

---

Reaktion von Metropolitan auf den verstärkten intramodalen Wettbewerb und erste Ergebnisse der umgesetzten Maßnahmen

---

# **Reaktion von Metropolitan auf den verstärkten intramodalen Wettbewerb und erste Ergebnisse der umgesetzten Maßnahmen**

Dipl.-Kfm. Christian Brambring

Metropolitan Express Train GmbH, Bad Homburg

---

Reaktion von Metropolitan auf den verstärkten intramodalen Wettbewerb und erste Ergebnisse der umgesetzten Maßnahmen

---



---

**METROPOLITAN**

**Deutsche Bahn Gruppe**

**Reaktion von Metropolitan auf den verschärften intermodalen Wettbewerb  
und erste Ergebnisse der umgesetzten Maßnahmen**

**Agenda**



- **Vorstellung Metropolitan**
- **Hoher Verlust an Reisenden durch stärkeren intermodalen Wettbewerb**
- **Darstellung der Wettbewerbssituation auf der Strecke Köln – Hamburg**
- **Ausgestaltung der Preismaßnahmen sowie Chancen und Risikoabschätzung**
- **Erste Ergebnisse der getroffenen Maßnahmen**

Reaktion von Metropolitan auf den verstärkten intramodalen Wettbewerb und erste Ergebnisse der umgesetzten Maßnahmen



Der Metropolitan hat vier Bereiche, die an den Bedürfnissen der Kunden orientiert sind..

<b>Classic</b> (1. Klasse)	<b>Ausstattung</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ledersitze 2+1 Bestuhlung</li> <li>• Sitzabstand 100cm</li> <li>• 230-V-Stromanschluss</li> </ul> <b>Inklusivleistung</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Business-Snack</li> <li>• Alkoholfreie Getränke</li> <li>• Aktuelle Tageszeitungen</li> </ul> <b>Bars</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Raucherbar</li> <li>• Nichtraucherbar</li> </ul>	<b>Office</b>	<b>Arbeiten wie im Büro</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Unterstützter Mobilfunkempfang</li> <li>• Fax-Service</li> <li>• Wirtschaftswoche</li> </ul>		
		<b>Silence</b>	<b>Ruhige Atmosphäre</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Audioprogramm</li> <li>• Kopfhörer</li> <li>• Mobilfunk- und Laptopfreier Bereich</li> <li>• Decken u. Kissen auf Wunsch</li> </ul>		
		<b>Club</b>	<b>Unterhaltung par excellence</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• DVD Filme</li> <li>• Kopfhörer</li> <li>• Unterstützter Mobilfunkempfang</li> </ul>		
<b>Traveller</b> (2. Klasse)	<b>Ausstattung</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Stoffsitze 2+2 Bestuhlung</li> <li>• Sitzabstand 100cm</li> <li>• 230-V-Stromanschluss</li> </ul> <b>Inklusivleistung</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alkoholfreie Getränke</li> <li>• Aktuelle Tageszeitungen</li> </ul>		<b>Sparen für Fortgeschrittene</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reiner Nichtraucherbereich</li> <li>• Kein Durchgang zu den Bars u. zu den Bereichen Office, Silence und Club</li> </ul>		

Metropolitan-Express-Train GmbH

01.07.2003

3

..und ein Area-Preissystem, das bei den Specials ähnliche Konditionen hat wie bei den Plan&Spar Preisen der DB Reise&Touristik AG



Einfache Fahrt		
Flexible Tickets	K,D,E - HH o. HH - E,D,K	
	OFFICE, SILENCE, CLUB	TRAVELLER
Preis für die einfache Fahrt		
Grundpreis	116,00 €	74,00 €
GKA/GKT-Kunden	93,00 €	59,00 €
mit BahnCard	87,00 €	55,00 €
NetzCard	20,00 €	15,00 €

Erläuterungen
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundpreis ist von 92 € im Jahr 1999 in 3 Schritten auf 116 € erhöht worden</li> <li>• Mit der 2. Preiserhöhung und gleichzeitiger Traveller-Einführung 2001 ist das Area-Preissystem eingeführt worden, d.h. der Fahrpreis ist für Fahrten nach Essen, Düsseldorf und Köln identisch</li> </ul>

Hin- und Rückfahrt		
Günstige Specials	K,D,E - HH o. HH - E,D,K	
	OFFICE, SILENCE, CLUB	TRAVELLER
Preis für die Hin- und Rückfahrt		
Return Special	168,00 €	112,00 €
mit BahnCard	126,00 €	84,00 €
Weekend Special	147,00 €	98,00 €
mit BahnCard	110,00 €	74,00 €

