

Erlöswirkung Preisgestaltung 2014

Erlöswirkung der Modelle im Überblick

Modell	Preisanpassung im gew. Mittel	Einnahme- steigerung p. a.	Zusätzliche Landesmittel zum SozialTicket gegenüber Vorjahr	Fahrten- steigerung p. a.	Zielvorgabe lt. mittelfristigem Marketingplan für 2014: + 34,7 Mio. €	Zielvorgabe: Steigerung Kostendeckungsgrad + 0,7%
Modell KVIV-MTV	4,1%	36,2 Mio. € (+ 3,3%)	ca. + 2,8 Mio. €	+ 3,2 Mio. (+ 0,3%)	+ 4,3 Mio. €	0,79%
Modell 3,4% (ohne Ticketprofilierung)	3,4%	31,5 Mio. € (+ 2,9%)	ca. + 2,7 Mio. €	+ 6,5 Mio. (+ 0,6%)	- 0,5 Mio. €	0,69%
Modell 3,3% (ohne Ticketprofilierung)	3,3%	31,0 Mio. € (+ 2,8%)	ca. + 2,7 Mio. €	+ 6,6 Mio. (+ 0,6%)	- 1,0 Mio. €	0,68%
Modell 3,2% (ohne Ticketprofilierung)	3,2%	30,0 Mio. € (+ 2,8%)	ca. + 2,7 Mio. €	+ 6,7 Mio. (+ 0,6%)	- 2,0 Mio. €	0,66%
Politisch diskutiertes Modell 2,9%	2,9%	28,0 Mio. € (+ 2,6%)	ca. + 2,6 Mio. €	+ 8,2 Mio. (+ 0,7%)	- 4,1 Mio. €	0,62%