

SPECTRUM

nachrichten. hintergründe. impulse.

Neues Vorstandsduo stellt Weichen für die Zukunft des Öffentlichen Nahverkehrs im VRR // VRR setzt auf Digitalisierung in Information und Vertrieb // RRX: Verkehrliche Verbesserungen bereits ab 2016 // VRR-Berichte dokumentieren Qualität der Leistungen im SPNV // Einsteigen und Mitreden: VRR beteiligt Kunden an der Weiterentwicklung seiner Informationsdienste // Schnell und unkompliziert: VRR-App ermöglicht Ticketkauf // VRR unterzeichnet Selbstverpflichtung für mehr Barrierefreiheit im SPNV // STOAG erprobt neue Lösungen zum Aufladen von Elektrobussen // Pendlerportal bietet landesgrenzenüberschreitende Fahrgemeinschaften





VRR setzt auf Digitalisierung in Information und Vertrieb

Moderne digitale Technologien verändern zunehmend alle gesellschaftlichen Bereiche. Die Digitalisierung prägt immer stärker die Lebenswirklichkeit der Menschen und verändert Kommunikations- und Verkaufsprozesse. Dieser Trend hat auch Auswirkungen auf den Öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV): Kunden erwarten digital zugängliche Informationen und Services vor, während und nach der Fahrt. Im Rahmen einer strategischen Neuausrichtung will der VRR zukünftig digitale Entwicklungen nutzen, um Fahrgästen den Zugang und die Nutzung des Öffentlichen Personennahverkehrs zu erleichtern, neue Zielgruppen für den ÖPNV zu gewinnen und Bestandskunden Anreize für eine häufigere Nutzung von Bus und Bahn zu bieten.

Der derzeitige Tarif im VRR stößt perspektivisch an seine Grenzen, weil einerseits die Struktur heute schon sehr komplex und erklärungsbedürftig ist. Andererseits bestehen für die Verkehrsunternehmen im VRR auf Basis des derzeitigen Preis-Leistungs-Gefüges kaum noch Möglichkeiten, über Angebotsoptimierungen neue Kunden für den ÖPNV zu gewinnen. Die Wechselwirkung zwischen dem Tarif, den Kostensteigerungen bei den Betrieben durch Energie und Personal und die derzeitige Einnahmeaufteilung lassen keinerlei Freiräume für unternehmerisches Handeln. Bislang hat der VRR-

Tarif nur sehr eingeschränkt Verkehrslagen, die Qualität des Angebotes in den unterschiedlichen Regionen und Fahrgastströme berücksichtigt.

Der Löwenanteil der Umsätze im Nahverkehr wird heute durch Abonnements generiert, etwa 22 Prozent entfallen auf den Barverkauf und nur rund ein Prozent der Ticketkäufe läuft derzeit über mobile Endgeräte. Der Anteil an Fahrplanabfragen über Smartphones oder andere mobile Endgeräte hingegen steigt kontinuierlich. Bislang erfolgten Kundeninformation und Ticketvertrieb über unterschiedliche Ka-

näle, was nicht mehr dem Bedürfnis der Fahrgäste entspricht. Nahverkehrskunden erwarten auch hier integrierte Funktionalitäten.

Verknüpfte Services und Mehrwertdienste erleichtern Zugang zum ÖPNV

Information und Ticketkauf werden zukünftig integriert, perspektivisch mit Mehrwertdiensten unter einer gemeinsamen Marke zusammengeführt und so den Nahverkehrskunden unter einer einheitlichen Benutzeroberfläche zugänglich gemacht. Damit reagiert der

VRR auf den Bedarf seiner Fahrgäste und insbesondere potenzieller Kunden, die sich einen einfachen Zugang zum ÖPNV und dessen simple Nutzung wünschen. Was für das Informations-, Unterhaltungs-, Einkaufs- und Rückmeldeverhalten in vielen anderen Lebensbereichen bereits vollkommen selbstverständlich ist, muss zukünftig auch im Öffentlichen Personennahverkehr zum Alltag gehören: Kunden wollen jederzeit Tickets kaufen, sich über mögliche Fahrtverbindungen oder eventuelle Störungen im Betriebsablauf informieren und verknüpfte Services und Mehrwertdienste abseits der Fahrt mit Bus und Bahn nutzen – egal ob mobil über ihr Smartphone oder Tablet oder zu Hause am Rechner. Durch die Zusammenführung sämtlicher Services unter einer einheitlichen Oberfläche wird diese zum zentralen Zugangspunkt zu sämtlichen ÖV-Dienstleistungen, und zwar individualisiert, dem tatsächlichen Bedarf jedes einzelnen Kunden entsprechend. Die für den Fahrgast oftmals verwirrende Vielzahl von einander unabhängiger Online-Services gehört damit der Vergangenheit an.

