

A woman with dark hair and glasses, wearing a red jacket, is looking at her smartphone. The background is a blurred city street at night with lights and buildings.

# HAVAG Fallstudie

Testen Sie neue und flexible Preismodelle,  
erfinden Sie Ihre Tarifstrukturen neu und  
steigern Sie Ihren Umsatz

**FAIRTIQ**



## Umsatzsteigerung im öffentlichen Verkehr Eine Fallstudie zu Bonusmodellen für Fahrgäste

Mit der Einführung des Deutschlandtickets hat sich die dynamische Landschaft des deutschen ÖPNV deutlich verändert, doch die Zugänglichkeit bleibt für viele Pendler:innen ein Problem. Um hier Abhilfe zu schaffen und Anreize für regelmäßige Fahrten zu schaffen, hat die Hallesche Verkehrs-AG (HAVAG) Loyalitätsrabatte getestet.

In Zusammenarbeit mit FAIRTIQ wurden verschiedene Bonusmodelle eingeführt, um deren Einfluss auf den Umsatz zu erforschen. Nach sorgfältiger Analyse stellte die HAVAG fest, dass **sofortige Belohnungen für Fahrgäste zu einer bemerkenswerten Umsatzsteigerung von 20% führten.**

Diese Fallstudie zeigt auf, wie wirksam Loyalitätsrabatte für Fahrgäste sind, um die Nutzung des öffentlichen Verkehrs und die finanzielle Rentabilität zu verbessern.

## 20 Prozent Mehrumsatz: Rabattmodell der HAVAG wirkt nachweislich

Für alle Vielnutzer:innen des ÖPNV in Deutschland hat sich in den letzten Monaten viel getan. Mit dem Deutschlandticket reisen sie nun bundesweit zum Flatrate-Preis durch den Nah- und Regionalverkehr. Bei ca. 10 Millionen Nutzer:innen bleiben jedoch noch viele Menschen, für die das Ticket keine Option ist. Wie schafft man es, auch für Personen unterhalb der Abogrenze ein attraktives Pricing zu gestalten und sie langfristig an den ÖV zu binden? Diese Frage ist zentral, um den ÖPNV langfristig weiterzuentwickeln und mehr Menschen zum Bus- und Bahnfahren zu motivieren.

Ein häufig angewandtes Mittel sind sogenannte Bonusmodelle oder Loyalitätsrabatte. In diesen Modellen erhalten ÖPNV-Nutzer:innen einen Preisvorteil, wenn sie genügend reisen. Die Ausgestaltung kann dabei ganz unterschiedlich sein – ob ein Sofortrabatt oder Cashback, je Kalendermonat oder rollierend pro Woche, sowie die Höhe von einer oder auch mehreren Rabattstufen.

Während solche Bonusmodelle schon weit verbreitet sind, fehlt es an belastbaren Daten, wie groß der Effekt der Rabattierung wirklich ist und inwieweit der Mehrkonsum die entstehenden Rabattkosten kompensiert. Darum wollte unsere Partnerin, die Hallesche Verkehrs-AG (HAVAG), vor einem kostspieligen breiten Roll-Out den Effekt eines solchen Modells zunächst testen. Dank der flexiblen Infrastruktur von FAIRTIQ konnten wir gemeinsam verschiedene Bonusmodelle experimentell gegen eine Kontrollgruppe testen. So konnten wir herauszufinden, ob durch tarifliche Vergünstigungen für zusätzliche Fahrten die Nachfrage so weit gesteigert werden kann, dass die entstehenden Einnahmeverluste ausgeglichen werden und auch Mehrumsatz erzielt werden kann.





## Mehr fahren, weniger zahlen

Die Vorteile einer Bonusregelung für Kund:innen liegen auf der Hand: Sie bekommen mehr Mobilität zum günstigen Preis. Die HAVAG wollte wissen, inwieweit Bonussysteme sich auch für Verkehrsunternehmen rechnen können.

## Parallelversuch in zwei Gruppen

Mit Hilfe der "FTQ Lab"-App wurden verschiedene Bonussysteme gleichzeitig erprobt. Für einen Teil der Tester:innen wurde der Rabatt noch im gleichen Monat wirksam. Kund:innen in der zweiten Gruppe erhielten ihn im nächsten Monat.

## Eine Investition, die sich lohnt

Die Ergebnisse des Tests bestätigen: Bonussysteme setzen wirksame Anreize für die ÖPNV-Mehrnutzung. Und auch wirtschaftlich sind sie attraktiv: Die Kosten der Rabattierung werden durch Mehrumsatz mehr als kompensiert.

