den Regionen Hochrhein-Bodensee, Schwarzwald-Baar-Heuberg und Südlicher Oberrhein überdurchschnittlich viele Gruppenreisen angetreten, während in den Regionen Heilbronn-Franken und Neckar-Alb am häufigsten gleich eine Hin- und Rückfahrt mit dem bwtarif gebucht wurde. Und in der Region Rhein-Neckar war nahezu jeder zweite bwEINFACH- und sogar mehr als jeder zweite gekaufte bwHIN UND ZURÜCK-Fahrschein bereits ein E-Ticket (s. Abb 21).

Räumliche Verteilung der Nachfrage

Die Nachfrage im bwtarif (gemessen in Umsatz) ist nicht gleichmäßig auf die zwölf Raumordnungsregionen verteilt. Bei der Betrachtung des Umsatzes im regionalen Vergleich sind vier Faktoren von Bedeutung: die Einwohnerzahl, die Fläche und die Anzahl der Verbünde je Region sowie die Lage der Region innerhalb Baden-Württembergs. Aufgrund dieser Komplexität und der Tatsache, dass nicht alle Fahrgäste im Nahverkehr mit einem Ticket des bwtarif fahren, lassen die Werte keine direkten Rückschlüsse darauf zu, ob die Einwohner*innen in einer Region dem Nahverkehr mehr oder weniger zugeneigt sind.

Die Region Stuttgart hat 2019 25 % des Umsatzes der relationsbezogenen Fahrscheine generiert. Hier leben die meisten Einwohner (2,7 Mio.) und sie ist ein beliebtes Ziel für Reisen auch innerhalb Baden-Württembergs. Aufgrund der zentralen Lage gibt es viele Fahrtziele und ein entsprechendes Angebot innerhalb von Baden-Württemberg, bei denen eine Verbundgrenze überschritten und somit der bwtarif genutzt wird. Am anderen Ende des Spektrums stehen Donau-Iller (ca. 520.000 Einwohner) und Bodensee-Oberschwaben (ca. 630.000 Einwohner). Beide Regionen liegen geographisch am Rand des Bundeslandes, letztere sogar an der Grenze zur Schweiz. Somit gehen naturgemäß viele der Fahrten im ÖPNV auch in die Nachbarländer und werden nicht vom bwtarif abgedeckt.

Die Abbildung 22 stellt zwei relevante Aspekte dar: Die Verteilung von Umsatz und Zugkilometern auf die Regionen sowie den direkten Vergleich der beiden Parameter je Region. Vier der zwölf Raumordnungsregionen vereinen mehr als die Hälfte des Jahresumsatzes des bwtarif. Neben den bereits beschriebenen Gründen spielen auch das Streckennetz und die Angebotsdichte hierfür eine entscheidende Rolle: In den Regionen Stuttgart, Karlsruhe, Freiburg und Heilbronn liegen die Strecken mit der höchsten Nachfrage im bwtarif (Abb. 24). Die Gegenüberstellung von Angebot und Nachfrage zeigt, dass die jeweiligen Anteile nah beieinander liegen. Dies bestätigt, dass grundsätzlich ein Zusammenhang zwischen Angebot und Nachfrage besteht.

Im Landesdurchschnitt wurde das SPNV-Angebot von 2018 auf 2019 um etwa 5 % ausgebaut. Die Nachfrage im Relationsbartarif des bwtarif ist durchschnittlich um 29 % angestiegen. Abbildung 25 stellt die

