

Vertrieb im öffentlichen Verkehr gegenseitig öffnen

Absichtserklärung der Brancheninitiative Gegenseitiger Verkauf (BIGV)



PARTNER DER BRANCHENINITIATIVE

Zeichner der Absichtserklärung – Vertrieb im öffentlichen Verkehr gegenseitig öffnen



UNTERSTÜTZER DER INITIATIVE



Mobility inside
 alles einfach nutzen

Branchenvereinbarung für gegenseitigen digitalen Verkauf von Tickets

Verkaufsrechte und einheitliche Regelungen für den bundesweiten digitalen Vertrieb

1. Die Branche gibt sich gegenseitige Verkaufsrechte und einheitliche Regelungen für den ÖPNV-Vertrieb und den Fernverkehrstarif im digitalen Vertriebskanal. Digitaler bundesweiter Verkauf muss gestärkt und vergütet werden.
2. Damit stellen wir die Fahrgäste in den Mittelpunkt: es wird die Möglichkeit geschaffen, dass sie zukünftig alle Tickets da kaufen können, wo sie es heute gewohnt sind. Ein Vertrieb ohne Systembrüche im Sinne einer durchgängigen Reisekette mit einem Fahrschein – bundesweit über die Heimatregion hinaus von Haustür zu Haustür. Damit werden Zugangshürden abgebaut, um den ÖPNV zu stärken.
3. Wir tragen zur Modernisierung des Vertriebs für Branchenpartner bei: im jeweils eigenen digitalen Verkaufskanal darf zukünftig ein erweitertes Angebot für den Kunden verkauft werden. Damit können Kosten für den personenbedienten Verkauf eingespart und Umsätze durch digitale Verkäufe erhöht werden. Dies ermöglicht der Branche, auch selbst über bundesweite Verkaufsrechte und Regelungen mit eigenen zu entwickelnden Plattformlösungen die Position als digitale Kundenschnittstelle für die gesamte Reisekette einschließlich der Buchung vor Ort sicherzustellen. Aus der Branche für die Branche.
4. Wir schaffen verbindliche, gemeinsame Regeln zum einfacheren Ticket-Verkauf. Diese Regeln betreffen die Öffnung des digitalen Vertriebs für:
 - den Fernverkehrstarif der Deutschen Bahn,
 - Verbundtarife,
 - den SPNV-Nahverkehrstarif – der somit bundesweit nicht nur für alle Eisenbahnverkehrsunternehmen, sondern auch durch Verbünde und weitere Akteure der Brancheninitiative verkauft werden kann,
 - Landestarife
 - sowie die Bereitstellung von (stationären) Einnahmedaten für Ausschreibungen (SPNV, FV).
5. Wir bauen Vertriebsmöglichkeiten aus und tragen dazu bei, den ÖPNV-Marktanteil im Sinne der Klimawende zu erhöhen. Kurz gesagt: jeder BIGV-Partner, der die Absichtserklärung unterschreibt, ist gehalten, die Tarife, die er verantwortet, einzubringen und darf im Gegenzug die Tarife jedes anderen zeichnenden BIGV-Partners digital vertreiben. Dabei stellen die Regelungen zu Verkaufsrechten keine Verkaufspflicht dar, die Entscheidung, ob ein Partner die Fahrschein eines teilnehmenden Verkehrsunternehmens oder Verkehrsverbundes vertreibt, liegt ausschließlich bei ihm. **Die Grundidee liegt aber in der Gegenseitigkeit!**

Es folgt die Absichtserklärung im Detail.

Präambel

Unser Ziel: Einfacher Vertriebszugang zum öffentlichen Verkehr

Wir arbeiten kontinuierlich daran, den Öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) kundenfreundlicher zu machen. Ein Baustein ist der gegenseitige Vertrieb von Fahrausweisen durch Verkehrsunternehmen bzw. Verbände unter Einbeziehung von Fernverkehrsfahrscheinen (Gegenseitigkeitsprinzip).

