



# « ABOADO »

Anreizpolitik für die Nutzung des öffentlichen Verkehrs durch Junge





# Inhalt

- 1. Entwicklung und politische Zielsetzungen**
- 2. Präsentation des umgesetzten Ansatzes**
- 3. Erzielte Resultate**
- 4. Schlussfolgerungen und Perspektiven**



# Entwicklung und politische Zielsetzungen

## **Politischer Wille:**

- ✓ *Leuchtturm-Massnahme des politischen Programms*
- ✓ *Langfristige Veränderung des Modal Split*

## **Feststellung: Gutes Netz – wenig Junge**

- ✓ *Stadt im Vergleich zu anderen Gemeinden im Rückstand*
- ✓ *Auf 4 Junge besitzt 1 ein Abo*
- ✓ *Rückgang ab 18 Jahren*
- ✓ *Bedeutende Investitionen ins Netz*



# Entwicklung und politische Zielsetzungen

- ✓ **Verkehrspolitik:** Verbesserung Modal Split, Gewohnheiten ändern, Anreize, langfristige Investition  
→ Zahl der Jungen mit Abo verdoppeln!
- ✓ **≠ Sozialpolitik,** aber Unterstützung für Familien und Junge
- ✓ **≠ Bildungspolitik,** aber Vereinfachung für den Schulweg



# Umgesetzter Ansatz

- ✓ *Einfach für Nutzende, keine Bürokratie*
- ✓ *Hauptbotschaft: HalbpPreis-Abo*
- ✓ *Einfach für die Verwaltung, kein zusätzliches Personal*
- ✓ *Aktive Verbreitung*
- ✓ *Effektiv für die nachhaltige städtische Mobilität*
- ✓ *Positiv für Familien (insbesondere mit tiefen Einkommen)*
- ✓ *Positiv für Schulwege*



# Umgesetzter Ansatz

## ***Verteilung eines persönlichen Gutscheins***

- ✓ *Alle in Neuenburg wohnhafte Junge zwischen 10 und 20 Jahren*
- ✓ *Erhältlich für 6- bis 9-Jährige auf Anfrage*
- ✓ *Gültig für alle Jahresabos der «OndeVerte» (Tarifverbund) und das GA*



# Umgesetzter Ansatz

## ***Verteilung eines persönlichen Gutscheins***

- ✓ *Gutschein im Wert von 50% des Preises*
- ✓ *Verteilung über Schulen und Gymnasien*
- ✓ *Datenbasis gemäss Klasse*
- ✓ *Druck auf den Sekretariaten*
- ✓ *Per Brief an nicht mehr Schulpflichtige*
- ✓ *Am Schalter (Einwohnerkontrolle)*
- ✓ *Werbung (Plakate, Wettbewerbe, etc.)*



# Umgesetzter Ansatz

***Sehr effektiv, einfach und ohne zusätzliche Ressourcen umsetzbar***

- ✓ *87% der Käufer aus den entsprechenden Altersklassen nutzten das ABOADO!*





Neuchâtel, le 10.01.2017

**Abo-Ado, l'abonnement junior Onde Verte à 1/2 prix !**

La Ville de Neuchâtel subventionne les abonnements annuels pour les jeunes de 6 ans révolus jusqu'au jour précédent leur 20<sup>e</sup> anniversaire. L'action a débuté le 1er juin 2015, pour une période d'essai de 3 ans.

Vous bénéficiez de ce bon d'une valeur de 247.50 francs (soit l'équivalent de la moitié d'un abonnement annuel Onde Verte junior 2 zones) pour l'achat de tout abonnement Onde Verte annuel junior 2, 3, 4 ou 5 zones incluant les zones 10 et 11. Le bon est également valable pour un abonnement général CFF.

Nous vous encourageons à vous déplacer surtout à pied, à vélo et en transports publics et de contribuer ainsi à la mobilité durable. L'abonnement junior est un « pass » formidable pour vos trajets quotidiens et vos loisirs. Avec l'option minimum (zones Onde Verte 10 et 11), vous pouvez déjà vous déplacer librement de Cortailod à la Tène et même vous rendre à Chaumont en funiculaire.

Pour plus d'information : [www.AboAdo.ch](http://www.AboAdo.ch)

Le Conseil communal vous invite à profiter de cette liberté de mouvement et d'explorer les possibilités de votre réseau de transports.

