



Nahverkehrs-Zweckverband

Niederrhein

Der Verbandsvorsteher

öffentlich

Sitzungsvorlage			
Betreff			
Zielbild Markt/Kunde im VRR			
Organisation	Bereich/Periode/Jahr/Lfd. Nr./Nachtrag	Datum	TOP
NVN	NVN/VIII/2014/0523	11.03.2014	6

<u>Beratungsfolge</u>	<u>Zuständigkeit</u>	<u>Sitzungstermin</u>	<u>Ergebnis</u>
-----------------------	----------------------	-----------------------	-----------------

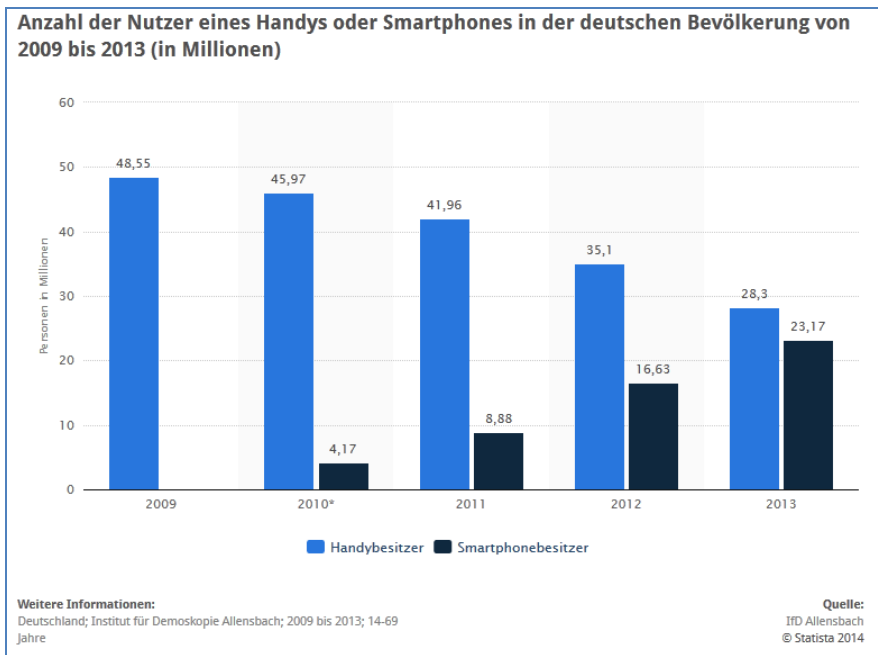
Verbandsversammlung des NVN	Kenntnisnahme	01.04.2014	<input type="checkbox"/>
-----------------------------	---------------	------------	--------------------------

Beschlussvorschlag:

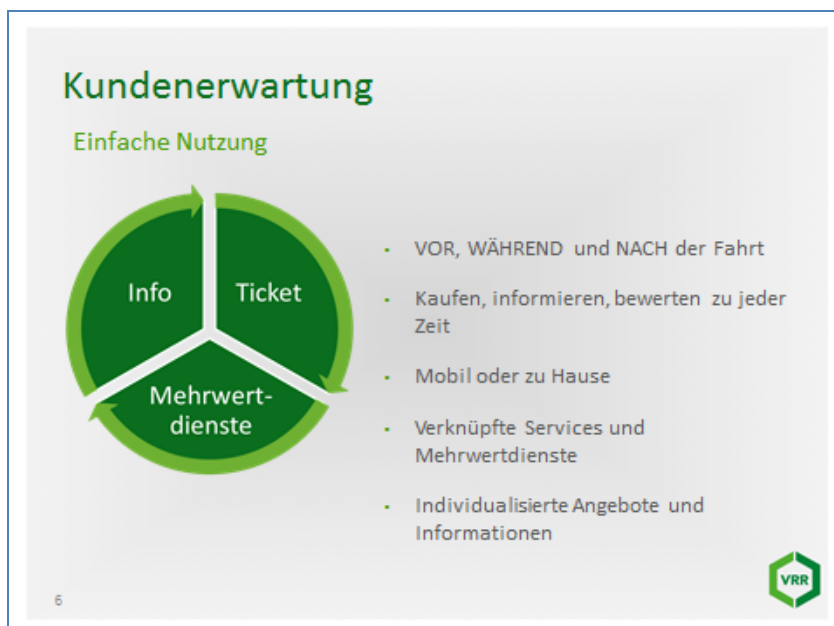
Die Verbandsversammlung des NVN nimmt den nachfolgenden Sachstand zur Kenntnis.