Erläuterungen
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Return-Special</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hin- und Rückfahrt</li> <li>- 2 Tage Vorausbuchungsfrist</li> </ul> </li> <li>• <b>Weekend-Special</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hin- und Rückfahrt</li> <li>- 5 Tage Vorausbuchungsfrist</li> <li>- Wochenendbindung</li> </ul> </li> </ul>

Metropolitan-Express-Train GmbH

01.07.2003

4

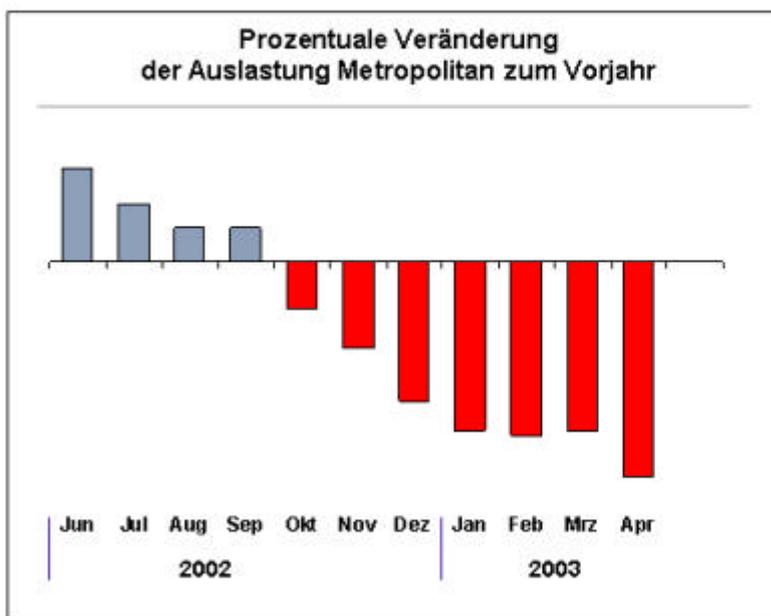
Reaktion von Metropolitan auf den verstärkten intramodalen Wettbewerb und erste Ergebnisse der umgesetzten Maßnahmen

Agenda



- Vorstellung Metropolitan
- Hoher Verlust an Reisenden durch stärkeren intermodalen Wettbewerb
- Darstellung der Wettbewerbssituation auf der Strecke Köln – Hamburg
- Ausgestaltung der Preismaßnahmen sowie Chancen und Risikoabschätzung
- Erste Ergebnisse der getroffenen Maßnahmen

Ab Oktober deutlicher Rückgang in der Auslastung, der seit Dezember 2002 dramatische Ausmaße angenommen hat



- Gründe für die Abweichungen**
- Erhöhung bis September 2002 durch Einführung Traveller im September 2001
  - Ursachen für den Rückgang ab Okt 2002<sup>1</sup>:
    - Einführung der 88 € Tickets bei LH am 27.10.2002
    - Pünktlichkeit insbesondere für HH-K sehr schlecht (Sep 60%, Okt 56%, Nov 60%, Dez 67%)
    - Seit Oktober keine Anerkennung der BahnCard 2. Kl. im Classic-Bereich<sup>2</sup>
    - Start Hapag-Lloyd-Express am 6.12.2002

<sup>1</sup> Die schlechte Konjunkturlage ist wahrscheinlich ebenfalls ein Grund, aber durch das Unternehmen nicht zu beeinflussen

<sup>2</sup> Ein Jahr nach der Einführung des Travellers ist die Übergangsregelung für Inhaber der BC 2. Klasse ausgelaufen, dass diese BC auch für den Classic-Bereich (1.Kl.) gilt

Reaktion von Metropolitan auf den verstärkten intramodalen Wettbewerb und erste Ergebnisse der umgesetzten Maßnahmen

Agenda



- Vorstellung Metropolitan
- Hoher Verlust an Reisenden durch stärkeren intermodalen Wettbewerb
- Darstellung der Wettbewerbssituation auf der Strecke Köln – Hamburg
- Ausgestaltung der Preismaßnahmen sowie Chancen und Risikoabschätzung
- Erste Ergebnisse der getroffenen Maßnahmen



