

# Jahresbericht 2009: Großkunden

Sponsorpartner von



## **Großkunden**

Auf Grund des Arbeitsauftrages aus dem letzten Sitzungsblocks legt der VRR hiermit einen Sachstandsbericht zur Verkaufsentwicklung der Tarifangebote für Großkunden vor.

Auswertungszeitraum ist das Jahr 2009 und das 1. Quartal 2010.

Die Angebote für Großkunden umfassen zurzeit die drei Tarifvarianten,

- **Großkunden-Rabattmodell,**
- **FirmenTicket-Rabattmodell**
- **FirmenTicket-100/100-Modell**

Bei den beiden FirmenTicket-Modellen erhält der Endkunde eine Chipkarte mit einem eigenen Layout, beim Großkunden-Rabattmodell kann der Kunde ein rabattiertes Abo-Ticket aus dem Regelangebot (Ticket2000 persönlich, Ticket1000, BärenTicket oder YoungTicketPLUS) erwerben. Während das FirmenTicket-100/100-Modell ein solidarisches Modell mit einer Abnahme von FirmenTickets für **alle** ständigen Mitarbeiter ab einer Mindestgröße von 100 Mitarbeitern ist, werden beim FirmenTicket-Rabattmodell und beim Großkunden-Rabattmodell bei einer Mindestabnahme von jeweils 50 Tickets die Abos nur an die Mitarbeiter ausgegeben, die ein Ticket wünschen.

Beim FirmenTicket-Rabattmodell erfolgt die Rabattierung der Tickets in Höhe von 6 % - 11 % bezogen auf das Ticket1000 im Abo je nach Abnahmemenge, beim Großkunden-Rabattmodell kommen zusätzlich zum Mengenrabatt, der niedriger angesetzt ist als beim FirmenTicket-Rabattmodell, noch Rabatte auf Grund von Vertriebsaktivitäten, insbesondere von Neukundengewinnung, hinzu. In der Summe können Rabatte zwischen 4 % - 12% bezogen auf das jeweilige Ticket im Abo realisiert werden, je nach Abnahmemenge und Vertriebsunterstützung. Die Preise bewegen sich in der Spanne von 34,40 € für das Ticket1000 9 Uhr in der Preisstufe A1 und einem Rabatt von 4 % in der Variante Standard bis zu 106,67 € für das Ticket2000 in der Preisstufe D und einem Rabatt von 12 % in der Variante Extra.

Nachfolgend wird die Entwicklung der drei Großkunden-Angebote detailliert beschreiben.

### **Großkunden-Rabattmodell**

Dieses Tarifmodell ist mit Beschluss des Verwaltungsrates im Dezember-Sitzungsblock 2006 eingeführt worden.

Bis Ende des Jahres 2009 sind 65 Verträge von 11 Verkehrsunternehmen abgeschlossen worden. Hiervon sind drei Verträge aus dem Großkunden-Vertriebsmodell und zwei Verträge aus dem FirmenTicket-Rabattmodell in das Großkunden-Rabattmodell überführt worden. Die Abschlüsse teilen sich wie folgt auf die einzelnen Rabattstaffeln auf:

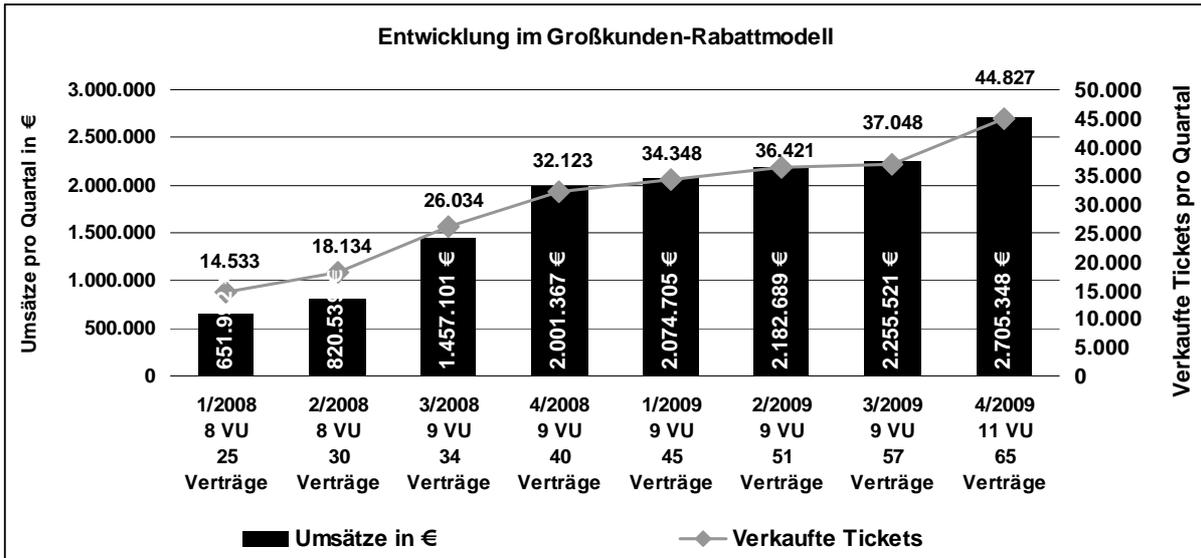
Variante	Abnahmemenge	Rabattstaffel	Verträge
Standard			0
Plus	ab 50 Tickets	6 %	5
	ab 100 Tickets	8 %	9
	ab 250 Tickets	10 %	5
Extra	ab 50 Tickets	8 %	14
	ab 100 Tickets	10 %	23
	ab 250 Tickets	11 %	4
	ab 700 Tickets	12 %	5
<b>Gesamt</b>			<b>65</b>

