

Sachbearbeitung	VG/VO - Mobilität		
Datum	24.11.2020		
Geschäftszeichen	VG/VO - Ack	* 147	
Beschlussorgan	Gemeinderat	Sitzung am 16.12.2020	TOP
Behandlung	öffentlich		GD 445/20

Betreff: Fortführung der kostenfreien Nutzung des ÖPNV an Samstagen
- Beschluss -

Anlagen: -

Antrag:

1. Die Verwaltung wird beauftragt, die erforderlichen Finanzmittel für die Fortführung der ticketfreien Nutzung des ÖPNV an Samstagen in Höhe von ca. 950.000 € für den Zeitraum von 01.01.2021 bis 31.12.2021 innerhalb des Fachbereichsbudgets bereitzustellen und beim Auftrag L75054700103 sowie L13011300405 (Kampagne "ulm. komm rein.") für die unter Punkt 3 dargestellten Zwecke zur Verwendung freizugeben.

Die Finanzierung erfolgt vorbehaltlich der Finanzierbarkeit aller zu erfüllenden städtischen Aufgaben und der Beschlussfassung durch den Gemeinderat.

2. Die Verwaltung wird beauftragt, den Finanzbedarf für die Fortführung des Angebotes für das Jahr 2022 zu ermitteln.
3. Alle bisherigen Anträge zu diesem Thema als erledigt zu betrachten.

Jung

Zur Mitzeichnung an:	Bearbeitungsvermerke Geschäftsstelle des
BM 1, BM 3, C 3, OB, TF L2, ZSD/F	Gemeinderats:
_____	Eingang OB/G _____
_____	Versand an GR _____
_____	Niederschrift § _____
_____	Anlage Nr. _____

Sachdarstellung:

Zusammenfassende Darstellung der finanziellen Auswirkungen

Finanzielle Auswirkungen:	ja
Auswirkungen auf den Stellenplan:	nein

MITTELBEDARF Ticketfreier ÖPNV-Samstag			
INVESTITIONEN / FINANZPLANUNG (Mehrjahresbetrachtung)		ERGEBNISHAUSHALT [einmalig / laufend]	
PRC: 5470-750 Projekt / Investitionsauftrag:		PRC: 5470-750 Auftrag: L75054700103	
		PRC: 1130-130 Auftrag: L13011300405	
Einzahlungen	€	Ordentliche Erträge	€
Auszahlungen	€	Ordentlicher Aufwand	890.000 € 60.000 €
		<i>davon Abschreibungen</i>	€
		Kalkulatorische Zinsen (netto)	€
Saldo aus Investitionstätigkeit	€	Nettoressourcenbedarf	€
MITTELBEREITSTELLUNG			
<u>1. Finanzhaushalt 2021</u>		2021	
Auszahlungen (Bedarf):	€	innerhalb Fach-/Bereichsbudget bei PRC 5470-750 Mittel werden 2021 von PR 5470-750 auf PRC 1130-130 umgeschichtet	890.000 € 60.000 €
Verfügbar:	€		
Ggf. Mehrbedarf	€	fremdes Fach-/Bereichsbudget bei: PRC	€
Deckung Mehrbedarf bei PRC			
PS-Projekt 7	€	Mittelbedarf aus Allg. Finanzmitteln	€
bzw. Investitionsauftrag 7	€		
<u>2. Finanzplanung 2021 ff</u>			
Auszahlungen (Bedarf):	€		
i.R. Finanzplanung veranschlagte Auszahlungen	€		
Mehrbedarf Auszahlungen über Finanzplanung hinaus	€		
Deckung erfolgt i.R. Fortschreibung Finanzplanung			

1. **Beschlusslage**

Beschlüsse

- Gemeinderat am 12.12.2018, Kostenfreie Nutzung des ÖPNV an Samstagen in 2019, Anlage 4 zu GD 915/18
- Gemeinderat am 20.02.2019, GD 060/19, "ulm ist erreichbar", Maßnahmen zur Kompensation der Einschränkungen auf der Friedrich-Ebert-Straße, Beschluss zur Umsetzung und Aufhebung Sperrvermerk
- Fachbereichsausschuss Stadtentwicklung, Bau und Umwelt am 12.11.2019, GD 406/19, Projekte "Ulm 2020" - Dritter Zwischenbericht zu den Großprojekten und zur bauzeitlichen Verkehrsführung der Friedrich-Ebert-Straße
- Fachbereichsausschuss Stadtentwicklung, Bau und Umwelt am 28.10.2019, GD 439/19, Fortführung der kostenfreien Nutzung des ÖPNV an Samstagen

2. **Ausgangssituation**

In der Gemeinderatssitzung am 20.02.2019 wurde die ticketfreie Nutzung des ÖPNV an Samstagen erstmals neben den vier Adventssamstagen für den Zeitraum vom 01.04.2019 bis Ende 2019 beschlossen. Das verfolgte Ziel war, die Ulmer Innenstadt trotz der Großbaustelle rund um den Bahnhof, der geringen Parkplatzverfügbarkeit und der einspurigen Befahrbarkeit der Friedrich-Ebert-Straße für die Menschen erreichbar zu gestalten.