Bislang haben der VRR und die Verkehrsunternehmen nur sehr geringe Erkenntnisse über das Nutzungsverhalten der Nahverkehrskunden – entsprechende Daten werden nur im Rahmen von aufwendigen Erhebungen generiert. Ein digitales System, das Information, Ticketkauf und weitere Services bündelt, bietet erstmals die Möglichkeit, die tatsächlichen Nutzungsgewohnheiten der Fahrgäste nachzuvollziehen – selbstverständlich unter Wahrung höchster Datenschutzanforderungen und unabhängig davon, ob Fahrgäste das System registriert oder gänzlich unregistriert und anonymisiert nutzen. Die Angebotsplanung im straßengebundenen Nahverkehr der Städte und Kreise sowie im Schienenpersonennahverkehr kann somit stärker bedarfsgerecht erfolgen und die Besonderheiten in ländlichen Gebieten und Metropolen berücksichtigen. Denkbar sind differenzierte Marketingmaßnahmen, um zusätzliche Anreize zur häufigeren

Nutzung des ÖV zu bieten und neue Kunden zu gewinnen (z. B. spezifische „Einkaufs“-Tickets für Fahrten in Innenstädte am Samstagmorgen, Hinweise auf Freizeit-/Ausflugsziele, die es lohnt, mit Bus und Bahn anzufahren). Auch durch die zusätzliche Kombination unterschiedlicher Verkehrsträger im Rahmen einer vernetzten Gesamtmobilität – beispielsweise Bus und Bahn mit Carsharing- oder Leihfahrradangeboten – kann der ÖV noch stärker als bisher eine verlässliche und attraktive Alternative zum Individualverkehr darstellen.

der sich stärker an den eigentlichen Nahverkehrsleistungen und -services orientiert als der derzeit geltende Flächentarif. Denkbar ist ein Tarifmodell, das aus einem nutzungsunabhängigen Grundpreis sowie einem nutzungsabhängigen Reisepreis pro Reise oder Fahrtenkette besteht. Wichtig ist, dass sich sämtliche Nahverkehrsakteure als Dienstleister der Kunden verstehen. Ziel ist es, den Fahrgästen den Zugang zum ÖV so leicht wie möglich zu machen und ihnen attraktive Angebote und Services zu unterbreiten, die bewirken, dass sie den ÖV häufiger und



Der VRR will zukünftig verstärkt digitale Entwicklungen nutzen, um Fahrgästen den Zugang zum ÖPNV und dessen Nutzung zu erleichtern.

Unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten wirkt sich die Bündelung von Nahverkehrsservices unter einer Online-Benutzeroberfläche ebenfalls positiv aus. Denn durch systematische Synergien in den Bereichen Information, Kauf und Mehrwertdienste können Kosten gesenkt werden – beispielsweise durch die Abschaffung veralteter und redundanter Vertriebsinfrastrukturen.

Stufenweise Umsetzung: Erster Schritt schon in den kommenden zwei Jahren

Grundlage eines solchen Systems sind ein weiterentwickeltes Elektronisches Fahrgeldmanagement mit automatisierter Fahrpreisfindung und ein eTarif,

zufriedener nutzen, als es bislang der Fall ist. Denn gesamtgesellschaftlich betrachtet stehen die Zeichen gut für einen solchen Wandel, da heute insbesondere jüngeren Menschen der Besitz von Verkehrsmitteln – wie beispielsweise eines eigenen Pkw – weitaus weniger wichtig ist als noch vor einigen Jahren. Immer mehr Menschen setzen auf die flexible Nutzung unterschiedlicher Verkehrsträger im Rahmen einer umweltschonenden und preiswerten Tür-zur-Tür-Mobilität. Trotz guter Vorzeichen kann ein solcher Wandel jedoch nicht von heute auf morgen erfolgen, sondern muss zwingend in mehreren Stufen vollzogen werden. In einem ersten Schritt sollen in den kommenden zwei Jahren die Fahrgastinformation, der Ticket-

kauf sowie die Kundenbindungsprogramme AboLust und FreizeitLust unter einer gemeinsamen 'digitalen Marke' mit einer einheitlichen Benutzeroberfläche versehen und den Fahrgästen zugänglich gemacht werden. Die sogenannte App-to-App-Lösung für den Online-Ticketkauf, bei der der Kunde seit März 2014 direkt über die Auswahl einer Fahrtverbindung aus der Fahrplan-App des VRR in den HandyTicket-Shop seines Verkehrsunternehmens kommt, ist eine erste Maßnahme hin zur digitalen Bereitstellung zentraler Nahverkehrsservices (siehe Seite 17 in dieser spectrum-Ausgabe). Bereits heute ist eine Lösung geplant, bei der die Fahrplanauskunft und der Ticketkauf in einem einzigen System zusammengeführt sind – ggf. ergänzt um Mehrwertdienste wie das Fuß- und Radwegerouting oder eine „Schutzengel-Funktion“. Letztere informiert während der Fahrt über Verspätungen, Baustel-

