

Jahresübersicht der Kundenkontakte im VRR

Sachstand Sitzungsblock März 2016

Inhaltsverzeichnis

EINLEITUNG	Einleitung	4
	Erstmalige Bereitstellung Jahresbericht Kundenkontakte	4
	Aufbau des Jahresberichts Kundenkontakte	4
	Kundenkommunikationsverhalten	4
	Übersicht Kundendialog- und Auskunftsangebot	5
KUNDENDIALOG	Telefonischer Kundendialog - Schlaue Nummer	6
	Historie / Geschichte vom Beginn bis heute (Reise von der Vergangenheit in die Gegenwart)	6
	Zahlen / Entwicklung Schlaue Nummer	8
	Qualitätskriterien der Schlaue Nummer	9
	Die Menschen hinter dem Angebot	10
	Schriftlicher Kundendialog bei der VRR AöR	10
	Wer bearbeitet diesen Bereich?	11
	Dialogaufkommen im Jahresgang konstant	11
	Qualitätsstandards in 2015 übertroffen	11
	Einfache Dialoge werden durch digitale Medien substituiert, Komplexität steigt mit neuen Angeboten	12
	Auch Social Media im Blick	12
	O-Töne Fahrgäste	15
	Pünktlichkeitsversprechen	16
Erfahrungen sind positiv	16	
WEBBASIERTE DIENSTE	Webbasierte Dienste	17
	Elektronische Fahrplanauskunft (EFA)	17
	Ticketberater	18
	Ticketshop	18
	Abfahrtsmonitor	18
	Event-Fahrtenplaner	19
	FAQ: Fragen und Antworten auf vrr.de	19
KUNDENBETEILIGUNG	Online-Dialog „Einsteigen und Mitreden!“	20
	Thema „App & Co“	20
	Thema „Zug der Zukunft“	20
	Thema „Fahrrad & Öffentlicher Nahverkehr“	20
AUSBLICK	Ausblick	21
	Kommunikationsverhalten 2020: Mobil, digital und live	21
	FAQ: Ihre Fragen, unsere Antworten	21
	App-Messaging: WhatsApp & Co.	21

Einleitung

Erstmalige Bereitstellung Jahresbericht Kundenkontakte

In der Vergangenheit wurde durch die VRR AöR eine Jahresübersicht der Kundenkontakte zur Verfügung gestellt, die in relativ knapper Form insbesondere quantitative Angaben zur Nutzung der Kundendialogmedien enthielt.

Die vorliegende Broschüre erweitert diese Darstellungsweise, um dem Leser einen tieferen Einblick in den Kundendialog zu ermöglichen und letztlich auch der zunehmenden Bedeutung des Kundendialogs zu entsprechen – getreu dem Motto „Service ist das neue Marketing.“



Der Vollständigkeit halber sei erwähnt, dass sich der Bericht lediglich auf die von der VRR AöR bereitgestellten bzw. gesteuerten Dialogangebote im VRR-Raum bezieht.

Aufbau des Jahresberichts Kundenkontakte

Die vorliegende Unterlage gliedert sich in drei Bereiche:

- (Persönlicher) Kundendialog: Telefonie, schriftlicher Dialog, Pünktlichkeitsversprechen
- Web-basierte Dienste: Online verfügbare Auskunftssysteme wie zum Beispiel die Elektronische Fahrplanauskunft oder der Ticketberater
- (Aktive) Kundenbeteiligung: Einsteigen- und Mitreden.

Alle Kategorien werden mit qualitativen und/oder quantitativen Eckwerten beschrieben, um zu vermitteln welche Bedeutung und welche Aufgabe sie im Gesamtkontext der im VRR-Raum angebotenen Kundendialoginstrumente haben. Zudem wird dargestellt, wie sich die Kundenkommunikation verändert und welche Schlussfolgerungen sich hieraus für die unterschiedlichen Kundenkontaktkanäle ergeben.

Kundenkommunikationsverhalten

Der Kunde von heute erwartet hohe Servicelevel und breitgefächerte (digitale) Dialog- bzw. Auskunftsmöglichkeiten. Das heutige Kommunikationsverhalten der Kunden lässt sich mit wenigen Schlagworten charakterisieren: **mobil, digital und live.**

Mobil:

- 46 Mio. Deutsche besitzen ein Smartphone
- Telefonie stagniert, Datennutzung explodiert

Digital:

- Boom von neuen digitalen Kanälen
- Intuitive Bedienung/Nutzung und Vernetzung der Angebote (Links, Datenaustausch etc.)

Live:

- Hohe Erwartung an Reaktionsgeschwindigkeit im Service
- Echtzeitinformation bei Störungsfällen (Fahrtausfall,- verspätung etc.)



Übersicht Kundendialog- und Auskunftsangebot

Im VRR-Raum steht ein breitgefächertes und modernes Kundendialog- und Auskunftsangebot zur Verfügung, das

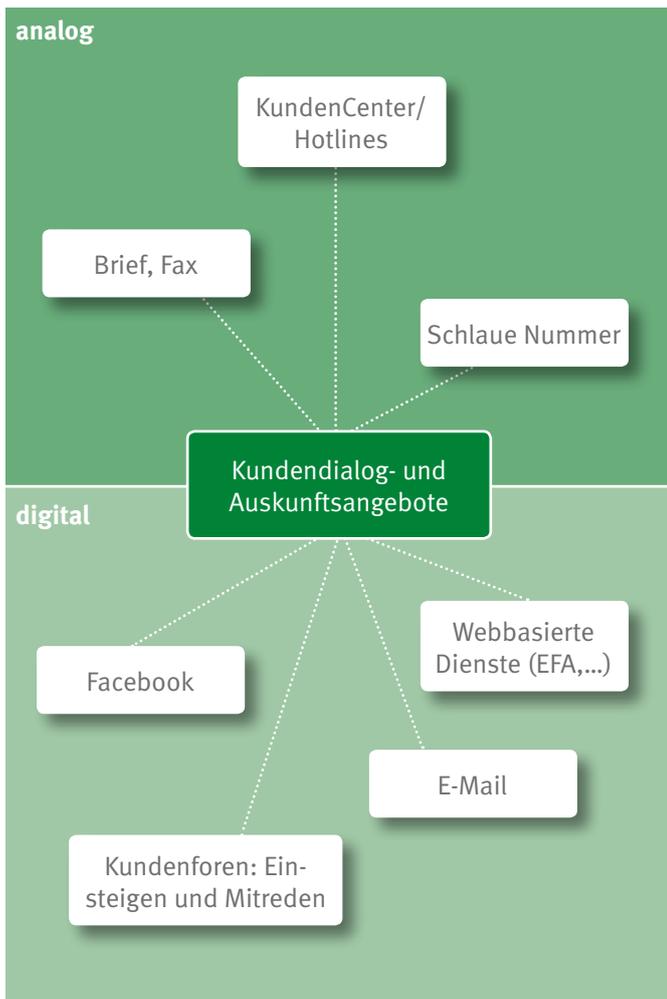


Abbildung 1: Kundendialog und -auskunftsangebote

sich am Kommunikationsverhalten der Fahrgäste orientiert: Ein gutes Auskunftsangebot wirkt sich unmittelbar positiv auf die Kundenzufriedenheit aus.



