

3. Strukturdaten

3.1 Allgemein

3.1.1 Fläche Verkehrsgebiet (qkm)*

	2004	2005
Ahrweiler	787	787
Cochem-Zell	720	720
Koblenz	105	105
Mayen-Koblenz	817	817
Neuwied	627	627
Rhein-Hunsrück	963	963
Rhein-Lahn	782	782
VRM gesamt	4.801	4.801

2005

Zwischenbilanz



Inhalt

1. Vorwort	4
2. Aufgaben, Aufbau und vertragliche Verbindungen	6
3. Strukturdaten	8
3.1 Allgemein	8
3.1.1 Fläche Verkehrsgebiet	8
3.1.2 Einwohner	9
3.1.3 Arbeitsbevölkerung/Erwerbstätigkeit	10
3.1.4 PKW-Bestand	10
3.1.4.1 PKW je 1.000 Einwohner	11
3.2 ÖPNV	13
3.2.1 Anzahl Haltepunkte und -stellen	13
3.2.2 Anzahl Tarifwaben	13
3.2.3 Anzahl Verkehrsunternehmen	13
3.2.4 Anzahl Busse, Streckennetzlänge, ÖPNV-Linien	13
4. Zahlenwerk	14
4.1 Information	14
4.1.1 Hotline-Anrufe	14
4.1.2 Internetzugriffe	14
4.1.3 Anzahl Verbundfahrpläne	15
4.1.4 Anzahl Informationsmedien	15
4.1.5 Anzahl Werbemedien	15
4.2 Verkauf	16
4.2.1 Entwicklung der Stammkundenanzahl	16
4.2.2 Einnahmen/Umsatz gesamt	16
4.3 Verkehrsnachfrage	17
4.3.1 Beförderte Personen	17
4.3.2 Verkehrsleistung	17
4.3.2.1 Mittlere Reiseweite je Beförderungsfall	17
4.3.2.2 Erlös je Einwohner	17
4.3.2.3 Erlös je Fahrgast	17
5. Dokumentation Tarifänderungen	18
6. Dokumentation Marketingmaßnahmen	20
7. Ausblick/Ziele	22

1. Vorwort



Dr. Eberhardt Schulte-Wissermann
Oberbürgermeister
der Stadt Koblenz
Vorsitzender der Gesellschafterversammlung
der VRM GmbH



Stephan Pauly M.A.
Geschäftsführer
der VRM GmbH

Auch im 4. Jahr kann der VRM weiterhin eine positive Entwicklung vorweisen

Liebe Leserin, lieber Leser,

die Kunden im ÖPNV zeigen sich auch im 4. Jahr mit der Arbeit des VRM zufrieden. Das beweist die steigende Kundenzahl seit dem Verbundstart am 1. Januar 2002. Mit insgesamt 64,5 Mio. Fahrgästen, die Bus und Bahn nutzten, wurde 2005 ein neuer Höchststand erreicht.

Ausschlaggebend dafür waren die verbesserten Serviceleistungen, das einheitliche Tarifangebot und das umfangreiche Informationsangebot, gerade im Bereich der Freizeitgestaltung. Die Präsentation ausgewählter Ausflugsziele und die Bereitstellung von Vergünstigungen durch Kooperationspartner des VRM vor Ort führten zu einer deutlichen Mehrnutzung der im Jahr 2002 neu eingeführten Fahrkartenangebote, wie beispielsweise der Tageskarte und der Minigruppenkarte, die sich besonders für Ausflüge eignen. 2005 wurden 4,8% mehr Tageskarten und 11,5% mehr Minigruppenkarten im Vergleich zum Jahr 2004 verkauft.

Auch die Zahl der Stammkunden hat sich 2005 weiter gesteigert. Es wurde im Vergleich zum Vorjahr ein Zuwachs von 18,5% ermittelt. Das beweist die unverminderte Attraktivität der VRM-Produkte, wie Schülermonatskarte im Abo, 9-Uhr-Monatskarte im Abo, VRM-MobilCard und Schüler-Plus-Ticket.