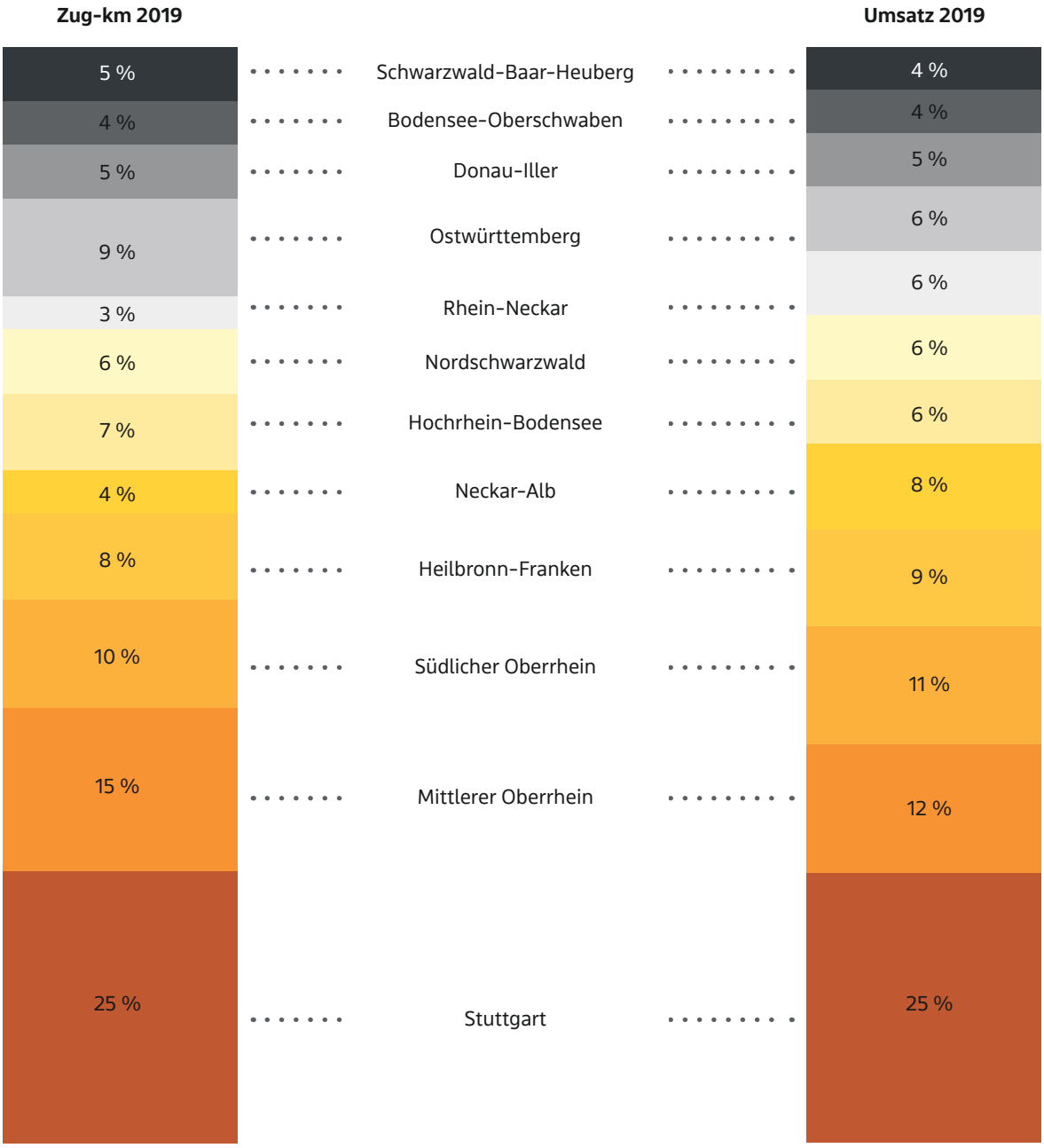


Abbildung 22: Gegenüberstellung des regionalen Anteils an Umsatz und Zug-km (2019)

regionale Abweichung von diesem Mittel dar. Bei der Betrachtung der Veränderung von Umsatz und Zugkilometern von 2018 auf 2019 in den einzelnen Regionen wird deutlich, dass eine überdurchschnittliche Steigerung des Angebots um einige Prozentpunkte nicht automatisch zu einer überdurchschnittlichen Steigerung der Nachfrage führt. Ebenso kann die Nachfrage auf einer Relation unabhängig vom Angebotsausbau steigen, sofern noch Kapazitäten im System vorhanden sind. Die Planungsregion Ostwürttemberg zeigt, dass aufgrund von Externalitäten auch das Gegenteil der Fall sein kann: Hier wurde im Jahresvergleich das Angebot um 18 % gesteigert; der Umsatz sank jedoch um 8 %. Grund hierfür ist die besondere Vertriebsstruktur in der Region. Bis zu Einführung des bwtarif hatte die DB auch innerhalb des Verbundgebiets Fahrkarten

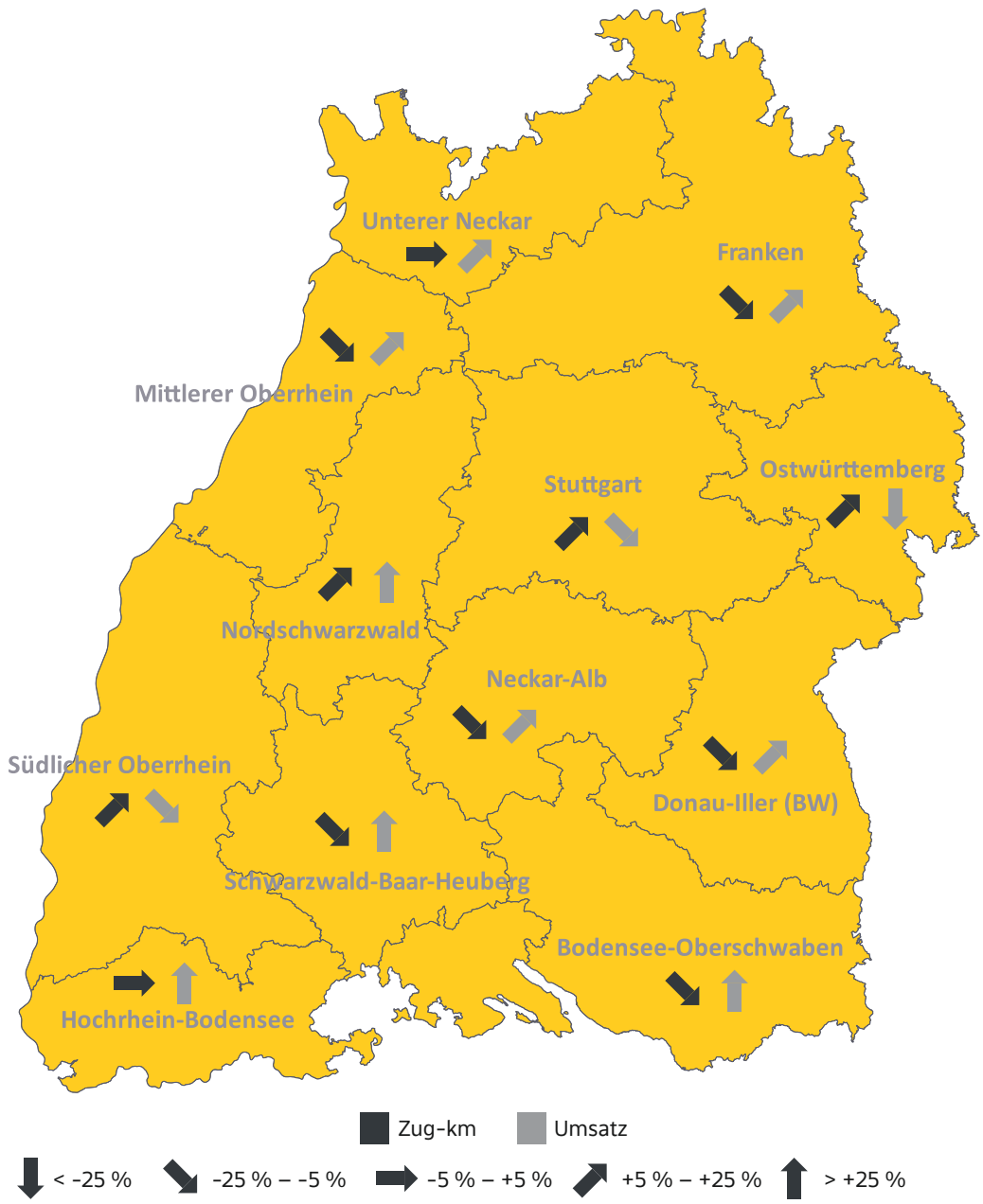


Abbildung 23: Abweichung zu Landesdurchschnitt von Angebot und Nachfrage je Planungsregion (2018/2019)

vertrieben. Dieser Umsatz wird für das Vergleichsjahr 2018 mitgerechnet, ist jedoch nicht in den bwtarif übergegangen.

