

# *Mehr als ein Ziel*

Der Hamburger Verkehrsverbund stellt sich vor

## *More than one way*

*A Profile of the Hamburg Public Transport Association*

Mehr als ein Ziel

**HVV**





# **Inhalt**

## *Contents*

<b>Ein paar Worte vorab</b>	<b>4</b>
<b>Von der Gründung bis heute</b>	<b>6</b>
<b>Der HVV in der Metropolregion</b>	<b>8</b>
<b>Die Organisation des Verbundes</b>	<b>10</b>
<b>Ein Blick hinter die Kulissen</b>	<b>16</b>
<b>Mehr als ein Ziel</b>	<b>22</b>



<i>A brief introduction</i>	<i>4</i>
<i>From our establishment to the present</i>	<i>6</i>
<i>HVV in the metropolitan region</i>	<i>8</i>
<i>Organization of HVV</i>	<i>10</i>
<i>A glance behind the scenes</i>	<i>16</i>
<i>More than one way</i>	<i>22</i>




## Ein paar Worte vorab

### A brief introduction

„Mehr als ein Ziel“, diesen Slogan benutzt der Hamburger Verkehrsverbund (HVV) nach der Ausweitung des Verkehrsverbundes in Schleswig-Holstein und Niedersachsen. Vier Kreise nördlich an Hamburg angrenzend und drei im Süden sind jetzt vollständig in den HVV integriert. Damit ist der HVV zusammen mit den Verkehrsunternehmen der maßgebliche Mobilitätsanbieter in der Metropolregion Hamburg und gehört als weltweit ältester Verkehrsverbund auch zu den größten in Deutschland.

„Mehr als ein Ziel“ weist auf die vielfältigen Möglichkeiten hin, sich in der Metropolregion mit dem öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) zu bewegen. Die Qualität, mit der die Verkehrsunternehmen im Verbund ihre Leistungen anbieten, führt immer wieder zu guten Beurteilungen durch unsere Kundinnen und Kunden. Dies auszubauen ist unser Ziel – auch unter den Bedingungen finanzieller Probleme der öffentlichen Haushalte und in Anbetracht des Wettbewerbsdrucks auf die Verkehrsunternehmen. Denn unsere

Fahrgäste belohnen uns nicht nur mit Zufriedenheit, sondern vor allem auch mit steigender Nachfrage. Dafür organisieren wir die Verteilung der finanziellen Ressourcen – Fahrgeldeinnahmen und öffentliche Mittel – so, dass sie leistungsmotivierend auf die Verkehrsunternehmen wirken. Vieles erfolgt im Hintergrund, zwischen der politischen Ebene, der HVV GmbH als Regiegesellschaft und den Verkehrsunternehmen als Produzenten. In welcher Weise das geschieht, soll auf den folgenden Seiten dargestellt sein.



*„More than one way“ is the slogan we have adopted at Hamburger Verkehrsverbund (HVV), the Hamburg Public Transport Association, to highlight our corporate identity following expansion of the HVV service area into the regional states of Schleswig-Holstein and Lower Saxony. Four counties bordering Hamburg to the north and three to the south have now been fully integrated into the HVV network. This makes HVV and the associated transport operators the decisive mobility providers in the Hamburg Metropolitan Region. Not only are we the*

*oldest public transport associations worldwide, we are also one of the largest here in Germany.*

*„More than one way“ draws attention to the wide range of attractive opportunities available to our customers when taking public transport to travel around the metropolitan region. The high standards in quality offered by the transport operators providing services in the HVV association have always resulted in excellent customer feedback. All this we aim to increase – in the face of financial restraints on public funding and*

*despite competitive pressure on the transport operators. Customer satisfaction is not the only reward, for our efforts have also led to rising demand, one of the prime targets we have set ourselves. With this in mind we organize the distribution of financial resources – fare revenue and public subsidies – in such a way as to encourage performance and efficiency on the part of the public transport operators. Much of this takes place behind the scenes – between the political level, HVV GmbH as the guidance organization for public transport manage-*



**Wir möchten Ihnen mit dieser Broschüre die Strukturen des Hamburger Verkehrsverbundes veranschaulichen und wünschen viel Spaß bei der Lektüre.**

**Peter Kellermann**

**Lutz Aigner**

**Geschäftsführer der HVV GmbH**

*ment, and the public transport operators as service providers. The following pages intend to give you an insight into how all this works.*

*We would like to present a clear impression of our structure at Hamburger Verkehrsverbund and hope you enjoy reading this brochure.*



*Peter Kellermann*

*Lutz Aigner*

*Managing Directors of HVV GmbH*



# Von der Gründung bis heute

## From our establishment to the present

Mit der Gründung des Hamburger Verkehrsverbundes am 29. November 1965 wurden im Ballungsraum Hamburg neue Wege in der Verkehrspolitik beschritten. Erstmals weltweit schlossen sich Verkehrsunternehmen zu einem Verbund zusammen, um einen einheitlichen Tarif und ein aufeinander abgestimmtes Linien- und Fahrplanangebot für alle öffentlichen Nahverkehrsmittel Hamburgs und der angrenzenden Gemeinden

einzuführen. Bis 2002 waren insgesamt elf Verkehrsunternehmen in dieses System eingegliedert.

Im Jahr 1996 wurden die gesetzlichen Rahmenbedingungen verändert und den Bundesländern die Organisation und Finanzierung des gesamten Nahverkehrs (Regionalisierung) übertragen. Zugleich wurde der Wettbewerb im ÖPNV eine Option für die Zukunft.

Beide Entwicklungen waren Anlass, den Unternehmensverbund in einen Aufgabenträgerverbund umzuwandeln.

Die Verkehrsbeziehungen zwischen der Stadt Hamburg und dem Umland entwickelten sich in den vergangenen Jahrzehnten weit über die Grenzen des ursprünglichen HVV-Bedienungsgebietes hinaus. Um dieser Entwicklung gerecht zu werden, wurden im Jahr 2002 die vier



HVV-Verbundgebiet  
HVV service area

*Establishment of HVV (Hamburger Verkehrsverbund) on 29 November 1965 as a public transport association for the Hamburg conurbation was a major breakthrough in transport policy. For the very first time worldwide, public transport operators joined hands in order to create an integrated fare system and an accurately-coordinated line-, route- and timetable offer for all public transport services in Hamburg and its adjoining municipalities or counties.*

*By 2002 a total of 11 transport operators had been integrated into this system.*

*In 1996 the basic legal framework was modified and the regional German states, the Bundesländer, were entrusted with the task of organizing and financing the entire public transport service offer (regionalization).*

*At the same time the tendering process was specified as a future option to stimulate*

*competition in the public transport sector. Both these developments resulted in a transformation of what was an association of transport operators into one now comprising the PTAs, the Public Transport Authorities.*

*The last decades have seen public transport links between the city of Hamburg and its surrounding region expand well beyond the original borders of the HVV service area.*



an Hamburg angrenzenden schleswig-holsteinischen Kreise vollständig in das HVV-Verbundgebiet integriert.

