



HVV-Vertriebskonzept

Stand: 06.09.2021

0 Zusammenfassung

Das Vertriebskonzept der Hamburger Verkehrsverbund GmbH (HVV GmbH) zeigt die in der nahen und mittleren Zukunft liegenden Entwicklungsmöglichkeiten der einzelnen Kundenkontaktpunkte auf und legt die Ausrichtung der Kundenkontaktpunkte untereinander fest. Zu den wichtigsten Zielen des HVV-Vertriebskonzepts zählen die Stärkung des Onlinevertriebs mittels Smartphone und weiterer digitaler Ausgabemedien und die damit verbundene Reduzierung der Aufwände für analoge Vertriebskanäle, die Umstellung der HVV-Card auf die beschlossenen Tarifprodukte GKA und SemesterTicket, hvv Any (Check-in/Be-out), sowie die Reduzierung von Fahrkartenfälschungen und Einnahmenverlusten.

Nach der Darstellung der übergeordneten generellen Absichten und Zwecke des HVV-Vertriebskonzepts, folgen die konkreten Ziele sowie die Konkretisierung der Rollen im Verbund. Wesentliche Punkte in diesen drei Kapiteln sind:

- Abstimmung und Umsetzung von vertrieblichen Mindeststandards im Konsens aller Verbundverkehrsunternehmen (VVU) mit den Aufgabenträgern (AT) und der HVV GmbH als Regieorganisation
- ständige Verbesserung des Kundenservices unter der Maßgabe der Wirtschaftlichkeit der einzelnen Vertriebswege und der Daseinsvorsorge
- Erhöhung der Kundenbindung oder der Abbau von Zugangshemmnissen für die Kunden

Im Hauptteil wird das Vertriebskonzept für jeden Kundenkontaktpunkt festgelegt. Um textliche Dopplungen zu vermeiden ist das Konzept mehrstufig aufgebaut:

1. Kundenkontaktpunkt
2. Bezahlarten und Ausgabemedien
3. Tarif- und Vertriebsprodukte

Dies bedeutet, dass bei jedem Kundenkontaktpunkt z.B. auf die HVV-Card eingegangen werden kann und die Details zur HVV-Card unter Bezahlarten und Ausgabemedien nachzulesen sind. Sofern keine verkehrsvertraglichen Verpflichtungen entgegenstehen, sind für die Kundenkontaktpunkte folgende wesentlichen Ziele formuliert:

- Der App-Kanal soll kontinuierlich zum wichtigsten Vertriebskanal ausgebaut werden
- Der fahrpersonalbezogene Fahrkartenverkauf ist deutlich zu reduzieren und langfristig abzuschaffen
- Fahrkartenautomatenstandorte werden bedarfsorientierter und flexibler festgelegt
- Servicestellen sind das Gesicht der HVV GmbH sowie der Verkehrsunternehmen und dienen zukünftig stärker als Kundenkontaktpunkt für intensive Beratung
- Information und Kauf gehören zusammen: dies betrifft mittel- bis langfristig auch die telefonischen und digitalen Kontaktkanäle sowie weitere Kommunikationskanäle

Die Vertriebskanalsteuerung sowie die konkreten Maßnahmen sind dabei immer im Kontext der Einnahmensicherung und der Fahrkartenprüfung sowie unter Berücksichtigung von Absatzmaßnahmen und Kundendatengenerierung (Big Data) zu betrachten.

Inhaltsverzeichnis

0	ZUSAMMENFASSUNG	I
1	PRÄAMBEL	1
2	ZIELE DES VERTRIEBSKONZEPTES	3
3	ROLLENDEFINITION VERTRIEB	6
3.1	Hamburger Verkehrsverbund GmbH (HVV GmbH)	6
3.2	Verbundverkehrsunternehmen (VVU)	6
3.3	HVV GmbH als zentrale Verbundaufgabe HVV GmbH (ZVH)	6
3.4	VVU als zentrales Verkehrsunternehmen (ZVU)	6
3.5	HVV GmbH und VVU als ZVG (Zentrale Verbundaufgaben Gemeinsam)	6
3.6	Aufgabenträger (AT)	7
3.7	Mobil and Sales Integration Cluster (MOSAIC)	7
3.7.1	ZVU MOSAIC	7
3.7.2	Rollen im Kontext MOSAIC außerhalb des ZVU	8
3.7.3	Weitere Vorgehensweise	8
4	ROLLENDEFINITION EINNAHMENSICHERUNG	9
4.1	HVV GmbH	9
4.2	HVV GmbH als ZVH	9
4.3	VVU	9
4.4	VVU als ZVU	9
4.5	AT	10
5	VERTRIEBSKONZEPT JE KUNDENKONTAKTPUNKT	11
5.1	Verkauf in den Fahrzeugen	11
5.1.1	Allgemeines	11
5.1.2	Verkauf in den Bussen	13
5.1.3	Verkauf in den Bahnen	14
5.2	Verkauf in den Servicestellen	15
5.2.1	Allgemeines	15
5.2.2	Eigene Servicestellen	17
5.2.3	Service-Kooperationen inkl. ZVU-finanzierte Servicestellen (Stadtteilbüros)	18
5.2.4	Verkaufsstellen	18
5.3	Verkauf an Fahrkartenautomaten	21
5.3.1	Allgemeines	21
5.4	Verkauf via Webseite und App	25
5.4.1	Allgemeines	25
5.4.2	HVV-Onlineshop	26
5.4.3	Apps	26
5.4.4	HVV-Onlineshop für Firmen	27
5.5	Verkauf via telefonische und schriftliche Kontaktkanäle HVV GmbH und VVU	29
5.5.1	Allgemeines	29

5.5.2	Telefonie	30
5.5.3	Abo-Center und Abo-Hotline	30
5.5.4	Messenger-Dienste	31
5.5.5	Korrespondenz	31
5.6	Verkauf via Kooperationspartner	33
5.6.1	Allgemeines	33
5.6.2	Großkunden	33
5.6.3	Hochschulen	34
5.6.4	KombiTicket und Kooperationen	34
5.6.5	Aufgabenträger als Kooperationspartner	34
5.7	Verkauf via Drittanbieter	36
5.7.1	Allgemeines	36
6	BEZAHLARTEN IM VERBUND	39
6.1	Allgemein	39
6.2	Bargeld	39
6.3	Kontoabbuchung	40
6.4	Kartenzahlung	40
6.5	Sonstige Bezahlarten	41
6.6	Bezahlvorgänge über Dienstleister	42
7	AUSGABEMEDIEN IM VERBUND	43
7.1	Papier	43
7.1.1	Papierfahrkarte	43
7.1.2	Fahrkarte zum Selbstaussdruck	44
7.1.3	Fahrtberechtigungen auf Papier Dritter	44
7.2	Karten	45
7.2.1	HVV-Card	45
7.2.2	Fahrtberechtigungen auf elektronischen Karten Dritter	46
7.2.3	HVV Prepaid Karte	46
7.3	Mobile Endgeräte	48
7.3.1	Fahrkarte für mobile Endgeräte	48
7.3.2	Fahrtberechtigung auf mobilen Endgeräten (hvv Any)	50
7.4	IST und SOLL: Medien und Bezahlarten	51
8	HVV-TARIF UND VERTRIEBSPRODUKTE IM VERBUND	52
8.1	Vertriebsprodukte im Verbund	52
8.1.1	Produkte im Abonnement	52
8.1.2	Monats- und Wochenkarten	54
8.1.3	Einzel- und Tageskarten	55
8.1.4	HVV-Kooperationen (KombiTickets, HVV-Onlineshop für Firmen)	55
8.1.5	Eigene Fremdprodukte (Fahrplanbücher, Merchandisingartikel)	56
8.1.6	Fremde Tarifprodukte im HVV-Verbundgebiet	56
8.2	IST und SOLL: Produkte und Medien	57
9	ABLEITUNGEN VERTRIEBSKANALSTEUERUNG	58

10	AUFGABEN EINNAHMENSICHERUNG UND FAHRKARTENPRÜFUNG	59
11	WEITERENTWICKLUNG VERTRIEBSKONZEPT	61
12	LITERATUR	62
13	ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS UND GLOSSAR	I
14	ANLAGEN	VI
14.1	Anforderungen an die Sicherheit von Fahrkartenpapier	vi
14.2	Verkaufsabrechnung und Statistik	vi
14.3	Betrieblicher und technischer Leistungsumfang eines Wertmarken-Verkaufssystems im HVV	vi
14.4	Layoutrichtlinie Version 2.7.1 für den Verkauf von Fahrkarten nach dem Gemeinschaftstarif des Hamburger Verkehrsverbundes (HVV)	vi
14.5	HVV CD-Manual Abschnitt G	vi
14.6	Grafik Standorte der HVV-Servicestellen	vi
14.7	Umsatz- und Absatzentwicklung der Vertriebskanäle	vi
14.8	Grafik der Automatenstandorte	vi

1 Präambel

Mit dem HVV-Vertriebskonzept werden die Eckpunkte für den Vertrieb im Hamburger Verkehrsverbund (HVV) mit allen beteiligten Verkehrsunternehmen festgelegt. Der Vertrieb ist der Zugang zu Mobilität und muss es allen Menschen ermöglichen, mit einem möglichst einfachen und barrierefreien Aufwand eine Fahrkarte zu erwerben und die entsprechenden Informationen zu erlangen. Der Kooperationsvertrag verweist an zahlreichen Stellen auf die detaillierteren Festlegungen im Vertriebskonzept. In diesem Sinne sind einzelne Bestimmungen des Vertriebskonzeptes Teil des Kooperationsvertrages. Sollten im Einzelfall in Verkehrsverträgen abweichende Regelungen bestehen, so gehen diese dem HVV-Vertriebskonzept vor.

Generell muss auch für die Zukunft das bewährte Prinzip gelten, dass substantielle Weiterentwicklungen, die die Mindeststandards des Vertriebs betreffen und für alle Verbundverkehrsunternehmen (VVU) gelten, jeweils nur im Konsens mit den Aufgabenträgern (AT) und VVU abgestimmt und umgesetzt werden. Die HVV GmbH als Regieorganisation des ÖPNV wird hierbei als ideengebende, koordinierende und vermittelnde Instanz verstanden.

Das HVV-Vertriebskonzept hilft, im Rahmen der Regiefunktion der HVV GmbH die Interessen der Kunden, Aufgabenträger und der Verbundverkehrsunternehmen in Einklang zu bringen.

Die sich stark und vor allem schnell entwickelnde Technik macht eine jährliche Überarbeitung und Anpassung des Vertriebskonzeptes notwendig.

Dies macht auch Regularien und Entscheidungswege notwendig, die den schnellen technischen Weiterentwicklungen entsprechen.

Seit mehreren Jahren ist der Blick auf die Entwicklungsmöglichkeiten und den Auswirkungen der einzelnen Vertriebswege zueinander gerichtet. Die definierten Hauptziele, den Kundenservice ständig zu verbessern und zugleich die Wirtschaftlichkeit weiter zu erhöhen, haben weiterhin höchste Priorität. Für die Messung der Wirtschaftlichkeit für alle analogen und digitalen Vertriebskanäle und deren Vorausschau entwickelt die HVV GmbH methodisch ein Instrumentarium zur Bewertung und stimmt dies mit den Verkehrsunternehmen ab. Das Instrumentarium muss unter anderem die Kosten, den Kundennutzen und die Auswirkung auf die Einnahmensicherung beinhalten. Die Weiterentwicklung der technischen Vertriebsmöglichkeiten darf nicht dazu führen, dass diese Vielzahl zur Unübersichtlichkeit des Vertriebes führt.

Neben der Gewinnung neuer Kunden und der Kundenrückgewinnung, ist ein Schwerpunkt, unseren zahlreichen Stammkunden einen zeitgemäßen Service und eine gute Kundenbetreuung anzubieten. Dabei bleiben unsere Stammkunden (HVV-Abonnement, Großkundenabonnement, SemesterTicket) die wichtigste und ertragsreichste Kundengruppe.

Der Vertrieb steht direkt in Abhängigkeit zum Tarif. Im Sinne eines einfachen Vertriebes muss es daher einerseits Ziel sein, Tarifprodukte mit geringem Nachfragepotential nicht einzuführen bzw. bereits vorhandene abzuschaffen. Andererseits muss der Tarif mit jeweils gleichen Bedingungen für alle Vertriebskanäle stringent aufgebaut sein.

Bei den Entscheidungen zur Einführung neuer Vertriebswege müssen im Rahmen der Wirtschaftlichkeitsberechnung immer auch die damit zu erreichenden Mehreinnahmen bzw. Einsparungen in anderen Vertriebswegen sowie Auswirkungen auf den Bereich Einnahmensicherung berücksichtigt werden.

1 Als Gremium für die Absprache aller Vertriebsfragen dient der AK Vertrieb. Die dort gefassten
2 Beschlüsse zu Vertriebsthemen werden dem Ausschuss für Betriebswirtschaft (ASB) bzw.
3 dem Beirat zur verbindlichen Beschlussfassung zugeleitet. Einmal jährlich soll eine Sitzung
4 des AK Vertrieb mit den vorliegenden Verkaufs- und Umsatzzahlen und den vorgesehenen
5 Entwicklungen der Vertriebswege eine Neubewertung der notwendigen Vertriebsinfrastruktur
6 vornehmen, die dann einer jährlichen Fortschreibung des Vertriebskonzeptes dienen. Basie-
7 rend auf vorgenanntem noch zu entwickelnden Instrumentarium sollen perspektivisch jährlich
8 die Wirtschaftlichkeit der Vertriebskanäle bewertet und daraus Handlungsoptionen entwickelt
9 werden. Dies wird dann im AK Vertrieb diskutiert bzw. beschlossen. Die HVV GmbH wird den
10 Status der im Vertriebskonzept definierten kurzfristigen Ziele monitoren und die Zielerreichung
11 nachhalten.

12 Das Vertriebskonzept nebst Anlagen gilt ab 01.01.2022 auch für die im Kreis Steinburg durch-
13 geführten Verkehre. Das Vertriebskonzept gilt in den Landkreisen Cuxhaven, Rotenburg
14 (Wümme), Heidekreis, Uelzen und Lüchow-Danneberg nach Maßgabe der öffentlich-rechtli-
15 chen Vereinbarung über die Integration von SPNV-Teilstrecken in den HVV-Tarif.

16

2 Ziele des Vertriebskonzeptes

Der Vertrieb ist neben dem Betriebspersonal die Schnittstelle der Kunden mit den Verkehrsunternehmen im HVV-Verbundgebiet. Die über den Vertrieb angebotene Leistung beeinflusst das Bild des Kunden vom ÖPNV und trägt somit in hohem Maße zur Wahrnehmung des Erscheinungsbilds bei. Ein guter Vertrieb entsteht aus der Abwägung von Kundeninteressen und wirtschaftlichen Erfordernissen. Kernaufgabe des Vertriebes ist es, Fahrkarten und Fahrtberechtigungen zu verkaufen sowie die Kunden bezüglich HVV-Produkten und Fahrplänen zu beraten.

Die wichtigsten Kriterien des Vertriebs sind:

- zeitgemäß, kundenorientiert, barrierefrei
- Wirtschaftlichkeit
- kompetente neutrale und reisebegleitende Kundeninformation und -betreuung
- Erschließung weiterer Marktpotentiale
- Vernetzung und Optimierung der Vertriebswege
- Erhöhung der Kundenbindung und Kundenakzeptanz
- Reduzierung der Verluste durch Fahren ohne gültige Fahrkarte, Missbrauch und Betrug (Einnahmensicherung)
- Zentraler Zugang auf alle HVV-Serviceleistungen über MeinHVV (Single Sign-on)
- Gewinnung von Kundendaten und deren Nutzung für ÖPNV-spezifische Zwecke unter Einhaltung der Datenschutzbestimmung
- Abschaffung des fahrpersonalbezogenen Verkaufs in den Bussen
- Reduzierung des Bargeldhandlings bei Automaten und wenn möglich einzelne Automaten ohne Bargeldfunktion
- Stärkung des Verkaufs über die App(s) und über das/die Kundenportal(e)
- Entlastung der Servicestellen

Die hier aufgeführten und im Kapitel 5 genannten Ziele und strategischen Ausrichtungen sollten im Einklang mit den im Folgenden genannten Vorgaben des Digitalisierungskonzeptes der HVV GmbH stehen.

Oberziele

- Steigerung der Nachfrage
- Höhere Wirtschaftlichkeit
- Verbesserung der Lebensqualität in der Metropolregion

Strategische Unterziele aus Kundensicht

- Verbesserte Information
- Senkung der Nutzungshürden
- Höhere Flexibilität gemäß Kundenbedürfnissen
- Steigerung geschlossener Reiseketten
- Lifestyle
- Berücksichtigung Datenschutz

Strategische Unterziele aus Sicht der HVV GmbH und der Verkehrsunternehmen

- Steigerung der Tarifergiebigkeit
- Wirtschaftlichkeit von Vertrieb und Kommunikation

- 1 • Kundenbindung
- 2 • Verringerung der Herstellerabhängigkeit
- 3 • Intermodale Verkehre
- 4 • Steigerung elektronischer Vertrieb und Senkung konventioneller Vertrieb
- 5 • Datenmanagementsystem
- 6

7 Das Angebot der verschiedenen Vertriebswege muss auch unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten gut aufeinander abgestimmt werden. Gerade die elektronischen Vertriebswege müssen vernetzt werden und müssen sich einander ergänzen.

10 Die Aspekte Vertriebskosten, Kundenbindung und -gewinnung sind maßgeblich für die Bewertung der einzelnen Vertriebswege.

12 Der personalbediente Vertrieb in den Servicestellen ist eine wichtige Schnittstelle zu den Kunden und hat eine hohe Relevanz für eine ganzheitliche Kundenbetreuung. Alle klassischen Vertriebswege müssen in Umfang und Leistung je nach Ausbau der elektronischen Vertriebswege überprüft werden.

16 Das vorhandene bzw. auszubauende Vertriebsnetz kann nur aus einer an den Kundeninteressen ausgerichteten Verbundsichtweise betrachtet werden. Einheitliche Bedieneroberflächen, gleiche HVV-Angebote in den Servicestellen unterschiedlicher VVU und Einhaltung von CD-Vorgaben sind einzuhalten.

20 Wichtiges Kriterium ist es, neben der räumlichen Verfügbarkeit des Vertriebes auch eine über alle Vertriebspartner gleichmäßig hohe Qualität sicherzustellen. Im Bereich der HVV-Servicestellen wird hierfür das Mystery Shopping genutzt. Zur Sicherstellung der Qualität in allen Vertriebskanälen wird das Mystery Shopping oder das o.g. Instrumentarium zur der Qualitätsprüfung angewandt.

25 Im HVV-Verbundgebiet gilt der Grundsatz, dass die Reisenden bei Antritt der Reise im Besitz einer gültigen Fahrkarte oder Fahrtberechtigung sein müssen. Ein fahrpersonalbezogener Fahrkartenverkauf findet nur im Busbereich statt. Durch Vertriebssteuerung wird insbesondere der Verkauf über die elektronischen Vertriebswege gefördert. Weiterhin wird der fahrpersonalbezogene Fahrkartenverkauf im Bus reduziert und in Hamburg zum 01.01.2024 sowie im Umland mittelfristig eingestellt. Ein Kauf über Automaten im Fahrzeug findet grundsätzlich nicht statt. Ausgenommen hiervon sind die Prüf- und Verkaufssysteme (PVS) in direkter Zuordnung zum Fahrpersonal.

33 Alle tariflichen Überlegungen müssen mit vertrieblichen Umsetzungsmöglichkeiten abgewogen werden. Ziel ist es vorrangig, den Vertrieb einfacher zu gestalten und nicht den Tarif.

35 Weiteres Ziel ist die Vernetzung der KVP-Hintergrundsysteme für einen zentralen Zugang des Kunden (Single Sign-on).

37 Um einen wirtschaftlichen und an Kundeninteressen ganzheitlich ausgerichteten Vertrieb zu erreichen, bedarf es eines globalen Überblicks über die dafür relevante Vertriebsinfrastruktur. Hierfür sind die im Vertriebskonzept genannten Datenlieferungen der Verkehrsunternehmen notwendig. Die Verkehrsunternehmen stellen dem AK Vertrieb eine Übersicht zu den vertrieblichen Standorten zur Verfügung. Auf Basis dieser Übersicht wird gemeinsam im AK Vertrieb über notwendige Vertriebswege und deren Quantität bzw. Standorte abgestimmt.

- 1 Im Bereich der Schulungen des Personals soll ein einheitlich hohes Niveau erreicht werden.
- 2 Um ein einheitliches Erscheinungsbild und Wiedererkennung der Fahrkarten zu erreichen,
- 3 müssen alle Vertriebswege nach einheitlichen Vorgaben abgestimmt werden.
- 4 Außer den Vertriebswegen müssen auch die dort ausgegebenen Fahrkarten in den Punkten
- 5 Layout und Sicherheit einheitlichen Vorgaben genügen. Dies ist sowohl für unsere Kunden als
- 6 auch für das Personal, etwa die Prüfdienste, wichtig. Hierzu dient die als Anlage 14.4 zum
- 7 HVV-Vertriebskonzept beigefügte Richtlinie für den Verkauf von Fahrkarten nach dem HVV-
- 8 Gemeinschaftstarif.

3 Rollendefinition Vertrieb

3.1 Hamburger Verkehrsverbund GmbH (HVV GmbH)

Die HVV GmbH koordiniert den Vertrieb der einzelnen VVU im HVV. Die HVV GmbH selbst führt keinen Vertrieb durch. Entsprechend ist dies im Kooperationsvertrag verankert:

„Die HVV GmbH erarbeitet in Abstimmung mit den VVU Rahmenvorgaben für das Vertriebssystem. Das Vertriebssystem umfasst die Struktur, die Vertriebswege, das Erscheinungsbild der Beratungs- und Verkaufsstellen, die Fahrkartengestaltung, die verbundkompatible technische Ausstattung sowie die Tarif- und Fahrplaninformation.

Die HVV GmbH erarbeitet im Benehmen mit den VVU einheitliche Vorgaben für die Beförderungsbedingungen.“

3.2 Verbundverkehrsunternehmen (VVU)

Den Verkehrsunternehmen obliegt die Umsetzung des Vertriebes. Sie sind in diesem Zusammenhang auch alleiniger Kundenvertragspartner. Im Kooperationsvertrag ist dies wie folgt verankert: „Die VVU sind dafür verantwortlich, dass der Vertrieb nach Maßgabe der Rahmenvorgaben erfolgt.“

Die Verkehrsunternehmen können Vertriebsaufgaben an ein ZVU oder die HVV GmbH, die in diesem Sinne in der Rolle eines ZVU auftritt, zur Durchführung abgeben.

3.3 HVV GmbH als zentrale Verbundaufgabe HVV GmbH (ZVH)

Die VVU beauftragen die HVV GmbH, originäre Aufgaben der Verkehrsunternehmen in ihrem Auftrag als ZVH („zentrale Verbundaufgabe HVV GmbH“) wahrzunehmen. Die VVU als Auftraggeber finanzieren diese Aufgaben.

3.4 VVU als zentrales Verkehrsunternehmen (ZVU)

Die VVU beauftragen ein zentrales VVU, in ihrem Auftrag als ZVU („zentrale Verbundaufgabe Unternehmen“) wahrzunehmen. Die VVU als Auftraggeber finanzieren diese Aufgaben. In besonderen Fällen können die AT direkt mit den ZVU die Übernahme und Finanzierung von Aufgaben vereinbaren.

3.5 HVV GmbH und VVU als ZVG (Zentrale Verbundaufgaben Gemeinsam)

Das Kompetenzzentrum IT (KC IT) wird als ZVG betrieben und analog zur ZVH-Systematik über den sogenannten EAV-Schlüssel finanziert. Die Hochbahn, S-Bahn und HVV GmbH stellen jeweils Mitarbeiter für das KC IT. Das KC IT fungiert als Schnittstelle zur strategischen Bewertung, Koordination und zur Begleitung des operativen Betriebs unternehmensübergreifender IT-Projekte.

3.6 Aufgabenträger (AT)

Die AT finanzieren die Leistung der VVU soweit diese nicht durch Fahrgeldeinnahmen gedeckt sind. Die AT stimmen sich eng mit der HVV GmbH ab und berücksichtigen das Vertriebskonzept innerhalb der Vorgaben im Zuge der Ausschreibungen und Verkehrsverträge (direkt oder über die HVV GmbH).

3.7 Mobil and Sales Integration Cluster (MOSAIC)

Im Verbund ist die Entscheidung getroffen worden, eine zentrale Vertriebsplattform auf Basis von Microservices zu etablieren. Nach ausführlicher Diskussion und Aufbereitung durch das KC IT ist die Entscheidung für die MOSAIC-Plattform der HOCHBAHN gefallen (ehemaliges Wording: BEAM). Aus diesem Kontext heraus ergeben sich diverse Rollen rund um MOSAIC.

3.7.1 ZVU MOSAIC

Die Hochbahn über das ZVU MOSAIC betreibt und verwaltet die MOSAIC-Plattform inklusive des Fahrgastkontos für ID-Based und Account-Based Ticketing (ABT). Gemäß der Gremienbeschlüsse verantwortet das ZVU MOSAIC dabei folgende Rollen:

1. Produktverantwortung

Aufgaben: Umsetzung Anforderungsmanagement, Release Planung, Verwalten des Service-Katalogs und der technischen Dokumentation, Abstimmung mit AK Vertrieb und AK Digitalisierung

2. Software-Architektur

Aufgaben: Framework erstellen, Entwicklungsrichtlinien vorgeben

3. IT-Information Security-Management

Aufgaben: IT-Risikomanagement, Informationssicherheit (technische und organisatorische Maßnahmen), Sicherstellung der gesetzlichen Vorgaben, insbesondere BSI

4. Qualitäts-/Testmanagement

Aufgaben: Testvorgaben, Tests organisieren, Güte des Produktes sicherstellen

5. Betrieb

Aufgaben: Entwicklungsumgebung sicherstellen, Deployment, Zugangssystem verwalten, Betrieb überwachen

6. Verantwortung für First Level Support

Aufgaben: Erster Ansprechpartner für aufgetretene Probleme, Hilfestellung, zuordnen der Meldungen, ggf. Fehlerbehebung

7. Die Grundsätze der Datenhoheit zur Speicherung von Kundendaten werden umgesetzt.

Darüber hinaus gibt es in diesem Kontext Rollen, die nicht durch das ZVU MOSAIC abgedeckt werden. Diese sind unter 3.7.2 aufgeführt.

3.7.2 Rollen im Kontext MOSAIC außerhalb des ZVU

Die **KVP-Systeme** verbleiben ebenso wie die Kundendaten bei den Kundenvertragspartnern im HVV (DB, S-Bahn, Hochbahn). Diese verantworten auch die dazu gehörigen Prozesse und Applikationen (z.B. Onlineshop, Geofox-Auskunft, Hochbahn-Kundenportal). Gleiches gilt auch für angeschlossene Systeme ohne KVP-Status weiterer Unternehmen wie bOOD (VHH) oder Kundengarantie (HVV). Die Entwicklung weiterer Services kann durch alle Unternehmen gemäß den Rahmenvorgaben des ZVU MOSAIC erfolgen. Ziel ist es, dass alle zukünftigen Vertriebsprozesse über MOSAIC-Services laufen. Das ZVU MOSAIC stellt dabei sicher, dass Services nicht doppelt entwickelt werden. Neue fachliche Anforderungen werden über die zentralen vertrieblichen ZVU-Hochbahn-Ansprechpartner (ASB, AK Digitalisierung) an das ZVU MOSAIC weitergeleitet

Die an MOSAIC angeschlossenen Frontends sind über die ZVU Felder definiert: HVV für hvv.de, die HOCHBAHN für die Apps. In diesem Zuge verantwortet der HVV generell für hvv.de die CD-Vorgaben (auch für die Applikationen), das Tracking, die Einbindung der Applikationen (nicht die Applikationen selbst) und den zentralen LogIn.

Die Entscheidung über den zentralen **LogIn (ID Management)** wird vom KC IT vorbereitet und zur Entscheidung gebracht. Bis auf weiteres wird bis zu einer Entscheidung der meinHVV-LogIn präferiert. Zur Klarstellung: Zentrales LogIn/ID-Management und des Fahrgastkontos (ID-Based Ticketing) unter MOSAIC sind zwei Bestandteile, die eine technische Abhängigkeit besitzen, aber an unterschiedlichen Stellen der Architektur/Verantwortung liegen können.

3.7.3 Weitere Vorgehensweise

Die Governance-Regeln werden, aufsetzend auf dem Konzeptpapier MOSAIC 1.0 aus 2020, im Zusammenspiel zwischen ZVU und dem KC IT / AK Digitalisierung konkretisiert und in ein Regelwerk 2.0 überführt. Die genauen Services, Prozesse und Datentransfers zwischen den Systemen der KVPs müssen noch gesondert diskutiert und vom Beirat beschlossen werden.

4 Rollendefinition Einnahmensicherung

Unter diesen Punkt fallen alle Themen rund um Fahrkartensicherheit und Prüfung, die Aufgaben der Einnahmensicherung und Fahrkartenprüfung sind in Kapitel 10 dargestellt. Die Rollen bezüglich der Einnahmensteigerung (Absatzorientierung) sind in Kapitel 9 Ableitung Vertriebskanalsteuerung beschrieben.

4.1 HVV GmbH

Die HVV GmbH ist nach Kooperationsvertrag und Verkehrsverträgen für folgende Aufgaben zuständig:

- Vorgaben zu Prüfleistungen
- Sicherstellung der Einhaltung der Prüfleistung
- Anforderungen an Prüfsicherheit bei Ausgabemedien

Gemäß Kooperationsvertrag gilt: „Die HVV GmbH legt die Mindestanforderungen für die Fahrkartenkontrolle fest.“

4.2 HVV GmbH als ZVH

Die HVV GmbH ist nach ZVH-Aufgabe für folgende weitere Aufgaben zuständig:

- Vorgabe detaillierter Prüfleistungen
- Koordination der Prüfungen
- Entwicklung neuer Ansätze gemeinsam mit den VVU
- Maßnahmenoptimierung zwischen den VVU
- Vorschläge für Sicherheitsmerkmale
- Weiterentwicklung VDV-KA Sicherheitsstandards
- zentraler Ansprechpartner bei Fahrkartenfälschung und Koordinierung von Gegenmaßnahmen

4.3 VVU

Die VVU sind verantwortlich für:

- detaillierte Ausarbeitung und Umsetzung der HVV-Vorgaben
- Mitwirkung bei allen unter 4.2 genannten Punkten
- Durchführung von Kontrollen
- Erlössicherung
- Entscheidung über Sicherheitsmerkmale nach Vorschlägen der HVV GmbH
- EB-Einzug

4.4 VVU als ZVU

Die VVU als ZVU sind verantwortlich für:

- Umsetzung der Sicherheitsmerkmale auf von ZVU geleiteten Ausgabemedien (z.B. Abonnement, HVV-Onlineshop und HVV-Onlineshop für Firmen)
- Fahrkartenprüfung Bus im Umland seit 1.1.2020

38 **4.5 AT**

39 Die Aufgabenträger geben über Verkehrsverträge die Leistungen vor (direkt oder über die HVV
40 GmbH).

5 Vertriebskonzept je Kundenkontaktpunkt

5.1 Verkauf in den Fahrzeugen

5.1.1 Allgemeines

Grundsatz der HVV GmbH ist aus Gründen der Einnahmensicherung, dass der Fahrgast vor Betreten des Fahrzeuges bzw. des fahrkartenpflichtigen Bereiches im Besitz einer gültigen Fahrkarte sein muss. Ein Verkauf in den Fahrzeugen erfolgt grundsätzlich nur in den Bussen und nicht im Bahnverkehr. Aktuell bietet der fahrpersonalbezogene Fahrkartenverkauf im Bus eine bequeme Möglichkeit des Fahrkartenkaufs und senkt Zugangshemmnisse zum ÖPNV. Generell ist ein Fahrkartenverkauf direkt am Arbeitsplatz des Fahrpersonals und in Hamburg über PVS vorgesehen. Nachteilig wirkt sich der fahrpersonalbezogene Fahrkartenverkauf im Bus jedoch auf die Fahrzeiten und die zusätzlichen Belastungen des Fahrpersonals durch Bargeldhandling und Abrechnung aus.

Für den Verkauf und die Abrechnung sind die Verkehrsunternehmen zuständig. Die Verkehrsunternehmen stellen der HVV GmbH bei Bedarf linienbezogene Verkaufs- und Umsatzzahlen zu Marktforschungszwecken und zur Ermittlung von Vorgaben für die Fahrkartenprüfung zur Verfügung. Die Verkehrsunternehmen mit Zeitkartenverkauf im Bus stellen der HVV GmbH einmal jährlich die verkauften Stückzahlen und Umsätze zur Verfügung.

Im HVV-Verbundgebiet gilt die Regelung des kontrollierten Einstiegs vorn in den Bussen mit Ausnahme der Metrobuslinien 4, 5 und 6. Aktuell ist in der Diskussion, den Einstieg vorn im Stadtgebiet der Freien und Hansestadt Hamburg abzuschaffen und im Umland aufgrund bestehender Vertragsverhältnisse beizubehalten.

