



Seniorentarife – ein Muss für eine alternde Gesellschaft?

Nahverkehrstage 2011, Kassel, 14.10.2011

Dipl.-Math. Heinz Hauschildt, Verkehrsverbund Rhein-Ruhr AöR



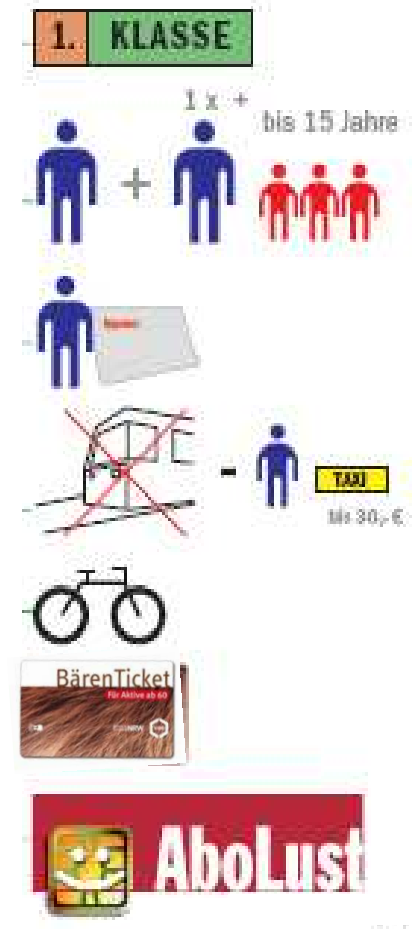
Besondere Zeitkartentarife für Senioren: weit verbreitet

- Explizite Seniorentarife (Auszug)
 - VVW : Mobil60Ticket
 - VBB : Abo 65+
 - VRB : Seniorenabo, ab 60
 - GVH : MobilCard60+
 - VRL/VGM : 60plusTicket
 - NVV : Nordhessenkarte 60+
 - ZVON : P60
 - AVV (Aachen) : Aktiv Abo (ab 60)
 - VRR : BärenTicket (ab 60)
 - VRS : Aktiv60Ticket
 - KVV : Karte ab 60
 - VRN : Karte ab 60
 - VVS : Seniorenabo (ab 63)
 - DING : Ticket 63plus
 - AVV (Augsburg) : Aktiv-Abo (ab 60)
 - MVV : IsarCard60



BärenTicket im VRR

- verbundweit gültig (VRR-Gebiet)
- 1. Klasse inklusive
- Personenmitnahme (1 Erw.+ 3 Ki.)
- persönlich
- Mobilitätsgarantie bis 30,- €
- Fahrradmitnahme
- **nur im Abo** (als Chipkarte)
- Scheckheft AboLust



60,00€ /
Monat



VRR: 60+ Anteile unter Abonnenten Regelsortiment

Abo-Ticketart	Kunden	Anteil > 60 J.*	
BärenTicket	49.800	100 %	49.800
Ticket1000 9h	33.900	65 %	22.000
Ticket2000 9h	123.500	63 %	77.800
Ticket1000	88.700	4 %	3.600
Ticket2000	180.000	11 %	20.500
FirmenTicket	88.400	3 %	2.700
		Σ	174.100

- Ca. 30% aller erwachsenen (ohne Azubi/Studi) Abonnenten sind 60+.
- Im VRR ca. 0,9 Mio realistisches ÖV-Potential 60+ (ohne ÖV-Verweigerer, Hochbetagte 85+, ÖV-Ablehner, Immobiler)
 - ➔ ca. 19% Stammkundenanteil im realistischen Segment 60+.

*Quelle: Meldungen VU, eigene Hochrechnung



Warum stürzt sich die Branchen tariflich auf 60+?

- Segmentierungstechnisch einfache Gleichsetzung von Lebensphase und Alter



- Rückgang Schülerzahlen, Anstieg Seniorenzahlen
- Tarifangebot ist vergleichsweise rasch entwickelt.
- Politische „Anregung“