Die Steigerung der Kundenzufriedenheit ist von großer Bedeutung, da sie letztlich zur Bindung der Kunden führt. Aus betriebswirtschaftlicher Sicht ist es wesentlich günstiger bestehende Kunden zu halten, statt neue Kunden zu akquirieren. Darüber hinaus hat eine hohe Nutzungsquote von öffentlichen Verkehrsmitteln bekanntermaßen auch immer breite positive Auswirkungen auf die Lebensqualität von Städten und trägt zur Entlastung der Umwelt bei.

Im Folgenden stellen wir Ihnen die von der VRR AöR gesteuerten und/oder bereitgestellten Dialog- und Auskunftskanäle inklusive ggf. geplanter Weiterentwicklungen im Detail vor.

Telefonischer Kundendialog – Schlaue Nummer

Unter einer NRW-weit einheitlichen Telefonnummer, der „Schlaue Nummer“, können Anrufer jederzeit (24 Stunden / 7 Tage pro Woche) Fahrplan- und Tarifauskünfte einholen.

Die VRR AöR übernimmt stellvertretend für die Verkehrsunternehmen im VRR-Gebiet die Abwicklung und Steuerung der Schlaue Nummer.

Historie / Geschichte vom Beginn bis heute (Reise von der Vergangenheit in die Gegenwart)

2000 - 2003
2006
2014
2015

01803 504030*

Fahrplan- und Tarifauskunft in NRW

*9 Cent pro Minute aus dem deutschen Festnetz,
24 Cent pro Minute aus dem Mobilfunknetz

Projektbeginn Schlaue Nummer NRW und Start im VRR-Raum

Die Entwicklung der Schlaue Nummer für Bus und Bahn unter der damaligen Rufnummer 01803 504030 startete im Jahr 2000. Ziel war es landesweit eine einheitliche Rufnummer für Fahrplan- und Tarifauskünfte in NRW zu etablieren.

Im Kooperationsraum VRR wurde die NRW-weit einheitliche Rufnummer im Jahr 2003 durch die VRR-Verkehrsunternehmen und den VRR eingeführt.

Einführung Sprechender Fahrplan

Im Jahr 2006 wurde die Schlaue Nummer zusätzlich seitens des Kompetenzzenters Fahrgastinformation um das Sprachportal Sprechender Fahrplan NRW ergänzt. Anrufer der Schlaue Nummer wurden vor Weiterleitung an einen Telefon-Agenten die Option eingeräumt, ohne Wartezeit automatisiert über einen Sprachcomputer Fahrplanauskünfte zu erhalten.



0800 3 504030*

Elektronische Fahrplanauskunft

*kostenfrei

Einrichtung kostenfreier Rufnummer für sprechenden Fahrplan

Der Sprechende Fahrplan wurde ab 2014 unter der für den Kunden kostenfreien Rufnummer 0800 3 504030 zur Verfügung gestellt. Neben der Sprachauskunft können Anrufer sich die Information auch per SMS auf ihr Handy schicken lassen.

Neue Rufnummer für die Schlaue Nummer und Call-Center Wechsel

Zum 1.1.2015 fand ein Wechsel von dem langjährigen Call-Center O-Ton zum neuen Call-Center omniphon statt. Zusätzlich wurde die Rufnummern-gasse der Schlaue Nummer zum 1.1.2015 von 01803 zu 01806 gewechselt. Mit der neuen Rufnummern-gasse sind die Kosten für den Anrufer transparenter. So zahlt der Anrufer nun unabhängig von der Länge des Telefonats pro Anruf (20 Cent aus dem deutschen Festnetz, 60 Cent aus dem Mobilfunknetz).

01806 504030*

Personenbediente Fahrplan- und
Tarifauskunft

*20 Cent pro Anruf aus dem deutschen Festnetz,
60 Cent pro Minute aus dem Mobilfunknetz

Als weitere Dienstleistung wird seit Ende 2015 der 1st-Level-Support für den stationären VRR-TicketShop angeboten. Unter 1st-Level Support ist die Beantwortung von Kundenfragen zur

Nutzung des TicketShops zu verstehen. Nach Einführung der mobilen Version des TicketShops wird dieser Service entsprechend ausgeweitet.

Im Gesamtüberblick stellt sich die Schläue Nummer heute im VRR-Raum wie folgt dar:

Schläue Nummer

24 Stunden Erreichbarkeit / 365 Tage im Jahr



Call-Center-Auskunft

01806 504030*

Personenbediente Fahrplan- und Tarifauskunft

*20 Cent pro Anruf aus dem deutschen Festnetz, 60 Cent pro Minute aus dem Mobilfunknetz

Sprechender Fahrplan

0800 3 504030*

Elektronische Fahrplanauskunft

*kostenfrei

Support TicketShop

01806 504036*

Ticketshop 1st-Level-Support

*20 Cent pro Anruf aus dem deutschen Festnetz, 60 Cent pro Minute aus dem Mobilfunknetz



Zahlen / Entwicklung Schlaue Nummer

Im Jahr 2015 wurden vom Call-Center und den Verkehrsunternehmen im VRR-Gebiet insgesamt rund 255 tausend Gespräche über die Schlaue Nummer geführt. Die Nutzungszahlen stellen sich im Detail wie folgt dar:

Schlaue Nummer für Bus und Bahn 2015

geführte Gespräche bis 12/2014 über 01803-504030; ab 01/2015 über 01806-504030 und 01806-504036

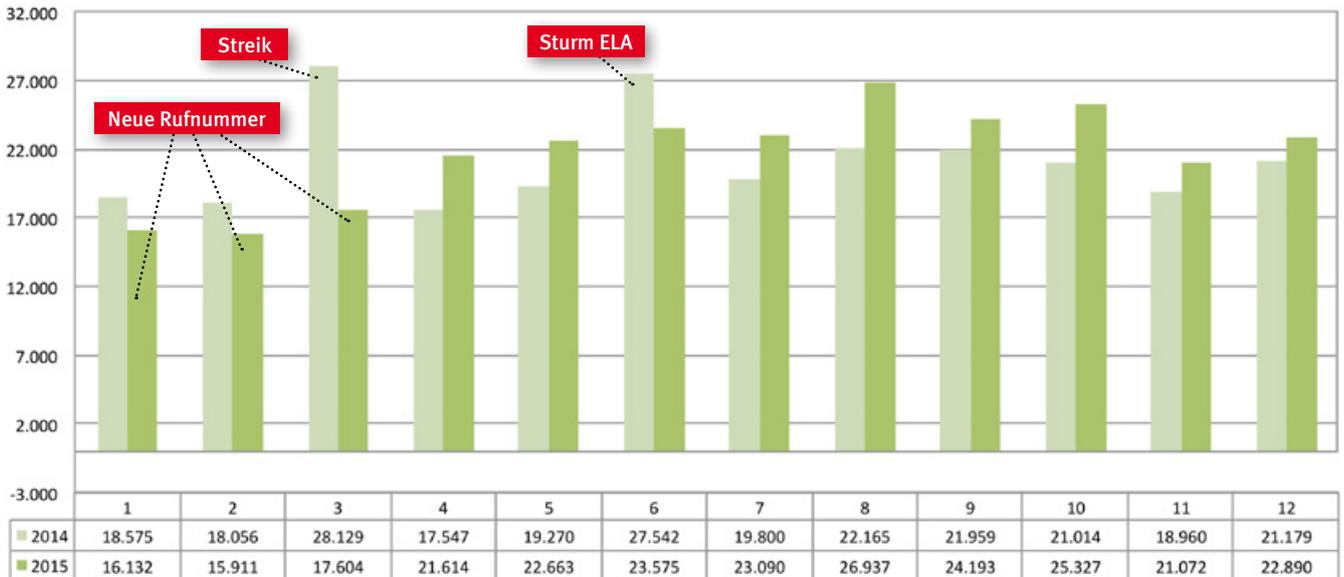


Abbildung 2: Anrufvolumen Schlaue Nummer (Eigenleistung der VU im Dezember geschätzt, da Zahlen noch nicht vorliegen)