Eine zeitliche und räumliche elektronische Einstiegskontrolle für Zeitkarten im Abonnement und/oder für Bartarifsfahrkarten per AFB (Aktivierung der Fahrkartenkauffunktion für den Bartarif) mittels HVV-Card wird seit 2018 bei der HOCHBAHN und der VHH durch ein Prüf- und Verkaufssystem (PVS) und im Umland bei Busunternehmen mittels EFAD vorgenommen. Zusätzlich ist ein elektronisches Gerät vorzuhalten, welches dem Kunden über die Gültigkeit seiner vorhandenen Fahrkarte informiert.

Verkehrsvertragliche Verpflichtungen und Aufgabenträgerverpflichtung

Vorrangig zum Vertriebskonzept gelten die Rahmenbedingungen der verkehrsvertraglichen Regelungen.

Vertriebsinfrastruktur

Der Verkauf von Fahrkarten wird mittels elektronischer Fahrscheindrucker (EFAD) durchgeführt (Papier und HVV-Card). Seit 2018 können mittels des PVS die mindestens acht nachfragestärksten Fahrkarten bargeldlos verkauft werden. Als Ausnahme sind in den Bussen von Buchholz Bus Automaten im hinteren Bereich der Fahrzeuge installiert.

Standortauswahl

entfällt

1 **Qualitätssicherung**

2 Für den Verkauf von Fahrkarten sind die Vorgaben der HVV-Layoutrichtlinie zu berücksichti-
3 gen. Bei Fahrkartenkontrollen wird die Umsetzung geprüft und Zuwiderhandlungen dem Ver-
4 bund mitgeteilt.

5 **Produktportfolio**

6 Über die elektronischen Fahrscheindrucker (EFAD) der Busse sowie über mobile Verkaufsg-
7 eräte (Taschenkassen) wird das vollständige Bartarifsortiment (Einzel-, Tages- und Gruppen-
8 karten) sowie die Sonderangebote Hamburg CARD (ohne 4-, 5-Tage-Karte) angeboten.

9 Der Verkauf von Zeitkarten im Bus ist nicht vorgesehen (Beschleunigung der Abfertigung, Re-
10 duzierung von Papierkosten, Verringerung der Kassenbestände). Lediglich in einigen ver-
11 kehrsvertraglich vereinbarten Verkehrsnetzen in Teilen von Schleswig-Holstein findet - wegen
12 der schlechteren Erreichbarkeit der Servicestellen - der Verkauf eines begrenzten Zeitkarten-
13 sortiments in den Fahrzeugen statt.

14 Über das PVS der HOCHBAHN und der VHH werden nur die nachfragestärksten Fahrkarten
15 angeboten. Welche Fahrkarten dies im Einzelnen sind, kann linienabhängig variieren. Falls
16 vom AT im Umland gefordert, können alle Fahrkartenarten verkauft werden.

17 Die eTicketing Akzeptanz bedeutet insbesondere Unterstützung der derzeit im HVV gültigen
18 KA Version inklusive Sperrlisten und Aktionslisten.

19 Neben der reinen Verkaufstätigkeit soll das Fahrpersonal im Rahmen der betrieblichen Mög-
20 lichkeiten weiter Auskünfte zu Kundenanfragen hinsichtlich Tarif und Fahrplan erteilen.

21 **Fremdtarife**

22 Fremdtarife werden nur angeboten, wenn dies aufgrund hoher Nachfrage oder verkehrsver-
23 traglicher Regelungen beschlossen bzw. gefordert wird.

24 Das Angebot des SH-Tarifs ist eine Service-Leistung der VVU. Fahrkarten zum SH-Tarif gibt
25 es im HVV-Verbundgebiet in den Buslinien dort, wo der SH-Tarif gilt (Hamburg AB und Schles-
26 wig-Holstein). Es werden Einzel-, Tages- und Kleingruppenkarten sowie Zeitkarten für eine
27 Woche, einen Monat und Abo-Karten, auch für Schüler, angeboten. Bei der VHH werden da-
28 von abweichend keine Zeitkarten des SH-Tarifs verkauft.

29 **CD-Manual**

30 Der Fahrscheinaufdruck erfolgt in Klarschrift; es gelten die Inhalte gemäß Layoutrichtlinie für
31 den Verkauf von Fahrkarten nach dem Gemeinschaftstarif des Hamburger Verkehrsverbundes
32 (siehe Anlagen 14.3 und 14.4). Es ist Fahrkartenpapier nach HVV-Standard zu verwenden
33 (Anlage 14.1). Ausnahmen sind nur mit Genehmigung der HVV GmbH zulässig.

34 **Besonderheiten Fahrkartenpapier**

35 Aufgrund des Angebotes von Zeitkartenverkäufen in einigen Kreisen Schleswig-Holsteins, er-
36 folgt der Busverkauf dort für alle Fahrkartensorten (Bartarif, Zeitkarten) auf dem Sicherheits-
37 papier für Zeitkarten.

38

1 Bezahlararten

2 Der Verkauf über EFAD erfolgt ausschließlich in bar. Die Annahme größerer Geldscheine ohne
 3 Wechselmöglichkeit erfolgt gegen Ausgabe einer Wechselgeldquittung, die in den Servicestel-
 4 len eingelöst werden kann.

5 Der Kauf über PVS mit der HVV-Card erfolgt unbar.

6 5.1.2 Verkauf in den Bussen

7 Anzahl Fahrzeuge 2.409 (Stand: 31.12.2021)

Verkehrs- unternehmen	HOCH- BAHN	VHH	Auto- kraft	KVG	RMVB	die linie	VKP	KViP	OvA
Anzahl der Fahrzeuge	1.107	509	190	428	39	14	19	60	4

Verkehrs- unternehmen	VGS	VEBU	VLP	NAH- BUS	Rhode
Anzahl der Fahrzeuge	19	8	5	2	5

10 Ausführende Unternehmen:

11 HOCHBAHN, VHH, Autokraft, KVG, RMVB, die linie, VKP, KViP, OvA, VGS, VEBU, VLP,
 12 NAHBUS, Rhode

13 Ziele und strategische Ausrichtung

Kurzfristig (2021 – 2023)		
Ziel	Meilensteine	Umsetzung
<ul style="list-style-type: none"> Zur Beschleunigung des Busverkehrs soll die Zahl der Verkaufsvorgänge beim Fahrpersonal im Bus weiter reduziert werden. 	<ul style="list-style-type: none"> Umsetzung im ersten Schritt für Stadtgebiet FHH bis Ende 2023 (>10% der Verkäufe) Umland ab 2024 Adaption 	<ul style="list-style-type: none"> HOCHBAHN und VHH im ersten Schritt alle Bus-VU im zweiten Schritt
<ul style="list-style-type: none"> Einführung der HVV Prepaid Karte 	<ul style="list-style-type: none"> 01.07.2022 Friendly-User-Phase 01.10.2022 Go-Live und Start Verkauf im Einzelhandel 01.01.2024 kein Verkauf mehr über EFAD 	<ul style="list-style-type: none"> alle Bus-VU
<ul style="list-style-type: none"> Reduzierung der Verkaufsvorgänge durch elektronische Vertriebswege und zusätzliche örtliche Fahrkartenautomaten 	<ul style="list-style-type: none"> tbd. 	<ul style="list-style-type: none"> tbd.

• Überprüfung Notwendigkeit Zeitkartenverkauf im Umland	• tbd.	• tbd.
• Einführung hvv Any (Check-in/Be-out)	• Anfang 2022	• ZVU HOCHBAHN
• Prüfung von Pricing-Maßnahmen	• tbd.	• tbd.
• Barcodeprüfung sowie die Prüfung der HVV Prepaid Karte müssen am EFAD/PVS im Umland möglich sein, dafür Reduzierung technische Prüfzeit	• Ende 2022	• alle Bus-VU
• Stärkung des digitalen Kundenservices (Reisebegleitung, Barrierefreiheit usw.)	• tbd.	• tbd.

1

Mittelfristig (2024 – 2026)
• Reduzierung Verkaufsvorgänge
• Abschaffung des fahrpersonalbezogenen Fahrkartenverkaufs unter Beibehaltung der Servicefunktion in Bezug auf Tarif- und Netzauskünfte bei erfolgreicher Vertriebssteuerung zu Smartphone, hvv Any, Automat etc.
• Möglichkeit des kontaktlosen Bezahlers (Girocard, Kreditkarte, PayPal usw.)

2

Langfristig (ab 2027)
• Überlegungen zum Vertrieb und Bereitstellung Information im Rahmen des autonomen Fahrens

3

4 **5.1.3 Verkauf in den Bahnen**

5 In den Bahnen wird kein Verkauf zugelassen. Ausnahmen sind in Abstimmung mit der HVV
6 GmbH nachweisbare wirtschaftliche Gründe, wie zum Beispiel bei Bedarfshalten oder ver-
7 kehrsvertragliche Regelungen, wie z.B. bei NBE-Zügen.

8 In den personalbesetzten Bahnen kann bei Automatenausfällen in Abstimmung mit der HVV
9 GmbH ein Notverkauf mittels mobiler Geräte erfolgen.

5.2 Verkauf in den Servicestellen

5.2.1 Allgemeines

Die Servicestellen sind unverzichtbare Schnittstellen zwischen Kunden und HVV GmbH, wenn es um den persönlichen Kontakt geht. Bedeutung und Aufgabengebiet verändern sich mit den elektronischen Vertriebswegen, der Zunahme des fernbedienten Verkaufs und der Self-Service-Terminals.

Servicestellen im HVV-Verbundgebiet werden durch die Verkehrsunternehmen mit eigenem Personal oder durch Dritte betrieben. Die Finanzierung der Servicestellen erfolgt entweder durch die Verkehrsunternehmen, über den ZVU-Etat (Stadtteilbüros), über Verkehrsverträge oder über Aufgabenträger (im Umland).

Für Öffnungszeiten und -tage wird kein einheitliches Schema vorgegeben. Generell sind möglichst kundenfreundliche Öffnungszeiten anzustreben; in jedem Fall müssen die Nachfragespitzen vor Ort bei der Festlegung der jeweiligen Öffnungszeiten berücksichtigt werden.

Die Versorgung mit sämtlichem aktuellem Informationsmaterial ist flächendeckend und zeitnah in ausreichender Anzahl sicherzustellen. Dies gilt auch für Sonderinformationen einzelner Verkehrsunternehmen.

Verkehrsvertragliche Verpflichtungen und Aufgabenträgerverpflichtung

In den Verkehrsverträgen sind Mindestanforderungen für Standorte von Servicestellen vorgegeben. Die jeweils aktuellen Standorte aller Servicestellen sind der Anlage 14.6 zu entnehmen. Servicestellen außerhalb der Tarifränge Hamburg AB, die nicht in den Verkehrsverträgen geregelt sind und durch Fremdpersonal betrieben werden, unterliegen einer Finanzierung durch den jeweiligen Aufgabenträger. Die Standortauswahl erfolgt durch den Aufgabenträger und zuständigem VVU in Abstimmung mit der HVV GmbH. Die Kosten für den Betrieb trägt der Aufgabenträger.

Vertriebsinfrastruktur

Der Verkauf von Fahrkarten erfolgt in allen Servicestellen über ein elektronisches Kassensystem. Hier werden sämtliche Einzel- und Zeitkarten erstellt. Ebenso ist die Möglichkeit des taggenauen Eintritts ins Abonnement über die Abo-Startkarte zu gewährleisten. Die Geräte sind pro Verkehrsunternehmen mit einem zentralen Rechner verbunden, über welchen die Abrechnung (Anlage 14.2) und die Tarifpflege erfolgt. Die Anforderungen im Einzelnen sind in Anlage 14.3 „Betrieblicher und technischer Leistungsumfang des Fahrkarten-Verkaufssystems“ dargestellt. Für die Leistungen der HVV-Card ist ein Business-Enterprise-Service (BES) eingerichtet, über den die Prozesse im Hintergrundsystem angestoßen werden. Mit Einführung neuer Verkaufssysteme werden die Anforderungen gemäß Anlage 14.3 angepasst und mit der HVV GmbH abgestimmt.

1 Standortauswahl

2 Das notwendige Servicestellennetz wird durch Verkehrsunternehmen und HVV GmbH defi-
3 niert. In die Bewertung der notwendigen Standorte fließen verkehrsvertragliche Vorgaben, die
4 bereits vorhandenen Standorte, die räumliche Betrachtung, die Anforderungen eines Min-
5 destangebotes, Verkaufs- und Umsatzzahlen sowie Strukturdaten ein. Weiter werden städte-
6 bauliche Vorhaben (z.B. Oberbillwerder) und die verkehrlichen Planungen (z.B. U4, U5, S32
7 und S4) sowie die Anforderungen aus dem Hamburg-Takt für eine langfristige Konzeption des
8 Servicestellennetzes durch die Verkehrsunternehmen in Abstimmung mit der HVV GmbH be-
9 rücksichtigt.

10 Die aktuelle Standortauswahl ist der Anlage 14.6 zu entnehmen.

11 Der Vertrieb von Fahrkarten ist Aufgabe der Verkehrsunternehmen. Über die aus Unterneh-
12 menssicht notwendigen oder wünschenswerten Anpassungen am Servicestellennetz oder
13 dessen Leistungen soll die HVV GmbH informiert werden. Die HVV GmbH übernimmt eine
14 koordinierende Funktion zwischen den Verkehrsunternehmen, um einen Wettbewerb im Ver-
15 trieb zwischen den Verkehrsunternehmen zu vermeiden.

16 Qualitätssicherung (Mystery Shopping)

17 Die Servicestellen und der fernbediente Verkauf werden zum Zwecke der Qualitätsüberprü-
18 fung und -sicherung einem kontinuierlichen Mystery Shopping unterzogen.

19 Für die Durchführung des Mystery Shoppings und einer gemeinschaftlich zu bewertenden jähr-
20 lichen Standortanalyse stellen die Verkehrsunternehmen der HVV GmbH jeweils jährlich Ver-
21 kaufs- und Umsatzzahlen der einzelnen Servicestellen zur Verfügung. Die Durchführung des
22 Mystery Shoppings ist abhängig von der Finanzierungszusage durch den ASB und liegt in der
23 Durchführungsverantwortung der HVV GmbH. Im AK Vertrieb werden jährliche Ziele für das
24 Mystery Shopping vereinbart, welche regelmäßig überprüft und nach Ergebnisvorlage ange-
25 passt werden.

26 Produktportfolio

27 Das Serviceangebot umfasst im Wesentlichen den Verkauf des Abos, von Zeitkarten und be-
28 darfsweise von Einzelkarten mittels aktueller Medien sowie die Ausstellung bzw. Änderung
29 von Kundenkarten, die Abwicklung der vorgeschriebenen Formalitäten im Rahmen des Schü-
30 ler-/Studenten- und Auszubildenden-Verkehrs, die Prüfung von Berechtigungsnachweisen im
31 Ausbildungsverkehr, den Kundendienst für HVV-Abonnenten, die Ausgabe von Abo-Startkar-
32 ten, die Annahme und Prüfung des Formulars für den Sozialrabatt, Fahrplanauskünfte sowie
33 die allgemeine Beratung. Weitere Aufgaben sind zudem analoge Bestellungen, digitaler Fahr-
34 kartenverkauf, Ausbildungs-, Senioren- und Sozialberechtigungen sukzessive digital erfassen
35 und die HVV-Card elektronisch beschreiben, Erstattungen, Änderungen Kundendaten, Kündi-
36 gungen, Kartensperrungen, Ersatzkartenerstellungen beauftragen, ergänzende Beratungs-
37 leistungen für neue Vertriebsmedien (App, hvv Any etc.), digitale Produkt- und Gültigkeitsän-
38 derungen, Bearbeitung des erhöhten Beförderungsentgelts (EB) sowie vermehrt Auskünfte
39 über den aktuellen Inhalt der HVV-Card.

40

Hierbei ist generell in vier Aufgabengebiete zu unterscheiden:

- reine Beratung
- Beratung mit Verkaufsabschluss
- reiner Verkauf
- Unterstützung des selbstbedienten Verkaufs

Dabei wird die schon heute hohe Bedeutung der Beratungsleistung weiter zunehmen und muss neben den reinen Verkaufsvorgängen bei der Entscheidung über notwendige Standorte mit berücksichtigt werden.

Die technische Akzeptanz des eTicketing setzt insbesondere die Unterstützung der derzeit im HVV gültigen KA Version inklusive Sperrlisten und Aktionslisten voraus.

Abweichende Anforderungen für den fernbedienten Verkauf und für Self-Service-Terminals sind in der Anlage 14.3 aufgeführt.

Fremdtarife

Fahrkarten zum SH-Tarif gibt es im HVV-Verbundgebiet in den Servicestellen von DB Regio, S-Bahn, HOCHBAHN und AKN dort, wo der SH-Tarif gilt (Hamburg AB und Schleswig-Holstein).

In den Servicestellen im niedersächsischen HVV-Verbund- und Tarifgebiet werden Karten des Niedersachsentarifs sowie des VBN-Tarifs verkauft.

CD-Manual

Die Standards in Bezug auf Außendarstellung und Ausstattung (HVV-CD) sind im HVV-Corporate Design (Anlage 14.5) dargestellt (Einführung neues HVV CD gemäß Phasenkonzept). Eine Abweichung von diesen Vorgaben, etwa aus baulichen Gründen, ist nur mit Zustimmung der HVV GmbH möglich. Zusätzlich gilt bei verkehrsvertraglich geregelten Servicestellen im Schienenverkehr außerhalb des Geltungsbereichs Hamburg AB in Schleswig-Holstein die Regelung, dass es sich um „HVV/NAH.SH“-Servicestellen mit einem abgestimmten CD handelt.

Bezahlarten

In den HVV-Servicestellen ist neben der Annahme von Bargeld auch die Kreditkartenzahlung mittels Mastercard und Visacard (mit oder ohne PIN) vorgeschrieben. Darüber hinaus ist auch die Zahlung mit Girocard möglich. Die Ausweitung auf andere Bezahlarten soll nach Kosten-/Nutzengesichtspunkten erfolgen.

5.2.2 Eigene Servicestellen

Anzahl: 31 (Stand: August 2021)

Verkehrs-un- ternehmen	HOCHBAHN	DB Regio	S-Bahn	AKN	KVG	EVB	metro- nom
Anzahl der Ser- vicestellen	5	6	9	2	1	2	
Anzahl fernbe- dienter Verkauf							1

Verkehrsunternehmen	KViP	NBE	Start	erixx
Anzahl der Servicestellen	1	1	1	
Anzahl Video-Servicestellen			1	1

1

2 Ausführende Unternehmen:

3 HOCHBAHN, DB Regio, S-Bahn, AKN, KVG, EVB, metronom, KViP, NBE, Start, erixx

4 **Besonderheiten Eigene Servicestellen**

5 Eigene Servicestellen sind mit eigenem oder beauftragtem Fachpersonal besetzt und sollen
6 alle Leistungen erbringen.

7 **Besonderheiten fernbedienter Verkauf**

8 Der fernbediente Verkauf erfolgt mittels Datenübertragung an einen zentralen Ort durch qua-
9 lifiziertes eigenes oder durch beauftragtes Fachpersonal mit einem eingeschränkten Service
10 im Bereich des klassischen analogen Vertriebs. In Zukunft werden die Leistungen in Bezug
11 auf die HVV-Card erweitert.

12 **5.2.3 Service-Kooperationen inkl. ZVU-finanzierte Servicestellen (Stadtteilbüros)**

13 Anzahl: 40 (Stand August 2021)

Verkehrsunternehmen	HOCHBAHN	HOCHBAHN ZVU	DB Regio	S-Bahn	erixx	AKN	metronom	Start
Anzahl der Servicestellen	10	13	2	6	1	1	6	1

14

15 Ausführende Unternehmen:

16 HOCHBAHN, DB Regio, S-Bahn, erixx, AKN, metronom, Start

17

18 **Besonderheiten Servicekooperationen**

19 Service-Kooperationen werden mit Drittanbietern geschlossen, die mit ihrem eigenen Personal
20 alle Leistungen in Ihren Räumlichkeiten erbringen.

21 **5.2.4 Verkaufsstellen**

22 Anzahl:9 (Stand: August 2021)

Verkehrsunternehmen	KVG
Anzahl der Servicestellen	9

23

1 Ausführende Unternehmen:

2 KVG

3 **Besonderheiten Verkaufsstellen**

4 Verkaufsstellen im HVV-Verbundgebiet werden durch die Verkehrsunternehmen betreut und
 5 durch Dritte betrieben. In den Verkaufsstellen werden lediglich die am häufigsten nachgefrag-
 6 ten Monatswertmarken - z.B. für Schüler - verkauft. Es gibt kein Kassensystem oder Fahr-
 7 scheindrucker. Die Ausgabe erfolgt über bestellte und vorgedruckte Wertmarken. Die Abrech-
 8 nung erfolgt durch die Verkehrsunternehmen. Außer der Ausgabe von Informationsprospekten
 9 finden keine weitere Beratung oder andere Dienstleistungen wie die Ausstellung von Kunden-
 10 karten statt.

11 Die Notwendigkeit von Verkaufsstellen ist unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten beim Aus-
 12 bau von Vertriebswegen (HVV-Card) neu zu bewerten. Bei der Umstellung auf HVV-Card ist
 13 eine Neukonzeption des Vertriebsweges vorzunehmen (Kassensystem etc.).

14 **Ziele und strategische Ausrichtung**

Kurzfristig (2021 – 2023)		
Ziel	Meilensteine	Umsetzung
<ul style="list-style-type: none"> • jährliche Standortanalyse inklusive Prüfung für weitere Standorte zum fernbedienten Verkauf und Ausbau der Leistungen des fernbedienten Verkaufs 	<ul style="list-style-type: none"> • jährlich im Mai 	<ul style="list-style-type: none"> • VU und HVV GmbH
<ul style="list-style-type: none"> • Reduzierung des Massengeschäfts durch Verlagerung zu selbstbedienten Systemen wie den elektronischen Vertriebswegen oder Automaten 	<ul style="list-style-type: none"> • Bestandsaufnahme • Festlegung Zielwerte 	<ul style="list-style-type: none"> • HVV GmbH und VU
<ul style="list-style-type: none"> • Erstellung eines Konzepts für den Ersatz von Verkaufsstellen 	<ul style="list-style-type: none"> • In Abhängigkeit der weiteren Entwicklung HVV-Card 	<ul style="list-style-type: none"> • HVV GmbH
<ul style="list-style-type: none"> • In den Servicestellen soll mit Einführung der HVV-Card durch die digitale Vernetzung der VVU eine KVP-übergreifende individualisierte Beratung auf Basis der Kundendaten erfolgen 	<ul style="list-style-type: none"> • tbd. 	<ul style="list-style-type: none"> • HVV GmbH und VU
<ul style="list-style-type: none"> • Umstellung auf digitale Berechtigungsprüfung für alle Fahrkarten inkl. Sozialkarte 	<ul style="list-style-type: none"> • Auftaktveranstaltung Juni 2021 	<ul style="list-style-type: none"> • HVV GmbH und VU
<ul style="list-style-type: none"> • Entlastung der Servicestellen von Problemfällen bei der Prüfung mit der HVV-Card 	<ul style="list-style-type: none"> • Start Vorstudie Juni 2021 	<ul style="list-style-type: none"> • HVV GmbH
<ul style="list-style-type: none"> • Verkauf und Aufladen der HVV Prepaid Karte über Dritte 	<ul style="list-style-type: none"> • tbd. 	<ul style="list-style-type: none"> • tbd.

15

Mittelfristig (2024 – 2026)
<ul style="list-style-type: none"> • Das Aufgabengebiet „Beratung und Service“ wird in den eigenen Servicestellen durch die neuen elektronischen Vertriebswege weiter an Bedeutung gewinnen. Der Bedarf dieser Leistungen muss bei der Standortanalyse neben den reinen Verkaufsdaten mit berücksichtigt werden

1

Langfristig (ab 2027)

- Langfristig könnte der weitere Ausbau der elektronischen Vertriebswege zur Folge haben, dass die Kundenfrequenz in den Servicestellen sinken wird. Aus wirtschaftlichen Erwägungen muss daher das Servicestellennetz regelmäßig auf den Leistungsumfang hin untersucht werden.

2

5.3 Verkauf an Fahrkartenautomaten

5.3.1 Allgemeines

Der Erwerb von Fahrkarten im Schnellbahn- und Regionalbahnverkehr sowie im Schiffsverkehr erfolgt grundsätzlich vor Fahrtantritt über stationäre Fahrkartenautomaten (FAA) und Self-Service-Terminals (SST). Dabei soll eine einheitliche Kundenbedienung mit ausreichender Kundeninformation sichergestellt werden. Dies dient der Vermeidung von Fahrgeldhinterziehungen. Der Kauf am Automaten muss einfach sein. Dies wird durch das einheitliche Verkaufsmenü unterstützt. Änderungen im Verkaufs- bzw. Startmenü werden im AK Vertrieb abgestimmt.

Darüber hinaus gibt es auch FAA oder SST an ausgewählten Bushaltestellen als zusätzliche Servicegeräte zur Entlastung des fahrpersonalbezogenen Fahrkartenverkaufs im Bus. Diese FAA und SST sind nicht im Standortkonzept vorgeschrieben. Die Verantwortung der Standortauswahl liegt bei dem jeweiligen Verkehrsunternehmen mit Informationspflicht an die HVV GmbH.

Für den barrierefreien Zugang zu Schnellbahn- und Regionalbahnstationen ist zu gewährleisten, dass die Möglichkeit der Nutzung eines barrierefrei erreichbaren FAA oder SST besteht. Ob hierfür ein zusätzlicher FAA bzw. SST oder ein Verweis auf den nächstgelegenen FAA bzw. SST notwendig ist, wird in Abstimmung mit der HVV GmbH entschieden.

Bei Tarifänderungen müssen alle FAA und SST zum ersten Tag der Tarifänderung auf die neuen Tarife umgestellt werden.

Es ist eine umgehende Störungsmeldung bzw. Störungsbeseitigung sicherzustellen, z.B. durch Fernüberwachung bei ortsfesten FAA oder SST.

Durch die gezielte Vertriebssteuerung hin zu den elektronischen Vertriebswegen werden die Verkaufs- und Umsatzzahlen des HVV-Tarifs der FAA und SST mittelfristig sinken. Die HVV GmbH erhält einmal jährlich die HVV-bezogenen Stückzahlen und Umsatzsummen der einzelnen FAA und SST.

Für die Verkehrsunternehmen bzw. Verkehrsmittel gelten folgende abgestimmten Sonderregelungen:

- **HADAG:** Es werden z.T. noch Geräte auf Schiffen eingesetzt, die aber zum Ende des Jahres 2021 vollständig abgebaut werden.
- **Nordbahn:** Es werden z.T. Geräte in Zügen eingesetzt, da aus technischen Gründen nicht jede Haltestelle mit FAA ausgerüstet werden kann.
- **Buchholz Bus:** Im Bereich Buchholz Bus werden auch Fahrkartenautomaten im Bus betrieben.
- **Schnellbahn:** Jede Haltestelle ist bedarfsorientiert mindestens mit einem Fahrkartenautomaten oder SST auszustatten. Die Notwendigkeit von weiteren FAA oder SST an den Zugängen richtet sich nach den Verkaufs- und Umsatzzahlen und ist mit der HVV GmbH abzustimmen.

Bei sehr geringen Verkaufs- und Umsatzzahlen kann in Abhängigkeit der örtlichen Strukturen mit der HVV GmbH eine Reduzierung von FAA oder SST vereinbart werden.

1 Im Schnell- und Regionalbahnbereich ist für die Information der Fahrgäste im Überblick
2 ergänzend sicherzustellen, dass zum FAA oder SST bzw. zur FAA- oder SST-Gruppe jeweils
3 ein Aushang nach HVV CD-Manual C 2.5 Tarifinformation vorhanden ist (direkt am bzw. in
4 unmittelbarer Zuordnung zum FAA bzw. SST).

- 5 • **Regionalbahnverkehr:** Jede Haltestelle ist bedarfsorientiert mindestens mit einem
6 FAA bzw. SST auszustatten. In Abstimmung mit der HVV GmbH kann dieser Standard
7 bei bestimmten Strecken mit sehr geringer Fahrgastnachfrage überprüft werden,
8 nämlich dort, wo auf bestimmten Streckenabschnitten ein durchgängiger Verkauf vor
9 Fahrtantritt über stationäre FAA bzw. SST nicht wirtschaftlich sichergestellt werden
10 kann. Als Ergebnis dieser Untersuchung kann mit der HVV GmbH eine Reduzierung
11 vereinbart werden. Auf der jährlichen Sitzung des AK Vertrieb zur Vertriebsentwicklung
12 werden Möglichkeiten einer weiteren Optimierung der Standorte von FAA bzw. SST
13 untersucht.

14 Eine umfassende Information der Kunden ist in jedem Fall sicherzustellen.

15 Im Regionalbahnbereich ist für die Information der Fahrgäste im Überblick ergänzend zum
16 FAA bzw. SST bzw. zur FAA-/SST-Gruppe jeweils ein Aushang vorzusehen (direkt am bzw.
17 in unmittelbarer Zuordnung zum Fahrkartenautomaten). In den Tarifrängen G und H werden
18 nur eingeschränkte Informationen zum HVV-Zeitkartenverkauf angeboten.

19 **Verkehrsvertragliche Verpflichtungen und Aufgabenträgerverpflichtung**

20 Vorrangig zum Vertriebskonzept gelten die Rahmenbedingungen der verkehrsvertraglichen
21 Regelungen. Für Schleswig-Holstein und Niedersachsen kann eine Abbestellung von FAA
22 bzw. SST nur nach Vereinbarung zwischen dem EVU und den betreffenden AT erfolgen.

23 **Vertriebsinfrastruktur**

24 entfällt

25 **Standortauswahl**

26 Die aktuelle Standortauswahl ist der Anlage 14.8 zu entnehmen.

27 **Qualitätssicherung**

28 Eine Qualitätssicherung findet in Teilen im QSV der HVV GmbH statt. Mit den Auswertungen
29 der Kundenbeschwerden wird auch eine ständige Überprüfung durchgeführt.

30 **Produktportfolio**

31 Angeboten werden in den Ringen A-F das vollständige Bartarifsortiment (Einzel-, Tages- und
32 Gruppenkarten) sowie das Sonderangebot Hamburg CARD. In den Ringen G+H werden aus-
33 schließlich Zeitkarten über die HVV-Card verkauft. Über die HVV-Card werden neben dem
34 Bartarifsortiment zusätzlich Wochen- und Monatskarten verkauft (nur Wiederholungskauf). Zu-
35 dem sind Verlängerungen von Abonnementskarten und SemesterTickets auf HVV-Card vor-
36 gesehen. Monatswertmarken gibt es bei DB Regio, Start GmbH, EVB, S-Bahn und AKN auch
37 als Papierfahrkarte während der Konsolidierungsphase im Zuge der Umstellung auf die HVV-
38 Card. Ziel ist es weiterhin, den Vertrieb über die elektronischen Vertriebskanäle zu fördern und
39 den Vertrieb von Papierfahrkarten zu reduzieren.

Die technische eTicketing Akzeptanz des eTicketing setzt insbesondere die Unterstützung der derzeit im HVV gültigen KA Version inklusive Sperrlisten und Aktionslisten voraus.

Fremdtarife

Angeboten wird über das HVV-Menü der Schleswig-Holstein-Tarif (Hamburg AB und SH-Kreise).

CD-Manual

Eine einheitliche Farbgebung aller HVV-Fahrkartenautomaten gemäß HVV-CD ist verbindlich, es sei denn es handelt sich um Geräte die auch wesentliche Absatzanteile des SH-Tarifs, C-Tarifs (voraussichtlich ab 2022 Deutschlandtarif) bzw. Niedersachsentarifs haben. Solche FAA mit kombinierter Nutzung, etwa bei der DB Regio, S-Bahn, metronom, nordbahn, AKN und EVB können mit ausdrücklicher Zustimmung der HVV GmbH bzw. wegen verkehrsvertraglicher Regelungen andere CD-Merkmale aufweisen. Sie sind jedoch in jedem Fall eindeutig als HVV-Geräte zu kennzeichnen.

Zusätzlich gilt bei verkehrsvertraglich geregelten HVV-FAA im Schienenverkehr außerhalb des Geltungsbereichs Hamburg AB in Schleswig-Holstein die Regelung, dass die SPNV-Maske dem eigentlichen HVV-Verkaufsmenü vorgeschaltet ist. Dies beinhaltet auch beispielsweise die integrierte HVV-Maske bei der AKN. Die HVV-FAA werden durch entsprechende Aufkleber als „HVV/NAH.SH“-FAA gekennzeichnet.

Als Mindestanforderung sollen die Sprachen Deutsch und Englisch umgesetzt werden.

