



öffentlich

Beschlussvorlage			
Betreff			
Marketingangelegenheiten			
Organisation	Bereich/Periode/Jahr/Lfd. Nr./Nachtrag	Datum	lfd. Nr. BPL
AöR	M/IX/2016/0246	11.11.2016	17

<u>Beratungsfolge</u>	<u>Zuständigkeit</u>	<u>Sitzungstermin</u>	<u>Ergebnis</u>
Ausschuss für Tarif und Marketing der VRR AöR	Kenntnisnahme	30.11.2016	<input type="checkbox"/>
Unternehmensbeirat der VRR AöR	Kenntnisnahme	05.12.2016	<input type="checkbox"/>
Verwaltungsrat der VRR AöR	Kenntnisnahme	08.12.2016	<input type="checkbox"/>

Beschlussvorschlag:

Der Ausschuss für Tarif und Marketing, der Unternehmensbeirat sowie der Verwaltungsrat nehmen die Sachstände zu den Punkten:

- 1.) Broschüren
- 2.) YoungTicketPlus Kampagnenauswertung
- 3.) Fahrtenplaner

zur Kenntnis.

Begründung/Sachstandsbericht:

Sachstandsberichte

1. Broschüren

Im Rahmen der Kundenkommunikation produziert der VRR jährlich Informationsbroschüren für alle Tickets und Tarife. Die Broschüren werden durch den VRR zentral erstellt und den Verkehrsunternehmen mit individualisierten Umschlagseiten und Abo-Anträgen zur Verfügung gestellt.

VRR und VU stellen seit einigen Jahren fest, dass zahlreiche Kunden sich auch über die Webseiten von VRR und VU informieren. Die Nachfrage nach den Broschüren und den Ab-Anträgen in gedruckter Form ist jedoch nach wie vor vorhanden, wenn auch leicht rückgängig.

Um die Informationen hinsichtlich der Kundenfreundlichkeit zu verbessern, wurde für die neue Broschüren-Serie 2017 die Gestaltung der 11 Broschüren, insbesondere im Innenteil, gemeinsam mit den VU überarbeitet. Durch den Einsatz von tabellarischen Ansichten, Icons und einer allgemeinen Textüberarbeitung sind die Inhalte neu strukturiert worden und dadurch schneller erfassbar.

Auf Anregung der Vertriebsverantwortlichen wurden zudem die Informationen zum Ticket1000 und zum Ticket2000 in einer Broschüre zusammengefasst.

Übersicht: neue Broschüren



Beispiel: Ticket2000 und Ticket1000 Innenseite neu

Ticket2000 und Ticket1000				Extras				
Die Tickets sind als Abo oder Monatsticket erhältlich.				Mo – Fr nach 19 Uhr; an Wochenenden und Feiertagen ganztägig*				
Ticketmerkmale	rund um die Uhr im gewählten Geltungsbereich oder ab 9 Uhr	wahlweise übertragbar	rund um die Uhr Fahrradmitnahme	Kostenlose Mitnahme			Mobilitätsgarantie	
				1 Erwachsener	3 Kinder (6 – 14 Jahre)	verbundweit gültig	zwischen 5 und 20 Uhr bis zu 25 €; zwischen 20 und 5 Uhr bis zu 50 €	rund um die Uhr bis zu 50 €
Ticket2000	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓
Ticket1000	✓				✓		✓	

Das Ticket1000 ist ein persönliches Ticket und nur in Verbindung mit einem Lichtbildausweis gültig.

Das Ticket2000 ist als persönliches oder übertragbares Ticket erhältlich. *bis 3 Uhr des Folgetages

Preisstufen

	A1	A2	A3	B	C	D
Monatsticket**	76,40	80,40	83,00	117,15	151,25	194,50
Aboticket	67,17	70,69	72,97	103,00	132,98	171,00
Abo-Ersparnis pro Monat/Jahr***	9,23/110,76	9,71/116,52	10,03/120,36	14,15/169,80	18,27/219,24	23,50/282,00
9 Uhr Monatsticket**	56,85	59,55	61,40	88,70	113,25	146,70
9 Uhr Aboticket	49,98	52,36	53,98	77,99	99,57	128,98
Abo-Ersparnis pro Monat/Jahr***	6,87/82,44	7,19/86,28	7,42/89,04	10,71/128,52	13,68/164,16	17,72/212,64