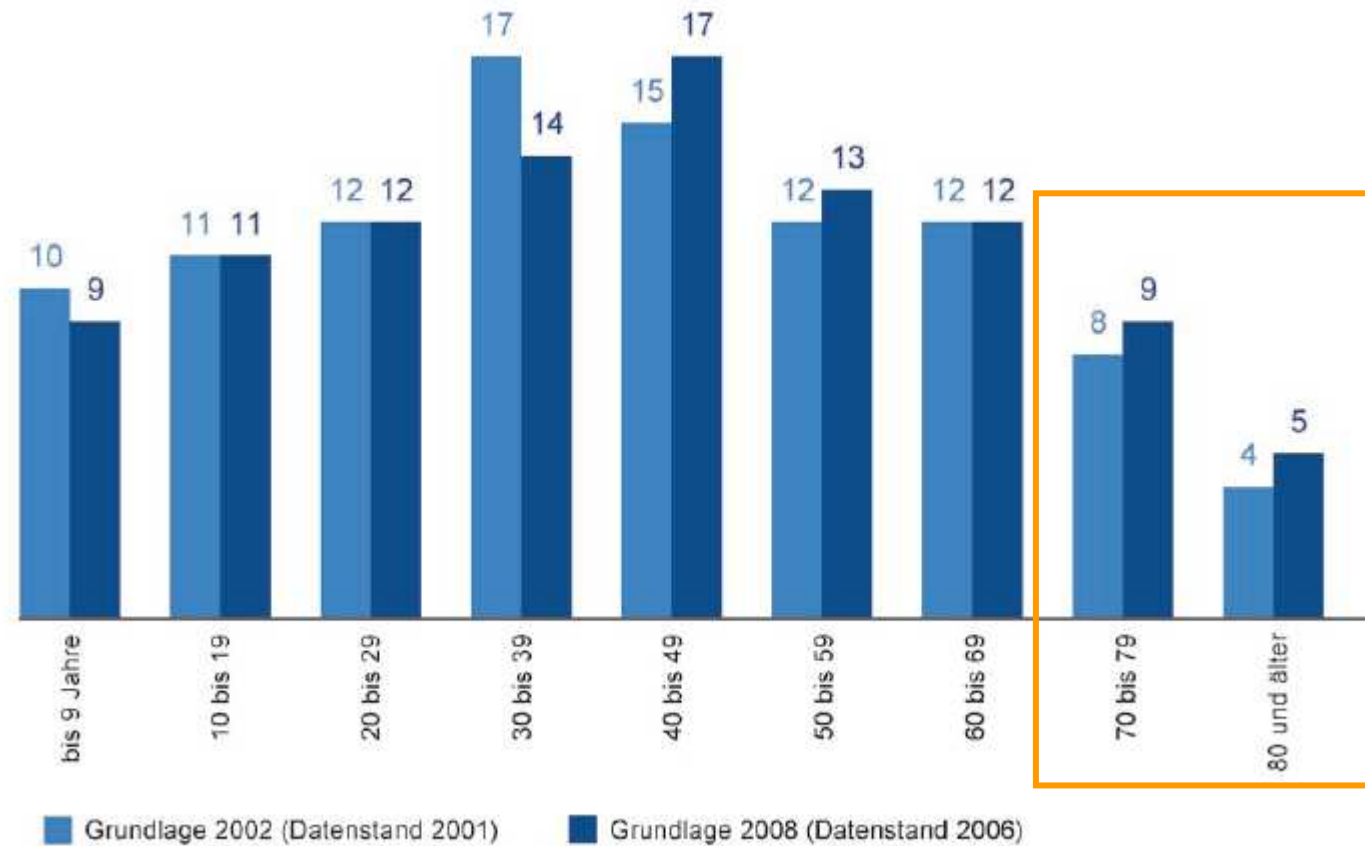
Demographischer Wandel

- „Demographischer Wandel“ – bezogen auf Deutschland – beinhaltet
 - absolut weniger Bevölkerung (ca. 82 Mio 2006 ↘ 68,7 – 74,0 Mio. 2050)
 - altersstruktureller Wandel: relativ und absolut mehr alte Menschen bis 2050
 - Anteil 60+: 24,1 % ↗ 40 %
 - Anteil 80+: 3,9 % ↗ 14 %
 - sozialer Aspekt Altersarmut (brüchige Erwerbsbiographien, weniger Beitragszahler)
 - räumliche Veränderung in Altersstruktur, Überalterung ländlicher Räume (vor allem ostdeutsche Bundesländer)



