



Antrag Nr. VII-A-02096

Status: öffentlich

Eingereicht von
SPD-Fraktion
Fraktion DIE LINKE

Betreff:
Erste Schritte zum 365 Euro-Ticket gehen

Beratungsfolge (Änderungen vorbehalten):
Gremium

voraussichtlicher
Sitzungstermin

Zuständigkeit

Ratsversammlung		Beschlussfassung
Ratsversammlung	24.11.2020	Verweisung in die Gremien
FA Stadtentwicklung und Bau	01.12.2020	Vorberatung
Verwaltungsausschuss	03.12.2020	Vorberatung
FA Finanzen	07.12.2020	Vorberatung
zeitweilig beratender Ausschuss Verkehr und Mobilität	25.02.2021	Vorberatung

Beschlussvorschlag:

1. Das 365-Euro-Jahresticket soll zunächst stufenweise für ausgewählte Gruppen ab dem 01.08.2021 eingeführt werden. In einem ersten Schritt wird
 - a) der Preis für die LeipzigPass-MobilCard im Jahresabo auf 365 Euro reduziert,
 - b) für alle Leipziger bis 27 Jahre das personengebundene Jahres-Abo (Abo light) auf 365 Euro abgesenkt,
 - c) ein 365-Euro-Jobticket für Angestellte der Stadtverwaltung eingeführt. Auf dieser Grundlage werden in der Folge auch mit anderen Unternehmen entsprechende Vereinbarungen angestrebt.
 - d) Die Finanzierung der Angebote aus 1a bis c soll aus Mitteln des Bundes für Modellprojekte zur Stärkung des ÖPNV erfolgen, die ausdrücklich zur Entwicklung attraktiver Fahrpreistarife, wie Job-Tickets, Angebote für Berufseinsteiger etc., vorgesehen sind.
 - e) Zum 30. Juni 2022 erfolgt ein erster Bericht zur Umsetzung und Annahme der Modelle des 365 Euro-Tickets
2. Die Cross-Selling-Strategie in der L-Gruppe wird durch die Entwicklung weiterer bzw. die Weiterentwicklung bestehender Angebote ausgebaut, um die Nachfrage zu verbessern.

3. Die Stadtverwaltung erstellt, basierend auf dem Beschluss des Antrags VII-A-01471 (Park&Ride schaffen - Umstieg auf den ÖPNV erleichtern) vom 11. November 2020 bis Ende des 2. Quartals 2021 ein entsprechendes Umsetzungskonzept. Neben dem Park-&-Ride-Konzept sind auch klimafreundliche Car-Sharing-Optionen unter Einbindung des Umlandes und Einbezug von Flächen Privater zu prüfen.

Begründung

Das 365-Euro-Ticket soll ein Beitrag dafür sein, den ÖPNV attraktiver zu machen und den urbanen Verkehr entsprechend der beschlossenen Mobilitätsstrategie neu zu strukturieren. Aufgrund der schwierigen finanziellen Situation der öffentlichen Haushalte- insbesondere des städtischen Haushaltes - wegen der Corona Pandemie ist eine zeitnahe Einführung des Tickets für alle leider nicht machbar. Wir halten es jedoch mit Blick auf die Verkehrswende und unsere beschlossenen Klimaschutzziele, die wir schaffen müssen und schaffen wollen, für sinnvoll, mit der schrittweisen Einführung des Tickets zu beginnen. In einem ersten Schritt sollen – unter Einbeziehung der 100-prozentigen finanziellen Einbeziehung des Bundes – vor allem im Hinblick auf die wirtschaftlichen Auswirkungen der Corona-Pandemie, das „Sozialticket“ für Menschen mit geringem Einkommen gestärkt werden.

Weiterhin sollen jungen Leipzigerinnen und Leipziger unter 28 Jahren profitieren, um diesen für den Einstieg in oder Umstieg auf den ÖPNV ein attraktives Angebot zu machen. Gerade bei Berufseinsteigern ist ein preiswertes Angebot sinnvoll, da diese noch nicht auf ein bestimmtes Verkehrsmittel festgelegt sind und somit eine Kundenbindung über das Studium bzw. die Ausbildung hinaus möglich ist. Außerdem ist die Kaufkraft vieler junger Menschen nach Studium oder Ausbildung noch nicht so ausgeprägt (z.B. durch eine neue Wohnung oder Familiengründung), deshalb wollen wir die Differenz zwischen dem günstigen Azubi/Semesterticket und dem Normaltarif verringern. Darüber hinaus wollen wir unter partnerschaftlicher Beteiligung von Unternehmen und LVB Jobticketangebote auf 365-Euro-Basis realisieren. Die Stadt soll bei der Neustrukturierung des Jobtickets vorangehen, hierfür wird mit Mehrkosten von rund 150.000 Euro gerechnet. Für solche innovativeren Tarifangebote stehen voraussichtlich Fördermittel des Bundes aus dem Klimaschutzprogramm 2030 (siehe Beschlusspunkte 1a bis c) ab dem kommenden Jahr zur Verfügung. Die Einführung der Tarife entsprechend der Punkte 1a und 1b würden jährlich etwa 2,3 Mio. Euro Mehraufwendungen verursachen, also deutlich weniger als die prognostizierten 30 Mio. Euro p.a. für die Einführung eines 365-Euro-Tickets für alle Monatskarten und Abo-Nutzer der LVB.

Aus Sicht der Kunden der Leipziger Gruppe und eben zur verbesserten Kundenbindung, vorrangig bei Stadtwerken oder Verkehrsbetrieben, sind Cross-Selling-Strategien sinnvoll. Bislang wird davon in nicht ausreichendem Maße Gebrauch gemacht, obwohl das die Angebote der Unternehmen der L-Gruppe noch attraktiver machen könnte. Gerade im Zusammenhang mit der Sportbäder GmbH und der Nutzung des öffentlichen Personennahverkehrs bieten sich hier Rabattlösungen für Kunden der Stadtwerke an.

