

nextTicket

Tarif- und Marketingausschuss 09/2018

Verkehrsverbund Rhein-Ruhr AöR

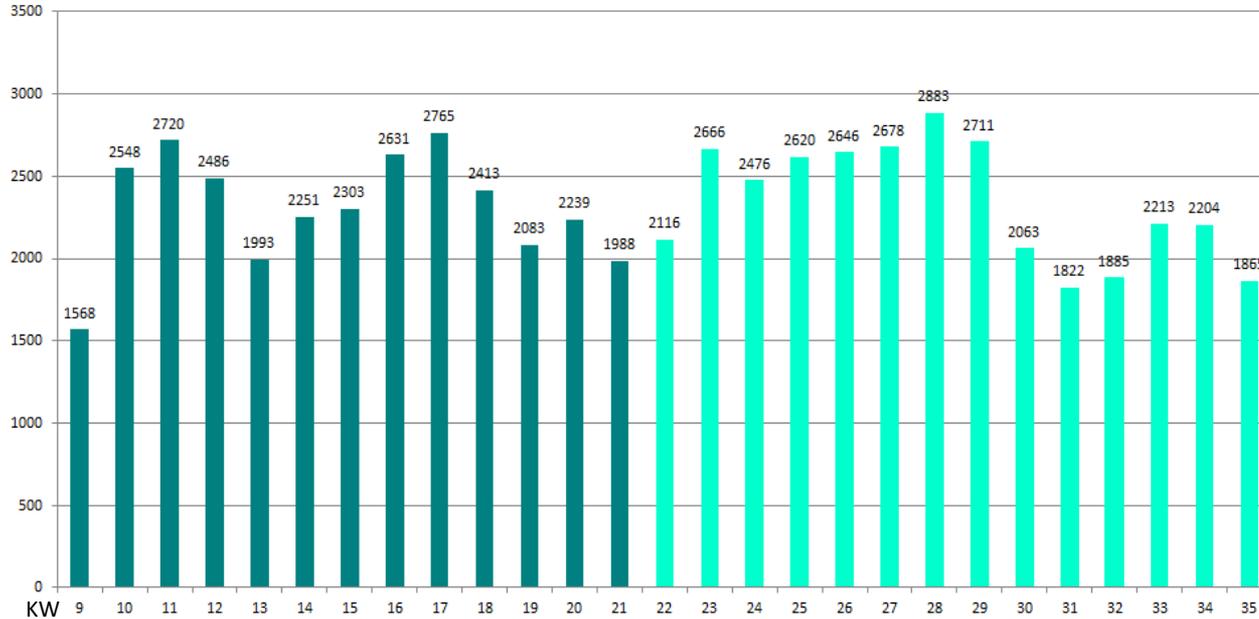
Gelsenkirchen, 18.09.2018



Fahrten nextTicket



Abgerechnete Fahrten nach Kalenderwoche



2.300 Fahrten/Woche

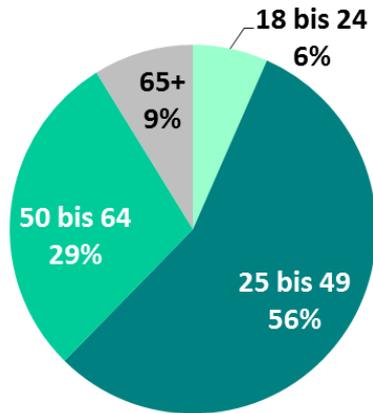
- Ca. 63.000 Fahrten in beiden Phasen.
 - In beiden Phasen fast gleich viele Fahrten.
- ➔ nextTicket in beiden Phasen attraktiv.