Bevölkerungsanteile nach Altersgruppen

Bevölkerung in Deutschland 2002 und 2008: Grundlagen für die Hochrechnung

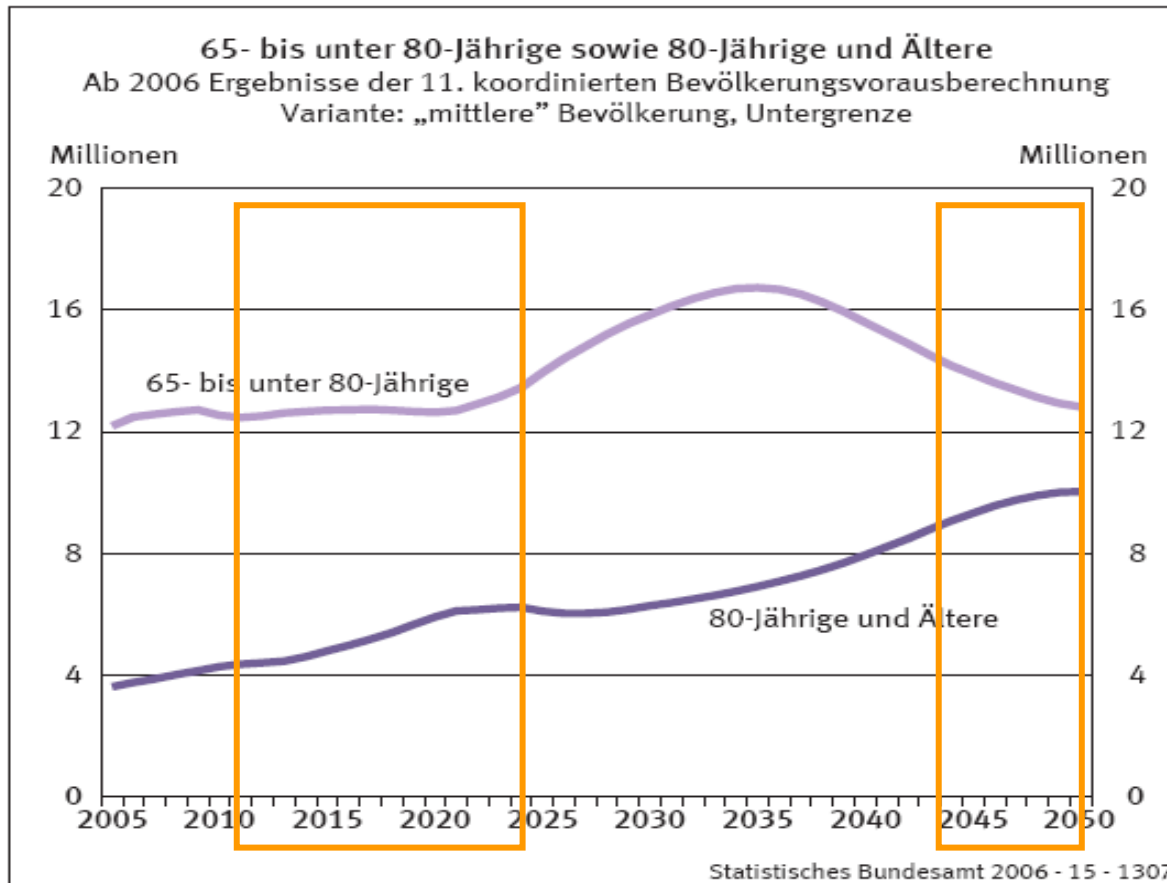


in Prozent

MiD 2008 | Quelle: infas, DLR

- Zuwächse besonders bei 40-49 und 70+

„Alte“ und „Hochbetagte“

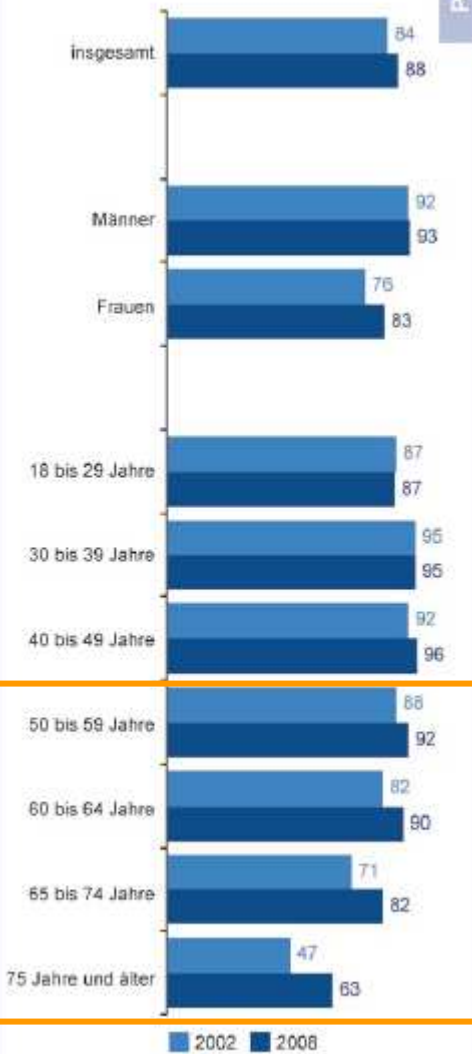


Quelle: 11. koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung, Statistisches Bundesamt, 11.2006

- Langfristig größter relativer Zuwachs bei „Hochbetagten“
- „Jüngere“ Ältere nach Welle der geburtenstarken Jahrgänge im Volumen eher konstant.

