

# Erschließung von Erlöspotentialen im Regionalverkehr: Strategien, Fallstudien und Erfahrungen bei Weser-Ems-Bus

Bremen, 29. März 2011



---

Weser-Ems-Bus

---

Stephan Börger

---

# AGENDA

---

## 1. Das Unternehmen

2. Schülermarketing bei Weser-Ems-Bus

3. Erfolgsfaktoren

# 1. DB Regio Bus – starke Unternehmen vor Ort

## ■ Regional-/Stadtbusverkehr in Deutschland

- 750 Mio. Fahrgäste p.a.
- 9.600 Mitarbeiter
- 12.500 Busse unter Management

## ■ Bundesweites Netzwerk von Verkehrsunternehmen

- 22 Busgesellschaften
- rd. 70 weitere Beteiligungen

## ■ Zusammenarbeit mit rund 2.000 Partnern (AN) vor Ort



# 1. Organisation DB Regio Bus

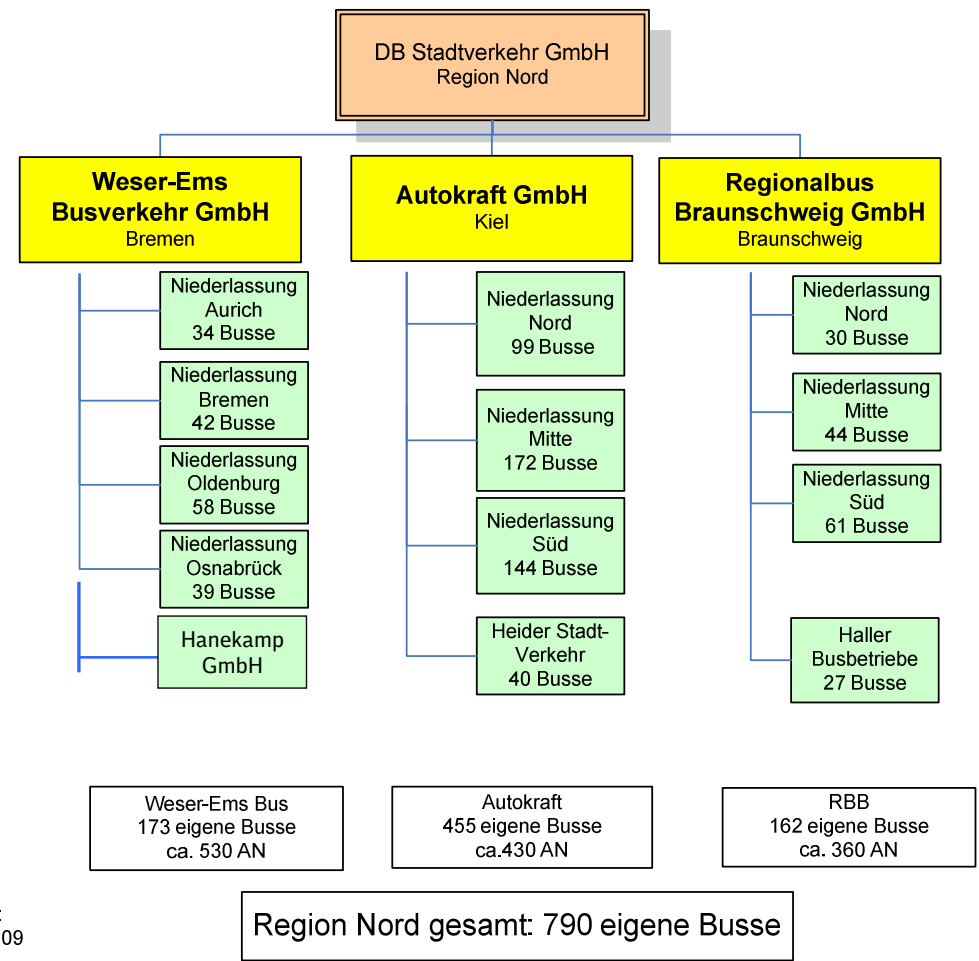
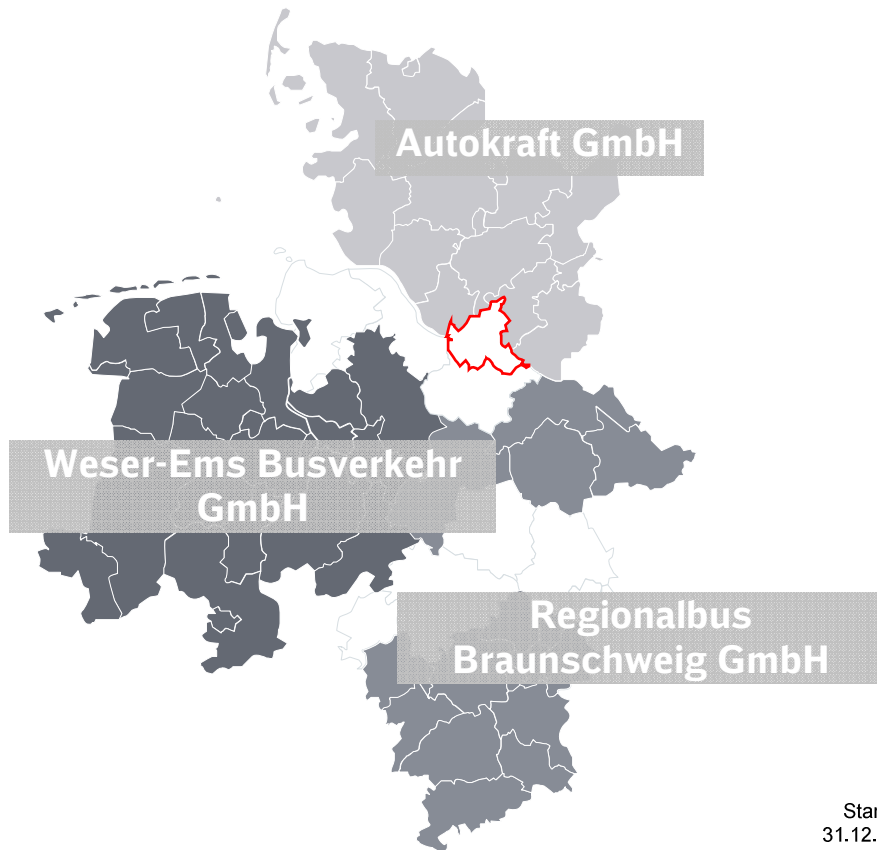
## Die Flächenstruktur besteht aus 9 Regionen