Metropolitan ist das komfortabelste Verkehrsmittel auf der Relation Hamburg - Köln und auch zeitlich wettbewerbsfähig

Hamburg - Köln

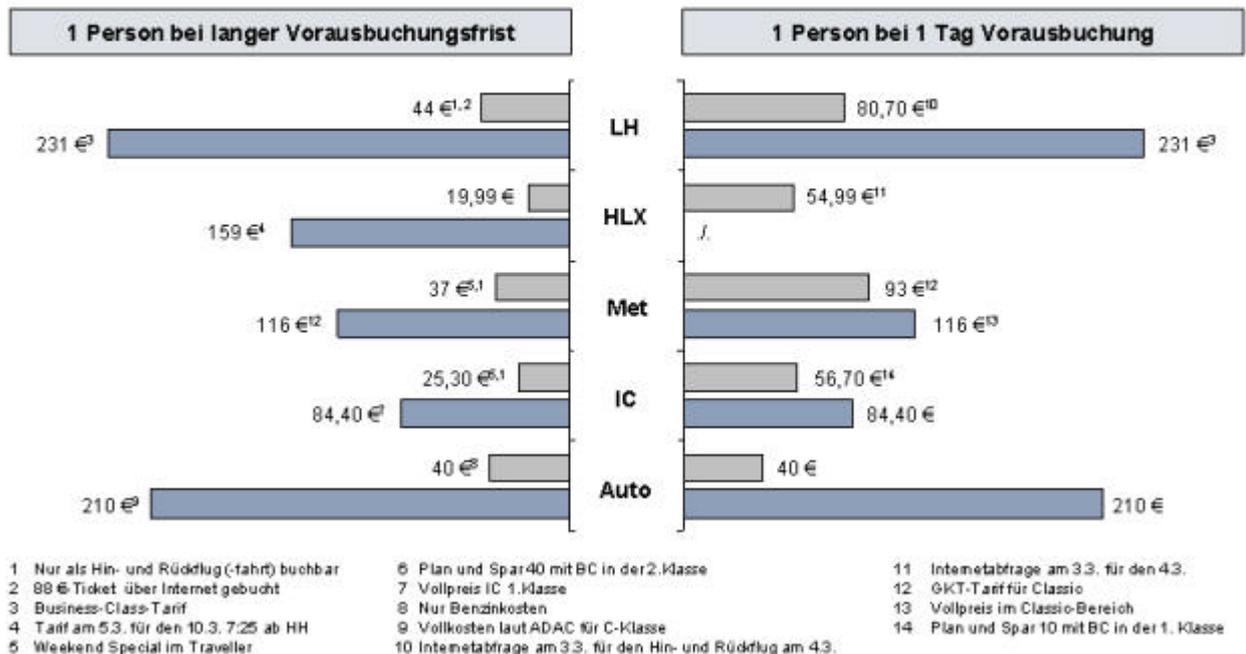
		METROPOLITAN	Bahn (IC)	LH	HLX	Auto
<b>Komfort</b>	Sitzkomfort	• sehr hoch	• hoch	• mittel	• mittel	• mittel
	Serviceleistungen	• Zeitungen, Getränke, Snack (Classic) inkl.	• Verkäufe, Bord-Restaurant	• Getränke (auch alkoholisch) inkl.	• Verkäufe an Bord z.B. Kaffee 1,50 €	• keine Inklusivleistungen
	Nutzzeit	• gesamte Fahrzeit	• gesamte Fahrzeit	• gering	• gering	• keine
	Flexibilität	• 4x am Tag	• stündlich	• stündlich	• 4x am Tag	• jederzeit
	Sonstiges	• fester Sitzplatz	• bis Überfüllung	• fester Sitzplatz	• freie Sitzplatzwahl	• Staugefahr
<b>Zeit</b>	Fahr- od. Flugzeit	• 3 h 25	• 4 h 05	• 1 h (1 h 45 <sup>1</sup> )	• 1 h (2 h <sup>1</sup> )	• 4 h 25 <sup>2</sup>
	City zu City	• 3 h 45	• 4 h 25	• 2 h 45	• 3 h	• 4 h 25 <sup>2</sup>
	Haus zu Haus	• 4 h 05	• 4 h 45	• 3 h 05	• 3 h 20	• 4 h 25 <sup>2</sup>

1 inkl. Ein- und Aussteigen

2 gemäß ADAC-Routenplaner

Reaktion von Metropolitan auf den verstärkten intramodalen Wettbewerb und erste Ergebnisse der umgesetzten Maßnahmen

