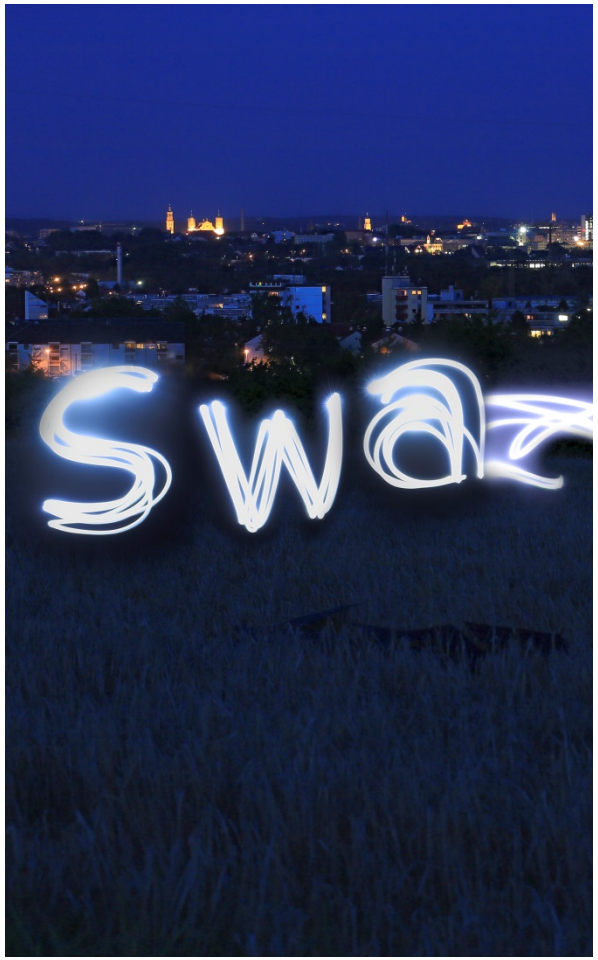
swa
Energie Wasser Mobilität

Die Mobil-Flatrate Augsburg –

ein Tarifmodell für die Zukunft?

1 swa Porträt

- Drittgrößtes kommunales Versorgungsunternehmen Bayerns
- ca. 1.800 Mitarbeiter
- swa Konzern bestehend aus: Stadtwerke Augsburg Holding GmbH, Energie GmbH, Wasser GmbH, Verkehrs-GmbH, Netze Augsburg GmbH, Projektgesellschaft mbH, avg Augsburger Verkehrsgesellschaft mbH, asg Augsburger Verkehrs-Servicegesellschaft mbH, Stadwerke Augsburg Carsharing – GmbH, swa Kreativwerk GmbH & Co. KG, swa Kreativwerkverwaltungs-GmbH
- Versorgung von mehr als 350.000 Menschen rund um die Uhr mit Energie, Trinkwasser und Verkehrsdienstleistungen mit Bus und Tram im Wirtschaftsraum Augsburg
- Dauerhafte Versorgung der Kunden mit Energie, Wasser und Verkehr
- Handeln bestimmt von Prämissen: Umweltschonung, Wirtschaftlichkeit und Preisgünstigkeit
- Unterstützung der Region
- Hohe Qualitätsansprüche bei abzugebenden Leistungen und Produkten



swa
Energie Wasser Mobilität

1. Mobilität im swa-Konzern
2. Pilotprojekt - Vorgehen
3. Zwischenergebnisse
4. Weiteres Vorgehen
5. Ausblick

1 swa Bus & Tram

Die swa sind mit ihren Straßenbahnen und Bussen der maßgebliche Partner im Augsburger Verkehrsverbund

An der zentralen Umsteigehaltestelle Königsplatz sind täglich 120.000 Fahrgäste unterwegs

Die Apps swa Fahrinfo und swa City versorgen die Augsburger umfassend mit Informationen

- 63 Mio. Fahrgäste pro Jahr
- 71.000 Abonnenten (inkl. Schüler und Studenten)
- 2 Kundencenter
- 86 Straßenbahnfahrzeuge
- 77 erdgasbetriebene Busse
- 164 stationäre Fahrausweisautomaten
- 44 private Vorverkaufsstellen

1 swa Carsharing

Wesentlicher Bestandteil des Mobilitätskonzepts in Augsburg

Lückenschluss in der urbanen Mobilitätskette

Beitrag zur Reduzierung von Parkproblemen in der Augsburger Innenstadt

- Standortbasiertes Carsharing
- 61 Standorte
- 142 Fahrzeuge
- 4.000 Kunden
- Ca. 32% durchschnittliche Auslastung
- Moderne Flotte vom Cityflitzer über Mittelklassewagen bis hinzu Transportern und Kleinwagen
- Eigenes E-Carsharing Angebot mit Free-Floating in Vorbereitung

2. Pilotprojekt – Vorgehen (1)

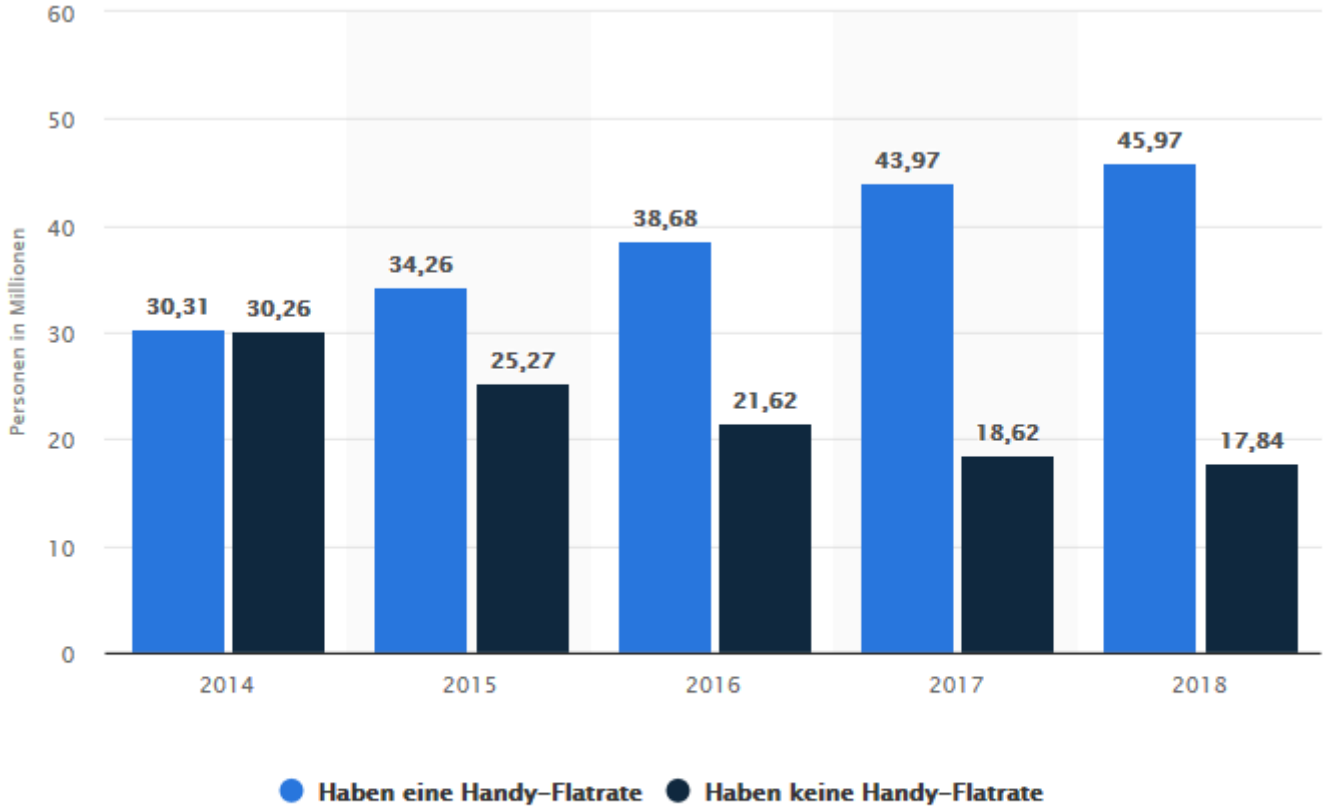
swa Mobil-Flat läuft als Pilotversuch seit dem 1. Oktober 2018