Teilnehmer am Praxistest nextTicket

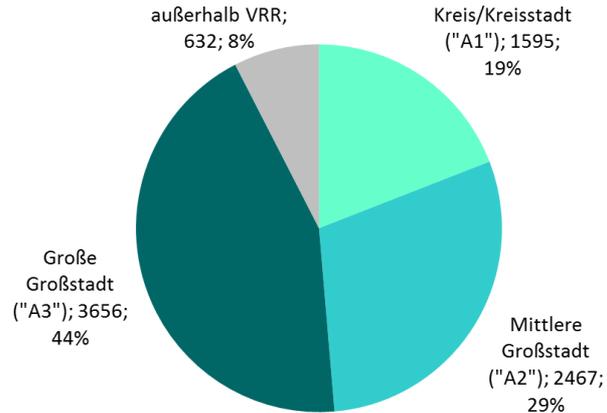
8.350



Alter

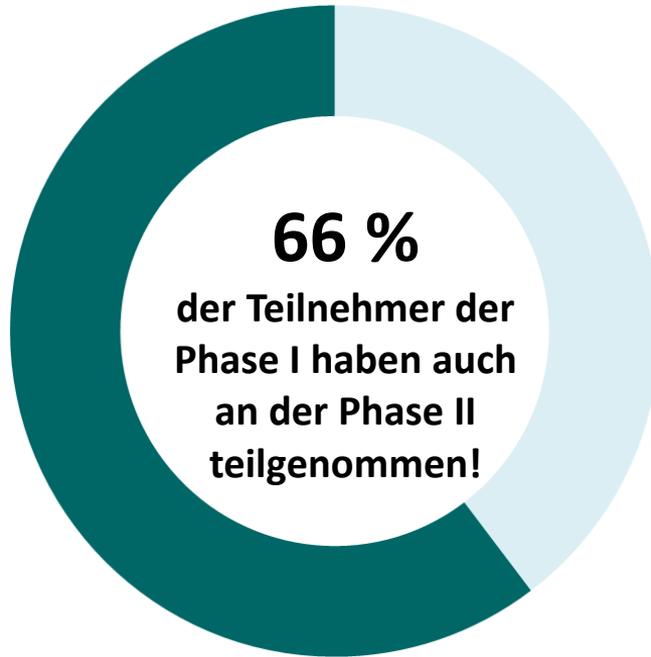


Wohnort



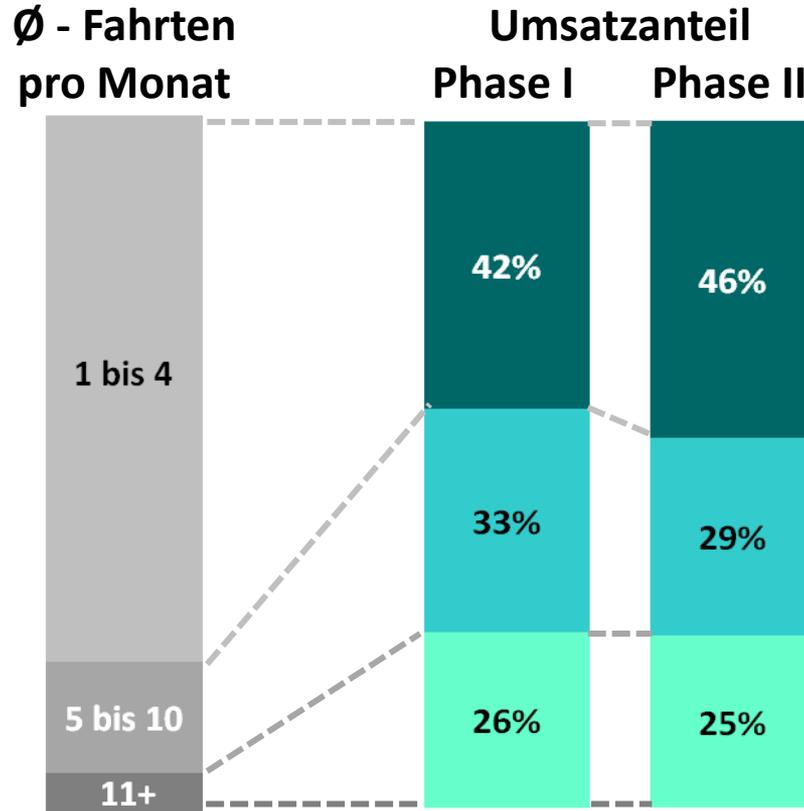
- nextTicket wurde über alle Altersgruppen genutzt.
- Die Teilnehmer beim nextTicket verteilen sich repräsentativ über alle Städte/ Kreise.

Teilnehmer am Praxistest



- 45 % aller Teilnehmer haben an beiden Phasen teilgenommen.
- In der Phase II sind ca. 32 % neue Teilnehmer hinzugekommen, die vorher nicht am Praxistest teilgenommen haben.
- Gute Vergleichbarkeit bei zukünftigen Modell-Kalkulationen.