Bezahlarten

Je FAA- oder SST-Gruppe ist mindestens ein Gerät für den Barverkauf (inkl. Banknotenverarbeitung) und unbaren Verkauf vorzusehen. Diese Anforderung ist spätestens mit Anschaffung von neuen Geräten umzusetzen. Die Akzeptanz der HVV-Card ist an allen Geräten vorzusehen. Für die Umsetzung galt eine Übergangsfrist bis Ende 2020. Abweichungen im Einzelfall (z.B. innerhalb von DB-Reisezentren) sind in Absprache mit der HVV GmbH möglich.

Angenommen werden, bei HOCHBAHN nur an neueren Geräten, die gängigen unbaren Bezahlarten (aktuell HVV-Card, Girocard, z.T. Kreditkarte).

Anzahl Fahrkartenautomaten: 977 (Stand: Juli 2021)

Verkehrsunternehmen	HOCHBAHN	AKN	NBE	S-Bahn	DB Regio	metronom	HADAG	VHH	EVb
Anzahl der Automaten	176 klass. Automaten und 143 SST U-Bahn Bereich + 74 Busbereich	75	10+8 mobile	253	75	61	20 stationär + 9 mobil	15	15

Verkehrsunternehmen	erixx	Start
Anzahl der Automaten	27	16

1

2 Ausführende Unternehmen:

- 3 • HOCHBAHN, AKN, NBE, S-Bahn, DB Regio, metronom, HADAG, VHH, EVB, erixx,
- 4 Start

5 **Ziele und strategische Ausrichtung**

Kurzfristig (2021 – 2023)		
Ziel	Meilensteine	Umsetzung
• Kostenersparnis durch Automatenreduzierung im Schnell- und Regionalbahnverkehr	• jährliche Standortanalyse Mai	• HVV GmbH und VU
• Prüfung elektronischer Aushänge	• tbd.	• tbd.
• Weiterer Rollout Self-Service-Terminals bei der Hochbahn	• tbd.	• HOCHBAHN
• Prüfung und je nach Bewertung, Realisierung weiterer Bezahlarten	• Klärung Standorte Alt-Geräte vs. SST	• HOCHBAHN
• Die Akzeptanz der HVV-Card ist an allen Standorten (Geräte-Gruppen) vorzusehen. Für die Umsetzung galt eine Übergangsfrist bis Ende 2020. Abweichungen im Einzelfall (z.B. innerhalb von DB-Reisezentren) sind in Absprache mit dem HVV möglich	• tbd.	• HVV GmbH und VU
• Optische Anpassung FAA-Menü in Bezug auf neues HVV-Design und Barrierefreiheit	• tbd.	• HVV GmbH und VU

6

Mittelfristig (2024 – 2026)
• Einbindung weiterer Funktionen bei der HVV-Card
• Prüfung weiterer Funktionen (z.B. Einzahlung von EB, Onlinekommunikation etc.)
• Anpassung Verkaufsmenü in Bezug auf Funktionalität in Anlehnung auf HVV-Tarifstrukturreform

7

Langfristig (ab 2027)
• Reduzierung des Bargeldprozesses
• Reduzierung Papierfahrkarte

8

9

5.4 Verkauf via Webseite und App

5.4.1 Allgemeines

Der Online-Verkauf von Fahrkarten erfolgt über den HVV-Onlineshop (Webseite, HVV-App, und Drittanbieter-Apps wie DB Navigator und ioki per B2B), den HVV-Onlineshop für Firmen und die hvv switch App. Zusätzlich können über hvv.de HVV-Cards mit Zeitkarten im Abonnement und/oder der Aktivierung der Fahrkartenkauffunktion für den Bartarif (AFB) beantragt werden.

Über den HVV-Onlineshop sowie den HVV-Onlineshop für Firmen können Fahrkarten in einem festgelegten Zeitraum im Voraus gekauft werden. Diese Fahrkarten werden vom Kunden am PC gekauft und dort ausgedruckt. Alternativ können Fahrkarten des HVV-Onlineshops auf dem mobilen Endgerät des Kunden gespeichert und als Bilddatei angezeigt werden. Hierzu muss der Kunde bei MeinHVV registriert sein. Bei der Fahrkartenprüfung wird die Bilddatei aus Gründen der Kulanz entgegen den Beförderungsbestimmungen akzeptiert. Ziel ist es, dass die im HVV-Onlineshop erworbene Fahrkarte auch in der HVV-App inklusive der jeweils gültigen Sicherheitskriterien angezeigt werden kann.

Über die HVV-App, hvv switch App sowie über Apps von Drittanbietern werden mobile Fahrkarten angeboten. Für die Nutzung von Apps ist ein Smartphone mit den Betriebssystemen Android oder iOS mit der aktuellen Version und den gängigen Vorgängerversionen des Betriebssystems notwendig.

Verkehrsvertragliche Verpflichtungen und Aufgabenträgerverpflichtung

Vorrangig zum Vertriebskonzept gelten die Rahmenbedingungen der verkehrsvertraglichen Regelungen.

Vertriebsinfrastruktur

Der Kunde stellt einen Teil der notwendigen Vertriebsinfrastruktur.

Fahrkartenkäufe über Apps von Drittanbietern werden mittels zentraler Schnittstelle ausgegeben. Damit sind das einheitliche Fahrkartenlayout, Prüfmerkmale und die einheitliche Tarifanwendung über die Vertriebssysteme sichergestellt. Ausnahmen sind gesondert zu beschließen.

Standorte/ Zuständige ZVU/ZVH

HOCHBAHN: HVV-Onlineshop, HVV-App, hvv switch App, HVV-Card Info-App, Koordinierung von Drittanbietern inkl. DB Navigator

S-Bahn: HVV-Onlineshop für Firmen

HVV: hvv.de

Qualitätssicherung

Auswertungen von Kundenfeedback erfolgen über den App-Store von Apple und den PlayStore von Google. Zusätzlich sollen Kundeneingaben und Ergebnisse der Beschwerdemanagements (HVV GmbH und VVU) einfließen.

1 **Produktportfolio**

2 Angeboten werden Einzel- und Tages-/Gruppenkarten, Hamburg CARDS, Wochenkarten so-
3 wie Vollzeit-, Teilzeit- und Seniorenmonatskarten und Komfortzuschläge, das BonusTicket für
4 Azubis in den Landkreisen Schleswig-Holsteins und Niedersachsens (ab 01.01.2021 und
5 01.08.2021) sowie Aufpreise (ioki). Je nach Ausgabemedium kann es zu Abweichungen kom-
6 men.

7 Das Fahrkartensortiment der hvv switch-App umfasst bis August 2021 die acht Fahrkarten:
8 Kurzstrecke, Nahbereich, Einzelkarte 1-2 Ringe, Einzelkarte Ringe A-F, 9-Uhr-Tageskarte,
9 Ganztageskarte, 9-Uhr-Gruppenkarte und die Wochenkarte. Mit der Einführung von hvv Any
10 in der hvv switch App ab Oktober 2021 sind alle Einzel-, Tages- und Gruppenkarten erhältlich.
11 Das Fahrkartensortiment für Drittanbieter beinhaltet Einzel-, Tages- und Gruppenkarten und
12 kann durch den Drittanbieter selbst weiter eingeschränkt werden.

13 Zur Förderung des digitalen Fahrkartenverkaufs werden die Einzel-, Tages- und Gruppenkar-
14 tenregulär mit 7 Prozent rabattiert.

15 **Fremdtarife**

16 keine

17 **CD-Manual**

18 Die Gestaltung der Shops, der Fahrkarten (ausgedruckt und mobil) sowie der HVV-App unter-
19 stehen dem CD-Manual (Anlage 14.4).

20 **Bezahlarten**

21 SEPA-Lastschriftverfahren, Kreditkartenbezahlung, PayPal (hvv switch App)

22 Weitere Bezahlverfahren werden bei stetiger Nachfrage eingeführt, es sei denn es sprechen
23 wirtschaftliche Aspekte dagegen.

24 **5.4.2 HVV-Onlineshop**

25 Ausführende Unternehmen:

26 HOCHBAHN

27 **Besonderheiten HVV-Onlineshop**

- 28 • Der HVV-Onlineshop ist über hvv.de eingebunden
- 29 • Die verschiedenen Produktseiten auf hvv.de verlinken zum HVV-Onlineshop
- 30 • Für den Fahrkartenkauf ist eine Verknüpfung zur Fahrplanauskunft vorhanden

31 **5.4.3 Apps**

32 Ausführende Unternehmen:

33 HOCHBAHN (HVV-App, hvv switch App, Drittanbieter über B2B-Schnittstelle), VHH (ioki Ham-
34 burg-App)

35

Besonderheiten Apps

- Verbindung der Apps mit dem Hintergrundsystem des HVV-Onlineshops
- Verknüpfung mit der Fahrplanauskunft vorhanden

5.4.4 HVV-Onlineshop für Firmen

Ausführendes Unternehmen:

S-Bahn

Besonderheiten HVV-Onlineshop für Firmen

- Mandantenfähiger Fahrkartenkauf für Dritte und Gruppen optimiert (Verarbeitung von Kundenlisten)
- Keine Verknüpfung mit der Fahrplanauskunft
- Bezahlung per Rechnung

Ziele und strategische Ausrichtung

Kurzfristig (2021 – 2023)		
Ziel	Meilensteine	Umsetzung
• Launch neue hvv App (überarbeitete Auskunft und neues hvv Design daneben Übergang in kontinuierliche eigene Produktentwicklung für die neue hvv App)	• 2. Hj. 2021	• HOCHBAHN
• Aufnahme aller Abo-Produkte in durch ein Konzept festzulegende Apps inkl. Angebot von ProfiTicket und HVV-SemesterTicket per App	• tbd.	• HOCHBAHN, S-BAHN, DB
• Kontinuierliche Überprüfung und Weiterentwicklung der Sicherheitskriterien	• tbd.	• HVV GmbH und HOCHBAHN
• Qualitative Auswertung des Nutzerverhaltens	• tbd.	• tbd.
• Anpassung der Ausgabe der Fahrtberechtigung gemäß der Sicherheitskriterien in der HVV-App bei Kauf über die responsive Webseite	• 12/2021	• HVV GmbH
• Online-Self-Service für registrierte Kunden bei hvv.de (CES)	• 12/2021	• HVV GmbH
• Aufbau integrierte Lösung für Dateneinsicht/Verwaltung und Kauf (KVP-Datenmanagement/Mein HVV) (BES)	• 12/2021	• VU
• Ticketing in Mosaic (Aufbau eigenes Online Ticketing in Mosaic)	• 2022-2023	• HOCHBAHN
• Sehr hohe Verfügbarkeit durch redundante Server-Landschaft für HVV-Onlineshop, hvv switch App und Mosaic	• tbd.	• HOCHBAHN
• Optimierung der Bestellprozesse auf hvv.de (z.B. Reduzierung der Anzahl Schritte, Unterbindung von Nachladen auf den Seiten bei Veränderung eines Merkmals)	• 12/2021	• HVV GmbH

<ul style="list-style-type: none"> • Einführung von VDV-Sicherheitsstandards für Fahrkarten aus dem HVV-Onlineshop 	<ul style="list-style-type: none"> • tbd. 	<ul style="list-style-type: none"> • HOCHBAHN
<ul style="list-style-type: none"> • Integration weiterer Zahlungsmittel (z.B. Paypal, Google Pay, Apple Pay) 	<ul style="list-style-type: none"> • tbd. 	<ul style="list-style-type: none"> • HOCHBAHN
<ul style="list-style-type: none"> • vertriebskanalübergreifende „einheitliche“ Benutzeroberfläche mit hohen Wiedererkennungswert für Kunden (App, Web etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> • tbd. 	<ul style="list-style-type: none"> • HVV GmbH
<ul style="list-style-type: none"> • Reduzierung der Ausgabe von Fahrkarten zum Selbstausdruck durch Sortimentsreduzierung auf Tageskarten, aus Gründen der Einnahmensicherung, alternative Medien sind zu prüfen (HVV-Onlineshop) 	<ul style="list-style-type: none"> • 07/2022 	<ul style="list-style-type: none"> • HVV GmbH
<ul style="list-style-type: none"> • Abschaffung von Startkarten und Ersatzkarten auf Papierform 	<ul style="list-style-type: none"> • tbd. 	<ul style="list-style-type: none"> • HVV GmbH, S-BAHN, DB Vertrieb, HOCHBAHN
<ul style="list-style-type: none"> • Vorstudie Account Based Ticketing (ID-basiertes Verfahren) 	<ul style="list-style-type: none"> • 07/2022 	<ul style="list-style-type: none"> • HVV GmbH und HOCHBAHN
<ul style="list-style-type: none"> • Intelligentes System zur individuellen Benachrichtigung von Verspätungen, Umleitungen, Baustellen 	<ul style="list-style-type: none"> • tbd. 	<ul style="list-style-type: none"> • HVV GmbH und HOCHBAHN

1

Mittelfristig (2024 – 2026)
<ul style="list-style-type: none"> • Ausbau der Möglichkeiten des HVV-Onlineshops für Firmen, u.a. Überführung von Blockfahrausweisen sowie Überführung des Firmenonlineshop in den HVV-Onlineshop
<ul style="list-style-type: none"> • Bei weiterer Stärkung des Onlinevertriebs möglichst keine proprietären Software- oder Hardwarelösungen
<ul style="list-style-type: none"> • Digitale Kundenservices wie Reisebegleitung, Blindenführung usw.

2

Langfristig (ab 2027)
<ul style="list-style-type: none"> • offen

3

4

5.5 Verkauf via telefonische und schriftliche Kontaktkanäle HVV GmbH und VVU

5.5.1 Allgemeines

Telefonische und schriftliche Kontaktkanäle stellen unverzichtbare Schnittstellen zwischen Kunden und HVV GmbH bzw. VVU dar. Bedeutung und Aufgabengebiet werden sich mit den elektronischen Vertriebswegen verändern.

Die Kundenkontaktkanäle werden durch die Verkehrsunternehmen und die HVV GmbH mit eigenem Personal betrieben. Die Finanzierung der zentralen Kontaktkanäle erfolgt in der Regel über die ZVU- und ZVH-Etats (inkl. Beschwerdemanagement HVV GmbH).

Darüber hinaus werden die VVU-eigenen Beschwerdemanagements in Eigenverantwortung und -finanzierung betrieben.

Für Kundenkontaktzeiten wird kein einheitliches Schema vorgegeben. Generell sind möglichst kundenfreundliche Kundenkontaktzeiten anzustreben; in jedem Fall müssen die Nachfragespitzen bei der Festlegung der jeweiligen Kundenkontaktzeiten berücksichtigt werden.

Die Versorgung mit sämtlichen aktuellen Informationen ist durch den Verantwortlichen sicherzustellen.

Verkehrsvertragliche und Aufgabenträgerverpflichtungen

Vorrangig zum Vertriebskonzept gelten die Rahmenbedingungen der verkehrsvertraglichen Regelungen.

Vertriebsinfrastruktur

Im HVV-Verbundgebiet wird das Kunden-Management-Instrumentarium (KMI) eingesetzt.

Standortauswahl/Kanäle

Neben der unternehmensbezogenen direkten Ansprache sind folgende Kanäle zu nennen: 040/19 449, Abo-Hotline, DB Abo Center, HVV-Kundendialog, GKA-Hotline, HVV-Schulprojekte, HVV-Mobilitätsberatung für Senioren und Chatbots (derzeit per WhatsApp und Telegram).

Qualitätssicherung

Ausreichende Sprach- und Produkt-Kenntnisse der Mitarbeiter sind sicherzustellen.

In Absprache mit den VVU kann die HVV GmbH Qualitätskontrollen durchführen.

Produktportfolio

Das Produktportfolio umfasst Beratung für alle HVV-Produkte, Beschwerden, Kundendienst für HVV-Abonnenten und HVV-Card-Kunden, Fahrplan-, Tarif- und Echtzeitauskünfte sowie die allgemeine Beratung, Fundsachen, Kundengarantie. Darüber hinaus wird die schriftliche und telefonische Bestellung von Fahrkarten auf Rechnung angeboten.

1 **Fremdtarife**

2 entfällt

3 **CD-Manual**

4 Sicherstellung einheitlicher Kundenansprache über alle Kanäle (one-face-to-the-customer).

5 **Bezahlarten**

6 Überweisung bei schriftlicher und telefonischer Bestellung

7 **5.5.2 Telefonie**

8 Für alle Anregungen, Hinweise und Fragen seitens der Kunden, zum Beispiel hinsichtlich Aus-
9 künfte zum Fahrplan oder Tarif, gibt es im HVV-Verbundgebiet die zentrale Rufnummer 040/19
10 449. Für zielgruppenspezifische Themen gibt es weitere Rufnummern.

11
12 Ausführende Unternehmen:

13 HOCHBAHN (Abo, Gelegenheitsverkehr, 040/19 449), DB Regio (Abo, Gelegenheitsverkehr),
14 S-Bahn (GKA, Kooperationen), VHH (HVV-Schulprojekte und HVV-Mobilitätsberatung für Se-
15 nioren), HVV GmbH (Kundendialog)

16 **Besonderheiten Telefonie**

17 Ggf. Einsatz Sprachdialogsystem (SDS)

18 **5.5.3 Abo-Center und Abo-Hotline**

19 Anzahl: 2

Verkehrsunter- nehmen	DB Regio	HOCHBAHN
Anzahl der Abo-Center	1	1

20

21 Ausführende Unternehmen:

22 DB Regio, HOCHBAHN

23 **Besonderheiten Abo-Center**

24 Im Abo-Center der DB Regio werden alle Leistungen rund um das Abonnement und auch des
25 Verkaufes von Wochen- und Monatskarten mit der HVV-Card angeboten. Bei der HOCHBAHN
26 erfolgen diese Leistungen über die Abo-Hotline und das vorgeschaltete Sprachdialogsystem
27 (SDS). Mit Einführung der HVV-Card werden alle Leistungen an allen personenbedienten Ser-
28 viceeinrichtungen angeboten und dem zuständigen Kundenvertragspartner (KVP) automa-
29 tisch zugeordnet.

5.5.4 Messenger-Dienste

Ausführende Unternehmen: HOCHBAHN

Besonderheiten Messenger-Dienste

Kunden können bei Fragen zu Verbindungsauskünften, Verspätungen usw. Kontakt zum Kundenservice per Chatbot, derzeit per WhatsApp und Telegram, aufnehmen. Der Chat wird mit dem Versand des Wortes „Hallo“ an die Rufnummer 040/19 449 gestartet. Dabei werden die Kunden mittels eines dialogbasierten Klicktastensystem geleitet und können bei Bedarf an eine menschliche Servicekraft übergeben werden, aktuell via E-Mail-Formular bzw. Telefon. Zusätzlich haben die Kunden auch die Möglichkeit, mit einem Kundenservice Chatbot als befristeten Pilot (Weiterführung und Ausbau noch offen) direkt auf der HVV-Website zu interagieren.

5.5.5 Korrespondenz

Die Korrespondenz ist der schriftliche Kundenkontaktpunkt für Brief, E-Mail oder Facebook rund um die Themen Abonnement inkl. GKA und SemesterTicket, HVV-Onlineshop und HVV-Onlineshop für Firmen, hvv switch, eTicketing, Fahrplan- und Tarifauskünfte sowie Störungsmeldungen.

Ausführende Unternehmen:

HOCHBAHN, DB Regio, S-Bahn, VHH, HVV GmbH

Besonderheiten Korrespondenz

Entfällt

Ziele und strategische Ausrichtung

Kurzfristig (2021 – 2023)		
Ziel	Meilensteine	Umsetzung
<ul style="list-style-type: none"> Prüfung möglichst 040/19 449 als unternehmensübergreifende einheitliche Rufnummer 	<ul style="list-style-type: none"> tbd. 	<ul style="list-style-type: none"> tbd.
<ul style="list-style-type: none"> Weiterentwicklung Messenger-Dienste (WhatsApp, Telegram) und Überprüfung Pilot Kundenservice Chatbot (HVV-Webseite) 	<ul style="list-style-type: none"> tbd. 	<ul style="list-style-type: none"> tbd.
<ul style="list-style-type: none"> Verbesserung der Kommunikation, indem Informationen zeitnah für Servicekräfte, Prüfdienste und Kunden bereitgestellt werden 	<ul style="list-style-type: none"> 12/2022 	<ul style="list-style-type: none"> HVV GmbH
<ul style="list-style-type: none"> Zusammenführung der unternehmenseigenen Social Media Kanäle zu einem gemeinsamen HVV-Auftritt 	<ul style="list-style-type: none"> tbd. 	<ul style="list-style-type: none"> HVV GmbH und VU

22

23

Mittelfristig (2024 – 2026)
<ul style="list-style-type: none">• telefonischer Verkauf von Fahrkarten
<ul style="list-style-type: none">• Self-Service-Funktionen im Telefonbereich (SDS)
<ul style="list-style-type: none">• Verknüpfung von Kundenstammdaten und Social Media bzw. Telefon zur individuellen Reiseinformation

1

Langfristig (ab 2027)
<ul style="list-style-type: none">• offen

2

3

1 **5.6 Verkauf via Kooperationspartner**

2 **5.6.1 Allgemeines**

3 Die Gesamtabwicklung des Großkundenabonnements (GKA), SemesterTickets, KombiTickets
4 und der Kooperationen obliegt dem beauftragten Verkehrsunternehmen (ZVU). In den Verträ-
5 gen zwischen ZVU und Vertriebskooperationspartnern wird die Übernahme von Vertriebsauf-
6 gaben geregelt.

7 **Verkehrsvertragliche Verpflichtungen und Aufgabenträgerverpflichtung**

8 entfällt

9 **Vertriebsinfrastruktur**

10 Zurverfügungstellung von Fahrkartenverwaltungssoftware

11 **Standortauswahl**

12 entfällt

13 **Qualitätssicherung**

14 Auswertung Kundenzufriedenheit

15 **Produktportfolio**

16 Großkundenabonnement, SemesterTicket, KombiTicket, bundesweite und regionale Koope-
17 rationen

18 **Fremdtarife**

19 Kein Verkauf, aber ZVU S-Bahn rechnet Kooperationen (z.B. City-Ticket, Länder-Tickets,
20 KombiTickets, Übergangstarife) ab.

21 **CD-Manual**

22 Layoutrichtlinie (Anlage 14.4)

23 **Bezahlarten**

24 Überweisung

25 **5.6.2 Großkunden**

26 Unter dem Begriff Großkunden werden Firmen mit der tariflich festgelegten Teilnehmerzahl
27 verstanden.

28 Ausführende Unternehmen:

29 S-Bahn

30 **Besonderheiten Großkunden**

31 Beim GKA II erfolgt die Zahlung eines Fahrgeldzuschusses durch den Arbeitgeber.

1 **5.6.3 Hochschulen**

2 Teilnehmer sind fast alle Universitäten und Hochschulen in Hamburg sowie die Universität in
3 Lüneburg.

4 Ausführende Unternehmen:

5 S-Bahn

6 **Besonderheiten Hochschulen**

7 Eine besondere Vereinbarung gilt für das SemesterTicket Lüneburg.

8 **5.6.4 KombiTicket und Kooperationen**

9 Die S-Bahn schließt mit Veranstaltern Verträge ab, die alle Eintrittskarten einer Veranstaltung
10 als Fahrkarte nutzbar machen. Die Verträge werden als Einzelkooperation für ausgewählte
11 Veranstaltungen und auch als Dauerkooperationen geschlossen.

12 Ausführende Unternehmen:

13 S-Bahn

14 **Besonderheiten KombiTicket und Kooperationen**

15 Bei bundesweiten Kooperationen besteht häufig kein Einfluss auf CD und Vertragsgestaltung.

16 In Einzelfällen ist die HVV GmbH Vertragspartner, die Abwicklung erfolgt hier durch das be-
17 auftragte ZVU.

18 **5.6.5 Aufgabenträger als Kooperationspartner**

19 In den (Land)kreisen werden Fahrkarten vom AT finanziert bzw. gegen einen Eigenbeitrag an
20 Schülerinnen und Schüler zentral durch ein VVU ausgegeben.

21 Ausführende Unternehmen:

22 HOCHBAHN, DB Vertrieb, DB Regio

23 **Besonderheiten Aufgabenträger**

24 In den (Land)kreisen werden Abonnementsfahrkarten gemäß den HVV-Layoutvorgaben für
25 Fahrkarten an die Berechtigten (Grundlage sind die jeweiligen Satzungen der Kreise) sowie in
26 Hamburg für berechnete Schüler staatlicher Schulen zur Schülerbeförderung durch den AT
27 ausgegeben. Die Abwicklung und Abrechnung des Abonnements erfolgen durch zentral durch
28 DB Vertrieb. Die Antragsstellung der Fahrkarten in den Kreisen Herzogtum Lauenburg, Stör-
29 marn, Segeberg erfolgt zentral beim Kreis Lauenburg mit der Software OLAV (digitale Berech-
30 tigungsprüfung). Technisch besteht eine Schnittstelle zum DB System über den HVV-Prozes-
31 sadapter.

32

1 **Ziele und strategische Ausrichtung**

Kurzfristig (2021 – 2023)		
Ziel	Meilensteine	Umsetzung
<ul style="list-style-type: none"> • Ausstattung Schreib-Lese-Geräte für HVV-Card für größere Kooperationspartner (u.a. Kreis Steinburg) 	<ul style="list-style-type: none"> • 12/2021 	<ul style="list-style-type: none"> • lokale VU in Abstimmung mit HVV GmbH
<ul style="list-style-type: none"> • Einführung digitaler Berechtigungsnachweise im Schüler- und Ausbildungsverkehr und in Servicestellen 	<ul style="list-style-type: none"> • ab Q3/2021 	<ul style="list-style-type: none"> • HVV GmbH und VU
<ul style="list-style-type: none"> • Umsetzung Online-Ticket-Schnittstelle bei KombiTickets 	<ul style="list-style-type: none"> • tbd. 	<ul style="list-style-type: none"> • S-Bahn und HVV GmbH
<ul style="list-style-type: none"> • Verbesserung Sicherheitsmerkmale und Umsetzung HVV CD-Manual bei lokalen Kooperationen 	<ul style="list-style-type: none"> • tbd. 	<ul style="list-style-type: none"> • tbd.
<ul style="list-style-type: none"> • Erhöhung Sicherheitsmerkmale bundesweiter Kooperationen 	<ul style="list-style-type: none"> • tbd. 	<ul style="list-style-type: none"> • tbd.
<ul style="list-style-type: none"> • Abschluss der Überführung von Listenschülerfahrkarten im Umland (Hamburg = HOCHBAHN) mit HVV-Card durch zentrales Verkehrsunternehmen (DB) zum Schuljahr 2022/2023 	<ul style="list-style-type: none"> • 2021/22 Alt-HVV-Gebiet abgeschlossen • 2022/23 Kreis Steinburg 	<ul style="list-style-type: none"> • HVV GmbH, DB, Kreise
<ul style="list-style-type: none"> • Prüfung elektronischer Datenübertragung für Listenschüler (OLAV) 	<ul style="list-style-type: none"> • 2021 für RZ, OD, SE umgesetzt 	<ul style="list-style-type: none"> • HVV GmbH, DB, Kreise
<ul style="list-style-type: none"> • Beginn der Umstellung GKA und Semester-Ticket wahlweise auf HVV-Card oder Smartphone 	<ul style="list-style-type: none"> • tbd. 	<ul style="list-style-type: none"> • S-Bahn und HVV GmbH

2

Mittelfristig (2024 – 2026)
<ul style="list-style-type: none"> • offen

3

Langfristig (ab 2027)
<ul style="list-style-type: none"> • offen

4

5

5.7 Verkauf via Drittanbieter

5.7.1 Allgemeines

Die Angebote von Drittanbietern werden standardisiert über eine Schnittstelle an den HVV-Onlineshop angebunden.

Verkehrsvertragliche Verpflichtungen und Aufgabenträgerverpflichtung

entfällt

Vertriebsinfrastruktur

Der Kunde stellt einen Teil der notwendigen Vertriebsinfrastruktur.

Fahrkartenkäufe über Apps von Drittanbietern werden mittels B2B- und Fahrkarten-Schnittstelle zum HVV-Onlineshop ausgegeben. Damit sind das einheitliche Fahrkartenlayout, Prüfmerkmale und die einheitliche Tarifierung sichergestellt. Zusätzlich erfolgt eine Anbindung zur HVV-Fahrplanauskunft, wobei die moovel Group GmbH mit der Vertriebsplattform REACH NOW und die DB Vertrieb GmbH (DB Navigator) an Geofox (HBT) angebunden sind.

Standortauswahl

An den HVV-Onlineshop werden relevante Anbieter, derzeit DB Vertrieb GmbH mit dem DB Navigator, angebunden.

Qualitätssicherung

Auswertungen von Kundenfeedback erfolgen über den App-Store von Apple und den PlayStore von Google. Zusätzlich sollen Kundeneingaben und Ergebnisse der Beschwerdemanagements (HVV GmbH und VVU) einfließen sowie Kunden im HVV-Verbundgebiet durch das ZVU direkt angesprochen werden.

Die Sicherung der erforderlichen Standards für Fahrkartenlayout und -prüfung erfolgt anhand der Bereitstellung der Fahrkartenberechtigung auf mobilen Endgeräten inklusive der HVV-Sicherheitsmerkmale durch das ZVU.

Produktportfolio

Das Fahrkartensortiment für Drittanbieter beinhaltet ausschließlich Einzel-, Tages- und Gruppenkarten und kann durch den Drittanbieter selbst weiter eingeschränkt werden. Diese Fahrkarten des HVV-Bartarifs sind regulär mit 7 Prozent rabattiert.

Fremdtarife

entfällt

CD-Manual

Die Gestaltung des HVV-Onlineshops und der Fahrkartenberechtigung auf mobilen Endgeräten unterstehen dem CD-Manual und der Layoutrichtlinie (Anlage 14.4). Die Gestaltung der App erfolgt durch den Drittanbieter.

1 Bezahlarten

2 Die Bezahlarten richten sich nach dem Angebot der Drittanbieter.

3 Ausführende Unternehmen:

4 HOCHBAHN

5 Besonderheiten Drittanbieter

6 Kunden aus dem HVV-Verbundgebiet müssen im Vorfeld der Nutzung durch den Drittanbieter
 7 ausdrücklich aufgefordert werden, Kontaktaufnahmen durch die HOCHBAHN zur Kundenan-
 8 sprache explizit zu bestätigen bzw. abzulehnen (Opt-in). Die Kundendaten von Kunden aus
 9 dem HVV-Verbundgebiet werden von der Plattform an ein HVV-Verkehrsunternehmen weiter-
 10 gegeben, sofern dies datenschutzrechtlich zulässig ist. Darüber hinaus gelten folgende Rege-
 11 lungen:

- 12 • Die ausgegebenen Fahrkarten entsprechen den Layoutrichtlinien und den Sicherheits-
 13 standards der HVV GmbH, der Verkauf erfolgt zum jeweils gültigen HVV-Tarif
- 14 • Säumige Zahler werden entsprechend der Gepflogenheiten im HVV behandelt
- 15 • Die Plattformen stellen der HVV GmbH, soweit datenschutzrechtlich zulässig, regel-
 16 mäßige Auswertungen über das Nutzerverhalten zur Verfügung
- 17 • Für Kunden im HVV-Verbundgebiet erhält die Plattform für das Factoring (Forderungs-
 18 management einschließlich Garantie der Zahlung, Rechnungslegung, Durchführung
 19 der Zahlung, Mahnwesen) eine Vergütung bei DB von maximal 3,4 Prozent, bei den
 20 weiteren Drittanbietern erfolgt keine Vergütung
- 21 • ASB und Beirat können davon abweichende Provisionsvereinbarungen genehmigen

22 Ziele und strategische Ausrichtung

Kurzfristig (2021 – 2023)		
Ziel	Meilensteine	Umsetzung
<ul style="list-style-type: none"> • Aufbau einer zentralen Plattform (Mosaic) auf Basis einer Microservice Architektur (MSA), mit der sichergestellt ist, dass relevante Services HVV-weit möglichst nur einmal entwickelt werden 	<ul style="list-style-type: none"> • tbd. 	<ul style="list-style-type: none"> • tbd.
<ul style="list-style-type: none"> • Kontinuierliche Erweiterung durch Prüfung der Anbindung weiterer Unternehmen auf Basis der neuen B2B-Schnittstelle aus Mosaic 	<ul style="list-style-type: none"> • tbd. 	<ul style="list-style-type: none"> • tbd.
<ul style="list-style-type: none"> • Maßnahmen zur kontinuierlichen Erhöhung der Qualitätssicherung durch regelmäßiges Monitoring 	<ul style="list-style-type: none"> • tbd. 	<ul style="list-style-type: none"> • tbd.

Mittelfristig (2024 – 2026)
<ul style="list-style-type: none"> • Bei weiterer Stärkung des Onlinevertriebs keine proprietären Lösungen

Langfristig (ab 2027)

- offen

1

2

6 Bezahlarten im Verbund

6.1 Allgemein

Ist

Neben den klassischen Bezahlarten, wie zum Beispiel der Barzahlung oder der Bezahlung per Lastschriftverfahren, existieren weitere Bezahlarten über das Internet. Für die Kunden haben vor allem Bequemlichkeit und Sicherheit bei der Zahlungsabwicklung höchste Priorität.