Die Abbildung 24 zeigt für ausgewählte Strecken die Nutzung der relationsbezogenen Einzelfahrausweise (bwEINFACH, bwHIN UND ZURÜCK, bwGRUPPE EINFACH und bwGRUPPE HIN UND ZURÜCK). Auch hier wird deutlich, dass die Verkehrsbeziehungen in die großen Metropolen des Landes im Entfernungsbereich bis 100 km am stärksten nachgefragt sind. Auf längeren Relationen geht die Fahrtenhäufigkeit zurück, was zwei Effekte deutlich macht: Zum einen sinkt die Nachfrageintensität mit zunehmender Fahrtweite generell, zum anderen ist bei größeren Reiseweiten die Wahrscheinlichkeit höher, dass die Fahrt mit einem Baden-Württemberg-Ticket günstiger ist. Für Kunden ohne BahnCard lohnt sich das

NACHFRAGESTÄRKE 2019

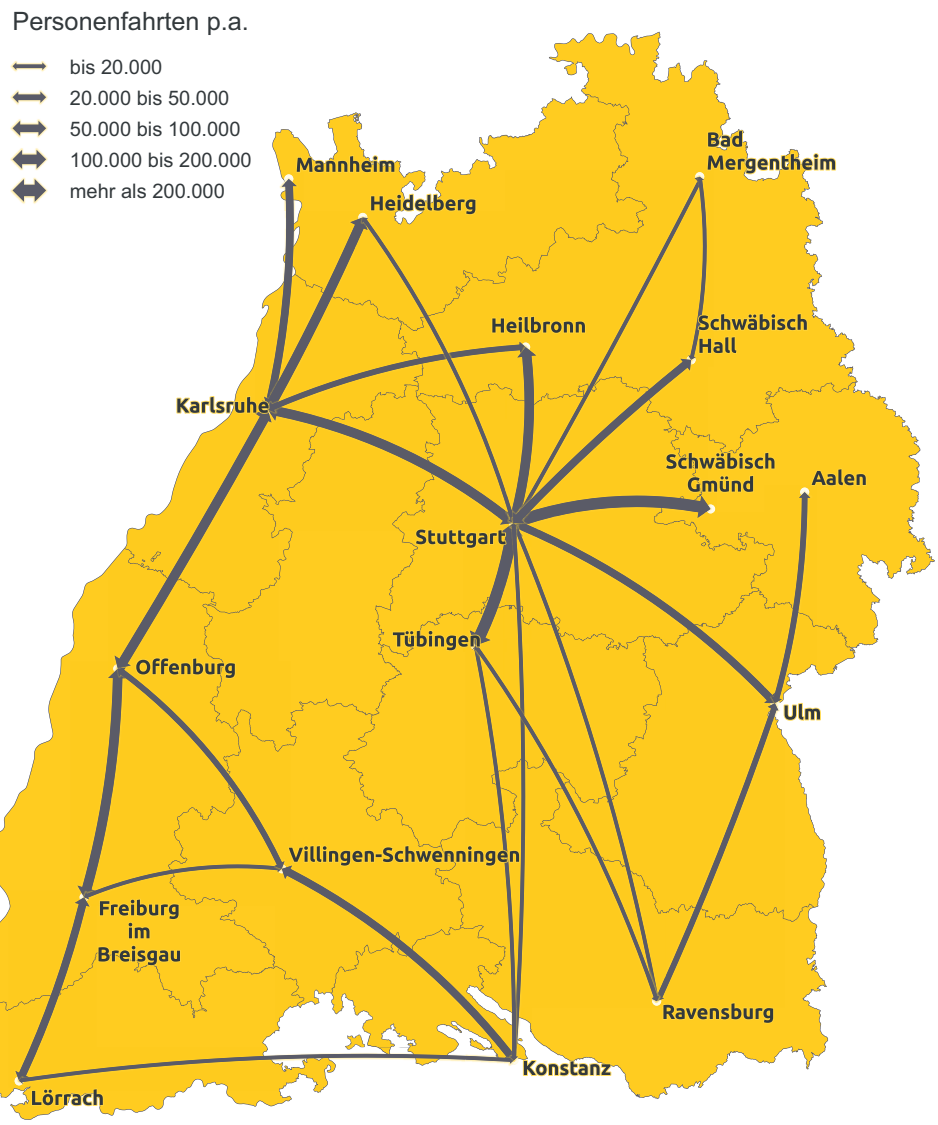


Abbildung 24: Nachfragestärke (in Pkm) für ausgewählte Strecken (2019)

Baden-Württemberg-Ticket, wenn Hin- und Rückfahrt an einem Tag durchgeführt werden und die Fahrten am Wochenende oder unter der Woche nach 9 Uhr durchgeführt werden, ab einer Reiseweite von 75 km. Wenn der Fahrgast im Besitz einer BahnCard 25 ist, lohnt sich der Kauf eines Baden-Württemberg-Tickets ab einer Reiseweite von 110 km und bei Besitz einer BahnCard 50 ab ca. 180 km Reiseweite. Fahren mehrere Personen zusammen, liegen die Nutzenschwellen niedriger.

Aus Abbildung 25 gehen die Nachfrageveränderungen bei Einzelfahrausweisen im Vergleich der Jahre 2018 und 2019 hervor. Auf allen Relationen können starke Nachfragezuwächse verzeichnet werden. Hier weisen die Fahrtbeziehungen mit Fahrtweiten bis ca. 65 km das geringste Nachfrageplus (25 bis 50 %) auf. Auf langen Distanzen hat sich die Nachfrage nach Einzelfahrausweisen fast durchweg mehr als verdoppelt. Als ein wesentlicher Grund können bei den langen Distanzen die