- Nord
- Berlin-Brandenburg
- Nordrhein-Westfalen
- Südwest<sup>1)</sup>
- Hessen<sup>1)</sup>
- Südost<sup>2)</sup>
- Baden-Württemberg<sup>2)</sup>
- Rhein-Neckar
- Bayern

1) und 2) - Regionalleitung in systematischer Personalunion



# 1. Die Region Nord

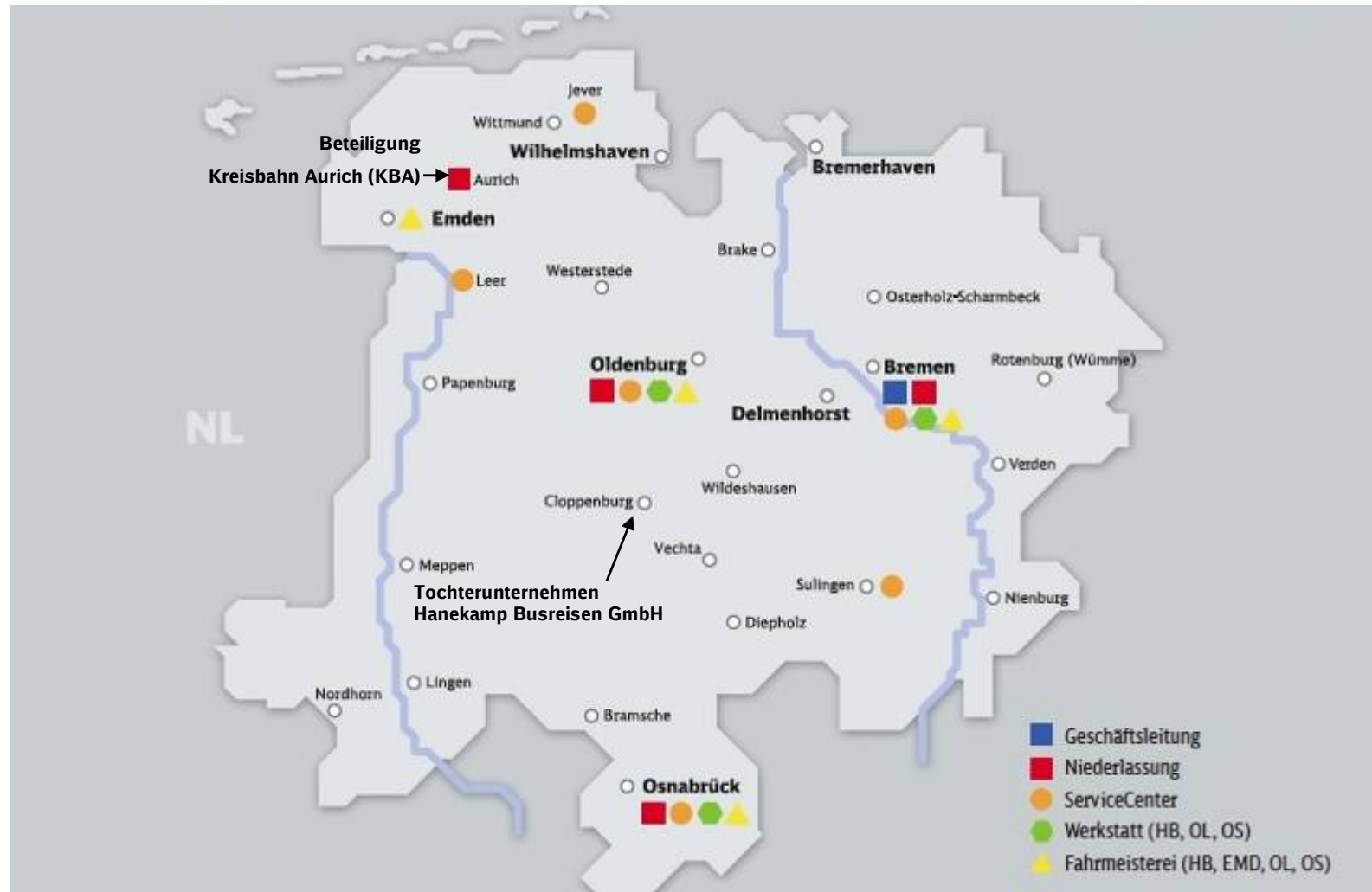


Stand:  
31.12.2009

## 1. Weser-Ems-Bus auf einen Blick (2010)

- Gründungsjahr: **1988**
- Verkehrsgebiet: **22.000 m<sup>2</sup>**
- Fahrgäste: **39,7 Mio./Jahr**
- Liniennetz: **8.600 km**
- Liniengenehmigungen: **244**
- Mitarbeiter/innen: **489**
- Eigene Busse: **173 KOM, 12,8 Mio. km/Jahr**
- Auftragnehmerbusse : **530 KOM, 19,5 Mio. km/Jahr**
- Fahrleistung: **32,3 Mio. km**
- Personen-km: **498,8 Mio. km**
- Jahresumsatz: **ca. 64 Mio.€**

# 1. Unser Verkehrsgebiet



# 1. Unsere Verkehrsregion



Ländlich strukturierter Raum - 1/3 Niedersachsen.

3,61 Mio. Einwohner, 162 Einwohner/km<sup>2</sup>

(bundesweit 81,8 Mio. Einwohner, 229 Einwohner/km<sup>2</sup>)

# 1. Geschäftsmodell, Leistungen, Strategien

---

- Weser-Ems-Bus ist **Mobilitätsdienstleister** der gesamten Region
  - deckt alle Wertschöpfungsstufen ab
  - entwickelt gemäß Anforderungen der Kunden und Aufgabenträger bedarfsgerechte Angebote
  - Know-how und Größe lassen schnell auf Marktänderungen reagieren
- Weser-Ems-Bus ist maßgeblicher **Leistungsträger** in den Verkehrskooperationen
- Weser-Ems-Bus ist wesentlicher Leistungsträger bei der Fortentwicklung landes- und **bundesweiter Fahrplanauskunft** (Connect/DELFI).
- Echtzeitinformation durch RBL-Light

# 1. Heterogene Verbundstruktur – teils großflächige, teils kleinteilige Verkehrskooperationen



## 2. Bindung älterer Schüler - Ausgangslage

- In Niedersachsen haben Schüler der Sekundarstufe 1 bei Überschreitung bestimmter Entfernungen zwischen Wohnort und Schule Anspruch auf die kostenlose Schülerbeförderung.