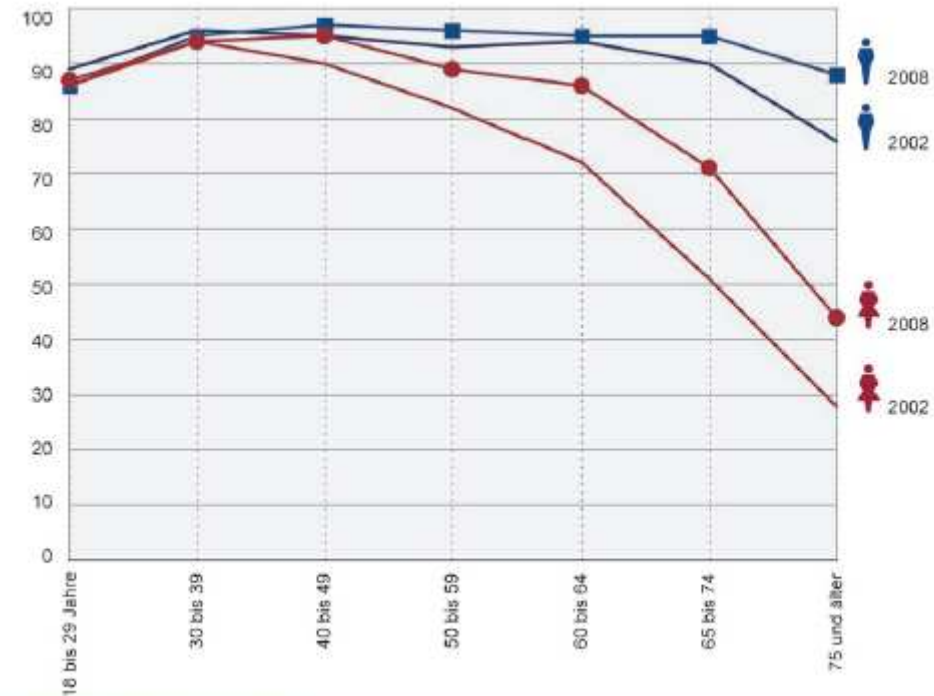
Führerscheinbesitz

Pkw-Führerscheinbesitz
nach Geschlecht und
nach Altersgruppen 2002 und 2008



in Prozent, Personen ab 18 Jahren
MiD 2008 | Quelle: infas, DLR

Pkw-Führerscheinbesitz von Männern und Frauen nach Altersgruppen 2002 und 2008

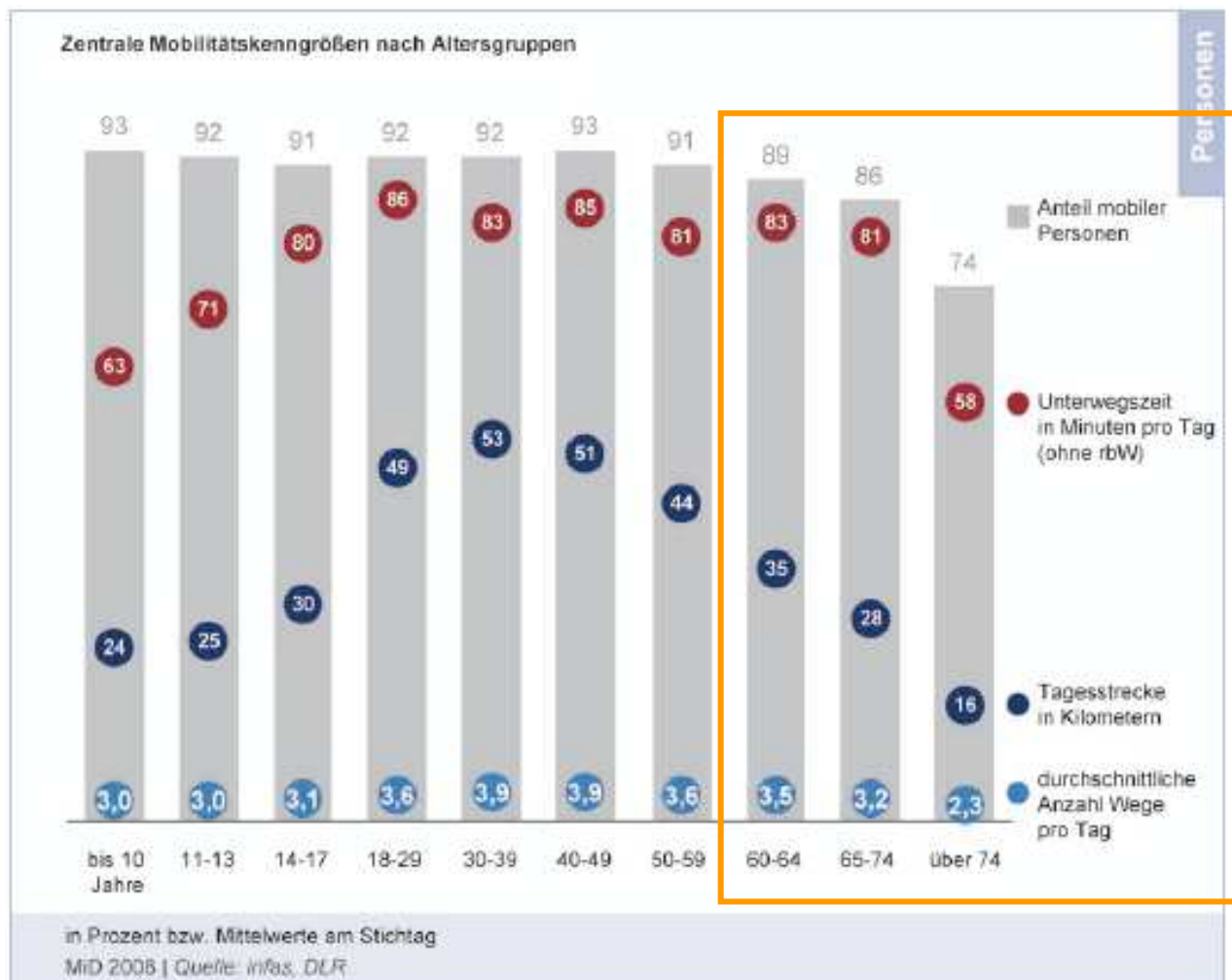


in Prozent, Personen ab 18 Jahren
MiD 2008 | Quelle: infas, DLR

- In 10 Jahren ca. 90% Führerscheinbesitz bei 60-65
- klassischer Kohorteneffekt

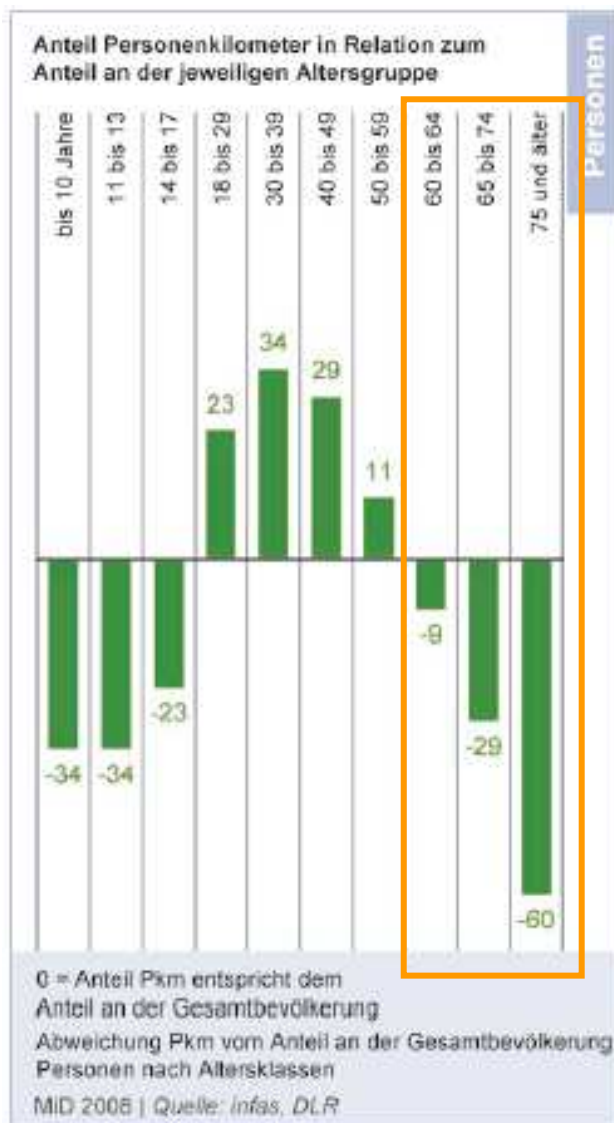


Wegezahl, Strecken, Unterwegszeit