Zwei Jahre später schlossen sich die drei südlich von Hamburg gelegenen niedersächsischen Landkreise ebenfalls dem HVV an. Damit deckt das heutige HVV-Bedienungsgebiet den größten Teil der Verkehrsströme innerhalb der Metropolregion Hamburg ab.



29.11.1965  
Gründung des Hamburger Verkehrsverbundes – der erste Verkehrsverbund weltweit. Ihm gehörten zunächst vier Verkehrsunternehmen an: die Hamburger Hochbahn, die Hamburger S-Bahn, die Verkehrsbetriebe Hamburg-Holstein und die HADAG.

29-11-1965:  
Establishment of Hamburger Verkehrsverbund (HVV), the first public transport association worldwide. Four operators were our first members: Hamburger Hochbahn, the Hamburg S-Bahn, Verkehrsbetriebe Hamburg-Holstein and HADAG.



A further step in line with such developments was taken in 2002 when four Schleswig-Holstein counties bordering Hamburg to the north were fully integrated into the HVV network. Two years later they were followed by three counties in the state of Lower Saxony lying directly to the south of Hamburg. As a result and to a large extent the current HVV service area covers public transport flows within the Hamburg Metropolitan Region.



1972

1972 Die ersten Busfahrerinnen übernehmen das Steuer.  
1978 Die letzte Fahrt der Straßenbahnlinie 2.  
1981 Einführung der Fahrradmitnahme in U- und S-Bahnen.



1978

1972 The first female bus drivers join in behind the wheel.  
1978 The end of the line for Tram 2, the last in Hamburg.  
1981 Bicycles allowed on board U- and S-Bahn rail services.



1981



## Der HVV in der Metropolregion

### HVV in the metropolitan region

Die Metropolregion Hamburg ist der Zusammenschluss von niedersächsischen und schleswig-holsteinischen Kreisen sowie der Stadt Hamburg.

Seit einigen Jahren werden in den Bereichen Wirtschaft, Politik und Kultur Aktivitäten gebündelt, um eine integrierte Entwicklung der Stadt Hamburg mit ihrem Umland zu fördern und die Wettbewerbsfähigkeit der Region in Europa

und der Welt zu verbessern.

Der HVV gestaltet in der Region den Nahverkehr. Obgleich flächenmäßig kleiner als die Metropolregion, bildet das Verbundgebiet die wesentlichen Pendlerbeziehungen ab. Mehr als 80 Prozent der Bewohnerinnen und Bewohner der Metropolregion profitieren von den Vorteilen eines Verkehrsverbundes: eine Fahrkarte, ein Tarif, ein abgestimmtes

Angebot. Damit ist die bereits weit fortgeschrittene Integration im ÖPNV beispielhaft für die anderen Handlungsfelder innerhalb der Metropolregion.

Für drei Bundesländer, sieben Kreise, fast 40 Verkehrsunternehmen und rund 3,3 Mio. Einwohner übernimmt die HVV GmbH das Management des ÖPNV – eine verantwortungs- und zugleich anspruchsvolle Aufgabe. Vor dem Hintergrund der



*The Hamburg Metropolitan Region is a partnership between counties in the regional states of Lower Saxony and Schleswig-Holstein and the City of Hamburg itself.*

*For some years now activities in the economic, political and cultural fields have been coordinated in order to promote integrated development of the City of Hamburg together with its surrounding region and thus to improve the competitiveness of this region*

*within Europe and the rest of the world.*

*HVV organizes and manages local public transport in the region. Although smaller in size than the actual metropolitan region, our service area encompasses the essential commuter flows and connections. More than 80% of the local population benefits from the advantages such a transport association provides: one ticket, one fare, a coordinated service offer. The extensive integration al-*

*ready achieved in the local public transport sector has meanwhile become a benchmark for further fields of activity within the Hamburg Metropolitan Region.*

*HVV GmbH is in charge of public transport management for three regional states, seven counties, almost 40 transport operators and around 3.3 million residents – a task both responsible and demanding. We com-*



angespannten Haushaltslage der Aufgabenträger gilt es, dennoch qualitativ hochwertige Leistungen im ÖPNV zu erzielen. Der Umgang mit Kürzungen öffentlicher Zuschüsse, Effizienzerhöhung und Vorbereitung auf den Wettbewerb sind neben dem täglichen Betrieb auf Schiene, Straße und Wasser Schwerpunkte im Tätigkeitsfeld der Verkehrsunternehmen.

Die Fahrgäste verstehen den HVV als Marke für den Nahverkehr. Ihre Bedürfnisse fließen in alle unsere Planungen ein.

Das HVV-Verbundgebiet ist strukturell sehr unterschiedlich: Zum einen gibt es das großstädtische, bevölkerungsreiche Gebiet Hamburgs mit einem dichten Nahverkehrsnetz; zum anderen ländlich geprägte, dünnbesiedelte Regionen der

Kreise, in denen – abgesehen von einigen Schienenstrecken und Stadtverkehren – der Schülerverkehr das dominierende Element darstellt.

Der HVV hat sich jedoch zum Ziel gesetzt, allen Menschen unabhängig vom Wohnort ein attraktives, aber zugleich auch finanzierbares Angebot zu unterbreiten.



*pare this challenge of mediating between a wide variety of interests to a tightrope act: respecting budgetary restraints imposed by the PTAs while at the same time ensuring a top-quality service offer. As regards the public transport operators, providing day-to-day rail, bus and ferry services is only one aspect of their responsibility. Other priorities they face are to take careful account of cuts in public transport funding,*

*improve efficiency and prepare themselves for competition in the market. Passengers see HVV as a hallmark brand for quality in local public transport. Their requirements are integrated into all of our planning work. The HVV service area varies greatly in terms of structure. On the one hand we have the heavily-populated city area of Hamburg with its dense public transport network. Then come the counties, regions more*