Mit der VRM-MobilCard wurden im vergangenen Jahr über 171.000 Fahrten getätigt, was einer Steigerung von 53,7% im Vergleich zum Vorjahr entspricht. Schüler wussten die Angebote des VRM ebenfalls zu schätzen. Es wurden 71,5% mehr Schüler-Plus-Tickets verkauft. Auch hier wirkten sich das umfangreiche Nutzungsangebot und der günstige Preis von nur 79 Euro im Jahr positiv aus.



Die Internetpräsenz des VRM mit kombinierter Fahrplan- und Tarifauskunft sowie die nützlichen Tipps zu Freizeitgestaltung und Ticketangeboten ist bei den Kunden zu einer wichtigen Informationsquelle geworden, die regelmäßig in Anspruch genommen wird.

Beim 6. Deutschen Nahverkehrstag in Koblenz, einem hochkarätig besetzten Fachkongress mit Themenforen und Diskussionsrunden rund um den öffentlichen Nahverkehr, präsentierte sich auch der VRM. Diese ÖPNV Fachmesse dient dazu, Kontakte zu knüpfen und sich über die neuesten Entwicklungen auf dem Laufenden zu halten. Der VRM nahm die Gelegenheit wahr, die Ergebnisse und neuen Erkenntnisse für die weitere Verbesserung der Qualität des Angebots zu nutzen.

Obwohl das Angebot des VRM für die Menschen im Verbundraum selbstverständlich geworden ist, werden wir unsere Arbeit voller Elan und mit Blick in die Zukunft fortsetzen. Denn unsere Aufgabe sehen wir darin, auch weiterhin durch kurz-, mittel- und langfristige Maßnahmen das Angebot des VRM zu erweitern. Hierzu werden bestehende Kooperationen erweitert und neue, besonders im Bereich des Freizeitmarketings aufgebaut. Damit stellen wir sicher, dass die Fahrgäste auch im nächsten Jahr mit einem Angebot rechnen können, das ihren Erwartungen entspricht.

Ulrich Wimmer Jo Paul

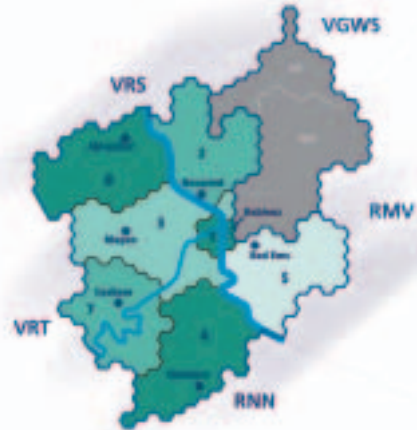


2. Aufgaben, Aufbau und vertragliche Verbindungen

Am 1. Januar 1996 gründeten die Landkreise Ahrweiler, Altenkirchen, Cochem-Zell, Mayen-Koblenz, Neuwied, Rhein-Hunsrück, Rhein-Lahn, Westerwald sowie die kreisfreie Stadt Koblenz als Aufgabenträger des ÖPNV zu je gleichen Teilen die Verkehrsverbund Rhein-Mosel GmbH (VRM). Zum 1. Januar 2002 wurde der Verbundtarif, der so genannte „Rhein-Mosel-Tarif“, mit Tarifwabenstruktur eingeführt. Seit dieser Zeit belegen die Verkaufszahlen innerhalb des Verbundes die gelungene Einführung und eine positive Annahme seitens der Fahrgäste.

Die Landkreise Altenkirchen und Westerwald haben aufgrund ihrer verkehrsgeographischen und strukturpolitischen Ausrichtung beschlossen, den Verbundtarif zunächst nicht einzuführen.

