

VRN Jahresergebnis für 2021

Weniger Fahrgeldeinnahmen durch Corona Auswirkungen

Digitaler Fahrkartenverkauf spielt immer größere Rolle

Der ÖPNV hat auch im Jahr 2021 durch die Corona-Maßnahmen und den damit verbundenen Einschränkungen erhebliche Einbußen bei der Nutzung und den Tarifeinnahmen hinnehmen müssen. Ohne finanzielle Unterstützung von Bund und Ländern wäre ein Aufrechterhalten der Fahrplanangebote nicht möglich gewesen.

2021 haben die Verkehrsunternehmen im Verkehrsverbund Rhein-Neckar (VRN) Fahrgeldeinnahmen in Höhe von insgesamt 262,6 Millionen Euro erwirtschaftet und damit rund 20,8 Prozent weniger generiert als im Jahr 2019 vor der Pandemie. Auch im Vergleich zum Vorjahr 2020 waren die Einnahmen um -5,9 Prozent deutlich geringer.

Die Zahl der beförderten Personen, die im letzten Jahr mit Bus und Bahn im VRN unterwegs waren, betrug rund 182,6 Millionen, gegenüber 183,6 Millionen Fahrgästen im Jahr 2020. Im Einzelnen zeigt sich folgendes Bild:

Mannheim, 2. Mai 2022
th-PR/14-22 (VRN)

Verkehrsverbund Rhein-Neckar

B1, 3-5
68159 Mannheim
📍 Schloss: Linien 1, 5, 7

T +49.(0)621.10 770-0
F +49.(0)621.10 770-170
E vrn-presse@vrn.de
I www.vrn.de

Fahrscheinsegment	Stückzahlen			Einnahmen (in Mio)			Fahrgäste (in Mio)		
	2020	2021	2021/ 2020	2020	2021	2021/ 2020	2020	2021	2021/ 2020
Einzel- und Mehrfahrkarten	15.586	15.908	2,1 %	44.752	46.477	3,9 %	15.586	15.908	2,1 %
Tageskarten	990	1.094	10,5 %	10.824	11.805	9,1 %	3.076	3.392	10,3 %
Wochen- und Monatskarten	183	172	-6,0 %	13.136	11.824	-10,0 %	8.511	8.113	-4,7 %
Jahreskarten Berufstätige	979	852	-13,0 %	78.586	68.906	-12,3 %	48.953	46.429	-5,2 %
Jahreskarten Senioren	621	560	-10,0 %	30.030	26.876	-10,5 %	18.933	18.803	-0,7 %
Jahreskarten Schüler/ Ausbildung	1.857	1.753	-5,6 %	87.693	82.558	-5,9 %	80.781	82.971	2,7 %
Semester-Tickets	49	37	-24,5 %	14.916	15.372	3,1 %	7.722	6.996	-9,4 %
Sonstige (Nacht, Fahrrad...)	51	50	-2,0 %	325	310	-4,6 %	15	13	-13,3 %
Erstattungen				-1.271	-1.525	20,0 %			
Gesamt	20.316	20.426	0,5 %	278.991	262.603	-5,9 %	183.577	182.625	-0,5 %

Christian Specht, Erster Bürgermeister der Stadt Mannheim und Vorsitzender des Zweckverbandes Verkehrsverbund Rhein-Neckar sagte dazu: „Auch wenn wir im Jahr 2021 unser Ziel, nach dem Fahrgasteinbruch im ersten Pandemiejahr 2020 den ÖPNV wieder zu stärken, nicht erreicht haben, werden wir alles daransetzen, den Fahrgastrückgang in diesem Jahr zu stoppen und den Trend umzukehren. Die Entwicklung in den ersten Monaten des Jahres 2022 bestärken mich darin, dass uns das gelingt.“

Volkhard Malik, VRN-Geschäftsführer, ergänzt: „Mit unserer Tarifreform, die zu Beginn des Jahres 2022 umgesetzt wurde, haben wir auf die veränderte Marktsituation reagiert. Mit flexibleren Ticketangeboten geben wir neue Anreize für eine Nutzung des ÖPNV“.

Es lassen sich aber auch positive Trends erkennen.

Online-Tickets immer beliebter

Fahrgäste nutzen immer mehr die Möglichkeit, den Fahrschein online oder als Handy-Ticket zu erwerben. Das digitale Fahrkartenangebot umfasst mittlerweile auch fast alle VRN-Zeitkarten, wodurch dessen Nutzung sowie die Verkaufszahlen steigen.

Trotz Pandemie und einem erneuten Defizit des Einnahmenpools im Vergleich zum Vorjahr erholte sich der digitale Vertrieb im Jahr 2021 vollständig und übertraf sogar den Umsatz des Jahres 2019 um fast 3 Prozent. Mit einem Rekordwert von 17,3 Mio. Euro wurden im digitalen Vertrieb 6,6 Prozent der VRN-Fahrgeldeinnahmen 2021 umgesetzt.

Über die App myVRN stieg der Umsatz von knapp 100 TEuro im Startjahr 2020 auf rund 380 TEuro im Jahr 2021 – das bedeutet eine effektive Steigerung von etwa 65 Prozent, wenn man den gleichen Zeitraum vergleichen würde (im Jahr 2020 gab es nur 5 Vertriebsmonate). Es wurden insgesamt 43.000 Verkaufsvorgänge realisiert, das sind 5-mal so viele wie im Jahr 2020.

Ausblick

Im VRN wurde mit der ab dem 01.01.2022 in Kraft getretenen Tarifreform auf die Belange der ÖPNV-Nutzer reagiert. Neue flexible Angebote, wie das Rhein-Neckar-Ticket Flex, das 5-Tage-Ticket und das innovative, optimierte Bestpreisprinzip beim elektronischen Luftlinientarif sollen die knapp 13 Prozent verlorenen Abonnenten zur Rückkehr motivieren. Zudem erhoffen wir uns im digitalen Vertrieb durch die gesetzten Anreize noch mehr und vor allem neue Nutzer im System.