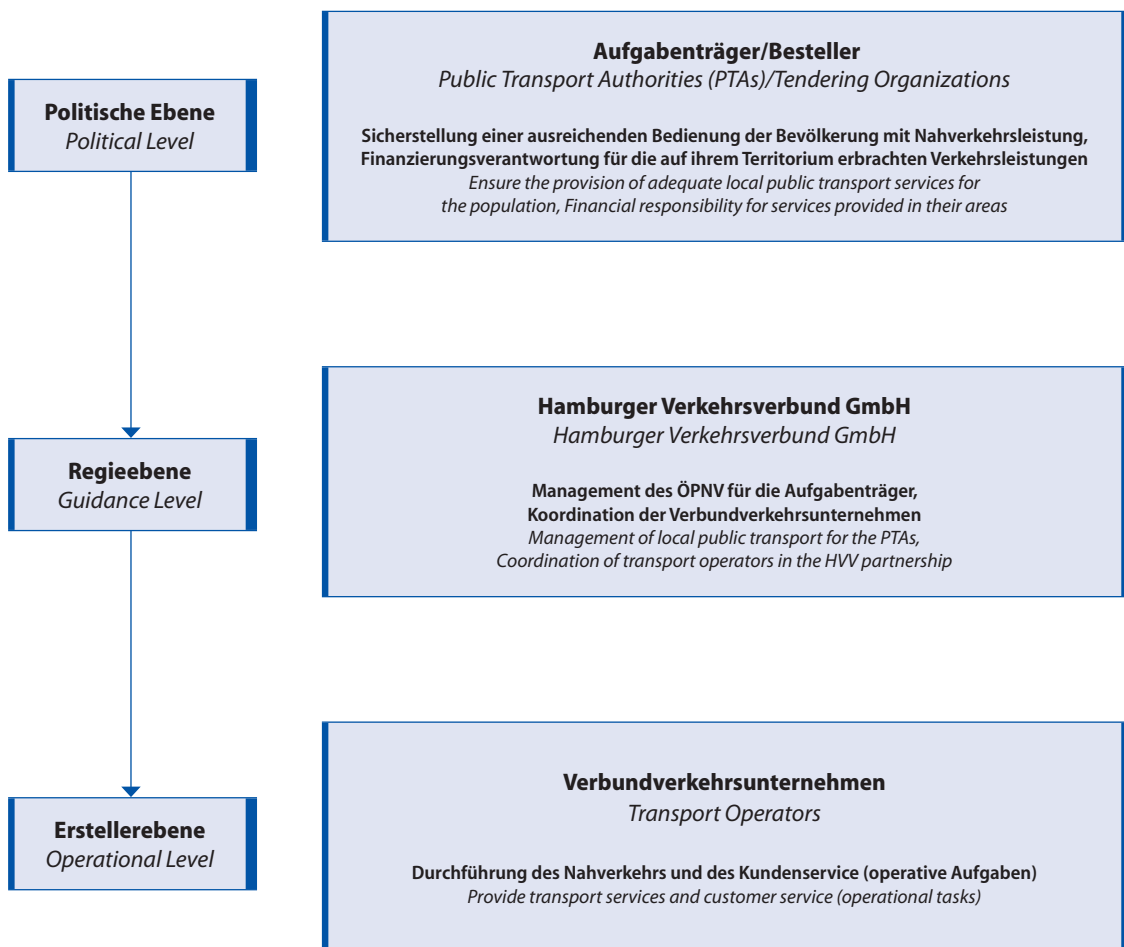
*rural in structure and sparsely populated. Apart from a few rail links and municipal bus services the predominant element in such areas is schools traffic. HVV nevertheless aims to provide everyone, irrespective of where they live, with an attractive yet affordable service offer.*

# Die Organisation des Verbundes

## Organization of HVV

Die Organisation des ÖPNV im HVV-Gebiet folgt dem Drei-Ebenen-Modell.

Organization of local public transport in the HVV service area is based on a Triple-Level Model.



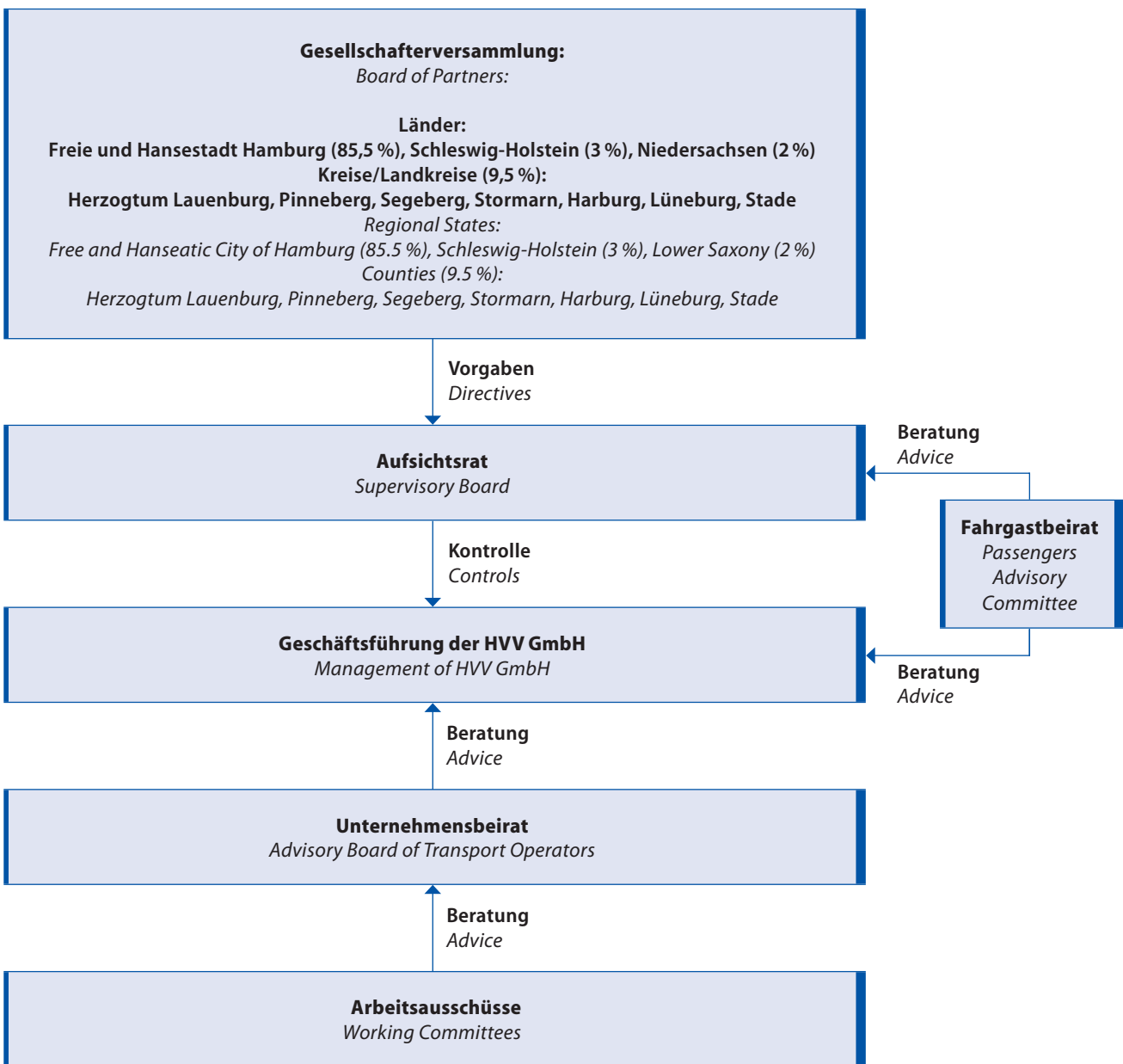
In dieser Aufgabenteilung wird von der politischen Ebene die Aufgabenträger- und Bestellerfunktion für den ÖPNV wahrgenommen. In deren Auftrag übt die HVV GmbH Regie- und Managementfunktionen aus. Die Verkehrsunternehmen sind für die Erstellung der Leistung verantwortlich. Ihre Arbeit wird im Hinblick auf ein integriertes, für die Kundinnen und Kunden leicht zugängliches Angebot vom HVV koordiniert. Das hohe Engagement der Verkehrsunternehmen hat wesentlich zur überdurchschnittlichen Kundenzufriedenheit im HVV beigetragen.