Aufgabe des VRM als kommunalem Verbund ist es, die Interessen und Aktivitäten im Bereich des öffentlichen Nahverkehrs – sowohl der Kommunen als auch der im Verbundraum konzessionierten Verkehrsunternehmen – zu koordinieren. Die Interessen der Fahrgäste stehen dabei im Vordergrund. Im Rahmen eines Kooperationsvertrags, den die Verbundgesellschaft mit allen Verkehrsunternehmen geschlossen hat, wirken die Vertragspartner auf die Schaffung gemeinsamer Standards für das Leistungsangebot, für ein einheitliches Vertriebssystem, für Maßnahmen der Marktforschung sowie verbundbezogene Marketingmerkmale hin.



Nach dem erfolgreichen Abschluss der Einführungsphase 2002 und der kontinuierlichen Verbesserung der Übergänge in Nachbarräume sowie der Entwicklung und Einführung einheitlicher Fahrausweise 2003 stand im Jahr 2004 vor allem die Vereinfachung des Angebots für den Fahrgast im Vordergrund. Dazu wurden Kooperationen mit angrenzenden Verbänden vertieft und in Form eines Fahrplanauskunftssystems für das Internet gemeinsam mit dem Verkehrsverbund Rhein-Sieg (VRS) umgesetzt.

2005 lag ein besonderes Augenmerk auf der Förderung von Freizeitverkehren und der Verstärkung des Kontakts zum Kunden, u.a. durch die VRM-Info-Tour oder die Kampagnen zum Schüler-Plus-Ticket und zur Minigruppenkarte. Durch Kooperationen mit touristischen Partnern wurden zielgruppengerechte Medien entwickelt, die neben Freizeitmöglichkeiten gleichzeitig Informationen zu Anfahrten und den passenden Tickets lieferten. Mehr Fahrgäste im Freizeitbereich und ein gesteigerter Absatz, z.B. der für Freizeitfahrten gerne genutzten Minigruppenkarte, belegen die erfolgreiche Umsetzung.





3. Strukturdaten

3.1 Allgemein

3.1.1 Fläche Verkehrsgebiet (qkm)*

	2004	2005
Ahrweiler	787	787
Cochem-Zell	720	720
Koblenz	105	105
Mayen-Koblenz	817	817
Neuwied	627	627
Rhein-Hunsrück	963	963
Rhein-Lahn	782	782
VRM gesamt	4.801	4.801

3.1.2 Einwohner

	2004	2005	Veränd. zum Vorjahr absolut	Prozent
Ahrweiler	130.976	130.467	-509	-0,39
Cochem-Zell	66.067	65.732	-335	-0,51
Koblenz	107.039	106.501	-538	-0,50
Mayen-Koblenz	213.963	213.667	-296	-0,14
Neuwied	186.046	185.259	-787	-0,42
Rhein-Hunsrück	106.076	105.705	-371	-0,35
Rhein-Lahn	129.022	128.095	-927	-0,72
VRM gesamt	939.189	935.426	-3.763	-0,40

*Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz



3.1.3 Arbeitsbevölkerung/Erwerbstätigkeit*

	2004	2005 ¹⁾	Veränd. zum Vorjahr absolut ¹⁾	Prozent ¹⁾
Ahrweiler	46.306	46.264	-42	-0,09
Cochem-Zell	28.496	28.470	-26	-0,09
Koblenz	99.736	99.646	-90	-0,09
Mayen-Koblenz	80.145	80.073	-72	-0,09
Neuwied	78.364	78.294	-70	-0,09
Rhein-Hunsrück	46.306	46.264	-42	-0,09
Rhein-Lahn	44.525	44.485	-40	-0,09
VRM gesamt	423.878	423.496	-382	-0,09

1) Errechnete Werte auf Basis der Verteilung 2004 und dem Gesamtwert aus 2005

Obwohl sich der PKW-Bestand 2005 weiter erhöhte, schränkten die Autofahrer die PKW-Nutzung aufgrund der steigenden Preise für Benzin und Dieselmotoren ein und der VRM konnte seine Fahrgastzahlen weiter steigern.