**"Das Deutschlandticket richtet sich ja vorrangig an die Fahrgastgruppe, die öfter den ÖPNV nutzt und für die es sich lohnt, 49 € monatlich für den ÖPNV auszugeben. Es wird weiterhin eine große Anzahl an Menschen geben, die eher Gelegenheits- und Seltennutzer sind."**

Kathrin Jähnert-Elster, Tarif- und Vertriebskoordinatorin bei der Halleschen Verkehrs-AG

## Vom digitalen Fahrschein über den innovativen Luftlinientarif hin zum Bonus-Experiment

Als Teil des Mitteldeutschen Verkehrsverbunds (MDV) betreibt die HAVAG Busse und Bahnen in Halle (Saale) sowie in Teilen des Saalekreises. Bereits seit November 2019 können Fahrgäste im Stadtgebiet von Halle (Tarifzone 210) ihre Fahrkarten mit der FAIRTIQ App digital zum regulären Fahrpreis erwerben. Zusätzlich führte das Unternehmen im September 2022 im Rahmen eines Pilotprojekts den innovativen Luftlinientarif im Stadtgebiet Halle ein. Im Frühjahr 2023 ging das Unternehmen noch einen Schritt weiter und erprobte parallel zur Einführung des Deutschlandtickets zwei unterschiedlich gestaffelte Bonusmodelle.

# Ein experimentelles Versuchsdesign führt zu eindeutigen Ergebnissen

HAVAG und FAIRTIQ definierten den Versuchsaufbau gemeinsam. Zunächst wurden zwei Testgruppen gebildet. Diese unterschieden sich sowohl nach der Staffelung des Bonus als auch nach dem Zeitpunkt, an dem dieser in Kraft trat. Ziel war es, zu testen, welche Variante das Fahrverhalten stärker beeinflussen würde.

Das Tarifexperiment wurde mit der "FTQ Lab"-App durchgeführt, einer Versuchs-App von FAIRTIQ, in der aktuell ein Luftlinientarif getestet wird. Die Nutzung der regulären FAIRTIQ-App war unabhängig vom Test weiterhin möglich. Beide Testgruppen erhielten Rabatte ab bestimmten Reiseschwellen pro Kalendermonat – zum Beispiel nach 5, 10 oder 15 Reisen pro Monat. Beide Gruppen hatten eine Staffelung von 3 Schwellen mit steigendem Rabatt.



## Testgruppe 1

Testgruppe 1 erhielt den Bonus noch im gleichen Monat: z.B. ab der fünften Reise pro Monat 10% Rabatt auf die nächsten Reisen. Die ÖPNV-Nutzung wurde somit unmittelbar „belohnt“ – sobald man die Schwelle erreicht, ist die Reise reduziert. Auf der anderen Seite musste man somit aber jeden Monat wieder von vorne (zum Vollpreis) starten.



## Testgruppe 2

Testgruppe 2 dagegen erhielt den Bonus erst im Folgemonat: Je nach Anzahl Reisen im ersten Monat, waren alle Reisen im nächsten Monat mit dem gleichen Satz reduziert. Die „Belohnung“ erfolgte somit verzögert, führte jedoch bei regelmäßigen Vielnutzer:innen zu einem durchgängig ermäßigten Tarif. Man musste somit möglicherweise länger warten, um den Bonus zu erhalten, konnte aber bei häufiger Nutzung dauerhaft zum reduzierten Preis reisen.



## Kontrollgruppe

Eine zusätzlich eingerichtete Kontrollgruppe erhielt keine Vergünstigungen.

Wichtig dabei ist: Die verschiedenen Gruppen wurden zufällig ausgewählt, aber vor dem Versuchsstart waren die durchschnittlichen Ausgaben der Gruppen gleich.

Das beste Bonusmodell bringt wenig, wenn Kund:innen nichts davon wissen und nicht im richtigen Moment "genudgt" werden können. Die Testgruppen wurden zur Einführung per E-Mail zum zeitlich begrenzten Bonus informiert. Während der Laufzeit funktionierte die Kommunikation dann über die App: Automatisch generierte und individualisierte Nachrichten erhöhten die Motivation zur ÖPNV-Nutzung – sowohl eine Fahrt vor dem Erreichen der Bonusschwelle sowie direkt danach.