Le Conseil communal



**Bon de réduction pour  
un abonnement annuel  
Onde Verte Junior  
incluant les zones  
10 + 11 ou pour AG**

**BON** valeur de  
**Fr. 247.50**  
Play-Serie 0215 0000 1181



**Conditions pour le bon de réduction annuel Onde Verte :**

Bon à échanger aux guichets transN (place Pury) ou CFF (Gare de Neuchâtel)

- Bon valable pour l'achat d'un abonnement Onde Verte incluant les zones 10 et 11
- Bon valable pour l'achat d'un AG aux guichets de la gare
- CFF de Neuchâtel (non valable pour les AG CFF payés par acomptes)
- Bon valable 12 mois à partir de la date d'émission
- Valable uniquement pour les personnes domiciliées à Neuchâtel
- Le bon n'est ni rétroactif, ni cumulable avec d'autres réductions
- Il n'est pas transmissible



Imprimé le 10.01.2017



# Erzielte Resultate

- 1) *Absatzentwicklung*
- 2) *Verhaltensänderung*
- 3) *Kundenbindung und Image*
- 4) *Finanzielle Aspekte*



# Absatzentwicklung

## ***Verkauf von Jahresabos***

✓ +83% verkaufte Jahresabos OndeVerte!

✓ 970 (2014) → 1'776 (2016) (+806)

✓ Abdeckung von 81% bei 17-Jährigen!

✓ 83% des Wachstums beim Verkauf von Jahresabos im Kanton Neuenburg zwischen 2014 und 2016 sind auf ABOADO zurückzuführen

***2016 hat 1 von 2 Jungen hat ein Jahresabo,  
2014 war es 1 von 4***



# Absatzentwicklung

## ***Verkauf von Monatsabos:***

- ✓ *35% der Kunden mit Monatsabo kauften zwischen 2015 und 2016 ein Jahresabo*
- ✓ *Gewisse Kunden mit irrationalem Verhalten kaufen weiterhin mehr als 9 Monatsabos...*



# Absatzentwicklung

***In den 2 Jahren der Umsetzung:***

✓ *790 neue Kunden mit Jahresabos*

✓ *728 Wechsel vom Monats- zum Jahresabo*



# Verhaltensänderung

## ***Frequenzen auf den Linien im Stadtzentrum:***

✓ +4.4% im Vergleich zu -0.5% im gesamten Kanton

## ***Umfrage bei Schülern im 11. Schuljahr***

✓ *Keine signifikante Verhaltensänderung beim Zurücklegen des Schulwegs*

✓ *Änderung beim Zurücklegen von Wegen für die Freizeit: (+18% öV-Nutzung und -31% MIV-Nutzung)*



# Image und Kundenbindung

## ***Umfrage bei Schülern im 11. Schuljahr***

✓ *Besseres Image des öV bei den Abobesitzenden*

### ***Kundenbindung:***

✓ *Datenlage lässt noch keine Auswertung zu*

✓ *Die Abdeckung bei 21-Jährigen steigt von 10.73% im Jahr 2015 auf 14.39% im Jahr 2016*



# Finanzielle Aspekte

## ***Kosten für die Stadt:***

- ✓ *Übereinstimmung mit der Parkraumpolitik, die eine Verbesserung des Modal Split und eine effiziente Nutzung des öffentlichen Raums anstrebt*
- ✓ *Finanzierung abgestützt auf die Einkünfte aus Parkuhren und der Ersatzabgabe für nicht erstellte Parkplätze*





# Finanzielle Aspekte

## ***Kosten für die Stadt:***

*2016: 420'000 CHF*

*2016: Gesamtbudget öV: 9'275'000 CHF*

*→ eine Erhöhung von 3.8% des gesamten Budgets  
des Amts für Mobilität*

*→ eine Erhöhung von 35% bei den  
Jahresabobesitzenden aller Altersklassen*



# Schlussfolgerungen und Perspektiven

- **Effektiver Ansatz (Absatz und Verbesserung Modal Split)**
- **Es lohnt sich, beim Kaufpreis der Abos anzusetzen, wenn die Verteilung effizient möglich ist**
- **Die Kampagne für die Verbreitung begeistert**
- **Der Ansatz scheint langfristig zu wirken (Image und Kundenbindung)**
- **Wenn mehr als die Hälfte der Jungen ein Abo besitzen, wird dies normal**
- **Derzeit: Überlegungen, die 21- bis 25-Jährigen ins ABOADO einzuschliessen**



# Ihre Fragen





**Danke für Ihre  
Aufmerksamkeit**