3.1.4 PKW-Bestand*

	2004	2005	Veränd. zum Vorjahr absolut	Prozent
Ahrweiler	78.233	79.457	+1.224	+1,56
Cochem-Zell	40.316	41.178	+862	+2,14
Koblenz	58.523	59.293	+770	+1,32
Mayen-Koblenz	126.811	129.111	+2.300	+1,81
Neuwied	111.100	113.235	+2.135	+1,92
Rhein-Hunsrück	65.688	66.889	+1.201	+1,83
Rhein-Lahn	77.419	78.349	+930	+1,20
VRM gesamt	558.090	567.512	+9.422	+1,69



3.1.4.1 PKW je 1.000 Einwohner*

	2004	2005	Veränd. zum Vorjahr absolut	Prozent
Ahrweiler	597	609	+12	+2,01
Cochem-Zell	610	626	+16	+2,62
Koblenz	547	557	+10	+1,83
Mayen-Koblenz	593	604	+11	+1,85
Neuwied	597	611	+14	+2,35
Rhein-Hunsrück	619	633	+14	+2,26
Rhein-Lahn	600	612	+12	+2,00
VRM gesamt	595	607	+12	+2,02

*Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz



3.2 ÖPNV

3.2.1 Anzahl Haltepunkte und -stellen

	2004	2005	Veränd. zum Vorjahr absolut	Prozent
VRM gesamt	3.457	3.286	-171	-4,95

davon Schienenhaltepunkte

	2004	2005	Veränd. zum Vorjahr absolut	Prozent
VRM gesamt	94	94	0	0

3.2.2 Anzahl Tarifwaben

	2004	2005	Veränd. zum Vorjahr absolut	Prozent
VRM gesamt	308	308	0	0

3.2.3 Anzahl Verkehrsunternehmen

	2004	2005	Veränd. zum Vorjahr absolut	Prozent
VRM gesamt	37	37	0	0

3.2.4 Anzahl Busse, Streckennetzlänge (in km), ÖPNV-Linien

Busse (zugelassen)	1.306	→	je Landkreis:	
			Ahrweiler	174
Streckennetzlänge	7.488		Cochem-Zell	59
davon Schiene	388		Koblenz	213
			Mayen-Koblenz	258
ÖPNV-Linien	333		Neuwied	252
			Rhein-Hunsrück	232
			Rhein-Lahn	118
			gesamt	1.306

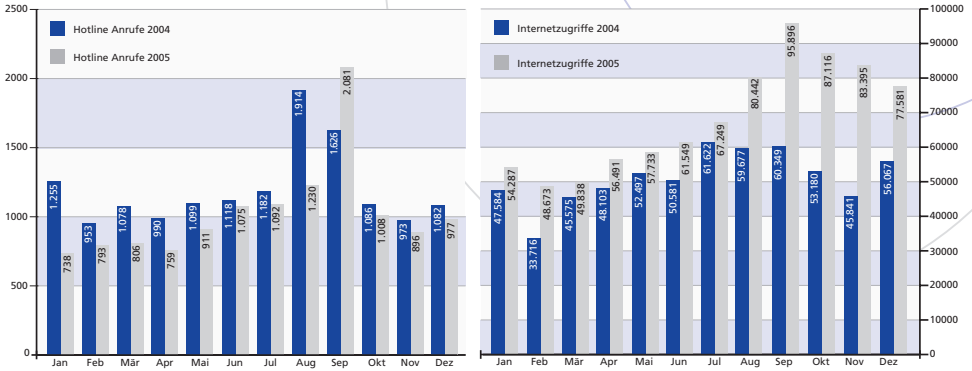


Abb. 4.1.2: Internetzugriffe und Hotline-Anrufe

4. Zahlenwerk

4.1 Information

Rund 25% mehr Besucher verzeichnet das Internetangebot des VRM im Vergleich zum Jahr 2004. Dies ist vor allem auf die ständige Erreichbarkeit der Online-Information zurückzuführen, die von den Fahrgästen besonders geschätzt wird. Gleichzeitig gehen die telefonischen Anfragen zurück. Besonders in den Freizeitmonaten August bis Oktober zeichnet sich ein starkes Informationsbedürfnis sowohl im Internet als auch bei den Anrufen ab.