Die Variante **Standard** gilt, wenn neben dem erreichten Mengenrabatt die Grundvoraussetzungen erbracht werden. Diese sind die Datenbereitstellung für die Ausstellung der Tickets und für die statistischen Auswertungen der Verkehrsunternehmen sowie die automatische Aktualisierung der Daten und Mitteilung an das Verkehrsunternehmen. Diese Leistungen sind unabdingbar.

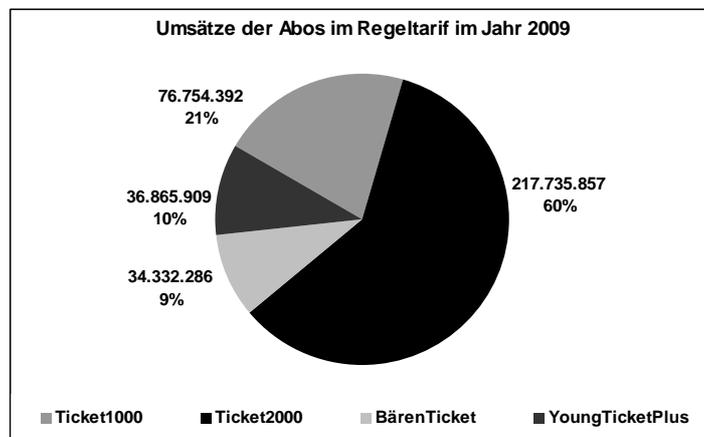
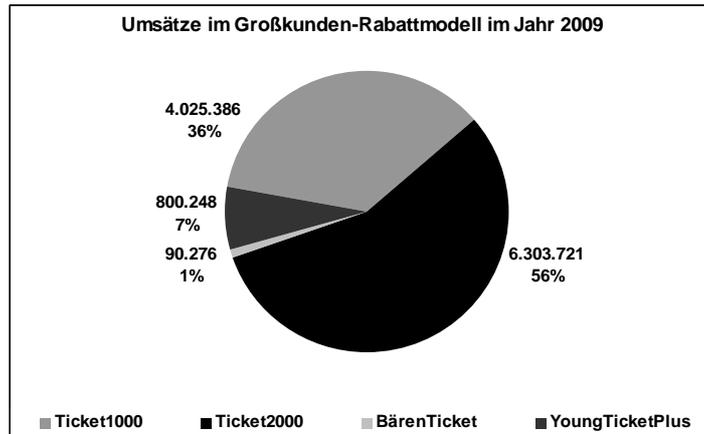
Die Variante **Plus** wird erreicht, wenn zusätzlich zu der Variante Standard der Neukundenanteil an den zu erwartenden Abschlüssen zu Beginn des Vertrages einen vom Vertrags- Verkehrsunternehmen festzulegenden Mindestanteil beträgt. Bei Erreichen dieses Wertes erhält der Vertragspartner zu dem Mengenrabatt einen weiteren Rabatt gemäß Tabelle.

Die Variante **Extra** wird erreicht, wenn zusätzlich zu den Varianten Standard und Plus zu erwarten ist, dass der Anteil der Ticketabnehmer an der Gesamtzahl der Mitglieder durch Aktivitäten der Vertragspartner im Folgejahr erhöht wird oder mindestens gleich bleibt. Bei Erreichen dieses Wertes erhält der Vertragspartner zu dem Mengenrabatt nochmals einen weiteren Rabatt. Dieser Erfolgsbonus muss jährlich überprüft und gegebenenfalls angepasst werden.

