

stadt  
oberhausen

Der Oberbürgermeister  
46042 Oberhausen

Telefon 0208 825 1  
Telefax 0208 825 27 55  
E-Mail [info@oberhausen.de](mailto:info@oberhausen.de)  
Internet [www.oberhausen.de](http://www.oberhausen.de)

Stadtparkasse Oberhausen  
IBAN  
DE61 3655 0000 0000 1481 48  
BIC  
WELADED10BH

Gläubigeridentifikationsnummer  
DE21ZZZ00000011425

Fachbereich 5-6-10  
Verkehrsplanung,  
Signalwesen

Datum  
01.07.2019

Ihr Zeichen

Ihre Nachricht vom

Mein Zeichen:  
5-6-10/Sü./Schl.

Durchwahl:  
0208/825-2622

Telefax:  
0208/825-5256

Verwaltungsgebäude:  
Technisches Rathaus  
Sterkrade  
Bahnhofstraße 66  
46145 Oberhausen

E-Mail Adresse:  
[philip.suempelmann@oberhausen.de](mailto:philip.suempelmann@oberhausen.de)

Bearbeiter:  
Herr Sümpelmann

Zimmer Nr.:  
A 129

Herrn René Paschenberg  
Mitglied des Rates der Stadt Oberhausen  
Mülheimer Straße 344  
46045 Oberhausen

### Kleine Anfrage gem. § 7 der Geschäftsordnung des Rates Entwicklung im Nahverkehr

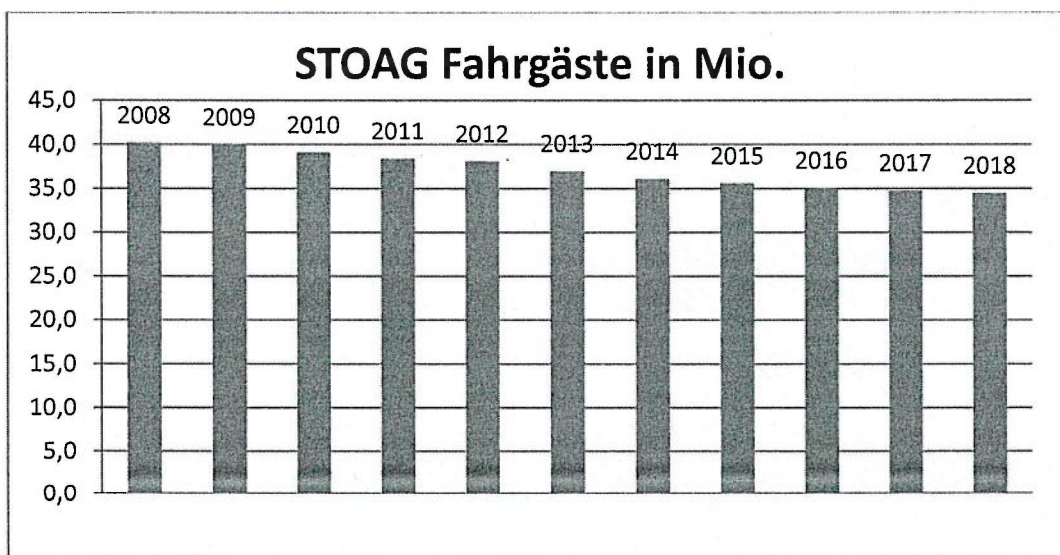
Sehr geehrter Herr Paschenberg,

Zu Frage 1)

Wie haben sich in den vergangenen zehn Jahren die Fahrgastzahlen insgesamt und die Verkäufe der Jahresabos im Speziellen entwickelt?