NACHFRAGEVERÄNDERUNG

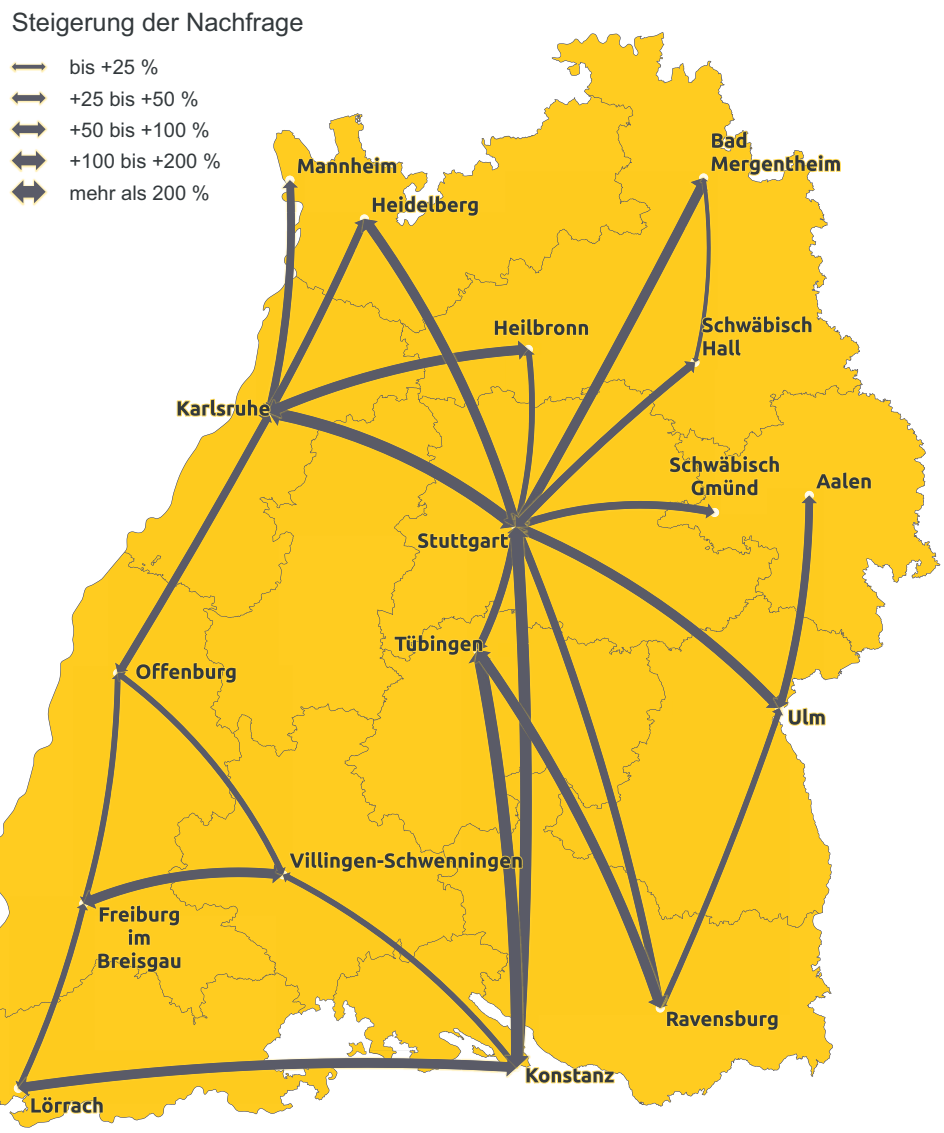


Abbildung 25: Nachfrageveränderung (in PKm) für ausgewählte Strecken (2018/2019)

Wanderungsbewegungen vom Baden-Württemberg-Ticket zu den Einzelfahrausweisen angeführt werden. Auf kürzeren Distanzen kann dies nicht der Grund für die Nachfragesteigerungen sein, da bei diesen Reiseweiten bereits 2018 Einzeltickets günstiger waren als das Baden-Württemberg-Ticket. Vereinzelt konnten Wanderungsbewegungen von der Zeitkarte zu den im Preis abgesenkten Einzelfahrausweisen des bwtarif beobachtet werden. Dieser Effekt begründet aber auch nur einen Teil der Nachfragesteigerungen. Vielmehr zeigen die festgestellten hohen Nachfragezuwächse, dass der bwtarif mit den günstigen Preisen und der neuen kostenfreien Anschlussmobilität neue Nachfrage im SPNV generieren konnte.

Verkehrsbeziehung	Besonderheiten
Karlsruhe – Mannheim	Keine relevanten Veränderungen, Parallelverkehr FV
Karlsruhe – Stuttgart	Angebotsverbesserung, Parallelverkehr FV
Karlsruhe - Heidelberg	Keine relevanten Veränderungen
Karlsruhe - Offenburg	Keine relevanten Veränderungen
Heilbronn – Stuttgart	Angebotsverbesserungen
Schwäbisch Gmünd – Stuttgart	Angebotsverbesserungen, Einflussbereich VVS-Tarifstrukturreform
Ulm – Stuttgart	Keine relevanten Veränderungen, Parallelverkehr FV
Tübingen – Stuttgart	Keine relevanten Veränderungen
Metzingen – Stuttgart	Einflussbereich VVS-Tarifstrukturreform
Lauffen a. N. – Stuttgart	Erstes Ziel außerhalb Verbundraum, Berufsverkehr
Nürtingen – Tübingen	Kurze, aufkommensstarke Verkehrsbeziehung über Verbundgrenze hinweg
Ulm – Aalen	Keine relevanten Veränderungen
Ulm – Ravensburg	Großbaustelle (Südbahn)
Stuttgart – Ravensburg	Großbaustelle (Südbahn)
Freiburg – Offenburg	Keine relevanten Veränderungen, Parallelverkehr FV
Freiburg – Basel / Lörrach / Waldshut	Keine relevanten Veränderungen, Parallelverkehr FV
Freiburg – Villingen/ Schwellingen	Großbaustelle (Elektrifizierung Höllentalbahn / Ausbau Breisgau-S-Bahn)
Karlsruhe – Wiesloch-Walldorf	Erstes Ziel außerhalb Verbundraum, Berufsverkehr

Nachfragestark Baustelle Angebotsverbesserung Sonstiges

Abbildung 26: Übersicht ausgewählter Strecken (2019)

Zwei Besonderheiten sind hervorzuheben: Unterdurchschnittlich waren die Nachfragesteigerungen auf den Relationen Ulm – Ravensburg und Stuttgart – Ravensburg. Dies ist auf die umfangreichen Bauarbeiten auf der Südbahn mit Streckenunterbrechungen zwischen Ulm und Aulendorf zurückzuführen. Zeitweise musste dort SEV eingesetzt werden, was mit entsprechenden Unannehmlichkeiten und Reisezeitverlängerungen verbunden war und die Nachfrageentwicklung gedämpft haben dürfte. Eine überdurchschnittlich hohe Nachfragesteigerung mit Einzelfahrausweisen weist die eher kurze Relation Heilbronn – Karlsruhe auf. Hier zeichnet sich ab, dass das RegioXTicket seit Einführung des bwtarif auf dieser Relation nicht mehr gilt und die Kunden auf Einzeltickets ausweichen mussten.