Das Zahlungsverhalten in Deutschland wird regelmäßig durch die Bundesbank untersucht. In der vierten Studie über die Verwendung von Bargeld und unbaren Zahlungsinstrumenten (2018) sowie der Erhebung über die Verwendung von Zahlungsmitteln im Jahr der Corona-Pandemie (2021) ist ersichtlich, dass die Barzahlung in Deutschland die Bezahlarten weiter dominiert (vgl. Bundesbank 2018; 2020). Beim Zahlungsverhalten wird unterschieden in direkte Bezahlarten (Bargeld, Lastschrift, Kartenzahlung) und Bezahlung über einen Dienstleister (Internet, Telefon), der als Treuhänder Transaktionen auslöst oder sich ansonsten der oben genannten Bezahlarten bedient.

Ziele

Es werden grundsätzlich die aus Kundensicht relevanten Bezahlarten angeboten, sofern dies wirtschaftlich vertretbar ist. Weiterhin sind die (Ausfall-)risiken für die Kunden und Unternehmen im Verbund zu minimieren. Entwicklungen in anderen Branchen, wie zum Beispiel im Einzelhandel, werden beobachtet (vgl. Deutsche Bundesbank 2019; HDE1 2020; HDE2 2021). Nutzen die Kunden dort neue Bezahlarten im relevanten Maß, wird eine Anpassung der angebotenen Bezahlarten im HVV-Verbundgebiet geprüft. So wird der Trend, dass Kunden verstärkt Kartenzahlung oder Dienstleister wie Paypal nutzen, unterstützt. Den Kunden wird ermöglicht, zwischen (mindestens zwei) gängigen Bezahlverfahren (je nach Vertriebskanal) auszuwählen. Die Rechnungsstellung für alle Produkte und Dienstleistungen im HVV-Verbundgebiet wird ausschließlich in Euro vorgenommen.

6.2 Bargeld

Ist

Zu den Barzahlungen zählen die Übersendung oder Übergabe von Bargeld sowie generell ebenfalls die Übergabe von Schecks oder Wechseln. Im Folgenden wird ausschließlich auf die direkte Übergabe bzw. das Einwerfen von Bargeld in Vertriebsgeräte fokussiert, weitere Formen der Barzahlungen sind nicht Gegenstand von Bargeldprozessen im HVV-Verbundgebiet. Die sichere und flexible Bargeldver- und entsorgung der Vertriebsgeräte erfordert eine effiziente Bargeldlogistik.

In Deutschland sind „auf Euro lautende Banknoten das einzige unbeschränkte gesetzliche Zahlungsmittel“ gemäß § 14 Abs. 1 Satz 2 BbankG (Bundesbankgesetz), inhaltsgleich mit Artikel 128 Absatz 1 Satz 3 AEUV (Vertrag über die Arbeitsweise der europäischen Union). Nach der Verordnung (EG) Nr. 974/98 des Rates über die Einführung des Euro ist im Euroraum, Art. 11 Satz 3, „mit Ausnahme der ausgebenden Behörde und der Personen, die in den nationalen Rechtsvorschriften des ausgebenden Mitgliedstaats speziell benannt werden, niemand ver-

1 pflichtet, mehr als fünfzig Münzen bei einer einzelnen Zahlung anzunehmen.“ Eine differen-
2 zierte Beschränkung des Wechselgeldes ist grundsätzlich zulässig. Details sind im HVV-Ge-
3 meinschaftstarif in Absatz A Beförderungsbedingungen § 7 Zahlungsmittel (Stand 15.02.2021)
4 geregelt.

5 **Ziele**

6 Die VVU streben einerseits an, das Bargeldmanagement durch Sicherheit, Kostenreduktion
7 und Transparenz entlang der gesamten Prozesskette zu optimieren. Andererseits ist das Bar-
8 geldhandling zum Beispiel hinsichtlich negativer betrieblicher Auswirkungen auf ein notwendi-
9 ges Maß zu reduzieren.

10 **6.3 Kontoabbuchung**

11 **Ist**

12 Die Kontoabbuchung ist ein in Deutschland gängiges Bezahlverfahren des bargeldlosen Zah-
13 lungsverkehrs. Unterschieden wurde dabei lange zwischen Einzugsermächtigung per Last-
14 schrift und dem Abbuchungsauftrag. Da beide Verfahren als unsicher gelten, wurden sie ab-
15 geschafft und durch die SEPA-(Basis-)Lastschrift und die SEPA-Firmenlastschrift ersetzt. Eine
16 Unterscheidung zwischen Einzugsermächtigung per Lastschrift und Abbuchungsauftrag findet
17 nicht mehr statt. Kann die SEPA-Lastschrift oder die Zahlung per elektronischer Lastschrift
18 (ELV) nicht ausgeführt werden, weil zum Beispiel die angegebene Kontonummer falsch ist
19 oder das Konto nicht ausreichend gedeckt ist, sind Rückbuchungen von Lastschriften (Rück-
20 lastschrift) die Folge. Dabei wird der fällige Betrag wieder dem Konto des Zahlungspflichtigen
21 (Kunden) gutgeschrieben und das Konto des Zahlungsempfängers belastet.

22 **Ziele**

23 Die Anzahl der Rücklastschriften ist so weit wie möglich zu reduzieren, da diese Rücklast-
24 schriften zu Kosten bei den Verkehrsunternehmen führen. Außerdem sind mögliche Spiel-
25 räume bei den Preisverhandlungen hinsichtlich der Konditionen von Lastschriftverfahren
26 (SEPA, ELV) seitens der Verkehrsunternehmen auszunutzen. Da einerseits die Kunden zu-
27 nehmend bargeldlose Zahlungsprozesse erwarten, daher bereits auch eine kontinuierliche Re-
28 duktion von Bargeldprozessen in vielen Bereichen stattfindet, und andererseits durch die Re-
29 duzierung des Bargeldhandlings sich unter Kosten- und Sicherheitsaspekten Vorteile für die
30 Verkehrsunternehmen ergeben, werden grundsätzlich die Möglichkeiten zum Einsatz des
31 SEPA-Lastschriftverfahrens sowie der elektronischen Lastschrift (ELV) im HVV-Verbundge-
32 biet ausgebaut.

33 **6.4 Kartenzahlung**

34 **Ist**

35 Die Kartenzahlung ist ein in Deutschland gängiges Bezahlverfahren des bargeldlosen Zah-
36 lungsverkehrs. Dabei wird grundsätzlich zwischen Debit-, Kredit- und Prepaidkarten unter-
37 schieden. Die Bezahlung von Dienstleistungen und Produkten per Karte gehört in Deutschland
38 seit Jahren zu den beliebtesten Möglichkeiten mit steigender Tendenz bei der Anzahl der
39 Transaktionen sowie dem Transaktionsvolumen. Insbesondere bei größeren Zahlungsbeträ-
40 gen werden Karten dem Bargeld seit längerem häufig vorgezogen, seit einiger Zeit werden
41 auch zunehmend kleinere Geldbeträge mit Karten gezahlt.

1 Nicht nur aufgrund des weiter zu erwartenden Anstiegs der Touristenzahlen in Hamburg ist
2 davon auszugehen, dass der Kundenwunsch nach Kartenzahlung für HVV-Produkte an allen
3 Vertriebskanälen absolut weiter zunehmen wird. In Zukunft werden neben der kontaktbehaf-
4 teten Zahlung mit Debit-, Prepaid- und Kreditkarten an den Vertriebsgeräten auch kontaktlose
5 Zahlungen mit elektronischen Endgeräten (Smartphone, Tablet, Smartwatch etc.) abgewickelt.
6 Bei der kontaktlosen Bezahlung wird allerdings wieder auf eine der bekannten Bezahlarten wie
7 Kontoabbuchung oder Kartenzahlung zurückgegriffen. So ist es zum Beispiel bereits möglich,
8 die Debit-, Prepaid- oder Kreditkarte innerhalb einer App im Smartphone zu hinterlegen und
9 durch das Vorhalten des Smartphones an der Kasse im Supermarkt zu bezahlen.

10 **Ziele**

11 Um die o.g. Entwicklungen aufzunehmen, beabsichtigen die Verkehrsunternehmen den Aus-
12 bau der Kartenzahlung sowohl kontaktbehäftet (physisch per Plastikkarte und Kartenlesege-
13 rät) als auch kontaktlos (z.B. per NFC), sofern dies wirtschaftlich und sicher darstellbar sowie
14 eine entsprechende Marktdurchdringung der Bezahlverfahren vorhanden ist.

15 Neben den mit Prepaidfunktionen ausgestatteten Debitkarten ist es Ziel, ein eigenes anony-
16 mes Prepaid-Verfahren im HVV-Verbundgebiet anzubieten. Es muss geprüft werden, ob zu-
17 künftig ein Guthaben zum Beispiel an Fahrkartenautomaten durch Einzahlung von Bargeld auf
18 eine Prepaid-Karte geladen und für den elektronischen Kauf von Fahrkarten genutzt werden
19 kann. Darüber hinaus ist die verbundweite und vertriebskanalübergreifende Möglichkeit der
20 Bezahlung per Kreditkarte (z.B. Mastercard, Visacard) vorgesehen. Der Vorteil für die Ver-
21 kehrsunternehmen besteht darin, dass sich der Anteil der Bargeldprozesse oder Lastschrift-
22 gebühren verringert sowie dass die Liquidität der Kunden sichergestellt ist.

23 **6.5 Sonstige Bezahlarten**

24 **Ist**

25 Neben den oben näher betrachteten Bezahlarten existieren noch diverse weitere Transakti-
26 onsmöglichkeiten. Hierzu zählen eher klassische Bezahlarten wie zum Beispiel die Bezahlung
27 auf Rechnung, Überweisung, per Zahlschein, Dauerauftrag, Nachnahme oder Vorkasse oder
28 auch digitale Zahlungsmittel, sogenanntes Kryptogeld wie zum Beispiel Bitcoins.

29 **Ziele**

30 Die sonstigen Bezahlarten sind im Wesentlichen Nischenprodukte und haben daher aktuell
31 keine Relevanz für den Vertrieb im HVV-Verbundgebiet. Eine kontinuierliche Marktbeobach-
32 tung der Bezahlarten ist allerdings eine Grundvoraussetzung, um neue Trends rechtzeitig zu
33 erkennen und hinsichtlich der Relevanz und von Einsatzmöglichkeiten innerhalb des Vertriebs
34 im HVV-Verbundgebiet zu bewerten.

6.6 Bezahlvorgänge über Dienstleister

Ist

Neben den o.g. Bezahlarten, bei denen eine direkte (digitale) Transaktion zwischen Kunden und Verkäufer erfolgt, gibt es Bezahlvorgänge mittels Dienstleister, welche als eine Art Treuhänder zwischen Kunden und Verkäufer fungieren. Diese Dienstleister lösen Transaktionen aus oder bedienen sich ansonsten der oben genannten Bezahlarten. Der Vorteil für den Kunden liegt darin, dass der Verkäufer nicht zwingend zum Beispiel auch die Kontoverbindungs- oder Kreditkartendaten des Kunden erhält. Zu den bekanntesten Internetdienstleistern zählen Paypal, Sofort Überweisung, Amazon Payments, Apple Pay und Google Pay. Neben den Internetdienstleistern nutzen Verkäufer auch die Infrastruktur von Mobilfunkanbietern und deren Vertragsbeziehung zu den Kunden. Die Verkäufer rechnen ihre Leistungen dann über die Mobilfunkrechnung bzw. ein vorher erworbenes Prepaid-Guthaben des Kunden ab. Die Bezahlvorgänge über Internetdienstleister und die Mobilfunkrechnung haben bisher noch vergleichsweise geringe Marktanteile bei den Transaktionen bzw. Umsätzen. Sie weisen aber seit einigen Jahren dynamische Zuwachsraten auf.

Ziele

Zukünftig wird eine Zusammenarbeit mit einem Internetdienstleister (insbesondere mit Paypal, Apple Pay, Google Pay) und dem bzw. den Mobilfunkanbieter(n) mit der jeweils größten Marktdurchdringung in Deutschland erwogen, sofern die Konditionen stimmen und wirtschaftlich darstellbar sind. Dies bedarf einer Zustimmung der HVV-Gremien. Existieren ähnliche Grundkosten wie bei anderen Bezahlarten und werden außerdem für die HVV-Kunden auch Daten durch die Internetdienstleister bzw. Mobilfunkanbieter bereitgestellt, damit diese Kunden durch die HVV GmbH gezielt angesprochen werden können, dann ist ein Einsatz dieses Bezahlvorgangs für den Vertrieb im HVV-Verbundgebiet zu prüfen. Es wird ferner geprüft, inwieweit die Kunden an den Transaktionskosten als Steuerungsinstrument beteiligt werden.

7 Ausgabemedien im Verbund

Im HVV-Verbundgebiet werden grundsätzlich die Medien Papier, Karten und mobile Endgeräte unterschieden. Generell wird das Ziel verfolgt, die Ausgabe von Papierfahrkarten zu reduzieren und den elektronischen Vertrieb zu stärken. Weiterhin entsprechen die Prüfmerkmale und Prüfverfahren für alle Ausgabemedien Dritter einheitlichen HVV-Standards.

7.1 Papier

7.1.1 Papierfahrkarte



Ist

Die Ausgabe von Papierfahrkarten erfolgt auf speziellem Wertmarkenpapier anhand von Fahrkartenautomaten und über Fahrkartendrucker in HVV-Servicestellen und im Bus sowie ergänzend in Zügen über mobile Terminals beim Personal. Der Aufdruck erfolgt gemäß den jeweils gültigen HVV-Layoutvorgaben (Anlage 14.4). Die zum Teil geringfügig unterschiedlichen Ansichten der Fahrkartenaufdrucke, aufgrund der Vielzahl unterschiedlicher bei den einzelnen Verbundverkehrsunternehmen eingesetzten Fahrkartendrucker, können dem Fahrkartenmusterbuch entnommen werden. Um Fälschungen vorzubeugen, werden hohe Sicherheitsanforderungen (z.B. Hologramm) an das Wertmarkenpapier gestellt und weiterentwickelt. Zudem erfolgt ein jährlicher Farbwechsel des Wertmarkenpapiers, der Fälschungen weiter erschweren soll.

Ziele

Es wird das Ziel verfolgt, den Vertrieb anhand Papierfahrkarten zukünftig zu reduzieren und den elektronischen Vertrieb zu stärken. Darüber hinaus sollten die HVV-Layoutvorgaben (Anlage 14.4) harmonisiert und die Ausgabenanzahl an Papierfahrkarten eingeschränkt werden. Die Sicherheitsanforderungen an das Fahrkartenpapier sollen kontinuierlich weiterentwickelt werden.

1 **7.1.2 Fahrkarte zum Selbstaussdruck**



2

3 **Ist**

4 Die Fahrkarte ist personalisiert und nur in Verbindung mit einem Lichtbildausweis gültig. Die
 5 Prüfung erfolgt durch Sichtkontrolle, durch das Scannen eines Barcodes und ggf. durch Prüfen
 6 eines Lichtbildausweises. Der Barcode entspricht dem HVV-Standard. Der Barcode ist zwar
 7 ein sicheres Prüfmerkmal, allerdings ist die derzeit verhältnismäßig aufwendige Prüfung des
 8 Barcodes nur stichprobenhaft möglich. Durch entsteht aktuell ein hohes Fälschungsrisiko, so
 9 dass dieses Medium eher sekundär zu betrachten ist.

10 **Ziele**

11 Es wird das Ziel verfolgt, den Vertrieb von Fahrkarten zum Selbstaussdruck soweit wie möglich
 12 zu reduzieren. Im Zusammenhang mit der HVV-Card findet aktuell eher eine entgegengesetzte
 13 Entwicklung statt. Daher ist es zwingend sicherzustellen, dass die ausgestellten Ersatzkarten
 14 elektronisch geprüft werden können. Außerdem sind möglichst viele Barcode- und Ausweis-
 15 kontrollen anzustreben. Darüber hinaus ist eine Umstellung auf den VDV-Barcode vorgese-
 16 hen.

17 **7.1.3 Fahrtberechtigungen auf Papier Dritter**



18

19

1 **Ist**

2 Bei den Fahrtberechtigungen auf Papier Dritter handelt es sich um KombiTickets (z.B. Ein-
3 trittskarten für Veranstaltungen). Die Prüfung erfolgt ausschließlich über Sichtkontrolle und ggf.
4 eines dazugehörigen Lichtbildausweises.

5 **Ziele**

6 Es wird das Ziel verfolgt, weitere Prüfmerkmale, vor allem im HVV-Verbundgebiet gültigen
7 Barcode, zu implementieren. Zusätzlich werden die Fahrtberechtigungen Dritter auf Papier
8 sukzessive durch elektronische Ausgabemedien ersetzt.

9 **7.2 Karten**

10 **7.2.1 HVV-Card**

Vorderseite



Rückseite



11
12 **Ist**

13 Die HVV-Card ist ein elektronisches Medium anhand einer Plastikkarte mit Aufdruck eines
14 Kundenfotos, mit der der Kunde HVV-Fahrkarten erwerben kann. Die Bezahlung erfolgt über
15 das Lastschriftverfahren, außer beim GKA, dort erfolgt sie über den Gehaltsabzug.

16 Ein großer Vorteil ist die hohe Fälschungssicherheit sowie die schnellere Sperrung von Fahr-
17 karten im Hintergrundsystem, was die HVV-Card zu einem wesentlichen Bestandteil der Ein-
18 nahmensicherung machen soll. Die technische Prüfbarkeit der HVV-Card liegt unter 400 ms,
19 die Basis bildet dabei die VDV-KA. Es ist die aktuelle KA-Version zu unterstützen. Details zur
20 technischen Umsetzung sind den HVV-Rahmenlastenheften in der jeweils gültigen Fassung
21 zu entnehmen.

22 Anhand der HVV-Card Info-App können folgende Informationen der HVV-Card eingesehen
23 werden: Produkt(-name) inkl. Serviceklasse, Geltungsbereich und Gültigkeitszeitraum der
24 Fahrkarte, Vorhandensein einer Kauffunktion, Gültigkeitszeitraum der HVV-Card, HVV-Card-
25 Nummer, technische Fahrkartenummer, ausgebendes Verkehrsunternehmen.

26 Aktuell erfolgt durch die HVV GmbH ein Prüfauftrag zur Bewertung der AFB-Funktion auf der
27 HVV Card.

1 Ziele

2 Zunächst erfolgt die vollständige Umstellung aller Zeitkartenprodukte auf die HVV-Card. In
3 diesem Zusammenhang muss die Prüffähigkeit bei allen VVU sichergestellt werden. Darüber
4 hinaus wird die Erweiterung auf Webprodukte geprüft.

5 7.2.2 Fahrtberechtigungen auf elektronischen Karten Dritter



7 Ist

8 Bei den Fahrtberechtigungen auf elektronischen Karten Dritter handelt es sich im Prinzip um
9 elektronische KombiTickets (z.B. Studierendenausweise inkl. SemesterTicket). Die Fahrtbe-
10 rechtigung wird mit Aufdruck (u.a. HVV-Logo, Geltungszeitraum) sichtbar gemacht. Die Prü-
11 fung erfolgt aktuell ausschließlich über Sichtkontrolle und ggf. eines dazugehörigen Lichtbild-
12 ausweises. Ziel ist es darüber hinaus, auch diese Karten mittels der im HVV-Verbundgebiet
13 gängigen Prüfgeräte elektronisch prüfen zu können.

14 Ziele

15 Das grundsätzliche Ziel der Stärkung des elektronischen Vertriebs wird auch durch die ver-
16 mehrte Ausgabe von Fahrtberechtigungen auf elektronischen Karten Dritter unterstützt, soweit
17 dabei zwingend die HVV-Layoutvorgaben (Anlage 14.4) und festgelegte Sicherheitsregularien
18 eingehalten werden. Zukünftig muss die elektronische Prüfbarkeit aller Fahrtberechtigungen
19 auf elektronischen Karten Dritter gewährleistet sein.

20 7.2.3 HVV Prepaid Karte

21 Ist

22 Ein genereller Beschluss zur Abschaffung des Verkaufs von Fahrkarten durch das Fahrperso-
23 nal in den Bussen der HOCHBAHN und VHH in Hamburg AB ist mit dem HVV Digitalisierungs-
24 konzept erfolgt. Es gibt noch keinen gesonderten Beiratsbeschluss zur Einführung der HVV
25 Prepaid Karte.

26 Geplantes Vorgehen

27 Der Verkauf soll ab Mitte 2022 selbstbedient und ohne Bargeld über das PVS ermöglicht wer-
28 den. Für Kunden, die die vorhandenen digitalen Vertriebskanäle (Apps, hvv.de, HVV-Card)
29 nicht nutzen möchten oder können, wird eine HVV Prepaid Karte angeboten. Auf diese Karte
30 kann ein Geldguthaben gegen Bargeld an ausgewählten Fahrkartenautomaten sowie über
31 Drittanbieter eingezahlt werden. Die HVV Prepaid Karte ermöglicht dann den bargeldlosen
32 Verkauf von Fahrkarten über das PVS bei HOCHBAHN und VHH.

1 Mit der HVV Prepaid Karte soll erstmalig ein ID-based Ticketing (IBT) umgesetzt werden. Die
2 mit der HVV Prepaid Karte gekauften Fahrkarten werden nicht als Papierfahrkarten ausgege-
3 ben oder in der Karte elektronisch gespeichert, sondern online in das Backend (MOSAIC) ge-
4 schrieben und dort gespeichert. Bei Fahrkartenprüfungen wird das Prüfgerät die Karten-ID
5 auslesen und online im Backend nach einer gültigen Fahrkarte zu dieser Karten-ID suchen.

6 Für die HVV Prepaid Karte ist keine Registrierung durch den Kunden notwendig. Mit der ersten
7 Bargeldaufladung wird die Karten-ID im System freigeschaltet. Persönliche Kundendaten wer-
8 den nicht benötigt. Die Karten-ID wird als Account im Backend angelegt.

9 Von Mitte 2022 bis zum 31.12.2023 ist in den Bussen der HOCHBAHN und der VHH neben
10 der HVV Prepaid Karte auch der bisherige Fahrkartenverkauf über Busdrucker (EFAD), Pa-
11 pierfahrkarte und Bargeld möglich. Ab dem 01.01.2024 wird dort nur noch die HVV Prepaid
12 Karte akzeptiert.

13 Die Prüffähigkeit der HVV Prepaid Karte soll ab Mitte 2022 sukzessiv bei allen Verkehrsunter-
14 nehmen im HVV möglich sein. Ebenso können weitere Busunternehmen das Vorgehen von
15 HOCHBAHN und VHH adaptieren und den Erwerb von Fahrkarten über die HVV Prepaid Karte
16 in Ihren Bussen ermöglichen.

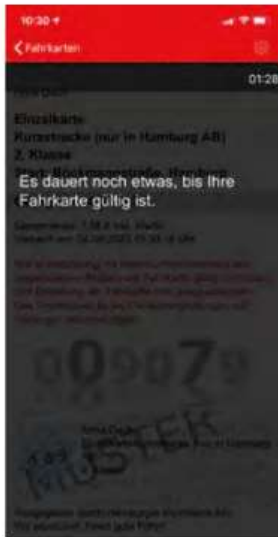
17

1 **7.3 Mobile Endgeräte**

2 **7.3.1 Fahrkarte für mobile Endgeräte**

3 **HVV-App**

Graues Overlay



Einzel-, Tages- und Wochenkarten – ohne Foto



Vollzeit- und Teilzeit-Monatskarten – mit Foto



4

5

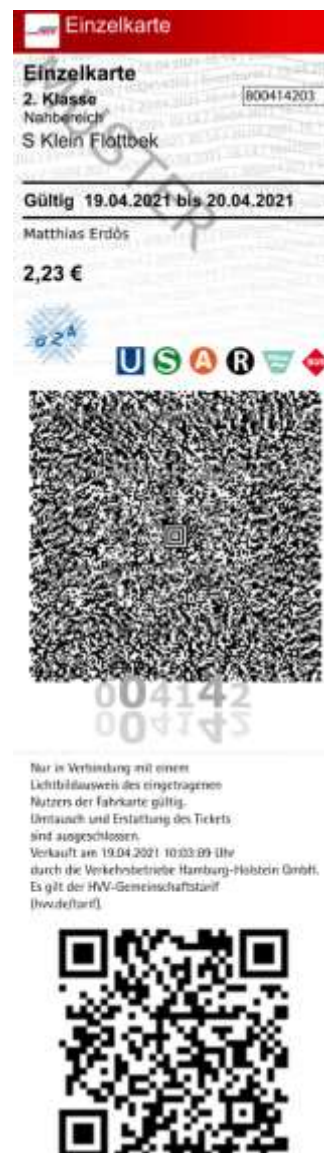
hvv switch



DB Navigator



ioki



1

2 **Ist**

3 Die Darstellung der Fahrkarte in der HVV-App, der hvv switch-App und dem DB Navigator
 4 (BonusTicket für Azubis) folgt einem für die Sichtprüfung gesichertem Layout mit verschieb-
 5 baren Bildlauf („scrollbare screens“). Der Barcode entspricht dem HVV-Standard. Die Fahr-
 6 karte ist personalisiert und nur in Verbindung mit einem Lichtbildausweis gültig. Die Prüfung
 7 erfolgt durch Sichtkontrolle, durch das Scannen eines Barcodes und ggf. durch Prüfen eines
 8 Lichtbildausweises. Für höherwertige Fahrkarten ist ein Lichtbild vorzusehen. Für die Verhin-
 9 derung von Fälschungen sind mit Einführung vier Sicherheitsstufen vorgesehen, die bisher bis
 10 auf Stufe 1 noch nicht umgesetzt wurden:

11 Aufgrund der Kaufmöglichkeit während der Fahrt muss die Fahrkarte per App vor Fahrtantritt
 12 bzw. vor dem Betreten des fahrkartenpflichtigen Bereichs erfolgt sein. Eine entsprechende
 13 für den Kunden und den Prüfdienst nachvollziehbare Anzeige ist umgesetzt.

14

1 **Stufe 1:**

- 2 • Einführung des VDV-Einheitslayouts auf der App mit zusätzlichen HVV-spezifischen
3 Elementen bei Einführung in 2017
4 • Ein eingefügtes Lichtbild bei Einführung 2017
5 • Ein zusätzlicher gyroskopischer Effekt bei Einführung 2017, der den Bau eines App-
6 Nachbaus erschwert

7 **Stufe 2:**

- 8 • Ein anspruchsvolleres dynamisches Element ohne wiederkehrende Routinen, kurzfris-
9 tig im Wechsel mit direkter Übertragung auf die Prüfgeräte in 2018. Neben dem dyna-
10 mischen Farbwechsel-Element soll zeitnah ein weiteres wiederkehrendes Element re-
11 alisiert werden.
12 • Selbstüberprüfung der App, Anzeige und Meldung bei Manipulationen am App-Quell-
13 code in 2019

14 **Stufe 3 und Stufe 4:**

- 15 • Einführung einer Client-ID zur Sicherstellung der Fahrkartenübermittlung auf ein fest-
16 gelegtes Endgerät 2019-2021
17 • Abgleich VDV-Barcodeprüfung mit Hintergrundsystem in 2019
18 • App meldet Manipulationsversuche an das Hintergrundsystem in 2021 (VDV-Barcode
19 mobile⁺)
20

21 Kurzfristig soll eine Neubewertung zur Umsetzung der Stufen 2 bis 4 vorgenommen werden.
22 Hierbei müssen alle Gremien-Beschlüsse in Bezug zum VDV-Barcode berücksichtigt werden.

23 Von Drittanbietern ausgegebene Fahrkarten auf mobilen Endgeräten (mittels Apps) müssen
24 zwingend die gleichen HVV-Layout- und Sicherheitsrichtlinien verwenden.

25 **Ziele**

26 Es wird kontinuierlich eine deutliche Verbesserung der Sicherheitsmerkmale bzw. der Prüf-
27 technologie mit dem Ziel erarbeitet, eine zuverlässige Prüfung mit einem praxistauglichen Zeit-
28 bedarf für das bestehende Fahrkartensortiment zu gewährleisten. Erst im Anschluss kann das
29 Fahrkartensortiment für den Verkauf über mobile Endgeräte erweitert werden. Dabei ist insbe-
30 sondere das Zusammenspiel mit weiteren Komponenten wie MDE-Geräten, Beacon und PVS
31 etc. zu berücksichtigen. Der Prüfdienst muss schnell und klar nachvollziehen können, wann
32 eine Fahrkarte gekauft wurde. Darüber hinaus ist das Ziel eine Umstellung auf den VDV-Bar-
33 code mobile⁺ zu realisieren.

34 **7.3.2 Fahrberechtigung auf mobilen Endgeräten (hvv Any)**

35 **Ist**

36 Mit Fahrberechtigungen auf mobilen Endgeräten anhand von hvv Any (Check-in/Be-out) müs-
37 sen Kunden keine Tarifkenntnisse mehr mitbringen und auch nicht im Vorwege die richtige
38 Fahrkarte auswählen. Die Darstellung der Fahrberechtigung erfolgt analog zur Fahrkarte in
39 der App und wird aus Mosaic zur Verfügung gestellt.

Im März 2020 wurde entschieden, hvv Any für den Regelbetrieb einzuführen. Hvv Any ist vorerst für Fahrkarten im Einzelkartensortiment des HVV-Bartarifs außer der Fahrrad-Tageskarte vorgesehen. Alle getätigten Fahrten werden gemäß HVV-Tarifregeln tariflich verkettet. Sollten die Preise der verketteten Fahrten den Wert einer Tages- oder Gruppenkarte übersteigen, so wird nur eine Tages- oder Gruppenkarte abgerechnet. Vor dem Einchecken kann der Fahrgast weitere Erwachsene oder Kinder hinzubuchen und so mit mehreren Personen fahren. Ebenso kann er vor dem Einchecken die Beförderungsklasse festlegen.

Ziele Umsetzung Regelbetrieb

- Juli 2020: Start der technischen Umsetzung
- Frühjahr 2022: Abnahme des Systems und Freischaltung für Fahrgäste (Ringe A-F, alle Linien)
- Angebot vorerst nur für Gelegenheitsnutzer im Einzelkartensegment
- Analyse Kundenakzeptanz, eventuelle Weiterentwicklung

7.4 IST und SOLL: Medien und Bezahlararten

	Bezahlararten*				Dienstleister*
	Bargeld	Kontoabbuchung	Kartenzahlung	Sonstige Bezahlararten	Bezahlvorgänge über Dienstleister
Medien					
Papierfahrkarte	✓ (✓)	x (x)	✓ (✓)	x (x)	x (x)
Fahrkarte zum Selbstausdruck	x (x)	✓ (✓)	✓ (✓)	x (x)	x (x)
Fahrberechtigungen auf Papier Dritter	abhängig von den Angeboten des Drittanbieters				
HVV-Card	x (✓)	✓ (✓)	✓ (✓)	x (x)	x (x)
Fahrberechtigungen auf elektronischen Karten Dritter	abhängig von den Angeboten des Drittanbieters				
Fahrkarte für mobile Endgeräte	x (x)	✓ (✓)	✓ (✓)	x (✓)	x (x)
Fahrtberechtigung auf mobilen Endgeräten (hvv Any)	x (x)	✓ (✓)	✓ (✓)	x (x)	x (x)

* IST und in Klammern (SOLL)

8 HVV-Tarif und Vertriebsprodukte im Verbund

Der Geltungsbereich, die Beförderungsbedingungen, die Tarifbestimmungen der HVV GmbH und weitere Regelungen sind im Gemeinschaftstarif der HVV GmbH in der jeweils gültigen Fassung festgelegt. Aus vertrieblicher Sicht werden für den HVV-Tarif bzw. die Vertriebsprodukte folgende Ziele verfolgt:

- Die Weiterentwicklung des Tarifs ist eng mit der vertrieblichen Sicht gekoppelt. So wird grundsätzlich angestrebt, den Fahrkartenerwerb für die Kunden zu vereinfachen, nicht aber ohne weiteres auch den Tarif.
- Die Entwicklung eines elektronischen Tarifs ist im Zuge der Digitalisierung des Vertriebs grundsätzlich anzustreben. Der elektronische Tarif soll dabei die bestehenden Restriktionen bei der Abbildung des gegenwärtigen HVV-Tarifs überwinden und kann somit auf anderen Bemessungsgrundlagen basieren.
- Die differenzierte preisliche Ausformung von Tarifprodukten wird im Rahmen des genehmigungsrechtlichen Verfahrens gezielt für Upselling, Kundengewinnung, Produkteinführungen und Vertriebskanalsteuerung eingesetzt.

Da sich tarifliche und vertriebliche Komponenten bedingen, werden im Folgenden die vertriebllich relevanten Aspekte der Tarifprodukte dargestellt. Für weitere tarifliche Informationen sind die jeweils gültigen Tarifbestimmungen maßgebend.

8.1 Vertriebsprodukte im Verbund

Die Produkte im HVV-Verbundgebiet werden grundsätzlich unterschieden in Produkte im Abonnement, Monats- und Wochenkarten, Einzel- und Tageskarten, HVV-Kooperationen, eigene Fremdprodukte, fremde Tarifprodukte im HVV-Verbundgebiet sowie fremde Tarifprodukte durch Dritte im HVV-Verbundgebiet.

