

SPECTRUM

nachrichten. hintergründe. impulse.

Neukonstituierung der VRR-Gremien: Mehrheitskoalition aus CDU und Bündnis 90/Die Grünen // VRR sichert Zukunft des Semestertickets // NRW-RRX-Modell: VRR begrüßt Rechtssicherheit durch Entscheidung der Vergabekammer Münster // Einheitliche Bahnsteighöhe von 76 Zentimetern als langfristiges Ziel // S 5/S 8: Neufahrzeuge sorgen für verbesserten Reisekomfort // Ticketshop als Basis für zukünftiges digitales Ticketing // VRR fordert klares Bekenntnis des Bundes zur Erhöhung und Dynamisierung der Regionalisierungsmittel // Neue VRR-Filme stellen Aufgaben und Angebote des Verkehrsverbundes verständlich und unterhaltsam dar



Ticketshop als Basis für zukünftiges digitales Ticketing

Um den Fahrgästen im Verbundraum via Smartphone, Tablet oder stationären Rechner relevante Informationen zur Fahrt, passende Tickets und attraktive Zusatzservices bieten zu können, arbeitet der VRR im Rahmen eines Projektes an einer neuen digitalen Kundenschnittstelle. In zahlreichen Bereichen wurden in Zusammenarbeit mit den Verkehrsunternehmen im Verbundraum Fortschritte erzielt, so beispielsweise bei der Entwicklung von einer Marke und im Hinblick auf mögliche Mehrwertdienste. Zudem können Fahrgäste zukünftig am heimischen Rechner Tickets kaufen und diese für die Fahrt mit Bus und Bahn nutzen. Gemeinsam mit der Straßenbahn Herne – Castrop-Rauxel GmbH (HCR) bringt der VRR in Kürze einen neuen kundenfreundlichen Ticketshop als Pilotprojekt an den Start. Geplant ist, das mandantenfähige System für alle VRR-Verkehrsunternehmen zu adaptieren und an deren individuelles Corporate Design anzupassen.



in diesem Bereich ist es, die Qualität der Informationsdaten zu verbessern.

Ticketshop stärkt Internet als Vertriebsweg

Um bereits vor Einführung der digitalen Kundenschnittstelle dem Bedarf der Bürgerinnen und Bürger im VRR gerecht zu werden und das Internet als Vertriebsweg weiter zu erschließen, haben sich der VRR und die kommunalen Verkehrsunternehmen im Verbundraum darauf verständigt, einen modernen und nutzerfreundlichen Ticketshop einzurichten. „Da der VRR selbst keine Nahverkehrstickets vertreibt, war uns die Kooperation mit den Verkehrsbetrieben sehr wichtig“, erklärt José Luis Castrillo, Vorstand des VRR. „Denn die VU sind es, die den Shop als Online-Vertriebskanal nutzen werden, und somit ist es essenziell, dass das System ihren Anforderungen genügt.“ So konnte durch den intensiven fachlichen Austausch beispielsweise sichergestellt werden, dass wichtige Anliegen der Betriebe und Datenschutzbeauftragten hinsichtlich Datenschutz berücksichtigt wurden. Sobald auch die rechtlichen Grundlagen des Systems abschließend geklärt sind, wird der Shop den Nahverkehrskunden im Verbundraum zur Verfügung gestellt. Geplant ist, dass auch mobile Endgeräte wie beispielsweise Smartphones oder Tablets als Ausgabemedien für Nahverkehrstickets an den neuen Ticketshop angedockt werden.

Fortschritte im Bereich digitale Kundenschnittstelle

Im Zuge der Digitalisierungsstrategie des VRR wurden sämtliche anstehenden Aufgaben bereits im Sommer 2014 in eine Projektstruktur überführt und in unterschiedliche Arbeitspakete gegliedert (nähere Informationen hierzu siehe spectrum-Ausgabe 02/2014). Das Arbeitspaket „Mehrwertdienste“ konnte als erstes bereits abgeschlossen werden. Im Anschluss an eine Marktanalyse wurden Mehrwertdienste und Serviceangebote zusammengetragen, die zukünftig im Rahmen einer digitalen Kundenschnittstelle denkbar wären. Nun wird geprüft, inwieweit diese Services tatsächlich umsetzbar sind und in die Planungen einfließen können.

Mit dem Abschluss des Vergabeverfahrens zur Entwicklung einer Marke für die neue Kundenschnittstelle wird noch in diesem Jahr ein wich-

tiger Meilenstein des Projektes erreicht. 25 Agenturen hatten sich am Verfahren beteiligt, fünf präsentierten im November 2014 vor Vertretern der Verkehrsunternehmen und des VRR ihre Ideen und Konzepte zur neuen Marke und begleitenden Kommunikationsmaßnahmen. In einer der nächsten Ausgaben von spectrum werden wir in der Rubrik „VRR digital“ die neue Markenwelt vorstellen. Auch im Bereich der Qualitätssicherung gingen die Arbeiten voran. Denn beim VRR und in den Verkehrsunternehmen ist man sich darüber im Klaren, dass die Akzeptanz der digitalen Onlineservices von der Verfügbarkeit hochwertiger Informationen abhängt. Sie müssen stets aktuell, rund um die Uhr verfügbar und richtig sein. Hierbei kommt es ganz besonders auf das Zusammenspiel zwischen den Verkehrsunternehmen als Lieferanten der Daten und dem VRR als Betreiber der Datendrehscheibe an. Ziel der Arbeiten