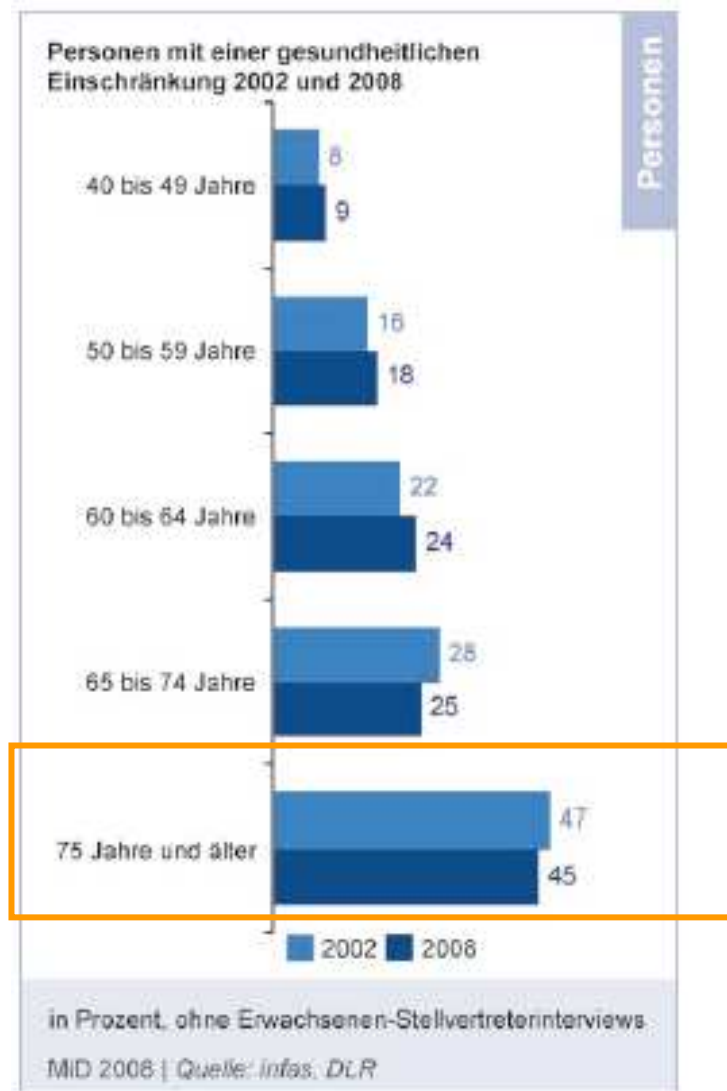
- Bei 60+: je älter, desto
 - weniger Mobile
 - weniger Wege
 - weniger weit
 - weniger lange
- Aber:
 - Mobilitätsintensität von 60- setzt sich zunehmend in 60+ fort.

Die „Kreise“ werden kleiner



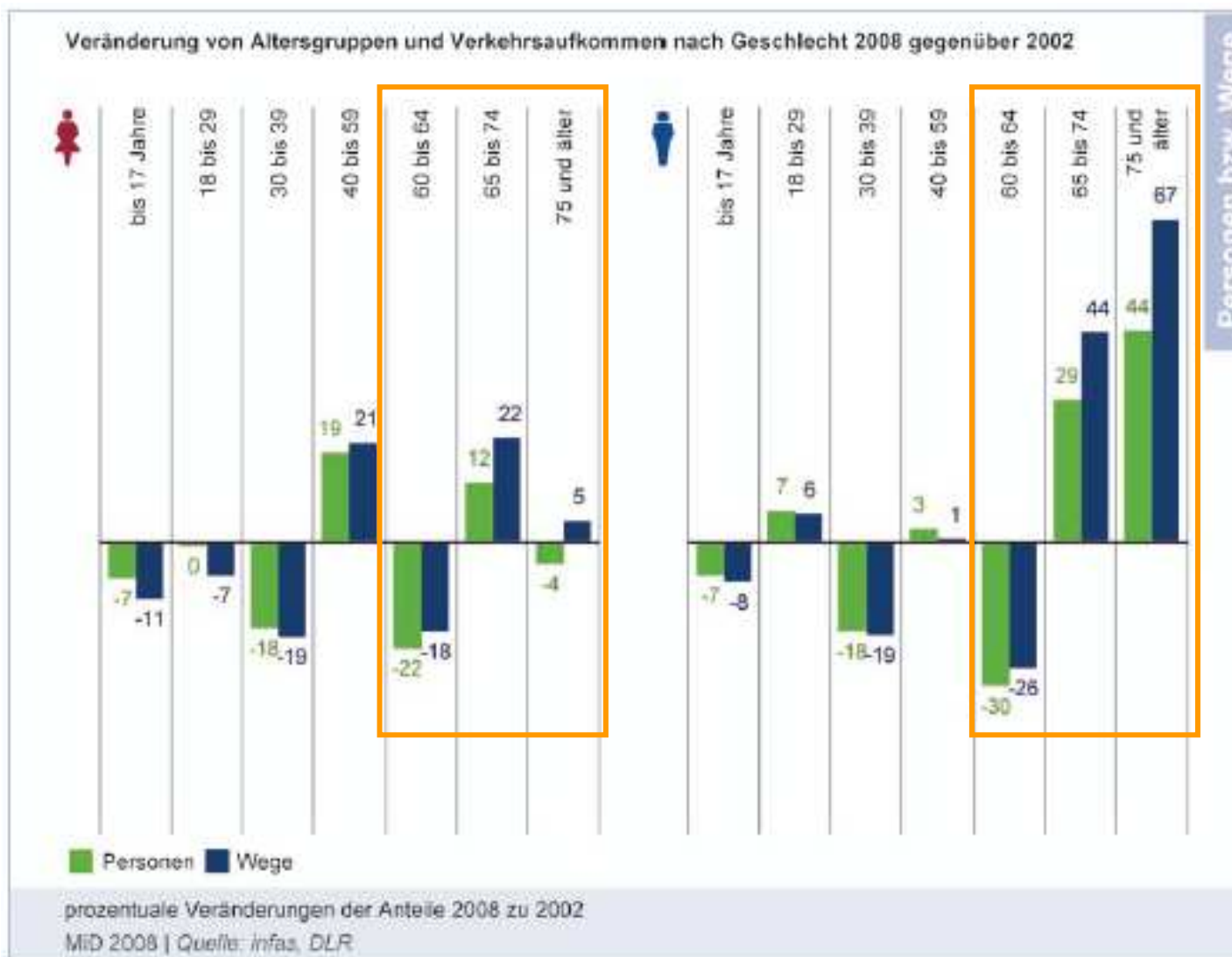
- Je älter, desto kleiner der Anteil der Altersgruppe an Pkm im Vergleich zum Bevölkerungsanteil.
- (nachrichtlich): Modal Split verschiebt sich im Alter zunehmend Richtung Fußwege.
- Wegezweck verschiebt sich zu Freizeit, mit zunehmendem Alter weiter zu Einkauf und Erledigungen („alltägliche Versorgung“)