8.1.1 Produkte im Abonnement

Ist

Abo-Produkte gibt es im Regeltarif, für Großkunden, für Studierende und für Listenschüler.

Ziele

Es gilt das grundsätzliche Ziel, die Kunden langfristig zu binden und sie ins Abonnement zu führen. Dies ist ein wichtiges Kriterium für die Einnahmensicherung.

Im Folgenden werden die relevanten vertrieblichen Aspekte für die unterschiedlichen Produkte im Abonnement dargestellt.

8.1.1.1 Abonnementkarten im Regeltarif

Ist

Sortiment: Alle Zeitkarten werden im Abonnement angeboten. Ausnahmen bilden Sonderangebote, wie z.B. der Freizeitpass für Schüler.

1 Medium: Die Ausgabe des Abonnements erfolgt über die HVV-Card und per Smartphone-App
2 (aktuell nur BonusTicket für Azubi im Umland). Voraussetzung ist die Angabe der persönlichen
3 Daten des Kunden (Name, Anschrift, Bankverbindung etc.) sowie die Abgabe eines Fotos.

4 Bezahlart: Die Bezahlung erfolgt über Abbuchung vom Konto im Lastschriftverfahren. Hierfür
5 ist die Erteilung eines SEPA-Lastschrift-Mandats notwendig. Möglich ist auch die Bezahlung
6 für ein Jahr im Voraus, entweder per Abbuchung im Lastschriftverfahren oder per Zahlung
7 gegen Vorkasse.

8 **Ziele**

9 Im Rahmen der Digitalisierung des Vertriebs ist neben dem BonusTicket für Azubis per App
10 zu prüfen, welche weiteren Abo-Produkte per App angeboten werden können. Darüber hinaus
11 sind aus Kundensicht bzw. vertrieblicher Sicht folgende tarifliche Ziele zu verfolgen, um die
12 Prozesskosten abzusenken bzw. Kundenzahlen zu erhöhen:

- 13 • Flexibles Abonnement, welches jederzeit beginnen kann, zur besseren Kundenakzeptanz
14 inkl. Verkürzung der Startkartenlaufzeit mit dem Ziel, Abschaffung der Startkarte
15 und Ermöglichung der Sofortbezahlung
- 16 • Reduktion der tariflichen Änderungsmöglichkeiten (räumliche Geltungsbereiche) und
17 Sonderlösungen in Bezug auf Zeit und Häufigkeit zur Prozessoptimierung

18 **8.1.1.2 Großkundenabonnement (GKA)**

19 **Ist**

20 Sortiment: Am Großkundenabonnement können Fahrgäste teilnehmen, deren Arbeitgeber
21 mindestens für 12 Monate einen Großkundenabonnementvertrag mit der GKA-Betreuungs-
22 stelle (S-Bahn Hamburg GmbH) abgeschlossen hat.

23 Medium: Die Ausgabe des GKA erfolgt über Papierkarten und die HVV-Card.

24 Bezahlart: Die Bezahlung erfolgt über die Firmen als Überweisung vom Konto.

25 **Ziele**

26 Ziel ist die vollständige Umstellung auf die HVV-Card als auch auf Smartphone-App(s) bis
27 Anfang 2024. In diesem Zuge ist ein wesentliches Ziel, Kundendaten selbst vorliegen zu ha-
28 ben, um dem Kunden eine Selbstverwaltung zu ermöglichen und ihn im Lebenszyklus beglei-
29 ten zu können. Im Rahmen der Digitalisierung des Vertriebs ist auch ein Angebot als Fahrkarte
30 per App zu prüfen.

31 **8.1.1.3 SemesterTicket**

32 **Ist**

33 Sortiment: Die Ausgabe von SemesterTickets erfolgt durch die Studierendenvertretungen (As-
34 ten und Verwaltungen) einzelner Hochschulen. Die Abwicklung und die Vertragsgespräche
35 über eine solche Vereinbarung erfolgt durch die S-Bahn Hamburg GmbH.

36 Das Solidaritätsprinzip soll weiter Bestand haben. Es erfolgt weiterhin eine kontinuierliche
37 Preisanpassung.

1 Ein erstes Pilotprojekt zum digitalen SemesterTicket ist in Bearbeitung. Die Ausgabe erfolgt
2 als html-Ticket, losgelöst von bestehenden Apps. Die Datenübermittlung erfolgt von der Hoch-
3 schule an das erstellende Unternehmen.

4 Medium: Die Ausgabe des SemesterTickets erfolgt über Papier- und Plastikkarte.

5 Bezahlart: Die Bezahlung erfolgt über die Hochschulen als Überweisung vom Konto.

6 **Ziele**

7 Ziel ist die vollständige Umstellung auf die HVV-Card als Ausgabe in den HVV-App(s), die
8 Umstellung wird im Jahr 2023 gestartet. Im Rahmen der Digitalisierung des Vertriebs ist auch
9 ein Angebot als Fahrkarte per App zu prüfen.

10 **8.1.1.4 Listenschüler**

11 **Ist**

12 Sortiment: Berechtigungsgrundlage für den Erwerb von entsprechenden Schülerkarten sind
13 die jeweiligen Satzungen zur Schülerbeförderung (Mindestentfernung zur Schule, Erwerb bis
14 zur 10. Schulklasse). Angeboten wird nur ein begrenztes Sortiment.

15 Medium: Aktuelle Medien sind entweder eine Papierfahrkarte mit zugehöriger Basiskarte in-
16 klusive Foto oder die HVV-Card.

17 Bezahlart: Die Finanzierung läuft über die Landkreise als Kontoüberweisung.

18 **Ziele**

19 Abschluss der Umstellung der Ausstellung der Schülerkarten im Umland mittels HVV-Card
20 durch ein VVU (DB) bis Schuljahr 2021/2022 im Alt-HVV-Gebiet. Darüber hinaus erfolgt die
21 Umstellung der Ausgabe der Schülerkarten per HVV-Card für den Kreis Steinburg zum Schul-
22 jahr 2022/2023.

23 **8.1.2 Monats- und Wochenkarten**

24 **Ist**

25 Sortiment: Das Monats- und Wochenkartensegment umfasst Vollzeit-Monatskarten, Vollzeit-
26 Wochenkarten, Teilzeit-Karten, Senioren-Karten sowie Zeitkarten für Schüler, Studierende
27 und Auszubildende (ganztägig gültig).

28 Medium: Der Vertrieb erfolgt über die Ausgabe einer Kundenkarte mit Foto und Wertmarke,
29 einer HVV-Card, einer Papierfahrkarte (Wochenkarte ohne Foto, Fahrkarte zum Selbstauss-
30 druck) oder einer elektronischen Fahrkarte (HVV-App).

31 Bezahlart: Die Bezahlart ist abhängig von den Angeboten an den Kundenkontaktpunkten.

32

1 **Ziele**

2 Aus Kundensicht bzw. vertrieblicher Sicht sind tarifliche Ziele zu verfolgen, um die Prozess-
3 kosten abzusenken bzw. die Kundenzahlen zu erhöhen. So sind im Zuge der HVV-Card Ein-
4 führung Änderungsmöglichkeiten und Sonderlösungen in Bezug auf Zeit und Häufigkeit zur
5 Prozessoptimierung zu überprüfen.

6 **8.1.3 Einzel- und Tageskarten**

7 **Ist**

8 Sortiment: Einzelkarten berechtigen jeweils nur zu einer Fahrt bis max. 6 Uhr des Folgetages
9 in eine Richtung ohne Rück- und Rundfahrt.

10 Tageskarten werden für Kinder, Erwachsene und Gruppen angeboten.

11 Tageskarten berechtigen zu beliebig vielen Fahrten, entweder mit Einschränkung der zeitli-
12 chen Gültigkeit ab 9-Uhr oder ohne Einschränkung ganztags. Ausnahmen können zeitlich be-
13 grenzte Sonderangebote darstellen.

14 Der Vertrieb erfolgt über Papierfahrkarte, Fahrkarte per App, Fahrkarte zum Selbstaussdruck
15 oder über die HVV-Card.

16 Bezahlart: Die Bezahlart ist abhängig von den Angeboten an den Kundenkontaktpunkten.

17 Medium: Papierfahrkarte, Fahrkarte zum Selbstaussdruck, Fahrkarte für mobile Endgeräte,
18 HVV-Card
19

20 **Ziele**

21 Aus vertrieblicher Sicht werden die Verkaufsvorgänge von Einzelkarten im Bus reduziert, in
22 einem ersten Schritt durch die HVV Prepaid Karte in Hamburg AB ab Sommer 2022. Die tarif-
23 lichen Überlegungen müssen darauf Rücksicht nehmen, so dass tarifliche Maßnahmen zur
24 Vertriebskanalsteuerung zu prüfen sind.

25 **8.1.4 HVV-Kooperationen (KombiTickets, HVV-Onlineshop für Firmen)**

26 **Ist**

27 Sortiment: Eintrittskarten von Veranstaltungen, deren Veranstalter eine KombiTicket-Verein-
28 barung abgeschlossen haben, sind als Fahrkarte zum Veranstaltungsort und zurück (gültig
29 Ringe A-F inkl. SchnellBus) gekennzeichnet. Die Preisermittlung erfolgt auf Basis der Kunden-
30 struktur, des Veranstaltungsortes und eines von Marktforschungsergebnissen ermittelten
31 Durchschnittspreises. Zudem erfolgt der Verkauf der Hamburg CARD über den HVV-Vertrieb.

32 Firmen können sich online Einzel-, Tages- und Wochenkarten direkt ausdrucken. Beim Kauf
33 von Einzel- und Tageskarten wird ein Rabatt von 7% gewährt. Die Abrechnung und Bezahlung
34 erfolgt monatlich.

35 Medium: Der Vertrieb erfolgt über Papierfahrkarten, Fahrkarte für mobile Endgeräte sowie der
36 Fahrkarte zum Selbstaussdruck.

37 Bezahlart: Die Bezahlart ist abhängig von den Angeboten der Kooperationspartner.

1 **Ziele**

2 Ziel ist die Ausgabe auf einem sicheren Medium. Darüber hinaus ist die Wirtschaftlichkeit von
3 Kooperationen zu überprüfen.

4 **8.1.5 Eigene Fremdprodukte (Fahrplanbücher, Merchandisingartikel)**

5 **Ist**

6 Sortiment: Zusätzlich zum Verkauf von Fahrkarten werden aktuell noch folgende HVV-Zusatz-
7 produkte verkauft:

- 8 • Fahrplanbücher (für Hamburg AB und Kreise bzw. Landkreise) gültig bis Ende 2022
9 • Verkehrsnetzplan
10 • Ausflugsführer „Ab ins Grüne“

11
12 Neben den HVV-Zusatzprodukten kann jedes Verkehrsunternehmen separat noch eigene Pro-
13 dukte in HVV-Servicestellen, wie z.B. das 100-Jahre-Buch (HOCHBAHN), verkaufen.

14 Medium: entfällt

15 Bezahlart: Die Bezahlart ist abhängig von den Angeboten der VVU

16 **Ziele**

17 Das Ziel besteht darin, die Notwendigkeit von eigenen Fremdprodukten kontinuierlich zu über-
18 prüfen.

19 **8.1.6 Fremde Tarifprodukte im HVV-Verbundgebiet**

20 **Ist**

21 Sortiment: In Schleswig-Holstein und Hamburg mit dem SH-Tarif und in Niedersachsen mit
22 der sogenannten Anschlussmobilität Niedersachsentarif gelten Übergangstarife. Mit der „An-
23 schlussmobilität im Niedersachsentarif“ können zusätzlich zur Fahrkarte im Niedersachsentarif
24 Einzel- und Tageskarten des HVV-Tarifs erworben werden. Mit dem Übergangstarif Mecklen-
25 burg-Vorpommern können ab dem 01.01.2022 DB-Zeitkarten (Nah- und Fernverkehr) gegen
26 Aufpreis erworben werden.

27 Im HVV-Verbundgebiet werden zudem SH-Ticket, MV-Ticket und NDS-Ticket sowie das City-
28 Ticket (Hamburg AB, Lüneburg, Elmshorn) und Citymobil sowie das landesweite Semesterti-
29 cket Schleswig-Holstein (in den zu Schleswig-Holstein gehörenden Geltungsbereichen des
30 HVV sowie im Geltungsbereich Hamburg AB) anerkannt.

31 Medium: Papierfahrkarte, Fahrkarte für mobile Endgeräte, Fahrkarte zum Selbstaussdruck

32 Bezahlart: Die Bezahlart ist abhängig von den Angeboten der jeweiligen Kundenkontakt-
33 punkte.

1 **Ziele**

2 Mit den AT soll diskutiert werden, dass Fremdtarife nur dort angeboten werden, wo es der
 3 Kunde verlangt und die Wirtschaftlichkeit gegeben ist. Vorrangig zum Vertriebskonzept gelten
 4 die Rahmenbedingungen der verkehrsvertraglichen Regelungen.

5 Die Anerkennung weiterer tariflicher Fremdprodukte im HVV-Verbundgebiet bzw. entspre-
 6 chende umfassende Vertriebskooperationen sind nicht geplant. Als Beispiel sind hier die Fern-
 7 busse zu nennen.

8 **8.2 IST und SOLL: Produkte und Medien**

Produkte*	Medien*													
	Papierfahrkarte		Fahrkarte zum Selbstausdruck		Fahrberechtigungen auf Papier Dritter		HVV-Card		Fahrberechtigungen auf elektronischen Karten Dritter		Fahrkarte für mobile Endgeräte		Fahrberechtigung auf mobilen Endgeräten (hvv Any)	
Produkte im Abonnement**	✓	(X)	X	(X)	✓	(X)	✓	(✓)	X	(✓)	X	(✓)	X	(✓)
Monats- und Wochenkarten	✓	(X)	✓	(X)	X	(X)	✓	(✓)	X	(X)	✓	(✓)	X	(✓)
Einzel- und Tageskarten	✓	(✓)	✓	(X)	X	(X)	✓	(✓)	X	(X)	✓	(✓)	X	(✓)
HVV-Kooperationen	X	(X)	X	(X)	✓	(X)	X	(X)	✓	(✓)	X	(X)	X	(X)
Eigene Fremdprodukte	X	(X)	X	(X)	X	(X)	X	(X)	X	(X)	X	(X)	X	(X)
Fremde Tarifprodukte im HVV	✓	(✓)	✓	(✓)	✓	(✓)	X	(X)	X	(X)	✓	(✓)	X	(X)

9 * IST und in Klammern (SOLL)

10 ** Die Startkarte wird als Papierfahrkarte ausgegeben.

11

9 Ableitungen Vertriebskanalsteuerung

Ist

Aus dem Vertriebskonzept und der Überprüfung der Rahmenbedingungen ergibt sich der Bedarf, konkrete Ziele für die Vertriebskanäle und die Verteilung auf die Kanäle durch Kommunikationsmaßnahmen zu unterstützen. Die Kunden sollen durch gezielte Kommunikationsmaßnahmen in die entsprechenden Kanäle gelenkt werden.

Dies setzt voraus, dass verbundweit eine Ableitung erfolgt, welche Ziele (z.B. Umsatz, verkaufte Stücke) für die Vertriebskanäle jeweils im kommenden Jahr avisiert werden und wie dieser Ansatz in Bezug auf den Vertriebskanalmix insgesamt wirkt.

Aktuell gibt es drei Kampagnenebenen, über die Kunden angesprochen werden:

1. Basiskampagnen zur Stärkung der Marke HVV insgesamt
2. Produktkampagnen zur Stärkung ausgewählter HVV-Produkte (Tarife, Services)
3. Absatzkampagnen mit direkter Kundenansprache zur Kundengewinnung oder zum Upselling

Die drei Kampagnenebenen bauen in der Regel aufeinander auf und sind aufeinander abgestimmt. Die Verantwortung für 1. und 2. liegt beim ZVH Marktkommunikation. Punkt 3. Absatzkampagnen werden gemeinsam vom ZVH Marktkommunikation und vom ZVU Kundenbeziehung HOCHBAHN sowie mit Unterstützung der DB bei den Kampagnen im Hamburger Umland bzw. der S-Bahn bei Kampagnen zum GKA durchgeführt.

Maßnahmen zur Kundenbindung aus dem HVV-Kundenbindungskonzept und einer Aktualisierung dessen müssen ebenfalls verstetigt und ausgebaut werden. Die Verlängerung der Kundenbeziehung ist ein wesentlicher Faktor zur Einnahmensicherung. Hier arbeiten das ZVH Marktkommunikation und das ZVU Kundenbeziehung- der HOCHBAHN sowie bei Kampagnen im Hamburger Umland mit Unterstützung der DB bzw. bei Kampagnen zum GKA mit der S-Bahn zusammen.

Ziele

Die Absatzkampagnen sollen ausgebaut werden, um weitere Kunden für das Fahren mit dem HVV zu gewinnen. Dafür gilt:

- Eine noch engere Verzahnung der Absatzkampagnen mit der Basis- und Produktkampagne. Maßnahmen der Vertriebskanalsteuerung sollen damit werblich noch stärker unterstützt werden.
- Verbesserung der Kundenansprache und Kundenbindung
- Werbekampagnen als relevanter Hebel für Vertriebskanalsteuerung auf Basis konkreter gesetzter Ziele für den Vertriebskanalmix
- Kundengewinnung und Kundenrückgewinnung, Erhöhung Kundenbindung, Steigerung von Abozahlen, Einnahmensteigerung mit möglichst messbaren Methoden
- Gezielter Einsatz von Pricingmaßnahmen (Rabatte, Zuschläge, etc.)
- Kontinuierliches Ausprobieren von Maßnahmen und nach erfolgreicher Umsetzung Überführung in den Regelbetrieb (in Bezug auf Absatz, Kundenbindung, Pricing)

10 Aufgaben Einnahmensicherung und Fahrkartenprüfung

Ist

Mit Einführung des Einstiegs vorn im Jahre 2011 wurde von der HVV GmbH und den Verkehrsunternehmen auch ein in 2010 entwickeltes Prüfkonzept umgesetzt. Inhalte des neuen Prüfkonzeptes waren:

- Einführung Einstieg vorn im Bus
- Erhöhung der Prüfquoten im Busbereich
- Globale Vorgabe der zu leistenden Prüfstunden und Controlling unter Berücksichtigung von Fahrgastzahlen und Quoten des Fahrens ohne gültige Fahrkarte
- Linienscharfe Prüfvorgaben
- Durchführung von unternehmensübergreifenden Schwerpunktkontrollen

Die Ergebnisse der einzelnen Prüfungen wurden von der HVV GmbH zusammengefasst und dann mit den VVUs in regelmäßig tagenden Arbeitsgruppen bewertet. Mittels der Ergebnisse werden die Fahrkartenprüfungen optimiert.

Gemäß der Empfehlung des Lenkungskreises Einnahmensicherung soll der Einstieg vorn in Hamburg abgeschafft und teilweise durch Erhöhung der Prüfvorgaben im Busbereich kompensiert werden. In diesem Zusammenhang soll ein neues Prüfkonzept erarbeitet werden.

In Abstimmung mit dem Vertrieb wurden die für elektronische Fahrkartenprüfung notwendigen Prüfgeräte angeschafft und die Verwendung eines HVV-Barcodes nach UITP-Standard verabredet. Es ist geplant, dass im Laufe des Jahres 2021 die Umstellung auf den VDV-Barcode erfolgt. Durch die Einführung der HVV Prepaid Karte und IBT müssen bei der Beschaffung und Funktionalität softwaretechnische bzw. hardwareseitige Anpassungen sichergestellt werden.

Seit dem Jahre 2014 fungiert die HVV GmbH als zentrale Koordinierungsstelle auch für das Themenfeld Missbrauch und Fälschung. Zentrale Aufgabe ist neben der Organisation spezieller Prüfungen die Erfassung von Missbrauchs- und Fälschungsfällen und die Weitergabe dieser Informationen an alle beteiligten Stellen einschließlich der Polizei. Gemeinsam mit den Verkehrsunternehmen werden daraufhin Gegenmaßnahmen wie Sonderkontrollen, Druckveränderungen, Farbwechsel beim Fahrkartenpapier etc. erarbeitet.

Ziele

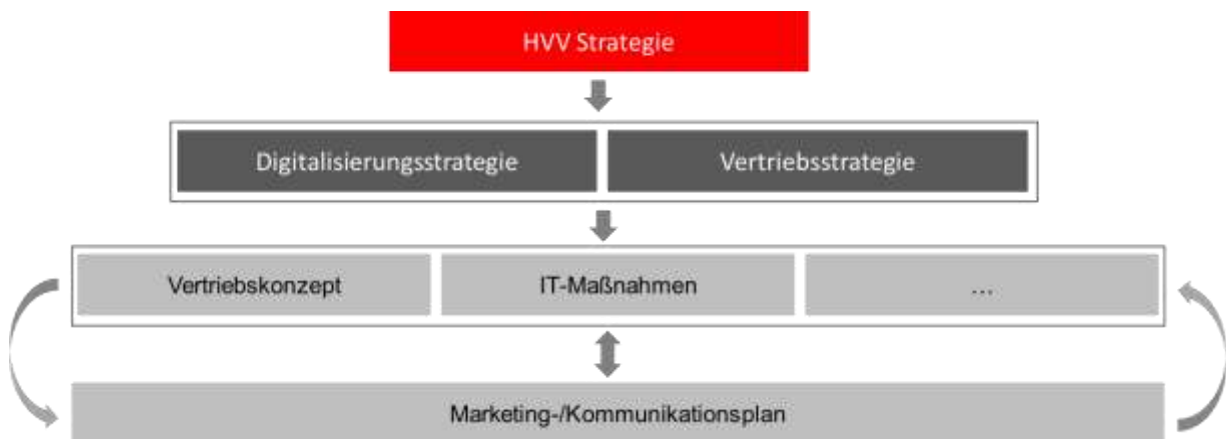
- Sicherstellung der unterschiedlichen Kommunikation in Hamburg und Umland in Bezug auf den Einstieg vorn
- Erarbeitung eines neuen Prüfkonzeptes zum 01.01.2022 unter Einbeziehung von HVV Prepaid Karte, IBT, neue Regelung Einstieg vorn und öffentlichkeitswirksame Prüfungen
- Zielvorgabe der Quote des Fahrens ohne gültige Fahrkarte (Berechnungsmethode HVV)
- Bekämpfung und Verhinderung von Fälschungen auch unter dem Gesichtspunkt der neuen Vertriebswege
- Steigerung der bisher erreichten Prüfquote bis zum Erreichen des Zielwertes der Quote des Fahrens ohne gültige Fahrkarte (gemessen an Anzahl geprüfter Fahrgäste)

- 1
- 2
- 3
- 4
- Erhöhung der Prüfvorgaben bis 2022 um 30% als Kompensation des Einstiegs vorn in Hamburg (Busbereich)
 - Stärkere Berücksichtigung der Einnahmensicherung bei vertrieblichen und tariflichen Planungen (Beschluss AK Vertrieb)

5

11 Weiterentwicklung Vertriebskonzept

Jeweils im März/April eines Jahres, nach Vorlage von Verkaufs- und Umsatzzahlen, setzt sich die Arbeitsgruppe Vertriebskonzept, bestehend aus HVV GmbH und ZVU Gemeinschaftstarif zusammen und analysiert die Entwicklung der Vertriebskanäle. Bestandteil der Analyse ist die Messung der Wirtschaftlichkeit für alle analogen und digitalen Vertriebskanäle sowie deren Vorausschau. Hierzu wird ein Instrumentarium zur Bewertung erarbeitet. Das Instrumentarium muss unter anderem die Kosten, den Kundennutzen und die Auswirkung auf die Einnahmensicherung beinhalten. Die Ergebnisse fließen in die Fortschreibung des HVV-Vertriebskonzeptes ein und werden im AK Vertrieb diskutiert.



12 Literatur

Deutsche Bundesbank (2018): Zahlungsverhalten in Deutschland 2017. Vierte Studie über die Verwendung von Bargeld und unbaren Zahlungsinstrumenten. Frankfurt am Main, URL: <https://www.bundesbank.de/re-source/blob/634056/8e22ddcd69de76ff40078b31119704db/mL/zahlungsverhalten-in-deutschland-2017-data.pdf> (15.02.2019)

Deutsche Bundesbank (2019): Kosten der Bargeldzahlung im Einzelhandel. Studie zur Ermittlung und Bewertung der Kosten, die durch die Bargeldzahlung im Einzelhandel verursacht werden. Frankfurt am Main, URL: <https://www.bundesbank.de/re-source/blob/776464/7bcafc28a7be62b503fb4c39440f92db/mL/kosten-der-bargeldzahlung-im-einzelhandel-data.pdf> (15.02.2019)

Deutsche Bundesbank (2021): Zahlungsverhalten in Deutschland 2020. Erhebung über die Verwendung von Zahlungsmitteln im Jahr der Corona-Pandemie. Frankfurt am Main, URL: <https://www.bundesbank.de/re-source/blob/855642/cabf0971e0f0697d688dcc57c0cb65d3/mL/zahlungsverhalten-in-deutschland-2020-data.pdf> (02.07.2021)

(HDE1) Handelsverband Deutschland (2020): Zahlenspiegel 2020. Berlin, URL: https://einzelhandel.de/index.php?option=com_attachments&task=download&id=10482 (02.07.2021)

(HDE2) Handelsverband Deutschland (2021): Online-Monitor 2021. Berlin, URL: https://einzelhandel.de/index.php?option=com_attachments&task=download&id=10572 (02.07.2021)

13 Abkürzungsverzeichnis und Glossar

ABT	→ Account Based Ticketing
Account Based Ticketing	Weiterentwicklung von → IBT, bei der der Anwender bekannt ist, z.B. in den jeweiligen → KVP Systemen mit Name und Vorname, Adresse, Kontaktdaten. Der Anwender (Kunde, Fahrgast) ist exakt eine natürliche Person und nicht anonym (d.h. das ID Medium ist nicht anonym) und kann unterschiedliche Medien nutzen, welche eindeutig ihm zugewiesen werden können. Medien können z.B. Smartphones (App), Chipkarten (z.B. HVV-Card), EC- oder Kreditkarten sowie biometrische Merkmale und vieles mehr sein. Die redundante Nutzung des Mediums, z.B. Handy und Chipkarte, ist dabei tendenziell ausgeschlossen. Der Anwender hat keine physische Fahrkarte mehr bei sich, sondern diese ist im zentralen System (z.B. Fahrgastkonto) abgelegt und der Zugriff auf die Fahrkarte wird durch eines seiner Medien (Identifizier/ID Medium) ermöglicht.
AFB	→ Aktivierung der Fahrkartenkauffunktion für den Bartarif
Aktivierung der Fahrkartenkauffunktion für den Bartarif	Funktion auf der HVV-Card, mit der Kunden bargeldlos Fahrkarten an Fahrkartenautomaten und dem → PVS erwerben können.
Amazon Payments	Anhand von Amazon Payments kann auf Internetseiten von Dritten, also nicht auf denen von Amazon, mit den bei Amazon hinterlegten Bezahlfverfahren bezahlt werden. Der Drittanbieter erhält keinerlei Kontoinformationen des Kunden von Amazon. Das Amazon Payments Konto wird automatisch bei der Einrichtung des Amazon Kundenkontos eingerichtet und aktiviert, sobald auf Internetseiten Dritter gezahlt wird. Die Zahlungsabwicklung erfolgt per Lastschrift oder mit Kreditkarte, je nach gesetzter Präferenz beim Amazon Kundenkonto.
Apple Pay	Ein elektronisches Zahlungssystem des Unternehmens Apple für hausgemachte mobile Elektronikgeräte (iPhone, iPad usw.).
App-Store	Bezeichnung für digitale Vertriebsplattformen für Anwendungssoftware, abgeleitet aus der englischen Kurzform für Application (Anwendungssoftware) und Store (Geschäft).
ASB	Ausschuss für Betriebswirtschaft
AT	→ Aufgabenträger
Aufgabenträger	Die Aufgabenträger sind in Deutschland für die Organisation und Finanzierung des öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV) zuständig. Grundlage bildet das Gesetz zur Regionalisierung des öffentlichen Personennahverkehrs (RegG) vom 27. Dezember 1993. Die Aufgabenträger der HVV GmbH sind gleichzeitig auch die Gesellschafter der HVV GmbH. Die Freie und Hansestadt Hamburg (85,5%) ist zuständig sowohl für den Schienenpersonennahverkehr (SPNV) als auch für den Bus-, U-Bahn- und Fährverkehr auf dem Gebiet Hamburgs. Das Land Schleswig-Holstein (3,0%) ist zuständig für den Schienenpersonennahverkehr (SPNV) in Schleswig-Holstein. Das Land Niedersachsen (2,0%) hat die Landesnahverkehrsgesellschaft mbH (LNVG) für die Organisation des Schienenpersonennahverkehrs (SPNV) in Niedersachsen beauftragt. Die Kreise Herzogtum Lauenburg, Pinneberg, Segeberg und Stormarn sowie die Landkreise Harburg, Lüneburg und Stade halten insgesamt 9,5% der HVV GmbH Anteile und sind auf ihrem jeweiligen Territorium zuständig für den Busverkehr.
B2B	→ business-to-business
Beacon	Elektronischer Signalgeber, welcher in festen Zeitintervallen Signale versendet. Als Empfänger für die Signale können Smartphones mit speziellen Apps dienen, welche den Sender identifizieren und zum Beispiel Informationen wie die aktuellen Geokoordinaten o.Ä. speichern und verarbeiten.
BEAM	→ MOSAIC (ehemals BEAM)
BES	Business-Enterprise-Service
Big Data	Bezeichnung für Datenmengen, welche groß, komplex, schnelllebig sowie i.d.R. unstrukturiert oder semi-strukturiert sind.