Die Nutzungszahlen sind im Vergleich zum Vorjahr auf dem gleichen Niveau geblieben. Die geringeren Anrufrufen im Zeitraum Januar bis März sind durch den oben beschriebenen Wechsel von Rufnummer und Betreiber zu erklären. Grundsätzlich zeigen die Zahlen, dass die Telefonie einen hohen Stellenwert im Vergleich zu den übrigen Kundendialogkanälen hat und die Fahrgäste auch bei fortschreitender Digitalisierung weiterhin großen Wert auf persönliche Beratung legen.

Die Verteilung der Anrufgründe hat sich im Vergleich zu den vergangenen Jahren kaum verändert, Tarif- und Fahrplanauskünfte stellen weiterhin die häufigsten Anrufgründe dar. Die Call-Center-Agenten stellen allerdings vermehrt fest, dass die Komplexität der Anfragen steigt.

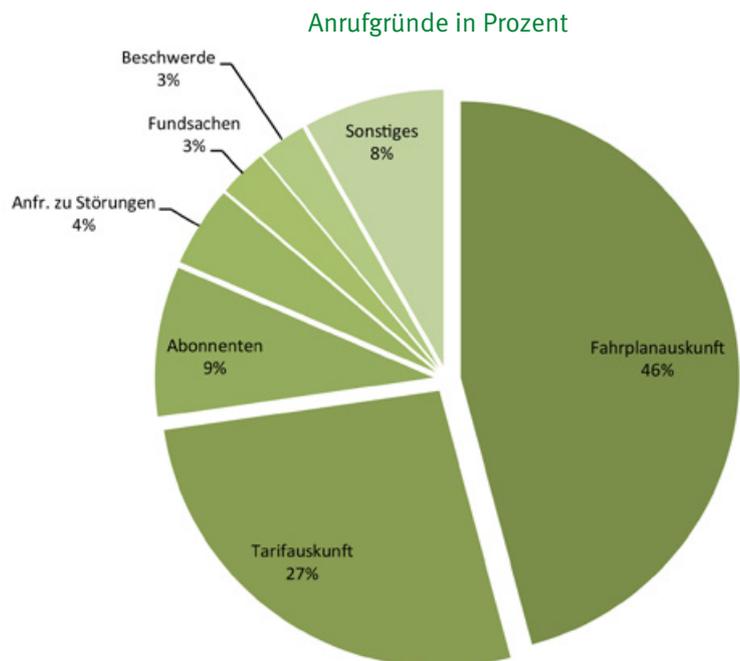


Abbildung 3: Anrufgründe Schlaue Nummer

Qualitätskriterien der Schlaue Nummer

Die dargestellten Volumina sind vom Dienstleister nicht nur quantitativ, sondern auch qualitativ hochwertig zu bearbeiten. Im Rahmen der Ausschreibung der Call-Center Dienstleistungen wurden dem Dienstleister daher wichtige Qualitätskriterien auferlegt, die regelmäßig zu überprüfen sind.

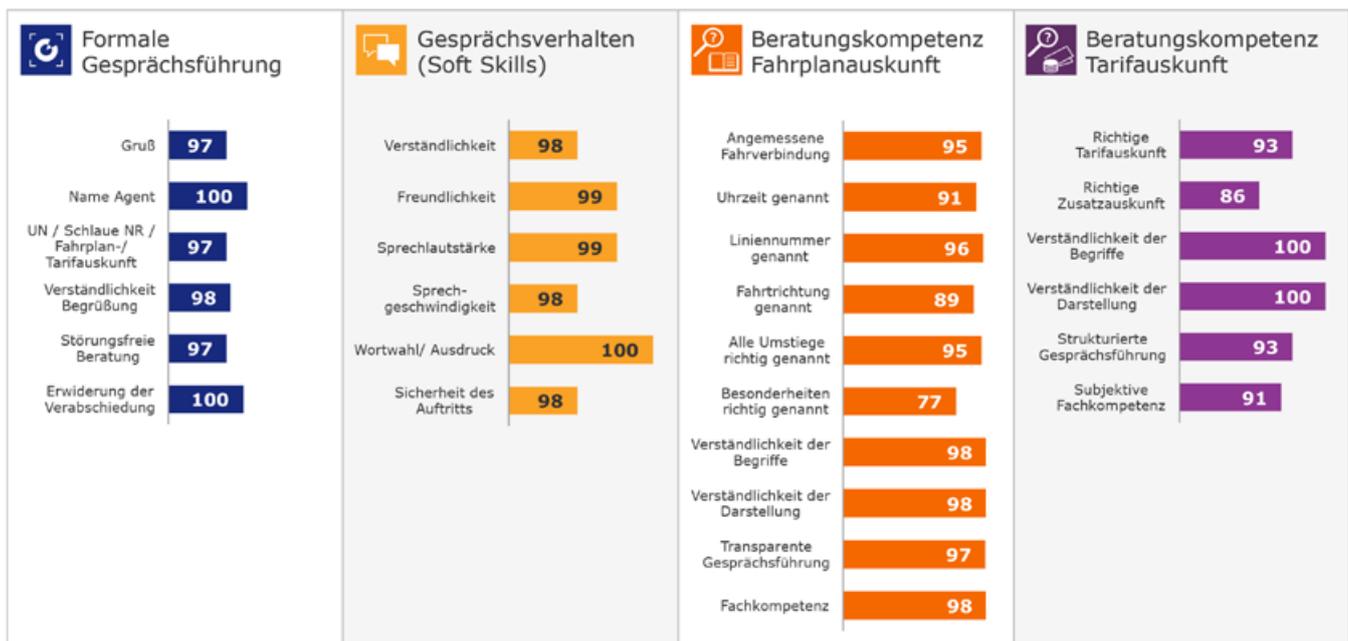
Servicelevel (92 %) / Erreichbarkeit (80/20)

Zu den wichtigsten Kriterien, die monatlich überprüft werden, zählen Servicelevel und Erreichbarkeit. Der Servicelevel 92 % gibt an, dass grundsätzlich mindestens 92 % aller Anrufe angenommen werden müssen. Die Erreichbarkeit 80/20 besagt, dass mindestens 80 % aller Anrufe innerhalb von 20 Sekunden angenommen werden müssen.