- Schüler der Sekundarstufe 2 sowie Auszubildende haben hierauf i.d.R. keinen Anspruch und zahlen, sofern sie weiter den ÖPNV nutzen, ihre Fahrkarten selbst.
- Kein adäquates Tarifangebot. Diese Kundengruppe erwirbt wahlweise Monats-, Wochen-, Mehrfahrten- oder Einzeltickets, Kundenbindung findet nicht statt.
- Erschwerend kommt hinzu, dass ein wesentlicher Teil dieser Kundengruppe aufgrund des Alters bei der Verkehrsmittelwahl die Wahlfreiheit besitzt.

## 2a. Umsetzung im Landkreis Nienburg

### Kreis Nienburg/Weser

- ca. 125.000 EW
- 89 EW/km<sup>2</sup> (Land 167 EW/km<sup>2</sup>)

### ÖPNV-Struktur

- Unternehmensgetragene Tarifgemeinschaft ohne SPNV-Integration

[www.vln-nienburg.de](http://www.vln-nienburg.de)

- Zwei private, vier kommunale Verkehrsunternehmen und Weser-Ems-Bus



## 2a. Beispiel im Landkreis Nienburg/Weser

### Aufbau des Angebots

- Schüler-Jahresabo für 12 Monate (Ersparnis: 11 Monate zahlen, 1 frei)
- zum 1. des Monats wird ein Monatsticket verschickt (gilt während Schulzeit und Ferien)
- Abo endet nach einem Jahr automatisch
- monatliche Abbuchung
- Teilnahmeanreiz: Verlosung von 10 Ipods

### Ansprache

- Briefsendung an alle Schüler der 10. Klassen durch den Landkreis (ca. 900 Schüler)
- Plakate für Schulen und Fahrzeuge

### Fazit:

- 127 Abo-Abschlüsse in 2008
- 214 Abo-Abschlüsse in 2009
- 329 Abo-Abschlüsse in 2010



Schnell zugreifen:  
1 von 10 iPod Shuffle gewinnen!

**Das Schüler-MonatsTicket**

**Fahrkarten-Abo für Schüler und Azubis**  
Flexibel unterwegs –  
ob zur Schule, Ausbildungsstelle  
oder in Deiner Freizeit.