In this distribution of duties the competent authorities on the political level act as PTAs and determine the extent of transport service procurement by tender necessary in their areas. HVV GmbH carries out guidance- and management tasks on their behalf. The transport operators are responsible for provision of the actual service offer. HVV coordinates the work of these service providers to ensure that the overall target is met – an integrated offer which is easily accessible to all customers. High performance and dedication on the part of the operators have contributed greatly to the above-average levels of customer satisfaction recorded in the HVV service area.



Für die Umsetzung des Drei-Ebenen-Modells gründeten die Aufgabenträger, d.h. Länder und Kreise, auf der Basis einer öffentlich-rechtlichen Vereinbarung und des Gesellschaftsvertrages eine gemeinsame Regieorganisation: die HVV GmbH.

In order to effectively implement the Triple-Level Model the PTAs, in this case the regional states and counties, established a joint guidance and management organization based on public-law agreement and an underlying company contract: HVV GmbH.



# Die Organisation des Verbundes

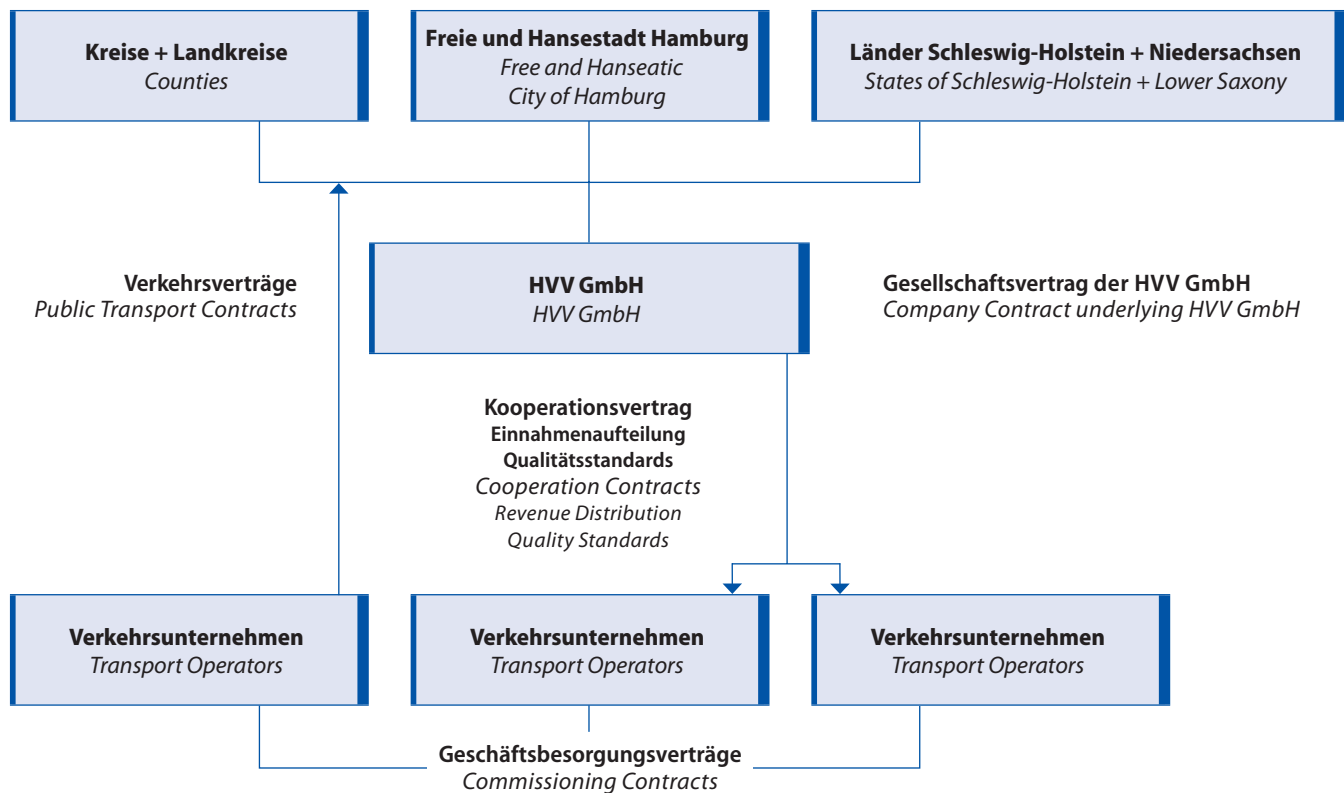
## Organization of HVV

### Öffentlich-rechtliche Vereinbarung

Die Aufgabenträger haben zur Festlegung des Handlungsrahmens sowie zur Finanzierung des ÖPNV eine Vereinbarung geschlossen.

### Public-Law Agreement

The PTAs concluded an agreement determining the scope of competence and regulating public transport financing.





### **Vertragliche Grundlagen**

Damit die Zusammenarbeit einvernehmlich und reibungslos funktioniert, regeln Verträge die Rechte und Pflichten zwischen den Verkehrsunternehmen und dem HVV.

Neben der öffentlich-rechtlichen Vereinbarung und dem Gesellschaftsvertrag sind das:

- der Kooperationsvertrag zwischen dem HVV und den Verkehrsunternehmen
- die Geschäftsbesorgungsverträge zwischen den Verkehrsunternehmen untereinander
- die Verkehrsverträge zwischen Aufgabenträger und Verkehrsunternehmen

Im Kooperationsvertrag, den der HVV mit allen Verkehrsunternehmen geschlossen hat, spielen zwei Bestandteile eine besondere Rolle: das Einnahmenaufteilungsverfahren und die Qualitätsstandards.

### **Zentrale Verkehrsunternehmen – ZVU**

Für die operativen Aufgaben, d.h. den Betrieb von Bahnen, Bussen und Fähren sowie die Betreuung der Kundinnen und Kunden, sind die Verkehrsunternehmen verantwortlich. Um ein einheitliches Auftreten des Verbundes zu gewährleisten, werden folgende unternehmensübergreifende Aufgaben zentral im Namen des HVV von jeweils einem Verkehrsun-

ternehmen – geregelt in Geschäftsbesorgungsverträgen – für alle betreut:

- Umsetzung des Gemeinschaftstarifs
- bargeldloser Zahlungsverkehr
- Teilaufgaben der Werbung
- Fahrplan-, Info- und Tarifdrucksachen
- zentrale HVV-Auskunft
- gesetzliche Ausgleichszahlungen
- Kooperations- und Vertragstarife (Kombi-Tickets, Großkundenabonnement, Abonnement)
- Schulberatung



### **Contractual Framework**

*In order to ensure harmonious, friction-free cooperation, contracts were concluded regulating the rights and obligations of the transport operators and HVV respectively. In addition to the Public-Law Agreement and Company Contract these are:*

- the Cooperation Contract concluded between HVV and the transport operators
- the Commissioning Contracts for the performance of centralized duties concluded between the transport operators themselves
- the Public Transport Contracts concluded between the PTAs and the transport operators.

