



öffentlich

Beschlussvorlage			
Betreff			
Zielbild Markt/Kunde im VRR			
Organisation	Bereich/Periode/Jahr/Lfd. Nr./Nachtrag	Datum	lfd. Nr. BPL
AöR	M/VIII/2014/0511	28.02.2014	12

<u>Beratungsfolge</u>	<u>Zuständigkeit</u>	<u>Sitzungstermin</u>	<u>Ergebnis</u>
Ausschuss für Tarif und Marketing der VRR AöR	Empfehlung	19.03.2014	<input type="checkbox"/>
Unternehmensbeirat der VRR AöR	Empfehlung	24.03.2014	<input type="checkbox"/>
Verwaltungsrat der VRR AöR	Entscheidung	28.03.2014	<input type="checkbox"/>

Beschlussvorschlag:

Der Ausschuss für Tarif und Marketing und der Unternehmensbeirat empfehlen dem Verwaltungsrat nachfolgenden Beschluss zu fassen:

Der Verwaltungsrat nimmt die Überlegungen des VRR zur Entwicklung einer Digitalisierungsstrategie zustimmend zur Kenntnis und begrüßt die Ausarbeitung eines Umsetzungskonzeptes „mobil4you“ (Arbeitstitel) in den Stufen 1 + 2.

Begründung/Sachstandsbericht:

Der VRR beobachtet zur Weiterentwicklung des Marketings für den Öffentlichen Nahverkehr in der Region Rhein-Ruhr-Wupper kontinuierlich wesentliche Einflüsse, die den Markt aktuell und perspektivisch beeinflussen. Einen der bedeutsamen externen Marktveränderungstreiber stellt die voranschreitende Digitalisierung in der Gesellschaft dar, die immer weiter in die alltägliche Lebenswirklichkeit der Menschen vordringt und das Informations-, Unterhaltungs-, Einkaufs- und Rückmeldeverhalten zunehmend verändert.

Damit einhergehend erweitert sich das Spektrum der Kundenerwartungen in Bezug auf Information, Ticketkauf und Echtzeit-Services vor, während und nach der Fahrt mit dem Öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV).

Der VRR darf sich diesen digitalen Entwicklungen nicht verschließen. Im Gegenteil: Er sieht gerade in der Verbreitung des mobil zugänglichen Internets für Mobilitätsanbieter ganz neue Möglichkeiten und Chancen für eine integrierte und segmentspezifische Marktbearbeitung. Diese Chancen sollen nun im Rahmen eines strategischen Gesamtkonzepts genutzt werden, und zwar in allen Bausteinen des Marketings, besonders in den Bereichen Information und Vertrieb, aber natürlich auch in der Kommunikation und Beauskunftung.

Der VRR möchte den Weg, digitale Entwicklungen zur Markterschließung und zum Abbau von Zugangshemmnissen zum ÖPNV im Marketing zu nutzen, konsequent beschreiten.

Hierzu gehört in einer 1. Stufe, Information und Vertrieb zu verschmelzen und die separiert dastehenden Dienste und Services wie VRR-Fahrplanauskunfts-App, HandyTicket, Online-Shop, AboLust-online etc. zueinander zu führen und mit einer einheitlichen Benutzeroberfläche unter einer Marke zu bündeln, Arbeitstitel „mobil4you“. In dieses Bündel von mobilen Online-Diensten fließen auch noch zu entwickelnde weitere mobile Services ein. Als Stichworte seien hier „Schutzengel-Funktion“, Fuß- und Radwege-Routing u. ä. genannt. Die Bündelung unter einer Marke verhilft dazu, diese online-Dienstleistungen insgesamt vermarktbar und zum Gegenstand von Kampagnen und Kooperationen zu machen. Durch stringente Entwicklung der Online-Mobilservices unter einer einheitlichen Oberfläche wird diese quasi zu einer Art „Zugangsschlüssel“ für ÖV-Dienstleistungen aller Art. Grundlage insbesondere der Informations- und Mehrwertdienste ist eine zu verbessernde Datenqualität in Bezug auf Kartenmaterial, -darstellung und Echtzeitangaben.

In einer 2. Stufe sollen aus den Erfahrungen der Stufe 1 weitere Markterschließungsansätze entwickelt werden und neben speziellen Tarifangeboten auch eine neuartige Tarifwelt mit automatisierter Fahrpreisfindung (eTarif) erprobt werden. Dies kann damit Teil eines Migrationskonzeptes hin zu einem sog. EFM3-System (vgl. Machbarkeitsstudie EFM3 / Detailkonzept) werden.

Mit diesem Ansatz folgt der VRR inhaltlich im Wesentlichen den bereits im Marketingplan benannten mittelfristigen Aufgaben. Neu ist die strategische Fokussierung auf die Möglichkeiten des mobilen Internets und auf die gebündelte Vermarktung der ÖV-Services.