

ÖPNV-Tarif Nürnberg: Vorstellung des Vorzugsszenarios

Vorstellung bei Stadtratsfraktionen und Interessensgruppen

PROBST & CONSORTEN
MARKETING-BERATUNG

Altleutowitz 11
01157 Dresden

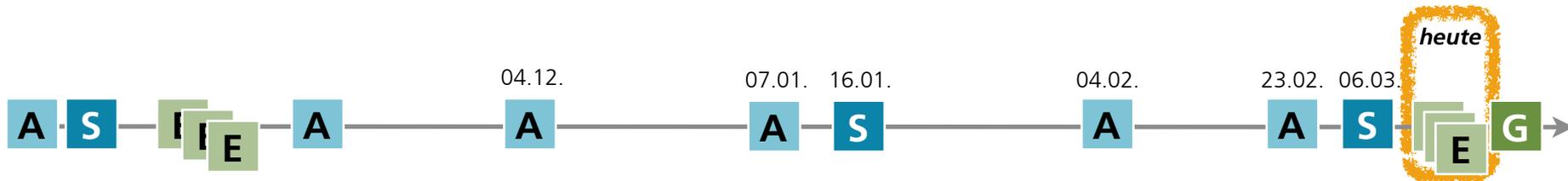
Telefon +49 351 42440-0
Telefax +49 351 42440-15
info@probst-consorten.de
www.probst-consorten.de



Nürnberg, 9. März 2015
Gerd Probst, Christoph Stadter

1 Zeitplan: aktueller Stand

Heute stellen wir Ihnen das Vorzugsszenario der Arbeitsgruppe vor und wollen festlegen, womit wir ab 9. März in die Fraktionen gehen.



S Steuerungsgruppe **G** Gremien (Beirat, Ausschuss, Stadtrat etc.) **A** Arbeitsgruppe **E** Entscheidungsgespräche

1 Ausgangssituation



1 Anlass des Projekts

Anlass des Projekts war die Vermeidung der „Gießkannenerhöhung“ von 5,5% zuzüglich der „Eh-da“-Erhöhung von ca. 3% („Atzelsberg“).

... möglichst moderaten Fahrpreisen auf der einen Seite
eshalb im Spannungsverhältnis mit einer wirtschaftlichen Unternehmensführung der VAG
owie dem Stadthaushalt auf der anderen Seite. Um beiden Ansinnen Rechnung zu tragen
st in einem „Tarifprojekt“ zu prüfen, ob durch eine veränderte Tarifstruktur ergebnisneutral
Verbesserungen für die Kunden erreicht werden können (z.B. durch bessere Auslastungen in
an Nebenverkehrszeiten, deutliche Steigerung der Verkaufszahlen im Zeittarif).

Die Fraktionen sind sich darüber im Klaren, dass die Einführung von zusätzlichen
Vergünstigungen oder die Schaffung von zusätzlichen Angeboten die zweite Stufe im
Stadttarif unumgänglich machen wird und dass zukünftig weitere Tarifsteigerungen nicht zu
vermeiden sein werden.

Stadtverwaltung, VAG und VGN setzen ggf. mit externen Experten

folgende Elemente untersuchen soll:

- Deutliche Rabattierung der Jahreskarte
- Tarifvereinfachung im Bartarif
- Schülerticket
- Semesterticket
- zusätzlicher Nightlinertag

- ▶ Das vorliegende Szenario ist als **Alternative zu einer weiteren pauschalen, deutlichen Preisanhebung** entwickelt worden.
- ▶ Im Gegensatz zu dieser „2. Stufe Stadttarif“ soll dieses alternative Szenario sowohl die **wirtschaftlichen Ziele erreichen** als auch **mehr Nutzer für den ÖPNV in Nürnberg begeistern**.
- ▶ Wenn zu diesem Szenario keine Einigung entsteht, muss die VAG die **Preise pauschal erhöhen**.

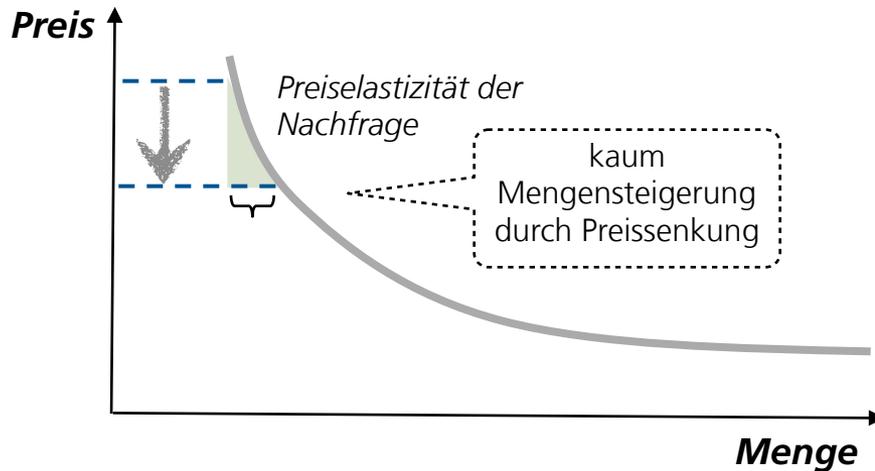
Quelle: gemeinsamer Antrag SPD & CSU-Fraktionen vom 25. Juni 2014

1 Wie wirken Preise? Grundlage der Preiselastizität

Das „Wiener Modell“ funktioniert ökonomisch nur, wenn der günstigere Preis deutliche Nachfragezuwächse generiert.

Unelastische Nachfrage:

Markt reagiert kaum auf Preisänderung

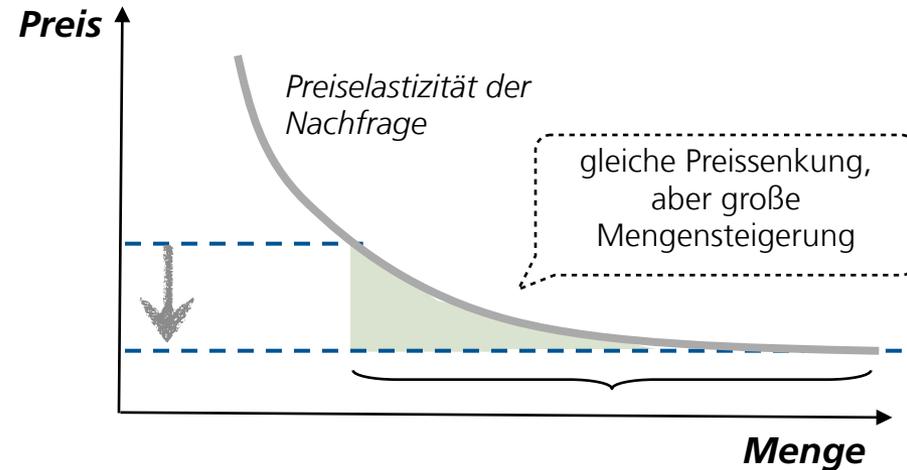


Preissenkung würde weitgehend zu Kannibalisierung führen

z.B.
Geschäftsreisen zu
Messeterminen

Elastische Nachfrage:

Markt reagiert auf Preisänderung



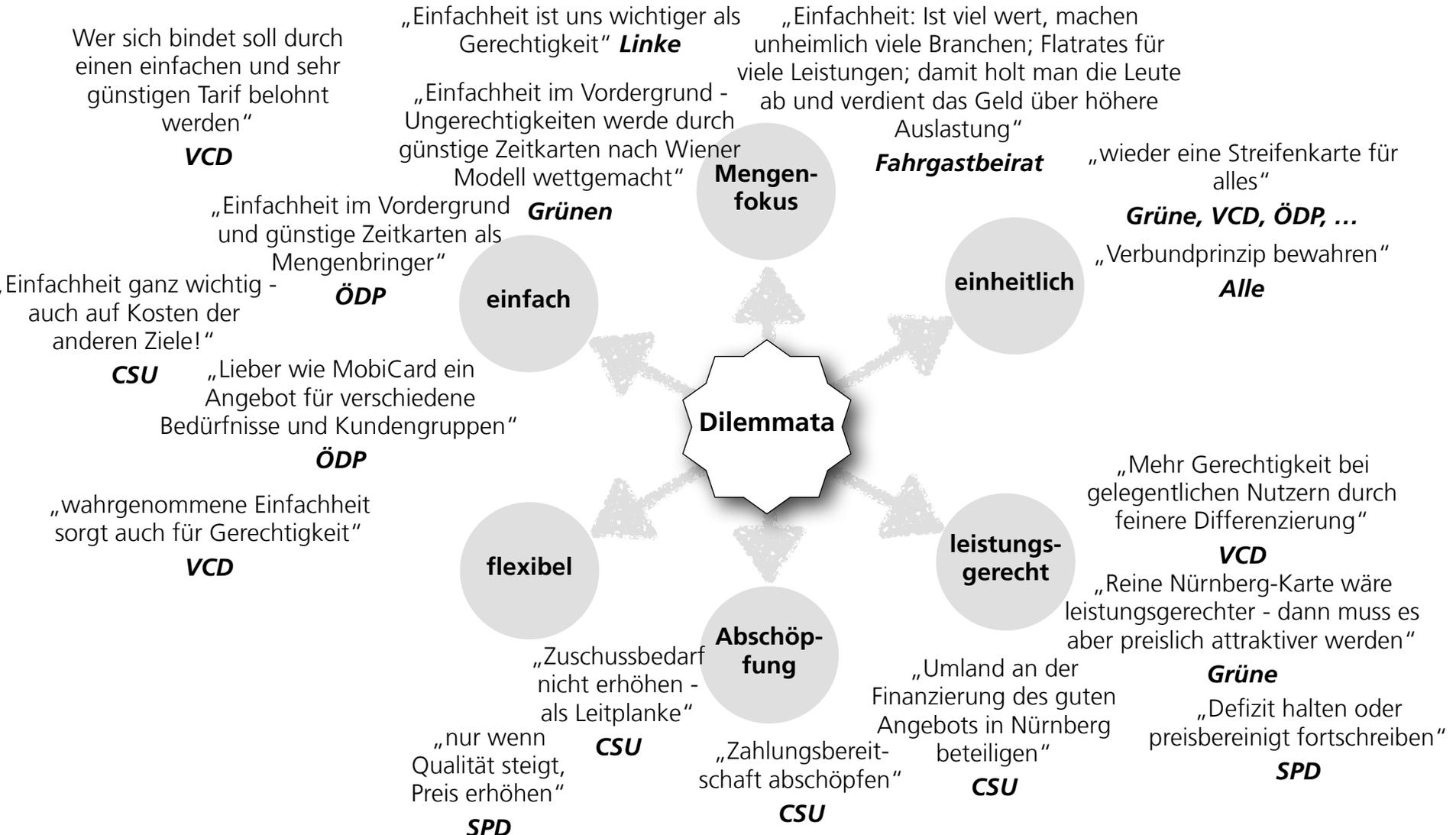
Deutlicher Mengeneffekt gleicht den Kannibalisierung mehr als aus

z.B. Billigflieger
„Schuhe kaufen in
Mailand“

Prüfrage:
Welcher Markt
folgt welchem
Muster?