*As regards the Cooperation Contract, concluded between HVV and the transport operators, two components play a crucial role: the revenue distribution and the agreed quality standards to be met by the transport operators.*

### **Transport operators performing centralized duties**

*The transport companies are responsible for operational tasks, the operation of rail, bus and ferry services together with the corresponding customer service. In order to ensure adherence to the corporate identity and procedures of the association, the following common tasks are performed cen-*

*trally on behalf of HVV, in each case by one operator acting for all as determined in so-called commissioning contracts:*

- Implementation of the integrated fare-system
- Cashless ticket payment
- Specific advertising work
- Printed timetable-, general- or fare system information
- the Central HVV Passenger Information Service
- Statutory compensation payments
- Cooperation- and Contract Ticketing (Combi Tickets, direct-debit Job Tickets, direct-debit Season Ticket)
- Schools Advisory Service





### **Finanzierung**

Die Finanzierung des öffentlichen Nahverkehrs erfolgt je nach Verkehrsunternehmen und Gebietskörperschaft auf unterschiedlichen Wegen: Allen gemeinsam ist die nachfragegerechte Zuordnung der Fahrgeldeinnahmen zu den Verkehrsunternehmen. Daneben bestehen Fahrgeldersatzansprüche auf gesetzlicher Basis wie Zuschüsse zur Schülerbeförderung (Personenbeförderungsgesetz PBefG, § 45a) und für die Freifahrt von Behinderten (Sozialgesetzbuch SGB IX, § 148). Das in der Regel verbleibende Defizit wird unterschiedlich erstattet:

- durch die Eigentümer der Verkehrsunternehmen
- auf der Basis von Verkehrsverträgen
- über Zuwendungen an die Verkehrsunternehmen



### **Financing**

*Depending on the transport operator or local authority in question, financing of local public transport proceeds in various ways: the feature common to all is that fare revenue is allocated to the transport operators in line with actual demand. In addition, statutory financial compensation can be claimed in special cases such as for the subsidized transportation of schoolchildren (as per German Passenger Transport Law (PBefG, § 45a) and to cover free transportation of the disabled (SGB IX, § 148).*

*The deficit generally remaining is reimbursed in various ways:*

- *by the owners of the transport operating companies*
- *on the basis of public transport contracts*
- *by way of subsidies*

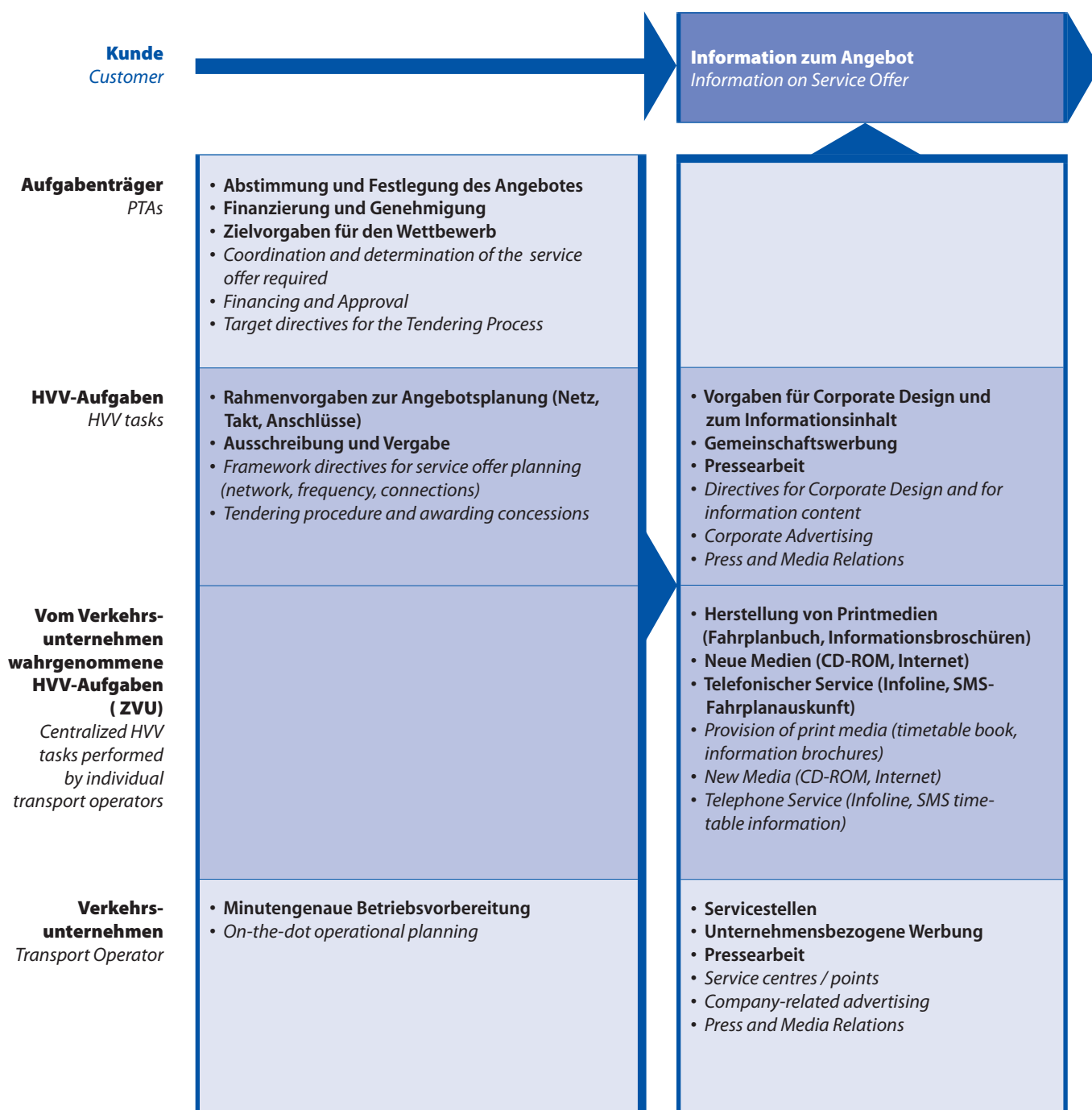


# Ein Blick hinter die Kulissen

## A glance behind the scenes

Wie die Aufgabenteilung zwischen Aufgabenträger, Verkehrsunternehmen und der HVV GmbH in der Praxis funktioniert, ist nachfolgend am Beispiel der Fahrt eines Fahrgastes dargestellt.