## Und mit 20% mehr Umsatz ist der Gewinner... die direkte Belohnung!

Bei der „nachgelagerten Belohnung“ in Testgruppe 2 waren die Ergebnisse tendenziell positiv, jedoch im statistischen Test nicht ganz eindeutig. Hier könnte ein zweiter Test mit einer größeren Testgruppe helfen, die Lage zu klären.

Testgruppe 1 dagegen lässt keine Fragen offen – hier konnte durch die „sofortige Belohnung“ ein signifikanter Anstieg der ÖV-Nutzung und somit der Ausgaben der Fahrgäste erreicht werden.



Die durchschnittlichen Rabat-  
tkosten des Tests beliefen sich  
auf ca. 10% der Gesamtausga-  
ben der Testgruppe.



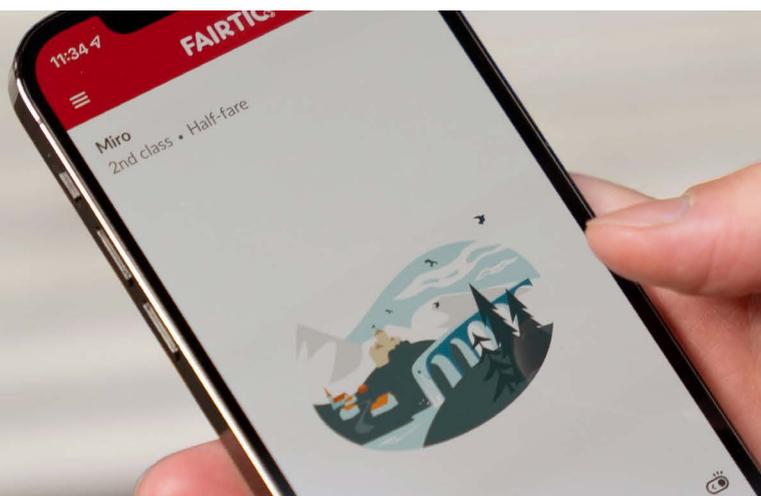
Im Vergleich zur Kontrollgruppe  
gab Testgruppe 1 jedoch ab  
Start des Bonustests ca. 20%  
mehr für den ÖPNV aus. Der  
Unterschied ist statistisch si-  
gnifikant (mit  $p < .05$ , für die  
Statistiker:innen unter uns).



Die Rentabilität ist somit klar  
positiv – die Mehrausgaben  
sind ca. doppelt so hoch wie  
die durch den Bonus ents-  
tandenen Rabattkosten!

“FAIRTIQ ist ein idealer Partner, um gemeinsam mit uns den Markt zu bearbeiten und innovative Angebote auszutüfteln. Uns hat überzeugt, wie kundenorientiert, schnell und agil FAIRTIQ mit neuen Ideen die App weiterentwickelt.”

Andreas Völker, Bereichsleiter Marketing, Vertrieb und Kundenservice bei der Halleschen Verkehrs-AG





Die Ergebnisse der Testgruppe 2 zeigen: Nicht jedes Bonusmodell wird sicher funktionieren und es braucht mehr Feldexperimente, um effektive Maßnahmen zu entwickeln. Wir freuen uns, dass die HAVAG mit dem experimentellen Ansatz Innovation im ÖV Sektor unterstützt und belastbare Effektmessungen ermöglicht. Solche Experimente bieten eine objektive Wissensgrundlage, welche die gesamte Branche bei der Entwicklung von attraktiven und effizienten Tarifsystemen voranbringt. Sie könnten in Zukunft vor dem Ausrollen tariflicher Maßnahmen zum Standard werden.

## Die Vorteile von FAIRTIQ



Möglichkeit, Tarifexperimente in kleinen Gruppen durchzuführen und die Ergebnisse exakt zu messen



bei FAIRTIQ vorhandenes Wissen und Daten können für die Entwicklung innovativer Tarifmodelle eingesetzt werden – auch und vor allem für Fahrgäste ohne Abo



direkte Kommunikation mit Nutzer:innen über die App erhöht Erfolgsaussichten



erfolgreicher Nachweis der Profitabilität von Bonusmodellen rechtfertigt Investitionen in das Tarifexperiment



Möglichkeit, Einnahmesituation der Unternehmen zu verbessern



schnelle Umsetzung, Kreativität und Flexibilität für Anpassungen im Untersuchungsdesign



Und was können wir  
für Sie tun?

Finden Sie heraus, wie Sie mit uns Ihr öffentliches Verkehrsangebot noch innovativer,  
kundenfreundlicher und wirtschaftlicher gestalten können.

Ihr Ansprechpartner: [sales@fairtiq.com](mailto:sales@fairtiq.com)