

Fachtagung
vom 8. bis 10. März 2017
in Zürich

ABO sichern und 247 € sparen

Hol dir lieber das Original.
Das BVG-Abo.

BVG
WEIL WIR DICH LIEBEN.

Jetzt mit dem Abo sparen
und sich was Echtes gönnen.
BVG.de/Abo

Foto: Henriette Kohn

Ansätze für Führungskräfte
aus Verkehrsunternehmen und
Verkehrsverbänden

Abo und Kundenbindung – Wie weiter?

Von der guten alten Zeitkarte zu innovativen Flatrateansätzen –
Wie mit Stammkunden Erlöse gesteigert werden können

Abo und Kundenbindung – Wie weiter? Von der guten alten Zeitkarte zu innovativen Flatrateansätzen – Wie mit Stammkunden Erlöse gesteigert werden können

Die Notwendigkeit von Ertragsverbesserungen bei Bussen und Bahnen ist nach wie vor ein zentrales Thema. So gehört die klassische Zeitkarte weiterhin zu den Erlöstreibern im ÖPNV, auch wenn sie von Anhängern entfernungsabhängiger E-Tarife zum Auslaufmodell erklärt wurde. Doch weder das Mobilitätsverhalten, wie die Rush-Hour-Mobilität von Berufstätigen, noch die von früher gewohnten Steigerungsraten durch einfache Abo-Kommunikation sind heute selbstverständlich: In vielen Städten und Regionen schaffen es Verkehrsunternehmen und Verbünde nicht mehr, den Zeitkartenabsatz pro Einwohner ohne größeren Aufwand konstant zu halten, um somit Erlöse zu sichern und idealerweise zu steigern.

Dabei verspricht die klassische Flatrate weiterhin große Chancen für ÖPNV-Betreiber: Anhand von Beispielen lässt sich belegen, mit welchen Ansätzen sich gelegentliche Nutzer in

den Zeitkartenmarkt locken lassen – nicht nur mit steigenden, sondern auch mit langfristig verstetigten Erlösen. Das kann von einer intelligenten Produktdifferenzierung anhand der Hauptzielgruppen genauso erfolgen wie durch moderne Abo-Vertriebskanäle und zeitgemäße Vermarktung. Auch besondere Zielgruppen haben oft eine höhere Zahlungsbereitschaft, als heute realisiert wird – von solidarischen Semestertickets bis hin zu anreizintensiven Jobtickets gibt es viele Wege, um einen relevanten Erlösblock weiter auszubauen.

Die von Probst & Consorten Marketing-Beratung und moveQuality veranstaltete Fachtagung bietet Ihnen die Möglichkeit, sich über aktuelle Trends in der Preisgestaltung im Stammkundenbereich sowie über das Kundengewinnungs- und -bindungsmanagement zu informieren. Gewinnen Sie wertvolle Erkenntnisse für die eigene Unternehmensstrategie und das tägliche Geschäft!



Foto: Chajim Meinhold

Auf dem Seminar in Zürich präsentieren Branchenexperten aus Deutschland, Österreich und der Schweiz ihre Konzepte und Umsetzungserfahrungen. Bei jedem Referat besteht genügend Zeit zur Diskussion. Die Seminarthemen werden sowohl intensiv aus Sicht der Verkehrsunternehmen als auch aus der Sicht der Verkehrsverbünde beleuchtet.

Das Get-Together am Vorabend, die Pausen zwischen den Vorträgen und die Abendveranstaltung bietet Ihnen gute Möglichkeiten, um persönliche Kontakte mit Fachkolleginnen und Fachkollegen zu knüpfen und zu vertiefen. Wir freuen uns auf einen herzlichen und intensiven Austausch mit Ihnen!

Ihre Veranstalter

PROBST & CONSORTEN MARKETING-BERATUNG



Gerhard Probst
Geschäftsführer

g.probst@probst-consorten.de



Clemens Kahrs
Senior Consultant

c.kahrs@probst-consorten.de

www.probst-consorten.de



Michael Klier
Analyst

m.klier@probst-consorten.de

moveQUALITY



Christian Rieger
Geschäftsführer

info@movequality.ch

www.movequality.ch

Tagungsprogramm

Mittwoch, 8. März 2017

19.00 Uhr **Kennenlernen am Vorabend und gemeinsames Abendessen**

Restaurant Hotel Uto Kulm

Donnerstag, 9. März 2017

9.00 Uhr **Begrüßung und Eröffnung**

Gerhard Probst

9.30 Uhr **Gibt es die Kundenbindung 4.0 – und was steckt dahinter?**

- ▶ Welche Tarifinnovationen zünden am Markt?
- ▶ Wo sortieren sich die Flatrates und Zusatzleistungen ein?
- ▶ Lohnt sich eine Flatrate?
- ▶ Welche Einflussfaktoren sind gestaltbar?
- ▶ Was muss und kann Vertrieb leisten?