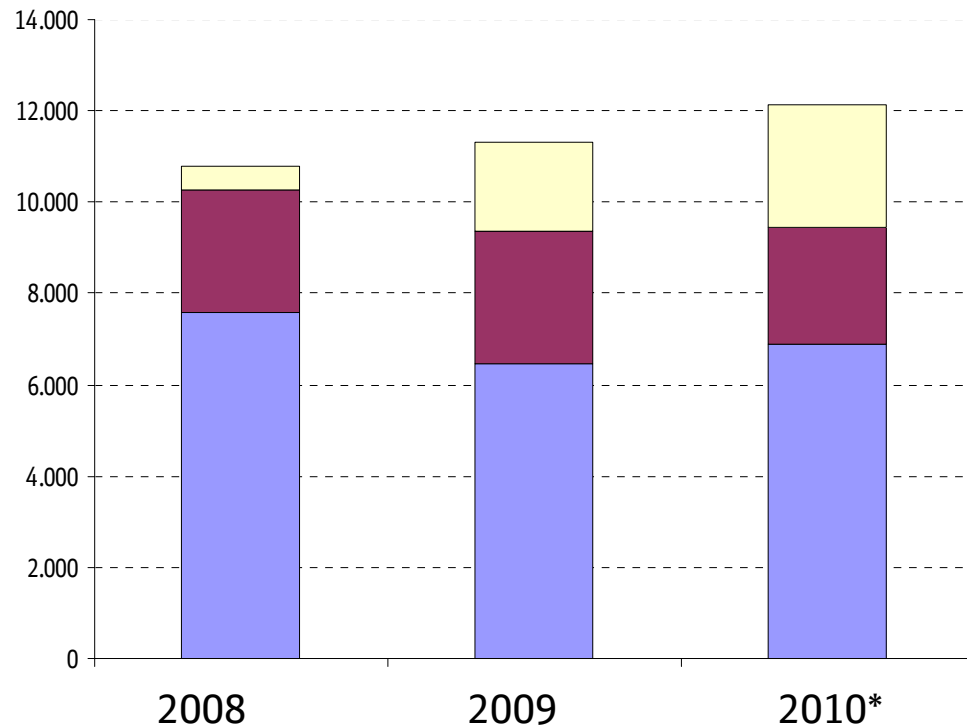
 **wir fahren**

  
Verkehrsgesellschaft  
Landkreis Nienburg

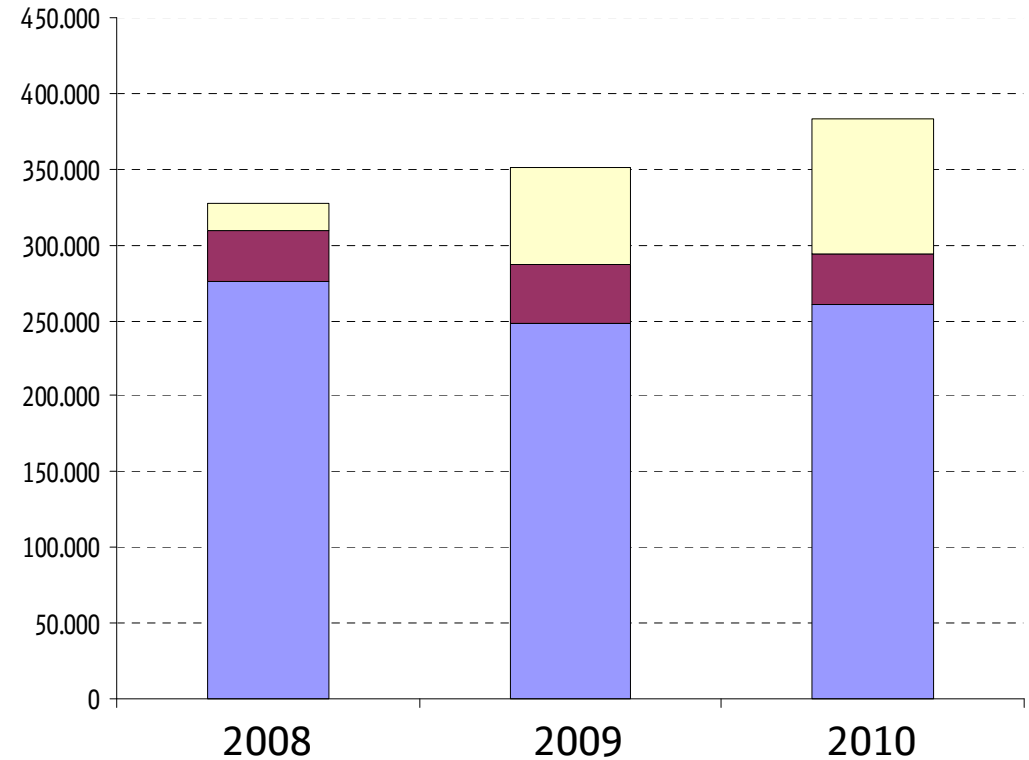
weitere Infos unter:  
[www.vln-nienburg.de](http://www.vln-nienburg.de) oder Telefon 05021/6 60 11