Kommunikation

5

Das erste Jahr des bwtarif wurde von einer landesweiten Kommunikations- und Informationskampagne begleitet, die eng mit der bereits bestehenden baden-württembergischen ÖPNV-Dachmarke bwegt abgestimmt war. So wurde den Fahrgästen der neue Tarif als integrierter Teil des „Systems ÖPNV in BW“ nähergebracht. Dabei kamen sowohl Großflächenwerbung als auch klassische Informationsmaterialien und Online-Marketing zum Einsatz.

Produktkampagnen

Im Rahmen der Ankündigungsphase verkörperten dynamische Tänzerinnen und Tänzer die Leichtigkeit der neuen verbundübergreifenden Mobilität. Die hierbei genutzten Motive werden auch in aktuellen Werbematerialien wie z. B. Flyern noch genutzt, da sie das grundsätzliche Prinzip und den damit verbundenen Vorteil des bwtarif „Ein Ziel, ein Ticket. Landesweit.“ ansprechend abbilden.

Die eigentliche Einführungskommunikation betonte dann vor allem die wichtigsten Vorteile des neuen Tarifs: günstig, einfach, bequem und umweltfreundlich. Diese Vorteile wurden bewusst mit einem Augenzwinkern vermittelt, indem sich die Kampagne Bildmotiven aus der Sagen- und Fabelwelt bediente.

Abbildung 27: Motive aus der Kampagne 2019

Als weitere Werbemaßnahme wurden Kurzfilme produziert, in denen fiktive Erfinder neue Transportmittel/-wege einem Experten-Gremium vorstellen. Nachdem der Test scheitert, wird verdeutlicht, dass es keine neuen Erfindungen benötigt, da Fahrgäste mit dem bwtarif schon heute flexibel und nachhaltig den öffentlichen Nahverkehr nutzen können. Die Virals wurden u. a. online, im Kino und im Regio TV gezeigt.

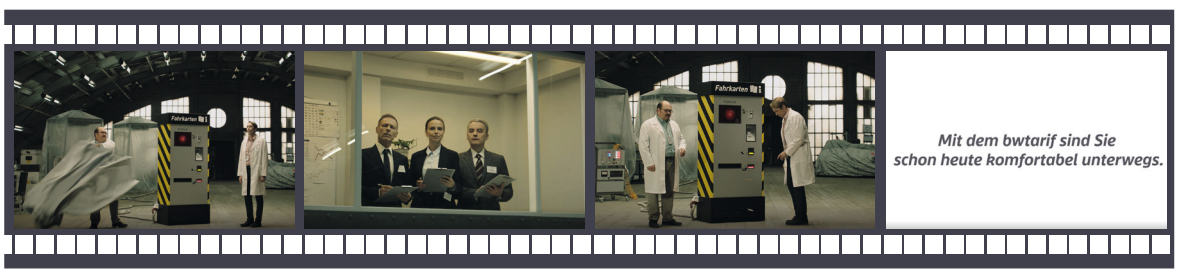


Abbildung 28: Ausschnitt aus bwegt Werbefilm 2019

Enge Kooperation mit landesweiter ÖPNV-Dachmarke bwegt

Sowohl die Landeskampagne bwegt für den öffentlichen Verkehr in Baden-Württemberg als auch der bwtarif sind Dachmarken, die vom Fokus („landesweit“) und daher auch ganz bewusst vom Markenauftritt und Design her viele Ähnlichkeiten aufweisen. Aus diesem Grund sollen beide Marken in der öffentlichen Kommunikation bestmöglich miteinander verzahnt werden, um die Wirksamkeit gegenüber den Zielgruppen zu stärken. Diese bereits seit Start des bwtarif starke Kooperation der beiden Marken wurde 2020 in den Fokus gerückt. Seitdem gilt:

- **bwtarif** steht für konkrete Tarifprodukte. Das bwtarif-Logo findet sich daher immer auf Materialien zur Tarifproduktkommunikation, wie etwa den ausgegebenen Fahrscheinen, den Produktbroschüren der BW-Tarif GmbH sowie auf Werbematerialien anderer Unternehmen/Organisationen, wenn diese Produkte des bwtarif bewerben.

- **bwegt** steht als übergreifende ÖPNV-Dachmarke in Baden-Württemberg für strategische ÖPNV-Themen (wie etwa die Struktur des ÖV-Systems, Angebots- und Qualitätsoffensiven oder die Verkehrswende). Zur Vereinheitlichung der Markenlandschaft aus Sicht des Fahrgastes ist bwegt zudem der Hauptabsender zum bwtarif – unabhängig davon, ob es sich um Produktkommunikation oder die Bewerbung des ÖV-Systems handelt.

bwtarif
bwegt durchs ganze Land

bwegt
Mobilität für Baden-Württemberg

Kundenservice

Die direkte Kommunikation mit den Fahrgästen spielt beim bwtarif von Beginn an eine zentrale Rolle: Schon vor dem Start des neuen Angebots wurde daher im November 2018 ein leistungsstarker Kundendienst eingerichtet, der sowohl telefonisch als auch per E-Mail rund um die Uhr erreichbar ist. Hier können die Kund*innen Fahrplan- und Tarifauskünfte einholen, Gruppenreisen anmelden und Lob und Beschwerden loswerden.

Darüber hinaus stellen klare Prozesse sicher, dass die BW-Tarif GmbH auch über relevantes Kundenfeedback informiert wird, das über Kanäle der anderen Tarifpartner eingeht (EVU, Verbünde). Dieses Monitoring zeigt, dass im Durchschnitt pro Monat 2.400 Anfragen sowie Lob und Kritik an den Kundenservice gerichtet werden, wobei ein telefonisches Service-Level von 94 % erreicht wird. Etwa die Hälfte der Anfragen bezieht sich dabei auf Gruppenfahrten und -anmeldungen. Weitere häufige Themen sind Anfragen zu Preisen und Konditionen sowie zum BW-Ticket.