1 Frühzeitiger Einbezug der Fraktionen: Einschätzung der Tarif-Dilemmata

Ergebnis der Zieldiskussion: Klarer Fokus auf Transparenz und Einfachheit – auch wenn dies weniger Leistungsgerechtigkeit bedeutet!



2 Marktanalyse und Rahmenbedingungen



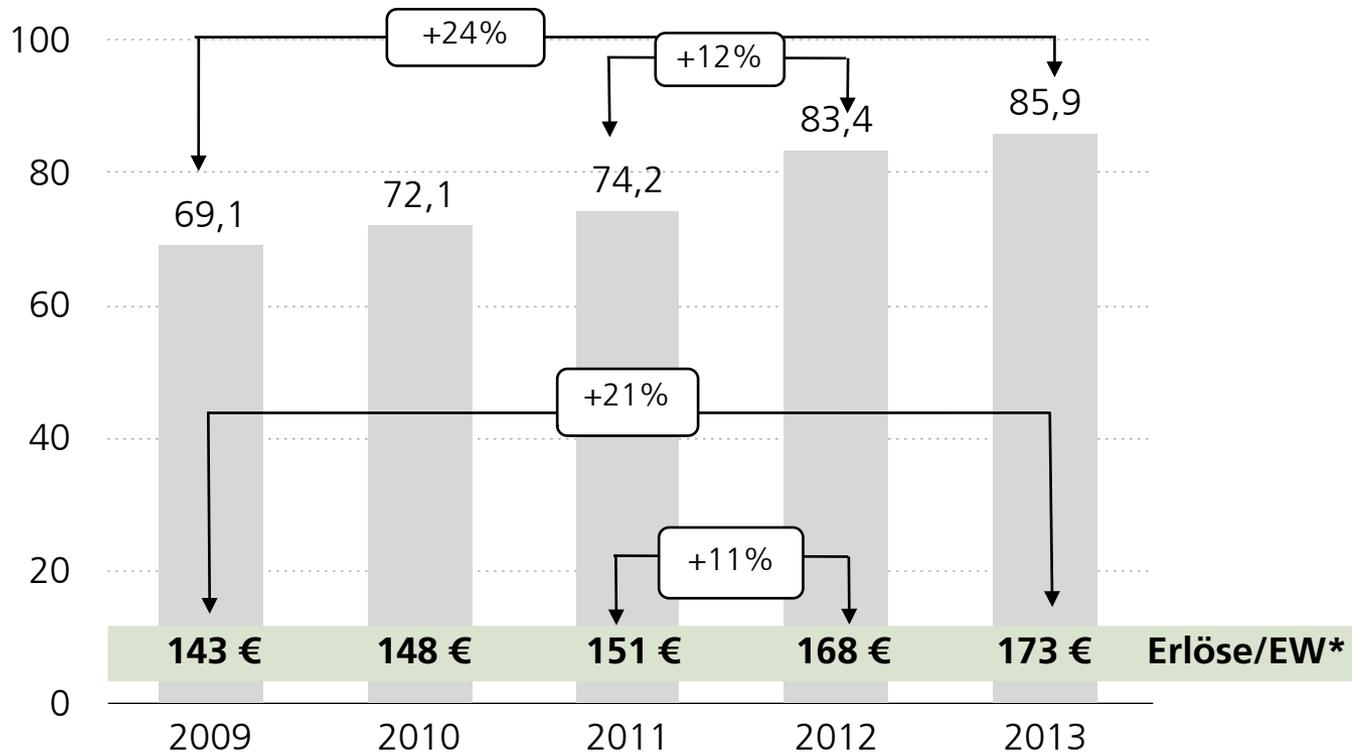
2 Erlösentwicklung VAG

Die Marktausschöpfung konnte gesteigert werden – auch pro Einwohner verdient die VAG nun deutlich mehr Geld.

Verkaufserlöse der VAG 2009-2013 in den Preisstufen 2, A und K

(alle Ticketprodukte in Mio. Euro*; inkl. 10er-Streifenkarten abzgl. der Restumsätze 2013 = höhere Preisstufen)

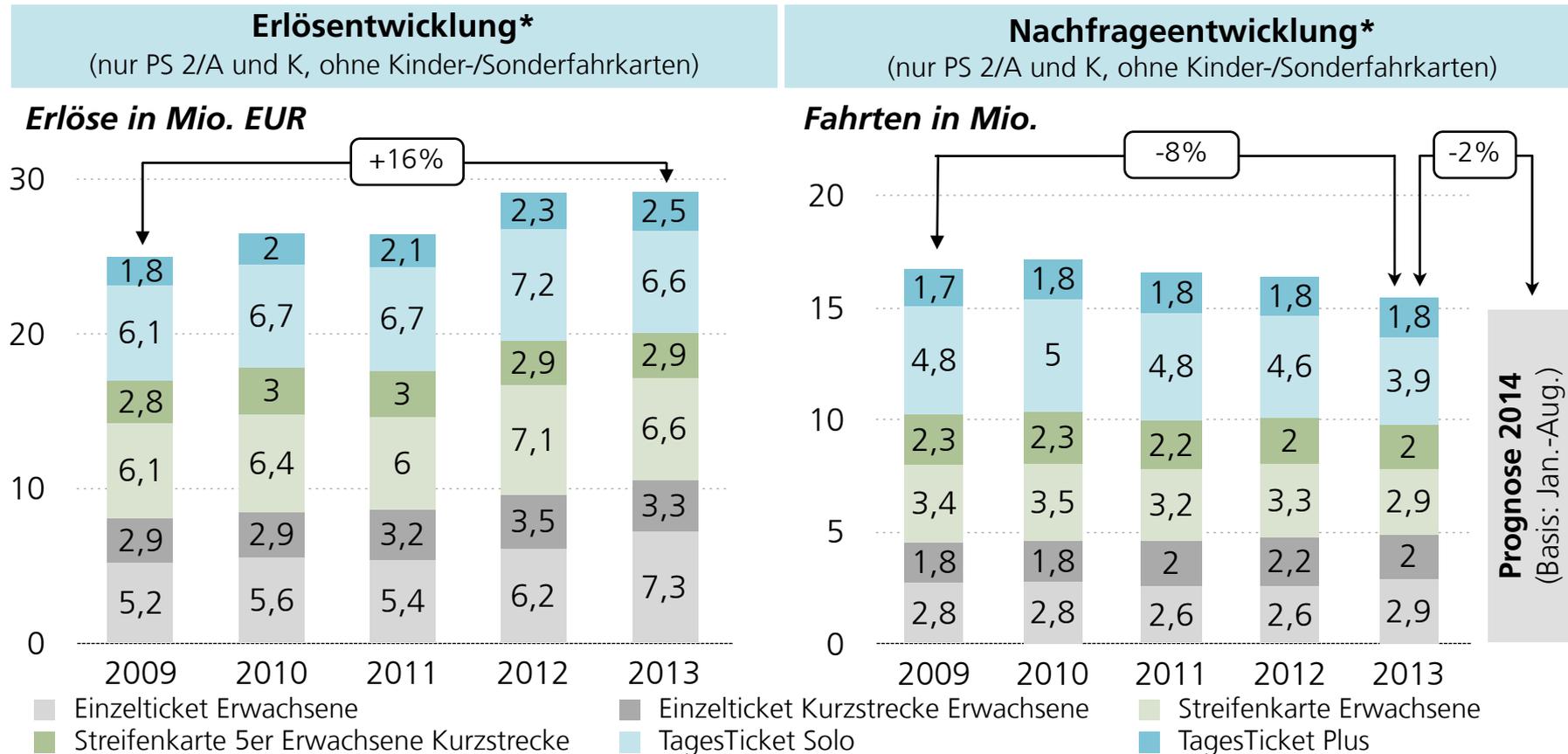
Erlöse in Mio. EUR



Quelle: **PROBST & CONSORTEN** MARKETING-BERATUNG, Vertriebsdaten VAG, 2009-2013, Stand: 11/2014, Bevölkerungszahlen www.regionalstatistik.de sowie www.nuernberg.de; * Die Erlöse pro Einwohner sind um die um die Einwohnerentwicklung bereinigt.

2 Erlös- und Nachfrageentwicklung – Gelegenheitstarife

Auch wenn die Erlöse angestiegen sind: Die Nachfrage hat sich insb. im TagesTicket- sowie Streifenkartensegment deutlich verringert.



Quelle: **PROBST & CONSORTEN** MARKETING-BERATUNG, Vertriebsdaten VAG, Vertriebsstandort Nürnberg, 01/2009-08/2014, Stand: 11/2014. Konstante Annahme der Fahrtenzahl bei Tageskarten (drei Fahrten) verstärkt den Fahrgastrückgang – durch die Änderung der Nutzenschwellen 2013 wird der echte Rückgang leicht geringer gewesen sein, aber immer noch deutlich ausgefallen sein.

* bereinigt um die Einwohnerentwicklung

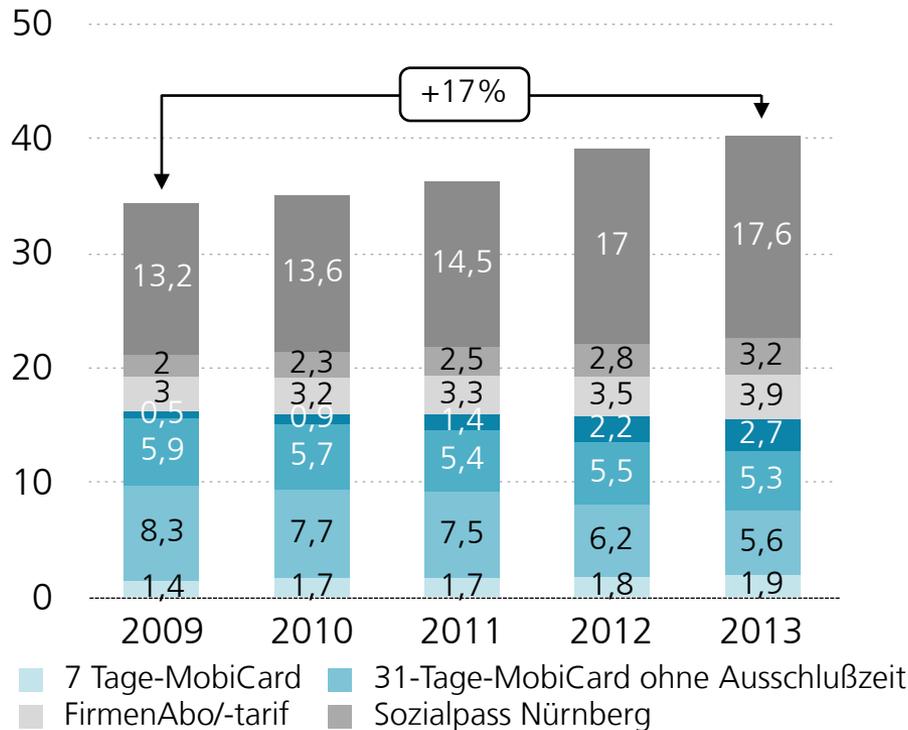
2 Erlös- und Nachfrageentwicklung – Zeitkarten

Die Zeitkartennachfrage ist insgesamt stabil, wobei eine Verschiebung von der Mobicard hin zu den Abos zu beobachten ist.