Clemens Kahrs
Senior Consultant
Dr. Michael Klier
Analyst
Probst & Consorten
Marketing-Beratung

10.30 Uhr Kaffeepause

11.00 Uhr **Die Zeitkartenoffensive im westfälischen Regionalverkehr – Wie lassen sich mit passgenauen Tarifangeboten neue Zielgruppen erschließen?**

- ▶ Ist das Preisniveau besonders im ländlichen Raum überhöht? Wenn ja, wie kommen wir auf ein attraktives Niveau zurück?
- ▶ Sozialtickets als erster Schritt einer Preis-Mengen-Strategie
- ▶ Marktforschung Sozialticket im Abo: Wollen sich tatsächlich viele Kunden binden?

Achim Overath
Geschäftsführer
Minden Herforder
Verkehrsgesellschaft

12.00 Uhr Mittagessen

Hotel Uto Kulm

14.00 Uhr **Tirol: Rückblick auf die radikale Tarifreform in Innsbruck und Einblick in die geplante VVT-Tarifreform**

- ▶ Tarife zwischen Abschöpfung und Preis-Mengen-Strategie
- ▶ IVB-Tarifreform im dritten Jahr – ökonomische Ansätze zur Weiterentwicklung
- ▶ Kundenbindung von Senioren: Warum hat mehr als jeder 5. Tiroler Senior eine Jahreskarte?
- ▶ Zielstellung und Prozess der VVT-Tarifreform

Dr. Alexander Jug
Geschäftsführer
Verkehrsverbund Tirol
Andreas Jochmann
Leiter Vertrieb
Innsbrucker Verkehrsbe-
triebe und Stubaitalbahnhof

15.00 Uhr Kaffeepause

15.30 Uhr **Zwischen „Metropol“-Preisstufen und Einheitspreisen bei Zeitkarten – Erfahrungen und Ausblicke zum Abo im VRR**

- ▶ Erfahrungen mit 15 Jahren Tarifiedifferenzierung im Abo
- ▶ Erfolge und Grenzen des aktuellen Abo-Angebotes in Rhein-Ruhr
- ▶ Stagnation beim Abo – Wie weiter im Stammkundengeschäft?

Heinz Hauschildt
Fachgruppenleiter
Marketingplanung
Verkehrsverbund
Rhein-Ruhr

16.30 Uhr Zusammenfassung und Abschlussdiskussion des ersten Tages

Gerhard Probst

17.00 Uhr Zeit zur freien Verfügung

18.00 Uhr Gemeinsame Fahrt in die Stadt und gemeinsames Abendessen

Altstadt Zürich

Freitag, 10. März 2017

9.00 Uhr Eröffnung des zweiten Tagungstages

Christian Rieger

9.15 Uhr **Das solidarische Semesterticket weckt Zahlungsbereitschaften – ein Modell auch für andere Zielgruppen?**

- ▶ Steigende Flatrate-Nutzung erfordert steigende Preise, für die Zahlungsbereitschaften vorhanden sind
- ▶ Einbezug der studentischen Vertreter als Garant für ein verbindliches Ergebnis
- ▶ Strahlkraft auf andere Zielgruppen: Solidarische Flatrate-Modelle als alternative Finanzierungsformen des ÖV?

Matthias Hehl
Geschäftsstellenleiter
Tarifgemeinschaft
Münsterland/Ruhr-Lippe

10.15 Uhr **Die Kundenbindungsstrategie im VVS und die Vertrieboffensive der SSB: Konzepte und Ergebnisse rund um die Abonnements**

- ▶ Tarifliche Überarbeitung aller Stammkundentarife – Was bringt Bindung per Abo ökonomisch? Lohnt sich die Rabattierung?
- ▶ Zielgruppentickets für Azubis und Senioren: Funktioniert eine Preis-Mengen-Strategie im Hochpreisverbund?
- ▶ Professionelle Marktansprache und -betreuung im Privatkunden- und Firmenmarkt

Dr. Markus Raupp
Unternehmens-
bereichsleiter
Marketing und Vertrieb
Stuttgarter
Straßenbahnen

11.15 Uhr Kaffeepause

11.45 Uhr **Anforderungen an die Kundenbindung der Zukunft: Tarifstrukturen ja, aber in einfach!**

- ▶ Kundenbindung in der Schweiz heute: Vom Streckenabonnement bis zum SwissPass mit automatischer Verlängerung
- ▶ Postpaid-Ticketing „FAIRTIQ“ in Luzern: „Die einfachste Fahrkarte der Schweiz“
- ▶ Rabattlogik, Bestpreis & Co.: Ist die elektronische Reiseerfassung dem Abo sein Tod?