## 2a. Die Produkteinführung führte kaum zu Kannibalisierungen

Stückzahl



Erlöse

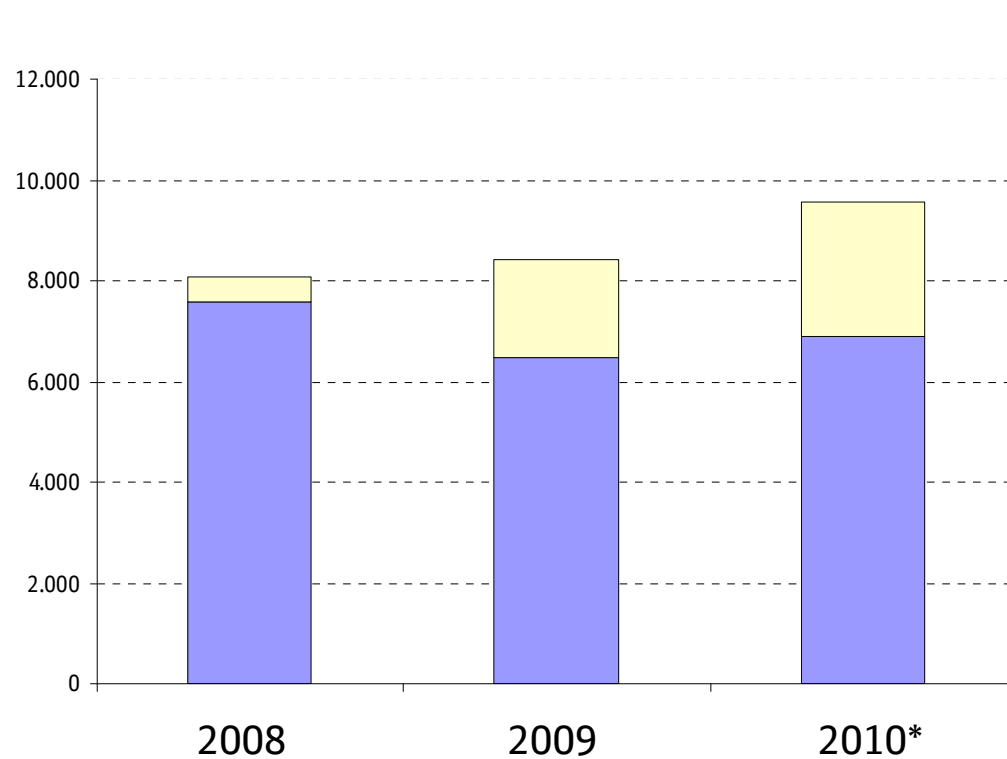


-  Schüler- MonatsTicket im Abo
-  Schüler- WochenTicket
-  Schüler- MonatsTicket

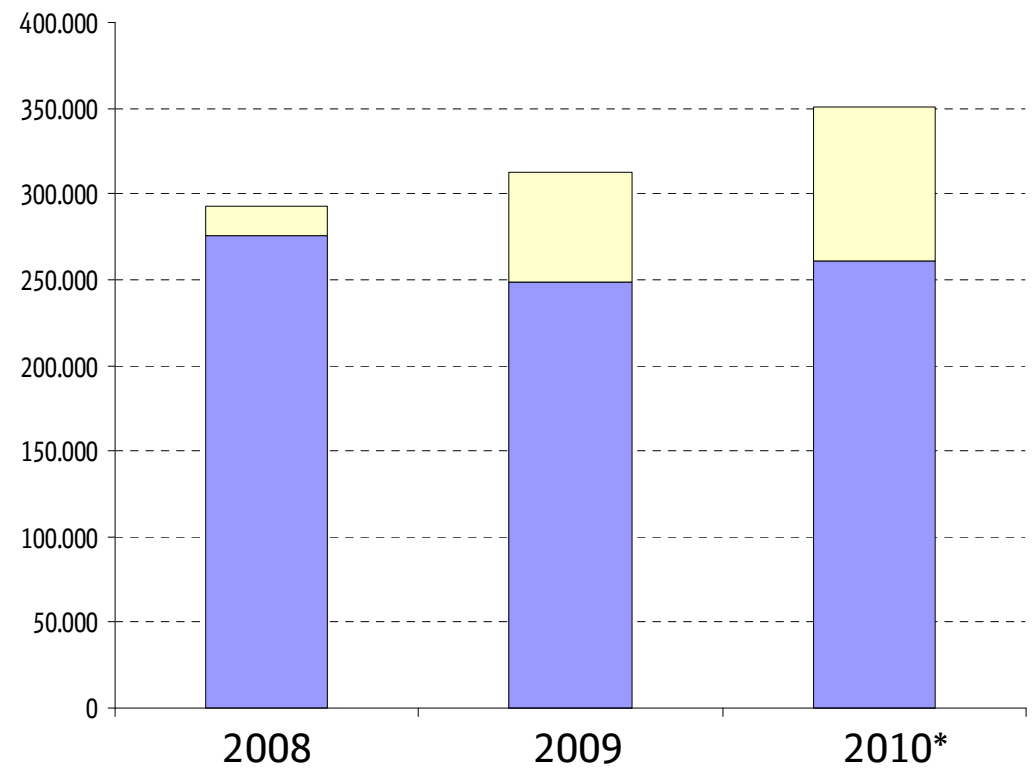
\* Hochrechnung der Monate 10-12/2010 auf Basis der Werte des Vorjahres