Zielsetzung: Erfahrungen sammeln, um Ende 2019 eine Mobilitäts-Flatrate auf den Markt zu bringen

- Kunden verlangen Flexibilität von Mobilitätsdienstleistern
- Die swa bieten ÖPNV, Carsharing und Bikesharing unter einem Dach an
- Ein gemeinsames Angebot gab es bisher nicht
- Solch ein Angebot muss attraktiv sein, darf nicht einfach die Tarife addieren
- Um ein marktreifes Produkt anbieten zu können fehlt die Datengrundlage
- swa entschieden sich daher zunächst für ein Pilotprojekt
- Dies wird intern und extern evaluiert

2. Pilotprojekt – Vorgehen (2)

Flatrate ist marktfähig – z.B. Handy



Ihre Daten visualisiert tableau

© Statista 2019

2. Pilotprojekt – Vorgehen (3)

Konditionen des Piloten:

- 50 Teilnehmer
- Preis 75 Euro/Monat für:
  - Mobil-Abo Innenraum (gesamtes Stadtgebiet Augsburg)
  - 30 Stunden Carsharing ohne Kilometerbegrenzung
  - swa Rad beliebig oft für jeweils bis zu 30 Minuten
  - Kunden führen ein Mobilitätstagebuch
  - Kunden stehen für Gespräche zur Verfügung

3. Zwischenergebnisse - Vorgehen

swa Mobil-Flat läuft als Pilotversuch seit dem 1. Oktober 2018

Nach vier Monaten Laufzeit wurden nun erste Auswertungen vorgenommen, um zu prüfen, ob sich bereits Muster erkennen und Erkenntnisse gewinnen lassen. Dabei Stand das Carsharing im Fokus der Aufmerksamkeit

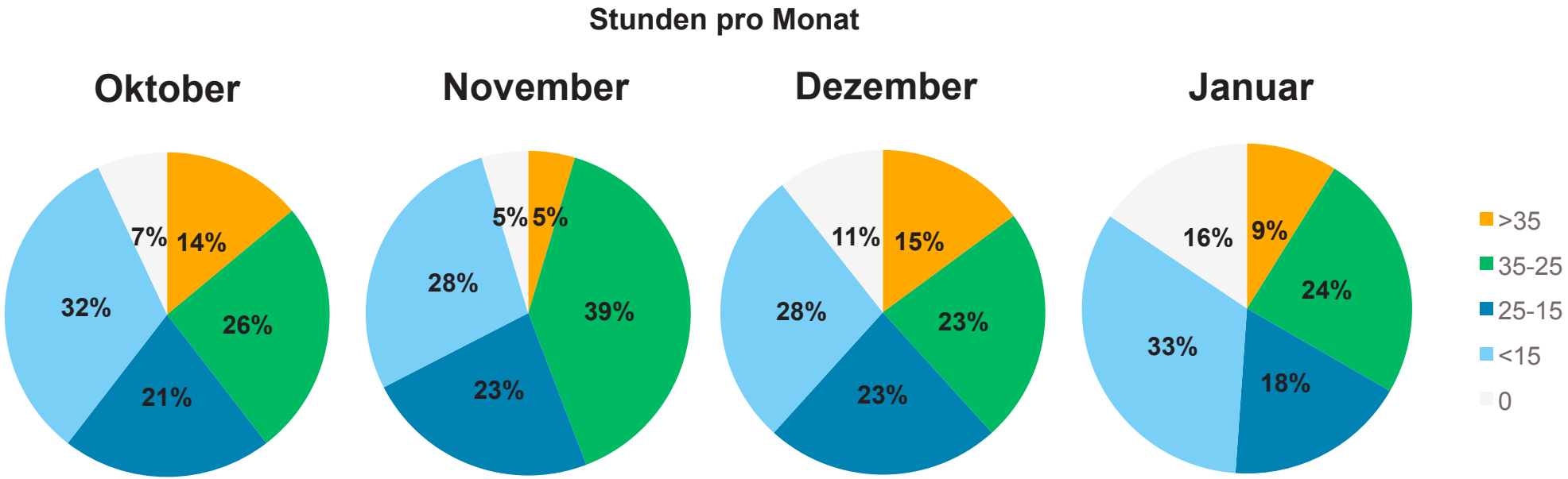
- Da **fast alle** Teilnehmer das **ÖPNV-Abo** für ihren täglichen Arbeitsweg nutzen, muss dieses nicht näher betrachtet werden – das Abo für den Augsburger Innenraum ist für das marktreife Produkt „gesetzt“.

- Die Nutzung des swa Rad ist dagegen ausgesprochen gering und kann damit bei der Betrachtung der Nutzungsdaten ebenfalls außer acht gelassen werden.

- Der für Produktgestaltung und Preisbildung relevante Faktor ist daher das Carsharing. Hier wurden die durch das Projekt gewonnenen und die bereits vorhandenen Daten ausführlich ausgewertet.

3. Nutzung „Freistunden“

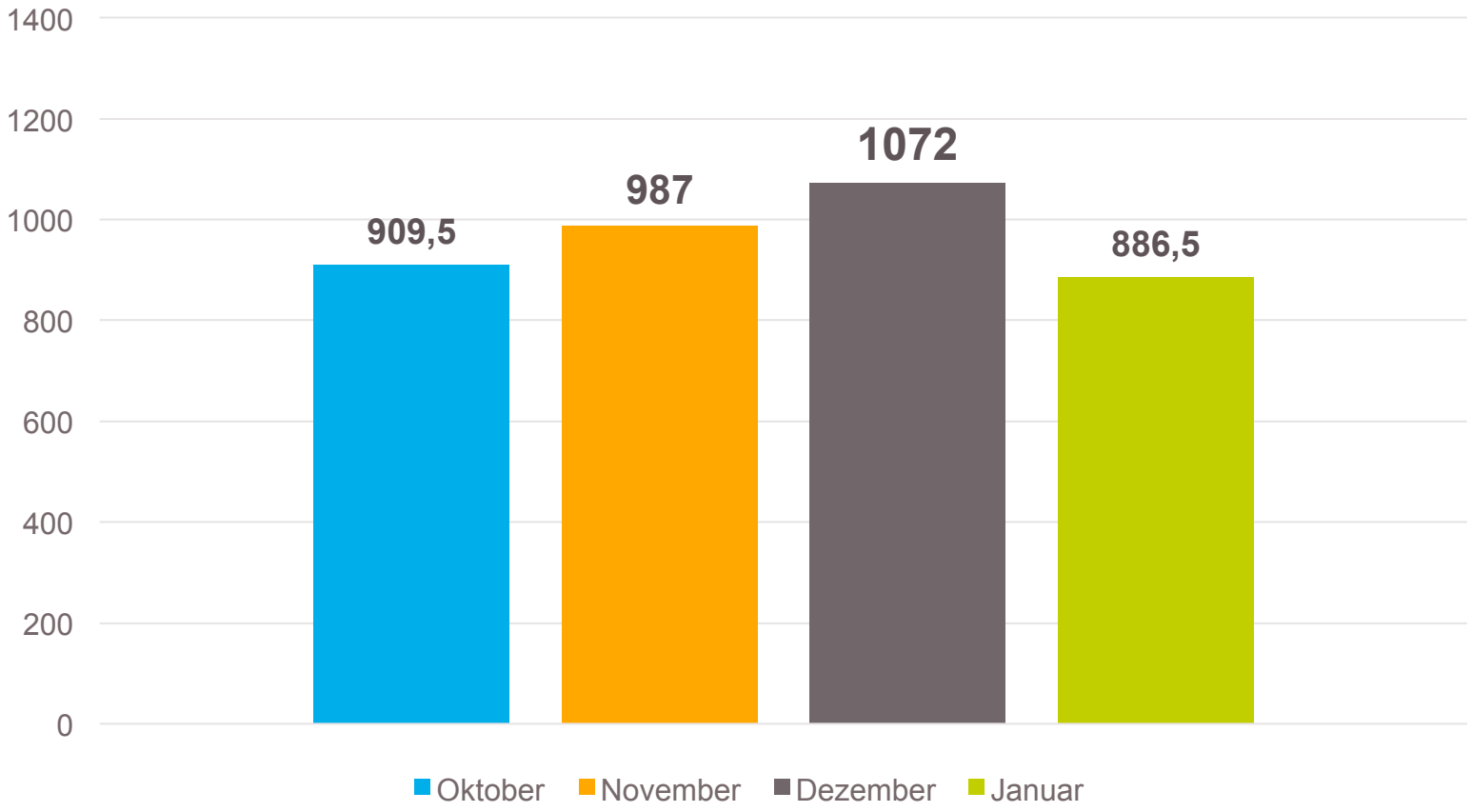
Der Anteil derjenigen, die ihre Kontingente beim Carsharing zu weniger als 50% ausnutzen, liegt zwischen 30% und 40% und steigt im Verlauf des Pilotprojekts an



