

# Kundenzentriert

POST CORONA MASSNAHMEN BEI ÜSTRA UND GVH



Michael Moritz / Verbund und Vertrieb

15.03.2022

## 6er Tageskarte

- Situation: Rückgang der Abonentenzahlen im Laufe der Corona-Pandemie
- Idee: Flexibles Tarifangebot schaffen, für die sich eine Zeitkarte nicht mehr lohnt
- Einführung zum 01.01.2021 (nur digital in GVH App und GVH Kundenzentrum)
  
- Noch zu geringer Anteil (Auswahl an Vertriebskanälen!), aber sehr positive Entwicklung und gleichzeitig Stärkung des Vertriebskanals App.

## Corona-Rabatt

- Juni - August 2020
- März – April 2021
- 20% Corona-Rabatt für Abonnenten (inkl. Jobtickets)

## Abo Prämienkampagne im GVH

- Vier regionale Prämienpartner
- Idee: Spaß, Erlebnis, wieder einsteigen!
- Zweijährige Vertragsbindung (Abo)
- 100 € Prämiegutschein der Partner
- Co-Branding
- Laufzeit: 1.10.-31.12.21,  
pandemiebedingt verlängert bis 30.04.22

ÜSTRA



ÜSTRA Reisen



## GVH Newsletter

- Seit Dezember 2021
- Unsere Kunden erhalten regelmäßig einen Newsletter mit Informationen zur Nutzung ihres Abos (z.B. Hinweis auf Mitnahmeregelung, SprintRad, ...)
- Abfrage bei Besuch von Abo Online (1.9.)
- Gute Resonanz



# Modellregion Hannover: Flexticket



## Situation

- Flexibleres Arbeits- und Alltagsverhalten
- Weniger langfristige Planbarkeit
- Wunsch nach einfachen Lösungen
- Aufgeschlossenheit ggü. ÖPNV

Mit der HannoverCard 50 (Arbeitstitel) füllen wir die Lücke unseres Angebots zwischen hoher Flexibilität und hohem Preis/Leistungs-Anspruch.

Wir holen die Kunden ab.

Schrittweise Einführung und Kalibrierung ab Ende 2022 bis Ende 2024.



# Modellregion Hannover: AboPlus



Wir werten unsere Abonnements durch Zusatzleistungen auf.

- Multimodalität (z.B. Bike Sharing, Lastenrad, E-Roller, Car Sharing, Fahrradparkplätze, ...)
- Komfort (z.B. rabattierter Kaffee beim Bäcker am Morgen, Mitnahmeregelung, ...)
- Spaß (z.B. Preisvorteile Kino, Veranstaltungen, Konzerte, ...)
- Regionale Verbundenheit (z.B. Ausflugspakete in der Region)
- Das gute Gefühl, umweltfreundlich mobil zu sein!

Ziele

- Aufwertung des Abonnements
- Verknüpfung von multimodalem Verkehr
- Umstieg von MIV in ÖPNV erleichtern
- Verbesserung des Modal Split
- Erhöhte Kundenbindung im Abonnement

Kurzstreckenkarte

Einzelkarte

Tageskarte

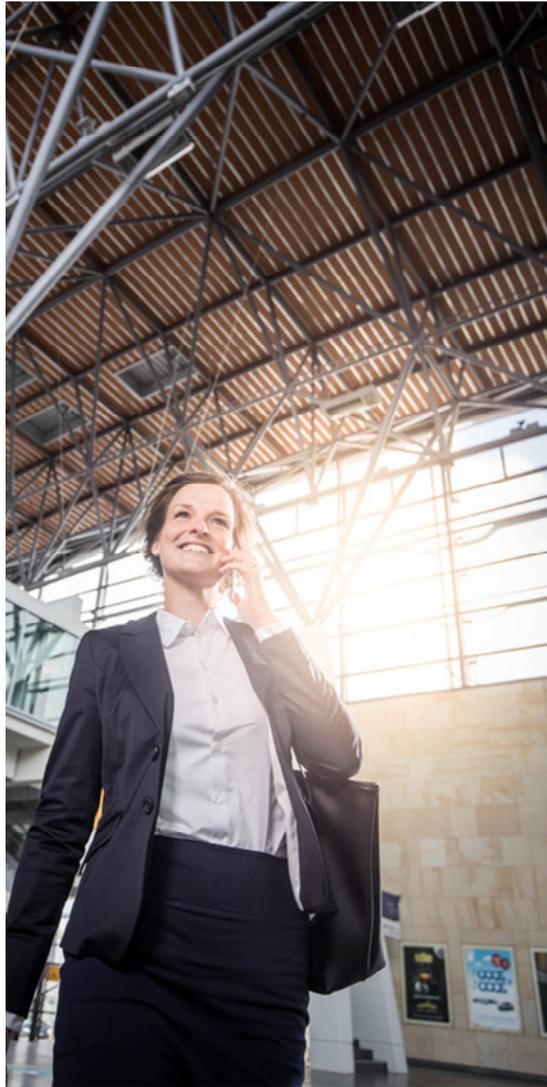
HannoverCard 50

Monatskarte

**Monatskarte  
AboPlus**

Flexibel

Rundum Sorglos



## Der neue Großkudentarif

Kundenzentrierter Ansatz:

- Was erwarten unsere Kunden und deren Mitarbeitende (unsere Fahrgäste) von uns?
- Wie haben und werden sich diese Erwartungen verändern (Flexibilität, Home Office, Intermodalität, ...)?
- Wie können wir höhere Teilnahmequoten bei Firmen erreichen, die bereits Kunde sind?
- Welche Potentiale haben wir bisher nicht erreicht?

-> Agiles Projekt mit Befragung der Zielgruppen

-> Unterstützung durch Civity

## Exkurs Der neue Großkudentarif: Erkenntnisse aus Nutzerbefragung

- Online-Befragung bei Mitarbeitenden von 8 Unternehmen (Jobticket-Kunden)
- 17.1.-14.2.22, 4.466 Teilnehmer, nicht repräsentativ! Aktuelles Stimmungsbild
- 43% Jobticket-Nutzer, 28% Ex-Nutzer, 26% Nie-Nutzer: Interesse!
- 86% würden das Jobticket an KollegInnen weiter empfehlen.
- Sehr geringe Toleranz beim Angebot, deutlich größere Toleranz beim Preis.
- Home Office-Intensität wird 2023 vsl. leicht abnehmen, aber weiterhin hoch bleiben
- Anzahl der Pendeltage streut sehr, Berater rät daher von der Einführung eines „Jobticket light“ mit Festlegung auf eine bestimmte Anzahl an Tagen deutlich ab.

## Zusammenfassung

- 6er Tageskarte
- Corona-Rabatt
- Abo-Prämienkampagne
- GVH Newsletter
- Der neue Großkudentarif
- Flexticket („HannoverCard 50“)
- AboPlus



**ÜSTRA Hannoversche Verkehrsbetriebe  
Aktiengesellschaft**

Am Hohen Ufer 6  
30159 Hannover

T: +49 511 1668-0

F: +49 511 1668-2010

[uestra.de](http://uestra.de) | [info@uestra.de](mailto:info@uestra.de)

Vorstand: Elke Maria van Zadel (Vorsitzende), Denise Hain (Arbeitsdirektorin), Regina Oelfke