Vertriebliche Zugangshürden zum ÖPNV

Aktuell ist es noch nicht vollständig möglich, alle benötigten Fahrausweise für jede Fahrt in Deutschland gebündelt in einem Vertriebskanal zu erwerben, insbesondere wenn die Fahrt mehrere Tarife umfasst wie

- Verbund- und Landestarife verschiedener Regionen oder
- Tarife verschiedener Verkehrsunternehmen,
- Tarife des Fernverkehrs.

Ein Grund dafür sind teils fehlende technische Schnittstellen und teils fehlende vertragliche Regelungen. Dadurch entstehen vertriebliche Einzellösungen, die für Kunden kompliziert erscheinen und für die Unternehmen insgesamt ineffizient sind. Dies schwächt den ÖPNV im Wettbewerb der Verkehrsträger und behindert eine Verkehrswende mit erheblich stärkerer Nutzung klimaschonender Verkehrsmittel.

BIGV-Ansatz

Mit der Brancheninitiative Gegenseitiger Verkauf (BIGV) gehen Verkehrsunternehmen, Verkehrsverbände und für die Organisation des Schienenpersonennahverkehrs (SPNV) verantwortliche Aufgabenträger (AT) einen neuen kooperativen Weg, um Möglichkeiten zum gegenseitigen Verkauf – insbesondere beim digitalen Vertrieb – in der ÖPNV-Branche zu verbessern. Zusätzlich werden gegenseitige Vertriebsmöglichkeiten zwischen dem ÖPNV und der DB Fernverkehr AG beschrieben. Auch anderen Fernverkehrsunternehmen steht die Möglichkeit offen, Regelungen zum gegenseitigen Vertrieb mit dem ÖPNV zu treffen. Ebenso können die nachfolgend dargestellten Regelungen zum gegenseitigen Vertrieb vom jeweiligen Tarifgeber auch anderen Akteuren außerhalb des Teilnehmerkreises der BIGV angeboten werden.

Gegenseitigkeitsprinzip

Das oben genannte Gegenseitigkeitsprinzip bündelt die Stärken der Branche, um das System des ÖPNV aus sich selbst heraus maximal wettbewerbsfähig zu machen:

- Fahrgäste können Fahrausweise weiterhin uneingeschränkt über alle Vertriebskanäle ihrer bisher genutzten Anbieter erwerben.
- Die gegenseitige, insbesondere digitale Vertriebsöffnung auf Basis der nachfolgenden Regelungsempfehlungen ermöglicht es, dabei jeweils auch bestimmte Angebote anderer Akteure des öffentlichen Verkehrs mit anzubieten.
- Durch die Nutzung branchenüblicher Standards soll die Möglichkeit des gegenseitigen Vertriebs auch in technischer Hinsicht vereinfacht werden.

Sollten Lösungen im Markt bestehen, die die gleichen Sachverhalte wie in diesem Letter of Intent (LOI) beschrieben zum Gegenstand haben, so können diese weiterbestehen. Bei Anpassungen oder Neuformulierung sollte aber auf die Inhalte und Empfehlungen dieses LOI als Marktstandard zurückgegriffen werden.

Nachfolgend werden die in der BIGV abgestimmten und von den Unterzeichnern gemeinsam unterstützten Empfehlungen zur Öffnung des digitalen Vertriebs und zur Datenbereitstellung dargestellt.

Unser Ansatz: Gemeinsame Regeln für gegenseitige digitale Vertriebsöffnung

I. Vertriebsöffnung im Online/Mobile Vertrieb

1. Digitaler Vertrieb von Verbund- und Landestarifen

Tarifgeber von Verbundtarifen bieten nicht-exklusive Lizenzverträge für den Verkauf der zum Verkauf freigegebenen Tickets zu einheitlichen Branchenstandards an. Der Vorschlag einer Vorlage eines solchen Musterlizenzvertrages ist als *Anlage 1.1* beigefügt.

Die Lizenznehmer verkaufen im Rahmen dieser Verträge über ihre eigenen Anwendungen von den Lizenzgebern festgelegte Tarifsortimente, die in erster Linie das Segment der Gelegenheitsfahrten abdecken, also Einzelfahrkarten oder Tagesfahrkarten. Eine regionalspezifische regionale Erweiterung ist jederzeit möglich.