Erlösentwicklung*

(nur PS 2/A, ohne Schüler/Azubis/Studenten)

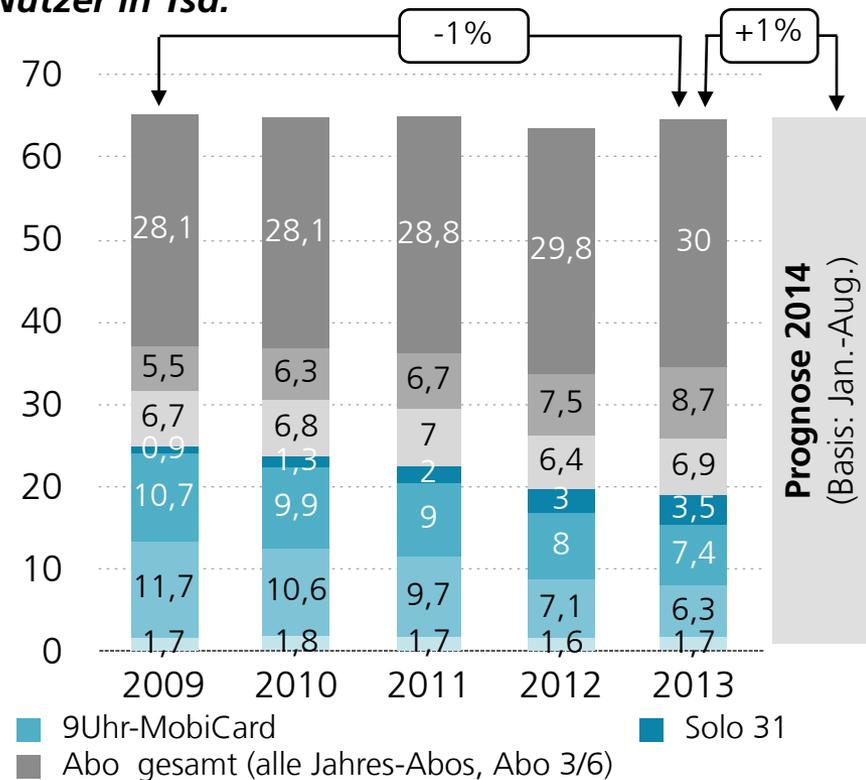
Erlöse in Mio. EUR



Nachfrageentwicklung*

(nur PS 2/A, ohne Schüler/Azubis/Studenten)

Nutzer in Tsd.



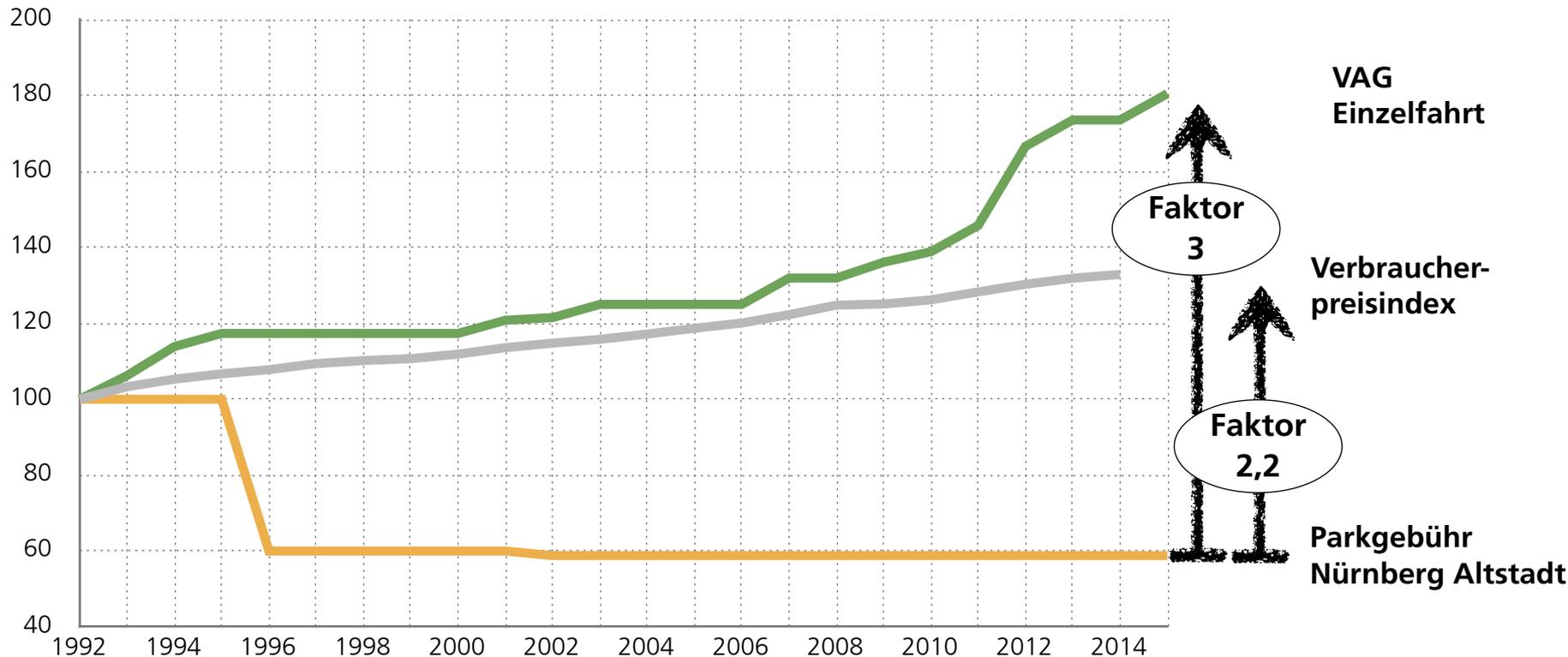
Quelle: **PROBST & CONSORTEN** MARKETING-BERATUNG, Vertriebsdaten VAG, 01/2009-08/2014, Vertriebsstandort Nürnberg, Stand: 11/2014, *bereinigt um die Einwohnerentwicklung

2 Entwicklung der Parkgebühren und des VGN-Tarifs

Seit 1992 sind die VAG-Einzeltickets um 81% teurer geworden, das Parken auf städtischen Stellplätzen dagegen 41% billiger.

Entwicklung der Parkpreise 1992–2015 (indexiert auf 1992)

Preisindex (Basisjahr 1992)

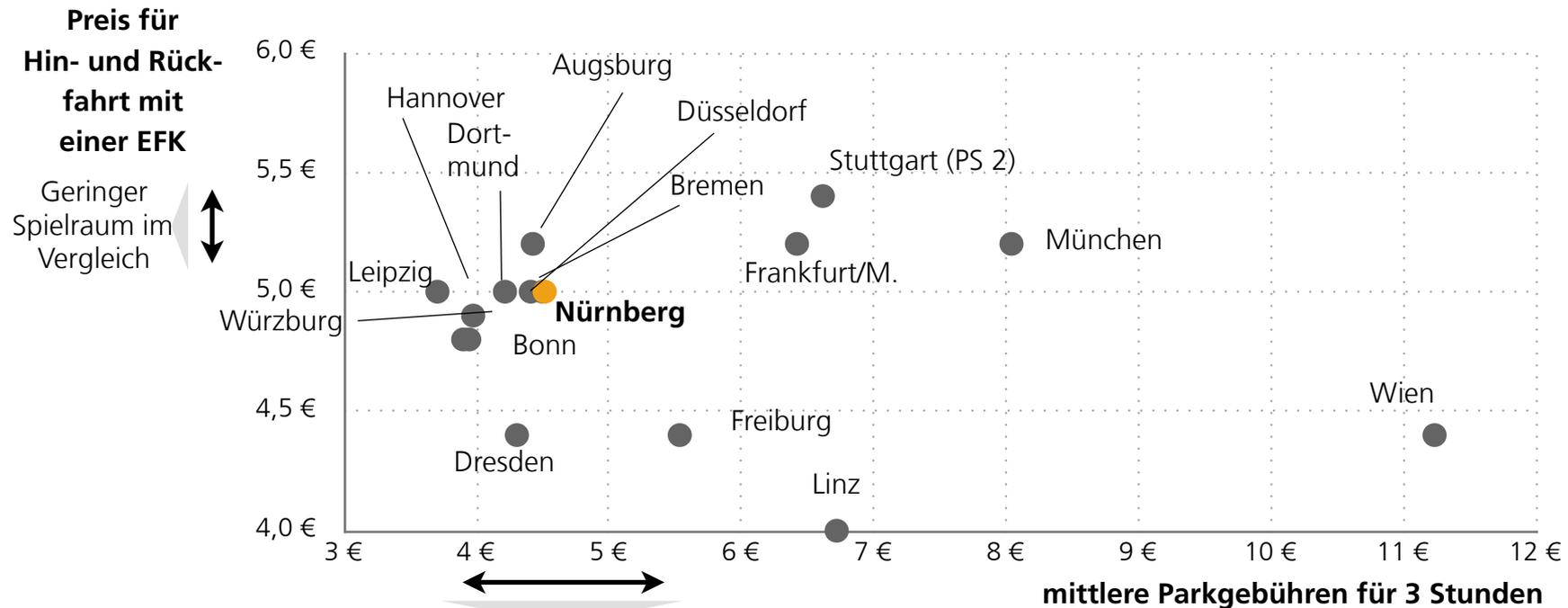


Quelle: Statistisches Bundesamt Wiesbaden, 12.12.2014; VAG Nürnberg; Verkehrsplanungsamt Nürnberg

2 Vergleich Kurzparkgebühren vs. Shoppingtour mit Einzeltickets

Auch im Vergleich mit anderen Städten gilt: die Nürnberger Parkgebühren liegen im unteren Mittelfeld!

