öffentlich

Beschlussvorlage			
Betreff			
eTicketing-Strategie im VRR			
Organisation	**Bereich/Periode/Jahr/Lfd. Nr./Nachtrag**	**Datum**	**lfd. Nr. BPL**
AöR	**M/VIII/2012/0374**	**07.11.2012**	**17**

Beratungsfolge	**Zuständigkeit**	**Sitzungstermin**	**Ergebnis**
Ausschuss für Tarif und Marketing der VRR AöR	Kenntnisnahme	29.11.2012	☐
Unternehmensbeirat der VRR AöR	Kenntnisnahme	03.12.2012	☐
Verwaltungsrat der VRR AöR	Kenntnisnahme	12.12.2012	☐

Beschlussvorschlag:

Der Ausschuss für Tarif und Marketing und der Unternehmensbeirat empfehlen dem Verwaltungsrat, den hier beschriebenen Konkretisierungen - der im bereits beschlossenen Marketingplan allgemein benannten Arbeiten - zum Elektronischen Fahrgeldmanagement der Stufe 3 und zum papierlosen Vertrieb zuzustimmen.

Begründung/Sachstandsbericht:

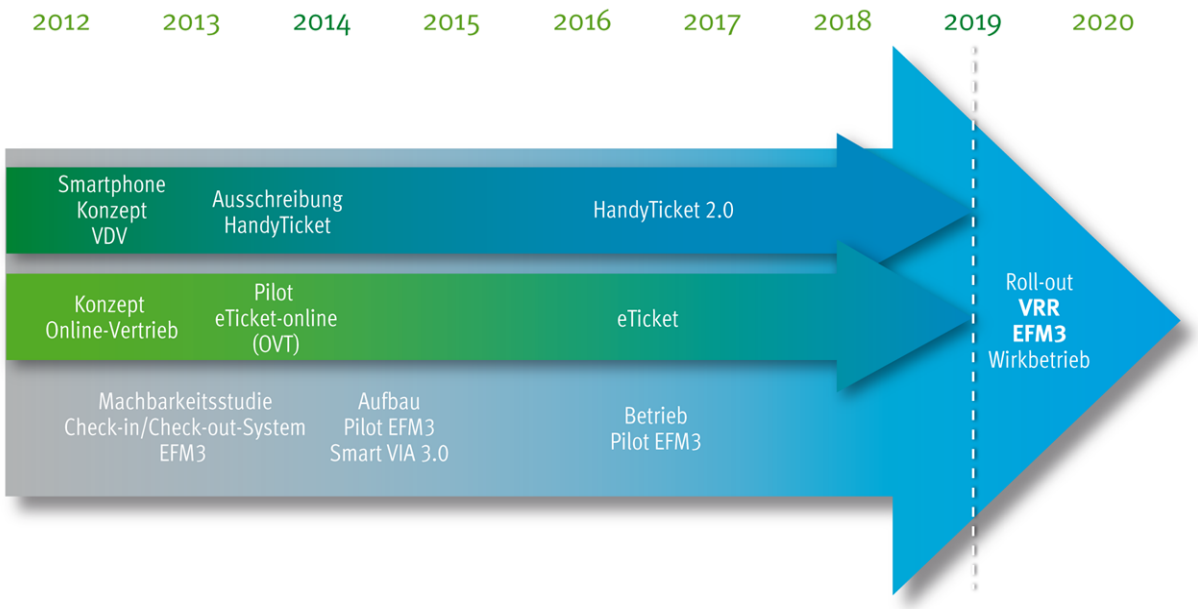
eTicketing-Strategie im VRR

Wie im **Marketingplan des VRR** von den Gremien des VRR im Juni-/Juli-Sitzungsblock 2012 verabschiedet und vom Verwaltungsrat des VRR in der Sitzung vom 27.09.2012 erbeten, setzt sich der VRR das langfristige **Ziel, das Elektronische Fahrgeldmanagement in seiner Endausbaustufe mit automatisierter Fahrpreisfindung (EFM3, „einsteigen und losfahren“) einzuführen (s. Abb.)**. Dieser Einführung geht eine Machbarkeitsstudie voraus, deren Ergebnisse in allen Gremien zu diskutieren sind, bevor über eine Einrichtung eines