Gesundheitliche Einschränkungen



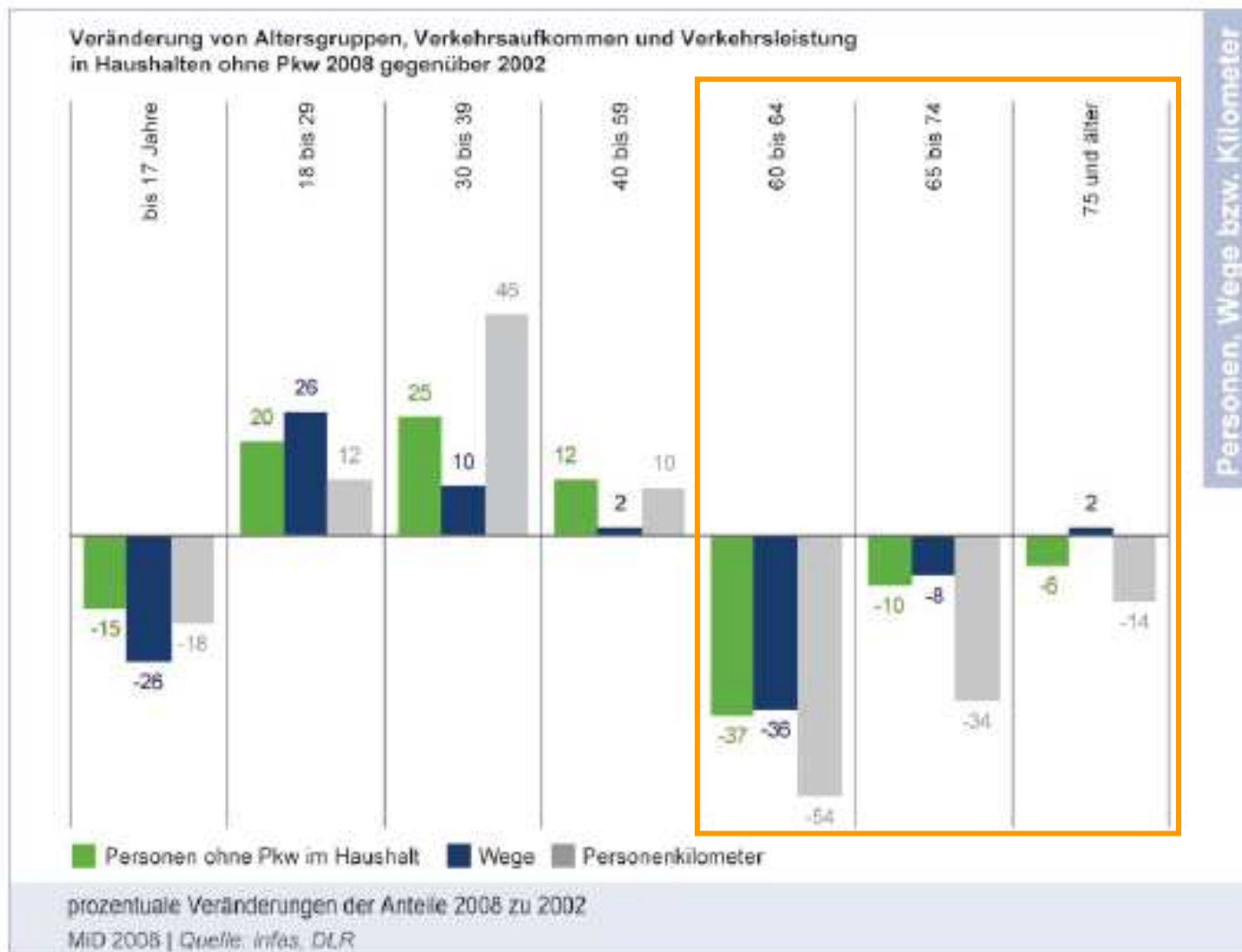
- Im Grundsatz gilt: Ältere bleiben zunehmend länger gesund bzw. gesunden dank verbesserter Therapeutik.
- Anteil gesundheitlich Eingeschränkter steigt ab 75+ deutlich an.
- Nutzbarkeit des ÖV mit gesundheitlichen Einschränkungen ist keine Frage des Tarifs.

Wegeveränderungen MiD 02->08



- Bei 65+ deutlich mehr Wegeanteilszuwachs als Altersgruppenanteilszuwachs.