Mit der Fortführung des ticketfreien ÖPNV-Samstag bis Ende 2022 soll das Ziel verfolgt werden, die Erreichbarkeit und das Einkaufen in der Ulmer City weiterhin möglichst attraktiv zu gestalten und vor allem die unabhängig von der aktuellen Baustellentätigkeit enge Parkplatzsituation in der Innenstadt zu entspannen. Außerdem soll die aus Sicht der Verwaltung erfolgreiche und mit dem Marketing-Preis ausgezeichnete Kampagne "ulm. komm rein." in Abstimmung mit der Ulmer City und der SWU weitergeführt werden. Die Verwaltung wird im Weiteren in Abstimmung mit der Ulmer City zusätzliche Maßnahmen zur Verbesserung der Innenstadtfrequenz prüfen.

Durch die Corona-Lage 2020 wurde auch die Kampagne "ulm. komm rein." dafür genutzt, den Einzelhandel und das Gastgewerbe mit den erforderlichen Hygienemaßnahmen zu unterstützen. Die Kampagne eignete sich dafür ideal, um die entsprechende Zielgruppe zu erreichen und auch in der schwierigen Situation die Bürgerschaft dazu zu bewegen, die Innenstadt mit Einzelhandel und Gastgewerbe wieder zu besuchen. Das Ziel war, Ängste und Vorbehalte bei einem Stadtbesuch in der Bürgerschaft zu nehmen und die Frequenz in der Innenstadt zu fördern. Im Sommer konnte durch eine Urlaubskampagne die Hotellerie zusätzlich unterstützt werden. Da das Ende der Corona-Zeit noch nicht absehbar ist, wird empfohlen, hier weiter anzuknüpfen, die aktuelle Lage zu bewerten und ggf. entsprechende Kampagnen zu entwickeln.

3. **Kosten**

DING hat die voraussichtlichen Einnahmeausfälle für das Jahr 2021 auf Basis der Einnahmen aus dem Barverkauf (Einzel- und Tagestickets, Handy-Tickets) aus dem Jahre 2019 mit den ab 01.01.2021 gültigen Ticketpreisen kalkuliert. Dabei sind in dem vorgesehenen Berechnungszeitraum alle Samstage inklusive Nachtverkehr bis Betriebsschluss um 4:30 Uhr des Folgetages zu berücksichtigen. Die Einnahmeausfälle im SPNV innerhalb des Stadtgebiets Ulm/Neu-Ulm wurden ebenfalls berücksichtigt; die ticketfreie SPNV-Nutzung ist daher inkludiert. Die Fahrgelderlöse und daraus

resultierenden vsl. Einnahmeausfälle (inkl. Adventsamstage) belaufen sich nach Berechnung des DING inkl. der beschlossenen Tarifierpassung i. H. von 1,85 % zum 01.04.2021 auf ca. 992.000 €. Die Verwaltung geht in 2021 aufgrund der Corona-Pandemie von einer weiterhin reduzierten Nachfrage im ÖPNV aus und bewertet dieses Risiko mit 10 %.

Gemäß der oben beschriebenen ticketfreien ÖPNV-Nutzung an Samstagen im Zeitraum von Januar bis Ende Dezember 2021 im Stadtgebiet Ulm/Neu-Ulm und den weiteren empfohlenen Maßnahmen stellen sich die Kosten der Stadt Ulm wie folgt dar:

Ausgleich des Einnahmeausfalls der Verkehrsunternehmen im DING	890.000 €
Marketingmaßnahmen (inkl. Ausgleich für Abokunden)	60.000 €
<hr/>	
Gesamtbedarf 2021 gerundet (brutto)	950.000 €

4. Verstärkerfahrten an Adventssamstagen

Bisher wurden an allen vier Adventssamstagen Verstärkerfahrten bei der SWU bestellt. Aufgrund der Corona-Pandemie und den einschneidenden Maßnahmen zum Schutze der Bevölkerung werden diese zusätzlichen Verstärkerfahrten in diesem Jahr und voraussichtlich in 2021 nicht benötigt.