Kurzparkgebührenvergleich Innenstadt aller Parkgelegenheiten (mit Anzahl Stellplätze gewichteter Mittelwert der Innenstadtparkplätze)



Spielraum bei der Parkgebühren:
Verbessert die Wettbewerbsposition des ÖPNV

Quelle: Recherche **PROBST & CONSORTEN** MARKETING-BERATUNG; Einbezug aller bei parkopedia.de genannten Innenstadt-Parkmöglichkeiten; Stand 1. Dezember 2014. Nur ein Teil der Parkplätze liegt jeweils in kommunaler Verantwortung; keine Berücksichtigung der Anwohnerparkregelung.

2 Fallstudie: Verdoppelung der Parkgebühren in Linz

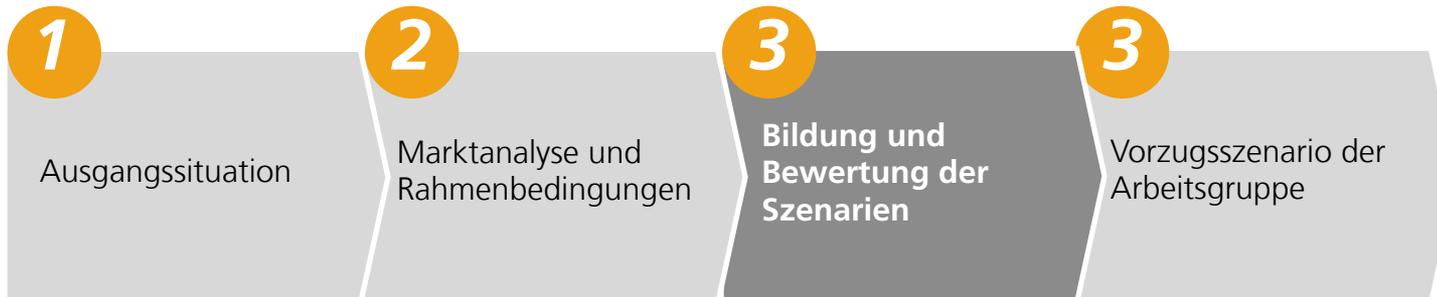
Die Stadt Linz hat zur Euroeinführung 2002 die Parkgebühren auf 50ct/30min gesenkt und erstmalig in 2014 angepasst und verdoppelt.

Die Verdoppelung der Parkgebühren im vergangenen Jahr hat sich auf die Passantenfrequenz in der Linzer Landstraße offenbar nicht negativ ausgewirkt. Bei der jährlichen Messung im vergangenen Oktober konnten sowohl der Bereich um die Mozartkreuzung als auch der vor der Passage die Zahlen von 2012 bestätigen.

- ▶ **Linzer Innenstadt gut vergleichbar mit Nürnberg:** attraktiver Einzelhandel, urbane Innenstadt, überregionales Shoppingziel
- ▶ **Verdoppelung der Parkgebühren** fürs Parken an der Oberfläche (nur städtische Parkplätze): mind. 1,- € / 30 min bzw. 2,- € / h
- ▶ Tiefgaragen haben erst vom Umstieg profitiert und dann langsam die eigenen Tarife angepasst (indirekter Effekt, da wenig Einfluss der Stadt)
- ▶ Wirkung der Erhöhung der Parkgebühren:
 - ▶ **Verlagerung auf ÖV:** gemessene Erlössteigerung Linz Linien: **bis zu 5%**
 - ▶ **Steigerung Erlöse Parkgebühren:** Verdoppelung führte zu einem Anstieg der Erlöse von 4,1 Mio auf 6,5 Mio € p.a. – d.h. fast **60% Steigerung**
- ▶ Wirkungen Einzelhandel:
 - ▶ Keine messbare Wirkung auf Nachfrage

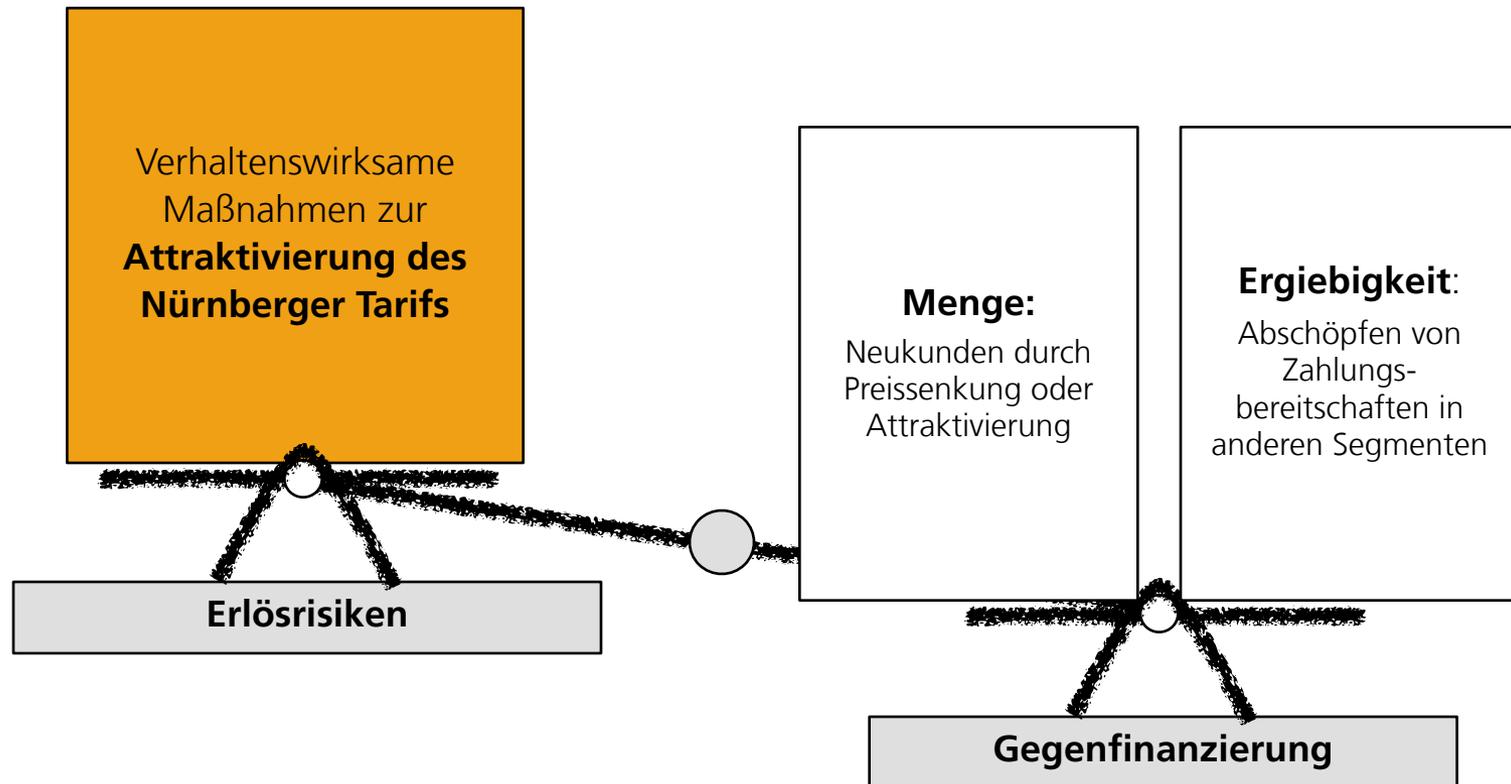
Quelle: **PROBST & CONSORTEN** MARKETING-BERATUNG auf Basis von <http://www.nachrichten.at/oberoesterreich/linz/Parkgebuehren-Nach-Verdoppelung-fehlen-zwei-Millionen-Euro-im-Budget;art66,1230553>; <http://www.nachrichten.at/oberoesterreich/linz/Landstrasse-haelt-Besucherfrequenz-auf-hohem-Niveau;art66,1403349> und Auskunft Herr Dietrich/Linz Linien am 3. Februar 2015

3 Bildung und Bewertung der Szenarien



3 Vorgehen bei der Modellierung

Für jede tarifliche Attraktivierung haben wir eine wirtschaftlich sinnvolle Gegenfinanzierung über Menge und/oder Ergiebigkeit gesucht.



3 Umsetzbarkeit und Rahmenbedingungen

Nach einem Votum des Stadtrats geht es erst richtig los: die Gremien des VGNs müssen überzeugt werden!



- ▶ **Preisstand:**
Zur besseren Vergleichbarkeit sind die folgende Preise immer Stand 2015 - um die Preise in 2016 oder 2017 zu benennen, ist immer eine Anpassung an die „normale“ Preisentwicklung erforderlich (Stichwort: „Atzelsberger Beschlüsse“). Durch Unteilbarkeit wie den 10 ct-Steigerungen verteilen sich diese unterschiedlich auf die einzelnen Tarife.
- ▶ **VGN-Abstimmungserfordernisse:** Tarife in Preisstufe A müssen einstimmig in den Gremien des VGN abgestimmt werden.
- ▶ **VGN-Kompatibilität:**
Änderungen der Sortimentslogik in der Preisstufe A wecken ggf. Begehrlichkeiten bei den anderen Städten mit einer Stadtpreisstufe.
- ▶ **Anfallende Mindereinnahmen** anderer Verkehrsunternehmen sind eventuell auszugleichen.

3 Voraussetzungen der Szenarien

In den nachfolgend berechneten und aus unserer Sicht sinnvollen Szenarien gehen wir von der Erhöhung der Parkgebühren aus.

▶ **Parkgebührenanhebung:**

Anhebung der überdurchschnittlich günstigen städtischen Parkgebühren - dies ermöglicht neben direkten Einnahmensteigerungen spürbare Mengenzuwächse insb. bei gelegentlichen Nutzern.

▶ **Kaufmännisch vorsichtige Berechnungen:**

Um keine unnötigen Risiken einzugehen, sind die Mengenwirkung eher vorsichtig angenommen (siehe Elastizitätsbetrachtung), d.h. zahlreiche Chancen durch deutlichere Mengeneffekte per aktiver Vermarktung sind nicht einkalkuliert worden.

▶ **Ökonomische Randbedingungen:**

Zielsetzung der Szenarien ist, dass sie jeweils mindestens ergebnisneutral (inkl. "Atzelsberg") sind oder sogar die im Wirtschaftsplan 2014 der VAG genannten 4 Mio. Euro zusätzlich einspielen sollten. Kosteneffekte wurden nicht berücksichtigt

▶ **Kombinierte Wirkung:**

In den Szenarien werden verschiedene Ansätze zusammengefasst, deren Wirkung sich nur in wenigen Fällen direkt addieren lassen.

▶ **Offensive Vermarktung und deutliche Verbesserung der vertrieblich-tariflichen Benutzeroberfläche erforderlich:**

Damit sich das Mengenwachstum schneller entfaltet und nicht nur Kannibalismuseffekte eintreten, ist eine aktivere Vermarktung an allen Kontaktpunkten erforderlich.