Bitcoin	Das erste öffentlich im Jahr 2009 gehandelte und bekannteste digitale Zahlungsmittel. → Kryptogeld
Blockchain	Auch Blockkette, eine nur aufwendig erweiterbare Liste digitaler Datensätze. → Kryptogeld
BMI	Beschwerde-Management-Instrumentarium
business-to-business	Geschäftsbeziehung(en) zwischen mindestens zwei Unternehmen.
CD	→ Corporate Design
CD-Vorgabe	Corporate Design-Vorgabe, → Corporate Design
Check-in/Be-out	→ hvv Any (ehemals CIBO bzw. Check-in/Be-out)
CIBO	→ hvv Any (ehemals CIBO bzw. Check-in/Be-out)
Corporate Design	Bezeichnung eines Teil der sogenannten Unternehmens-Identität. Das Corporate Design umfasst das gesamte, einheitliche Erscheinungsbild (Kommunikationsmittel, Geschäftspapiere, Werbemittel, Verpackungen, Internetauftritte, Produktgestaltung, Berufskleidung usw.).
CES	Customer-Enterprise-Service
DB	Deutsche Bahn AG
Debitkarte	Bei der Debitkarte erfolgt die Abbuchung der Zahlung sofort vom mit der Karte verbundenen Girokonto. Zu den Anbietern von Debitkarten gehört die Girocard der Deutschen Kreditwirtschaft (DK), welche 2007 die sogenannte EC-Karte ersetzte. Die Girocard wird zum Teil mit einem Co-Branding von Maestro-Card oder V Pay angeboten. In der Regel erfolgt die Abrechnung dabei voranging über die Girocard mit und ohne Geheimzahl. Wird die Abrechnung über die Girocard an einem Verkaufsterminal nicht angeboten, kommt das Co-Branding zum Einsatz.
EAV	→ Einnahmenaufteilungsverfahren
Einnahmenaufteilungsverfahren	Die durch die VVU generierten Einnahmen werden anhand der unternehmensbezogenen Verkehrsnachfrage im HVV-Verbundgebiet aufgeteilt. Die Grundlage bilden die Einnahmemeldungen und Verkehrserhebungen bei der VVU.
EB	Erhöhtes Beförderungsentgelt
EFAD	elektronischer Fahrscheindrucker
ELV	elektronische Lastschrift
eTicketing	Technische Lösung zur elektronischen Abbildung von Fahrkarten. In Deutschland zumeist Verwendung des Standards VDV-KA. Im HVV-Verbundgebiet erfolgt das eTicketing für den Kunden z.B. mittels → HVV-Card.
Giropay	Giropay ist ein Angebot der deutschen Kreditwirtschaft für das Bezahlen im Internet. Für die Nutzung dieses Dienstes benötigt der Kunde ein Girokonto welche für das Online-Banking per PIN/TAN-Verfahren freigeschaltet ist. Der Kauf im Internet erfolgt, indem bei der Bezahlung Kontonummer und PIN sowie eine Transaktionsnummer (Tan) eingegeben wird. Das Girokonto des Kunden wird dann entsprechend belastet.
Hamburger Verkehrsverbund GmbH	Die HVV GmbH übernimmt für drei Bundesländer, sieben Kreise, rund 25 Verkehrsunternehmen und rund 3,5 Mio. Einwohner das Management des gesamten Verkehrsangebots, d.h. für alle Bus-, Fähr-, U-, S-, A- und Regionalbahnleistungen im HVV-Verbundgebiet (www.hvv.de).
HVV GmbH	→ Hamburger Verkehrsverbund GmbH
HVV-App	Smartphonebasierte Software-Anwendung für die Betriebssysteme iOS von Apple und Android von Alphabet/Google, unter anderem zur Bedienung der HVV-Fahrplanauskunft oder zum Kauf von Fahrkarten.

hvv Any	System zur bewussten, aktiven Erfassung des Einstiegs in ein Fahrzeug bzw. des Betretens eines fahrkartenpflichtigen Bereichs durch den Kunden an einem Lesegerät (Chipkarte, Smartphone o.Ä.) sowie der automatisierten Abmeldung aus dem System beim Verlassen des Fahrzeugs.
HVV-Card	Medium zum bargeldlosen Erwerb von Fahrkarten im HVV-Verbundgebiet.
HVV-CD	HVV-Corporate Design
HVV Prepaid Karte	Auf diese Karte kann ein Geldguthaben gegen Bargeld an ausgewählten Fahrkartenautomaten sowie über Drittanbieter eingezahlt werden. Für die HVV Prepaid Karte ist keine Registrierung durch den Kunden notwendig. Mit der ersten Bargeldaufladung wird die Karten-ID im System freigeschaltet. Persönliche Kundendaten werden nicht benötigt. Die Karten-ID wird als Account im Backend angelegt.
IBT	→ ID-based Ticketing
ID-based Ticketing	Ein Nutzer kann sich mit einem ID Medium mit einfacher Applikation über die eindeutige (aber anonyme) ID an einem zentralen System identifizieren, Guthaben aufladen, Fahrkarten (Bartarif) kaufen und prüfen lassen. Guthaben und Fahrkarten (Fahrberechtigungen) im Bartarif sind im zentralen System in einem anonymen Account abgelegt und können mit dem ID Medium online abgerufen werden. (→ HVV Prepaid Karte).
IPSI	Standard zur deutschlandweiten Vernetzung der ÖPNV-App des Kunden mit anderen (Smartphone)-Fahrkarten-Systemen, so dass über das Fahrkartensystem des Kunden auch Fahrkarten von Fremdsystemen (z.B. Produkte von Fremdtarifen) verkauft werden können. → eTicketing, → VDV-KA
Kartenzahlung	→ Debitkarte, → Prepaidkarte, → Kreditkarte
KMI	Kunden-Management-Instrumentarium
Kreditkarte	Bei der Nutzung einer Kreditkarte erfolgt die Abbuchung vom mit der Karte verbundenen Girokonto einmal im Monat. Der Kunde erhält eine Abrechnung aller mit der Kreditkarte bezahlten Leistungen, so dass dem Kunden bis zur Abrechnung im Prinzip ein zinsloses Darlehen gewährt wird. Die MaestroCard von Mastercard sowie V Pay von Visa bieten zwar die klassischen Vorteile von Kreditkarten wie weltweite Akzeptanz oder die Möglichkeit der einfachen Bezahlung im Internet bei ausländischen Anbietern, allerdings handelt es sich bei beiden Anbietern nicht um eine klassische Kreditkarte, sondern eine Art Guthabekarte (siehe Prepaidkarte). Das für die Bezahlung notwendige Guthaben ist also beim Kunden bereits vorhanden. Bei der Kreditkarte hingegen gewährt das ausgebende Institut dem Kunden ein quasi zinsfreies Konsumdarlehen (allerdings werden zumindest Gebühren fällig), welches als Festbetrag oder prozentual abhängig von Rahmendaten (z.B. 25% vom monatlichen Geldeingang auf dem Girokonto) in der Regel monatsweise zur Verfügung gestellt wird.
Kreditkartenzahlung per Internet	Beim Bezahlen mittels Kreditkarte im Internet (siehe auch 6.4 Kartenzahlung) gibt der Kunde in der Regel Kartenummer, Gültigkeit der Kreditkarte und seinen Namen in ein Formular ein. Einige Kreditkartenanbieter nutzen das sogenannte 3-D-Secure-Verfahren, bei dem der Kunde zusätzlich ein Passwort festlegen kann. Der Kunde hat die Möglichkeit im Betrugsfall die Zahlung zu widerrufen, der Anbieter ist dann verpflichtet die Veranlassung der Zahlung durch den Kunden nachzuweisen.
Kryptogeld	Digitale Zahlungsmittel. Die technische Grundlage bildet dabei die sogenannte → Blockchain. Bekannteste Kryptowährung → Bitcoin. Darüber hinaus existieren diverse weitere Kryptowährungen, seit 2013 gibt es zum Beispiel die Möglichkeit beim größten Onlinehändler der Welt auch mit Amazon Coin zu bezahlen. Überweisungen erfolgen direkt zwischen Kunde und Anbieter über das Internet anhand einer sogenannten Peer-to-Peer-Anwendung. Es werden dabei folglich keine zentralen Abwicklungsstellen wie zum Beispiel eine Bank oder Dienstleister wie Paypal benötigt.
Kundenvertragspartner	Instanz, welchem dem Kunden die Fahrkarte verkauft und somit den Kundenvertrag hält, i.d.R. ein Verkehrsunternehmen.
KVP	→ Kundenvertragspartner

Lastschrift	Beim Lastschriftverfahren liegt dem Zahlungsempfänger ein Mandat des Zahlungspflichtigen (Kunden) vor, wodurch der Zahlungsempfänger das Konto des Zahlungsempfängers mittels Buchgeldübertragung belasten darf. Im Unterschied zum Dauerauftrag mit fixen Beträgen zu bestimmten Stichtagen über einen längeren Zeitraum, handelt es sich bei der Lastschrift um veränderliche Summen. Das ehemalige Verfahren zur Einzugsermächtigung per Lastschrift wird nur noch für Zahlungen mit elektronischen Zahlungskarten (Kreditkarten, Debitkarten etc.) angewandt und als elektronische Lastschrift (ELV) bezeichnet. Beim ELV wird die Bezahlung durch den Zahlungsempfänger ausgelöst, indem dessen Bank den Auftrag zum Einzug einer Lastschrift beim Zahlungspflichtigen (Kunden) erteilt.
MDE	Mobile Datenerfassung
MIFARE	Die weltweit meistgenutzte kontaktlose Chipkartentechnik von NXP Semiconductors.
Mobil and Sales Integration Cluster	Diese Plattform ist eine integrierte Software-Lösung für die Verknüpfung unterschiedlicher Modalitäten. Die Plattform kann via Schnittstelle z.B. Zugang zu verschiedenen Daten bieten (Fahrplan, Registrierung, Ticketing, Buchung, Verrechnung usw.) und/oder unterschiedliche Modalitäten anbinden (ÖPNV, Carsharing, Bikesharing, Mietwagen, Taxi usw.)
MOSAIC	→ Mobil and Sales Integration Cluster
Near Field Communication	Ein Funkstandard zur kontaktlosen bzw. drahtlosen Datenübertragung zwischen zwei sich nahe beieinander befindlichen Geräten (z.B. zwischen Smartphone und Kasse im Supermarkt).
NFC	→ Near Field Communication.
Opt-in	Ein ausdrückliches Zustimmungsverfahren, optieren bzw. sich für etwas entscheiden, aus dem Englischen (to opt for something).
Paydirekt	Paydirekt ist ein Internetbezahlverfahren deutscher Banken und Sparkassen. Die Kunden müssen ein Girokonto bei einer der beteiligten Banken oder Sparkassen zu Zahlungsabwicklung mittels der Paydirekt-Software eingerichtet haben. Paydirekt erhebt zahlreiche Transaktionsdaten wie zum Beispiel Lieferadresse oder die Inhalte des Warenkorbs. Bei erfolgreicher Kontodeckung erhält der Verkäufer eine sofortige Bestätigung des Zahlungseingangs.
Paypal	Bei der Nutzung des Dienstes Paypal wird ein virtuelles Kundenkonto eingerichtet. Die Identität des Paypal-Kontos wird durch eine E-Mail-Adresse sichergestellt, es existiert also keine eigene Kontonummer. Paypal übernimmt quasi als Treuhänder zwischen Kunde und Anbieter die Zahlungsabwicklung mit dem Vorteil für den Kunden, dass der Anbieter keine Bankdaten des Kunden erhält und dem Kunden der Kaufpreis erstattet wird, wenn die Ware nicht geliefert wird. Allerdings erhält Paypal Einblicke in Transaktionsdaten sowie Daten wie Lieferadresse oder die Aufschlüsselung einzelner Positionen der Bestellung. Seit Kurzem ist es auch möglich Rechnungen zwischen mehreren Personen zu teilen. Dabei wird ein Geldbetrag virtuell auf das Paypal-Konto einer anderen Person überwiesen, welche dann zum Beispiel mehrere Geldbeträge Dritter bündelt und die Rechnung im Restaurant oder Kino bezahlt. Je nach Quelle und Zuschnitt der befragten Unternehmen, bieten zwischen 67% und 90% der Onlinehändler inzwischen Paypal als Dienst zur Zahlungsabwicklung an (vgl. Bundestag 2016, Seite 9).
Paysafecard	Die Paysafecard ist eine physische Plastikkarte, welche im Vorverkauf als Prepaidkarte mit einem festen Guthaben zum Beispiel an verschiedenen Tankstellen, Postfilialen oder Kiosken erworben wird. Auf der Karte ist ein 16-stelliger PIN-Code, welcher zum Bezahlen im Internet eingegeben wird. Der Anbieter bietet neben der Plastikkarte auch eine Paysafecard App, das Online-Zahlungskonto My Paysafecard und die Paysafecard Mastercard an.
Prepaidkarte	Eine Sonderform der Debitkarte ist die Prepaidkarte. Diese Guthabekarten sind zum Großteil mit einem Girokonto verbunden, müssen es aber nicht zwangsläufig sein. Um diese Karten nutzen zu können, muss im Vorfeld ein Guthaben auf die Karte übertragen werden, dementsprechend bestimmt das aufgeladene Guthaben

	auch das Limit der Zahlungen, Überziehungen sind nicht möglich. Die Aufladung erfolgt entweder durch Abbuchung vom hinterlegten Girokonto oder durch Bargeldeinzahlung und –übertragung auf die Karte an entsprechenden Automaten. Zu den in Deutschland gängigen Anbietern von Prepaidkarten gehören Maestro-Card mit der Mastercard sowie Visa mit V Pay. Zum Teil wird diese Dienstleistung auch in Kombination mit Debitkarten wie der Girocard angeboten (siehe Debitkarte). Darüber hinaus existieren für unterschiedlichste Dienstleistungen individuelle Lösungen, um die fälligen Zahlungen für zum Beispiel geführte Telefongespräche oder das geparkte Auto im Parkhaus abzubuchen. Neben den geläufigen Plastikkarten werden hierbei oft auch Karten aus Pappe ausgegeben.
Prüf- und Verkaufssystem	System (Hardware und Software) zur Kontrolle und zum Kauf von elektronischen Fahrkarten (→ eTicketing) für die Busse der HOCHBAHN und VHH inkl. deren Tochter- und Beteiligungsgesellschaften.
PVS	→ Prüf- und Verkaufssystem
QSV	Qualitätssicherungsverfahren
SDS	Sprachdialogsystem
Self-Service-Terminal	Die nächste Generation von Fahrkartenautomaten. Neben funktionalen Erweiterungen beim Fahrkartenverkauf, sind zusätzliche Funktionen wie Registrierungs- und Beratungsprozesse möglich.
SEPA	→ Single Euro Payments Area
SEPA-(Basis-)Lastschrift	→ Lastschrift
SEPA-Firmenlastschrift	→ Lastschrift
Single Euro Payments Area	Europäisches Projekt zur Vereinheitlichung von bargeldlosen Zahlungen.
Single Sign-on	Auch sogenannte Einmalanmeldung, d.h. nach einmaliger Authentifizierung an einem System kann der Nutzer auf alle Dienste des Systems zugreifen, ohne sich sowohl für jeden Dienst einzeln zu autorisieren, als auch sich bei jedem Neustart des Systems/der Dienste erneut autorisieren zu müssen.
Sofort Überweisung	Das System Sofort Überweisung als Internetbezahlverfahren funktioniert ähnlich der Bezahlung per Vorkasse. Der Verkäufer erhält zwar sofort eine Zahlungsbestätigung, jedoch nicht die Zahlung, kann dann aber ggf. bereits Waren versenden. Das System wird aus datenschutzrechtlichen Aspekten sehr kritisch gesehen. Der Kunde übermittelt zur Bezahlung die eigentlich nicht an Dritte weiterzureichende PIN seines Online-Girokontos sowie eine gültige TAN an die Sofort GmbH. Das Unternehmen überprüft den Kontostand des Kunden und führt die Überweisung an den Verkäufer aus. Für die Überprüfung ruft das Unternehmen zahlreiche zum Großteil als streng vertrauliche einzustufende Daten des Kunden ab.
SST	→ Self-Service-Terminal
SWT	Schöne-Wochenende-Ticket
VDV	Verband Deutscher Verkehrsunternehmen
VDV-KA	→ VDV-Kernapplikation
VDV-Kernapplikation	Offener Daten- und Schnittstellen-Standard für das eTicketing bzw. Elektronisches Fahrgeldmanagement (EFM) im Öffentlichen Personenverkehr. Die Entwicklung und Herausgabe des Standards erfolgt durch die VDV eTicket Service GmbH & Co. KG.
VVU	Verkehrsverbundunternehmen
ZVH	zentrale Verbundaufgaben der HVV GmbH
ZVU	zentrale Verbundaufgaben der Verkehrsunternehmen

1	14 Anlagen
2	14.1 Anforderungen an die Sicherheit von Fahrkartenpapier
3	14.2 Verkaufsabrechnung und Statistik
4	14.3 Betrieblicher und technischer Leistungsumfang eines Wertmarken-Verkaufssystems im HVV
5	
6	14.4 Layoutrichtlinie Version 2.7.1 für den Verkauf von Fahrkarten nach dem Gemeinschaftstarif des Hamburger Verkehrsverbundes (HVV)
7	
8	14.5 HVV CD-Manual Abschnitt G - wird aktuell noch überarbeitet im Rahmen CD-Relaunch
9	
10	14.6 Grafik Standorte der HVV-Servicestellen
11	14.7 Umsatz- und Absatzentwicklung der Vertriebskanäle
12	14.8 Grafik der Automatenstandorte
13	

Anlage 14.1

Anforderungen an die Sicherheit von Fahrkartenpapier

Fahrkarten sind mit Merkmalen für eine ausreichende Fälschungssicherheit auszustatten; Art und Umfang der Merkmale legt die HVV GmbH in Abstimmung mit den Verbundverkehrsunternehmen für die einzelnen Fahrkartenarten fest (Staffelung der Vorkehrungen nach Wertigkeit und Vertriebssystem). Es sind Vorkehrungen gegen Missbrauch bei der Herstellung, der Ausgabe/Verwaltung (VU-intern) sowie der Nutzung zu treffen.

Die praktischen Möglichkeiten der Fälschungssicherheit können klassifiziert werden von der Standardsicherheit bis zu einem hohen Grad der Sicherheit. So können Maßnahmen für die Fälschungssicherheit z. B. durch den Einsatz von Hologrammen, reflektierenden Melierfasern und Kopierschutzzeilen ergriffen werden. Erfordernisse, die sich aus Gründen der Fälschungssicherheit ergeben, dürfen nicht zu einer Beeinträchtigung des einheitlichen Erscheinungsbildes führen.

Fahrkarten müssen so beschaffen sein, dass bei sachgemäßem Gebrauch entsprechend der Gültigkeit eine ausreichende Lebensdauer sichergestellt ist (z. B. um ordnungsgemäße Kontrollen zu gewährleisten). Für die Sicherstellung der ausreichenden Lebensdauer sind umweltfreundliche Verfahren/Materialien zu verwenden (Reduzierung/Vermeidung von Kunststoff).

Sicherheitsmerkmale Fahrkartenpapier

Rollenbreiten	72–79,5 mm
Material	80–140 g/qm Thermopapier, Mitsubishi S1037 und Mitsubishi S1437 mit eingearbeiteten Melierfasern (nur unter UV-Licht sichtbar) sowie Kanzan KLS46 (top-coated mit aufgedruckten Melierfasern)
Hologramm	transparenter Hologrammstreifen (nur bei Zeitkarten) <ul style="list-style-type: none">• 5 mm breit• negatives HVV-Logo und Schriftzug NAH.SH
Offsetdruck (3/2-c)	Vorderseite (3-c) 1. Ebene: <ul style="list-style-type: none">• Untergrund + Mikrozeile + Sicherheitsguilloche (in jährlich wechselnden Farben: blau, rot, grün)• Untergrund + Kopierschutzstreifen + Sicherheitsguilloche leuchtorange (Pantone 804)• Kopierschutzstreifen am linken Rand, 5 mm breit mit negativem HVV-Logo (gestürzt) 2. Ebene: <ul style="list-style-type: none">• UV weiß-gelbfluoreszierend (negatives HVV-Logo und Schriftzug NAH.SH)
	Rückseite (2-c): <ul style="list-style-type: none">• Sinuslinie schwarz• Sicherheitsbalken leuchtorange (Pantone 804)
	Nummerierung auf der Rückseite (gestürzt) <ul style="list-style-type: none">• links: Rollennummer (6-stellig, schwarz), alle 8/10 Zoll (Ausnahme Bus-Automaten HHA: Synchronisationsspur)• rechts: fortlaufende Ticketnummer (6-stellig, schwarz), alle 16/10 Zoll bzw. 8/10 Zoll

Spezielle Anforderungen im Direktvertrieb

ProfiCard (HVV-Großkundenabonnement GKA)

Die im Rahmen des Großkundenabonnements (GKA) ausgegebenen Fahrkarten (ProfiCards) sollten den modernen Charakter des Angebots unterstreichen. Entsprechend den besonderen Bedingungen dieses Angebots (Ausgabe durch Dritte direkt vor Ort, Charakter eines Werbemittels) werden hier besondere Fahrkarten verwendet, die z. B. Raum für eine firmenspezifische Ausprägung lassen (Logo-Aufdruck); insgesamt entsprechen auch diese Fahrkartenmuster den o.g. Kriterien. Die ProfiCards (künftig „ProfiTickets“) werden sukzessive auf das Trägermedium HVV-Card übertragen.

SemesterTicket

Da die SemesterTickets in Kombination mit den Semesterunterlagen durch die entsprechenden Stellen der Hochschulen ausgegeben werden, sind die besonderen Gegebenheiten dieses Vertriebsweges zu berücksichtigen (z. B. Papierbeschaffenheit). Die ausreichende Fälschungssicherheit ist zu gewährleisten.

KombiTicket

Kooperationspartner dürfen KombiTickets nur nach Abschluss eines Vertrages auf der Grundlage einer von der HVV GmbH/ZVU HOCHBAHN autorisierten Druckvorlage erstellen. HVV-Logo und Fahrkartentext sind auf der Vorderseite der Eintrittskarte anzubringen. Zur Überprüfung der Abrechnung sind die als KombiTicket ausgegebenen Eintritts-/Fahrkarten fortlaufend zu nummerieren. Zum Schutz vor Fälschungen (z. B. Verwendung einer Druckvorlage für Eintrittskarten, zu denen keine Kooperationsvereinbarung abgeschlossen wurde) ist jedes KombiTicket mit einem Code zu versehen.

Anlage 14.2

Verkaufsabrechnung und Statistik

Für Arbeiten im Rahmen der Einnahmenaufteilung, Marktforschung, Werbung und Weiterentwicklung der Angebote ist eine aussagekräftige Statistik unabdingbar. Gerade vor dem Hintergrund knapper Mittel für Verkehrserhebung und Marktforschung ist dies von großer Bedeutung.

Eine wesentliche Grundlage stellt die monatliche Einnahmenmeldung dar. Im Einzelnen sind folgende Anforderungen an die Darstellung der Verkaufsabrechnung zu stellen:

- Die Umsätze werden seitens der VU automaten-, linien- und verkaufsstellenbezogen, jeweils getrennt nach Bar- und den verschiedenen Unbar-Anteilen erfasst. Im Busbereich, bei Automaten und Verkaufsstellen sind die notwendigen Voraussetzungen bereits realisiert.
- Die Meldung an die HVV GmbH sollte in Form eines differenzierten Datenausweises erfolgen, gegliedert nach Vertriebswegen, Preisstufen, Zahlungsarten und Tarifständen. Die Details sind im Vertrag über den Ablauf der Einnahmenezuscheidung (Anlage 3 des Kooperationsvertrages) festgelegt.
- Die Daten werden der HVV GmbH sowohl auf DV-Basis, nach einheitlichem Datensatzformat, als auch in Papierform zur Verfügung gestellt.

Für fallweise statistische Auswertungen der HVV GmbH sollten zukünftig die Voraussetzungen geschaffen werden, auf Anfrage folgende Daten zu liefern: Umsätze pro Haltestelle, Automaten, Linie oder Verkaufsstelle, jeweils taggenau und differenziert nach Preisstufen sowie dem Bar- und Unbar-Anteil. Ein dazu ggf. erforderlicher Zusatzaufwand muss im wirtschaftlich vertretbaren Rahmen liegen.

Anlage 14.3

Betrieblicher und technischer Leistungsumfang eines Wertmarken-Verkaufssystems im HVV

Einsatzbereich:

Das manipulationssichere Wertmarken-Verkaufssystem kann als stationäres personalbedientes Verkaufsgerät bei unternehmenseigenen und privaten Verkaufsstellen eingesetzt werden. Für eine gegen Datenmissbrauch gesicherte Verbindung am Verkaufsstandort sind die betreibenden Verkehrsunternehmen zuständig.

Das Verkaufsgerät ist modular aufgebaut und verfügt über folgende Komponenten:

- Kundendisplay
- Ergonomische Tastatur sowie ggf. Maus
- Thermodrucker
- Strahlungsarmes Bedienerdisplay (mind. 15“), optional Ausführung als Touch-Screen
- Magnet- bzw. Hybridkartenleser (intern oder extern)
- Netzwerkkarte (Ethernet)
- Zahlungsverkehrsterminal
- Alternative, geforderte Bedienelemente/Komponenten sind anschließbar

Leistungsumfang:

Das Wertmarken-Verkaufssystem kann folgende Fahrausweise für Verkehrsverbünde ausgeben:

- Fahrkarten des HVV-Gemeinschaftstarifs sowie
- des Schleswig-Holstein-Tarifs (auch Einzelfahrscheine und Tageskarten für den Notverkauf bei Automatenstörungen).
- Zusatzangebote wie z.B. kombinierte Fahr-/Eintrittskarten oder Merchandising.

Layoutgestaltung:

Layoutgestaltung und Layoutänderungen der Fahrkarten müssen flexibel möglich sein (Umsetzung von Änderungen innerhalb von fünf Werktagen). Die Layoutpflege sowie die Tarifpflege werden zentral von der HOCHBAHN durchgeführt, sofern das Verkehrsunternehmen das zentral im HVV eingesetzte Kassensystem ETS verwendet.

Abrechnung und Einnahmenaufteilung:

Die einzelnen Verkaufsvorgänge werden im Verkaufssystem gespeichert und dienen als Grundlage für sämtliche Statistiken, Besteuerung und Einnahmenaufteilungen gemäß den Vorgaben der Aufgabenträger.

Bargeldloser Verkauf:

Für den bargeldlosen Verkauf mittels girocard (electronic cash) und/oder Kreditkarten ist die Anbindung eines Zahlungsverkehrsterminals notwendig. Die vertragliche Einbindung eines Dienstleisters für die Abwicklung des Zahlungsverkehrs obliegt dem jeweiligen Verbundverkehrsunternehmen.

Ausgabe von Abo-Startkarten im HVV:

Sofern in HVV-Servicestellen noch keine Zugänge zum HVV-Abonnement im ((eTicket-Verfahren erfolgen, ist im HVV die Ausgabe von Abo-Startkarten aus dem personenbedienten Verkaufssystem vorzusehen. Hierzu ist eine Anbindung an das zentrale, servergestützte Sicherheitssystem zwingend erforderlich. Die Abwicklung des Autorisierungsverfahrens geschieht für alle Verbundverkehrsunternehmen zentral durch die HOCHBAHN. Der Satzaufbau für die Sicherheitsanfrage kann über die HVV GmbH angefordert werden. Darüber hinaus ist der HOCHBAHN werktäglich eine Auflistung der ausgegebenen Abo-Startkarten in elektronischer Form zu übermitteln. Der Aufbau der Datei kann bei der HVV GmbH angefragt werden.

Abwicklung der HVV-Garantie:

Eine Abwicklung der HVV-Garantie über das personenbediente Verkaufssystem ist vorzusehen. Hierzu ist eine Anbindung an einen zentralen Autorisierungsserver im Hause der HOCHBAHN vorzusehen. Die abzubildenden Schnittstellen werden durch die HVV GmbH zur Verfügung gestellt.

Im fernbedienten Verkauf werden folgende Serviceleistungen nicht angeboten:

- Annahme Fundsachen
- Ausgabe von Informationsmaterial/Flyer (Ausnahme Druckfunktion für eingeschränktes Sortiment)
- Verkauf von Fahrplanbüchern
- Abwicklung HVV-Garantie
- Leistungen um den analogen Zeitkartenverkauf (Kundenkarten, Wertmarken, Berechtigungsnachweise etc.)
- Ausgabe von Abo-Startkarten
- Bearbeitung von EB

Layoutrichtlinie

für den Verkauf von Fahrkarten
nach dem Gemeinschaftstarif des
Hamburger Verkehrsverbundes (HVV)

*als Anlage zur
HVV-Rahmenkonzeption für den Vertrieb
in der jeweils gültigen Fassung*

Version: 2.7.1
gültig ab: **01.04.2021**

Stand: 18.02.2021

Herausgeber:
Hamburger Verkehrsverbund GmbH
Bereich Tarif/Vertrieb
Steindamm 94
20099 Hamburg

Telefon: (040) 32 57 75 - 0
Telefax: (040) 32 57 75 - 820
E-Mail: info@hvv.de

Redaktion:
Hamburger Hochbahn AG
Sachgebiet Vertriebsinfrastruktur
Holger Schmitt
Steinstraße 20
20095 Hamburg

E-Mail: holger.schmitt@hochbahn.de

Änderungshistorie

Versions-stand	Änderung gültig ab	Punkt	Art der Änderung
1.0	28.08.2007	Ges. Dokument 1.2 bis 1.8, 3.1 1 (Zeile 5)	Verabschiedung im AK Vertrieb des HVV Änderung der Kurzfahrt SchnellBus (Eingliederung als Einzelkarte), Umstellung der Gliederung Regelungen für den Vorverkauf von Einzelkarten
1.0.1	01.01.2008	3.2, 4	Ausweitung der Geltung von HVV-Zeitkarten auf den Landkreis Soltau-Fallingbostal
1.1	01.01.2009	Ges. Dokument	Änderungen nach dem 32. Gemeinschaftstarif des HVV, redaktionelle Überarbeitung
1.2	01.01.2010	Ges. Dokument 1 (Zeile 6) 4.2 bis 4.5 4.3	Änderungen nach dem 33. Gemeinschaftstarif des HVV, redaktionelle Überarbeitungen Starthaltestelle: Konkretisierung des Hinweistextes Neu eingepflegt: „Liste der zulässigen abkürzbaren Feldinhalte“; Anpassung der Gliederung Anpassung der Verbundverkehrsunternehmen
1.2.1		3	Eingefügt: Einzelkarte Stadtverkehr Adendorf
1.2.2	12.04.2010	1 (Zeile 7), 1.1 bis 1.7	Wegfall der Darstellung von Zahlgrenzen
1.3	01.01.2011	Ges. Dokument 2 (Zeile 6) 2.8, 3.2 alt: 4.5 neu: 6	Änderungen nach dem 34. Gemeinschaftstarif des HVV, redaktionelle Überarbeitungen Aufzählung Bezahlart „IN“ Wegfall der Ermäßigung Familienpass der FHH Änderung der Abgrenzungsregelung dieser Richtlinie auf Grund der Einführung des Vertriebskanals „Fahrkarte zum Selbstaussdruck“
2.0	07.03.2011	Ges. Dokument 1 (Zeile 5)	Anpassung auf Grund geänderter Anforderungen durch das Projekt „Einstieg vorn“ (Erhöhung Schriftgröße Texte Klasse und Zeitl. Gültigkeit) sowie redaktionelle Anpassungen Wegfall der Angabe einer Uhrzeit bei zeitlichen Gültigkeiten im Bartarif auf Grund der tariflichen Vorgaben
2.1	01.01.2012	Ges. Dokument 1 (Zeile 8) 4.2 4.3	Änderungen nach dem 35. Gemeinschaftstarif des HVV, Einführung gleitende Monats- und Wochenkarten, redaktionelle Überarbeitungen Aufnahme Zahlart Kreditkarte Schreibweisen mehrtägige Gültigkeit Anpassung der Verbundverkehrsunternehmen
2.1.1		3.2 und 4	Anpassung: Umbenennung Landkreis Soltau-Fallingbostal in Landkreis Heidekreis
2.1.2	21.06.2012	2.7.2	Anpassung Gültigkeit HVV-Ferienfahrkarte

Versions-stand	Änderung gültig ab	Punkt	Art der Änderung
2.2	01.01.2013	Ges. Dokument 2.6 und 3.2 2.8 2.8.3 und 2.9 4.3 6	Änderungen nach dem 36. Gemeinschaftstarif des HVV: Wegfall 3-Tage-Karte, FlexiCard und Kindermonatskarte, Umstellung Seniorenkarte und CC-Karte auf gleitende Monatskarte Ausgabe von Wochenkarten ohne HVV-Kundenkarte mit Lichtbild Redaktionelle Änderung: Zusammenfassende Darstellung der Zuschlagkarten Erhöhung Zuschuss FHH Anpassung der Verbundverkehrsunternehmen Einführung mobilTicket: Anpassung Abgrenzung
2.2.1	01.01.2014	Ges. Dokument 1 bis 2 1.8, 2.1, 2.4, 2.6 und 2.8 1.9 (neu) 4.3	Änderungen nach dem 37. Gemeinschaftstarif, Aufnahme von mobilen Terminals als Vertriebskanalart Aufnahme des Gültigkeitszeitraums bzw. Ausgabemodus in die Musterdarstellung, redaktionelle Änderungen (12.12.2013) Einstellung des Vertriebskanals „Zeitkartenautomat“ Einheitliche Festlegung Wechselgeldquittung Anpassung der Verbundverkehrsunternehmen
2.3	14.12.2014	1.6, 1.7, 3.1 und 4.1 1.8.1 2.9 3.2 und 4.1 6	Änderung hinsichtlich der neuen durchgängigen Bezeichnung der Regionalbahnen (RB/RE) Änderung Ausgabelogik Schönes-Wochenende-Ticket, Einstellung des Verkaufs im Bus (nachrichtlich) Ausgabe von mittels Sozialkarte der FHH ermäßigten Wertmarken nur gegen Nachweis Einbeziehung der „Wendlandbahn“ in das Verbundgebiet (nachrichtlich) Berücksichtigung Wegfall HandyTicket-Deutschland
	01.01.2015	Ges. Dokument 1 und 2 1.1, 1.2, 1.5 und 3.1 1.8.2	Änderungen nach dem 38. Gemeinschaftstarif Vergrößerte Darstellung zeitliche Gültigkeit gem. Beschluss AK Vertrieb vom 29.10.2014 Ergänzung Altersangabe Einzelkarte, 9-Uhr-Tageskarte und Ergänzungskarte Kind zur Konkretisierung Zusätzliche Gültigkeiten (zwei und vier Tage) bei der Hamburg CARD
2.3.1	01.04.2015	Ges. Dokument	Änderung der Fahrkartensorte (entspricht der örtlichen Gültigkeit) gem. Beschluss AK Vertrieb vom 29.10.2014 Vereinheitlichung der Altersangabe für Kinder (6 bis 14 Jahre)
2.3.2	01.06.2015	4.4	Anpassung der Vorgabe für Fahrkarten, welche im undatierten Vorverkauf ausgegeben werden.
2.4	01.01.2016	Ges. Dokument 1.5 und 3.1 1.8.1 4.3	Änderungen nach dem 39. Gemeinschaftstarif Klarstellung „Ergänzungskarte Kind“ Änderung Layout „Schönes-Wochenende-Ticket“ Änderungen Unternehmensbezeichnungen
2.5	01.01.2017	Ges. Dokument 1.9 4.3	Änderungen nach dem 40. Gemeinschaftstarif, Änderungen von Produktbezeichnungen und Entfernungsstufen Infotext Wechselgeldquittung Aktualisierung Verbundpartner