**Metropolitan ist vom Preis bzw. von der Preiswahrnehmung zu teuer. Insbesondere bei kurzer Vorausbuchung können keine attraktiven Preise geboten werden**

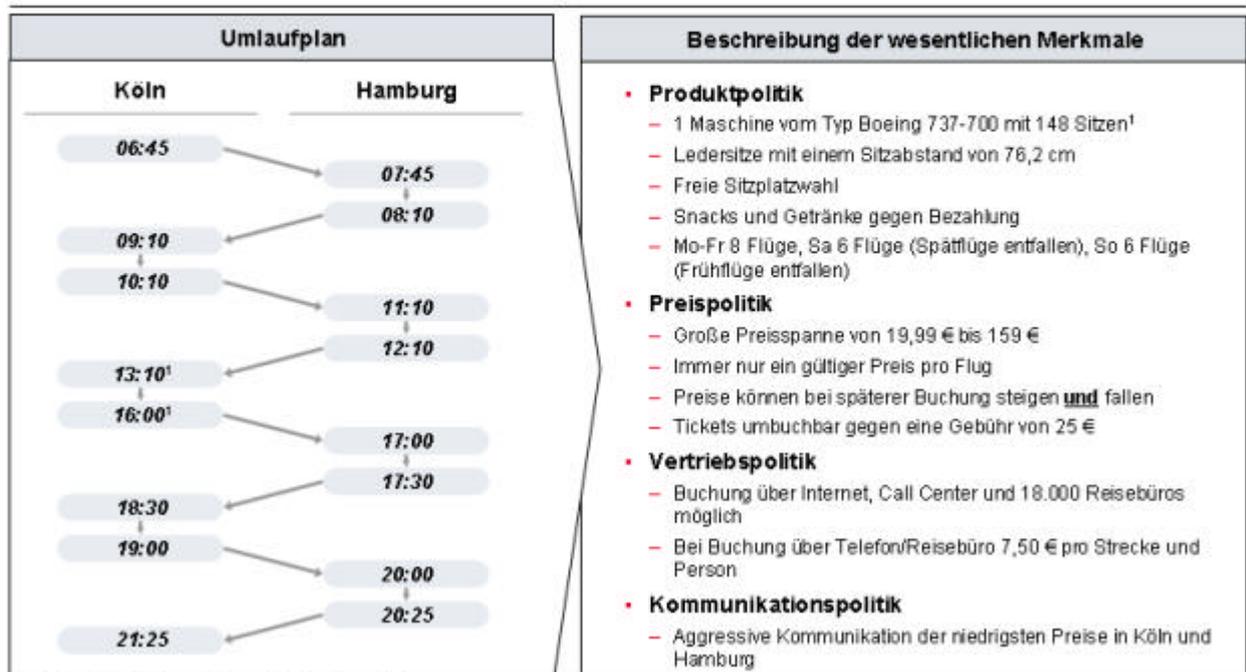


Metropolitan-Express-Train GmbH

01.07.2003

9

**Wettbewerbsanalyse Hapag-Lloyd-Express**



Metropolitan-Express-Train GmbH

01.07.2003

10

Reaktion von Metropolitan auf den verstärkten intramodalen Wettbewerb und erste Ergebnisse der umgesetzten Maßnahmen



Die Lufthansa reagiert auf die Konkurrenz von HLX mit einer 80%igen Kapazitätserhöhung zwischen Köln - Hamburg

Flugplan								Beschreibung der wesentlichen Merkmale
Abflug	Wochentage							
Abflug	Mo	Di	Mi	Do	Fr	Sa	So	
7:00	5	5	5	5	5			
8:00						5		
8:30/8:20	5	5	5	5	5			
9:55/9:40	5	5	5	5	5			
11:00	5	5	5	5	5	5		
12:35							5	
13:10/13:00	5	5	5	5	5			
14:30/14:20	5	5	5	5	5			
18:20							5	
18:50	5	5	5	5	5			
16:40				5				
17:10	5	5	5	5	5			
17:35						5		
18:00							5	
18:10/18:30	5	5	5	5	5			
19:30	5	5	5	5	5			
Anzahl Flüge:	6/10	6/10	6/10	6/10	3/10	2/10	2/10	