## 2a. Die Produkteinführung führte kaum zu Kannibalisierungen (Darstellung ohne WochenTicket)

Stückzahl



Erlöse



-  Schüler-MonatsTicket im Abo
-  Schüler-MonatsTicket

\* Hochrechnung der Monate 10-12/2010 auf Basis der Werte des Vorjahres

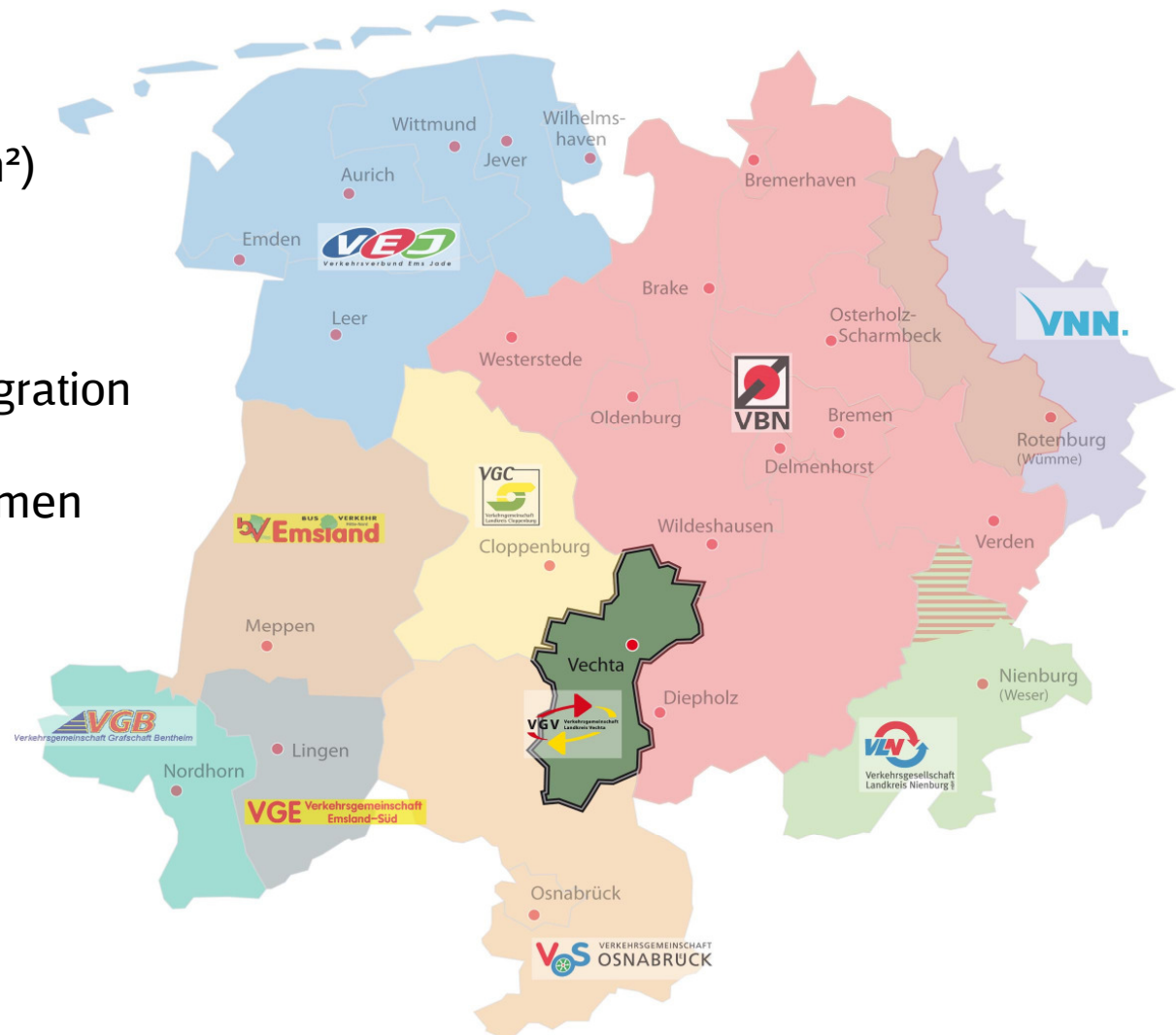
## 2b. Beispiel: Landkreis Vechta (1)

### Kreis Vechta

- ca. 135.000 EW
- 165 EW/km<sup>2</sup> (Land 167 EW/km<sup>2</sup>)

### ÖPNV-Struktur

- Unternehmensgetragene Tarifgemeinschaft ohne SPNV-Integration  
[www.vgv-info.de](http://www.vgv-info.de)
- Fünf private Verkehrsunternehmen und Weser-Ems-Bus



## 2b. Beispiel: Landkreis Vechta (2)

### Aufbau des Angebots

- Jahresabo zum Preis von 10 MK und 2 WK
- Versand von zwei Tickets zum Abostart: eins für die Schulzeit und eins für die Ferien
- Automatische Beendigung nach einem Jahr
- monatliche Zahlung per Bankeinzug
- Teilnahmeanreiz: Verlosung von 10 Ipods

### Ansprache

- Briefsendung an alle 518 Schüler der 10. Klassen durch Weser-Ems-Bus
- Plakate für Schulen und Fahrzeuge

### Fazit:

Lediglich 9 Abo-Abschlüsse



**Schnell zugreifen:  
1 von 10 iPod Shuffle gewinnen!**

**'08**

**Einfach mobiler:  
Mit dem Schüler-MonatsTicket.  
Unabhängiger unterwegs.**

**Flexibel unterwegs - ab zur Schule oder in Deiner Freizeit.**

Mit dem Schüler-MonatsTicket kommst Du als Schüler oder Azubi überall hin - ohne auf andere angewiesen zu sein. Das Ticket bietet Dir ein Jahr lang mehr Mobilität für Deine Freizeitgestaltung. Den schnellsten 10 Bestellern winkt als Prämie ein iPod Shuffle und auf unserer Website gibt es coole Handy-Klingeltöne zum Gratis-Download. Günstiger kannst Du nicht fahren! [www.egv-info.de](http://www.egv-info.de)