4.1.1 Hotline-Anrufe

	2004	2005
Januar	1.255	738
Februar	953	793
März	1.078	806
April	990	759
Mai	1.099	911
Juni	1.118	1.075
Juli	1.182	1.092
August	1.914	1.230
September	1.626	2.081
Oktober	1.086	1.008
November	973	896
Dezember	1.082	977
VRM gesamt	14.356	12.366

4.1.2 Internetzugriffe

	2004	2005
Januar	47.584	54.287
Februar	33.716	48.673
März	45.575	49.838
April	48.103	56.491
Mai	52.497	57.733
Juni	50.581	61.549
Juli	61.622	67.249
August	59.677	80.442
September	60.349	95.896
Oktober	53.180	87.116
November	45.841	83.395
Dezember	56.067	77.581
VRM gesamt	614.792	821.250

4.1.3 Anzahl Verbundfahrpläne

Ahrweiler	9.000
Cochem-Zell	12.000
Koblenz/Mayen-Koblenz	22.000
Neuwied	15.000
Rhein-Hunsrück	6.000
Rhein-Lahn	8.000
Gesamtauflage	72.000

4.1.5 Anzahl Werbemedien

VRM-MobilCard Plakat	1.300
SPT Plakat	1.300
Minigruppenkarte Plakat	1.300

4.1.4 Anzahl Informationsmedien

Tarifwabenplan	22.000
Liniennetzplan	12.000

Broschüren

Fahrkarteninfo	16.000
Abokarten im VRM	30.000
VRM-MobilCard	30.000

Infoblätter

Schüler-Plus-Ticket	65.000
---------------------	--------





4.2 Verkauf

4.2.1 Entwicklung der Stammkundenanzahl*

	2004	2005	Veränd. zum Vorjahr absolut	Prozent
VRM gesamt	13.008	15.419	+2.411	+18,54

4.2.2 Einnahmen/Umsatz gesamt (in Euro)

	2004	2005	Veränd. zum Vorjahr absolut	Prozent
Schulträger**	23.040.561	23.930.230	+889.669	+3,86
Selbstzahler	25.768.754	26.456.112	+687.358	+2,67
Undifferenzierte	137.911	50.463	-87.448	-63,41
gesamt	48.947.226	50.436.805	+1.489.579	+3,04

* Abo, SemesterTicket, VRM-MobilCard, Schüler-Plus-Ticket ** inkl. Kindergärten

Auch im Jahr 2005 konnte der VRM mehr Stammkunden hinzugewinnen. Dies liegt vor allem an der stetig wachsenden Nachfrage an Schüler-Plus-Tickets und der VRM-MobilCard.

4.3 Verkehrsnachfrage

4.3.1 Beförderte Personen (Fahrten)

	2004	2005	Veränd. zum Vorjahr absolut	Prozent
Schulträger**	41.778.272	41.823.282	+45.010	+0,11
Selbstzahler	22.117.270	22.691.728	+574.458	+2,60
gesamt	63.895.542	64.515.010	+619.468	+0,97

4.3.2 Verkehrsleistung (Personen-km)

	2004	2005	Veränd. zum Vorjahr absolut	Prozent
VRM gesamt	552.188.607	560.132.387	+7.943.780	+1,44