Pilotversuchs und die spätere Einführung im gesamten VRR entschieden wird.
Die Durchführung der Machbarkeitsstudie ist inzwischen an die Firma BLIC (in Kooperation mit dem Kompetenzcenter Wettbewerb, kcw, Hamburg, und der Firma Probst&Consorten, Marketingberatung, Dresden) vergeben worden. Zudem wird mit externer Beratung ein Programm zur Kalkulation/Simulation von neuartigen Tarifen entwickelt, die durch automatisierte Fahrpreisfindung ermöglicht werden.
Ergebnisse der Machbarkeitsstudie werden für Mitte 2013 erwartet.
Im Rahmen dieser Strategie gilt es den Kunden den Nutzen elektronischer oder zumindest elektronisch lesbarer Tickets näher zu bringen.
Die heutigen Abonnentinnen und Abonnenten, auf deren Chipkarten die Abotickets im Chip bereits elektronisch hinterlegt sind, sehen klar die Vorteile, die ihnen der Systemwechsel des EFM aus dem Jahr 2003 gebracht hat.
Für den Vertrieb elektronischer Tickets auch über die heutigen Abonnements hinaus, bedarf es im heutigen dichten Vertriebsnetz (insbes. private Vertriebspartner) einer technologischen Plattform, die die verschiedensten Vertriebskanäle und auch verschiedene Ticketträger für elektronische Tickets ansprechen bzw. beliefern kann, z.B. Smartphones / Handys, Chipkarten, andere Speichermedien, Papier auf heimischen Druckern mit 2-D-Barcode. Eine solche Plattform soll unter der Regie der VU gemeinschaftlich und unter Beteiligung des VRR entwickelt werden: das sog. „**O**nline-**V**ertriebs-**T**ool“ **(OVT)**. Es wird – so die Planung - **2014 produktiv gestellt** und steht durch seine Mandantenfähigkeit allen VU zur Verfügung.
Hierbei muss berücksichtigt werden, dass der technologische Wandel zu einer massenhaften Verbreitung von mobilen, internetfähigen Geräten in Kundenhand geführt hat. Diese Geräte werden von vielen ganz selbstverständlich zur Alltagsorganisation, Information und auch zum Einkauf (sog. Micropayment) genutzt; sog. Apps, zweckspezifische Kleinanwendungen, machen die mobile Servicenutzung auch für unerfahrene Anwender immer einfacher, was auch Einfluss auf den Vertrieb von ÖV-Tickets haben wird.
Auf dem Weg zum papierlosen Vertrieb haben VRR und Verkehrsunternehmen vereinbart, **bis 2016** einen **Anteil elektronischer bzw. elektronisch lesbarer Tickets an allen Nicht-Abonnementtickets von 50 %** zu erreichen, bis 2018 sogar von 70 %.
VRR und Verkehrsunternehmen (VU) haben diesbezüglich die folgenden Zwischenschritte zur Verwirklichung geplant:

- ab Mitte 2013 bieten alle VU Handytickets an. Bislang tun dies im VRR-Raum die VU der VIA, WSW und Rheinbahn.

- ab 2014 bieten – nach Produktivstellung des OVT - alle VU Nichtabonnementtickets sowohl auf Handy und Chipkarten oder mit elektronisch lesbarem 2-D-Barcode an.

- ab 2014 soll eine Vertriebswegspezifische Bepreisung von Tickets erfolgen.
- ab 2015 werden Einzel-, Tages- und GruppenTickets - wie in vielen anderen Verbünden auch - nur noch entwertet ausgegeben.
- ebenfalls ab 2015 werden Monatskarten ausschließlich elektronisch ausgegeben.
- ab 2014 besteht die Möglichkeit, neuartige Produkte für Gelegenheitskunden bzw. neuartige Vorverkaufsmöglichkeiten bestehender Barticket-Produkte in Pilot-Markttests zu erproben (z. B. Guthabenmodelle, Rabattmodelle etc.)
- ab 2017 soll die Ausgabe von 4erTickets auf Papier aufgegeben werden, sofern die o.g. Absatzziele für elektronische Nicht-Abonnementtickets erreicht werden. Damit wird Entwerterinfrastruktur entbehrlich.

Bei all diesen Schritten werden die Bedürfnisse noch wenig technologieaffiner Zielgruppen ebenso im Auge behalten wie die neuen und wachsenden Erwartungen an einen modernen Vertrieb, bei dem Information und Kauf immer stärker miteinander verschmelzen sowie die Erfordernisse der Wirtschaftlichkeit und des Datenschutzes.