Die Fahrgastzahlen sind in den letzten 10 Jahren stetig gesunken:

2008	40,2 Mio. Fahrgäste
2018	34,5 Mio. Fahrgäste

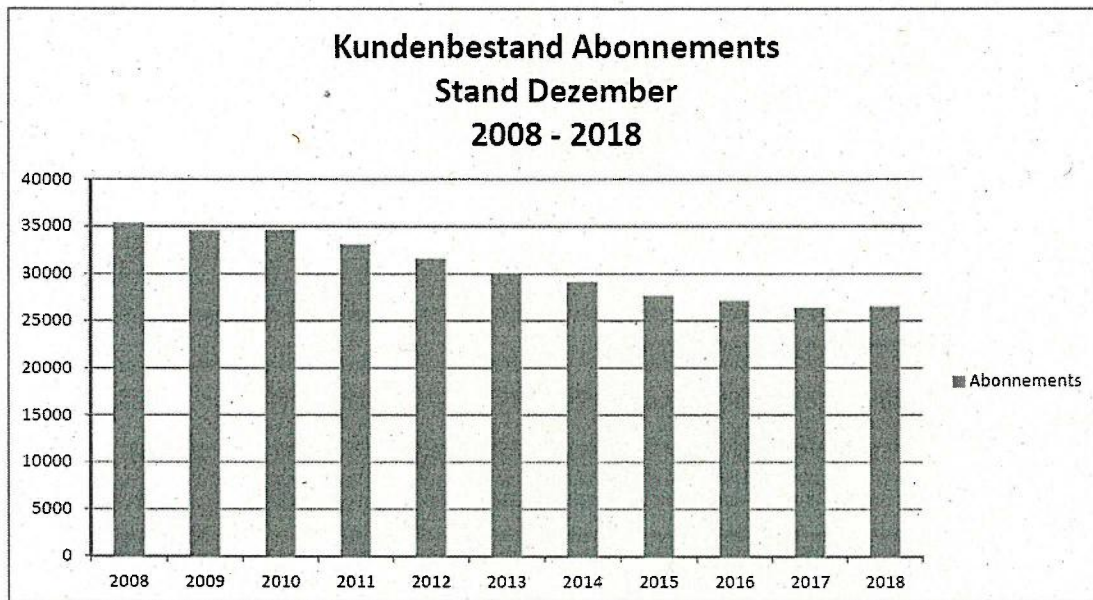


➔ - siehe Rückseite -



Die Verkäufe im Ticketsegment Jahresabonnement verliefen bis zum Jahr 2012 durchweg positiv. Diverse Anpassungen / Änderungen haben zu einem sensibleren Kundenbewusstsein geführt. Hierzu zählen:

- Einführung des SozialTickets
- Preisstufenreform (Preisstufe C, neue Regionen) und
- Preissteigerungen und Ausfälle/ Verspätungen im DB-Bereich.



Zu Frage 2)

In welchen Bereichen (Ticketart, Preisstufe, etc.) hat die STOAG einen Kundenrückgang registrieren müssen? Gibt es neben dem Azubi-Ticket weitere Angebote, die gleichbleibend oder sogar besser als im Vorjahreszeitraum angenommen worden sind?

Der Kundenrückgang im Abonnement betrifft insbesondere die höherwertigen Varianten, hier das Ticket2000 und Ticket2000-9-Uhr, teilweise als Abwanderung in den Bereich der monatlich zu erwerbenden Zeitkarten, vorwiegend dann das Ticket1000.

Das Azubi-Ticket mit der verbundweiten Gültigkeit bei attraktivem Preis wird von den Auszubildenden seit Herbst 2018 gut angenommen. Eine Attraktivitätssteigerung erfolgt mit der NRW-Erweiterung ab 01.08.2019.

Die Inanspruchnahme des SozialTickets ist rückläufig und zurück zu führen auf den Rückgang der Flüchtlinge und der verbesserten Situation auf dem Arbeitsmarkt.

Zu Frage 3)

Hat die STOAG bereits eine Strategie entwickelt, um dem Fahrgastschwund entgegenzuwirken? Wenn ja: Wie lässt sich diese skizzieren?



Zur Attraktivierung des öffentlichen Nahverkehrs müssen grundsätzlich Angebot und Tarif (und damit letztlich das Preis-Leistungsverhältnis) stimmen, natürlich begleitet durch ein entsprechendes Marketing um das Angebot bzw. die Dienstleistung der STOAG auch an den Bürger zu kommunizieren.