Die Anzahl der abgenommenen Tickets und der Einnahmen ist seit April 2007 kontinuierlich gestiegen. Die folgende Grafik verdeutlicht die Entwicklung bis Dezember 2009:

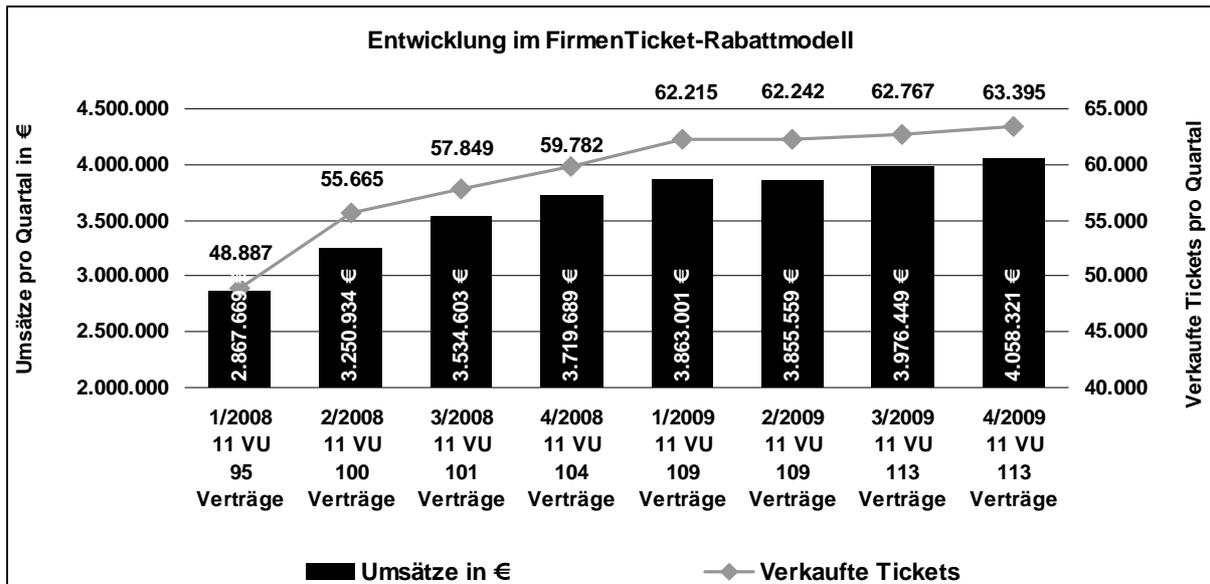


Die Aufteilung der Umsatzzahlen für das Jahr 2009 zeigt, dass der Anteil der Tickets mit größeren Zusatznutzen (Ticket2000/Ticket2000 9 Uhr, BärenTicket und YoungTicketPLUS) ca.  $\frac{2}{3}$  des Gesamtumsatzes beträgt. Das Ticket2000/Ticket2000 9 Uhr hat mit 56 % den höchsten Anteil erreichen können. Die Verteilung entspricht tendenziell der Verteilung bei den Abos im Regeltarif.



## FirmenTicket-Rabattmodell

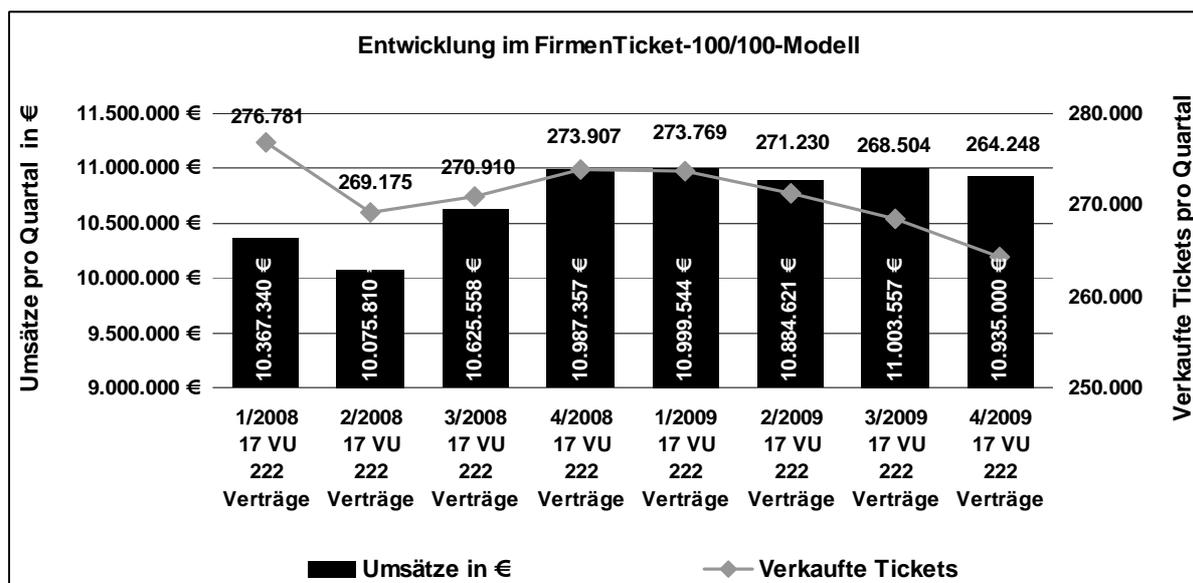
Wie die nachfolgende Grafik zeigt, verläuft auch im FirmenTicket-Rabattmodell die Entwicklung sowohl bei den Verkaufszahlen als auch bei den Umsätzen die Entwicklung leicht positiv. Insgesamt haben bis Ende 2009 elf Verkehrsunternehmen 113 Verträge für Mitarbeiter abgeschlossen. Dieses Tarifangebot ist zum 1. Januar 1997 eingeführt worden mit drei Rabattstufen von 5 % - 10 % und gilt nach Modifizierung mit fünf Rabattstufen von 6 % - 11 % seit dem 1. Januar 2000.