Technisch soll dies durch Nutzung von Branchenstandards wie VDV-KA Konformität, VDV-KA Barcodes oder Produkt- und Kontrollmodule (PKM) als Tarifgrundlage vereinfacht werden.

Zum Thema Kundendaten gilt Folgendes: In der Regel registriert sich der Kunde beim Lizenznehmer. Bei der Registrierung werden die personenbezogenen Daten erhoben und der Kunde stimmt den Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) des Lizenznehmers (als Kundenvertragspartner) zu. Der Kunde kann dann über die App des Lizenznehmers Fahrkarten eines Lizenzgebers über das Kundenkonto oder anonym erwerben. Es werden keine zusätzlichen Kunden(stamm)daten erzeugt, die über die Gültigkeit der Fahrkarte hinaus gespeichert werden. Im System des Lizenznehmers wird ein Verkaufsdatensatz erzeugt und gespeichert, der aus mindestens den Informationen gemäß Vorgaben des Lizenzgebers besteht. Der Verkaufsdatensatz enthält keine personenbezogenen Daten (anonymisiert), sofern dies kein tarifliches Erfordernis ist.

Auf Basis dieser Verkaufsdatensätze erfolgt je Abrechnungszeitraum eine Verkaufsdatenermittlung an den Lizenzgeber.

Einnahmen werden vollständig an den Lizenzgeber abgeführt und somit in den Verbänden zu 100 Prozent nach den Regeln der jeweiligen Einnahmeverteilung verteilt.

Das Vergütungsmodell soll grundsätzlich auf einer Vergütungsbandbreite, die der Lizenzgeber zwischen 3 und 5 Prozent ansetzen kann, basieren. Dabei kann unter anderem eine Erweiterung dieser Bandbreite ermöglicht werden, falls aufgrund von technisch oder vertraglich unterschiedlichen Integrationstiefen andere Vergütungshöhen marktgerecht oder angemessen sind. Bei Erweiterungen des Sortiments etwa auf Zeitkarten oder „Abo“-Modelle kann von der oben genannten Vergütungsbandbreite abgewichen werden.

Die Vergütung deckt dabei nur die für die mit der Transaktion verbundenen Kosten und ausdrücklich nur die Kosten des digitalen übergreifenden Vertriebs. Es ist keine Umlage von Vertriebskosten vorgesehen, die nicht für bundesweiten durchgängigen Onlineverkauf relevant sind.

Bei dem vorliegenden Vergütungsmodell sind die jeweiligen Rahmenbedingungen und vertriebslichen Grundsätze des Lizenzgebers vor Ort zu berücksichtigen. Das kann unter anderem die bestehenden oder nicht vorhandenen Provisionsregelungen des jeweiligen Verbandes sowie die Rahmenbedingungen etwaiger Landestarife mit einschließen. Es wird empfohlen, die hier getroffenen Regelungen für Verbundtarife in gleicher Weise auch auf Ländertarife anzuwenden, sofern noch keine spezifischen Regelungen zur Öffnung vorliegen.

2. Digitaler Vertrieb DB Fernverkehr

SPNV-EVU mit bestehender TBNE Tarif- und Vertriebskooperation (TuVK), Tk/Basis-VK bzw. LOI haben ebenso wie Verbünde und in Verbänden operierende Verkehrsunternehmen die Möglichkeit zum Vertrieb der Werte der DB FV über eigene online/mobile Plattformen nach *Anlage 1.2*.

Ein Vertrieb von Fahrscheinen der DB Fernverkehr AG kann

- für wesentliche Angebote über ein White Label (WL)-Buchungstool nach den Regelungen in *Anlage 1.2* erfolgen oder
- alternativ über einen in den Partnervertrieb integrierten „Webservice für Dritte“ (WSD). Regelungen dazu werden außerhalb von BIGV individuell vereinbart.