**Kapazität**

- Laut Presseerklärung von Lufthansa wird die Anzahl der Flüge auf der Strecke Köln-Hamburg pro Tag von 6 auf 12 erhöht
- Im Flugplan sind tatsächlich nicht mehr als 10 Flüge pro Wochentag verzeichnet
- Dies bedeutet eine Kapazitätserhöhung von 80%

**Preise**

- Es soll eine hohe Anzahl von billigen Tickets verfügbar sein
- Vorausbuchungsfristen: Es ist möglich für 113 € einen Hin- und Rückflug am gleichen Tag zu buchen, Tickets für 92 € sind bei einer Systemabfrage nicht gefunden worden

**Voraussichtliche Ziele der Lufthansa**

- Konkurrenz zu Billig-Airline HLX aufnehmen
- Entgegenwirken der rückläufigen Reisendenzahlen auf dieser Strecke

Metropolitan-Express-Train GmbH

01.07.2003

11

Agenda



- Vorstellung Metropolitan
- Hoher Verlust an Reisenden durch stärkeren intermodalen Wettbewerb
- Darstellung der Wettbewerbssituation auf der Strecke Köln – Hamburg
- Ausgestaltung der Preismaßnahmen sowie Chancen und Risikoabschätzung
- Erste Ergebnisse der getroffenen Maßnahmen

Metropolitan-Express-Train GmbH

01.07.2003

12

Reaktion von Metropolitan auf den verstärkten intramodalen Wettbewerb und erste Ergebnisse der umgesetzten Maßnahmen



Um die falsche Preiswahrnehmung im Markt zu korrigieren, wird das bestehende Preissystem durch Probiertpreise ergänzt

Derzeitige Preise	Aktionspreise <sup>3</sup>	Preise	
		Classic [€]	Traveller [€]
• Grundpreis		116	74
• GKT/GKA		93	59
• Grundpreis mit BC		87	55
• Return-Special <sup>1</sup>		84 <sup>3</sup>	56 <sup>3</sup>
• Return Special mit BC <sup>1</sup>		63 <sup>3</sup>	42 <sup>3</sup>
• Weekend-Special <sup>2</sup>		73,5 <sup>3</sup>	49 <sup>3</sup>
• Weekend-Special mit BC <sup>2</sup>		55 <sup>3</sup>	37 <sup>3</sup>
	• Probiertpreis 2	49,90	39,90
	• Probiertpreis 2 mit BC	37,40	29,90
	• Probiertpreis 1	29,90	19,90
	• Probiertpreis 1 mit BC	22,40	14,90

1 Nur als Hin- und Rückfahrt buchbar, 3-Tage Vorausbuchungsfrist

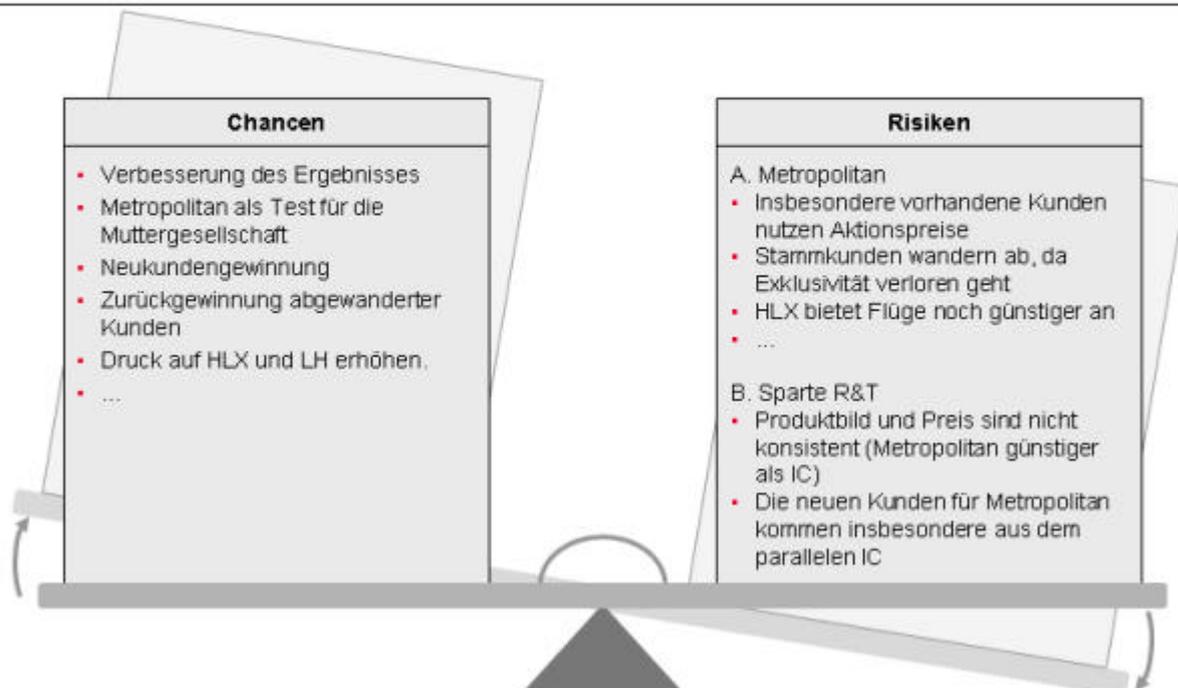
2 Nur als Hin- und Rückfahrt buchbar, 5-Tage Vorausbuchungsfrist Wochenendbindung