Preisstufen

	A1	A2	A3	B	C	D
Monatsticket**	67,85	71,65	74,30	107,40	142,30	181,30
Aboticket	59,65	62,99	65,32	94,43	125,11	159,40
Abo-Ersparnis pro Monat/Jahr***	8,20/98,40	8,66/103,92	8,98/107,76	12,97/155,64	17,19/206,28	21,90/262,80
9 Uhr Monatsticket**	50,25	53,00	54,75	79,35	104,65	135,10
9 Uhr Aboticket	44,18	46,60	48,14	69,76	92,01	118,78
Abo-Ersparnis pro Monat/Jahr***	6,07/72,84	6,40/76,8	6,61/79,32	9,59/115,08	12,64/151,68	16,32/195,84

**Online als 30 TageTicket mit flexiblem Startzeitpunkt erhältlich.
***Durchschnittswerte basierend auf dem Preis für ein Ticket2000/Ticket1000 im Jahresabo.

Übersicht der Städte mit den Preisstufen A1 – A3 s. Seite 6/7 Preisangaben in Euro

Beispiel: SchokoTicket

SchokoTicket			Extra	
Das SchokoTicket ist nur im Abo erhältlich.			 Die Fahrradmitnahme mit dem ZusatzTicket	
Ticketmerkmale	rund um die Uhr	verbundweit gültig	Mobilitätsgarantie	
			zwischen 5 und 20 Uhr bis zu 25 €; zwischen 20 und 5 Uhr bis zu 50 €	Mit einem ZusatzTicket kannst du auch dein Fahrrad mitnehmen. Für jede Fahrt brauchst du hierfür ein neues ZusatzTicket.
SchokoTicket	✓	✓	✓	

Das SchokoTicket ist ein persönliches Ticket und nur in Verbindung mit einem Lichtbildausweis gültig.

Preisstufe

	D
pro Monat	35,30
pro Tag*	1,16

**Durchschnittswert basierend auf dem Preis für ein SchokoTicket im Jahresabo. Preisangaben in Euro

Übersicht der Preisstufe D s. Seite 20 – 21

Hinweis:

Wichtig: Solltest du bereits über 15 Jahre alt sein, benötigen wir jährlich eine Schulbescheinigung von dir.

So bekommst du dein SchokoTicket

Haben wir dich neugierig gemacht? Dann einfach einen Abo-Antrag ausfüllen, im KundenCenter in deiner Nähe abgeben oder per Post an dein Verkehrsunternehmen schicken. Schulstempel bitte nicht vergessen! Das war's schon! Das SchokoTicket erhältst du dann per Post zugeschickt.

SchöneFerienTicket NRW

Erweitere deine Mobilität in den Ferien auf ganz NRW! Für alle Personen unter 21 Jahren gibt es das SchöneFerienTicket NRW. Es gilt in den Oster-, Sommer-, Herbst- oder Weihnachtsferien in allen Bussen und Bahnen sowie Nahverkehrszügen in ganz Nordrhein-Westfalen.

Anmerkung zur Gültigkeit
Fällt der Ferienbeginn auf einen Montag, gilt das SchöneFerienTicket NRW bereits am Wochenende vor dem offiziellen Ferienbeginn. Fällt das Feriende auf einen Freitag, gilt das SchöneFerienTicket NRW bis einschließlich Sonntag nach dem offiziellen Feriende.

SchöneFerienTicket NRW

Weihnachtsferien 2016/2017	30,00
Osterferien/Herbstferien 2017	30,00
Sommerferien 2017	60,00
Weihnachtsferien 2017/2018	30,00

Preisangaben in Euro

Auflagen und Individualisierungen

Für 2017 werden 11 verschiedene Broschüren und 2 Übersetzungen der Broschüre „Die Preise“ (Englisch, Türkisch) mit einer Gesamtauflage von ca. 1.800.000 Stück erstellt. Dabei werden pro Broschüre zwischen 7 und 24 VU Varianten erstellt. Im Vergleich zu 2016 hat sich die Gesamtauflage um ca. 30.000 Stück reduziert, was u.a. im Zusammenfassen der Information zu Ticket1000/Ticket2000 liegt. Die konkreten Veränderungen über alle Broschüren sind z.Zt. noch nicht zu benennen, da die Mengenabfrage noch nicht abgeschlossen ist.