Verkehrsaufkommen/-leistung Autoloser



- Anteil autoloser Äterer sinkt.
- Anteil Autoloser an Verkehrsleistung überdurchschnittlich rückläufig.

Zusammenfassung Mobilitätsverhalten 02->08

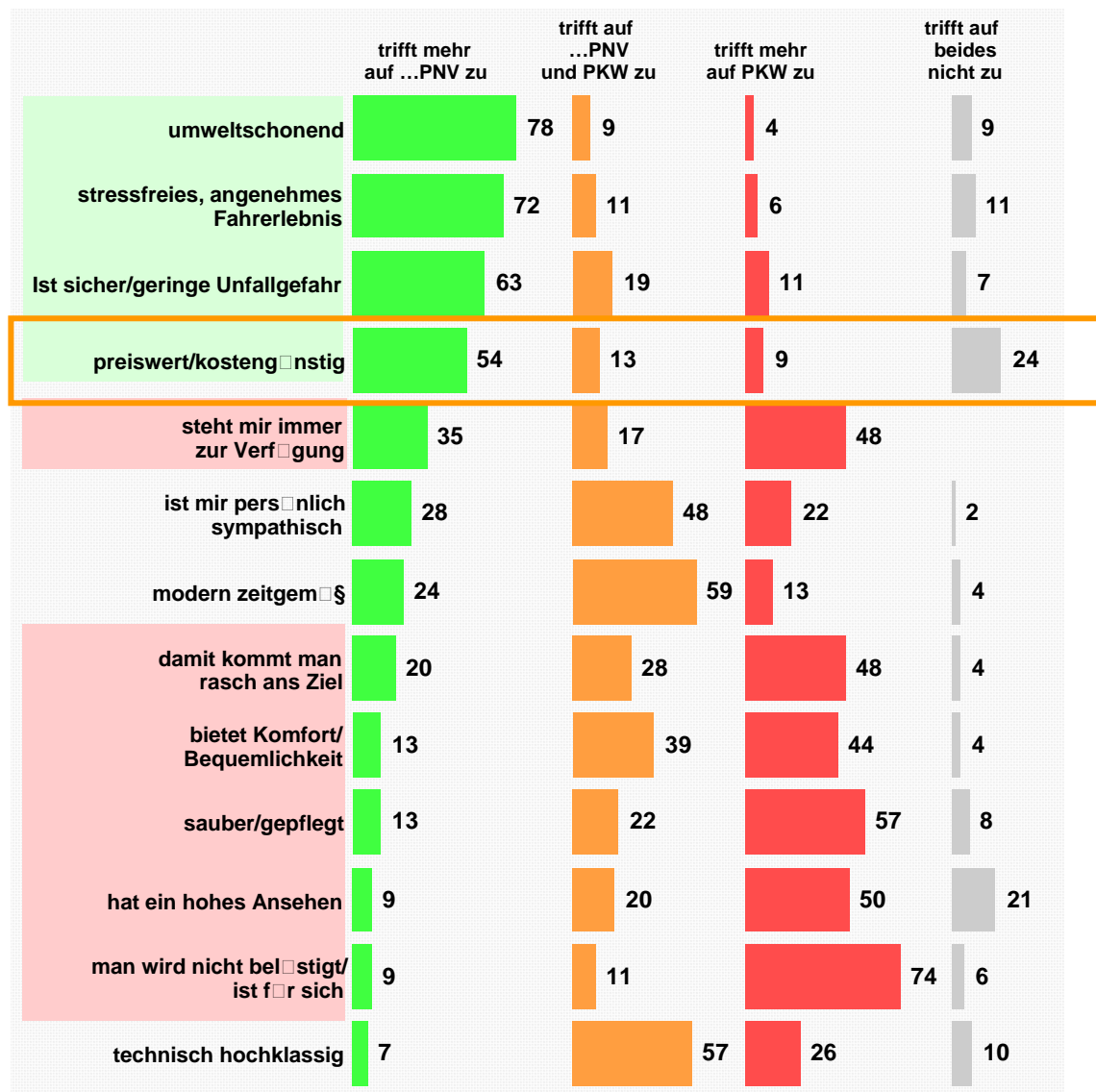
- 60+
 - grundsätzlich weniger oft, lang, weit unterwegs

ABER

- wird / bleibt erkennbar mobiler (Verkehrsaufkommen und –leistung)
 - parallel zu Führerscheinbesitzquoten weniger Autolose
 - Autolos Mobile mit überdurchschnittlich kleinem Anteil an Verkehrsaufkommen.
 - PKW ist und bleibt das am häufigsten genutzte Verkehrsmittel, gerade bei 60+
-
- ÖPNV profitiert von Mobilitätsintensivierung bei 60+ bislang nicht.

