

# Presse- Mitteilung

Hofheim, 18. April 2023

## **Pilotprojekt RMVsmart endet: Beliebte Funktionen werden in Tarifangebot übernommen**

*Pilotprojekt endet am 31. Mai 2023 nach rund sieben Jahren / Mit RMV-SparPass und verbundweitem In/Out-System werden beliebte Funktionen für alle Fahrgäste verfügbar*

Das Pilotprojekt RMVsmart wird Ende Mai erfolgreich abgeschlossen. Letztmalig können RMVsmart-Tickets am 31. Mai bis 12 Uhr erworben werden. Der Kauf einer RMVsmart50-Pauschale, die für einen Monat eine Rabattierung der RMVsmart-Tickets ermöglicht, ist noch bis einschließlich 27. April möglich.

Bis zu 30.000 Testkundinnen und -kunden – und damit die maximal mögliche Teilnehmerzahl des Pilotprojekts – haben seit 2016 verschiedene Tarifmodelle und ein neues Ticketing-System im Alltag beim Bus- und Bahnfahren genutzt und bewertet. Die Erkenntnisse flossen die Tarif- und Vertriebsentwicklung ein und haben Angebote wie den RMV-SparPass und das für 2024 geplante verbundweite In/Out-System entscheidend mitgeprägt.

„RMVsmart war unser Innovationslabor, in dem wir in einem geschützten Bereich unter Realbedingungen neue Angebote ausprobiert haben“, sagt RMV-Geschäftsführer Prof. Knut Ringat. „RMVsmart hat dabei insbesondere die Kundinnen und Kunden angesprochen, die Bus und Bahn gelegentlich nutzen und für die daher in den vergangenen Jahren weder Zeitkarten, noch Einzelfahrscheine die richtige Lösung waren. Die Rückmeldungen der RMVsmart-Testerinnen und Tester waren daher unglaublich wertvoll für uns, um neue Angebote für genau diese Kundengruppe zu entwickeln.“

Besonders beliebt war die Ende des Jahres 2017 eingeführte Variante RMVsmart50: Rund die Hälfte aller Testkundinnen und -kunden, die Tickets zum RMVsmart-Tarif erworben haben, haben auch eine smart50-Pauschale gekauft und mit dieser auf einen Monat begrenzten Rabattkarte die Einzelfahrscheine zu einem günstigeren Preis erhalten. Die Anzahl der bis dato rund 10.000 RMVsmart-

# Presse- Mitteilung

Teilnehmenden stieg binnen kurzer Zeit auf das genehmigte Maximum von 30.000 an. Die Nachfrage lag bis zum Beginn der Corona-Pandemie sogar noch deutlich darüber, teilweise hatten mehr als 60.000 Menschen Interesse angemeldet, bei freiwerdenden Plätzen Teil des Pilotversuchs zu werden.

## **Erkenntnisse prägen RMV-SparPass und In/Out-System**

Das erfolgreiche Prinzip von RMVsmart50 überführte der Verbund mit dem im Januar dieses Jahres gestarteten RMV-SparPass in den Regeltarif: Dieser kostet 10 Euro im Monat und bietet 25 Prozent Rabatt auf Einzelfahrkarten und Tageskarten für Erwachsene. Der RMV-SparPass ist sowohl in der App RMVgo erhältlich als auch auf Chipkarten an Fahrkartenautomaten oder den RMV-Vertriebsstellen.

Ebenfalls sehr beliebt war das seit 2019 getestete smartphonebasierte In/Out-System nach dem Prinzip „Einsteigen und Losfahren“. Das bedeutet: Vor der Fahrt einfach einen Schieberegler in der App betätigen und einsteigen, und dann den Schieberegler noch einmal betätigen, wenn das Fahrtziel erreicht ist. Wer wollte, konnte seit 2021 alternativ auch den automatischen Check-Out nutzen. Nach der Fahrt ermittelte die App auf Basis von Ortungsdaten automatisch die genutzte Verbindung und berechnete den richtigen Fahrpreis.

Auch die In/Out-Funktion endet nicht mit dem Pilotprojekt – sie wurde zur Marktreife geführt, wird im Laufe des Jahres 2024 in die App RMVgo integriert und ist ab dann für alle RMVgo-Nutzer verbundweit verfügbar. Die Projekte „RMV-In/Out“ sowie das Rabattmodell RMV-SparPass sind Teil des Modellprojektes „RMVall-in – die generelle Mobilitätsplattform“, das vom Bundesministerium für Digitales und Verkehr (BMDV) im Rahmen der Förderinitiative „Modellprojekte zur Stärkung des ÖPNV“ gefördert wird.

Andere getestete Funktionen werden dagegen nicht in das reguläre RMV-Angebot überführt: Mit der RMV-Sparstunde erhielten die Testenden innerhalb einer gewissen Zeitspanne außerhalb der Hauptverkehrszeiten einen Rabatt von 25 Prozent auf den Ticketpreis. Auswirkungen auf die Nachfrage waren jedoch kaum messbar. Auch der entfernungsbasierte Tarifansatz hat über die Breite der Testnutzer nicht zu einer spürbaren Steigerung der Nachfrage geführt und wird deshalb nicht weiterverfolgt.