4.3.2.1 Mittlere Reiseweite je Beförderungsfall (km)

	2004	2005	Veränd. zum Vorjahr absolut	Prozent
VRM gesamt	8,64	8,68	+0,04	+0,46

4.3.2.2 Erlös je Einwohner (in Euro)

	2004	2005	Veränd. zum Vorjahr absolut	Prozent
VRM gesamt	52,12	53,92	+1,80	+3,45

4.3.2.3 Erlös je Fahrgast (in Euro)

	2004	2005	Veränd. zum Vorjahr absolut	Prozent
VRM gesamt	0,77	0,78	+0,01	+1,30

5. Dokumentation Tarifänderungen

VRM-MobilCard und Schüler-Plus-Ticket weiterhin Garanten für Nachfragesteigerungen

Im Jahr 2005 erreichte die Zahl der Fahrgäste mit 64,5 Mio. erneut einen Höchststand. Gleichzeitig wurde auch die Zahl der Stammkunden um 18,5% im Vergleich zum Vorjahr gesteigert.

Die Vorteile der im Jahr 2002 neu eingeführten und seitdem auf die Ansprüche der Fahrgäste angepassten Fahrkartenangebote werden von den Kunden sehr gut angenommen. Dies belegt zum einen die Entwicklung beim Verkauf von Tageskarten, der im Jahr 2005 um 4,8% gesteigert wurde. Auch die Minigruppenkarte hat, nicht zuletzt durch ein ansprechendes Marketingkonzept, um 11,6% zugelegt.

Erfolgsgarant im Fahrscheinsortiment ist weiterhin die VRM-MobilCard, die den Fahrgästen für eine Jahresgebühr von 9 Euro bei jeder Fahrt mit Bus und Bahn 20% Rabatt im Vergleich zum Einzelfahrtspreis sichert. Mittlerweile werden über 171.000 Fahrten mit der VRM-MobilCard im Jahr getätigt. Das entspricht einer Steigerung von 53,7% gegenüber 2004.

2005 wurden zudem 71,5% mehr Schüler-Plus-Tickets verkauft, die Schülern für 79 Euro im Jahr die Nutzung aller Nahverkehrsmittel im VRM ermöglichen. Das Schüler-Plus-Ticket gilt an Schultagen ab 14 Uhr, an schulfreien Tagen, d.h. auch in den Ferien, ganztägig.

Zufrieden waren die Kunden auch mit dem VRM-Job-Ticket, so dass sämtliche bestehende Verträge in ihrer Laufzeit verlängert wurden.



Moderate Preisanpassungen im VRM

Trotz steigender Unterhaltungs- und v.a. Betriebskosten für Autos im Jahr 2004 nahm der VRM für das Jahr 2005 nur äußerst moderate Preisanpassungen von durchschnittlich 3,3% vor. Einige Fahrausweise waren von der Tarifierung nicht betroffen und blieben im Preis konstant, z.B. die Jahresgebühr für die VRM-MobilCard. Angebote, bei denen die Verbundvorteile, z.B. die Nutzbarkeit von Bus&Bahn im gesamten Verbundraum, voll zur Geltung kommen, setzten sich immer mehr am Markt durch. Hierzu gehört z.B. das Schüler-Plus-Ticket oder die Minigruppenkarte.

VRM-Tarif gilt weiterhin auf der Loreleyfähre

Im August 2004 wurde die Rheinfähre Loreley zwischen St. Goar und St. Goarshausen in den Tarif des VRM eingebunden. Seitdem ist die Nutzung der Fähre mit nur einem Ticket möglich, während zuvor noch ein zusätzliches Ticket für die Überfahrt gelöst werden musste. Nach einem Jahr Tarifierung lag im August 2005 erstmals Datenmaterial zur Auswertung vor, das belegt, dass die Fahrgäste das Angebot gerne nutzen. Ca. 3.500 Verbundticketnutzer wählten die Fähre bis dahin zur Überfahrt. Hinzu kommen rund 100 Schüler, die das Angebot regelmäßig nutzen.