3 Parkpreisanpassung Nürnberg: Auswirkungen Tarifprojekt

In Nürnberg gibt es gute Gründe, durch eine marktgerechte Justierung der Parkgebühren mehr Umsteiger für die VAG zu gewinnen.



3 Übersicht der Einzelmaßnahmen

Die identifizierten Attraktivierungsansätze wurden in vier Handlungsfelder aufgeteilt und jeweils analytisch untermauert.

Handlungsfelder			
A	B	C	D
Preishöhe	Räumliche Differenzierung	Differenzierung nach Zielgruppen	Sortimentslogik
Ansätze:	Ansätze:	Ansätze:	Ansätze:
A1 „Abo für alle“: JahresAbo als günstiges Fokusprodukt, Bartarif verteuern	B1 Teilung Nürnbergs in zwei Abo-Preisstufen: 1-Zonen-Abo zum Signalpreis	C „Ingolstädter Modell“: Städt. Zuschuss für Sek I-Schüler 1.1 1.2 auch Sek II-Vollzeitschüler	D1 Tageskarte als Touristenprodukt mit Nutzenschwelle > 2,5
A2 Preisgünstiges 9-Uhr-Abo als Fokusprodukt	B2 Trennung von Nürnberg/Fürth: Verteuerung der Langstrecken	C2 <i>Pauschales günstiges Schülerticket mit Elternbeteiligung</i>	D2 Fahrerzuschlag: Serviceaufpreis beim VAG-Busfahrer
A3 Preisaggressive Kurzstrecke mit einfacherer Gültigkeitsregelung	B3 Ein-/ausbrechende Verkehre: Nürnberg immer als eine 2-Zonen-Einheit zählen	C3 <i>Freizeitticket für Jugendliche</i>	D3 Kundenbindung im Bartarif über Mehrfahrtenkarte mit höherer Stückelung
A4 TagesTicket Solo als Fokusprodukt für alle: Nutzenschwelle ≤ 2	B4 Ein-/ausbrechende Verkehre: Schattenzone um Nürnberg herum	C4 Partnerabo als haushaltsbezogener Familien-Baukasten	D4 Wiedereinführung der 10er-Streifenkarte in Nürnberg
A5 Spürbare Erhöhung des Mehrfahrten-Rabatts auf anfassbare Größe	B5 Ein-/ausbrechende Verkehre: Finanzierungsaufschlag für Stadtverkehre (Städte-Ring)	C5 <i>Einführung eines günstigen Seniorentickets, Abschaffung des 9-Uhr-Abo</i>	D5 „MobiCard-Familie“: Abstimmung Zusatznutzen über alle Zeitkarten
A6 Mindestbestellmenge: Pilotierung attraktiver Tickets ohne Erlörisiko		C6 Höherer FirmenAbo-Rabatt durch höhere Arbeitgeberzuschüsse	D6 Vereinfachung der Abos: Streichung Abo3/Abo6
		C7 <i>Nutznießfinanzierung: Abgabe für Bürger/Firmen</i>	

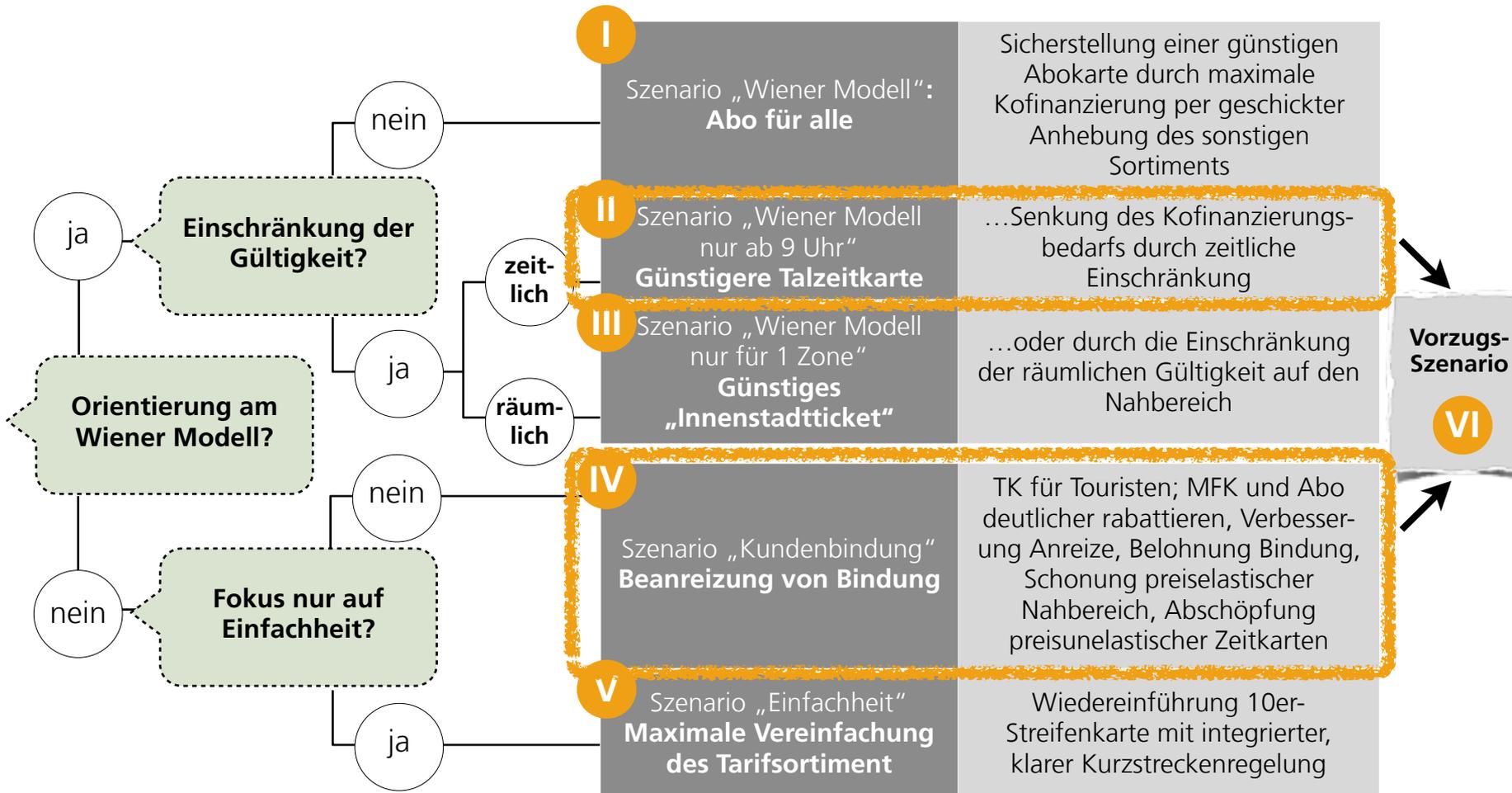
3 Beispiel Einzelmaßnahme: Rabattiertes JahresAbo

Das „Abo für alle“ erreicht das höchste Verlustrisiko aller Ansätze – ein 365-€-Ticket bleibt ein deutliches Draufzahlgeschäft.

Ansatz		„Abo für alle“: JahresAbo als günstiges Fokusprodukt, Bartarif verteuern				A1		
Details / Umsetzungsbandbreite		<ul style="list-style-type: none"> Das JahresAbo erreicht Preisregionen von 30 bis 50 € mtl. mit Signalpreis (pro Jahr: 360–600 €) Das 9-Uhr-Abo wird abgeschafft, sofern JahresAbo günstiger: Für alle Jedermann-Zielgruppen gilt derselbe Preis. Das FirmenAbo PS A sinkt äquivalent nach dem bestehenden Rabattsystem. Bartarife steigen deutlich an, Solo31/MobiCards (auch 9-Uhr) jedoch nur 1/3 so stark wie Gelegenheitsnutzertickets (MobiCard bis 86,60 €), da Anstieg durch nächste Preisstufe 2+T begrenzt Überwanderung aus dem Schülerticketmarkt muss durch Ingolstädter Modell o.ä. ausgeschlossen werden. Aus dem Sozialticket-Bereich (heute: 30 € mtl.) könnten Forderungen nach weiteren Preissenkungen kommen. 						
Vereinfachung/Transparenz	++	<ul style="list-style-type: none"> Zielgruppenangebote (9-Uhr-Abo, Abo3/6) werden überflüssig durch preisgünstiges Jahresticket für alle Hohe Einfachheit der Ticketnutzung für viel mehr Nürnberger als vormals 						
Kompatibilität zu heutigen Nutzungsgewohnheiten	+	<ul style="list-style-type: none"> Ungewöhnung von Streifenkarten bzw. MobiCard hin zum JahresAbo Vor allem preisliche Anreize, keine Abschaffung von Produkten 	VGN-Kompatibilität	-	<ul style="list-style-type: none"> Preisregion 30-45€ wird auch in anderen VGN-Stadtтарifen genutzt Kannibalisierung im Fürther Binnenverkehr PS B (heute 45,20 €) Bartarif bleibt unterhalb PS 3 			
Technologische Anforderungen	++	keine gegenüber heute	Zeitliche Umsetzungsdauer	o	<ul style="list-style-type: none"> keine technischen Hemmnisse Je länger gewartet wird, desto „teurer“ wird ein Signalpreis aus Sicht der VAG 			
Erlöswirkung zu Preisen 2016 (inkl. Kannibalisierung)	Abo	Einzelfahrt	MobiCard	Erlöse	Nachfragewirkung (Kundengewinnung)	Menge Bar	Menge Zeit	Gesamt
	30,00 €	2,60 €	82,40 €	- 20 Mio. €		- 26,5 %	+ 13,5 %	+ 4,4 %
	30,00 €	3,00 €	86,60 €	- 19,3 Mio. €		- 33,1 %	+ 16,1 %	+ 4,8 %
	40,00 €	3,00 €	86,60 €	- 8,7 Mio. €		- 23 %	+ 11,9 %	+ 4 %
	50,00 €	3,00 €	86,60 €	- 0,9 Mio. €		- 12,9 %	+ 6,9 %	+ 2,4 %