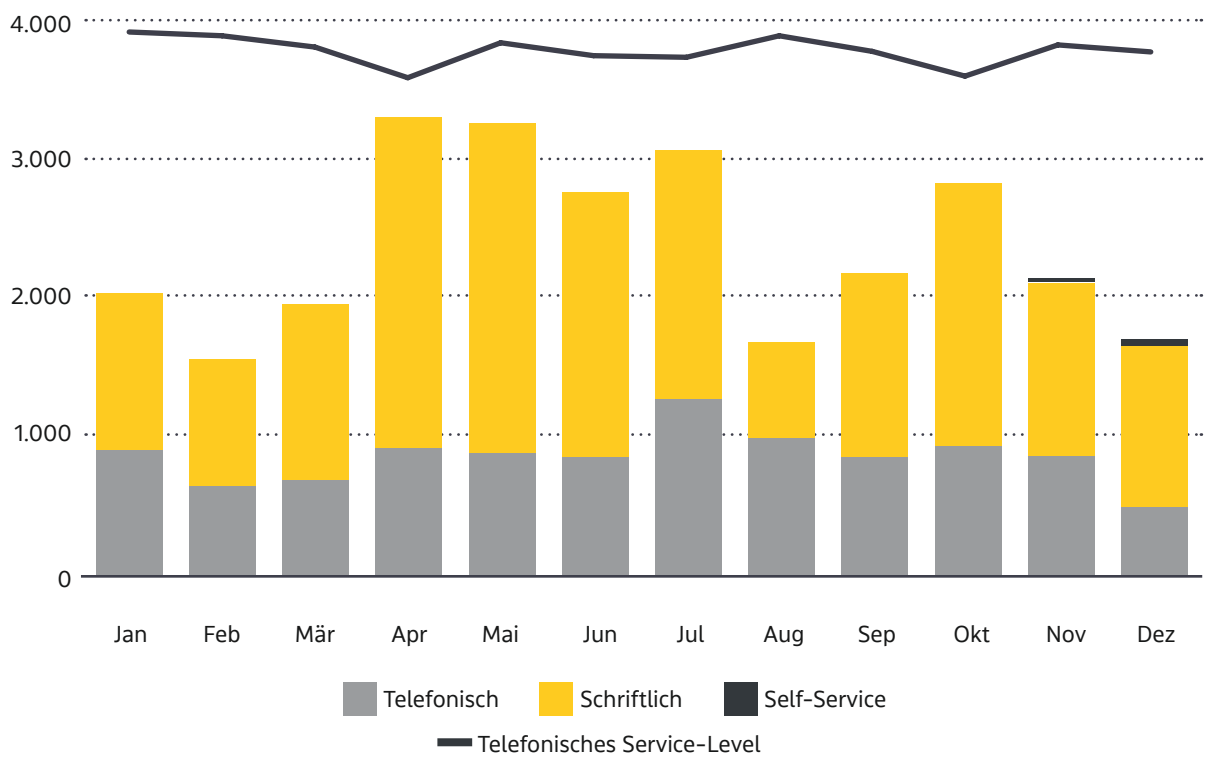


Abbildung 29: Anfragen und telefonisches Service-Level des Kundenservice (2019)

bwegt
bwegt
9480 3 442 206-3
140t 160t
8-207 PI

bwtarif
bwegt durchs ganze Land

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Fahrten, Umsatz und Personenkilometer (2019) **13**

Abbildung 2: Anzahl der Fahrten ausgewählter Tarifprodukte (2019) **14**

Abbildung 3: Fahrten je Quartal (2019) **14**

Abbildung 4: Merkmale der bwtarif-Fahrgäste (2019) **15**

Abbildung 5: Aufteilung der Umsätze nach Tarifprodukten (2019) **16**

Abbildung 6: Durchschnittlicher Erlös pro Fahrt ausgewählter Tarifprodukte (2019) **17**

Abbildung 7: Durchschnittliche Reiseweite je Tarifprodukt im Relationsbartarif (2019) **18**

Abbildung 8: Verteilung der Reiseweiten mit dem bwtarif im Bartarif (2019) **18**

Abbildung 9: Anteilige BahnCard-Nutzung bei Fahrten und Umsatz (2019) **20**

Abbildung 10: BahnCard-Einsatz (Fahrten) nach zurückgelegter Entfernung (2019) **20**

Abbildung 11: Verkaufszahlen nach Vertriebswegen – Gesamt, Relationsbartarif und Pauschalpreistickets (2019) **21**

Abbildung 12: E-Ticket Anteil ausgewählter Tarifprodukte (2019) **21**

Abbildung 13: Verkauf von Kombitickets und Sonderangeboten (Einführung zum 01.04.2020) **22**

Abbildung 14: Bruttofahrgeldeinnahmen im Jahresvergleich (2018/2019) **25**

Abbildung 15: Vergleich der Bruttofahrgeldeinnahmen pro Monat (2018/2019) **26**

Abbildung 16: Veränderung des Umsatzes bei Relationsbartarif und Pauschalpreistickets (2018/2019) **26**

Abbildung 17: Anteil der Tarifprodukte am Fahrgastaufkommen im Jahresvergleich (2018/2019) **28**

Abbildung 18: Vergleich der Fahrten pro Monat (2018/2019) **29**

Abbildung 19: Veränderung der Fahrten bei Relationsbartarif und Pauschalpreistickets (2018/2019) **29**

Abbildung 20: Übersicht der Planungsregionen in Baden-Württemberg **31**

Abbildung 21: Anteil ausgewählter Kriterien je Raumplanungsregion **32**

Abbildung 22: Gegenüberstellung des regionalen Anteils an Umsatz und Zug-Km (2019) **34**

Abbildung 23: Abweichung zu Landesdurchschnitt von Angebot und Nachfrage je Planungsregion (2018/2019) **35**

Abbildung 24: Nachfragestärke (in Pkm) für ausgewählte Strecken (2019) **36**

Abbildung 25: Nachfrageveränderung (in Pkm) für ausgewählte Strecken (2018/2019) **37**

Abbildung 26: Übersicht ausgewählter Strecken (2019) **38**

Abbildung 27: Motive aus der Kampagne 2019 **41**

Abbildung 28: Ausschnitt aus bwegt Werbefilm 2019 **41**

Abbildung 29: Anfragen und telefonisches Service-Level des Kundenservice (2019) **43**

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Umsatz je Quartal und Tarifprodukt

Tabelle 2: Fahrten je Quartal und Tarifprodukt

Tabelle 3: Umsatz je Monat

Tabelle 4: Fahrten je Monat

Tabelle 5: BahnCard-Nutzung Umsatz je Quartal

Tabelle 6: BahnCard-Nutzung Fahrten je Quartal

Tabelle 7: Vertriebskanal Umsatz 2019

Tabelle 8: Vertriebskanal Fahrten 2019

Tabelle 9: 1. Klasse-Nutzung Umsatz 2019

Tabelle 10: 1. Klasse-Nutzung Fahrten 2019

Hinweis: Die Werte wurden auf 10.000 gerundet. Werte unter 5.000 werden daher als 0 angegeben.