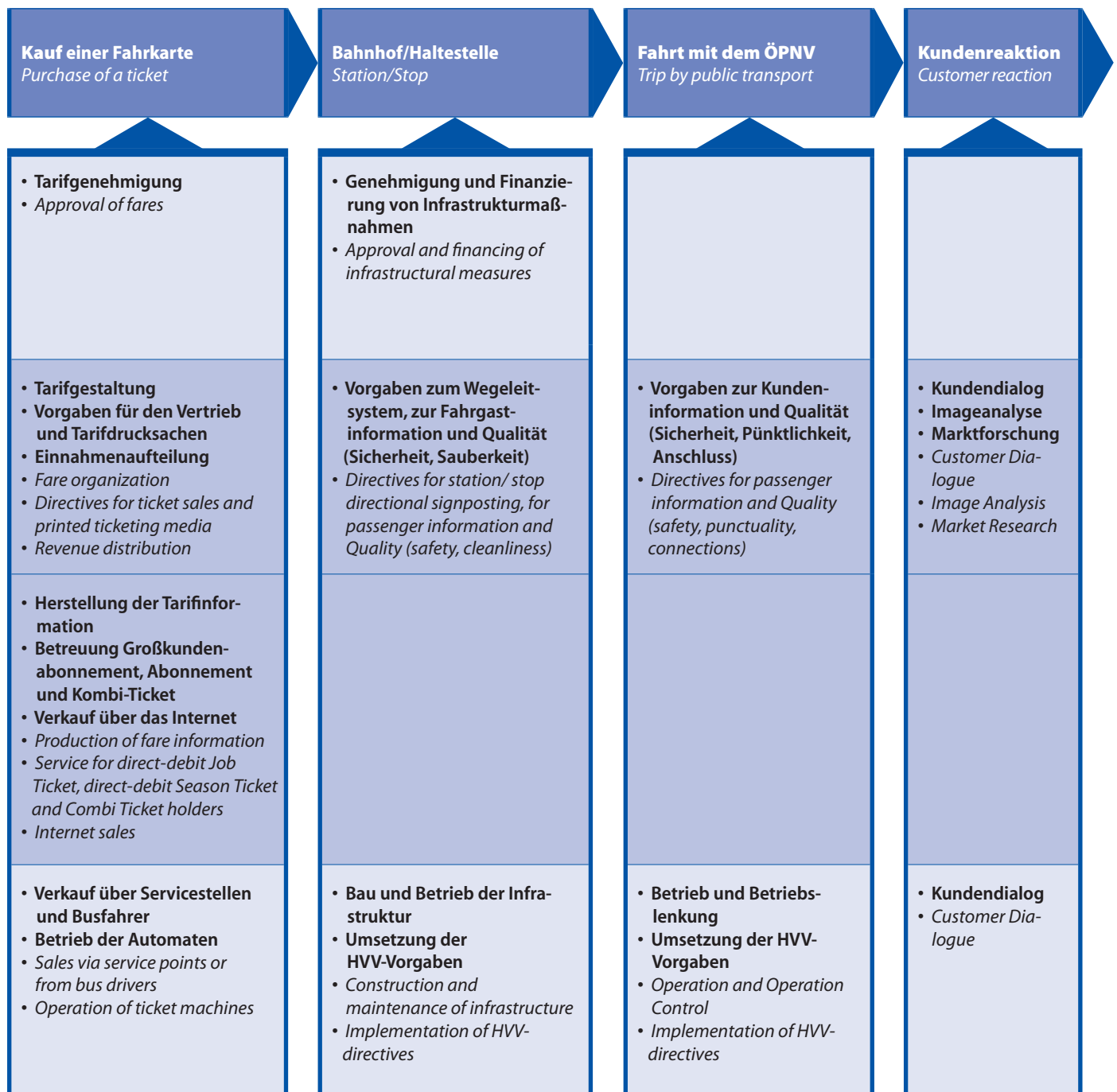
Allow us to use the following example of a trip made by a passenger to show you how the distribution of duties between the PTAs, transport operators and HVV works in practice.





Nähere Erläuterungen zu den Themen sind auf den folgenden Seiten zu finden.

*In the following pages we will provide more details on certain points.*





# Ein Blick hinter die Kulissen

## A glance behind the scenes

### Angebotsplanung

Die Planungsgrundsätze zur Gestaltung der Verkehrsangebote sind im Kooperationsvertrag der HVV GmbH in Form von Richtlinien detailliert festgelegt.

Diese enthalten Vorgaben für die Verkehrsbedienung, z.B. zum Fahrtenangebot sowie zur Anschlussicherung, und sind Bestandteil der Qualitätsstandards im HVV. Anforderungen an die Verkehrserschließung wie Linienführung und Haltestelleneinzugsbereiche sind im Wesentlichen in den Regionalen Nahverkehrsplänen der Kreise festgelegt.

Grundsätze zur Produktgestaltung und zur Angebotsplanung des Schienenverkehrs sind im Landesnahverkehrsplan Schleswig-Holstein der Landesweiten Verkehrsservicegesellschaft mbH (LVS) und im SPNV-Konzept für Niedersachsen der Landesnahverkehrsgesellschaft mbH (LNVG) enthalten.

Für den Schienenpersonennahverkehr (SPNV) im Hamburger Verbundraum gibt es eine enge Abstimmung zwischen der Hamburger Behörde für Stadtentwicklung und Umwelt, der LVS, der LNVG und der HVV GmbH.

### Wettbewerb

Die veränderten Rahmenbedingungen im Hinblick auf die schrittweise Öffnung des ÖPNV-Marktes in Europa stellen Aufgabenträger und die HVV GmbH vor neue Herausforderungen.

Verkehrsausschreibungen der Aufgabenträger werden von der HVV GmbH durchgeführt. Bei der Gestaltung der Vergabeverfahren werden neben den Erfahrungen aus den bisherigen Ausschreibungen auch die Erkenntnisse aus der Kooperation mit anderen Verkehrsverbänden in Deutschland berücksichtigt.



Unverkennbar bei Tag und Nacht: die HVV-Haltestellen.  
*Instantly recognizable by day and night - our HVV bus stops.*

### Service offer planning

The principles to be adopted when planning the service offer are set out in detail in the Cooperation Contract of HVV GmbH and take the form of directives. These include standards on service provision, on the number of trips to be scheduled for example, or on the required reliability of connections. As such, they form a component of our HVV quality standards. Essential requirements affecting the creation of new public transport links such as the routing of services or the extent of catchment areas around bus stops are set out in the regional public transport

plans of the counties. As regards rail services in Schleswig-Holstein and Lower Saxony, the principles affecting product creation and service offer planning are contained in corresponding public transport plans. In Schleswig-Holstein, this was drawn up by LVS, the competent public transport service agency; in the case of Lower Saxony, the regional rail concept was submitted by LNVG, the competent agency in that state. Within the HVV service area, local rail services are subject to close agreement between the Department of Urban Development and the Environment in Hamburg, LVS, LNVG and HVV GmbH.

### Competition and the Tendering Process

Amended framework conditions which have led to a gradual opening of the European public transport market present new challenges for the PTAs and HVV GmbH. Whenever the PTAs decide that services are to be tendered out, HVV GmbH assumes responsibility for the tendering process. In determining the commissioning procedure when awarding concessions we not only take account of our own past experience but also draw on that obtained by the other German public transport associations with whom we cooperate.