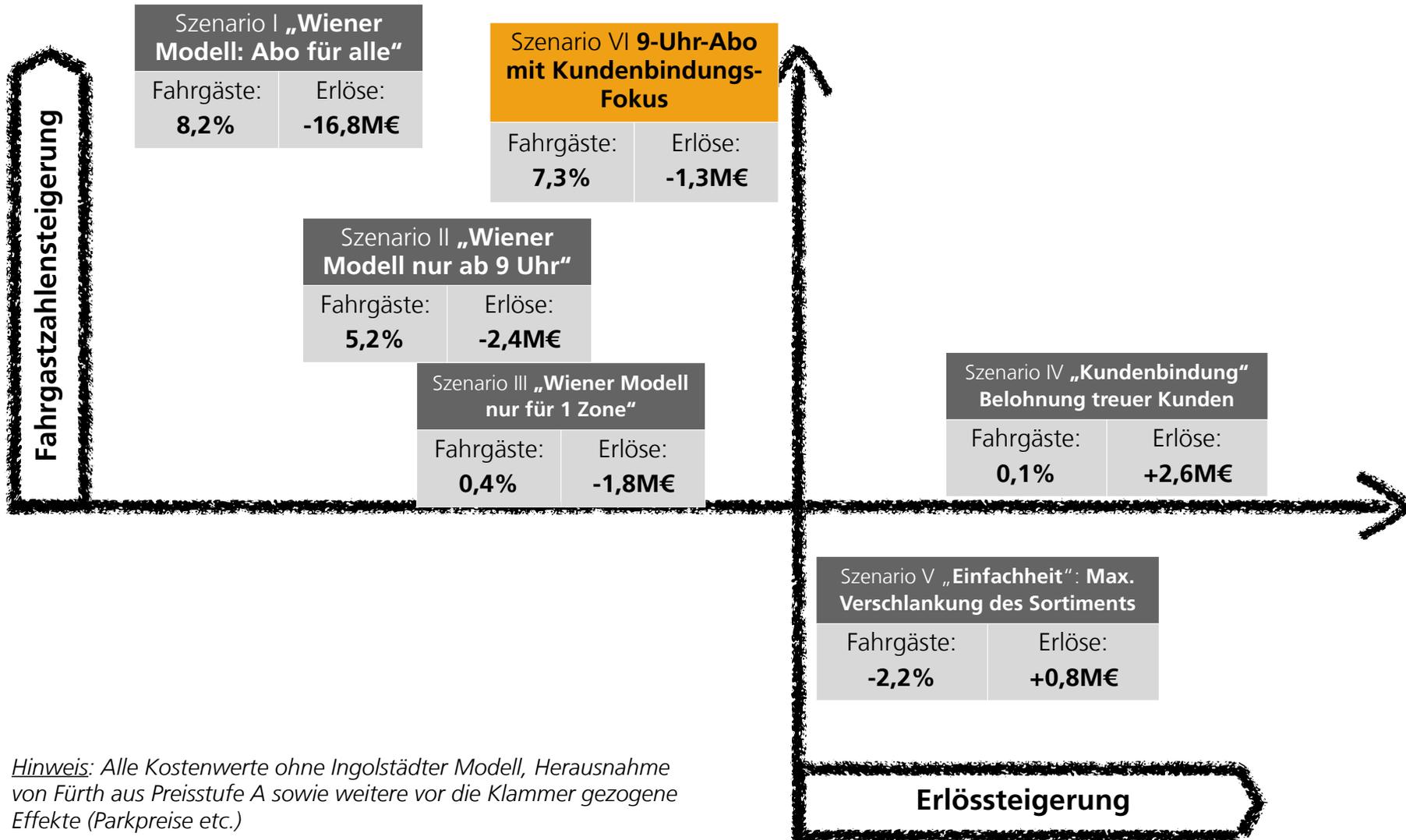
3 Prozess der Szenarienbildung

Die Szenarien ergeben sich sowohl aus den Projektzielen als auch der konsistenten Verknüpfung der einzelnen Tarifmaßnahmen.



3 Vergleich der Szenarien

Bei geschicktem Austarieren: Ein attraktives 9-Uhr-Ticket mit deutlichen Fahrgaststeigerungen ohne größere Erlöseinbußen.



Hinweis: Alle Kostenwerte ohne Ingolstädter Modell, Herausnahme von Fürth aus Preisstufe A sowie weitere vor die Klammer gezogene Effekte (Parkpreise etc.)

4 Vorzugsszenario der Arbeitsgruppe



4 Szenario VI „9-Uhr-Abo mit Kundenbindungsfokus“

Die Empfehlung der Arbeitsgruppe baut auf einem preisaggressiven 9-Uhr-Abo auf, ergänzt um Aspekte der Bindung und Vereinfachung.

		Handlungsfelder					
A		B	C	D			
Preishöhe		Räumliche Differenzierung	Differenzierung nach Zielgruppen	Sortimentslogik			
Ansätze:		Ansätze:	Ansätze:	Ansätze:			
A1	„Abo für alle“: JahresAbo als günstiges Fokusprodukt, Bartarif verteuern	B1	Teilung Nürnbergs in zwei Abo-Preisstufen: 1-Zonen-Abo zum Signalpreis	C 1.1 „Ingolstädter Modell“: Städt. Zuschuss für Sek I-Schüler 1.2 auch Sek II-Vollzeitschüler	D1	Tageskarte als Touristenprodukt mit Nutzenschwelle > 2,5	
A2	Preisgünstiges 9-Uhr-Abo als Fokusprodukt	B2	Trennung von Nürnberg/Fürth: Verteuerung der Langstrecken	C2	Pauschales günstiges Schülerticket mit Elternbeteiligung	D2	Fahrerzuschlag: Serviceaufpreis beim VAG-Busfahrer
A3	Preisaggressive Kurzstrecke mit einfacherer Gültigkeitsregelung	B3	Ein-/ausbrechende Verkehre: Nürnberg immer als eine 2-Zonen-Einheit zählen	C3	Freizeitticket für Jugendliche	D3	Kundenbindung im Bartarif über Mehrfahrtenkarte mit höherer Stückelung
A4	TagesTicket Solo als Fokusprodukt für alle: Nutzenschwelle ≤ 2	B4	Ein-/ausbrechende Verkehre: Schattenzone um Nürnberg herum	C4	Partnerabo als haushaltsbezogener Familien-Baukasten	D4	Wiedereinführung der 10er-Streifenkarte in Nürnberg
A5	Spürbare Erhöhung des Mehrfahrten-Rabatts auf anfassbare Größe	B5	Ein-/ausbrechende Verkehre: Finanzierungsaufschlag für Stadtverkehre (Städte-Ring)	C5	Einführung eines günstigen Seniorentickets, Abschaffung des 9-Uhr-Abo	D5	„MobiCard-Familie“: Abstimmung Zusatznutzen über alle Zeitkarten
A6	Mindestbestellmenge: Pilotierung attraktiver Tickets ohne Erlörisiko		Ansatz vor die Klammer gezogen	C6	Höherer FirmenAbo-Rabatt durch höhere Arbeitgeberzuschüsse	D6	Vereinfachung der Abos: Streichung Abo3/Abo6
			Ansatz noch nicht entscheidungsreif	C7	Nutznierfinanzierung: Abgabe für Bürger/Firmen		Ansatz im Szenario ausgewählt

4 Szenario VI „9-Uhr-Abo mit Kundenbindungsfokus“: Preise 2015

Besonders die Abo-Produkte werden gestärkt, während bindungsunwillige Käufer (Einzelfahrt, TagesTicket) mehr berappen müssen.

Produkt heute	Preis PS A 2015	Produkt NEU	Szenario VI (2015)			Preis PS 3 / 2+T 2015 als Preisgrenze	Nachfrageeffekt (Fürth in PS A)
			Normal	Fahrer			
Einzelfahrt	2,60 €	Einzelfahrt	3,00 €	3,20 €	↑	3,30 €	- 31 %
4er-Ticket	9,80 €	8er-Ticket (8 für 7)	(10,20 €)	---	↗	12,96 €	+ 14 %
TagesTicket Solo	5,40 €	TagesTicket Solo	7,50 €	7,70 €	↑	---	- 74 %
TagesTicket Plus	9,40 €	TagesTicket Plus	11,30 €	11,30 €	↗	11,30 €	- 71 %
Kurzstrecke Einzel	1,80 €	Kurzstrecke Einzel	1,60 €	1,80 €	↘	---	- 42 %
Kurzstrecke 4er	6,20 €	Kurzstrecke 4er	5,50 €	---	↘	---	- 24 %
Einzelfahrt Kind	1,30 €	Einzelfahrt Kind	1,50 €	---	↗	1,70 €	n.d.
4er-Ticket Kind	4,90 €	8er-Ticket Kind (8für7)	(5,10 €)	---	↗	6,48 €	n.d.
Kurzstrecke Kind	0,80 €	Kurzstrecke Kind	0,80 €	---	→	---	n.d.
Kurzstrecke Kind 4er	3,10 €	Kurzstrecke Kind 4er	3,10 €	---	→	---	n.d.
7-Tage-MobiCard	23,30 €	7-Tage-MobiCard	24,50 €	---	↗	24,90 €	+ 8 %
9-Uhr-MobiCard	63,00 €	9-Uhr-MC im Abo	57,20 €	---	↘	68,00 €	- 29 %
31-Tage-MobiCard	79,90 €	MobiCard im Abo	76,60 €	---	↘	85,00 €	- 5 %
Solo 31	67,80 €	Solo 31	71,90 €	---	↗	76,60 €	+ 39 %
Nürnberg-Pass Monat	30,80 €	Nürnberg-Pass Monat	30,80 €	---	→	---	n.d.
9-Uhr-JahresAbo	44,20 €	9-Uhr-Abo	29,10 €	---	↘	---	+ 172 %
JahresAbo Plus	60,30 €	---	---	---	↑	66,20 €	zu MobiCard-Abo
JahresAbo	55,10 €	JahresAbo	58,40 €	---	↗	60,50 €	+ 5 %
---	---	JahresAbo Partner	38,80 €	---	↘	---	
Abo 6 (und Abo 3)	61,70 €	---	---	---	↗	68,60 €	zu Solo31
Schüler/Azubi Woche	16,80 €	Schüler/Azubi Woche	18,40 €	---	↗	19,30 €	n.d.
Schüler/Azubi Monat	50,90 €	Sch.-Freifahrer, Azubis	53,90 €	---	↗	57,60 €	+ 0 %
---	---	Schüler Selbstzahler	25 / 40 €	---	↘	57,60 €	+ 54 %

4 Preisvergleich mit zweiter Stufe Stadttarif

Im Vergleich zur „2. Stufe Stadttarif“ wird der Bartarif in Szenario VI stärker gespreizt – dafür gibt es deutlich attraktivere Zeitkarten.

