



Stadt Halle (Saale)
Geschäftsbereich des Oberbürgermeisters

17. August 2023

Sitzung des Stadtrates am 30. August 2023

Anfrage der Fraktion MitBürger zu Bonitätsprüfungen der HAVAG beim 49-Euro-Ticket

Vorlagen-Nummer: VII/2023/06054

TOP: 12.40

Antwort der Verwaltung:

Zu 1.: Wie viele 49-Euro-Ticketabonnements hat die HAVAG seit Mai 2023 monatlich verkauft?

- Mai 2023 = 22.000 Stück, davon 4.500 Deutschlandticket Upgrades Semestervollticket
- Juni 2023 = 29.500 Stück, davon 6.600 Deutschlandticket Upgrades Semestervollticket
- Juli 2023 = 32.300 Stück, davon 7.100 Deutschlandticket Upgrades Semestervollticket

Zu 2.: Überprüft die HAVAG beim Kauf des 49-Euro-Tickets die Bonität durch die Abfrage bei einer Auskunft? Wie viele Abo-Abschlüsse kamen ggfs. aufgrund negativer Bonitätsprüfung nicht zustande?

Derzeit führt die HAVAG keine Bonitätsprüfung durch, so dass weitestgehend alle Bestellungen für ein Deutschlandticket auch zu einem Vertragsabschluss führen. Die einzige Ausnahme liegt bei den Bestellungen, bei denen bereits offene Forderungen vorliegen, hier erfolgt kein Vertragsabschluss.

Zu 3.: Plant oder erwägt die HAVAG die Einführung alternativer Zahlungsmöglichkeiten (z.B. Vorkasse) für den Kauf des 49-Euro-Tickets? Wenn nein, warum nicht?

Im Moment plant die HAVAG keine Einführung von alternativen Zahlungsmöglichkeiten. Der Anteil der Rücklastschriften am gesamten Bankeinzug ist auf einem gleichbleibenden Niveau wie vor der Einführung des Deutschlandtickets, d.h. die Rücklastschriften sind proportional entsprechend des Anstieges der Bankeinzüge gestiegen. Es sind somit prozentual keine höheren Forderungsausfälle zu verzeichnen.

Eine alternative Zahlungsmöglichkeit, wie z. B. die Vorkasse, würde den gesamten Prozess des Abschlusses eines Deutschlandtickets erschweren und zeitlich verlängern. Zudem ist das Deutschlandticket monatlich kündbar.



Zu 4.: Welchen Einfluss hat die Einführung des 49-Euro-Tickets auf die bisherigen Abo-Verkäufe der HAVAG?

Wie zu erwarten war, konnte ein starkes Wanderungsverhalten aus den klassischen Abo-Angeboten des MDV-Tarifs hin zum Deutschlandticket festgestellt werden. Als Hauptgrund wurde durch die Kundschaft vorwiegend die finanzielle Entlastungswirkung vorgetragen. Nach derzeitigem Stand haben sich ca. 50% der bisherigen Stammkunden für einen Wechsel in das Deutschlandticket entschieden. Die Zahl der Abonnenten -inklusive Deutschlandticket- ist im Juli 2023 im Vergleich zum April 2023 um über 30% gestiegen.

Der Verkauf des Deutschlandtickets führt bei den Menschen in Halle (Saale) zu einer spürbaren Finanzentlastung, jedoch zu keiner Einnahmenverbesserung bei der HAVAG. Die eintretenden Einnahmenverluste werden durch gesetzliche Regelungen in 2023 vollständig durch Bund und das Land mittels Billigkeitsleistungen ausgeglichen. Für 2024 ff. ist lt. Brancheneinschätzung der vollständige Verlustausgleich noch nicht gesichert.

Zu 5. Welche Maßnahmen hat die HAVAG bislang geprüft, um die Attraktivität des hiesigen Abo-Angebots für das 49-Euro-Ticket gegenüber anderen Nahverkehrsverbünden zu steigern? Mit welchem Ergebnis wurden die Prüfungen abgeschlossen?

Als elementares und per Gesetz verpflichtendes Ziel wurde bei der Einführung des Deutschlandtickets vom Bund sehr viel Wert daraufgelegt, einen einfachen Tarif anzubieten, welcher in ganz Deutschland einheitlich gilt und einfach verständlich ist. Verschiedene Bundesländer und Verkehrsverbünde haben zusätzliche und demnach freiwillige Zusatzleistungen oder weitere Rabattierungen entwickelt und angeboten. Dies jeweils auf eigene Rechnung und mit einem damit verbundenen zusätzlichen Verlustausgleichsbedarf. Da diese Entscheidungen die Einfachheit des Deutschlandtickets konterkarieren, wurde im Rahmen des MDV entschieden, im Verbundraum diese Einfachheit im Jahr 2023 beizubehalten und die weiteren Entwicklungen des Deutschlandtickets (z. B. als Deutschlandticket-Plus oder Deutschlandticket-Semester) auf Bundesebene abzuwarten. Jede vermeintliche Kaufattraktivierung durch Zusatzmerkmale führt dazu, dass die Kundschaft beim Befahren eines anderen Bundeslandes/Verkehrsverbundes feststellen muss, ob die Tarifbestimmungen zum Deutschlandticket noch vergleichbar sind (Risiko von Einschränkungen und Erfordernis von Zuzahlungen). Aus diesem Grund hat sich der Koordinierungsrat des Verbands Deutscher Verkehrsunternehmen (VDV) in seiner Juli-Sitzung einstimmig für die Wiederherstellung der Einheitlichkeit des Deutschlandtickets ausgesprochen. Diese Einschätzung teilt die HAVAG.

Die HAVAG hat die Strategie verfolgt, für die Kundschaft einen gut verfügbaren und einfachen Vertrieb des Deutschlandtickets anzubieten sowie ein breit angelegtes Marketing zu betreiben. So wurden und werden Kommunikations- und Informationskampagnen zum Deutschlandticket durchgeführt, für eine Übergangszeit ein weiteres Servicecenter eröffnet, interimweise die Verkaufskapazitäten im Kundenservice und den Servicecentern deutlich ausgeweitet sowie den digitalen Vertrieb über das Handyticket und die Website zum Start ermöglicht. Für Ende des Jahres plant die HAVAG, die komplette Abo-Verwaltung des Deutschlandtickets inklusive Abschluss, Kündigung per Handy-App zu ermöglichen.

Die HAVAG-Strategie einer sehr guten Kundenbetreuung im Rahmen der Einführung des Deutschlandtickets ist aufgegangen, vergleicht man die Vertriebszahlen mit denen vergleichbarer Städte.

Die HAVAG arbeitet aktuell an einer nächsten Werbekampagne, die am 02.09.2023 starten wird, mit dem Ziel weitere neue Stammkunden für das Deutschlandticket zu gewinnen. Alle



Kundinnen und Kunden, die im Aktionszeitraum vom 02.09. bis 31.10.2023 ein Deutschlandticket bei der HAVAG buchen, nehmen an einer Freikartenverlosung (z. B. Zoo, Bühnen Halle, Sportveranstaltungen, Bäder) teil. Das Angebot gilt nur für Kundinnen und Kunden, die in den letzten 24 Monaten kein Abonnement bei der HAVAG besaßen.

Dr. Bernd Wiegand
Oberbürgermeister