Fahrzeugausstellung bei der Veranstaltung „125 Jahre Ahrtalbahn“

6. Dokumentation Marketingmaßnahmen

Im Jahr 2005 stand neben Marketingprojekten in den Bereichen Tarif und Fahrkartensortiment vor allem die Vermarktung von Freizeitverkehren im Vordergrund. Als besonders erfolgreich erwies sich dabei die konsequente Verknüpfung von Freizeitinformationen und dem Nahverkehrs-Angebot des VRM, die für eine zielgruppengerechte Ansprache der Fahrgäste sorgte. Steigende Fahrgastzahlen im Freizeitbereich belegen, dass sich der VRM auf dem richtigen Weg befindet, noch ungenutzte Kundenpotenziale konsequent zu erschließen. Zusätzlich sorgten Zusatzverkehre und spezielle Ticketangebote für Freizeit wie die Tageskarte oder die Minigruppenkarte z.B. zum Aktionstag „Tal Total“ oder zum Moselfest in Winnigen für eine erhöhte Aufmerksamkeit bei den Fahrgästen.

Neuer Haltepunkt in Hatzenport

Im Mai 2005 wurde der Bahnhofpunkt „Hatzenport“ in Anwesenheit vom Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau an die DB Station&Service übergeben. Nach langem Planungsverlauf ist es schließlich gelungen, den Haltepunkt nach einer Bauzeit von ca. drei Jahren fertig zu stellen. Die Vorzüge des neuen Haltepunkts für die Fahrgäste, wie ein verbesserter Zugang zu zahlreichen Wander- und Radwegen stellte der VRM an einem Erlebnistag am 29.05.05 vor.

Steigerung der Kundenzufriedenheit

Um mehr über die Kundenwünsche zur erfahren und somit die Kundenzufriedenheit zu steigern,

führte der VRM im Jahr 2005 eine Befragung zur MobilCard durch. Bei der Rücksendung der Fragebögen konnten die MobilCard-Kunden an einem Gewinnspiel teilnehmen.

125 Jahre Ahrtalbahn

Im Rahmen der Feierlichkeiten zum 125-jährigen Jubiläum der Ahrtalbahn sorgte der VRM gemeinsam mit dem Zweckverband SPNV Rheinland-Pfalz Nord für eine besondere Attraktion. Ein historischer Dieselizeug pendelte zwischen Remagen und Kreuzberg.

Freizeitmedium in außergewöhnlicher Form

Für die reiche Kulturlandschaft des Mittelrheintals zwischen Bonn und Bingen erarbeitete der VRM zusammen mit dem Zweckverband SPNV Rheinland-Pfalz Nord, dem Verkehrsverbund Rhein-Sieg, der DB Regio AG Region Südwest und dem Geografischen Institut der Universität Bonn ein so genanntes Leporello, das anhand des gesamten Rheinverlaufs entlang der Bahnstrecke Freizeitziele und Sehenswürdigkeiten vorstellt.

Schüler-Plus-Ticket

Erfolgreich waren auch die Maßnahmen zur Steigerung der Bekanntheit des Schüler-Plus-Tickets.



Zusätzliche Anreize zum Kauf eines Schüler-Plus-Tickets bot die Schüler-Plus-Box, die jeder Käufer im Dezember erhielt. Höhepunkt der Sonderaktion war die Eisdisco im Icehouse Neuwied am 9.12.2006, die durch das Sponsoring des VRM für alle Schüler im Einzugsgebiet inklusive Schlittschuhverleih kostenlos war. Gleichzeitig konnten sich die Schüler an einem VRM-Stand über den VRM und sein Schüler-Plus-Ticket informieren.

Minigruppenkarte

Im Dezember 2005 startete der VRM unter dem Motto „Der Preisdetektiv hat ermittelt“ eine verbundweite Kampagne mit dem Ziel, die Attraktivität der Minigruppenkarte herauszustellen und gleichzeitig ihre Bekanntheit zu steigern. Begleitet wurden die Medien (Flyer, Großflächenplakate) durch Werbeteams, die für Fahrgäste an Fahrkartenautomaten im Verbundgebiet den günstigsten Fahrpreis ermittelten, einen speziellen Internetauftritt (www.minipreise-im-vmr.de) sowie durch Radiospots auf Antenne Koblenz.