Beat Nater
Leiter Betrieb und Markt
Verkehrsbetriebe Luzern

12.45 Uhr **Zusammenfassung und Abschluss des Seminars**

Gerhard Probst

13.15 Uhr Mittagessen, danach Ende der Veranstaltung

Hotel Uto Kulm

Zur Anmeldung verwenden Sie bitte dieses Formular. Einfach ausfüllen und bis zum **15. Februar 2017** an uns zurücksenden – per Post, E-Mail oder Fax.

Anmeldung zur Fachtagung

Abo und Kundenbindung – Wie weiter?

Von der guten alten Zeitkarte zu innovativen Flatrateansätzen – Wie mit Stammkunden Erlöse gesteigert werden können

vom 8. bis 10. März 2017 in Zürich

Firma

Rechnungsempfänger

Straße

PLZ / Ort

Teilnehmer (Name, Vorname)

Funktion

Telefon

E-Mail

Übernachtung

- Bitte buchen Sie für mich verbindlich ein Einzelzimmer inkl. Frühstück im Hotel UTO KULM zum Preis von 135 Franken oder 110 Euro (zzgl. USt.) pro Person/Nacht

Anreise: _____ Abreise: _____

Rahmenprogramm

- Ich nehme am Vorabendtreffen teil – 8. März 2017
 Ich nehme am Abendprogramm teil – 9. März 2017

Die Teilnahmegebühr ist erst nach Erhalt der Rechnung zu begleichen. Stornierungen sind schriftlich vorzunehmen. Bei Rücktritt bis zum 15. Februar 2017 wird eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von 90 EUR (zzgl. USt.) erhoben. Bei Rücktritt nach dem 15. Februar 2017 oder Nichterscheinen werden 100% der Teilnahmegebühr sowie die Hotelausfallkosten in Rechnung gestellt. Maßgebend für die genannten Zeitpunkte ist der Posteingang bei Probst & Consorten Marketing-Beratung bzw. moveQuality. Eine Vertretung ist selbstverständlich kostenlos möglich. Probst & Consorten Marketing-Beratung behält sich vor, die Veranstaltung wegen zu geringer Nachfrage bzw. Teilnehmerzahl (bis spätestens 10 Tage vor dem geplanten Veranstaltungstermin) oder aus sonstigen wichtigen, nicht von Probst & Consorten Marketing-Beratung zu vertretenden Gründen (z. B. plötzliche Erkrankung von Referenten, höhere Gewalt) abzusagen. Bei Absagen erfolgt eine sofortige Benachrichtigung. In diesem Falle besteht für Probst & Consorten Marketing-Beratung nur die Verpflichtung zur Rückerstattung der evtl. bereits bezahlten Teilnahmegebühr. Die Haftung von Probst & Consorten Marketing-Beratung beschränkt sich in jedem Fall lediglich auf die Teilnahmegebühr. Probst & Consorten Marketing-Beratung behält sich in Ausnahmefällen den Wechsel von Referenten und/oder Verschiebungen bzw. Änderungen im Programm vor, soweit dies den Nutzen der Veranstaltung für den Teilnehmer nicht wesentlich ändert.

Ort/Datum

Unterschrift

Teilnahmebetrag

1.490 Franken oder 1.290 Euro

zzgl. USt. pro Person

Die Seminargebühr enthält:

- ▶ Seminarpauschale
- ▶ Seminarunterlagen
- ▶ Seminargetränke und Snacks
- ▶ zwei Mittagessen
- ▶ zwei Abendessen

Übernachtung

135 Franken oder 110 Euro

zzgl. USt. pro Person/Nacht
(Einzelzimmer inkl. Frühstück)

Veranstaltungsort

Hotel Uto Kulm

CH 8143 Uetliberg/Zürich

Tel.: +41 (0)44 4576666

Fax: +41 (0)44 4576688

www.utokulm.ch

Ⓜ Uetliberg (S10)

Das Besondere am Ütliberg ist nicht nur die gute Aussicht auf die Alpen und Zürich. Er ist auch einfach im Halbstundentakt in 20 Minuten direkt vom Züricher Hauptbahnhof erreichbar.

Anmeldung/Kontakt

für Teilnehmer aus Deutschland und Österreich:

Probst & Consorten
Marketing-Beratung
Altleutewitz 11
01157 Dresden

Telefon

+49 (0) 351 42440 - 29

Fax

+49 (0) 351 42440 - 15

E-Mail

h.kohn@probst-consorten.de

Internet

www.probst-consorten.de

für Teilnehmer aus der Schweiz:

moveQuality
Chastli 45
8718 Schänis

Telefon

+41 (0)55 6153450

E-Mail

info@movequality.ch

Internet

www.movequality.ch