**VGV** Verkehrsverbund  
Landkreis Vechta

**WESER-EMS BUS**

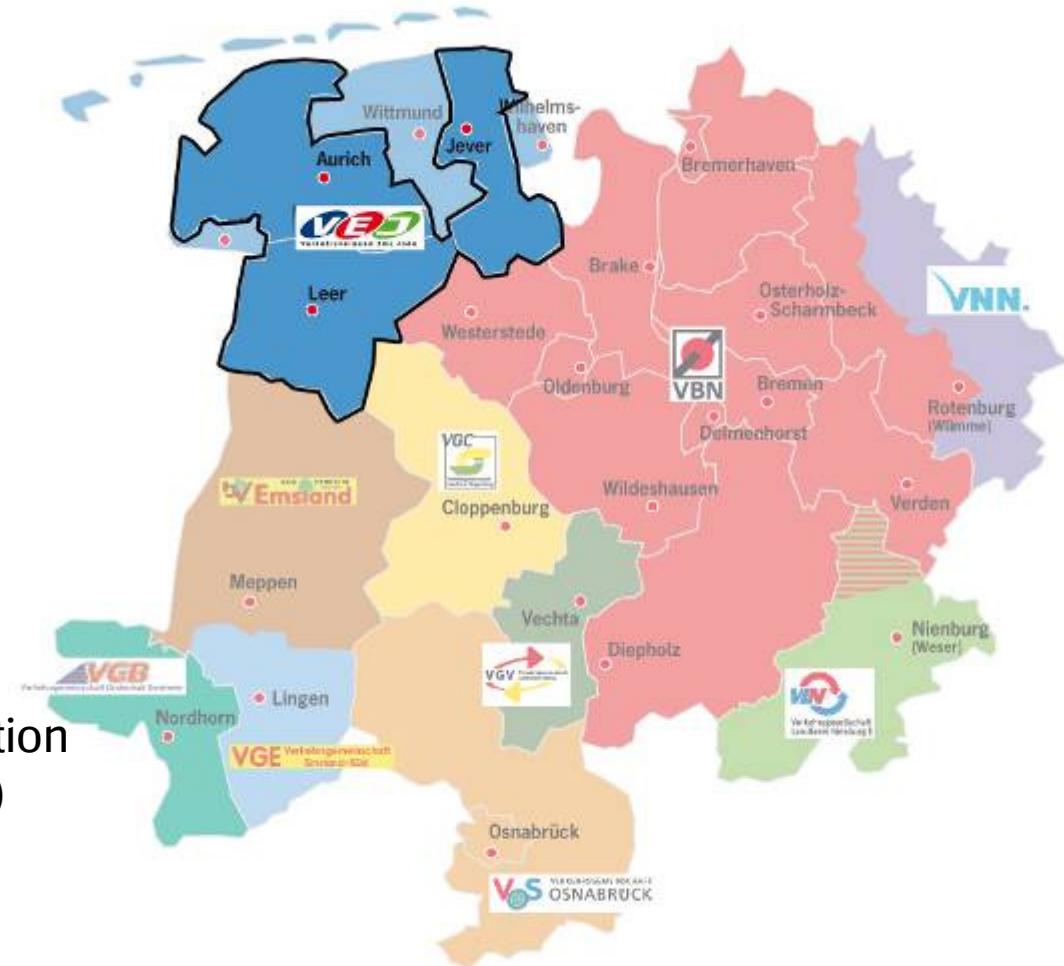
## 2c. Umsetzung in der Region Friesland/Ostfriesland

### Kreise Friesland, Aurich, Jever

- **LK Friesland** 101.572 Einw.
  - 167 Einw./km<sup>2</sup>
- **LK Aurich** 189.961 Einw.
  - 148 Einw./km<sup>2</sup>
- **LK Leer** 164.910 EW
  - 152 EW/km<sup>2</sup>

### ÖPNV-Struktur

- Unternehmensgetragene Tarifgemeinschaft ohne SPNV-Integration  
Verkehrsverbund Ems-Jade (VEJ)  
[www.vej-info.de](http://www.vej-info.de)
- 15 Verkehrsunternehmen



## 2c. Bindung älterer Schüler an den ÖPNV Umsetzung in der Region Friesland/Ostfriesland

### Aufbau des Angebots

- Ausgabe einer Schülersammelzeitkarte für Azubis und alle Schüler, die keinen Anspruch auf unentgeltliche Schülerbeförderung haben. Angebot gilt ganztags vom 1. August bis zum Schuljahresende
- Preiskalkulation: Preis von 9 Schülermonatskarten- und 4 Schülerwochenkarten
- Monatliche Zahlung per Bankeinzug
- Teilnahmeanreiz: Verlosung von 6 iPods nanos