Versions-stand	Änderung gültig ab	Punkt	Art der Änderung
2.5.1	01.01.2017	2.3, 2.6, 3.2 4.1, 4.2	Korrekturen, u.a. „Studierenden“-Karte, „Vollzeit-Wochenkarte“ Anpassung von Abkürzungen
2.5.2	01.04.2017	2.4, 2.8c), 2.9, 3.2 2.5, 3.2, 4.1	Änderungen gem. ASK-Vorlage „HVV-Ausdrucks- und Schreibweise“ (Nr. 4, Stand März 2017) Kennzeichnung Teilzeit-Karte
2.5.3	01.01.2018	Ges. Dokument 2.5, 3.2, 4.1 1.5 und 3.1	Änderungen nach dem 41. Gemeinschaftstarif Graphische Kennzeichnung Teilzeit-Karte Änderung Aufdruck Ergänzungskarte
2.5.4	01.01.2019	Ges. Dokument 2, 2.1, 2.4, 2.5 2.8.3, 3.2 3.1 4.3	Änderungen nach dem 42. Gemeinschaftstarif Entfall der Fahrkartenausgabeart „IN“ = Ausgabe über HVV-Onlineshop (Versand) Änderung Fahrbereich Produkt „AGH mobil“ Einführung 1.Kl. bei „Ergänzungskarten zu Zeitkarte Kind“ Aktualisierung Verbundpartner
2.6 (Version 3)	08.06.2019 15.12.2019	1.8, 3.1 Ges. Dokument	Entfall Schönes-Wochenende-Ticket; Änderung der Gliederung Änderungen nach dem 43. Gemeinschaftstarif inklusive Tarifaufweitung auf die Bahnstrecken in Nord-Niedersachsen
2.6.1	15.12.2019	4.3	Nachtrag: Änderung der Verbundverkehrsunternehmen
2.7	01.09.2020 01.01.2021	1.9 1 Ges. Dokument 1.2, 1.3, 3.1 2 und 3 4.3 6	Hinweis auf Rabatt in Werbetext der Wechselgeldquittung Entfernung der Einschränkung zum Vorverkauf von Bartarifprodukten an Servicestellen Änderungen nach dem 44. Gemeinschaftstarif Ganztageskarte Kind ersetzt 9-Uhr-Tageskarte Kind Erläuterung zur Darstellung von Mobile Payment-Verfahren Aktualisierung Verbundpartner Aktualisierung Abgrenzung
2.7.1	01.04.2021	2, 2.1, 2.2.1, 2.2.3, 2.4, 2.5, 2.8.3, 2.9, 3.2, 4.1	Prozessänderung: Entfall des Nachweises der Sozialkarte der FHH bei Nutzung eines Produktes mit Sozialrabatt

Inhalt

Änderungshistorie	1
1 Fahrkarten des Bartarifs	6
1.1 Einzelkarte und Einzelkarte Kind	9
1.2 9-Uhr-Tageskarte	10
1.3 Ganztageskarte und Ganztageskarte Kind	11
1.4 9-Uhr-Gruppenkarte	12
1.5 Ergänzungskarte zur Zeitkarte und Ergänzungskarte Kind zur Zeitkarte	13
1.6 Zuschlag SchnellBus/1. Klasse RB/RE	14
1.7 Fahrrad-Tageskarte RB/RE	14
1.8 Tarifliche Sonderangebote im Bartarif (ohne Kundenkarte)	15
1.8.1 Hamburg CARD	15
1.8.2 Hamburg CARD plus Region	16
1.9 Wechselgeldquittung (ohne Fahrtberechtigung)	17
2 Zeitkarten	18
2.1 Vollzeit-Monatskarte	20
2.2 Schülerkarten	20
2.2.1 Schüler-Hauptkarte	20
2.2.2 SchülerPlusTicket	21
2.2.3 Schüler-Nebenkarte	21
2.3 Studierenden- und Auszubildenden-Karte	22
2.4 Senioren-Karte	22
2.5 Teilzeit-Monatskarte	23
2.6 Vollzeit-Wochenkarte	24
2.8 Zuschlagkarten	26
2.8 Tarifliche Sonderangebote (mit Kundenkarte)	27
2.8.1 Freizeitpass für Schüler	27
2.8.2 HVV-Ferienfahrkarte	27


2.8.3	AGH mobil	28
2.9	Ermäßigung mit Sozialrabatt der Freien und Hansestadt Hamburg	28
3	Textzuordnung Produkte und Sortimente	29
3.1	Bartarif.....	29
3.2	Zeitkarten	31
4	Abweichende Regelungen.....	34
4.1	Liste der in Ausnahmefällen zulässigen allgemeinen Abkürzungen	34
4.2	Liste der in Ausnahmefällen zulässigen abkürzbaren Feldinhalte	36
4.3	Liste der zulässigen Abkürzungen für die Unternehmensbezeichnungen	37
4.4	Besondere Bedingungen für den Vorverkauf von Wertmarken	38
5	Fahrkartenmaße.....	39
6	Abgrenzung dieser Richtlinie.....	40

1 Fahrkarten des Bartarifs

Prinzipdarstellung



Richtlinie

Zeile	Merkmal	Anforderung	Anordnung	Syntax	Beispiel
1	Logo HVV	Kurz-Logo des Hamburger Verkehrsverbundes	Rechts oben	[Grafik]	
2	Fahrkartenart	Fahrkartenart (Produkt)	Linksbündig, Schriftgröße +1, Fett	„[Text]“	Einzelkarte Kind
3	Fahrkartensorte	Fahrkartensorte (entspricht der örtlichen Gültigkeit)	Linksbündig, Schriftgröße +1, Fett	„[Text]“	Hamburg AB
3	Klasse	Darstellung der Klasse	Rechtsbündig, Schriftgröße +3, Fett	„1.Kl.“ „2.Kl. inkl. SchnellBus“ „2.Kl.“	2. Kl.
4	Erläuterungstext für den Fahrgast (bei Bedarf zweizeilig)	Allgemeine Erläuterungen für den Fahrgast, Hinweise auf Besonderheiten und/oder Gruppengrößen bzw. Ausdehnungen von Gültigkeiten (bei Bedarf)	Linksbündig, Schriftgröße –1, kursiv	„[Text]“	<i>Gültig für 1 Kind (6 bis 14 Jahre).</i>

Zeile	Merkmal	Anforderung	Anordnung	Syntax	Beispiel
5	Zeitliche Gültigkeit	Zeitliche Gültigkeit der einzelnen Fahrkarte (Zugriff auf dieses Feld auch durch den Vorverkauf).	Linksbündig, <ul style="list-style-type: none"> Präfix: Schriftgröße 0, Fett Datum: Schriftgröße +8, Fett¹ 	<i>Eintägige Gültigkeit:</i> „Gültig am [TT].[MM].[JJJJ]“; <i>Mehrtägige Gültigkeit:</i> „Gültig [TT].[MM].[JJ] - [TT].[MM].[JJ]“	Gültig am 01.01.2019
6	Einstiegshaltestelle	Name der Einstiegshaltestelle oder der Haltestelle die der Ausgabestelle am nächsten liegt oder der ausgebenden Servicestelle. Im Vorverkauf Angabe des gewünschten Startbahnhofs. <i>Hinweis: Berechtigt die Fahrkarte während der zeitlichen Gültigkeit, innerhalb einer klar abgegrenzten räumlichen Gültigkeit (Hamburg AB oder Ringe A-F) zu beliebig vielen Fahrten, so kann auf dieses Feld verzichtet werden.</i>	Linksbündig, Schriftgröße 0, Fett	„[Text]“, min. 20 Zeichen	U Rödingsmarkt
6	Linie/Richtung (nur bei Verkauf im Bus)	Liniennummer der aktuellen Linie und, sofern darstellbar, auch die aktuelle Richtung (Abkürzung)	Rechtsbündig, Schriftgröße 0	„[9999] [XXX]“	0006 BOW
7	Ring	Angabe des Tarifringes in der die Einstiegshaltestelle liegt	Linksbündig, Schriftgröße 0	„[X]“ oder „[X]/[X]“	A
7	Zone	Nummer der Zone, die der Einstiegshaltestelle zugeordnet ist. <i>Hinweis: Auf dieses Feld kann innerhalb des Bereichs Hamburg AB verzichtet werden, da hier keine Zonenbezogenen Tarife verkauft werden.</i>	Rechtsbündig, Schriftgröße 0	„[999]“ oder „[999]/[999]“	000

¹ Aus technischen Gründen darf die Schriftgröße in Einzelfällen nach unten abweichen, dies bedarf einer Genehmigung durch den Herausgeber.


Zeile	Merkmal	Anforderung	Anordnung	Syntax	Beispiel
8	FS-Nr.	Laufende Nummer der Fahrkarte (laufende Nummerierung durch das Verkaufsgerät), nach den Vorgaben des Verkehrsunternehmens	Linksbündig, Schriftgröße -1	„[9999999]“, Länge frei wählbar nach jew. Gerätespezifikation	3509800
8	Bezahlart	Art der vom Kunden vorgenommenen Zahlungsweise. Auf die Kennzeichen BA und GK kann verzichtet werden. Hingegen ist eine entsprechende Kennzeichnung bei Bezahlung via Lastschriftverfahren oder Debitkarte obligatorisch.	Linksbündig, Schriftgröße -1, anschließend an [FS-Nr.]	„BA“ = Barzahlung; „GK“ = GeldKarte; „LS“ = ELV; „EC“ = Debitkarte (girocard) „KK“ = Kreditkarte ²	BA
8	Preis	Gesamtpreis (inkl. MwSt.) in einem Betrag	Rechtsbündig, Schriftgröße +1, Fett	„[99].[99] €“; „[99].[99] EUR“	1,30 €
9	Datum	Datum des Ausgabetafes	Linksbündig, Schriftgröße -1	„[TT].[MM].[JJJJ]“	01.01.2019
9	Uhrzeit	Uhrzeit der Ausgabe	Zentriert, Schriftgröße -1	„[HH]:[MM]“	16:43
9	Ausgabegerät	Numerische Kennzeichnung des Verkaufsgerätes, nach Festlegung des VU	Rechtsbündig, Schriftgröße -1	Numerisch	102922
10	VU	Angabe des ausgebenden VU in Klarschrift (anstatt des ausgeschriebenen Namens ist auch das Logo oder die Kurzbezeichnung des VU zulässig)	Zentriert, Schriftgröße -1	„Ausgegeben durch [Name, Kurzbezeichnung oder Logo des ausgebenden VU]“	Ausgegeben durch Hamburger Hochbahn AG

Erläuterung zur Schriftgröße:


Schriftgröße 0 meint eine festgelegte Referenzschriftgröße des ausgebenden Vertriebsgerätes. Entsprechend weichen die Größen +1 bzw. -1 um einen Schriftgrad nach oben bzw. nach unten ab.

² Auch bei Zahlarten des Mobile Payments (z.B. ApplePay oder GooglePay) anzuwenden.



1.1 Einzelkarte und Einzelkarte Kind

<p>Vertriebskanäle</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fahrkartenautomaten • Verkauf durch Busfahrer • Mobile Terminals • HVV-Servicestellen
<p>Gültigkeit</p>	<p>Am eingetragenen Tag bis Betriebsschluss</p>
<p>Muster</p>	 <p>Einzelkarte Kurzstrecke 2.Kl.</p> <p>Gültig am 01.01.2021</p> <p>U Rödingsmarkt 0007 BCR</p> <p>A 000</p> <p>3509800 GK 1,80 €</p> <p>01.01.2021 16:43 102922 Ausgegeben durch Hamburger Hochbahn AG</p> <p>Einzelkarte Kind Ringe A-F 2.Kl.</p> <p><i>Gültig für 1 Kind (6 bis 14 Jahre).</i></p> <p>Gültig am 15.12.2019</p> <p>S Alte Wöhr 0023 NIM</p> <p>A 105</p> <p>3509800 BA 3,90 €</p> <p>15.12.2019 16:43 102922 Ausgegeben durch Hamburger Hochbahn AG</p>

1.2 9-Uhr-Tageskarte

<p>Vertriebskanäle</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fahrkartenautomaten • Verkauf durch Busfahrer • Mobile Terminals • HVV-Servicestellen
<p>Gültigkeit</p>	<p>Am eingetragenen Tag, montags bis freitags 0 bis 6 Uhr sowie 9 Uhr bis Betriebsschluss sowie sonnabends, sonntags und an Feriertagen von 0 Uhr bis Betriebsschluss</p>
<p>Muster</p>	 <p>The image shows a sample of a 9-Uhr-Tageskarte (9-hour day ticket) from HVV Hamburg AB. The ticket is valid for 1 person and 3 children (6 to 14 years) from Monday to Friday starting at 9 AM, and on Saturdays and Sundays for the entire day. The specific ticket is valid on 01.01.2021, issued at station U Wandsbek Markt for a price of 6,70 €. The ticket number is 0008 PBS, and it includes a unique identifier A 105/205 3509800 BA. The issue time is 16:43 on 01.01.2021, and it was issued by Hamburger Hochbahn AG.</p>


1.3 Ganztageskarte und Ganztageskarte Kind

<p>Vertriebskanäle</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fahrkartenautomaten • Verkauf durch Busfahrer • Mobile Terminals • HVV-Servicestellen
<p>Gültigkeit</p>	<p>Am eingetragenen Tag bis Betriebsschluss</p>
<p>Muster</p>	<div data-bbox="395 555 1050 987" style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;">  <p>Ganztageskarte Hamburg AB 2.Kl. <i>Gültig für 1 Person und 3 Kinder (6 bis 14 Jahre).</i> Gültig am 04.01.2021 U Wandsbek Markt 0008 PBS A 000 3509800 GK 8,10 € 04.01.2021 08:01 102922 Ausgegeben durch Hamburger Hochbahn AG</p> </div> <div data-bbox="395 1084 1050 1541" style="border: 1px solid black; padding: 5px;">  <p>Ganztageskarte Kind 2 Ringe 2.Kl. <i>Gültig für 1 Kind (6 bis 14 Jahre).</i> Gültig am 01.01.2021 Holm (Mitte) 0594 NOM C 601 3509800 BA 2,50 € 01.01.2021 16:43 102922 Ausgegeben durch VHH</p> </div>

1.4 9-Uhr-Gruppenkarte

<p>Vertriebskanäle</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fahrkartenautomaten • Verkauf durch Busfahrer • Mobile Terminals • HVV-Servicestellen
<p>Gültigkeit</p>	<p>Am eingetragenen Tag, montags bis freitags 0 bis 6 Uhr sowie 9 Uhr bis Betriebsschluss sowie sonnabends, sonntags und an Feriertagen von 0 Uhr bis Betriebsschluss</p>
<p>Muster</p>	 <p>9-Uhr-Gruppenkarte Ring A-F 2.Kl. <i>Gültig für bis zu 5 Personen.</i> <i>Mo-Fr ab 9 Uhr, Sa oder So ganztägig gültig.</i> Gültig am 15.12.2019 U Wandsbek Markt 0008 PBS A 105/205 3509800 GK 27,90€ 15.12.2019 16:43 102922 Ausgegeben durch Hamburger Hochbahn AG</p>

1.5 Ergänzungskarte zur Zeitkarte und Ergänzungskarte Kind zur Zeitkarte

<p>Vertriebskanäle</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fahrkartenautomaten • Verkauf durch Busfahrer • Mobile Terminals • HVV-Servicestellen
<p>Gültigkeit</p>	<p>Am eingetragenen Tag bis Betriebsschluss</p>
<p>Muster</p>	

1.6 Zuschlag SchnellBus/1. Klasse RB/RE


Vertriebskanäle	<ul style="list-style-type: none"> • Fahrkartenautomaten • Verkauf durch Busfahrer • Mobile Terminals • HVV-Servicestellen
Gültigkeit	Am eingetragenem Tag bis Betriebsschluss
Muster	 <p>Zuschlag SchnellBus/1. Klasse RB/RE Ringe A-F</p> <p>Gültig am 01.01.2021 Gerhart-Hauptmann-Platz 0037 BFD</p> <p>A 000 3509800 BA 2,20 €</p> <p>15.12.2021 16:43 102922 Ausgegeben durch Hamburger Hochbahn AG</p>

1.7 Fahrrad-Tageskarte RB/RE


Vertriebskanäle	<ul style="list-style-type: none"> • Fahrkartenautomaten • Verkauf durch Busfahrer • Mobile Terminals • HVV-Servicestellen (nur im Falle einer Automatenstörung an der betreffenden Haltestelle)
Gültigkeit	Am eingetragenem Tag bis Betriebsschluss
Muster	 <p>Fahrrad-Tageskarte RB/RE Ringe A-F <i>Ganztägig gültig für ein Fahrrad.</i></p> <p>Gültig am 15.12.2019</p> <p>0045 GK 3,50 € 15.12.2019 16:43 00095725 Ausgegeben durch Hamburger Hochbahn AG</p>

1.8 Tarifliche Sonderangebote im Bartarif (ohne Kundenkarte)

1.8.1 Hamburg CARD

<p>Vertriebskanäle</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fahrkartenautomaten • Verkauf durch Busfahrer (außer Karten mit vier- oder fünftägiger Gültigkeit) • HVV-Servicestellen
<p>Gültigkeit</p>	<p>Gültig am eingetragenen Tag bis Betriebsschluss (eintägige Gültigkeit) oder im eingetragenen Zeitraum bis Betriebsschluss des Tags der letzten Gültigkeit (mehrtägige Gültigkeit, wahlweise 2 bis 5 Tage), entweder für 1 Erwachsenen und bis zu 3 Kinder (6 – 14 Jahre) oder für bis zu 5 Personen beliebigen Alters.</p>
<p>Muster</p>	 <p>The image shows two examples of Hamburg CARD tickets. Both tickets are for Hamburg AB, 2nd class + fast service (2.Kl.+SchnellB). The top ticket is valid for 1 person and 3 children (6 to 14 years) on 01.01.2021, for a price of 10,90 €. The bottom ticket is valid for up to 5 people from 01.01.21 to 05.01.21, for a price of 77,90 €. Both tickets are issued by Hamburger Hochbahn AG and include the HVV logo and card number 3509800 GK.</p>

1.8.2 Hamburg CARD plus Region

<p>Vertriebskanäle</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fahrkartenautomaten • HVV-Servicestellen
<p>Gültigkeit</p>	<p>Gültig am eingetragenen Tag bis Betriebsschluss (eintägige Gültigkeit) oder im eingetragenen Zeitraum bis Betriebsschluss des Tags der letzten Gültigkeit (dreitägige Gültigkeit), entweder für 1 Erwachsenen und bis zu 3 Kinder oder für bis zu 5 Personen beliebigen Alters.</p>
<p>Muster</p>	 <p>Hamburg CARD plus Region Ringe A-E 2.Kl.+SchnellB <i>Gültig für 1 Person und 3 Kinder (6 bis 14 Jahre).</i> <i>Für die Benutzung öffentlicher Verkehrsmittel gelten die Beförderungsbedingungen des jeweils befördernden Verkehrsunternehmens.</i> Gültig am 01.01.2021 3509800 GK 22,90 € 01.01.2021 09:01 102922 Ausgegeben durch Hamburger Hochbahn AG</p> <p>Hamburg CARD plus Region Ringe A-E 2.Kl.+SchnellB <i>Gültig für bis zu 5 Personen.</i> <i>Für die Benutzung öffentlicher Verkehrsmittel gelten die Beförderungsbedingungen des jeweils befördernden Verkehrsunternehmens.</i> Gültig 01.01.21 - 05.01.21 3509800 GK 96,90 € 01.01.2021 09:53 102922 Ausgegeben durch Hamburger Hochbahn AG</p>

1.9 Wechselgeldquittung (ohne Fahrtberechtigung)

In den Fällen, in denen Busfahrer, die vom Kunden zur Bezahlung der Fahrkarte gegebenen Geldscheine nicht wechseln können, wird den Kunden über das einbehaltende Wechselgeld eine Wechselgeldquittung ausgegeben. Das dem Kunden zustehende Geld wird dann gegen Vorlage dieser Quittung an einer der HVV-Servicestellen ausgezahlt oder auf sein Konto überwiesen.

Wechselgeldquittungen, die im Rahmen des fahrerbedienten Verkaufs im Bus ausgegeben werden, sind zwingend nach dem nebenstehenden Muster zu gestalten. Für die Ausgabe von Wechselgeldquittungen über Fahrkartenautomaten oder mobile Terminals (Handverkaufsgeräte) dient nebenstehendes Muster als Orientierung.

Die unternehmens- und gerätespezifischen Daten sind jeweils anzupassen.

Logo VU



Wechselgeld-Quittung

Sehr geehrter Fahrgast,
leider haben wir nicht genügend Wechselgeld vorrätig, so dass wir Ihnen den folgenden Betrag nicht herausgeben können.
Wir bitten um Ihr Verständnis.

[Betrag] €

[Belegnummer] _____
[Ausgabedatum] _____ [Uhrzeit] _____ [Geräte-/Modulnr.] _____

Wir möchten Ihnen die Rückzahlung des Geldes so einfach wie möglich machen. Bitte wählen Sie die für Sie bequemste Lösung aus

1. Auszahlung in einer HVV-Servicestelle
Bitte wenden Sie sich an eine der zahlreichen HVV-Servicestellen. Bei Fragen nach der nächstgelegenen Servicestelle oder zu den Öffnungszeiten, steht Ihnen die HVV-Infoline +49 (0) 40 - 19 449 gerne rund um die Uhr zur Verfügung.

Vorname: _____
Nachname: _____
Straße: _____
PLZ Ort: _____

Unterschrift bei Barauszahlung
Betrag erhalten: _____

2. Überweisung
Bitte senden Sie diese Quittung unter Angabe Ihrer vollständigen Anschrift (unter Punkt 1.) und Bankverbindung an:

[Name Verkehrsunternehmen] _____
[ggf. Abteilung/Dienststelle] _____
[Postfach oder Straße/Hausnr.] _____
[PLZ] [Ort] _____

Wir überweisen Ihnen Ihr Geld.

IBAN: _____
BIC: _____
Bank: _____

Mit freundlichen Grüßen
[Name des Verkehrsunternehmens] _____


Ein kleiner Tipp:
Wenn sie Ihre Fahrkarte online kaufen, bevor Sie in den Bus steigen, erhalten Sie von uns 7% Rabatt auf Einzel-, Tages- und Ergänzungskarten. Einfach und bequem im Onlineshop unter hvv.de - bis zu 14 Tage im Voraus: ausdrucken und los geht's!
Oder laden Sie sich Ihre Fahrkarte aufs Smartphone, Infos unter hvv.de/app

2 Zeitkarten

Prinzipdarstellung



Richtlinie

Zeile	Merkmal	Anforderung	Anordnung	Syntax	Beispiel
1	KD-Nr.	Eintrag der letzten vier Ziffern Kundennummer der dazugehörigen HVV-Kundenkarte	Linksbündig, Schriftgröße 0, Fett	„Kundenkarte Nr.: [9999]“	Kundenkarte Nr.: 1785
1	Logo HVV	Kurz-Logo des Hamburger Verkehrsverbundes (falls nicht umsetzbar: Buchstaben „HVV“)	Rechts oben	[Grafik]	
2	Fahrkartenart	Fahrkartenart (Produkt)	Linksbündig, Schriftgröße +1, Fett	„[Text]“	Vollzeit-Monatskarte S
3	Fahrkartensorte	Fahrkartensorte (entspricht der örtlichen Gültigkeit)	Linksbündig, Schriftgröße +1, Fett	„[Text]“	2 Zonen
3	Klasse	Darstellung der Klasse	Rechtsbündig, Schriftgröße +3, Fett	„1.Kl.“ „2.Kl. inkl. SchnellBus“ „2.Kl.“	2.Kl.
4	Erläuterungstext für den Fahrgast (bei Bedarf)	Allgemeine Erläuterungen für den Fahrgast, Hinweise auf Besonderheiten und/oder Gruppengrößen bzw. Ausdehnungen von Gültigkeiten (bei Bedarf)	Linksbündig, Schriftgröße –1, kursiv	„[Text]“	

Zeile	Merkmal	Anforderung	Anordnung	Syntax	Beispiel
5	Zeitliche Gültigkeit	Zeitliche Gültigkeit der einzelnen Fahrkarte (Zugriff auf dieses Feld auch durch den Vorverkauf)	Linksbündig, <ul style="list-style-type: none"> Präfix: Schriftgröße 0, Fett Datum: Schriftgröße +8, Fett³ 	<ul style="list-style-type: none"> gleitende Gültigkeit: „Gültig [TT].[MM].[JJ] - [TT].[MM].[JJ]“; wöchentliche Gültigkeit: „[KW]/[JJ]“; monatliche Gültigkeit: „[MONAT] [JJJJ]“ 	Gültig 04.01.21 - 03.02.21
6	FS-Nr.	Laufende Nummer der Fahrkarte (laufende Nummerierung durch das Verkaufsgerät), nach den Vorgaben des Verkehrsunternehmens	Linksbündig, Schriftgröße -1	„[99999999]“, Länge frei wählbar nach jew. Gerätespezifikation	0338
6	Bezahlart	Art der vom Kunden vorgenommenen Zahlungsweise	Linksbündig, Schriftgröße -1, anschließend an [Lfd. Nr.]	„BA“ = Barzahlung; „GK“ = GeldKarte; „LS“ = ELV; „EC“ = Debitkarte (girocard) „KK“ = Kreditkarte ⁴	BA
6	Preis	Gesamtpreis (inkl. MwSt.) in einem Betrag	Rechtsbündig, Schriftgröße +1, Fett	„[999],[99] €“; „[999],[99] EUR“	47,80 €
7	Hinweis zur Preisbildung	[entfällt]			
8	Datum	Datum des Ausgabetales	Linksbündig, Schriftgröße -1	„[TT].[MM].[JJJJ]“	04.01.2021
8	Uhrzeit	Uhrzeit der Ausgabe	Zentriert, Schriftgröße -1	„[HH]:[MM]“	16:43
8	Ausgabegerät	Numerische Kennzeichnung des Verkaufsgerätes, nach Festlegung des VU	Rechtsbündig, Schriftgröße -1	Numerisch	0200-2301
9	VU	Angabe des ausgebenden VU in Klarschrift (anstatt des ausgeschriebenen Namens ist auch das Logo oder die Kurzbezeichnung des VU zulässig)	Zentriert, Schriftgröße -1	„Ausgegeben durch [Name, Kurzbezeichnung oder Logo des ausgebenden VU]“	Ausgegeben durch Hamburger Hochbahn AG


Erläuterung zur Schriftgröße:

Schriftgröße 0 meint eine festgelegte Referenzschriftgröße des ausgebenden Vertriebsgerätes. Entsprechend weichen die Größen +1 bzw. -1 um einen Schriftgrad nach oben bzw. nach unten ab.

³ Aus technischen Gründen darf die Schriftgröße in Einzelfällen nach unten abweichen, dies bedarf einer Genehmigung durch den Herausgeber.

⁴ Auch bei Zahlarten des Mobile Payments (z.B. ApplePay oder GooglePay) anzuwenden.

2.1 Vollzeit-Monatskarte

Zuschläge / Ermäßigungen	<ul style="list-style-type: none"> • Zuschlag SchnellBus/1. Klasse RB/RE siehe 2.8 a) • Ermäßigung mit Sozialrabatt der FHH siehe 2.9
Vertriebskanäle	HVV-Servicestellen
Gültigkeit	Gleitender Monat
Muster	

2.2 Schülerkarten


2.2.1 Schüler-Hauptkarte

Zuschläge / Ermäßigungen	<ul style="list-style-type: none"> • Zuschlag SchnellBus/1. Klasse RB/RE siehe 2.8 b) • Ermäßigung mit Sozialrabatt der FHH siehe 2.9
Vertriebskanäle	HVV-Servicestellen
Gültigkeit	Kalendermonat
Muster	

2.2.2 SchülerPlusTicket

Vertriebskanäle	HVV-Servicestellen
Gültigkeit	Kalendermonat
Muster	


2.2.3 Schüler-Nebenkarte

Zuschläge / Ermäßigungen	<ul style="list-style-type: none"> • Zuschlag SchnellBus/1. Klasse RB/RE siehe 2.8 b) • Ermäßigung mit Sozialrabatt der FHH siehe 2.9
Vertriebskanäle	HVV-Servicestellen
Gültigkeit	Kalendermonat
Muster	


2.3 Studierenden- und Auszubildenden-Karte

Zuschläge / Ermäßigungen	<ul style="list-style-type: none"> • Zuschlag SchnellBus/1. Klasse RB/RE siehe 2.8 b) • Ermäßigung mit Sozialrabatt der FHH siehe 2.9
Vertriebskanäle	HVV-Servicestellen
Gültigkeit	Kalendermonat
Muster	

2.4 Senioren-Karte



Zuschläge / Ermäßigungen	<ul style="list-style-type: none"> • Zuschlag SchnellBus/1. Klasse RB/RE siehe 2.8 c) • Ermäßigung mit Sozialrabatt der FHH siehe 2.9
Vertriebskanäle	HVV-Servicestellen
Gültigkeit	Gleitender Monat
Muster	

2.5 Teilzeit-Monatskarte

<p>Zuschläge / Ermäßigungen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Zuschlag SchnellBus/1. Klasse RB/RE siehe 2.8 c) • Ermäßigung mit Sozialrabatt der FHH siehe 2.9
<p>Vertriebskanäle</p>	<p>HVV-Servicestellen</p>
<p>Gültigkeit</p>	<p>Gleitender Monat</p>
<p>Muster*</p>	

Die Teilzeit-Karte wird, zur besseren Abgrenzung zu den Monatskarten ohne Sperrzeit, oben links neben dem HVV-Logo, mit einer stilisierten Uhr gekennzeichnet. Das Logo ist über den Herausgeber beziehbar.

2.6 Vollzeit-Wochenkarte

Zuschläge / Ermäßigungen	Zuschlag SchnellBus/1. Klasse RB/RE siehe 2.8 d)
Vertriebskanäle	HVV-Servicestellen
Gültigkeit	7 Tage
Muster	<p>a) Variante bei Ausgabe mit Vorhandensein einer HVV-Kundenkarte</p>  <p>b) Variante bei Ausgabe ohne Vorhandensein einer HVV-Kundenkarte mit Angabe von Zonen</p>  <p><i>Abweichend von der Prinzipdarstellung müssen bei dieser Ausgabevariante die gültigen Zonen erfasst und gut lesbar aufgedruckt werden. Je Tabellenfeld ist eine Zone einzudrucken, nicht benötigte Felder sind mit „---“ zu entwerfen. Ebenso müssen Name und Vorname des Fahrkartennutzers erfasst und aufgedruckt werden.</i></p> <p><i>Die Anordnung ist diesem Muster zu entnehmen. Die Schriftgröße für den Hinweistext ist auf -1 (Typ: Normal) festgelegt, für den Aufdruck der Kundendaten auf 0 (Typ: Normal).</i></p>

c) Variante bei Ausgabe ohne Vorhandensein einer HVV-Kundenkarte mit Angabe von Ringen



Abweichend von der Prinzipdarstellung müssen bei dieser Ausgabevariante die gültigen Ringe erfasst und gut lesbar aufgedruckt werden. Je Tabellenfeld ist ein Ring einzudrucken, nicht benötigte Felder sind mit „---“ zu entwerfen. Ebenso müssen Name und Vorname des Fahrkartennutzers erfasst und aufgedruckt werden.

Die Anordnung ist diesem Muster zu entnehmen. Die Schriftgröße für den Hinweistext ist auf -1 (Typ: Normal) festgelegt, für den Aufdruck der Kundendaten auf 0 (Typ: Normal).

2.8 Zuschlagkarten

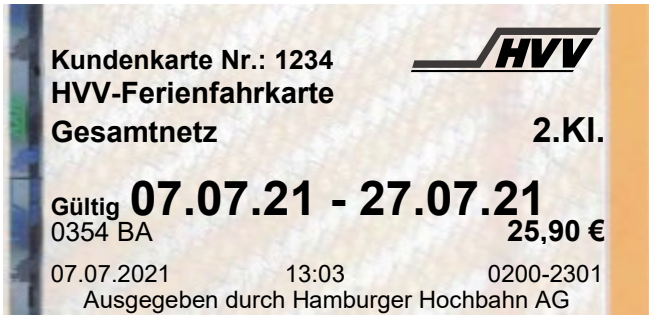
Vertriebskanäle	HVV-Servicestellen
Muster / Gültigkeit	<p>a) Zuschlag Monatskarte für Produkte mit Gültigkeit für Gleitmonat</p>  <p>b) Zuschlag Monatskarte für Produkte mit kalendermonatlicher Gültigkeit</p>  <p>c) Zuschlag Teilzeit-/Senioren-Karte (gleitender Monat)</p>  <p>d) Zuschlag Wochenkarte (7 Tage)</p> 

2.8 Tarifliche Sonderangebote (mit Kundenkarte)


2.8.1 Freizeitpass für Schüler

Vertriebskanäle	HVV-Servicestellen
Gültigkeit	Kalendermonat
Muster	

2.8.2 HVV-Ferienfahrkarte

Vertriebskanäle	HVV-Servicestellen
Gültigkeit	Ausgabe nur zu den Hamburger Sommerferien, gültig ab dem ersten gewählten Geltungstag an 21 aufeinanderfolgenden Tagen, jedoch nicht über den letzten Tag der Sommerferien hinaus.
Muster	

2.8.3 AGH mobil

Vertriebskanäle	HVV-Servicestellen
Gültigkeit	Gleitender Monat
Muster	

2.9 Ermäßigung mit Sozialrabatt der Freien und Hansestadt Hamburg

Folgende Fahrkarten können gegen Abgabe eines Antragsformular für Sozialrabatt der Freien und Hansestadt Hamburg ermäßigt ausgegeben werden.