Inhaltliche Qualität

Auch Gesprächsführung und -verhalten sowie vor allem die Richtigkeit der Informationen sind wichtige Qualitätskriterien. Eine entsprechende Qualitätsüberprüfung findet derzeit anhand von MysteryCalls einmal pro Quartal statt. Alle Qualitätskriterien bilden hierbei eine Gesamtperformance, die es zu 100 % zu erfüllen gilt. Ein unabhängiges Marktforschungsinstitut (derzeit TNS Infratest) wurde mit der Durchführung der MysteryCalls beauftragt. Nachstehend finden Sie einen Ausschnitt der Ergebnisse des 4. Quartals 2015:

Gesamtperformance 100, 90



TNS Infratest
VRR-Mystery Calls 2015 – Q4
© TNS



Abbildung 4: Auskunftqualität Schlaue Nummer

Die Menschen hinter dem Angebot

Die Firma omniphon ist bis Ende 2017 mit dem operativen Betrieb, d. h. der Bearbeitung der eingehenden Telefonate der Schlaue Nummer beauftragt worden. Hauptverantwortlich sind Herr Harzer als Geschäftsführer und Fr. Kase als Leiterin des Call-Centers.



Abbildung 5: Blick ins Call-Center



Abbildung 6: Doreen Kase, Uwe Harzer (Omniphon)

Rund 53 Mitarbeiter, davon 45 Call-Center Agenten, werden für die Schlaue Nummer eingesetzt. Strenge Einstellungskriterien, umfassende Schulungen und der Einsatz moderner Hilfsmittel, wie einer internen Wissensdatenbank, sind die Voraussetzung, um die im vorhergehenden Abschnitt beschriebenen Qualitätsanforderungen zu erfüllen.

Schriftlicher Kundendialog bei der VRR AöR

ÖPNV-Nutzer haben mehrere Möglichkeiten, schriftlich mit dem VRR in Kontakt zu treten, z. B. über die Medien Brief oder Fax, per Direktmail über die Adresse „info@vrr.de“ oder über das Kontaktformular auf der VRR-Website sowie in den sozialen Medien über die Facebook-Plattform. Außerdem wird die Moderation auf der Beteiligungsplattform „Einsteigen und Mitreden“, auf die im späteren Verlauf noch näher eingegangen wird, durch den VRR übernommen.

Im Vergleich zur Anzahl der telefonischen Dialoge im Rahmen der Schlaue Nummer, bei der Telefonate innerhalb von NRW erfasst werden, bezieht sich der schriftliche Kundendialog nur auf Eingänge, die die VRR AöR direkt erreichen. Das zahlen- und themenmäßige Dialogaufkommen der einzelnen Verkehrsunternehmen innerhalb des VRR-Verbundraumes wird nicht zentral erfasst und wird daher an dieser Stelle nicht behandelt.

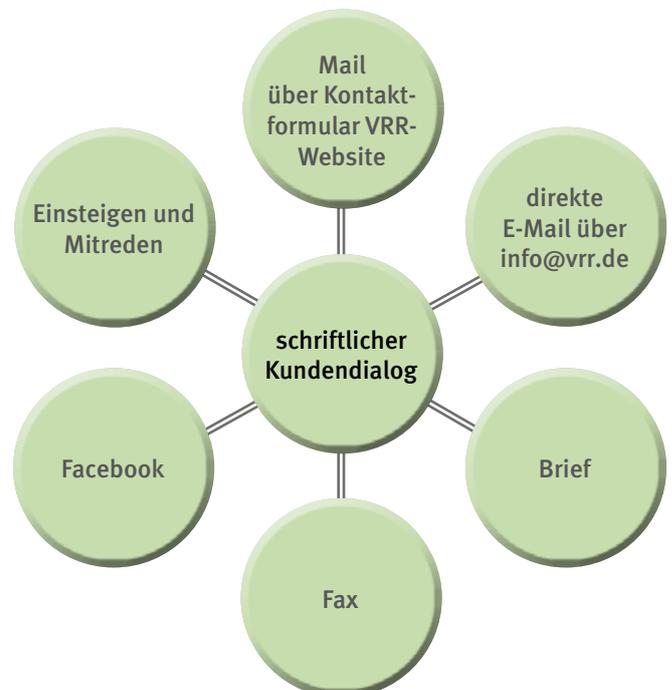


Abbildung 7: Schriftlicher Kundendialog

Wer bearbeitet diesen Bereich?

Komplexe Themen sowie Fragen zu politischen Hintergründen und VRR-eigenen Sachverhalten, wie z. B. SPNV-Vergabeverfahren, weiteren SPNV-Themen oder auch Tarifangelegenheiten, werden ausschließlich durch das VRR-Dialogteam in der Fachgruppe Kundenmanagement beantwortet. Zudem erfolgt eine Unterstützung bei einfachen Anfragen (Fahrplan- und Tarifauskünfte) durch das CallCenter omniphon.

Dialogaufkommen im Jahresgang konstant

Die schriftlichen Kundenanfragen und Beschwerden, die den VRR per Brief und Mail erreichen, können in dem nachfolgenden Diagramm zahlenmäßig nachvollzogen werden. Die Eingänge verteilen sich relativ gleichmäßig über das ganze Jahr, wenn auch z. B. Schul- bzw. Ausbildungsbeginn oder Unwetter saisonale Schwankungen verursachen können.

Eingänge VRR Kundendialog (Brief, Mail)

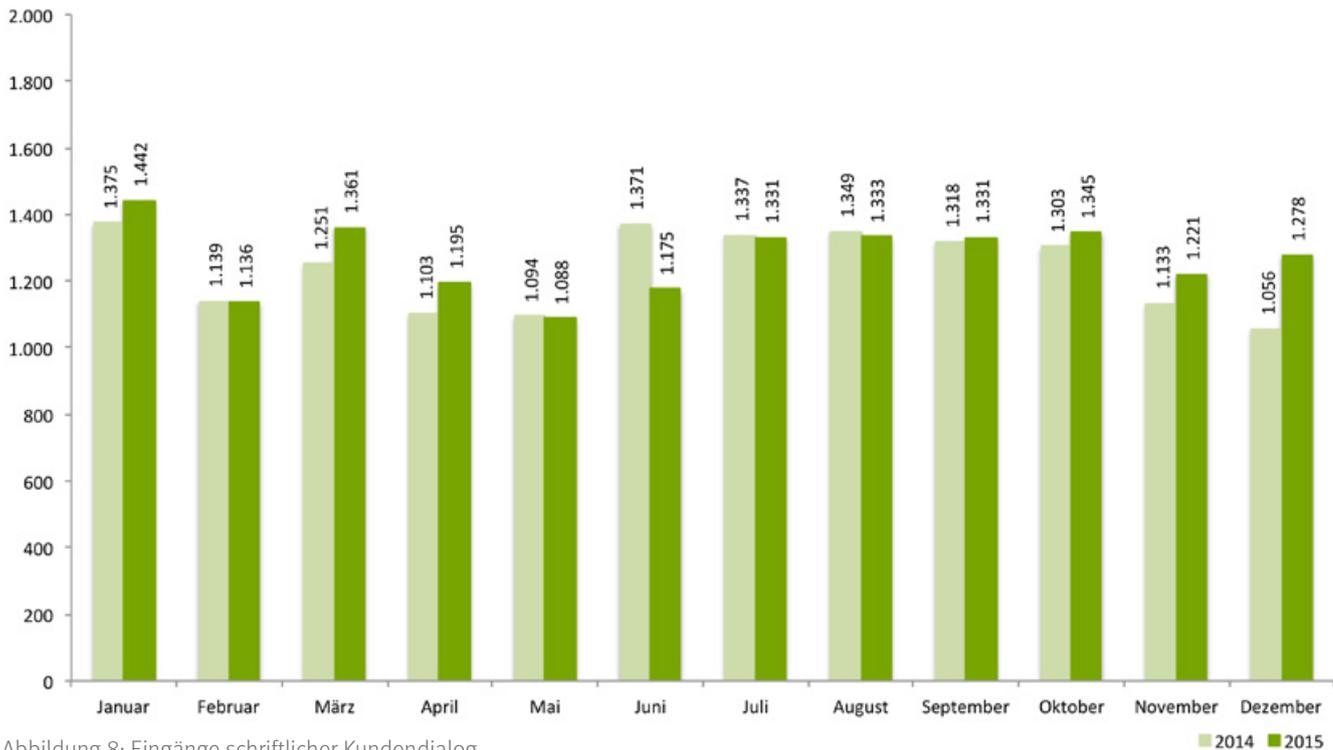


Abbildung 8: Eingänge schriftlicher Kundendialog

Gesamtzahl der Meldungen in 2015: 11.235
(1/3 Kritik und 2/3 Anfragen)