3 Solange Vorrat reicht, Stornierung 20 €

4 Preis je Fahrt



Insgesamt überwiegen die Chancen durch eine Einführung von Billigangeboten. Die Risiken werden bestmöglich überwacht



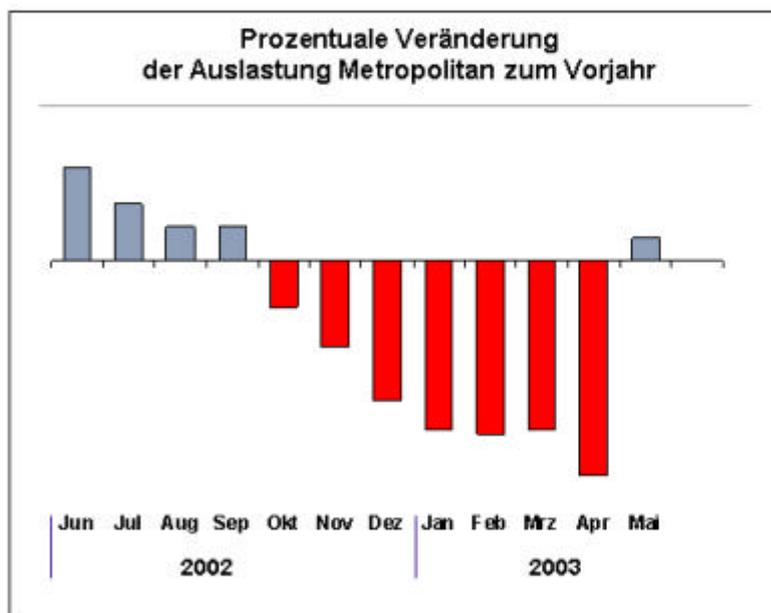
Reaktion von Metropolitan auf den verstärkten intramodalen Wettbewerb und erste Ergebnisse der umgesetzten Maßnahmen

Agenda



- Vorstellung Metropolitan
- Hoher Verlust an Reisenden durch stärkeren intermodalen Wettbewerb
- Darstellung der Wettbewerbssituation auf der Strecke Köln – Hamburg
- Ausgestaltung der Preismaßnahmen sowie Chancen und Risikoabschätzung
- Erste Ergebnisse der getroffenen Maßnahmen

Mit der Einführung der Probiertpreise ist die Trendwende bei der Auslastung gelungen



- Gründe für die Abweichungen
- Erhöhung bis September 2002 durch Einführung Traveller im September 2001
  - Ursachen für den Rückgang ab Okt 2002<sup>1</sup>:
    - Einführung der 88 € Tickets bei LH am 27.10.2002
    - Pünktlichkeit insbesondere für HH-K sehr schlecht (Sep 60%, Okt 56%, Nov 60%, Dez 67%)
    - Seit Oktober keine Anerkennung der Bahn-Card 2. Kl. im Classic-Bereich<sup>2</sup>
    - Start Hapag-Lloyd-Express am 6.12. 2002
  - Erhöhung ab Mai 2003 durch die Einführung der Probiertpreise

<sup>1</sup> Die schlechte Konjunkturlage ist wahrscheinlich ebenfalls ein Grund, aber durch das Unternehmen nicht zu beeinflussen

<sup>2</sup> Ein Jahr nach der Einführung des Travellers ist die Übergangsregelung für Inhaber der BC 2. Klasse ausgelaufen, dass diese BC auch für den Classic-Bereich (1.Kl.) gilt