swa
Energie Wasser Mobilität

3. Gesamtnutzung

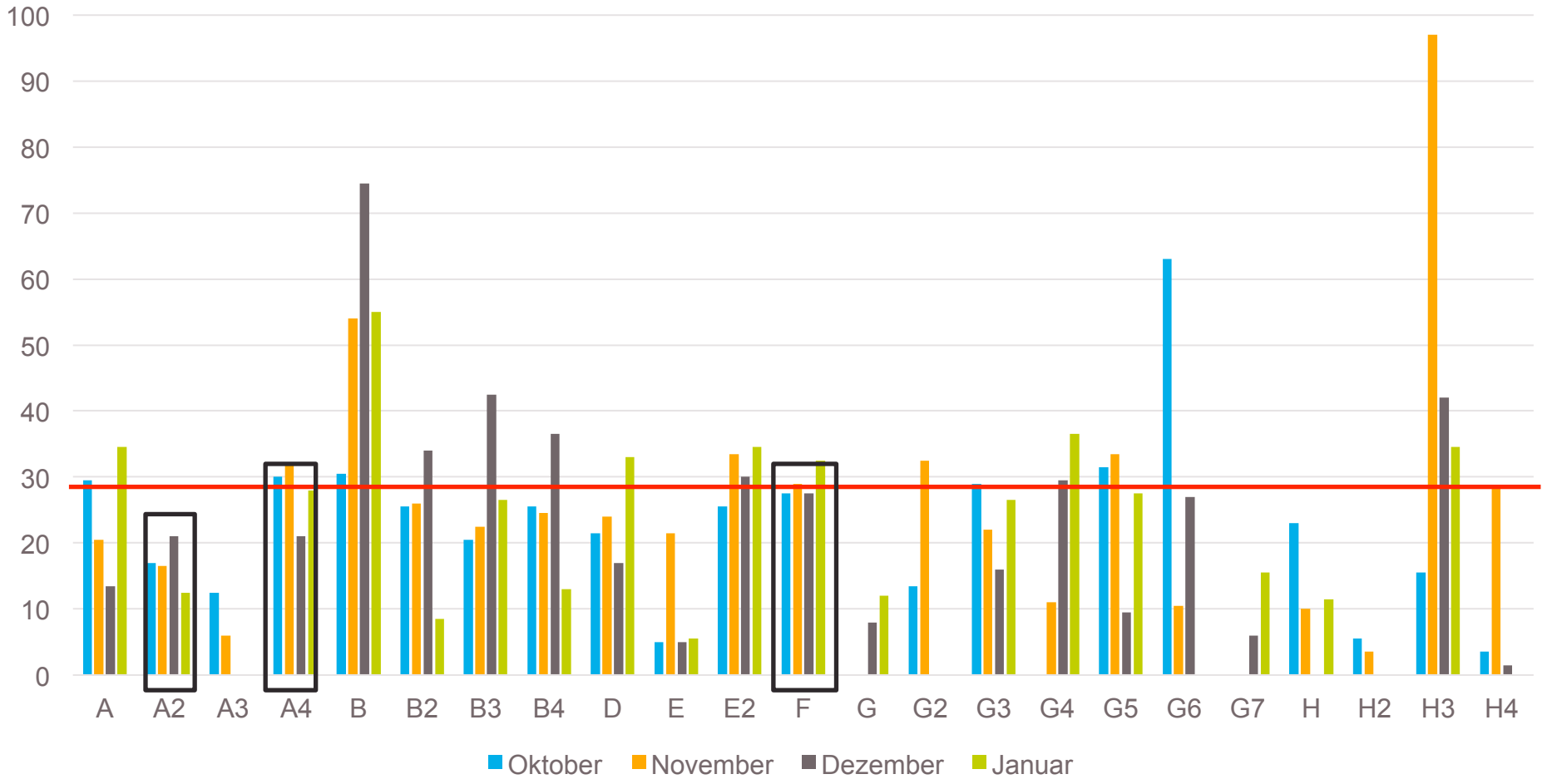
Die Nutzungsstunden über alle Teilnehmer steigen anfangs leicht an, fallen dann allerdings wieder