2. YoungTicketPlus Kampagnenauswertung

Im Rahmen der YoungticketPLUS – Kampagne werden jährlich die neuen Auszubildenden als Neukunden angesprochen. Dies erfolgt auf der einen Seite über die klassischen Medien (Plakate und Broschüren) und über Kooperationen (IHK und HWK im Verbundraum). In diesem Jahr wurden erstmalig auch die Online-/Mobile-Kanäle mit entsprechenden Botschaften bespielt. Als zentrale Informationsplattform ist eine Website www.youngticketplus.de im Kampagnendesign entstanden, die zudem mit einer zielgruppengerechten Aufbereitung der Informationen von allen Medien als sog. Landingpage angesteuert wird. Der Aufbau der Seite, sowie die textliche Ausarbeitung wurden u.a. mit den Auszubildenden des VRR erarbeitet.

Ergänzend hat der VRR in Kooperation mit der westfälischen Hochschule in Gelsenkirchen mit Studierenden des Bachelor-Studiengangs „Journalismus und Public Relations“ eine digitale PR- und Werbekampagne sowie Werbefilme für das YoungTicketPLUS entwickelt. Zwei Gruppen Studierender beschäftigten sich zwölf Wochen mit dem Ticket und entwickelten die Ideen für eine Werbekampagne sowie für drei kurze Werbefilme.

Der Kampagnenzeitraum für die Veröffentlichung aller Maßnahmen lag zwischen Anfang Juli und Ende September. Folgende Ziele wurden mit der Kampagne verfolgt:

1. Kommunikationsziele:

- Steigerung der Bekanntheit des YoungTicketPLUS in der Zielgruppe
- Information zu den Produkteigenschaften und Zusatznutzen
- Erklärung des Beschaffungswegs für das Ticketprodukt

2. Marketingziele:

- Traffic-Generierung auf der Landingpage www.YoungTicketPLUS.de
- Interessenten in KundenCenter bringen zwecks Beratung
- Generierung von Abo-Abschlüssen

Im Rahmen der Kampagne wurden folgende Werbebanner innerhalb der Zielgruppe von 16-22 Jahren im VRR-Raum ausgespielt (u.a. Facebook, Spotify):

Auswertung:

Insgesamt wurden im Kampagnenzeitraum 48.546 Klicks (Besuche) auf www.youngticketplus.de bei einem Budget von 20.000 € durch Online-Banner generiert (Cost per Click 0,53 cent). 1048 Klicks wurden durch die Spotify-Spots generiert. Die Klickrate lag bei 0,37% (Spotify-Benchmark liegt bei 0,09 - 0,16%).

Die Landingpage der Kampagne www.youngticketplus.de wurde während der Kampagnenzeit insgesamt ca. 45.000-mal aufgerufen. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer auf der Seite betrug 1 Minute 3 Sekunden.

Drei Viertel aller Besucher haben von einem Smartphone auf die Seite zugegriffen, von einem Desktop PC war es ein Viertel. Von den Besuchern haben insgesamt 1662 den Abo-Antrag für das YoungTicketPLUS heruntergeladen.

Eine konkrete Konversionsrate, d.h. der prozentuale Anteil der Besuche, der ein Abo abgeschlossen hat, ist leider nicht darzustellen. Abschlüsse werden aufgrund der Prüfung der Ausbildungsbestätigungen in den KundenCentern der VU durchgeführt. Dabei ist die konkrete Informationsquelle nicht eindeutig zu ermitteln.