Vergütung

Die Vergütung beträgt gegenwärtig gemäß DB White Label Vertrag 1 Prozent auf alle über die Schnittstelle erzielten Einnahmen. Bei der White-Label-Lösung trägt die DB nach dem gegenwärtigen Vertragsmuster die Payment-Kosten und das Zahlungsausfallrisiko.

Beim Online/Mobile Vertrieb von Fahrscheinen der DB Fernverkehr AG erfolgt keine gesonderte Berücksichtigung und Provisionierung von Nahverkehrsanteilen (sogenannte Vor-/Nachläufe) in den bestehenden TBNE Tarif- und Vertriebskooperationen (TuVK), Basis-VK oder LOI gegenüber dem vertreibenden SPNV-EVU, auch dann nicht, wenn dieses gleichzeitig den über diesen Vertriebsweg vertriebenen Fernverkehrsfahrausweis im Vor- oder Nachlauf anerkennt.

3. Digitaler Vertrieb SPNV Nahverkehrstarif – Perspektive TBNE und DTV

SPNV-EVU mit bestehender TBNE Tarif- und Vertriebskooperation (TuVK), TK/Basis-VK bzw. LOI haben die Möglichkeit zum Vertrieb der Werte des heutigen C-Preises über eigene online/mobile Plattformen.

Die Möglichkeit des Online/Mobile Vertriebes im kommenden Deutschlandtarif (DTV) neben dem Vertriebsrecht der Gesellschafter ist über ein Lizenzierungsmodell vorgesehen. Als Lizenzgeber fungiert die DTV GmbH.

II. Transparenz zu vertrieblichen Daten schaffen

Datentransparenz über Kassentechnische Einnahmen (KTE) in laufenden Verträgen und vor Ausschreibungen

1. Einmal jährlich sollen SPNV-EVU, Verbände und Landestarifgesellschaften Marktteilnehmern über den VDV bundesweite kassentechnische Einnahmen (KTE-Daten) aggregiert je Vertriebskanal nach dem Muster in *Anlage 2.1* zur Verfügung stellen. SPNV-EVU können hierzu DB Vertrieb beauftragen. Die Daten der DB Vertrieb umfassen konsolidierte Einnahmenmeldungen der EVU im Nahverkehr.

Darüber hinaus sollen Aufgabenträgern (AT) für jedes Netz monatlich standortscharfe (nicht nur stationsscharfe) Daten je Nahverkehrstarif für die vom jeweiligen AT verkehrsvertraglich geforderten stationären Vertriebskanäle (FAA, pbV) gemäß *Anlage 2.2* von den SPNV-EVU bereitgestellt werden.

Auf Anfrage erhalten Aufgabenträger nach Abschluss einer Vertraulichkeitsvereinbarung bis zu zweimal jährlich Auswertungen gemäß *Anlage 2.3* über Einnahmen und Stück von Fernverkehrsfahrscheinen für alle vom AT geforderten Standorte einer Ausschreibung für den stationären Vertrieb in ihrem Verantwortungsbereich.

Soweit Verkehrsverträge keine entsprechenden Regelungen zur Datenbereitstellung enthalten, wird empfohlen, diese als Nachtrag oder separat zu vereinbaren.

Neuverträge

Vor Ausschreibungen, in denen stationäre Vertriebsinfrastruktur gefordert und im Risiko des EVU kalkuliert werden muss, fasst der Aufgabenträger die KTE-Daten aus dem stationären Vertrieb (FAA/pbV) aus laufenden Verträgen (*Anlage 2.2*) aggregiert für das jeweilige Ausschreibungsnetz zusammen und stellt sie den sich an der Ausschreibung beteiligenden EVU zur Verfügung.

Als Grundlage zur Kalkulation möglicher Provisionserträge fassen Aufgabenträger ferner standortspezifische Informationen über KTE von Tickets der DB Fernverkehr AG zusammen. Die Weiterleitung dieser Daten an EVU oder potenzielle Vertriebsdienstleister erfolgt ausschließlich durch AT im Rahmen der Vergabeverfahren.