Im Bereich des Tarifs bedient sich die STOAG eines Marketing-Beratungsunternehmens zur Analyse der Abonnement-Entwicklung und Begleitung von Kundenbindungsmaßnahmen. Zur Attraktivierung des Tarifs konnte zum Beispiel das „City-O-Ticket“ umgesetzt werden, dies wurde nun sogar VRR-weit als „4-Stunden-Ticket“ in das reguläre Ticketsortiment aufgenommen.

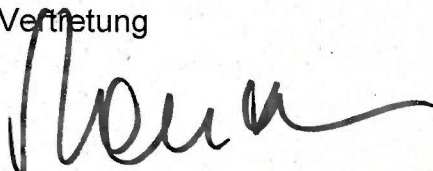
Hinsichtlich der Angebotsgestaltung werden aktuell u. a. folgende Maßnahmen verfolgt bzw. geprüft:

- Alternative Bedienungsformen wie On-Demand-Verkehre
- Prüfung alternativer „Netzgestaltung“ (schnelle Korridore statt Flächenerschließung?)
- Förderung Stadtgrenzen übergreifender Verbindungen
- Anschlussoptimierung
- verbesserte Fahrgastinformation (Anschlüsse, Störungen)
- gezielte Vermarktung attraktiver Angebote/Buslinien, zum Beispiel unter einem gesonderten Produktnamen (Plus-Bus, Metrobus etc.)
- Mobilstationen
- Förderung der Intermodalität (aktuell z.B. das Thema E-Scooter, z. B. Vergünstigungen für Abonnenten)
- Ausbau der Elektromobilität
- „Imagewandel des ÖPNV“

Beispiele für bereits in Umsetzung befindliche Maßnahmen sind unter anderem der Ausbau der dynamischen Fahrgastinformation oder der 10-Minuten-Takt auf der Vestischen Straße.

Mit freundlichen Grüßen

In Vertretung



Sabine Lauxen

Beigeordnete für Umwelt, Gesundheit,  
ökologische Stadtentwicklung und -planung

RENÉ PASCHEBERG  
- MITGLIED DES RATES DER STADT OBERHAUSEN -  
Mülheimer Str. 344 | 46045 Oberhausen

Stadt Oberhausen Dezernat 0 Stadtkanzlei
Eing. 12. Juni 2019 D.P.S.

Herr Oberbürgermeister  
Daniel Schranz

Im Hause

Oberhausen, 12. Juni 2019

**Kleine Anfrage gem. § 7 der Geschäftsordnung des Rates**  
**Hier: Entwicklung im Nahverkehr**

Sehr geehrte Damen und Herren,

wie bei der Vorstellung der Stoag-Jahresbilanz bekannt gegeben worden ist, hat das Oberhausener Nahverkehrsunternehmen im Geschäftsjahr 2018 rund 34,5 Millionen Fahrgäste gezählt, was einen Rückgang von rund 300.000 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum bedeutet. Noch vor zehn Jahren, so war es in der Berichterstattung der Lokalpresse zu lesen, fuhr die Stoag 40 Millionen Kundinnen und Kunden durch Oberhausen. Auch die Zahl der Personen mit Stoag-Jahresabos habe deutlich abgenommen.

Vor diesem Hintergrund stelle ich folgende Fragen:

1. Wie haben sich in den vergangenen zehn Jahren die Fahrgastzahlen insgesamt und die Verkäufe der Jahresabos im Speziellen entwickelt?
2. In welchen Bereichen (Ticketart, Preisstufe, etc.) hat die Stoag einen Kundenrückgang registrieren müssen? Gibt es neben dem Azubi-Ticket weitere Angebote, die gleichbleibend oder sogar besser als im Vorjahreszeitraum angenommen worden sind?
3. Hat die Stoag bereits eine Strategie entwickelt, um dem Fahrgastchwund entgegenzuwirken? Wenn ja: Wie lässt sich diese skizzieren?

Mit freundlichen Grüßen  
René Pascheberg



- Mitglied des Rates -

**P.S.: Mit einer pressemäßigen Auswertung bin ich nicht einverstanden.**