## FirmenTicket-100/100-Modell

Dieses Tarifmodell besteht bereits seit dem 1. Januar 1991.

Hier waren im Jahr 2009 bei konstanten Vertragszahlen die Umsätze auf Grund von sinkenden Mitarbeitern (2008: 90.898 Mitarbeiter / 2009: 89.808 Mitarbeiter) tendenziell leicht rückläufig. Vorrangig wurden neben Verträgen mit gewerblichen Branchen wie Industrie und Einzelhandel Verträge mit Einrichtungen des öffentlichen Dienstes wie Ministerien und Behörden abgeschlossen. Hier dienen die Abschlüsse auch als Mittel zur Parkraumbewirtschaftung.



Insgesamt ergibt sich folgende Einnahmenentwicklung:

<b>Großkunden-Einnahmen 2005 – 2009 in Mio. €</b>					
	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>
Großkunden-Rabattmodell	-	-	0,6	4,9	9,2
FirmenTicket-Rabattmodell	5,4	7,4	10,8	13,4	15,8
FirmenTicket-100/100-Modell	37,0	39,5	41,0	42,1	43,8
<b>Summe</b>	<b>42,4</b>	<b>46,9</b>	<b>52,4</b>	<b>60,4</b>	<b>68,8</b>

### Fazit

Die Entwicklung im Großkunden-Rabattmodell ist seit der Markteinführung zum 1. März 2007 positiv verlaufen. Da bereits sechs weitere Verträge in 2010 und später abgeschlossen worden sind, wird sich diese Entwicklung voraussichtlich auch im nächsten Jahr fortsetzen.

Der Anteil der höherwertigen Tickets ist weiterhin größer als der des persönlichen Ticket1000/Ticket1000 9 Uhr. Nach wie vor liegt der Umsatz-Anteil beim Ticket2000/Ticket2000 9 Uhr bei 56 % am höchsten. Hier zeigt sich, dass die Endkunden bei der Wahlmöglichkeit unter verschiedenen Ticket-Angeboten überwiegend für die attraktiveren Tickets entscheiden. Gleichzeitig werden Mehreinnahmen erzielt, die nur mit dem FirmenTicket-Rabattmodell nicht zu erreichen wären.

Auch das FirmenTicket-Rabattmodell ist auf Grund der Absatz- und Umsatzentwicklung sowie nach den Vertragsabschlüssen nach wie vor steigerungsfähig. Hierdurch erweist sich die Entscheidung, die beiden FirmenTicket-Modelle und das Großkunden-Rabattmodell parallel fortzuführen, als richtig.

Seit dem 1. April 2009 können Kunden, die im VRR arbeiten und im VRS wohnen, den Ergänzungsaufpreis auch zum Großkunden-Rabattmodell erwerben. Bisher beinhalten vier abgeschlossene Verträge die Erweiterung zum VRS.

**Ausblick**

Zusätzlich zu den für alle drei tariflichen Großkundenangebote im VRR bestehenden VRS-Ergänzungsaufpreisen wird die Einführung von Ergänzungsaufpreisen zum Aachener Verkehrsverbund (AVV) zu allen Großkunden-Angeboten im VRR und im AVV angestrebt. Hierzu ist eine Arbeitsgruppe aus Vertretern beider Verkehrsverbände gebildet worden, die die tariflichen und vertrieblichen Grundlagen erarbeitet.