2. Vor Ausschreibungen von Nettoverträgen oder von Bruttoverträgen mit Erlös-/Nachfrageanreiz benötigen Aufgabenträger zudem Erlös- und Erhebungsdaten bzw. Tarifanteile sowie Zählraten, um Bieter in die Lage zu versetzen,

- erwartete Erlöse anzuwendender Tarife zu kalkulieren sowie
- Deltaprovisionen in den Tarifen zu bestimmen.

In der BIGV abgestimmte Empfehlungen zur Datenbereitstellung durch aktuelle Betreiber sind in *Anlage 2.4* zusammengestellt.

III. Vertriebskanäle marktgerecht anpassen

Empfohlene Kriterien für solche Anpassungen verkehrsvertraglicher geforderter Strukturen sind in *Anlage 3.1* aufgeführt.

Die Anwendung dieser Anpassungsoptionen wird - vorbehaltlich der Prüfung vergaberechtlicher Risiken - auch für laufende Verträge über den Abschluss von Nachträgen empfohlen, um auf die gegenüber der Laufzeit von Verkehrsverträgen kürzeren Entwicklungszyklen vertriebstechnischer

Innovationen und gesellschaftlicher Nachfrageänderungen reagieren zu können.

Das Ergebnis dieser Abstimmung soll jeweils im Entscheidungsbereich des laut Verkehrsvertrag für den Vertrieb Verantwortlichen liegen.

Entscheidungen zur Vertriebsinfrastruktur von DB Fernverkehr bleiben von vorgenannten Regelungen im SPNV unberührt.

Unser Vorgehen:

Umsetzung der Absichtserklärung bei allen Akteuren

Die unterzeichnenden Branchenparteien nehmen die vorstehend dargestellten Inhalte, Beratungsstände, Empfehlungen und Aussagen einzelner Branchenpartner zur Kenntnis und beabsichtigen, sie in verbindliche Rahmen- und Regelwerke für die Branche zu überführen bzw. in ihrem Verantwortungsbereich um Unterstützung dafür zu werben.

Dabei einzuhaltende Abläufe, insbesondere Zustimmungserfordernisse von Gremien oder von Akteuren betroffener regionaler Organisationen, bleiben unberührt. Die Branchenpartner stellen klar, dass die Bestimmungen dieses Letter of Intent (LOI) unverbindlich sind und für die Branchenpartner keine Rechte und Pflichten begründen. Insbesondere sind sich die Branchenpartner darüber einig, dass keine Verpflichtung zum Abschluss oben erwähnter Verträge besteht und aus einem Nichtabschluss keine gegenseitigen Ansprüche erwachsen.

Im Text genannte Anlagen

Zu Kapitel I: Vertriebsöffnung im Online/Mobile Vertrieb | *Anlage 1.1*: Musterlizenzvertrag für Verbund-/ Landestarife | *Anlage 1.2*: Kooperationsvertrag White Label Bahn - IBE zum Fernverkehr

Zu Kapitel II: Transparenz zu vertrieblichen Daten schaffen | *Anlage 2.1*: Muster zur Datenbereitstellung von KTE-Daten | *Anlage 2.2*: Muster zur Zusammenfassung von KTE-Daten je Vertriebskanal | *Anlage 2.3*: Struktur und Prozesse von Datenlieferungen der DB FV an AT | *Anlage 2.4*: Empfehlungen zur Bereitstellung von Erhebungs- und Erlösdaten für Verkehrsleistungsausschreibungen im SPNV

Zu Kapitel III: Vertriebskanäle marktgerecht anpassen | *Anlage 3.1*: Empfehlungen für Regelungen in Verkehrsverträgen zur nachträglichen Änderung von Vertriebsleistungen

Impressum

© Herausgeber im Auftrag der Brancheninitiative Gegenseitiger Verkauf (BIGV)

Verband Deutscher Verkehrsunternehmen (VDV)

Kamekestraße 37–39 · 50672 Köln

T 0221 57979-0 · info@vdv.de · www.vdv.de

Stand: September 2021