swa
Energie Wasser Mobilität

3. Individuelle Nutzung (1)

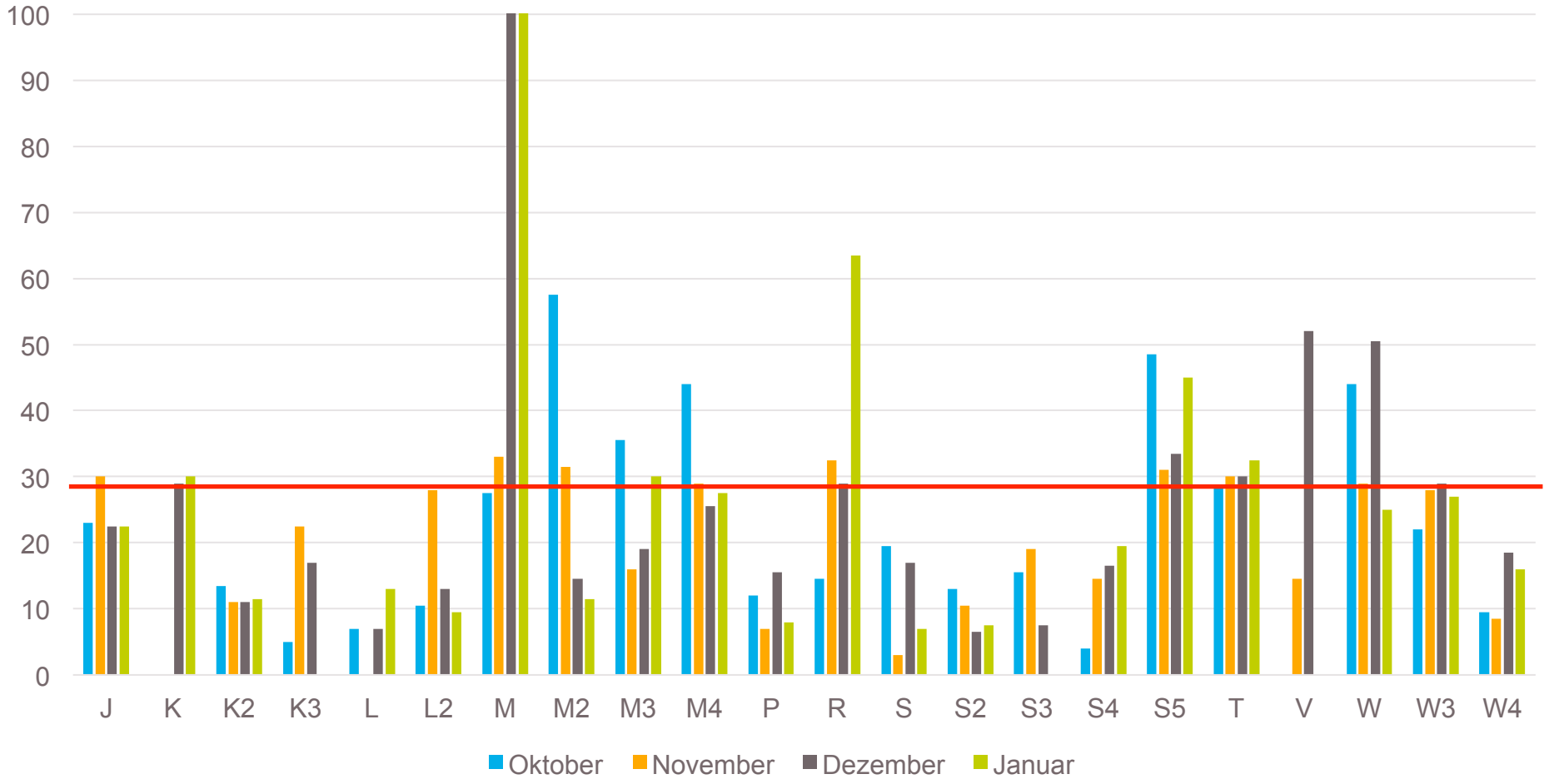
Gleichmäßiges Verhalten über die ersten vier Monate ist die Ausnahme, nicht die Regel



swa
Energie Wasser Mobilität

3. Individuelle Nutzung (2)

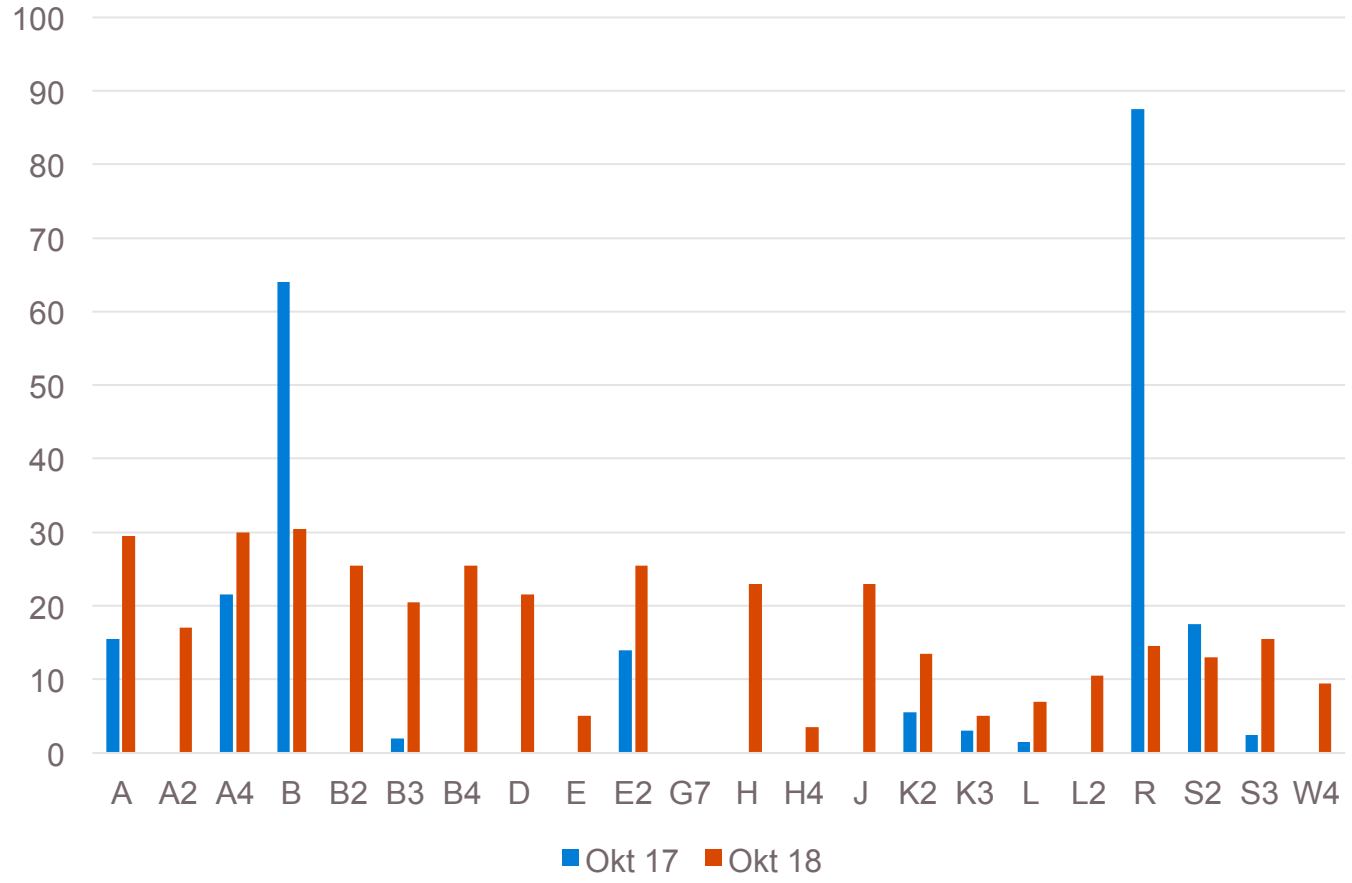
Meist variieren die Nutzungszeiten bei den einzelnen Kunden von Monat zu Monat