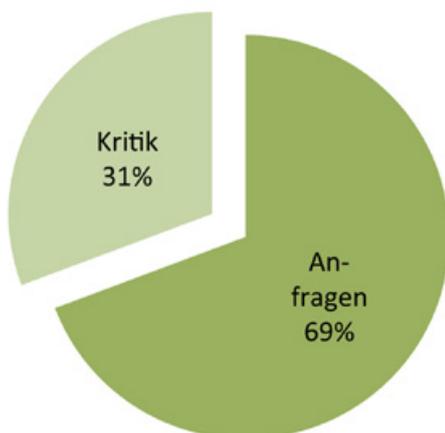


Abbildung 9: Einteilung Eingänge schriftlicher Kundendialog

Das Dialog-Gesamtaufkommen lässt sich generell – wie dargestellt – in die Bereiche Anfragen und Beschwerden aufteilen, wobei die Anfragen deutlich überwiegen. Die Anfragen beziehen sich überwiegend auf Tickets und Tarife. Der Rubrik „Kritik“ werden die Beschwerden zugeordnet, z. B. bei mangelhafter Information im Störfall.

Qualitätsstandards im Jahr 2015 übertroffen

Die Bearbeitung erfolgt nach festgelegten Qualitätsstandards. So sind mindestens 90 % der Kundendialogeingänge innerhalb von sieben Tagen zu bearbeiten (2015 wurde dieser Wert deutlich übertroffen). Die inhaltliche Qualität der Antworten wird durch Berücksichtigung der Tarifbestimmungen, Abonnementbedingungen, Beförderungsbedingungen sowie verständliche Formulierungen sichergestellt. Hierzu hat der VRR hausinterne Standards abgestimmt.



Einfache Dialoge werden durch digitale Medien substituiert, Komplexität steigt mit neuen Angeboten

Generell ist festzustellen, dass sich die Themen der Dialoge im Laufe der Zeit und mit geänderten Nutzerverhalten der Fahrgäste gewandelt haben. Fahrgäste nutzen vermehrt Self-Service, wie die u. a. über die VRR-App angebotene Elektronische Fahrplanauskunft, sodass sich Kunden beispielsweise immer seltener mit Fragen zum Fahrplan an den VRR wenden. Bedingt durch ein geändertes Pendlerverhalten gibt es immer häufiger Anfragen zu Fahrten über die VRR-Verbundgrenze hinaus. Insgesamt betrachtet werden die Dialoginhalte immer komplexer und die Bearbeitung erfordert häufig wegen der zunehmenden Digitalisierung der Auskunftsangebote technisches Know-how.

Auch Social Media im Blick

Wie eingangs beschrieben nimmt die Bedeutung digitaler Informationsmedien stetig zu. Das Dialogteam prüft fortlaufend die Eignung bzw. Nutzbarkeit verschiedener Kanäle für den Kundendialog und beachtet das sich ständig verändernde Kommunikationsverhalten .

Facebook seit 2013 im Angebot

Auf der VRR-Facebook-Seite werden Nutzeranfragen werktags von 7 bis 20 Uhr und an Samstagen sowie an Sonn- und Feiertagen zwischen 9 und 20 Uhr beantwortet. Die Facebook-Präsenz wird durch das VRR-Dialogteam betreut, für die Zeit außerhalb der üblichen Bürozeiten wird dieser Part durch einen externen Dienstleister übernommen, dessen Qualität regelmäßigen Kontrollen unterliegt.

Vernetzung mit den Verkehrsunternehmen ist gewährleistet.

Über spezielle Softwarelösungen wird die Vernetzung zwischen Verkehrsunternehmen und der VRR AöR sichergestellt: Ausgehend von der VRR-Facebook-Seite kann die Anfrage – für den Nutzer unsichtbar – dem zuständigen Unternehmen zugewiesen werden. Dies erstellt die Antwort und veröffentlicht diese mit dem eigenen Logo auf der VRR-Facebook-Seite, sodass der Verfasser klar erkennbar ist.

Die Facebook-Fangemeinde wächst langsam aber stetig.

Fans / "Gefällt mir"-Angaben

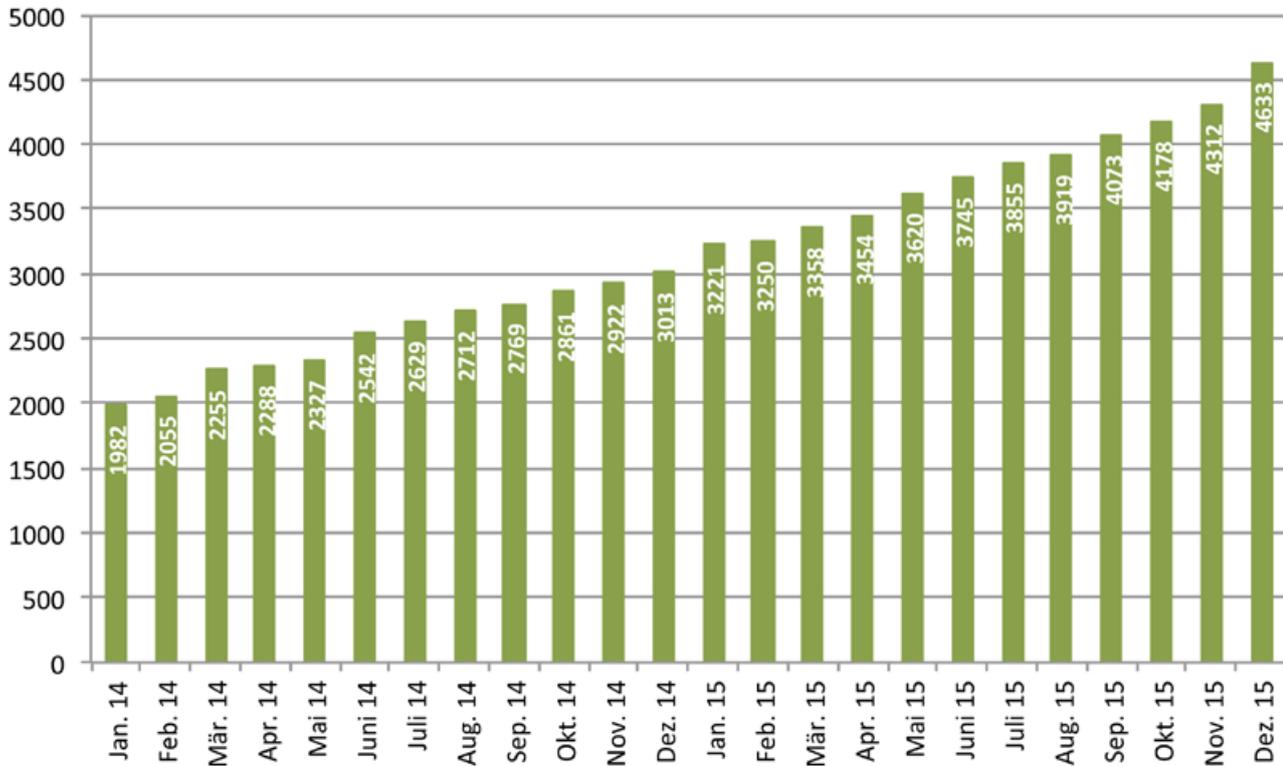


Abbildung 10: Facebook-Fans

Innerhalb von drei Jahren stieg die Zahl der Fans auf über 4600.