**DB BAHN**

**Der Bus bringt dich weiter – mit der Schülersammelzeitkarte.**

Einfach unabhängig mit dem Abo für den Bus.  
**Die Bahn macht mobil.**

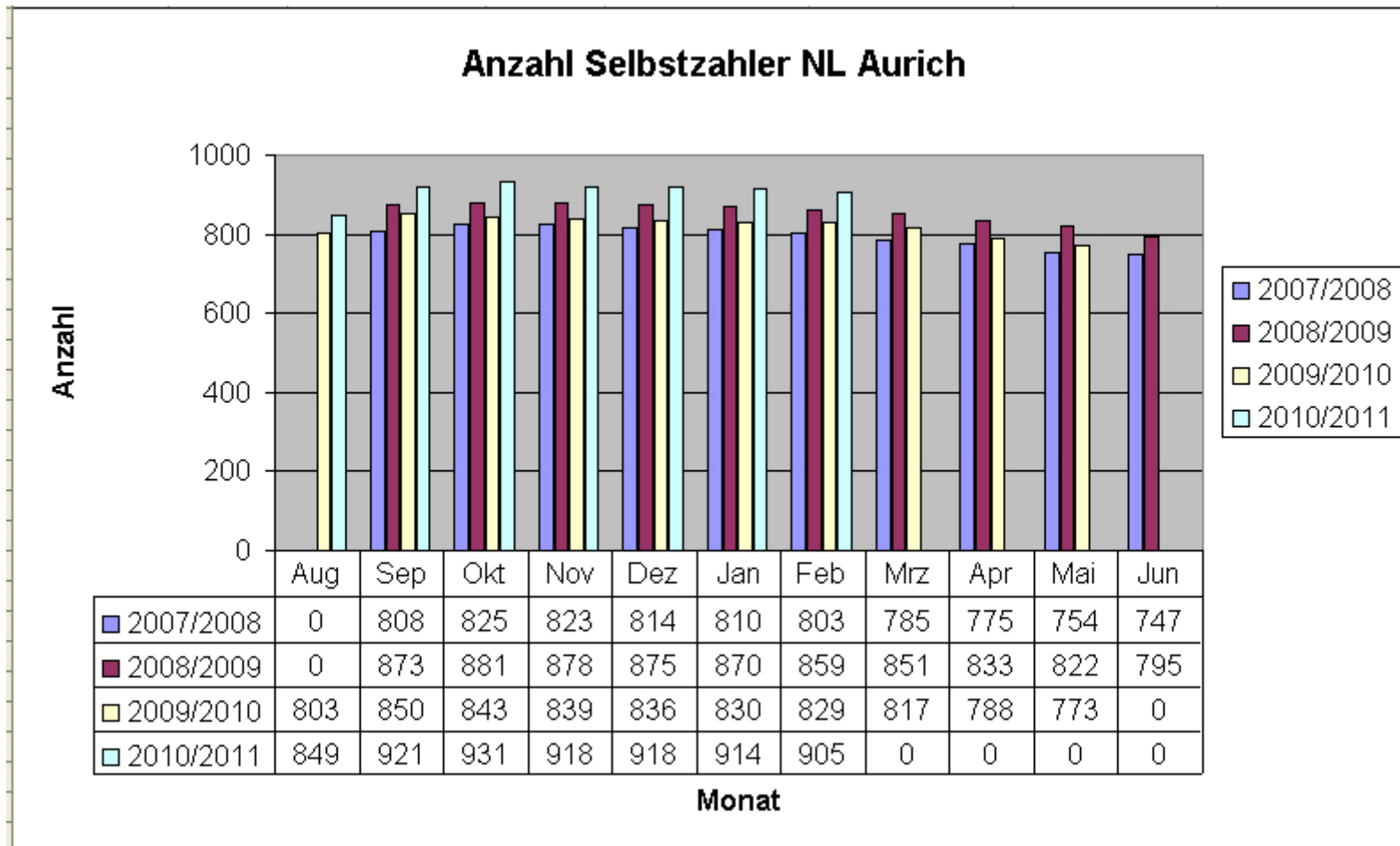
 Partner im  
**VEB** Verkehrsverbund  
**Weser-Ems-Bus**

## 2c. Bindung älterer Schüler an den ÖPNV Umsetzung in der Region Friesland/Ostfriesland

### Ansprache

- Briefsendung mit Broschüre an 950 Schüler in Jever/Aurich/Leer und Emden
- Verteilung von Infopaketen je Klasse - Verteilung durch die Schulen
- Plakate für Schulen und Busse
- Collegeplaner als Werbeartikel für Endkunden und Schulsekretariate

## 2c. Bindung älterer Schüler an den ÖPNV Ergebnisse im laufenden Schuljahr



## AGENDA

1. Das Unternehmen

2. Fahrgastmarketing bei Weser-Ems-Bus

**3. Erfolgsfaktoren**

### 3. Erfolgsfaktoren

---

Auch im ländlichen Raum kann die Nachfrage außerhalb des klassischen Schulverkehrs durch gezielte Maßnahmen gesteigert werden.

Die Erfolgsfaktoren hierfür sind:


- ein einfaches Produkt
- eine gezielte Ansprache der Zielgruppen
- ein für ländliche Verhältnisse gutes Verkehrsangebot (hierarchisches Liniennetz, Taktverkehr)

---

**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!**

Bei Fragen sprechen Sie mich gern an:

**Stephan Börger**  
(Referent Erlösmanagement)

 0511 286-2810

E-Mail: [stephan.boerger@deutschebahn.com](mailto:stephan.boerger@deutschebahn.com)