swa
Energie Wasser Mobilität

3. Nutzungsverhalten der Bestandskunden (1)

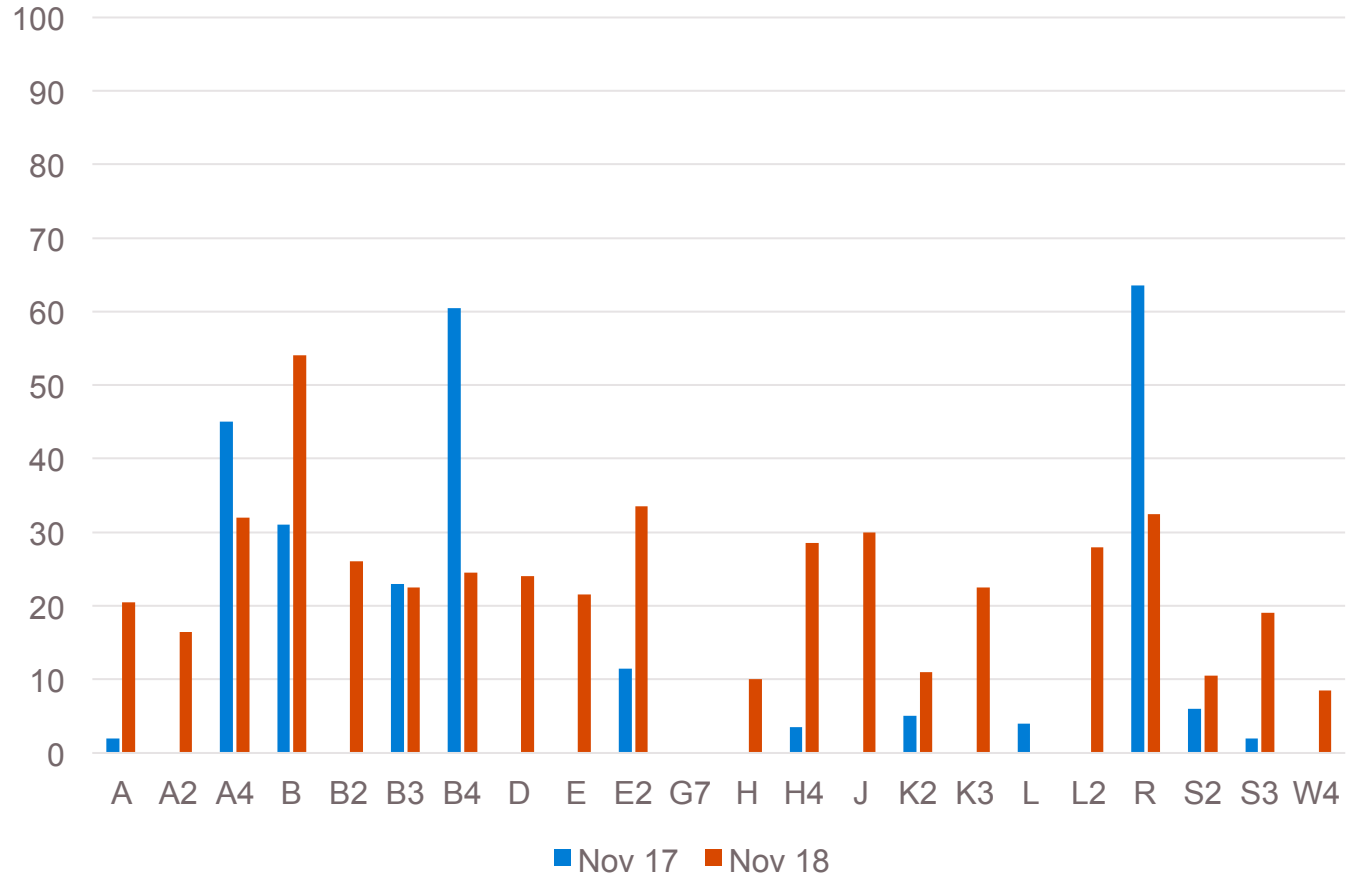
Auch bei den Kunden, die bereits vor dem Pilotprojekt das Carsharing genutzt haben, ergibt sich kein klares Bild.



swa
Energie Wasser Mobilität

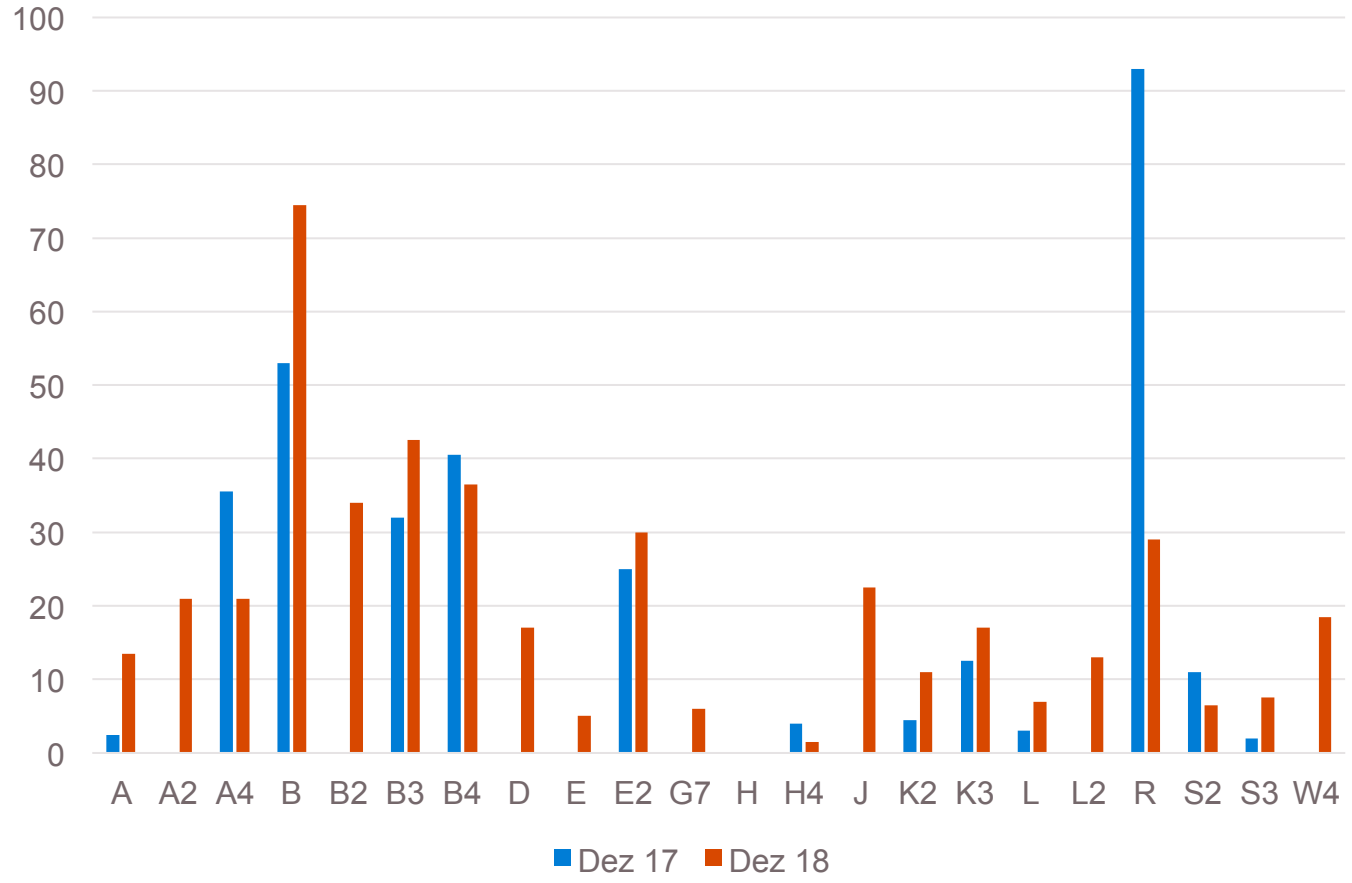
3. 3. Nutzungsverhalten der Bestandskunden (2)

Dabei beruht eine geringere Nutzung heute vermutlich auf „Ausreißern“ im letzten Jahr, also die Nutzung des Carsharing für Wochenendausflüge