Nutzerposts und -kommentare Facebook

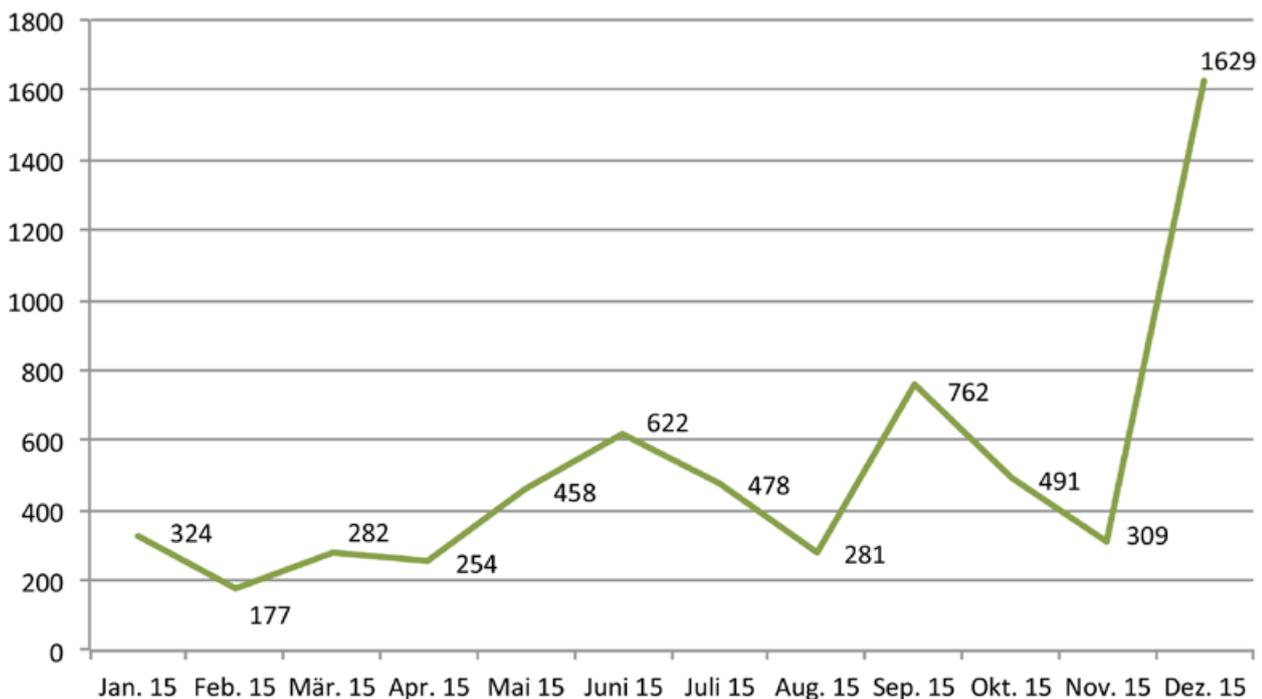


Abbildung 11: Fragen und Beiträge Facebook-Nutzer

Die Facebook-Nutzung zeigt ebenfalls einen stetigen Aufwärtstrend, wobei aktuelle Entwicklungen und Angebote zu einzelnen Ausschlägen führen. 2015 wurden insgesamt über 6000 Beiträge von Facebook-Nutzern gepostet. Der VRR erwartet, dass sich die Fangemeinde weiter vergrößern und die Nutzung analog ansteigen wird.

Die Aufteilung der Dialoge nach Kritik und Anfragen entspricht etwa den übrigen Dialogkanälen.

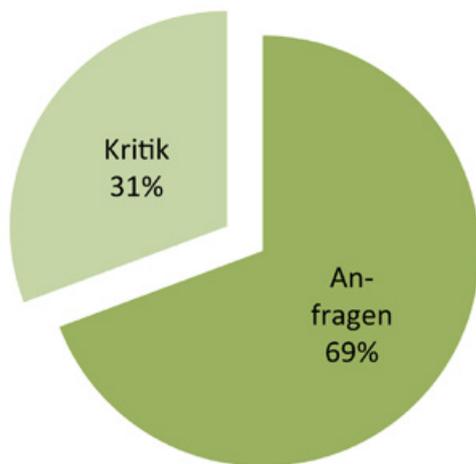


Abbildung 12: Einteilung Fragen und Beiträge Facebook-Nutzer

Der Einsatz der nachfolgend aufgeführten Angebote für den Kundendialog wurde ebenfalls wie nachfolgend beschrieben geprüft:

YouTube wird lediglich zur Kundeninformation genutzt.

Die VRR AöR ist mit einem eigenen Auftritt auf der Video-Plattform YouTube vertreten, welche jedoch nicht für den Dialog geöffnet ist und lediglich die zu bestimmten Themen erstellten Kurzfilme zur Ansicht bereitstellt.

Twitter und Pinterest werden derzeit als nicht relevant für den direkten VRR-Kundendialog eingestuft, sind jedoch für Verkehrsunternehmen ein interessantes Medium.

Twitter: Fahrgäste können beispielsweise über Verkehrsstörungsmeldungen mittels eines Twitterkanals optimal und zeitnah informiert werden, der somit ein geeignetes Medium für Verkehrsunternehmen darstellt. Für die VRR AöR als Verkehrsverbund ist Twitter ein eher ungeeigneter Kanal.

Pinterest: Die VRR AöR hat sich auch gegen einen Auftritt in dem sozialen Netzwerk Pinterest entschieden, in dem Nutzer Bildersammlungen mit Beschreibungen an virtuelle Pinnwände heften können, da die Dialogmöglichkeiten als eher eingeschränkt zu bewerten sind.



O-Töne Fahrgäste

Nachfolgend sind Auszüge aus den Eingaben einiger Fahrgäste aufgeführt, um ein Gefühl zu vermitteln, welche Anliegen im täglichen Geschäft zu bearbeiten sind:

Lieber Verkehrsverbund Rhein-Ruhr (VRR), das Happy Hour-Ticket nutze ich gern zu später Stunde, aber in der Preisstufe B wär die Sache wirklich rund.

Ich habe ein Ticket1000 (57.44€) Aber ich weiß nicht in welchen Zonen ich fahren kann.

Mein HandyTicket-Konto ist gesperrt. Dies meldet die App mir und zeigt an, dass ich mich an mein Verkehrsunternehmen wenden soll. Wie kann ich mein Konto entsperren? Es wäre klasse, wenn Sie mir weiterhelfen könnten. Ich danke Ihnen bereits vorab für Ihre Unterstützung!