Produkt heute	Preis PS A 2015	Zweite Stufe Stadttarif (2015)*	Produkt NEU	Szenario VI (2015)	
				Normal	Fahrer
Einzelfahrt	2,60 €	2,75 €	Einzelfahrt	3,00 €	3,20 €
4er-Ticket	9,80 €	10,35 €	4er/8er-Ticket (8 für 7)	(10,20 €)	---
TagesTicket Solo	5,40 €	5,70 €	TagesTicket Solo	7,50 €	7,70 €
TagesTicket Plus	9,40 €	9,90 €	TagesTicket Plus	11,30 €	11,30 €
Kurzstrecke Einzel	1,80 €	1,90 €	Kurzstrecke Einzel	1,60 €	1,80 €
Kurzstrecke 4er	6,20 €	6,55 €	Kurzstrecke 4er	5,50 €	---
Einzelfahrt Kind	1,30 €	1,35 €	Einzelfahrt Kind	1,50 €	---
4er-Ticket Kind	4,90 €	5,15 €	4er/8er-Ticket Kind	(5,10 €)	---
Kurzstrecke Kind	0,80 €	0,85 €	Kurzstrecke Kind	0,80 €	---
Kurzstrecke Kind 4er	3,10 €	3,25 €	Kurzstrecke Kind 4er	3,10 €	---
7-Tage-MobiCard	23,30 €	24,60 €	7-Tage-MobiCard	24,50 €	---
9-Uhr-MobiCard	63,00 €	66,50 €	9-Uhr-MC im Abo	57,20 €	---
31-Tage-MobiCard	79,90 €	84,30 €	MobiCard im Abo	76,60 €	---
Solo 31	67,80 €	71,50 €	Solo 31	71,90 €	---
Nürnberg-Pass Monat	30,80 €	32,50 €	Nürnberg-Pass Monat	30,80 €	---
9-Uhr-JahresAbo	44,20 €	46,60 €	9-Uhr-Abo	29,10 €	---
JahresAbo Plus	60,30 €	63,60 €	---	---	---
JahresAbo	55,10 €	58,10 €	JahresAbo	58,40 €	---
---	---	---	JahresAbo Partner	38,80 €	---
Abo 6 (und Abo 3)	61,70 €	65,10 €	---	---	---
Schüler/Azubi Woche	16,80 €	17,70 €	Schüler/Azubi Woche	18,40 €	---
Schüler/Azubi Monat	50,90 €	53,70 €	Sch.-Freifahrer, Azubis	53,90 €	---
---	---	---	Schüler Selbstzahler	25 / 40 €	---

*: Eigene Hochrechnung mit +5,5 % ohne Atzelsberger Erhöhung; Preisabweichung durch Rundungseffekte möglich

4 Erläuterung „Ingolstädter Modell“

Ein städt. Zuschuss senkt die Ungerechtigkeit zwischen Freifahrern und Selbstzahlern, was durch Landeszuschüsse kofinanziert wird.



▶ Ungerechtigkeit heute:

- ▶ Schüler, die über 3 km von der Schule entfernt wohnen, erhalten nicht nur den Schul-, sondern auch die Freizeitwege kostenlos.
- ▶ Schüler unter der Freifahrrergrenze müssen 50,90 €/Monat zahlen.
- ▶ 50 € Preisunterschied bei tw. wenigen Metern

▶ Ingolstädter Modell:

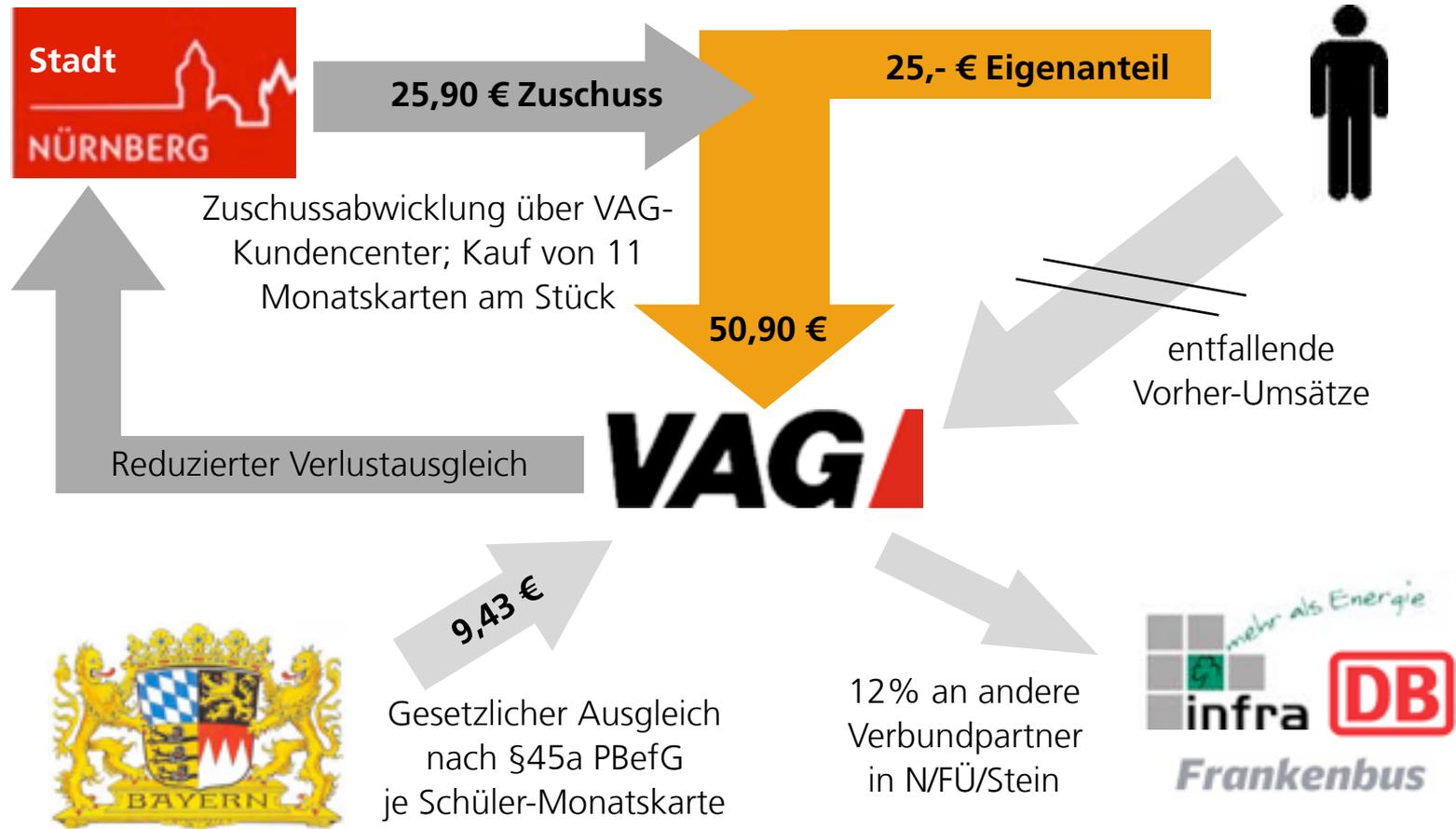
- ▶ Zuschuss der Stadt an Selbstzahler, um hohen Schülermonatskartenpreis zu senken
- ▶ VAG rechnet den vollen Preis ab.
- ▶ Nachfragesteigerung durch günstigeren Preis steigert §45a-Erlöse entsprechend, solange der Freistaat die veraltete Gesetzeslage nicht ändert.

▶ Abgestimmtes Szenario für Nürnberg

- ▶ Endpreis **Sek I** (5.-10. Klasse): **25 EUR** mtl.
- ▶ Endpreis **Sek II**: **40 EUR** mtl. wegen höherer Nutzung
- ▶ Variationen: Auch Teilzeitschüler (Azubis)? Auch Schüler außerhalb staatlich anerkannter Schulen?

4 Erläuterung „Ingolstädter Modell“

Ein städtischer Rabatt spült zusätzliches Geld in die VAG-Kassen, u.a. vom Freistaat, fließt aber größtenteils über den Verlustausgleich zurück.



4 Szenario VI: Erlöseffekte im Überblick

Für den Wirtschaftsplan der VAG ergeben sich Mehrerlöse zwischen 2 und 6 Mio. €, aus Sicht der Stadt max. geringe Mehrbelastungen.

Effekt	Haushaltssicht der Stadt*	Budgetsicht der VAG
Basisszenario VI ohne 9h-Abo	+ 1,9 Mio. €	+ 1,9 Mio. €
+ 9-Uhr-Abo für 30 €	- 3,5 Mio. €	- 3,5 Mio. €
+ Ingolstädter Modell Sek I	- 0,5 Mio. €	+ 1,6 Mio. €
+ Ingolstädter Modell Sek II, Azubis	- 0,9 Mio. €	+ 0,6 Mio. €
+ FirmenAbo ab 360 €	+ 0,3 Mio. €	+ 0,3 Mio. €
+ Anpassung städt. Parkgebühren	+ 0,9 Mio. €	---
+ Mehrnutzungseffekt VAG	+ 1,2 Mio. €	+ 1,2 Mio. €
SUMME Nbg. „aus eigener Kraft“	- 0,6 Mio. €	+ 2,1 Mio. €
+ MobiCard-Zeitkartenfamilie (D5)	+ 0,3 Mio. €	+ 0,3 Mio. €
+ Rabattsenkung Kinder-Bartarif	+ 0,2 Mio. €	+ 0,2 Mio. €
+ Städte-Ring-Modell: Umlandverkehre beteiligen (B5)	+ 1,5 Mio. €	+ 1,5 Mio. €
SUMME mit VGN-Einbezug	+ 1,4 Mio. €	+ 4,1 Mio. €
+ Herausnahme Fürth aus A (B2)	+ 2,6 Mio. €	+ 2,6 Mio. €
SUMME maximal	+ 4,0 Mio. €	+ 6,7 Mio. €

Kostenwert Ingolst. Modell mit Privatschülern aktualisieren

Potenzial für Verdopplung auf ca. 2 Mio. € vorhanden

Potenzial für Verdreifachung auf ca. 3,5 Mio. € vorhanden

Weitere Potenziale durch längere Kundenbindung

Senkung auf 30 % statt 50%

1% Sonderzuschlag auf alle VGN-Tickets

*: Hier sind VAG-Erlöse zu 100% enthalten, da sie kostenmindernd auf den städtischen Verlustausgleich wirken.