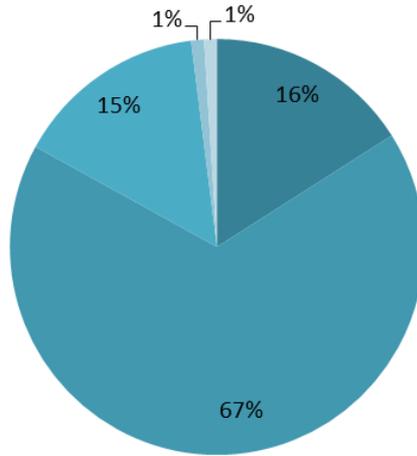
Umsatz nach Nutzergruppen



- Ca. 80 % der Teilnehmer haben 1 bis 4 Fahrten im Monat gemacht.
- 6 % der Teilnehmer haben das nextTicket mehr als 11 mal im Monat genutzt.
- Umsatzanteile nach Nutzergruppen sind in beiden Phasen fast identisch.

Tarifliche Besonderheiten bei nextTicket

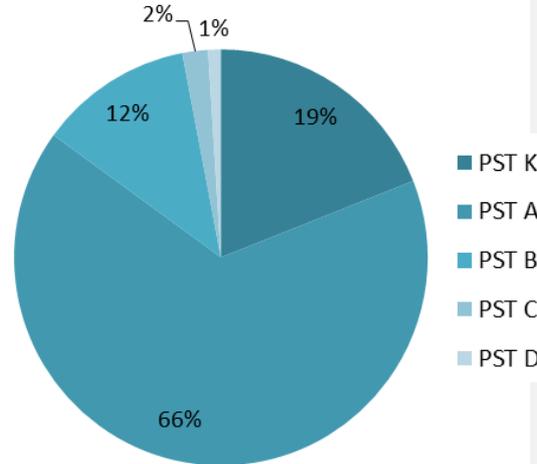
Preisstufen nextTicket Phase I



Rabatt durch Best-Preis in Phase I
9,6 % - 11,0 %

Rabatt durch Bonusfahrt in Phase II
16,9 %

Preisstufen analoger Tarif



Rabatt im analogen Tarif
4erTicket 5,6 % - 11,8 %
10erTicket 15,0 % - 34,6 %
24h-Ticket* 16,0 % - 36,6 %

- Rabatt durch Best-Preis sowie durch die Bonusfahrt entspricht den sonstigen Rabatten im analogen VRR-Tarif.
- Die Verteilung der Preisstufen beim nextTicket entspricht ebenfalls den üblichen Nutzungsverhalten.

Weiteres Vorgehen Tarifgestaltung

4 – 2018: Ergebnisse des Praxistests, Vorstellung von grundsätzlichen Tarifmodellen/-ideen (Luftlinie, Degression etc.), Entscheidungskriterien für die Modelleinigung, Verfahren mit Partnerverbänden.

1 – 2019: Mit Verkehrsunternehmen abgestimmte Tarifmodelle werden vorgestellt und ggf. verabschiedet, Zwischenbericht Ergebnisse Verbundpartner, soweit vorhanden.

2 – 2019: Markteinführungskommunikation („Marke“, Einführungszeitpunkt etc.), Kooperation NRW-Verbände.

4 – 2019: eTarif mit VRS synchronisieren, Zielwerte, Einführungszeitpunkte festlegen werden.

2 – 2020: Geplante Einführung.

3 – 2020: Berichterstattung zur geplanten Einführung.

Zufriedenheitswerte mit nextTicket

Zufriedenheit mit...	Rückmeldung „sehr zufrieden“ / „zufrieden“
nextTicket insgesamt	74% (Phase 1) 59% (Phase 2)
Transparenz Abrechnung und Tarif	89% in beiden Phasen
Fairness km-Tarif (grunds.) Zufriedenheit km-Tarif im Test	72% (Phase 2) 46% (Phase 2)
Verständlichkeit km-Tarif	70% (Phase 2)
Weiterempfehlungsbereitschaft	84% (Phase 1) 68% (Phase 2)

- Der km-Tarif der Phase 2 wird im Kern als gerecht(er) angesehen, polarisiert aber noch „Gewinner“ und „Verlierer“.
- Feedback wird zur ganzheitlichen Weiterentwicklung genutzt (Tarif, Nutzererlebnis etc.).