- Vollzeit-Monatskarte
- Teilzeit-Monatskarte
- Senioren-Karte
- Schüler-Hauptkarte
- Schüler-Nebenkarte
- Studierenden- und Auszubildenden-Karte

Die Karten werden erhalten als Suffix zur Produktbezeichnung ein „S“. Solche Karten sind nur für Personen, die ihren Wohnsitz in Hamburg haben und existenzsichernde Leistungen nach dem SGB II, SGB XII oder AsylbLG erhalten, erhältlich. Die Ausgabe erfolgt ausschließlich über Servicestellen des HVV.

Ein gesondertes Layout wird nicht zu Grunde gelegt.

3 Textzuordnung Produkte und Sortimente

3.1 Bartarif

Fahrkartenart	Klassen	Gültige Fahrkartensorten	Gültigkeitshinweis
Einzelkarte	1.Kl., 2.Kl.	Kurzstrecke, Nahbereich, 1 Zone, 2 Zonen, 2 Ringe, Hamburg AB, Hamburg AB oder 2 Ringe, 3 Ringe, 4 Ringe, 5 Ringe, Ringe A-F	-
	-	Kurzfahrt SchnellBus	
	1.Kl.	Citygebiet Lüneburg, Citygebiet Stade, Citygebiet Buxtehude, Stadtverkehr Elmshorn, Stadtverkehr Bad Oldesloe, Stadtverkehr Bad Bramstedt, Stadtverkehr Uetersen/Tornesch, Stadtverkehr Wahlstedt, Stadtverkehr Bad Segeberg, Stadtverkehr Reinfeld, Stadtverkehr Ratzeburg, Stadtverkehr Mölln, Stadtverkehr Schwarzenbek, Stadtverkehr Winsen, Stadtverkehr Geesthacht, Stadtverkehr Adendorf	
Einzelkarte Kind	1.Kl., 2.Kl.	2 Ringe, Hamburg AB, Hamburg AB oder 2 Ringe, 5 Ringe, Ringe A-F	Gültig für 1 Kind (6 bis 14 Jahre).
9-Uhr-Tageskarte	1.Kl., 2.Kl.	2 Ringe, Hamburg AB, Hamburg AB oder 2 Ringe, 3 Ringe, 4 Ringe, 5 Ringe, Ringe A-F	Gültig für 1 Person und 3 Kinder (6 bis 14 Jahre). Montag bis Freitag ab 9 Uhr, Samstag oder Sonntag ganztägig gültig.

Fahrkartenart	Klassen	Gültige Fahrkartensorten	Gültigkeitshinweis
Ganztageskarte	1.Kl., 2.Kl.	2 Ringe, Hamburg AB, Hamburg AB oder 2 Ringe, 3 Ringe, 4 Ringe, 5 Ringe, Ringe A-F	Gültig für 1 Person und 3 Kinder (6 bis 14 Jahre).
Ganztageskarte Kind	1.Kl., 2.Kl.	2 Ringe, Hamburg AB, Hamburg AB oder 2 Ringe, 5 Ringe, Ringe A-F	Gültig für 1 Kind (6 bis 14 Jahre).
9-Uhr- Gruppenkarte	1.Kl., 2.Kl.	2 Ringe, Hamburg AB, Hamburg AB oder 2 Ringe, 3 Ringe, 4 Ringe, 5 Ringe, Ringe A-F	Gültig für bis zu 5 Personen. Montag bis Freitag ab 9 Uhr, Samstag oder Sonntag ganztägig gültig.
Ergänzungskarte zur Zeitkarte	1.Kl., 2.Kl.	2 Ringe, 3 Ringe, 5 Ringe, Ringe A-F	-
Ergänzungskarte Kind zur Zeitkarte	1.Kl., 2.Kl.	5 Ringe, Ringe A-F	Gültig für 1 Kind (6 bis 14 Jahre).
Zuschlag SchnellBus/ 1. Klasse RB/RE	-	Ringe A-F	-
Fahrrad- Tageskarte RB/RE	-	Ringe A-F	Ganztätig gültig für ein Fahrrad.
Hamburg CARD	2.Kl. inkl. SchnellBus	Hamburg AB	Gültig für 1 Person und 3 Kinder (6 bis 14 Jahre).
			Gültig für bis zu 5 Personen.
<u>Zusatzinfo zur Hamburg CARD:</u>			
Für die Benutzung öffentlicher Verkehrsmittel gelten die Beförderungsbedingungen des jeweils befördernden Verkehrsunternehmens.			
Hamburg CARD plus Region	2.Kl. inkl. SchnellBus	Ringe A-E	Gültig für 1 Person und 3 Kinder (6 bis 14 Jahre).
			Gültig für bis zu 5 Personen.
<u>Zusatzinfo zur Hamburg CARD plus Region:</u>			
Für die Benutzung öffentlicher Verkehrsmittel gelten die Beförderungsbedingungen des jeweils befördernden Verkehrsunternehmens.			

3.2 Zeitkarten

Fahrkartenart	Klassen	Gültige Fahrkartensorten	Gültigkeitshinweis
Vollzeit-Monatskarte Vollzeit-Monatskarte S	1.Kl., 2.Kl.	1 Zone, 2 Zonen, 3 Zonen, 4 Zonen, 5 Zonen, 6 Zonen, 7 Zonen, Hamburg AB, Hamburg AB + 1 Zone, Hamburg AB + 2 Zonen, Hamburg AB + 3 Zonen, 4 Ringe, 5 Ringe, 6 Ringe, 7 Ringe, Gesamtnetz	-
Zuschlag Monatskarte	1.Kl.	Gesamtnetz	-
Schüler-Hauptkarte Schüler-Hauptkarte S	1.Kl., 2.Kl.	1 Zone, 2 Zonen, Hamburg AB, 5 Ringe, Gesamtnetz, Kreis Pinneberg, Kreis Segeberg, Kreis Stormarn, Kreis Herzogtum Lauenburg, Landkreis Lüchow-Dannenberg, Landkreis Lüneburg, Landkreis Harburg, Landkreis Heidekreis, Landkreis Stade, Landkreis Rotenburg (Wümme), Landkreis Uelzen, Landkreis Cuxhaven	-

Fahrkartenart	Klassen	Gültige Fahrkartensorten	Gültigkeitshinweis
SchülerPlusTicket	2.Kl.	1 auf 2 Zonen, Hamburg AB auf Gesamtnetz, 1 Zone auf Gesamtnetz, 2 Zonen auf Gesamtnetz, Kreis auf Gesamtnetz, 1 Zone auf Kreis Pinneberg, 1 Zone auf Kreis Segeberg, 1 Zone auf Kreis Stormarn, 1 Zone auf Kreis Herzogtum Lauenburg, 1 Zone auf Landkreis Lüchow-Dannenberg, 1 Zone auf Landkreis Lüneburg, 1 Zone auf Landkreis Harburg, 1 Zone auf Landkreis Heidekreis, 1 Zone auf Landkreis Stade, 1 Zone auf Landkreis Rotenburg (Wümme), 1 Zone auf Landkreis Uelzen, 1 Zone auf Landkreis Cuxhaven, 1 Zone auf 5 Ringe, 2 Zonen auf 5 Ringe, (Land-)Kreis auf 5 Ringe	-
Schüler-Nebenkarte Schüler-Nebenkarte S	1.Kl., 2.Kl.	1 Zone, 2 Zonen, Hamburg AB, 5 Ringe, Gesamtnetz, Kreis Pinneberg, Kreis Segeberg, Kreis Stormarn, Kreis Herzogtum Lauenburg, Landkreis Lüchow-Dannenberg, Landkreis Lüneburg, Landkreis Harburg, Landkreis Heidekreis, Landkreis Stade, Landkreis Rotenburg (Wümme), Landkreis Uelzen, Landkreis Cuxhaven	-

Fahrkartenart	Klassen	Gültige Fahrkartensorten	Gültigkeitshinweis
Studierenden- /Auszubildenden-Karte Studierenden- /Auszubildenden-Karte S	1.Kl., 2.Kl.	1 Zone, 2 Zonen, 3 Zonen, 4 Zonen, 5 Zonen, 6 Zonen, 7 Zonen, Hamburg AB, Hamburg AB + 1 Zone, Hamburg AB + 2 Zonen, Hamburg AB + 3 Zonen, 4 Ringe, 5 Ringe, 6 Ringe, 7 Ringe, Gesamtnetz	-
Senioren-Karte Senioren-Karte S	1.Kl., 2.Kl.	1 Zone, 4 Zonen, 6 Zonen, Hamburg AB, Hamburg AB + 2 Zonen, 5 Ringe, Gesamtnetz	-
Zuschlag Teilzeit- /Senioren-Karte	1.Kl.	Gesamtnetz	-
Teilzeit-Monatskarte Teilzeit-Monatskarte S	1.Kl., 2.Kl. inkl. SchnellBus	1 Zone, 3 Zonen, 4 Zonen, 6 Zonen, Hamburg AB, Hamburg AB + 2 Zonen, 5 Ringe, Gesamtnetz	-
Vollzeit-Wochenkarte	1.Kl., 2.Kl.	1 Zone, 2 Zonen, 3 Zonen, 4 Zonen, 5 Zonen, 6 Zonen, 7 Zonen, Hamburg AB, Hamburg AB + 1 Zone, Hamburg AB + 2 Zonen, Hamburg AB + 3 Zonen, 4 Ringe, 5 Ringe, 6 Ringe, 7 Ringe, Gesamtnetz	Bei Ausgabe nach 2.6 b): Nur gültig für die eingetragene Person in Verbindung mit einem Lichtbildausweis.
Zuschlag Wochenkarte	1.Kl.	Gesamtnetz	-
Freizeitpass für Schüler	2.Kl.	-	-
HVV-Ferienfahrkarte	2.Kl.	Gesamtnetz	-
AGH mobil	2.Kl.	Hamburg AB	-

4 Abweichende Regelungen

4.1 Liste der in Ausnahmefällen zulässigen allgemeinen Abkürzungen

Begriff	Abkürzungen
April	APR
August	AUG
Cuxhaven	CUX
Dezember	DEZ
Ergänzungskarte	Ergänzungsk., Erg.karte
Erwachsene Erwachsener	Erw.
Familie	Fam.
Februar	FEB
Freie und Hansestadt Hamburg	FHH
Gesamtnetz	Netz
Hamburg	Hbg.
Harburg	WL
Heidekreis	HK
Herzogtum Lauenburg	Hzgt. Lauenburg, RZ
inklusive	inkl.
Jahr Jahre	J.
Januar	JAN
Juli	JUL
Juni	JUN
Kind Kinder	Ki.
Klasse	Kl.
Kreis	Kr.
Kundenkarte Nummer	Kundenkarte Nr., Kd.Nr.
Landkreis	Lkr.
Lüchow-Dannenberg	DAN
Lüneburg	LG
März	MÄR
Montag bis Freitag	Mo-Fr
November	NOV
oder	o.

Begriff	Abkürzungen
Oktober	OKT
Pinneberg	PI
Ring Ringe	Ri.
Rotenburg (Wümme)	ROW
Samstag	Sa
SchnellBus	SchnellB, S-Bus
Segeberg	SE
September	SEP
Sonnabend	Sa
Sonntag	So
Sozialkarte	S
Stade	STD
Stadtverkehr	Stadtverk.
Stormarn	OD
Studierenden- /Auszubildenden-Karte	Stud./Azubi-Karte
Teilzeit-Monatskarte	Teilzeit-Karte, Teilz.-Karte
Uelzen	UE
und	u., +, &
Vollzeit-Monatskarte	Vollzeit-Karte, Vollz.-Karte
Vollzeit-Wochenkarte	Vollz.-Wochenkarte, Vollz.-Wochenk., Wochenkarte
Zeitkarte	Zeitk.
Zone Zonen	Zo.
zur	z.

4.2 Liste der in Ausnahmefällen zulässigen abkürzbaren Feldinhalte

Begriff	Abkürzungen
„2.Kl. inkl. SchnellBus“	„2.Kl.+SchnellBus“, „2.Kl.+SchnellB“, „2.Kl.+S-Bus“ „2.Kl.+SBus“
<i>Mehrtägige Gültigkeit:</i> „Gültig [TT].[MM].[JJJJ] bis [TT].[MM].[JJJJ]“	„Gültig [TT].[MM].[JJ] bis [TT].[MM].[JJ]“, „Gültig [TT].[MM].[JJJJ] - [TT].[MM].[JJJJ]“, „Gültig [TT].[MM].[JJ] - [TT].[MM].[JJ]“

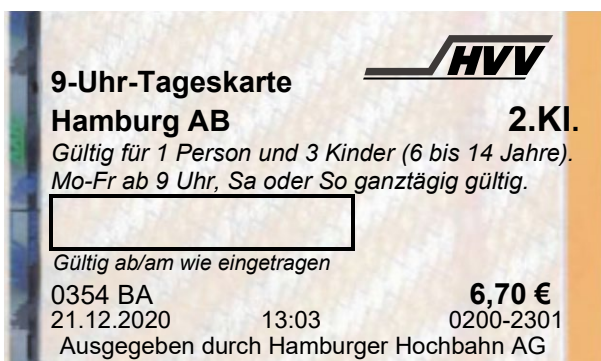
4.3 Liste der zulässigen Abkürzungen für die Unternehmensbezeichnungen

Unternehmen	Abkürzung
AKN Eisenbahn GmbH	AKN
Autokraft GmbH	AUTOKRAFT
DB Regio AG	DB
die linie GmbH	die linie
erixx GmbH	erixx
EVB Eisenbahnen und Verkehrsbetriebe Elbe-Weser GmbH	EVB
HADAG Seetouristik und Fährdienst AG	HADAG
Hamburger Hochbahn AG	HOCHBAHN
Kraftverkehr GmbH	KVG
Kreisverkehrsgesellschaft in Pinneberg mbH	KViP
KVG Stade GmbH & Co. KG	KVG Stade
metronom Eisenbahngesellschaft mbH	Metronom
NAHBUS Nordwestmecklenburg GmbH	NAHBUS GmbH
NBE nordbahn Eisenbahngesellschaft mbH & Co. KG	NBE
Omnibusbetrieb von Ahrentschildt GmbH	Ahrentschildt
Ratzeburg-Möllner Verkehrsbetriebe GmbH	RMVB
Rohde Verkehrsbetriebe GmbH	Rohde
S-Bahn Hamburg GmbH	S-Bahn
Verkehrsbetriebe Buchholz i.d.N. GmbH	BuchholzBus
Verkehrsbetriebe Hamburg-Holstein GmbH	VHH
Verkehrsgesellschaft Start Unterelbe GmbH	START
Verkehrsgesellschaft Südholstein mbH	VGS
VKP Verkehrsbetriebe Kreis Plön GmbH	VKP
VLP Verkehrsgesellschaft Ludwigslust- Parchim mbH	VLP

4.4 Besondere Bedingungen für den Vorverkauf von Wertmarken

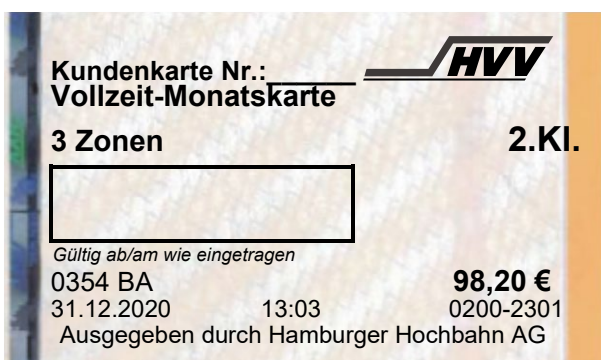
Für die Verkaufsstellen im HVV-Tarifgebiet, die nicht an ein elektronisches Verkaufssystem angeschlossen sind, werden bestimmte Fahrkarten u.a. durch das HVV-Kundenzentrum der Hamburger Hochbahn AG oder auch durch die KVG Stade GmbH & Co. KG im Vorverkauf erstellt. Für diese Fahrkarten gelten grundsätzlich die Punkte 1 bis 4.3 dieser Richtlinie. Bei diesen Fahrkarten kann jedoch die zeitliche Gültigkeit manuell, handschriftlich oder per Stempel, nachgetragen werden. Zur besseren Differenzierung zwischen Ausgabedatum und Gültigkeitszeitraum sollen die Wertmarken folgendermaßen gestaltet sein.

a) Tageskarten



Das Feld in obigem Muster ist so zu dimensionieren, dass ein Datumsstempel aufgebracht werden kann.

b) Monats-/Wochenwertmarken



Das Feld in obigem Muster ist so zu dimensionieren, dass ein Datumsstempel aufgebracht werden kann.

5 Fahrkartenmaße

Die zulässige Fahrkartenbreite ist – je nach verwendetem Vertriebsgerät – frei skalierbar, wobei die Mindestbreite 60 mm nicht unterschreiten darf. Die höchste zulässige Breite ist auf 85,5 mm festgelegt. Eine Toleranz von -0,5 mm ist zulässig.

Die Länge der Fahrkarten im Bartarif unterliegt keiner Beschränkung, eine Länge von 40 mm sollte jedoch nicht unterschritten werden. Im Zeitkartentarif ist die Länge durch die Verwendung der Plastik-Wertmarkenhüllen reglementiert. Derzeit ist eine Länge von 50 mm nicht zu überschreiten.

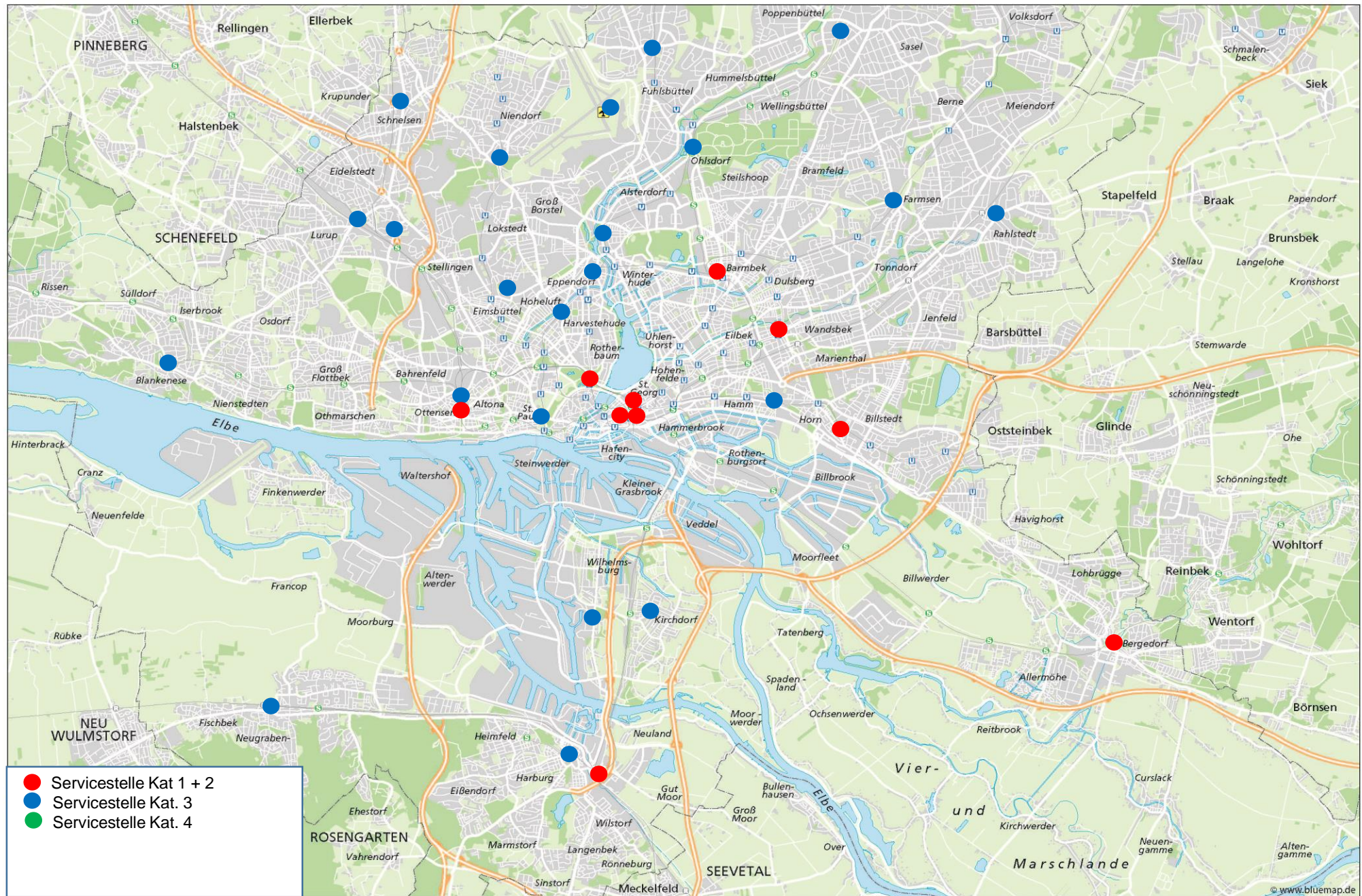
Nähere Angaben werden in den jeweils gültigen Papierspezifikationen festgelegt.

6 Abgrenzung dieser Richtlinie

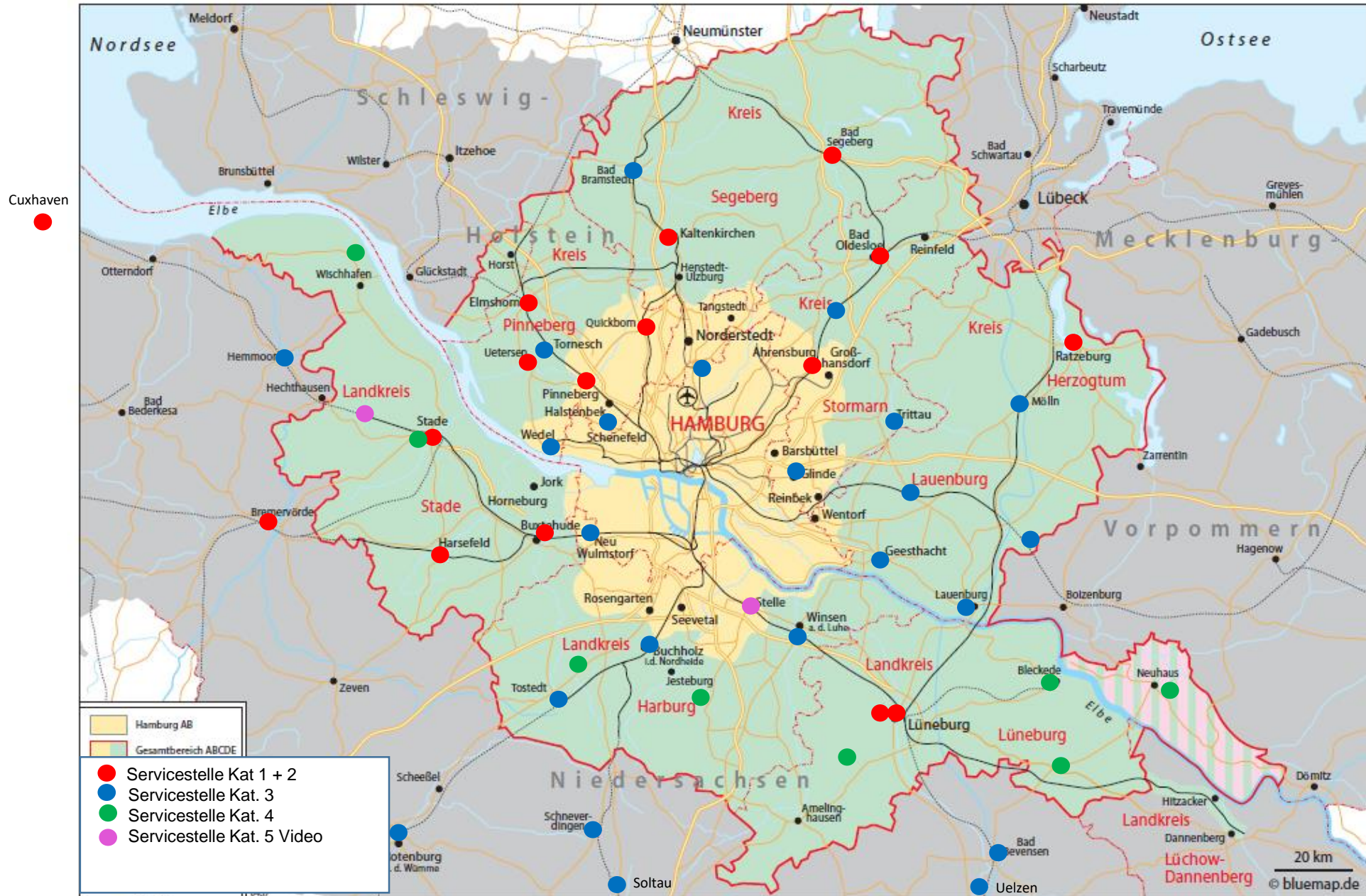
Die Punkte 1 und 2 der vorliegenden Richtlinie gilt nicht für untenstehenden Vertriebskanalarten, da hier gesonderte Festlegungen gelten:

- Fahrkarten zum Selbstaussdrucken oder zur Anzeige auf dem Smartphone, ausgegeben über shop.hvv.de, firmenonlineshop.hvv.de oder den Internet-Verkaufsshop der Hamburg Tourismus GmbH;
- Fahrkarten, welche über die Apps des HVV und die Apps der Vertriebspartner DB Vertrieb GmbH (DB Navigator), der moovel Group GmbH (REACH NOW) und Verkehrsbetriebe Hamburg Holstein GmbH (ioki Hamburg App) herausgegeben werden;
- Fahrkarten, welche über die hvv switch-App herausgegeben werden;
- Allgemeine Fahrberechtigungen (AFB) nach dem ((e-Ticket-Standard, welche über das Medium HVV Card erworben werden können.

Anlage 14.6 HVV Servicestellen in Hamburg (Stand Juli 2021)



Anlage 14.6 HVV Service- und Verkaufsstellen im Umland (Stand Juli 2021)



Anlage 14.7

Übersicht Vertriebswege 2020

Tarifprodukte im HVV / Fahrkarten	Vertriebskanäle heute	Vertriebskanäle zusätzlich	Absatz	Umsatz	Anteil Umsatz Gruppe %	Anteil Umsatz Gesamt %
Einzel- und Tageskarten	Onlineshop		434.263	2.446.811	1,7	0,4
	HVV-App		8.024.463	31.093.101	22,1	4,5
	hvv switch-App		147.369	550.602	0,4	0,1
	Servicestelle		535.676	1.888.787	1,3	0,3
	Busfahrer		9.160.050	32.268.549	23,0	4,7
	Fahrkartenautomat		20.430.200	71.954.301	51,2	10,5
	HVV-Card		68.640	266.249	0,2	0,0
		Check-in/Be-out				
Summe			38.800.660	140.468.401	100,0	20,5
Wochenkarten	Onlineshop		26.203	754.643	10,0	0,1
	HVV-App		89.061	2.429.912	32,3	0,4
	Servicestelle		160.151	4.331.348	57,5	0,6
	HVV-Card		562	14.598	0,2	0,0
Summe			275.977	7.530.501	100,0	1,1
Monatskarten	Onlineshop		0	0	0,0	0,0
	HVV-App		41.700	3.669.723	10,8	0,5
	Servicestelle		431.202	30.102.277	88,2	4,4
	Mobilitätskarte		4.311	266.987	0,8	0,0
	HVV-Card		1.126	88.462	0,3	0,0
Summe			478.339	34.127.449	100,0	5,0
Zeitkarten im Abo	Onlineshop		9.550	742.628	0,3	0,1
	Servicestelle		4.789.064	279.823.317	99,7	40,8
Summe			4.798.614	280.565.944	100,0	40,9
GKA/ProfiCard (JobTicket)	Personalabteilung		2.561.259	190.181.265	100,0	27,7
SemesterTicket	Asta		1.334.090	30.155.305	100,0	4,4
Sonstiges	Kooperationen etc.		?	3.413.921	100,0	0,5
Summe HVV			48.248.938	686.442.785		100,0

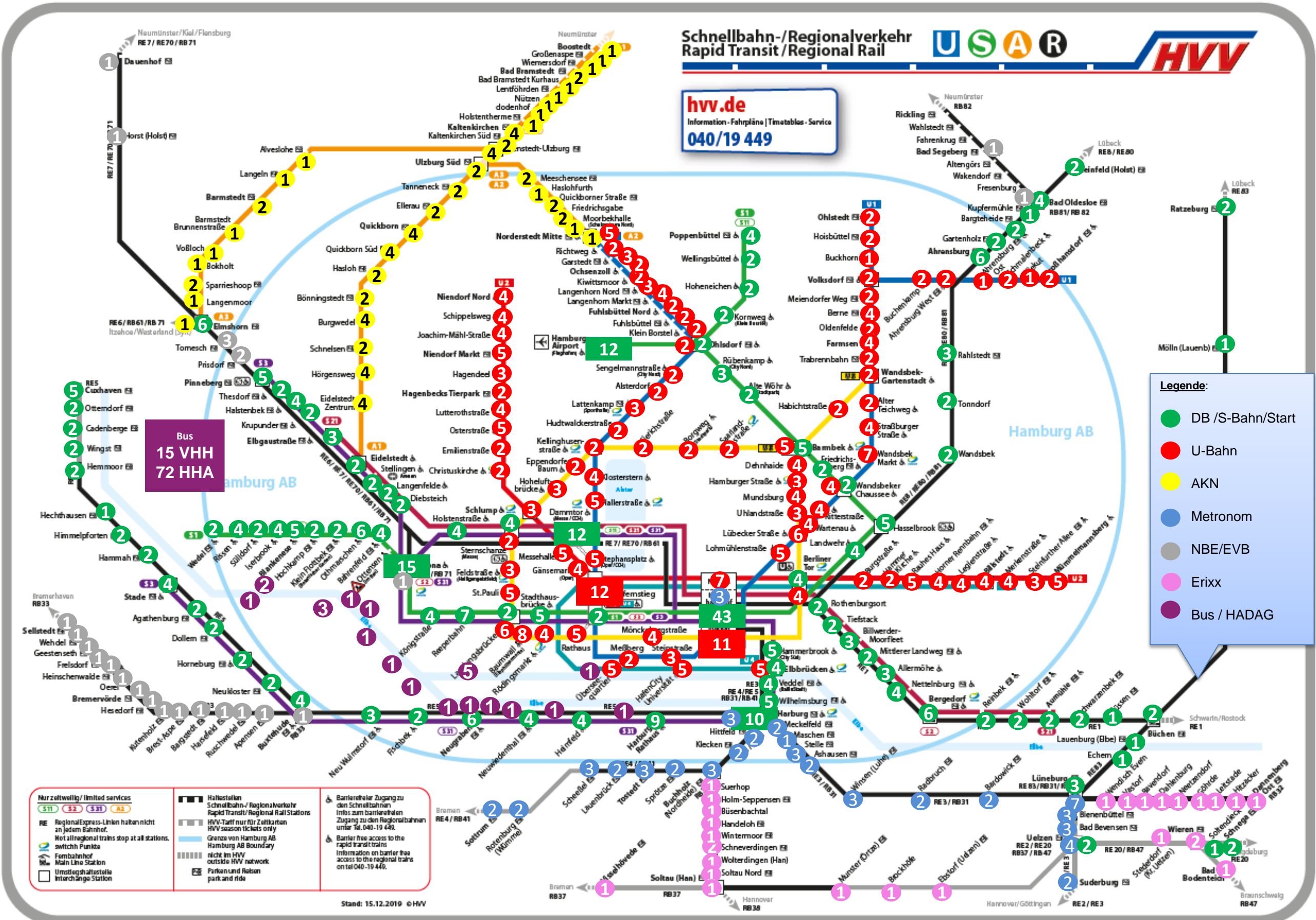
Aufteilung Einzel- und Tageskarten nach Abzug elekt. Vertrieb (Schätzwerte und Ableitung aus EAV)

Servicestelle 1,8%

Bus 30,4%

Automat 67,8%

Anlage 14.8 Automatenstandorte



Schnellbahn-/Regionalverkehr
Rapid Transit /Regional Rail



hvv.de
Information · Fahrpläne | Timetables · Service
040/19 449

Bus
15 VHH
72 HHA

Legende:

- DB /S-Bahn/Start
- U-Bahn
- AKN
- Metronom
- NBE/EVB
- Erixx
- Bus / HADAG

Nur zeitweilig / limited services

- S11 S2 S31 A2
- RE Regional-Express-Linien halten nicht an jedem Bahnhof.
Not all regional trains stop at all stations.
- Fernbahnhof
Main Line Station
- Umsteigehaltestelle
Interchange Station

Haltestellen Schnellbahn-/Regionalverkehr
Rapid Transit/Regional Rail Stations
HVV-Tarif nur für Zeitkarten
HVV season tickets only

Barrierefreier Zugang zu den Schnellbahn
Infos zum barrierefreien Zugang zu den Regionalbahnen unter Tel. 040-19 449.

Barriere freier access to the rapid transit
Information on barrier free access to the regional trains on tel 040-19 449.