### **Darstellung des Angebotes/Werbung:**

Das einheitliche Erscheinungsbild des Verbundes dient der Orientierung der Kundinnen und Kunden und ist ein wesentliches Merkmal des integrierten Verkehrssystems. Ein effektives Informationsmanagement sorgt dafür, dass HVV-Informationen möglichst überall dort verfügbar sind, wo die Informationsbedürfnisse der Kunden entstehen. Neben den traditionellen, gedruckten Medien wie Fahrplanbuch, Tarifinformationen und Broschüren setzt der HVV verstärkt auf die so genannten neuen Medien. Rund um die Uhr besteht die Möglichkeit, sich über das Internet [www.hvv.de](http://www.hvv.de), über die SMS-Auskunft per Handy oder über

die Infoline 040-19 449 zu informieren. Mit unserer Werbung wollen wir den HVV als modernes, sympathisches und serviceorientiertes Verkehrssystem positionieren. Wir möchten den HVV als Mobilitätsalternative ins Blickfeld rücken, das bestehende gute Image weiter verbessern, aber auch vorhandene Kundinnen und Kunden in ihrem Verhalten bestätigen.

### **Übersichtliches Tarifangebot und moderner Vertrieb**

Der HVV hat ein einheitliches Tarifsysteem. Damit wird für die Fahrgäste die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel leicht gemacht. Der HVV-Tarif basiert auf Tarifzo-

nen und -ringen, die räumlich fest abgegrenzt sind und übersichtlich dargestellt werden können. Das breite Fahrkartangebot wird den vielfältigen und individuellen Bedürfnissen der Fahrgäste gerecht. Über das differenzierte Vertriebssystem werden die entsprechenden Produkte den Kunden bedarfsgerecht angeboten: So sind Einzel- und Tageskarten bei jedem Busfahrer bzw. an rund 840 Automaten erhältlich. Stammkunden erhalten ihre besonders günstigen Zeitkarten über ein flächendeckendes Netz von mehr als 70 Service- und 20 Verkaufsstellen, per Bestellung im Internet oder ganz bequem im Abonnement bzw. direkt über ihren Arbeitgeber.

### **Presentation of the service offer / Advertising:**

The corporate identity of the HVV association serves as an orientation aid for our customers and as such has become an essential feature of our integrated public transport system. Effective information management ensures that, as far as possible, HVV information is available wherever and whenever required by our customers. In addition to traditional printed media such as the timetable book, fare information flyers and other brochures HVV is focussing more and more intensively on the so-called new media. It is now possible to reach us round the clock – on the internet at [HYPERLINK „http://www.hvv.de“](http://www.hvv.de), or via our mobile telephone SMS

information service and by ringing our Infoline on 040 - 19 449. In our advertising we intend to position HVV as a modern, friendly and service-oriented public transport system. We would like to create greater public awareness of the alternatives in mobility which we offer, to improve the good image we already enjoy and to assure our regular patrons that they have made the right decision.

### **User-friendly fares and modern ticketing**

HVV has an integrated fare system. This greatly simplifies travel on our public transport services. Our fares are based on a system of fare zones and rings which are clearly defined and demarcated spatially to ensure

crystal clarity for the user. The wide range of tickets on offer takes careful account of the numerous and individual requirements of our customers. Sales proceed via various channels which enable passengers to obtain their respective tickets as, when and where required. Thus single- or day tickets can be purchased from any bus driver or from around 840 ticket vending machines. Regular customers obtain season tickets at especially favourable conditions via an extensive and conveniently-located network of 70 service centres and 20 sales points, or by ordering on the internet. Direct-debit payment is the most convenient, a method also possible at many places of employment when selecting a Job Ticket.





## **Ein Blick hinter die Kulissen**

### *A glance behind the scenes*

#### **Einnahmenaufteilung**

Im HVV fließen sämtliche Einnahmen aus dem Verkauf von Fahrausweisen zusammen. Nur ein kleiner Teil davon kann direkt einem Unternehmen zugeordnet werden. Der Rest wird entsprechend der tatsächlichen Fahrgastnachfrage verteilt. Der Erlös, den ein Verkehrsunternehmen für einen beförderten Fahrgast erhält, hängt von der Reiseweite, der Fahrausweisart und dem genutzten Verkehrsmittel ab.

#### **Qualität**

Um den hochwertigen öffentlichen Personennahverkehr im HVV zu sichern, müssen die im Kooperationsvertrag detailliert beschriebenen Qualitätsstandards von allen Verkehrsunternehmen erfüllt werden. Dabei ist das Spannungsfeld zwischen Einheitlichkeit im Verbund und lokalen Besonderheiten berücksichtigt worden. Wichtige Merkmale wie beispielsweise Pünktlichkeit, Sauberkeit und Sicherheit

werden durch ein Qualitätssteuerungsverfahren permanent geprüft und bewertet. Die Bewertung soll mit finanziellen Anreizen für die Unternehmen verbunden werden, um gute Qualität zusätzlich zu stimulieren. Da das Bemühen um die Zufriedenheit der HVV-Kunden in unserer Arbeit einen hohen Stellenwert einnimmt, erfolgt die Qualitätsbewertung zu einem wesentlichen Teil über regelmäßige Kundenzufriedenheitsbefragungen.



Tippen, wann der Bus kommt: Fahrplan per SMS.  
*The key to your bus departure time - an SMS timetable.*

#### **Revenue distribution**

*All revenue generated from ticket sales is pooled at HVV. Only a small amount of such revenue can be directly allocated to a transport operator. The rest is distributed in accordance with actual passenger demand. The earnings which an operator derives from transporting a passenger depends on the distance travelled, the type of ticket selected and the transport mode used.*

#### **Quality**

*In order to safeguard the high-quality service levels recorded for public transport in the HVV network it is essential that the detailed quality standards set out in the Cooperation Contract are respected by all the operators concerned. Crucial features such as punctuality, cleanliness and security or safety are subject to a quality steering process and are constantly assessed and*

*evaluated. Financial incentives are available to motivate and encourage operators to provide superior quality – above the level in fact required. As customer satisfaction is a top priority in all our work at HVV, quality assessment is largely based on regular customer satisfaction surveys.*



### **Barrierefreie Fahrzeuge und Infrastruktur**

Der Einsatz moderner Fahrzeuge und die barrierefreie Gestaltung der Haltestellen ermöglichen ein bequemes Ein- und Aussteigen auch für mobilitätseingeschränkte Menschen. Unsere Website „Mobilität für alle“ und unsere gleichnamige Broschüre bieten detaillierte Informationen zur Barrierefreiheit von Regional- und Schnellbahnhaltestellen. Mit Hilfe von Plänen, Skizzen und Fotos können sich alle interessierten Kunden beispielsweise über die Zugangssituation von Haltestellen und die Einstiegsbedingungen der Fahrzeuge informieren.

### **Marktforschung/Image**

In unserer Gesellschaft ist das Mobilitätsverhalten der Menschen einem ständigen Wandel unterworfen. Um Verkehrsangebote bedarfsgerecht zu konzipieren und um schnell auf Veränderungen reagieren zu können, führt der HVV permanent Fahrgastbefragungen und -zählungen durch. Wie sich im HVV-Kundenbarometer zeigt, sind unsere Kundinnen und Kunden mit den Leistungen des HVV zufrieden. Die Gesamtbeurteilung hat sich seit der ersten Messung im Jahr 1999 stetig verbessert und liegt deutlich über dem bundesweiten Branchendurchschnitt. Auch die Kennzahlen der Kundenbindung wie Wie-

derwahl und Weiterempfehlungsabsicht weisen eine positive Entwicklung auf. Die Ergebnisse der jährlich durchgeführten Imageanalyse bestätigen das gute Bild des Kundenbarometers.