3. Nutzungsverhalten der Bestandskunden (3)

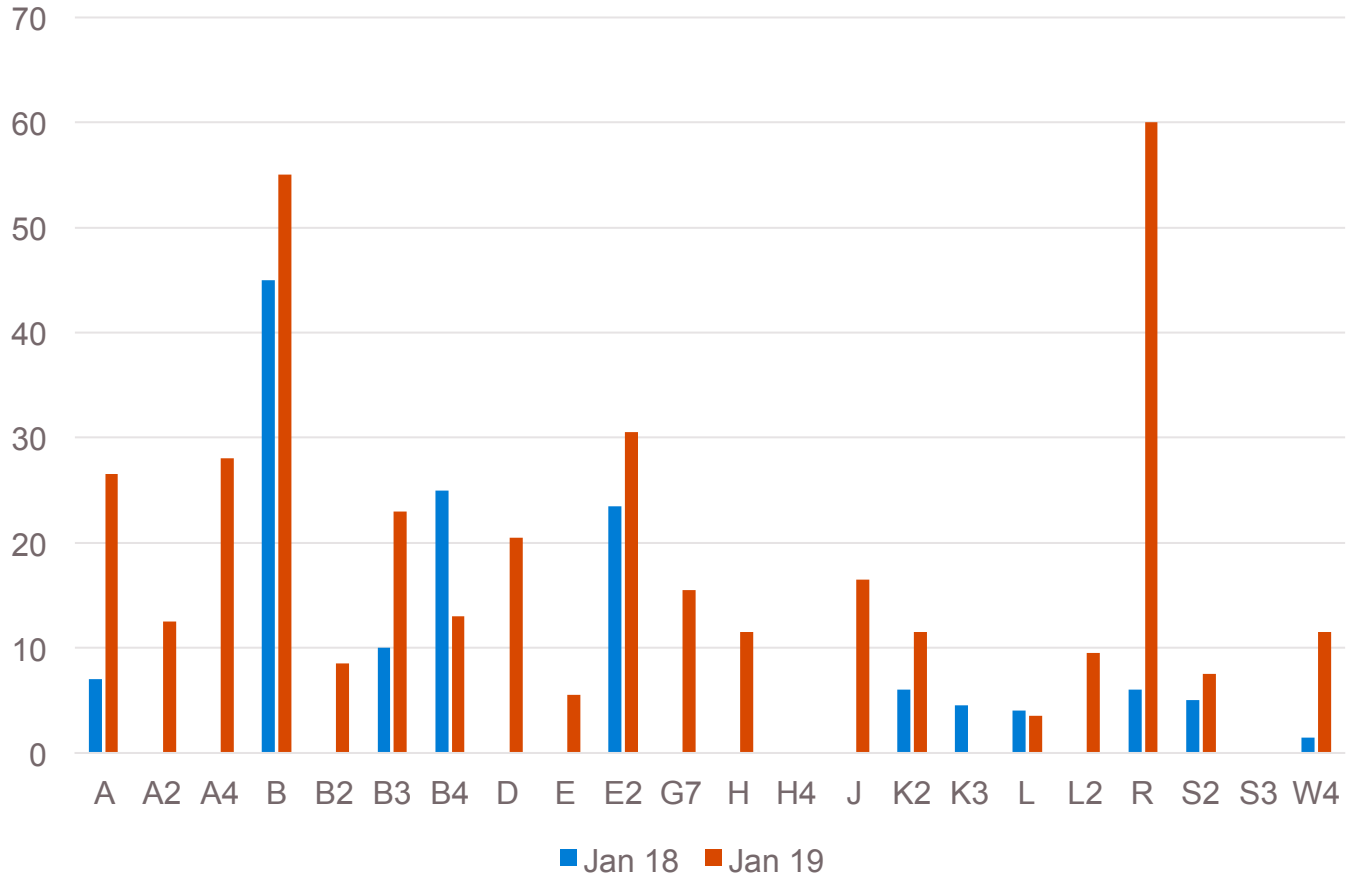
Ansonsten ist weitgehend eine leichte Steigerung der Nutzung gegenüber dem Vorjahr erkennbar.



swa
Energie Wasser Mobilität

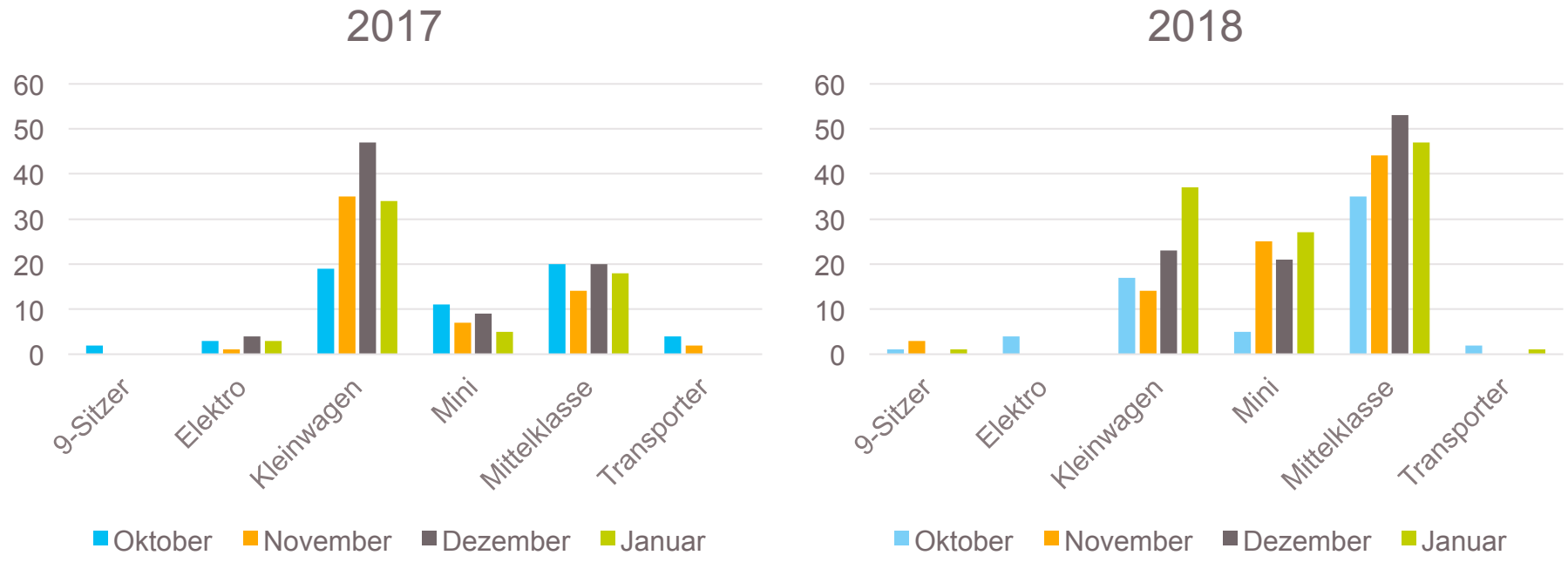
3. Nutzungsverhalten der Bestandskunden (4)

Zu erkennen ist außerdem, dass viele Bestandskunden im Vorjahr – trotz bestehenden Vertragsverhältnisses – gar keine Nutzung vorzuweisen hatten.