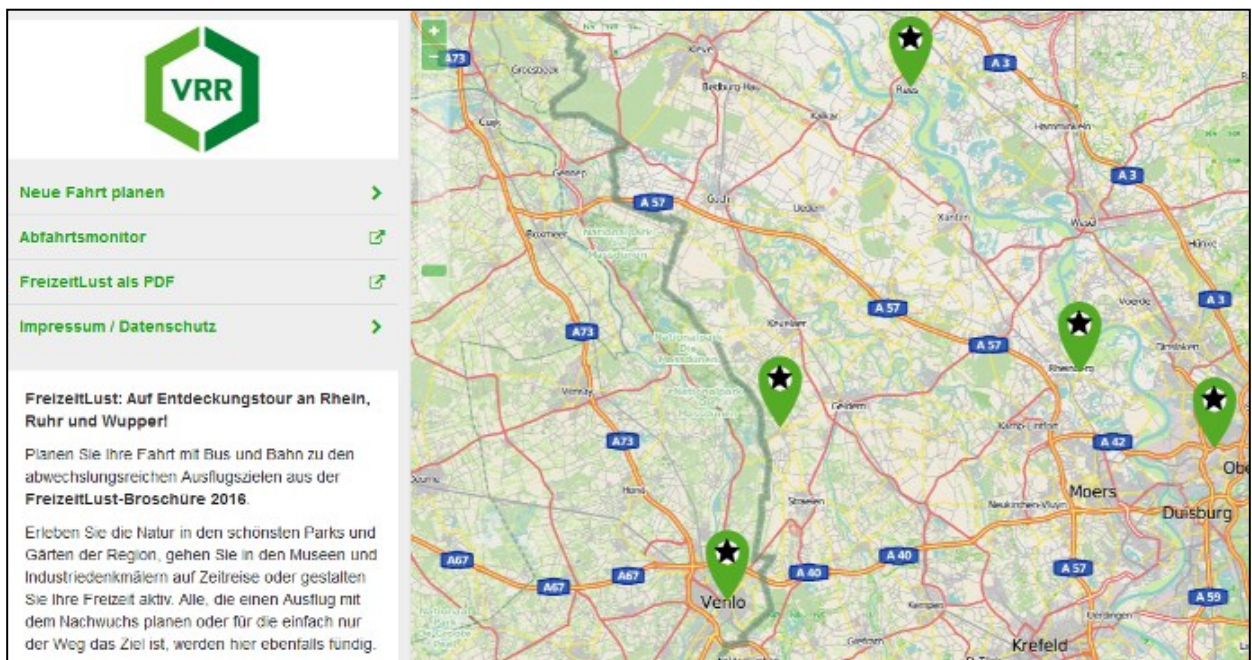
3. Fahrtenplaner

Seit Juli 2016 bietet der VRR seinen Fahrgästen online drei Fahrtenplaner an:

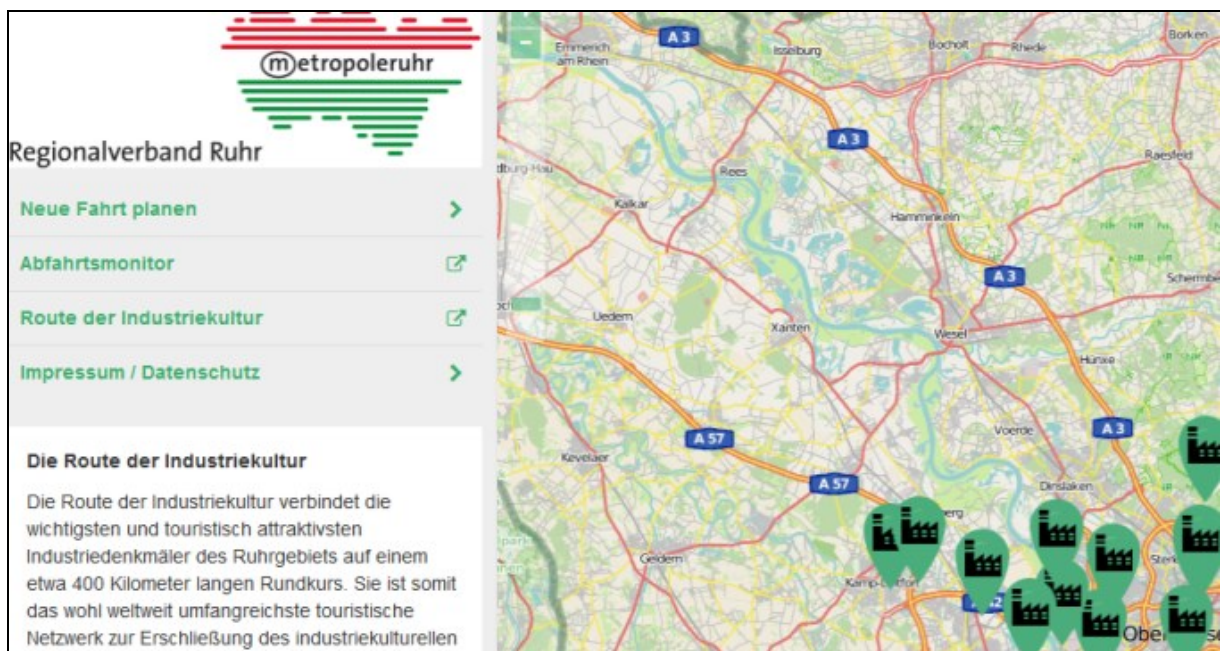
- FreizeitLust: Auf Entdeckungstour an Rhein, Ruhr und Wupper
- KlasseFahrt – Im VRR on tour
- Route der Industriekultur

Fahrgäste können die drei Fahrtenplaner über ihr Smartphone, Tablet oder den stationären PC unter <http://fahrtenplaner.vrr.de> aufrufen. Über die Online-Anwendung können sie anschließend ihre Fahrt mit Bus und Bahn zu dem gewünschten Ausflugsziel planen, ein Ticket kaufen oder sich zusätzliche Informationen zu den Ausflugszielen anzeigen lassen.