### **Barrier-free vehicles and infrastructure**

The operation of modern vehicles and a barrier-free layout at stations or stops enable everyone, especially our mobility-impaired passengers, to comfortably board or alight from HVV public transport services. Our website "Mobility for Everyone" and the accompanying brochure of the same name provide detailed information on barrier-free access at regional- and rapid transit rail stations. With the aid of plans, drawings and photos all interested customers can, for example, inform themselves on the prevailing access or boarding conditions at stations and onto vehicles or rolling stock.

### **Market Research/Image**

In our modern society the mobility behaviour patterns of the population are subject to constant change. In order to keep the HVV service offer in accurate line with demand and to swiftly react to change we conduct regular passenger surveys and counts. The HVV Customer Barometer confirms that our passengers are satisfied with the HVV service offer. Ever since the first survey was conducted in 1999 our overall ratings have steadily improved and lie well above the national average for this sector. Statistics on customer loyalty - when customers repeatedly use our services, for example, or decide to

recommend our offer to others - also indicate a positive trend. Results obtained in the Image Analysis we conduct annually further confirm the positive findings of our Customer Barometer.



## Mehr als ein Ziel More than one way

Die hohen Zufriedenheitswerte unserer Kundinnen und Kunden verdeutlichen, dass wir bereits einiges erreicht haben. Dennoch gilt es, das Erreichte ständig weiter zu verbessern und den aktuellen Erfordernissen anzupassen. Dafür planen wir die Einführung eines Qualitätssteuersystems im HVV. Durch Kundenbefragungen, Pünktlichkeits- und Qualitätsmessungen möchten wir unsere Arbeit an den Bedürfnissen unserer Fahrgäste orientieren und das Verkehrsangebot optimieren. Ein Bestandteil des Gesamtkonzeptes ist die geplante Einführung einer Kundengarantie im öffentlichen Nahverkehr.

Freizeitkonsum und -verkehr nehmen an Bedeutung zu und die Anforderungen

unserer Kundschaft an Qualität, eine ausführliche Angebotsinformation und die Erreichbarkeit von wechselnden Zielen werden steigen. Ein wesentlicher Schritt auf diesem Weg war – als Ergänzung zum bestehenden Nachtbusnetz – die Einführung eines durchgehenden Nachtbetriebes auf den wichtigen U- und S-Bahnlinien im Hamburger Stadtgebiet am Wochenende und an Feiertagen. Gerade der zunehmend auftretende Eventverkehr erfordert zukünftig viel Flexibilität und Organisationsgeschick. Die Bevölkerungsentwicklung sowie die Entwicklung der Altersstruktur in der Metropolregion Hamburg werden nach den aktuellen Prognosen positiv verlaufen. Als Ursache dafür ist die Wanderungs-

bewegung aus dem Bundesgebiet und aus dem Ausland zu nennen. Weiterhin wird es aber die Suburbanisierung – den Umzug besonders von jungen Familien ins Hamburger Umland – geben. Dieser Entwicklung ist der HVV mit der Ausweitung des Verkehrsverbundes schon gerecht geworden.

Der zunehmende Anteil älterer Menschen verlangt, dass wir auf die Bedürfnisse nach Barrierefreiheit und Serviceorientierung sowie Sicherheit und Sauberkeit noch konsequenter als bisher eingehen. Die Dezentralisierung von Arbeitsplätzen und Dienstleistungseinrichtungen führt weg von Verkehrswegen, die radial auf die städtischen Zentren ausgerichtet sind. Der HVV hat im ersten Schritt mit seinem



St. Pauli: Sie feiern durch. Wir fahren durch.  
St. Pauli: You party all night. We transport you all night

*The high satisfaction ratings we obtain from our customers serve as proof that much has already been achieved. We nevertheless intend to constantly improve on these achievements and to keep them in line with current requirements. With this in mind we are in the process of planning a quality steering system for the HVV association. By way of interviews, questionnaires and punctuality- or quality surveys we aim to adapt our work to customer demands and thereby optimise our service offer. One component in the overall concept is the planned introduction of a customer charter entitling passengers to certain guarantees when using public transport.*

*As leisure-time consumerism and recreational traffic are gaining in importance, our*



**Metrobus-Konzept und dem Ausbau der tangential verlaufenden Buslinien darauf reagiert. Weitere Überlegungen zu mehr Direktverbindungen stehen an.**

**Unsere Aktivitäten stehen auch unter dem Einfluss der anhaltenden Haushaltsproblematik der öffentlichen Hand. Umso mehr gilt für unsere Arbeit: verantwortungsvoller Umgang mit öffentlichen Mitteln durch ein effizient geplantes und gut auf die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden ausgerichtetes Verkehrsangebot!**



**Hafencity: in jedem Hafen `ne Haltestelle...**  
*The Hafencity waterfront: A bus stop wherever your sails take you.*



*customers will impose increasing demands on HVV quality standards and require more detailed service information, especially as regards accessibility by public transport to a wide range of differing destinations. A major step forward in this direction was the launch of uninterrupted services throughout the night on the important metro (U-Bahn) and rapid transit rail (S-Bahn) lines within Hamburg at weekends and on public holidays. This complements the night bus network already established. Another trend which will require even greater flexibility and organizational skill are services to and from an increasing number of important events.*

*According to the latest forecasts, demographic development in the Hamburg Metropolitan Region will progress positively.*

*A main reason for this trend lies in migration from the rest of Germany and abroad. Suburbanization – the departure especially of young families from Hamburg into the surrounding region – will nevertheless continue. Expansion of our service area is proof that HVV has already taken account of this development.*

*The increasing percentage of elderly residents requires that we will have to pay even more consequent attention to their demands on barrier-free travel and service optimisation. Factors such as security, safety and cleanliness will also gain in significance.*

*The decentralization of workplaces and facilities in the service sector means that these are no longer located near or along the radial transport routes into the city or district centres. With this in mind HVV reacted by*

*implementing the Metrobus concept and by increasing the number of bus services on tangential routes. We are currently looking into further ways of providing direct connections.*

*Our activities are obviously influenced by continuing budgetary restraints on public funding. The maxim behind all our work therefore remains more relevant than ever: Conscientious use of public funds by way of an efficiently-planned service offer well adapted to the requirements of our customers!*



## ***Impressum***

**Herausgeber/Issued by:**

**Hamburger Verkehrsverbund GmbH (HVV)**

**Steinstraße 7, 20095 Hamburg**

**Telefon: (040) 32 57 75 - 0**

**Telefax: (040) 32 57 75 - 20**

**E-Mail: [hvv.gmbh@hvv.de](mailto:hvv.gmbh@hvv.de)**

**Redaktion/Editorial:**

**HVV GmbH**

**Fotos/Fotos:**

**HVV GmbH, Henning Kramer,**

**Sabine Möller, Frank Scymanska**

**Gestaltung/Artwork:**

**Zum goldenen Hirschen, Hamburg**

**Druck/Print:**

**Leinebergland Druck GmbH & Co. KG**

**Stand/Pos. on:**

**Oktober 2005**