Umsatz bwtarif 2019

In Euro/Jahr

	Quartal				Jahr
	I	II	III	IV	
Relationsbartarif					
bwEINFACH	9.760.000	11.780.000	12.480.000	13.670.000	47.690.000
bwHIN UND ZURÜCK	2.770.000	2.850.000	2.910.000	3.480.000	12.010.000
bwWEITERFAHRT EINFACH	140.000	170.000	150.000	170.000	640.000
bwWEITERFAHRT HIN UND ZURÜCK	90.000	110.000	110.000	120.000	430.000
bwGRUPPE EINFACH	90.000	240.000	140.000	90.000	560.000
bwGRUPPE HIN UND ZURÜCK	240.000	470.000	190.000	150.000	1.050.000
Studi-Spar-Ticket	240.000	0	0	0	240.000
Pauschalstorno	-30.000	-10.000	-80.000	-70.000	-200.000
Zwischensumme	13.310.000	15.600.000	15.910.000	17.610.000	62.430.000
Pauschalpreistickets					
Baden-Württemberg-Ticket	7.820.000	10.440.000	11.200.000	10.930.000	40.390.000
Baden-Württemberg-Ticket YOUNG	2.100.000	2.490.000	2.120.000	2.340.000	9.050.000
Baden-Württemberg-Ticket NACHT	360.000	420.000	400.000	410.000	1.590.000
MetropolTagesTicket Stuttgart	1.210.000	1.560.000	1.490.000	1.740.000	6.010.000
RegioX	130.000	150.000	150.000	140.000	580.000
Kulturbahn-Ticket	30.000	40.000	40.000	30.000	130.000
Kombiticket Insel Mainau	0	50.000	40.000	0	90.000
Kombiticket Landesmesse Stuttgart	0	10.000	0	10.000	20.000
Kombiticket BUGA 2019	0	380.000	1.580.000	50.000	2.000.000
Southside Festival	0	330.000	0	0	330.000
Schüler-Ferien-Ticket	0	0	460.000	0	470.000
bwFAHRRAD	20.000	120.000	150.000	30.000	310.000
Zwischensumme	11.670.000	15.990.000	17.630.000	15.680.000	60.970.000
Alle Ticketkategorien					
Gesamtsumme	24.980.000	31.590.000	33.540.000	33.290.000	123.400.000

Verkehrsaufkommen bwtarif 2019

Anzahl Personenfahrten/Jahr

	Quartal				Jahr
	I	II	III	IV	
Relationsbartarif					
bwEINFACH	1.090.000	1.300.000	1.370.000	1.500.000	5.250.000
bwHIN UND ZURÜCK	350.000	360.000	370.000	430.000	1.500.000
bwWEITERFAHRT EINFACH	30.000	40.000	40.000	40.000	150.000
bwWEITERFAHRT HIN UND ZURÜCK	30.000	30.000	30.000	30.000	120.000
bwGRUPPE EINFACH	20.000	50.000	30.000	20.000	120.000
bwGRUPPE HIN UND ZURÜCK	80.000	140.000	40.000	30.000	290.000
Studi-Spar-Ticket	20.000	0	0	0	20.000
Pauschalstorno	0	0	0	0	-10.000
Zwischensumme	1.610.000	1.920.000	1.860.000	2.040.000	7.430.000
Pauschalpreistickets					
Baden-Württemberg-Ticket	960.000	1.380.000	1.490.000	1.460.000	5.290.000
Baden-Württemberg-Ticket YOUNG	290.000	380.000	320.000	360.000	1.350.000
Baden-Württemberg-Ticket NACHT	50.000	60.000	60.000	60.000	220.000
MetropolTagesTicket Stuttgart	150.000	220.000	210.000	240.000	820.000
RegioX	20.000	30.000	30.000	30.000	100.000
Kulturbahn-Ticket	10.000	10.000	10.000	10.000	30.000
Kombiticket Insel Mainau	0	0	0	0	0
Kombiticket Landesmesse Stuttgart	0	0	0	0	0
Kombiticket BUGA 2019	0	20.000	100.000	0	130.000
Southside Festival	0	60.000	0	0	60.000
Schüler-Ferien-Ticket	0	0	160.000	0	160.000
bwFAHRRAD	0	0	0	0	0
Zwischensumme	1.480.000	2.160.000	2.380.000	2.160.000	8.160.000
Alle Ticketkategorien					
Gesamtsumme	3.090.000	4.080.000	4.240.000	4.200.000	15.590.000

Umsatz bwtarif 2019

in Euro/Jahr in 1.000

	Monat												Jahr
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	
Relations-bartarif	4.190	4.230	4.880	4.990	5.480	5.130	5.720	4.750	5.430	6.140	5.740	5.730	62.430
Pauschal-preisti-ckets	3.770	3.570	4.320	5.110	5.160	5.710	5.880	6.240	5.520	5.550	4.300	5.840	60.960
Gesamt-summe	7.960	7.800	9.200	10.100	10.640	10.840	11.500	10.990	10.950	11.690	10.040	11.570	123.390

Verkehrsaufkommen bwtarif 2019

Anzahl Personenfahrten/Jahr in 1.000

	Monat												Jahr
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	
Relations-bartarif	500	520	590	610	690	620	680	550	630	720	670	660	7.430
Pauschal-preisti-ckets	470	450	560	690	710	760	830	830	700	780	570	810	8.160
Gesamt-summe	970	970	1.150	1.300	1.400	1.380	1.510	1.380	1.330	1.500	1.240	1.470	15.590