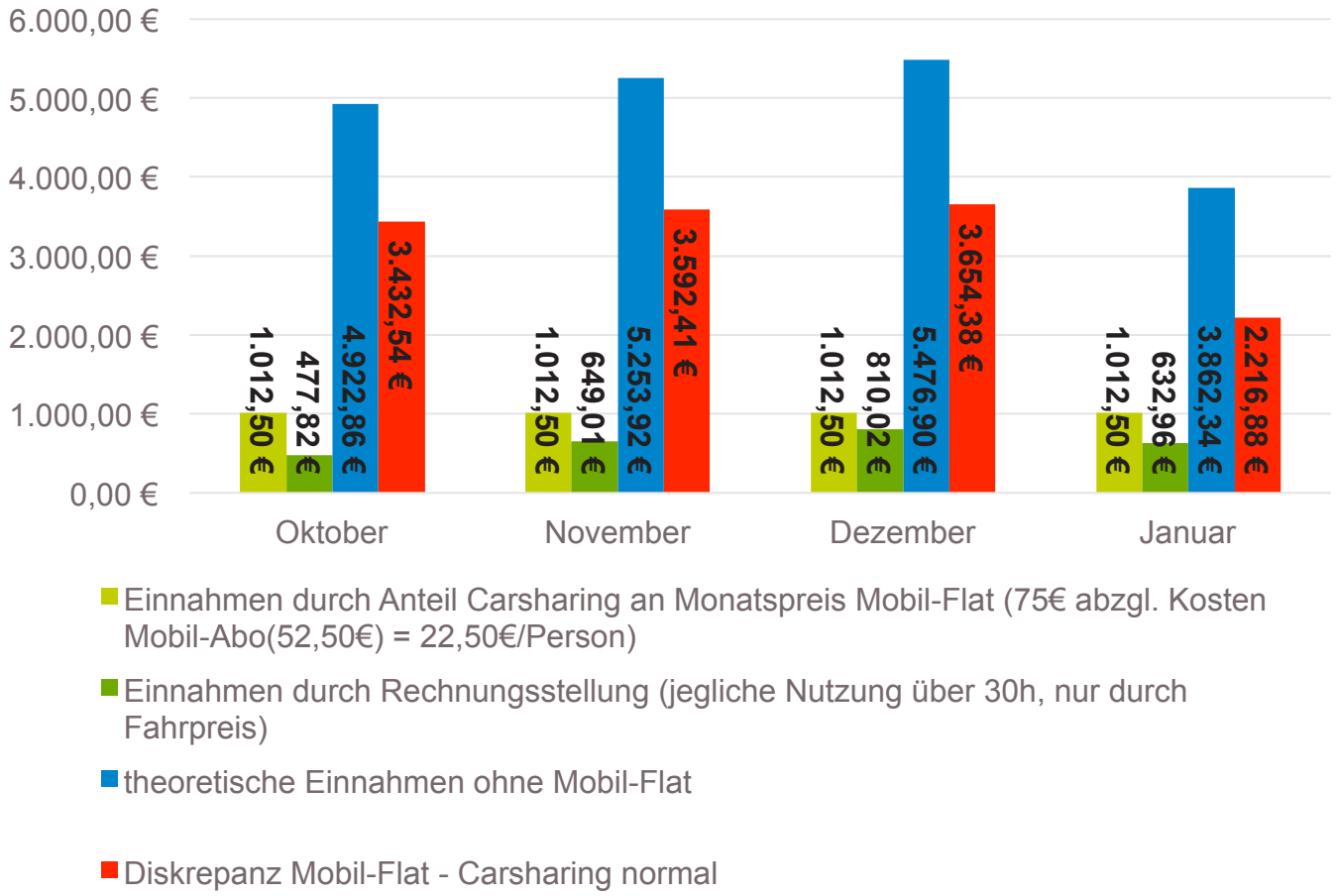
3. Genutzte Fahrzeugklassen

Bereits jetzt ist deutlich: die Kunden wechseln auf komfortablere und damit außerhalb der Flatrate teurere Fahrzeugklassen



3. Entgangene Einnahmen (1)

Durch den extrem günstigen Tarif entgehen den swa beim Pilotprojekt monatliche Einnahmen im Bereich von 3000 - 3500 Euro im Mittel



3. Entgangene Einnahmen (2)

Pro Kunde sind dies um die 80 Euro, was aber ein niedriger Preis für eine „Marktstudie“ ist. Zusätzlich zeigt sich diesbezüglich der letzte ausgewertete Monat als rückläufig.

swa
Energie Wasser Mobilität

3. Zwischenergebnisse - Überblick

Bereits jetzt lassen sich wichtige Schlüsse ziehen:

- Die Kunden richten ihr Nutzungsverhalten weitestgehend nach ihrem Mobilitätsbedarf, nicht nach dem Stundenkontingent – dies zeigt das schwankende Nutzungsverhalten
- Der Grundgedanke einer Flatrate, Sicherheit und Verfügbarkeit zu verkaufen statt tatsächlicher Nutzung, scheint also zu funktionieren
- Die gegenwärtige Produktkonstellation (viel Leistung für wenig Geld) wäre auf Dauer wirtschaftlich nicht haltbar.
- Logisch ist der Umstieg auf höherwertige Fahrzeugklassen – bei gleichem Preis wählen die Kunden eben die höhere Qualität
- Die Ergebnisse sind nach vier Monaten noch nicht verlässlich – sie geben aber schon wichtige Indikatoren für die Gestaltung des marktreifen Produktes.

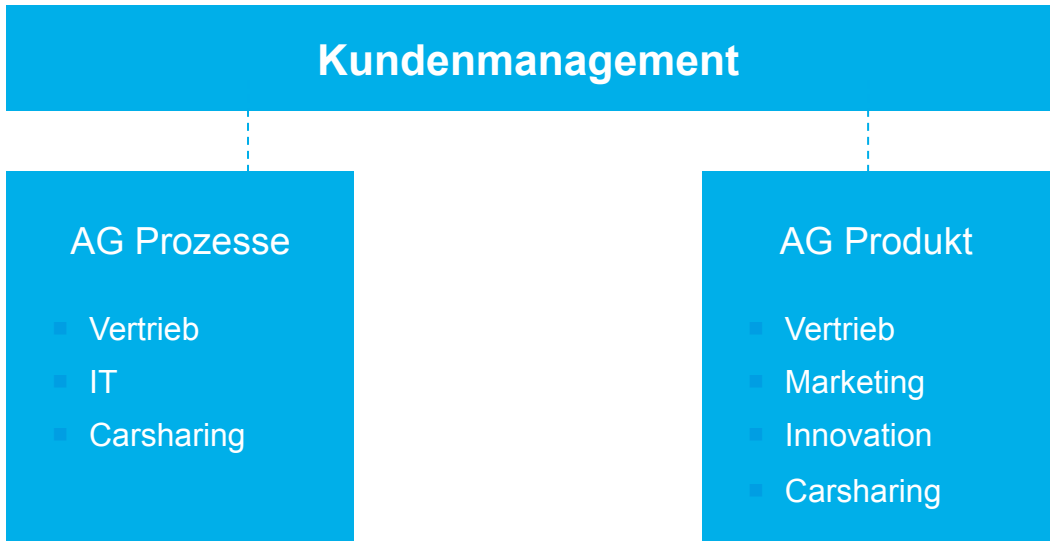
4. Weiteres Vorgehen - Arbeitsstruktur

Das Pilotprojekt hat erste Erkenntnisse geliefert. Es muss aber überprüft werden, inwiefern das Nutzungsverhalten der Teilnehmer sich verstetigt.

Dazu wird weiter ein internes Controlling durchgeführt. Außerdem wird das Projekt durch die ETH Zürich wissenschaftlich begleitet.

Neben der genauen Ausgestaltung eines marktfähigen Produktes müssen auch noch technische Prozesse umgestaltet und Systemschnittstellen geschaffen werden.