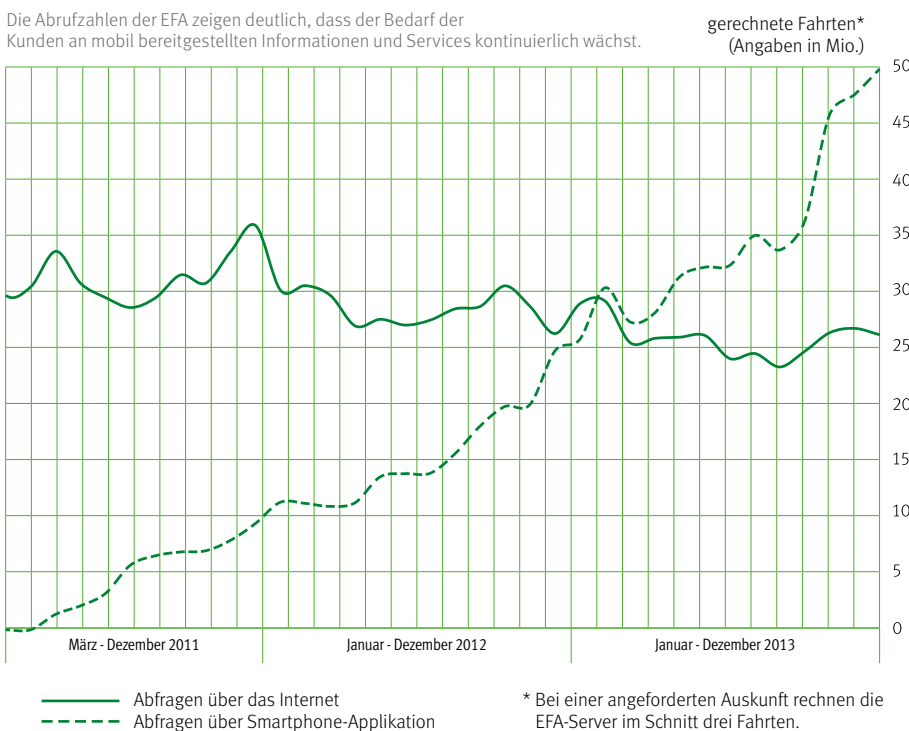


setzen. Im Laufe der nächsten fünf Jahre sollen parallel zu den heutigen AboTickets und Angeboten aus dem Bartarif Schritt für Schritt nutzungsabhängige Tarife für Neukunden entwickelt werden und in eine vollelektronische Zugangs- und Vertriebswelt integriert werden – und zwar nicht nur auf dem Smartphone, sondern über

VRR auf einer Linie mit ÖPNV-Zukunftskommission NRW

Mit seiner neuen strategischen Ausrichtung reagiert der VRR nicht nur auf aktuelle gesellschaftliche Entwicklungen, sondern greift auch zentrale Anliegen der ÖPNV-Zukunftskommission NRW auf, die im Jahr 2013 Empfehlungen für die zukünftige Ausgestaltung des öffentlichen Personennahverkehrs in NRW erarbeitet hat. Einerseits soll nach Ansicht der Kommission der Fahrgast zukünftig noch stärker in den Mittelpunkt gerückt werden, um unterschiedlichen Mobilitätsbedürfnissen gerecht zu werden und nachfragegerechte Angebote zu schaffen. Wichtige Aspekte sind dabei die sich wandelnden Ansprüche der Kunden, u. a. was die Einfachheit von Tarif und Fahrkartenkauf sowie den Zugang zum ÖPNV und dessen Nutzung anbelangt. Darüber hinaus sind sich die Nahverkehrsexperten aus ganz NRW einig, dass der ÖPNV angesichts der sich verändernden Kundenbedürfnisse noch stärker seiner Rolle als multi- und intermodaler Mobilitätsdienstleister gerecht werden muss. Es gilt, eine einfach zugängliche Mobilität unter Nutzung aller verfügbaren Verkehrsmittel weiterzuentwickeln und somit eine nahtlose Tür-zu-Tür-Mobilität sicherzustellen. Die zunehmende Digitalisierung der Gesellschaft bietet die Chance, den Öffentlichen Nahverkehr in Zukunft entsprechend zu gestalten – und zwar einfach, kundenfreundlich und bedarfsgerecht sowie zum Nutzen der Nahverkehrsakteure im Verbundraum.

Die Abrufzahlen der EFA zeigen deutlich, dass der Bedarf der Kunden an mobil bereitgestellten Informationen und Services kontinuierlich wächst.



len oder Störungen und zeigt Möglichkeiten auf, diese zu umfahren. Denkbar sind in diesem Zeitraum auch strategische Kooperationen mit Partnern vor Ort, um zusätzliche attraktive Anreize für die weitere Nutzung des Öffentlichen Personennahverkehrs zu

alle denkbaren elektronischen Medien. Dabei behält der VRR weiterhin sämtliche Kundengruppen im Blick: Smartphone-Nutzer ebenso wie auch Fahrgäste, die Bus und Bahn gelegentlich mit herkömmlichen Tickets aus dem Bartarif nutzen möchten.