4 Szenario VI: Mengeneffekte im Überblick

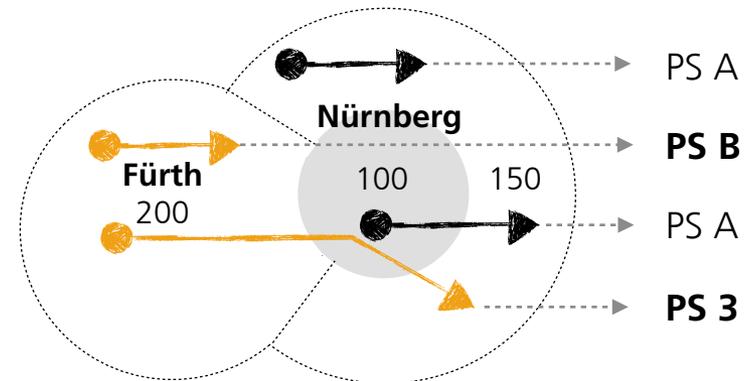
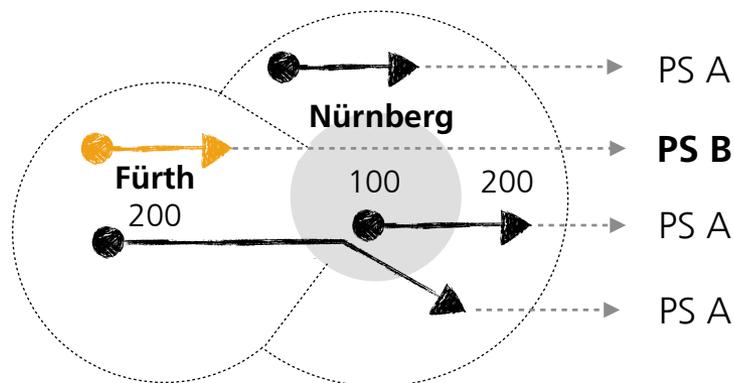
Auf der Nachfrageseite schafft das Wunschscenario VI a etwas besser, den Fahrgastrückgang im Gelegenheits Sortiment aufzufangen.

Ergebnis	Szenario VI „9-Uhr-Abo mit Kundenbindungsfokus“	
	Fürth in PS A	Fürth nach PS 3
Menge Bartarif	- 27,2 %	- 21,1 %
Menge Zeitkarten	+ 17,5 %	+ 14,1 %
Menge gesamt	+ 7,3 %	+ 6,1 %

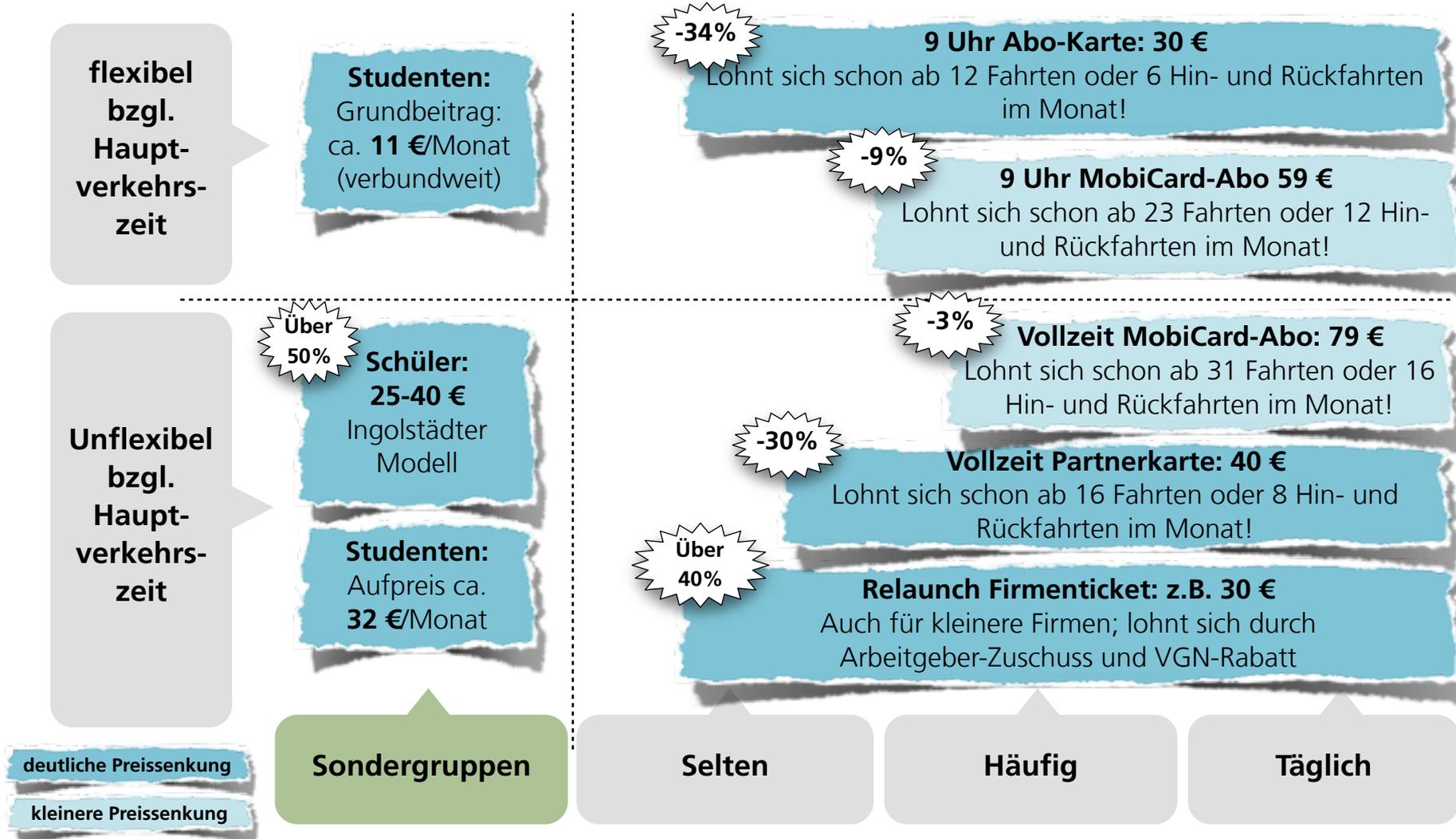


Heute: Fürth eigene Stadtpreisstufe B; Nürnberg immer PS A, die auch in Fürth gilt

Trennung Nürnberg und Fürth: PS A analog zu Fürth PS B nur im Stadtgebiet gültig; Preisstufe 3 für Fahrten über die Stadtgrenze



Ein zentrales Leitmotiv: Wer sich an die VAG bindet, wird stärker belohnt als bisher – nicht nur ab 9 Uhr!



4 Leitmotive des Vorzugsszenarios

Durch eine differenziertere Entwicklung der Preise wird jedem potenziellem Nutzer klar: Günstige Preise gibt es gegen Bindung!

Was	Wie	Wo	Wie viel
Einzelkarte	+ 1 Person + 90 Minuten in eine Richtung	Bahnhof, Airport, Königsplatz, Markt	Erwachsene 2,60 € Kind / 1,30 €
Einzelkarte Kartenzusatz	+ 1 Person + 90 Minuten in eine Richtung	Bahnhof, Airport, Königsplatz, Markt	Erwachsene 1,80 € Kind / 0,80 €
Tageskarte Solo	+ 1 Person, + 1 Tag oder ein Wochenende	Bahnhof, Airport, Königsplatz, Markt, 190 Straßburger	5,40 €
Tageskarte Plus	+ bis zu 4 Personen (max. 12-18 Jahre) + 1 Tag oder 1 Wochenende + Halbtagesanreise von Personen + 1 Kind kostenlos	Bahnhof, Airport, Königsplatz, Markt, 190 Straßburger	9,40 €
7-Tage Solo	+ Eine Fahrt = 1 Fahrgeld pro Fahrt + 90 Minuten in eine Richtung	Bahnhof, Airport, Königsplatz, Markt, 190 Straßburger	18,80 € im gesamten Leistungsgebiet
7-Tage Kartenzusatz	+ Eine Fahrt = 1 Fahrgeld pro Fahrt + 90 Minuten in eine Richtung	Bahnhof, Airport, Königsplatz, Markt, 190 Straßburger	Erwachsene 9,80 € Kind / 4,90 €
Monatskarte	+ bis zu 4 Personen (max. 12-18 Jahre) + 1 Monat + 1 Kind kostenlos	Bahnhof, Airport, Königsplatz, Markt, 190 Straßburger	Erwachsene 8,20 € Kind / 3,10 €
Solo 21	+ 1 Person + 21 Tage	Bahnhof, Airport, Königsplatz, Markt, 190 Straßburger	21-Tage 79,70 € 41-Tage 83,00 €
Monatskarte Solo	+ 1 Person + 1 Jahr	Bahnhof, Airport, Königsplatz, Markt, 190 Straßburger	21-Tage 79,70 € 41-Tage 83,00 €
Abrechnung mit 3.200	+ 1 Person + 1 Jahr	Bahnhof, Airport, Königsplatz, Markt, 190 Straßburger	21-Tage 79,70 € 41-Tage 83,00 €
Abrechnung mit 3.200	+ 1 Person + 1 Jahr	Bahnhof, Airport, Königsplatz, Markt, 190 Straßburger	21-Tage 79,70 € 41-Tage 83,00 €
Abrechnung mit 3.200	+ 1 Person + 1 Jahr	Bahnhof, Airport, Königsplatz, Markt, 190 Straßburger	21-Tage 79,70 € 41-Tage 83,00 €

- ▶ **Abschöpfung in den Märkten, die bisher eher preisunelastisch waren** und wenig Bindung enthielten
- ▶ **Vereinfachung und Vergünstigung im Nahbereich:** neue Kurzstrecke günstiger, einfacher zu verstehen
- ▶ **Nur wer sich bindet, wird mit einem Rabatt belohnt** – wer die Busse und Bahnen nur im Notfall nutzt, muss mehr bezahlen
- ▶ **Familienfreundlichkeit:** Die zweite Vollzeitkarte pro Familie wird deutlich rabattiert. Schüler ohne gesetzliche Freifahrt erhalten ein günstiges Ticket
- ▶ **Klare Flaggschiffprodukte für jeden Markt:**
 - ▶ **Abo und 9-Uhr-Abo** für regelmäßige Nutzer
 - ▶ **Mehrfahrtenkarten** für den einheimischen Gelegenheitsnutzer
 - ▶ **Tageskarten** für den Touristen, der Einfachheit wünscht

Projektbearbeiter



Diplom-Volkswirt
GERHARD PROBST
Geschäftsführer

- ▶ g.probst@probst-consorten.de
- ▶ Tel. 0351 42440-13



Diplom-Verkehrswirtschaftler
CHRISTOPH STADTER
Senior Consultant

- ▶ c.stadter@probst-consorten.de
- ▶ Tel. 0351 42440-11

Beratungsschwerpunkte

- ▶ Entwicklung und Moderation von Marketingstrategien für Verkehrsunternehmen und Verbünde
- ▶ Kundenbindungsmanagement
- ▶ Preis-Leistungs-Strategien
- ▶ Vertriebsstrategien
- ▶ Erlösoptimale Tarif- und Vertriebsstrategien
- ▶ Alternative und integrierte Mobilitätsangebote
- ▶ Quantitative Marktforschung
- ▶ Ertragsmanagement im Regionalbusverkehr
- ▶ SPNV-Markt