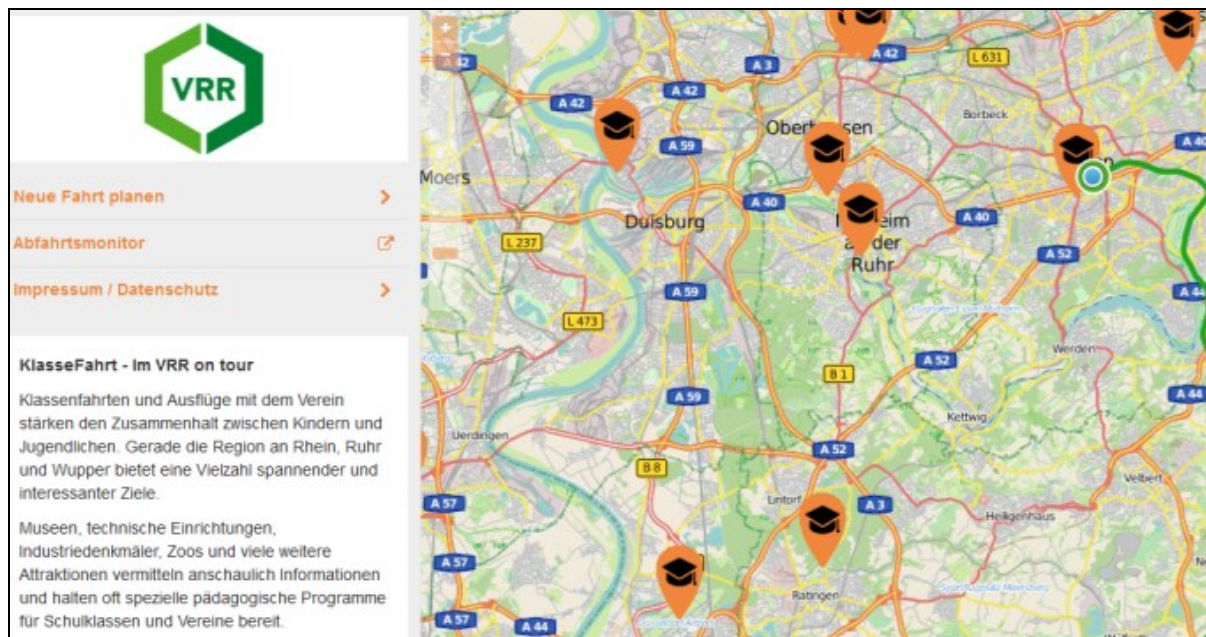
Desktop-Ansicht Fahrtenplaner FreizeitLust:



Desktop-Ansicht Fahrtenplaner Route der Industriekultur:



Desktop-Ansicht Fahrtenplaner KlasseFahrt:



Dank der Mandantenfähigkeit des Systems haben in den vergangenen Monaten auch einige Verkehrsunternehmen und externe Partner den VRR-Fahrtenplaner erfolgreich für eigene Veranstaltungen und Fahrtenlässe eingesetzt. So wurde z. B. ein Fahrtenplaner zur WissensNacht Ruhr am 30.09.2016 (RVR), zum Tag des offenen Denkmals in Dortmund am 11.09.2016 (DSW21) und zu den Sommerwanderungen in Wuppertal (WSW mobil) angeboten.

Um weitere Verkehrsunternehmen und Kooperationspartner für die Nutzung des VRR-Fahrtenplaners zu gewinnen und diese bei der Erstellung zu unterstützen, wurde ein Starterpaket entwickelt und zur Verfügung gestellt. Es enthält ein Informationsblatt mit den wichtigsten Hinweisen und Vorteilen der webbasierten Anwendung sowie eine ausführliche Anleitung. Im Oktober wurde erstmals eine Auswertung zum VRR-Fahrtenplaner über das Internetanalysetool PIWIK durchgeführt. Diese hat gezeigt, dass der Fahrtenplaner bei Veranstaltungen mit mehreren Standorten, wie z. B. die ExtraSchicht 2016, gut angenommen wird. Die teilweise noch geringen Seitenaufrufe bei den anderen Fahrtenplanern sind in der bisher fehlenden Bewerbung begründet. Bei dem für Ende November geplanten Weihnachtsmarkt-Fahrtenplaner wird daher eine begleitende Bewerbung über VRR- und VU-eigene Medien erfolgen.