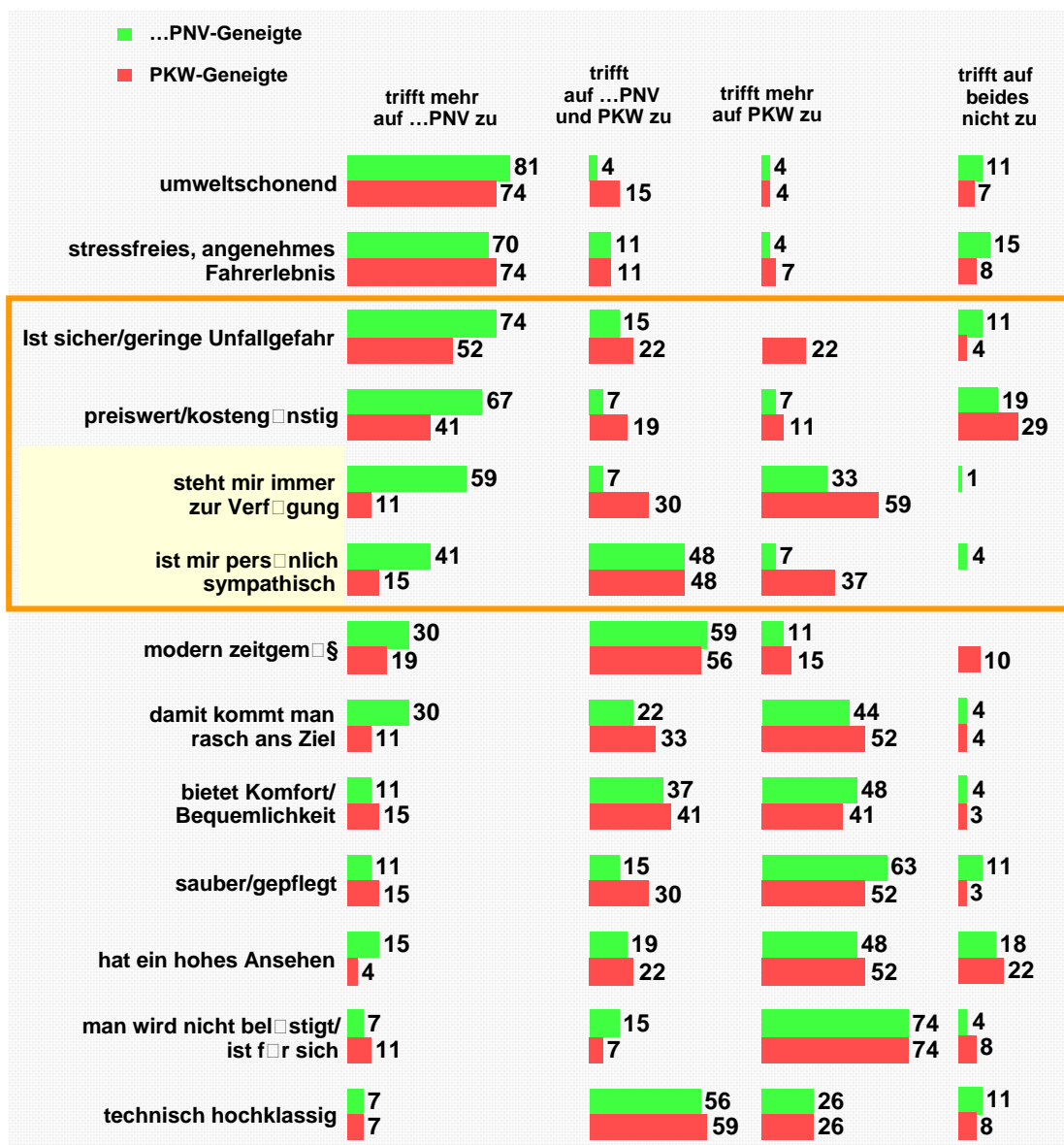


VRR: Imagestrukturen ÖPNV <-> MIV vor BärenT.



- ÖPNV hat bereits eher günstiges Preisimage! (auch ohne günstigen Seniorentarif)
- Keine zwingende Notwendigkeit für tatsächliche oder preisoptische „Billigprodukte“.

VRR: Imagestrukturen ÖPNV <-> MIV (2) vor BärenT.



- Unabhängig von Grundneigung zu ÖV bzw. MIV erstaunlich viele gleiche Imageeinschätzungen.
- Verfügbarkeit, persönliche Sympathie, Preiseinschätzung erwartungsgemäß verschieden.
- PKW-Geneigte wissen sehr wohl, dass PKW „teuer“ ist.



Seniorentarife im ÖV (1)

Übliche Anforderungen/Ausprägungen

- „günstig“ (Preis-Mengen-Strategie)

- „einfach“

- nur im Abo

→ Tarifstrategisch zweifelhaft oder zumindest inkonsequent.

Hinterfragung

- Warum? Preis-Mengen-Strategie in diesem Segment fast wirkungslos.
- Altersarmut: berechtigter Hinweis, aber günstige Preise brauchen alle Armen.
- berechtigt, aber warum nur für Senioren? Sie sind nicht dümmer, haben nur mehr Sorge, etwas „falsch“ gemacht zu haben beim Ticketkauf.
- ok, da einfach, doch ältere Gelegenheitsnutzer profitieren nicht

Seniorentarife im ÖV (2)

Kommunikation

- Seniorentarife
 - eröffnen ein **Thema** für die Kommunikation in die Gruppe 60+.
 - machen deutlich, dass Verbund Bevölkerungsgruppe 60+ **wahrnimmt**.
 - können evtl. die Suche nach dem „richtigen“ Ticket erleichtern.
- In sonstiger Kommunikation ist Kundengruppe nicht über Tarif abgrenzbar!

Rezeption durch Dritte (insbes. 60-)

- Seniorentarife
 - können diskriminierend wirken (bei gleichzeitigem Verständnis für Schüler-/Studententarife)
 - lassen eine gesonderte Subventionierung vermuten
 - lösen auch Neid aus

→ **Kommunikativ interessant, aber auch heikel.**



Fazit

- Das Marktsegment „Senioren“ wird größer, aber **tarifpolitisch** für sich genommen nicht wichtiger.
- Aus tarifpolitischer Sicht ist ein spezielles Tarifangebot für Senioren kein MUSS.
- Kommunikativ kann ein Tarifangebot für Senioren neue Impulse für die Vermarktung geben.
- Wirklicher Innovationsbedarf für eine alternde Gesellschaft sind nötig in den Bereichen
 - Fahrzeuge und Zugang, Bequemlichkeit
 - Kundeninformation
 - subjektive Sicherheit
 - werbliche Asprache allgemein
- Was für 60+ gut ist, ist fast immer auch für 60- gut! (-> „universal Design“)