Begründung/Sachstandsbericht:

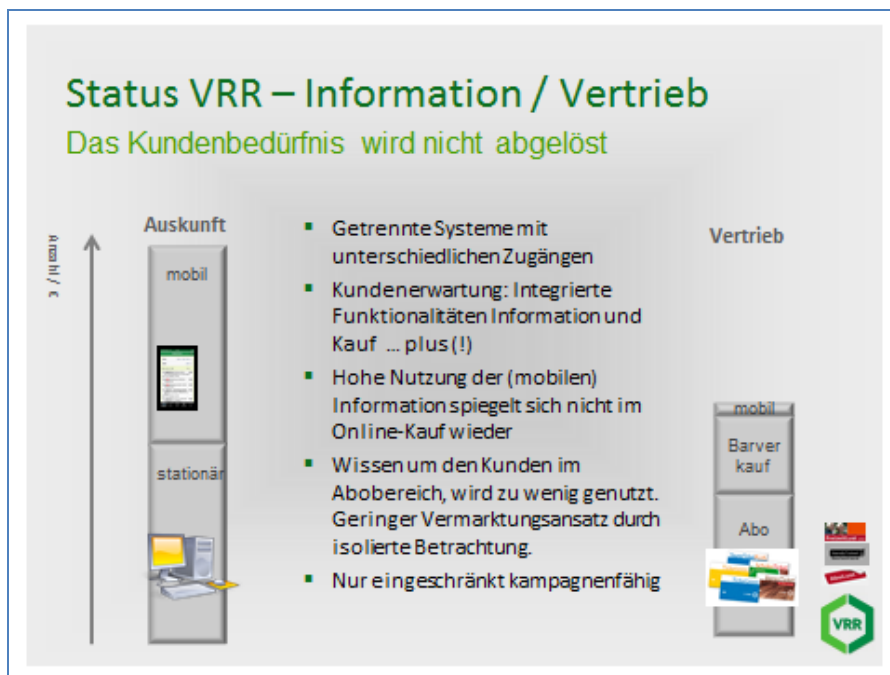
Der VRR beobachtet zur Weiterentwicklung des Marketings für den Öffentlichen Nahverkehr in der Region Rhein-Ruhr-Wupper kontinuierlich wesentliche Einflüsse, die den Markt aktuell und perspektivisch beeinflussen. Einen der bedeutsamen externen Marktveränderungstreiber stellt die Digitalisierung dar, die immer weiter in die alltägliche Lebenswirklichkeit der Menschen vordringt und das Informations-, Unterhaltungs-, Einkaufs- und Rückmeldeverhalten zunehmend verändert. Insbesondere die Verbreitung von mobil internetfähigen Smartphones hat rasant zugenommen und wird dies weiter tun.



Mit ihr erweitert sich auch das Spektrum an 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, die sich der elektronischen Kanäle zunehmend bereits bedienen.



Der VRR möchte den Weg, digitale Entwicklungen zur Markterschließung und zum Abbau von Zugangshemmnissen zum ÖV im Marketing zu nutzen, konsequent beschreiten. Hierzu gehört auch, die noch vergleichsweise separiert dastehenden Dienste und Services wie VRR-Fahrplanauskunfts-App, HandyTicket, Online-Shop, AboLust-online etc. zueinanderzuführen und mit einer einheitlichen Benutzeroberfläche unter einer Marke zu bündeln, Arbeitstitel „mobil4you“. In dieses Bündel von mobilen Online-Diensten fließen dann 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 zu machen. Durch stringente Entwicklung der Online-Mobilservices unter einer einheitlichen Oberfläche „mobil4you“ wird diese quasi zu einer Art „Zugangsschlüssel“ für ÖV-Dienstleistungen aller Art. Die Bündelung von Online-Diensten ist zudem geeignet, perspektivisch ggf. auch eine neuartige, ebenfalls auf Technologie beruhende Tarifwelt eines sog. EFM3-Systems mit automatisierter Fahrpreisfindung aufzunehmen. Sie kann damit Teil eines Migrationskonzeptes (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.

Für die konsequente und zielgerichtete Umsetzung der modernen Online-Services bedarf es eines detaillierten Konzeptes, in dem wesentliche Schritte und Inhalte der notwendigen Arbeiten dargestellt werden. Hierzu gehören u.a.:

- Aufstellen einer Wort-Bild-Marke,
- Abstimmung von Prozessen, die Kunden bei der mit der Marke verbundenen Diensten durchlaufen,
- Gestaltung der Oberfläche auf Smartphone oder Computer über die der Kunde die gebündelten Dienste nutzen kann,
- Klärung von Schnittstellen bereits bestehender Online-Services
- Überlegungen zu neuen Info- und Mehrwertdiensten, und nicht zuletzt einer
- Zeit- und Budgetplanung für die einzelnen Umsetzungsschritte.

Dieses Umsetzungskonzept wird im Frühjahr 2014 erarbeitet und den Gremien im Sommer-sitzungsblock 2014 zur Entscheidung vorgelegt.