Guten Tag, ich habe am Freitag mein Schokoticket bekommen. Auf dem Schreiben stand das es ab dem 01.12 gültig ist. Aber kann man damit heute schon fahren oder geht das wirklich erst ab morgen?

Ich danke herzlich für die prompte und ausführliche Antwort auf meine Anfrage.

Kann das VRR-Semesterticket ab Januar auch bis Venlo benutzt werden?

Schönen Guten Tag, ich habe meinen Geburtstag am Freitag gefeiert und zu viel getrunken ich erinnere mich auch nicht an viel ich weiß nur noch ich wurde aus dem Nachtbus Richtung Do-Hafen geworfen was ich gemacht habe weiß ich nicht mehr auf jeden Fall wollte ich mich entschuldigen für mein benehmen. egal was ich gemacht oder gesagt habe es tut mir wirklich leid ich bitte sie dies auszurichten. MFG

Am Montag, 12.10. wurde am Bahnhof Wattenscheid Höntrop die S Bahn für 8.41 Uhr in Richtung Essen angekündigt, sie fiel aus
Info: keine

Pünktlichkeitsversprechen

Seit 2008 bieten Verkehrsunternehmen im VRR-Raum das durch die VRR AöR initiierte 10-Minuten-Pünktlichkeitsversprechen als Kulanzangebot an. Hierbei handelt es sich um ein Qualitätsversprechen mit unkomplizierter Garantieabwicklung, gleichzeitig führt es zur Reduzierung des Aufwands bei der Beschwerdebearbeitung in den Verkehrsunternehmen (durch das Versprechen müssen einzelne Beschwerden nicht individuell bewertet bzw. verhandelt werden). Das Pünktlichkeitsversprechen ermöglicht Unternehmen die Positionierung als zuverlässiger Mobilitätspartner und erhöht die Kundenzufriedenheit. Das Pünktlichkeitsversprechen sieht eine Erstattung des Fahrpreises eines VRR-EinzelTickets der Preisstufe A ab einer Ankunftsverspätung am Zielort von 10 Minuten vor und wurde sukzessive bei Verkehrsunternehmen im Verbundraum implementiert. Zum heutigen Zeitpunkt nehmen zehn kommunale und ein SPNV-Unternehmen am Pünktlichkeitsversprechen teil: BOGESTRA, HCR, DSW21, Vestische, STOAG, SR, SWK, MVG, EVAG, DVG und Abellio Rail NRW (ausschließlich die Linie S 7).

Erfahrungen sind positiv

Nach Rückmeldung der teilnehmenden Verkehrsunternehmen blieb der befürchtete Ansturm bei Einführung aus. Auch in den folgenden Jahren fiel die Inanspruchnahme des Pünktlichkeitsversprechens moderat aus, jährlich werden rund 30.000 Erstattungen vorgenommen.

Die Kulanzabwicklung wird von den Kundencenter Mitarbeitern positiv wahrgenommen, da ein neues, wirksames Instrument zum Kundendialog eingesetzt wird. Es konnte vielfach ein freiwilliger Verzicht der Kunden auf eine Stellungnahme verzeichnet werden, die Kosten der Resonanzbearbeitung sind nachweislich gesunken.

Des Weiteren werden die Verspätungsmeldungen betriebsintern ausgewertet und Verbesserungsmaßnahmen eingeleitet. Aufgrund der guten Erfahrungen sollen im Jahr 2016 weitere Partner gewonnen werden.



Abbildung 13: Räumlicher Geltungsbereich Pünktlichkeitsversprechen

Webbasierte Dienste

Die VRR AöR stellt verschiedene webbasierte Dienste zur Information der Fahrgäste zur Verfügung. Das Angebot ist in den vergangenen Jahren kontinuierlich gewachsen und wird auch in Zukunft weiter ausgebaut. Hiermit soll dem Wandel zur 24/7-Gesellschaft (Informationsfluss 24 Stunden an 7 Tagen in der Woche) entsprochen werden. Hierbei handelt es sich um einen sogenannten Megatrend. Megatrends haben eine Halbwertszeit von mindestens 25 bis 30 Jahren. Sie müssen sich in verschiedenen Lebensbereichen abzeichnen, d. h. nicht nur beim Konsum, sondern auch in Politik, Ökonomie sowie vielen weiteren Bereichen und dort Auswirkungen zeigen. Diese Trends gehen zurück auf den Begründer der modernen Zukunftsforschung John Naisbitt, der im Jahre 1980 die Definition der Megatrends beschrieb, und sind eine wichtige Grundlage für Strategieentwicklungen.

Bei webbasierten Diensten ist die Nutzbarkeit des Angebots auf mobilen Endgeräten ein wichtiges Kriterium. Durch diese Vorgehensweise wird dem geänderten Informationsverhalten der Fahrgäste Rechnung getragen. Nachfolgend werden die einzelnen Medien gesondert vorgestellt.

Elektronische Fahrplanauskunft (EFA)

Die elektronische Fahrplanauskunft (EFA) ist der wichtigste webbasierte Dienst für den VRR-Raum. Die Auskunft kann über Websites und Apps von Verkehrsunternehmen und der VRR AöR aufgerufen werden. Da zu diesem Angebot bereits im Jahresbericht Auskunftssysteme ausführlich berichtet wurde, möchten wir uns an dieser Stelle auf einige Eckwerte konzentrieren.

Bis heute über zwei Millionen App-Downloads und über 1 Milliarde gerechnete Fahrten im Jahr 2015

Für die mobilen Apps sind seit Einführung im Februar 2011 über zwei Millionen Downloads (einschließlich Updates) zu verzeichnen.

Die Zahl der gerechneten Fahrten ist kontinuierlich in Summe angestiegen, die Zunahme der Auskunftsgesuche über mobile Kanäle übersteigt den Rückgang bei den über stationäre Systeme gestellten Anfragen. 2015 wurden insgesamt über eine Milliarde Fahrten gerechnet (dieser Wert entspricht rund 263 Millionen einzelnen Auskunftsanfragen).

EFA-Nutzung: Anzahl der mobil und stationär abgefragten Auskünfte (Fahrten)