Der
Preis-Detektiv
hat ermittelt:

2 bis 5 Personen.
Montags bis freitags ab 9 Uhr.
Am Wochenende ganztägig.
Maximal 18 €
Verbundpreis.

MINIGRUPPENKARTE



7. Ausblick/Ziele

Auch für das vierte Jahr des VRM kann eine positive Bilanz gezogen werden. Mit Hilfe eines transparenten, leicht verständlichen Angebots konnten wiederum mehr Fahrgäste gewonnen werden, während die Stammkunden weiterhin vom VRM-Angebot überzeugt sind. Konsequente Marketingmaßnahmen und öffentlichkeitswirksame Auftritte des VRM erhöhen zudem die Aufmerksamkeit für das Angebot im Verbundraum und sorgen so dafür, dass Neukunden dieses gezielt wahrnehmen.

Der Fokus der Marketingmaßnahmen auf den Freizeitverkehr hat sich als erfolgreich erwiesen. Durch eine gleichzeitige Marketingaktion zur Minigruppenkarte konnte gerade für dieses Segment die Fahrgastzahl sowie der Ticketverkauf deutlich erhöht werden.

Weiterhin überzeugt sind die Fahrgäste auch vom Informationsangebot des VRM. Neben den regelmäßig aktualisierten Tarif- und Fahrplanmedien schätzen die Fahrgäste vor allem die ständige Erreichbarkeit derselben Informationen im Internet.

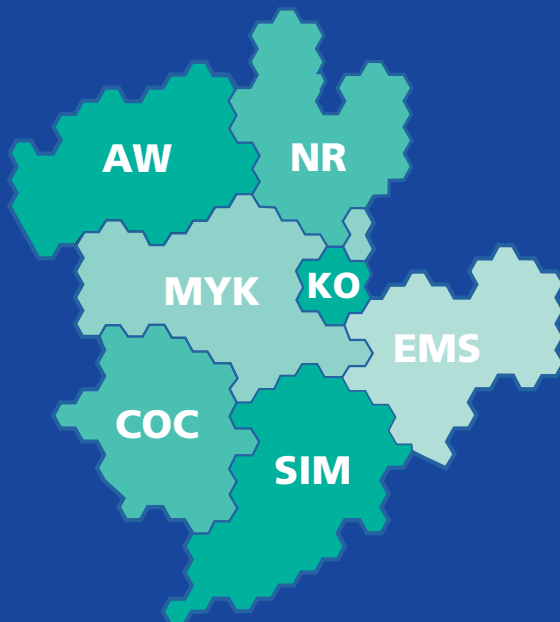
Mit dem neuen Haltepunkt „Hatzenport“ konnte zudem ein weiteres langfristiges Projekt des VRM zum Abschluss gebracht werden und das bestehende Angebot weiter verbessern. Gleiches gilt für die Sanierung der Pellenz-Eifel-Strecke zwischen Andernach–Mayen–Kaisersesch.

Ein weiteres Projekt, für den der VRM sich bereits seit längerer Zeit einsetzt, ist die Einrichtung des dringend benötigten Haltepunktes Koblenz – Stadtmitte, die sich nicht nur positiv auf die Stadt, sondern auch auf die umliegenden Kommunen auswirken wird.

Der VRM wird auch im Jahr 2006 wieder einen langen Atem für die Fahrgäste im gesamten Verbundgebiet beweisen.



Verbundgebiet



Verkehrsverbund
Rhein-Mosel GmbH
Schloßstraße 18-20
56068 Koblenz
INFO-HOTLINE 0 18 05 - 986 986 (0,12 EUR/Min.)
www.vrrm.info.de

Stand: September 2006
Verantwortlich für den Inhalt: VRM GmbH
Quelle: VRM GmbH soweit nicht anders angegeben