BahnCard-Nutzung im bwtarif 2019

in Euro/Jahr

	Quartal				Jahr
Relationsbartarif	I	II	III	IV	
ohne BahnCard	7.820.000	9.290.000	10.000.000	10.720.000	37.830.000
mit BahnCard 25	2.310.000	2.690.000	2.790.000	3.180.000	10.970.000
mit BahnCard 50	2.630.000	2.930.000	2.860.000	3.530.000	11.950.000
Gesamt	12.760.000	14.910.000	15.650.000	17.430.000	60.750.000
ohne BahnCard	61 %	62 %	64 %	62 %	62 %
mit BahnCard 25	18 %	18 %	18 %	18 %	18 %
mit BahnCard 50	21 %	20 %	18 %	20 %	20 %

BahnCard-Nutzung im bwtarif 2019

Anzahl Personenfahrten/Jahr

	Quartal				Jahr
Relationsbartarif	I	II	III	IV	
ohne BahnCard	780.000	930.000	1.000.000	1.050.000	3.760.000
mit BahnCard 25	270.000	320.000	330.000	370.000	1.290.000
mit BahnCard 50	440.000	480.000	470.000	570.000	1.960.000
Gesamt	1.490.000	1.730.000	1.800.000	1.990.000	7.010.000
ohne BahnCard	52 %	54 %	56 %	53 %	54 %
mit BahnCard 25	18 %	18 %	18 %	19 %	18 %
mit BahnCard 50	30 %	28 %	26 %	29 %	28 %

Nutzung E-Tickets nach Umsatz bwtarif 2019

in Euro/Jahr

	Quartal				Jahr
	I	II	III	IV	
Anteil an Gesamtverkäufen					
bwEINFACH	36 %	37 %	37 %	42 %	38 %
bwHIN UND ZURÜCK	45 %	44 %	44 %	47 %	45 %
bwWEITERFAHRT EINFACH	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
bwWEITERFAHRT HIN UND ZURÜCK	0 %	0 %	1 %	1 %	0 %
bwGRUPPE EINFACH	0 %	0 %	0 %	1 %	0 %
bwGRUPPE HIN UND ZURÜCK	0 %	0 %	1 %	1 %	0 %
Zwischensumme Relationsbartarif	37 %	36 %	37 %	42 %	38 %
Baden-Württemberg-Ticket	24 %	24 %	24 %	28 %	25 %
Baden-Württemberg-Ticket YOUNG	6 %	7 %	9 %	11 %	8 %
Baden-Württemberg-Ticket NACHT	31 %	33 %	37 %	38 %	35 %
MetropolTagesTicket Stuttgart	15 %	16 %	17 %	18 %	17 %
RegioX	15 %	13 %	13 %	16 %	14 %
Kulturbahn-Ticket	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
Kombiticket Insel Mainau	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
Kombiticket Landesmesse Stuttgart	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
Kombiticket BUGA 2019	0 %	51 %	28 %	20 %	32 %
Southside Festival	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
Schüler-Ferien-Ticket	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
bwFAHRRAD	12 %	9 %	11 %	11 %	10 %
Zwischensumme Pauschalpreisticket	20 %	21 %	21 %	24 %	22 %
Gesamtsumme	29 %	28 %	29 %	33 %	30 %

Nutzung E-Tickets nach Verkehrsaufkommen bwtarif 2019

Anzahl Personenfahrten/Jahr

	Quartal				Jahr
	I	II	III	IV	
Anteil an Gesamtverkäufen					
bwEINFACH	36 %	37 %	38 %	43 %	38 %
bwHIN UND ZURÜCK	43 %	43 %	43 %	46 %	44 %
bwWEITERFAHRT EINFACH	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
bwWEITERFAHRT HIN UND ZURÜCK	0 %	0 %	1 %	0 %	1 %
bwGRUPPE EINFACH	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
bwGRUPPE HIN UND ZURÜCK	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
Zwischensumme Relationsbartarif	35 %	33 %	36 %	41 %	36 %
Baden-Württemberg-Ticket	25 %	25 %	25 %	28 %	26 %
Baden-Württemberg-Ticket YOUNG	6 %	7 %	9 %	11 %	8 %
Baden-Württemberg-Ticket NACHT	29 %	32 %	36 %	36 %	33 %
MetropolTagesTicket Stuttgart	16 %	16 %	18 %	18 %	17 %
RegioX	14 %	13 %	12 %	15 %	13 %
Kulturbahn-Ticket	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
Kombiticket Insel Mainau	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
Kombiticket Landesmesse Stuttgart	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
Kombiticket BUGA 2019	0 %	51 %	28 %	20 %	32 %
Southside Festival	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
Schüler-Ferien-Ticket	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
bwFAHRRAD	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
Zwischensumme Pauschalpreisticket	20 %	20 %	20 %	24 %	21 %
Gesamtsumme	28 %	26 %	27 %	32 %	28 %

1. Klasse-Nutzung im bwtarif 2019

in Euro/Jahr

	Quartal				Jahr
Relationsbartarif	I	II	III	IV	
1. Klasse	710.000	790.000	800.000	900.000	3.200.000
2. Klasse	24.260.000	30.780.000	32.280.000	32.390.000	119.710.000
Übergang 1. Klasse	0	0	0	0	0
Gesamt	24.970.000	31.570.000	33.080.000	33.290.000	122.910.000
1. Klasse	2,8 %	2,5 %	2,4 %	2,7 %	2,6 %
2. Klasse	97,2 %	97,5 %	97,6 %	97,3 %	97,4 %
Übergang 1. Klasse	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %

1. Klasse-Nutzung im bwtarif 2019

Anzahl Personenfahrten/Jahr

	Quartal				Jahr
Relationsbartarif	I	II	III	IV	
1. Klasse	50.000	60.000	60.000	70.000	240.000
2. Klasse	3.040.000	4.020.000	4.010.000	4.130.000	15.200.000
Übergang 1. Klasse	0	0	0	0	0
Gesamt	3.090.000	4.080.000	4.070.000	4.200.000	15.440.000
1. Klasse	1,7 %	1,4 %	1,5 %	1,6 %	1,5 %
2. Klasse	98,3 %	98,6 %	98,5 %	98,4 %	98,5 %
Übergang 1. Klasse	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %

Impressum

Baden-Württemberg-Tarif GmbH
Stockholmer Platz 1
70173 Stuttgart

Änderungen vorbehalten
Einzelangaben ohne Gewähr
Stand 2020

www.bwtarif.de

Inhaltliche Mitwirkung:
civity Management Consultants GmbH & Co. KG
und Intraplan Consult GmbH