Bisher hat die Verwaltung für die Verstärkerleistungen an den vier Adventssamstagen ca. 20.000 € bereitgestellt.

5. Ausgleich für Abokunden

Auch im Jahr 2021 wird die bisher durchgeführte Verlosung von Jahreskarten als Ausgleich für Jahreskartenbesitzer wie folgt durchgeführt:

Alle namentlich registrierten Abokunden (Jahreskarten, Jobticket, Profiticket, 65plus und Partnerkarten) nehmen automatisch an einer Verlosung teil. Pro Woche wird unter diesen Kunden ein Jahresticket verlost. Dabei wird der Jahresbetrag des entsprechenden Tarifprodukts (Jahreskarte, Profi-Ticket etc.) von der Stadt finanziell ausgeglichen. Abokunden die bereits gewonnen haben, werden bei weiteren Verlosungen nicht berücksichtigt. Der Gewinn ist auf den Abokunden beschränkt und nicht übertragbar.

Es sollen insgesamt 52 Verlosungen durchgeführt werden. Die Kosten hierfür belaufen sich auf ca. 31.000 € (brutto) und sollen aus dem Budget für Marketingmaßnahmen (s. Punkt 3) finanziert werden.

6. Konzept für die Erreichbarkeit der Ulmer Innenstadt

6.1. Kommunikationskampagne „ulm. komm rein.“

Parallel zum Start der ticketfreien ÖPNV-Samstage in Ulm und Neu-Ulm seit April 2019 wurde die einladende Imagekampagne „ulm. komm rein.“ ins Leben gerufen und etabliert. Die Kampagne wird im Schulterschluss von den drei Partnern getragen:

- Stadt Ulm
- Ulmer City Marketing
- SWU

Im erweiterten Kernteam wirken folgende Parteien mit:

- Donau-Iller-Nahverkehrsbund (DING)
- Ulm/Neu-Ulm Touristik (UNT)
- Ulmer Parkbetriebs-GmbH (PBG)
- Deutscher Hotel- und Gaststättenverband (DeHoGa)
- Industrie- und Handelskammer (IHK)

In vielen Fragen und Themenstellungen wird deutlich, dass eine Betrachtung der Doppelstadt Ulm/Neu-Ulm für effiziente Lösungsansätze ein richtiger Weg sein kann. Daher werden aktuell mit der Stadt Neu-Ulm Gespräche geführt, ob die Projektgruppe erweitert und damit ein intensiveres gemeinsames Vorgehen ermöglicht werden kann.

Die Arbeitsgruppe legte den Fokus nicht nur auf die Kommunikation der ticketfreien Nutzung des ÖPNV an Samstagen, sondern darüber hinaus auf die Attraktivität der Ulmer Innenstadt (Erreichbarkeit, Parkplätze, Einkaufsmöglichkeiten, kulturelle Highlights, usw.). Spontane Sonderkampagnen und -kommunikationen aufgrund der aktuellen Corona-Lage sind zukünftig notwendig und müssen eingeplant werden.

6.2. Fortführung der Kampagne im Jahr 2021

Die erfolgreich gestartete Kampagne soll im neuen Jahr fortgeführt werden und weiterhin auf die Ziele der drei Partner hinwirken. In 2019 wurden für die Kampagne ca. 340.000 € netto aufgewendet. Hiervon entfielen 232.000 € auf die Stadt Ulm. Im Jahr 2020 wurden für die Maßnahmen bei der Stadt insgesamt 150.000 € bereitgestellt, Ulmer City Marketing und SWU stellten zusätzlich ca. 71.000 € zur Verfügung.

Für 2021 wird der Budgetansatz von 60.000 € von der Stadt Ulm eingeplant sowie 60.000 € von der SWU und Ulmer City Marketing (je zu gleichen Anteilen von 30.000 €). In diesem Budget ist das Grundrauschen (Servicepatronate im Radio und TV sowie Social Media Beiträge) mit eingeplant. Es wird im Jahr 2021 unterschiedliche Aktionen geben, die die Belebung der Innenstadt hervorrufen sollen. Die Stadtverwaltung arbeitet gemeinsam mit der SWU und dem Ulmer City Marketing an unterschiedlichen Marketingaktivitäten nach der Corona-Krise. Das Konzept soll dann im Frühjahr 2021 im GR behandelt werden.

7. Finanzierung

Für 2021 ist im Ergebnishaushalt unter PRC 5470-750 ein Budget von 950.000 € eingeplant. 60.000 € werden in 2021 für die Beteiligung an der Kampagnen-Kommunikation und für den Ausgleich der Zeitkartenkunden (s.o.) von PRC 5470-750 in das PRC 1130-130 umgeschichtet.