Die weitere Projektarbeit steht daher auf zwei Säulen:



4. Fragestellungen

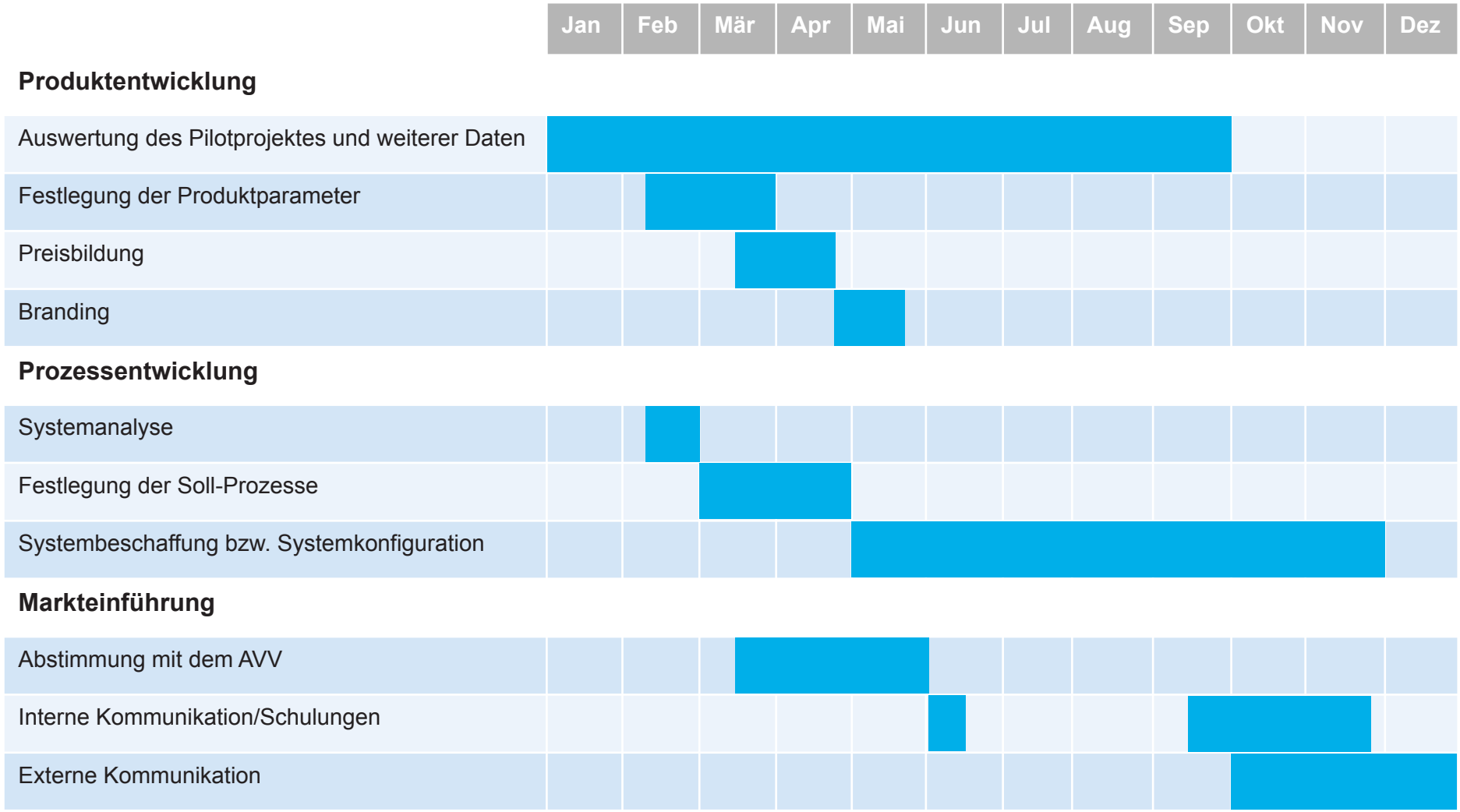
Fragestellungen AG Prozesse:

- Wie werden die Fahrten erfasst?
- Wie werden die Fahrten abgerechnet?
- Wie werden die Einnahmen verbucht?
- Welche Systeme sind beteiligt?
- Welches System ist führend?
- Sind zusätzliche Systeme erforderlich?
- …

Fragestellungen AG Produkt:

- Ausgestaltung des Produktes
  - ein Produkt
  - mehrere Produktvarianten
    - Unterschiedliche Kontingente
    - Mitnahme/Übertragbarkeit
  - Einbeziehung des E-Carsharing
  - Art des Carsharing-Kontingents
    - Stunden
    - Kilometer
- Preisbildung
  - Höhe des Preises
  - Zuordnung der Einnahmen zu den Verkehrsmitteln

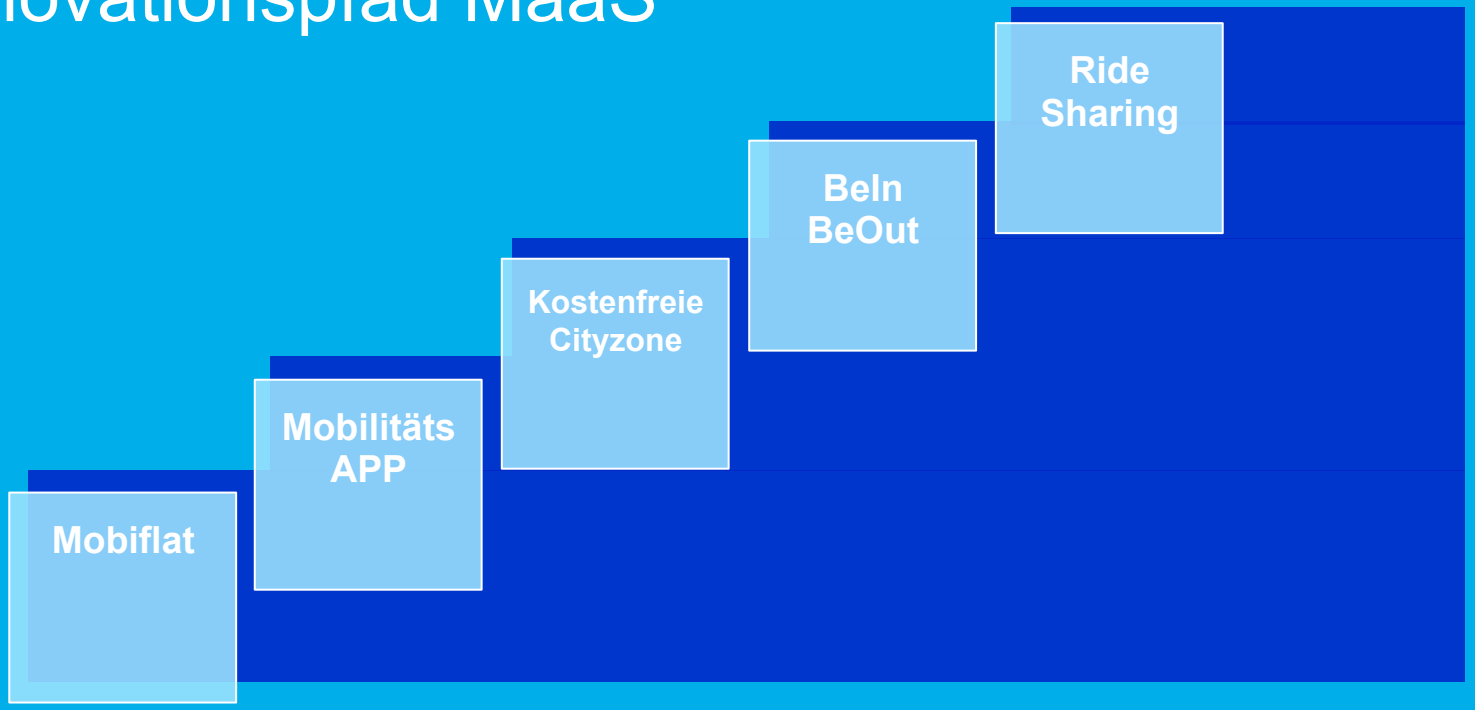
4. Zeitplan


Jan
Feb
Mär
Apr
Mai
Jun
Jul
Aug
Sep
Okt
Nov
Dez
Produktentwicklung
Auswertung des Pilotprojektes und weiterer Daten
Festlegung der Produktparameter
Preisbildung
Branding
Prozessentwicklung
Systemanalyse
Festlegung der Soll-Prozesse
Systembeschaffung bzw. Systemkonfiguration
Markteinführung
Abstimmung mit dem AVV
Interne Kommunikation/Schulungen
Externe Kommunikation

5. Ausblick – der Innovationspfad der swa

Energie Wasser Mobilität

Innovationspfad MaaS



swa
Energie Wasser Mobilität

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Dr. Walter Casazza

walter.casazza@sw-augsburg.de