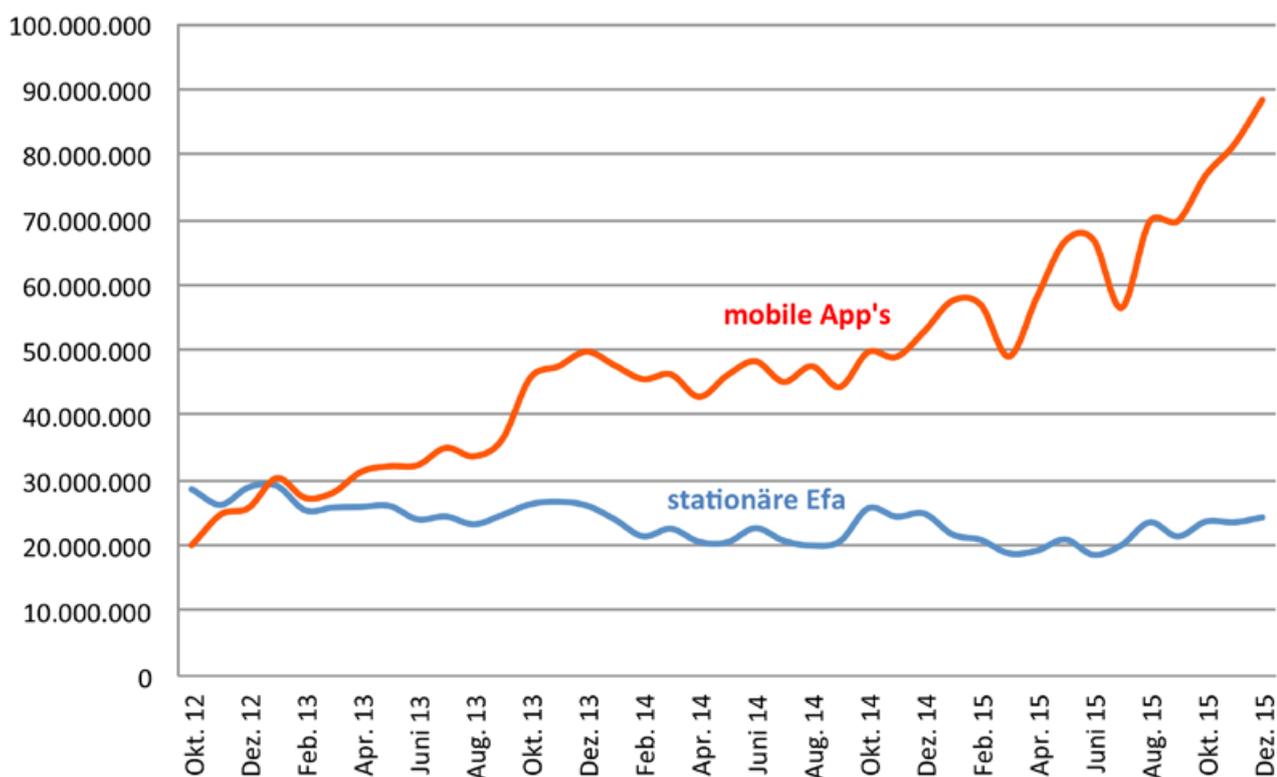


Abbildung 14: EFA-Nutzung

Die Entwicklung der App-Nutzung ist nach wie vor sehr dynamisch. Der VRR erwartet, dass die mobilen Auskünfte weiterhin stetig zunehmen werden.

Entsprechend der hohen Nutzerakzeptanz bzw. -nachfrage werden die App-Funktionalitäten fortlaufend erweitert und Layout/Bedienung optimiert.

Ticketberater

Seit 2008 existiert der Ticketberater in seiner heutigen Form. Beim Ticketberater handelt es sich um eine Online-Portal, welches Kunden die Wahl des passenden Tickets erleichtert..



Abbildung 15: Ticketberater

Der Ticketberater wurde von der Firma IVV in Zusammenarbeit mit dem VRR und einigen Verkehrsunternehmen konstruiert. In den Jahren kamen einige Neuerungen hinzu wie das „Look-and-feel-light“, also das Design in VU-Farben und mit VU-Logo. Zukünftig soll der Ticketberater, wie alle Kundensysteme, prominenter in den Gesamtauftritt der VRR AöR integriert werden – und zwar sowohl in klassischer Form über die Website als auch über App-Anwendungen.

Ticketshop

Um den Online-Kauf von Tickets für den VRR-Raum zu ermöglichen, wurde ein entsprechender Ticketshop entwickelt. Dieser steht seit Februar 2015 zur Verfügung und kann sowohl über die Website einiger Verkehrsunternehmen als auch der VRR AöR aufgerufen werden. Neben dem Regel-Ticketsortiment werden exklusive Onlineangebote wie z. B. das 7-Tage Ticket und das 10erTicket vermarktet.



Abbildung 16: Ticketshop

Da das Shopsystem mandantenfähig ist (jedes Verkehrsunternehmen hat die Möglichkeit, einen Shop mit eigener URL einzurichten), können Einnahmeprovisionen eindeutig zugeordnet werden. Zurzeit setzen bereits neun Unternehmen das System ein, darunter auch DB Regio.

Abfahrtsmonitor

Von der VRR AöR wird seit 2012 der Abfahrtsmonitor bereitgestellt. Mit dem System können sich Fahrgäste erstmals einen persönlichen Abfahrtsplan für ihre Haltestelle mit Soll- und Ist-Abfahrtszeit aller Verkehrsmittel anzeigen lassen. Über einen Link auf den Websites von Verkehrsunternehmen und der VRR AöR kann jedermann den Monitor aufrufen. Außerdem werden die Daten in die stationären Anzeigetafeln zur Darstellung von aktuellen Fahrzeiten eingespeist. Hierzu werden im Hintergrund Echtzeitdaten aus den Systemen der Verkehrsunternehmen zentral von der VRR AöR mittels der sogenannten Datendrehscheibe gebündelt und aufbereitet.



Abbildung 17: Abfahrtsmonitor

2015 wurde das Angebot dahingehend weiterentwickelt, dass Verkehrsunternehmen den Monitor grafisch und inhaltlich gemäß ihren Anforderungen anpassen können. Beispielsweise kann der Monitor im Unternehmensdesign angezeigt und mit weiteren Informationen wie Umgebungsplänen angereichert werden.

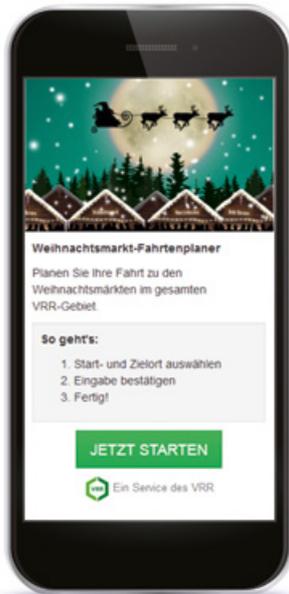


Abbildung 18:
Weihnachtsmarkt-Fahrtenplaner

Event-Fahrtenplaner

Der Verkehrsverbund Rhein-Ruhr stellt den Nahverkehrskunden für bestimmte Anlässe einen Event-Fahrtenplaner zur Verfügung. Dieser wird in der Weihnachtszeit beispielsweise als Weihnachtsmarkt-Fahrtenplaner eingesetzt. Fahrgäste können direkt und gezielt eine Fahrt zu den rund 100 Advents- und Weihnachtsmärkten im Verbundraum planen, und zwar ohne vorher nach passenden Haltestellen am Zielort suchen zu müssen.

FAQ: Fragen und Antworten auf vrr.de

Derzeit gibt es auf der VRR-Website im Servicebereich die Rubrik „Fragen und Antworten“. Thematisch gegliedert finden Fahrgäste hier umfassende Informationen beispielsweise zu Tickets und Preisstufen sowie Anregungen und Tipps zum Umgang mit der Elektronischen Fahrplanauskunft. Durch die weitere Untergliederung in den einzelnen Themenbereichen ist es den Fahrgästen oft möglich, ihre Anfrage abschließend zu klären, sodass der direkte Kontakt über einen Kundendienstkanal entfällt. Jährlich verzeichnet der VRR in diesem Bereich über 400.000 Seitenaufrufe.

Folgende Antworten werden regelmäßig aufgerufen:

Fragekategorien vrr.de (in Prozent) von Januar 2014 bis September 2015

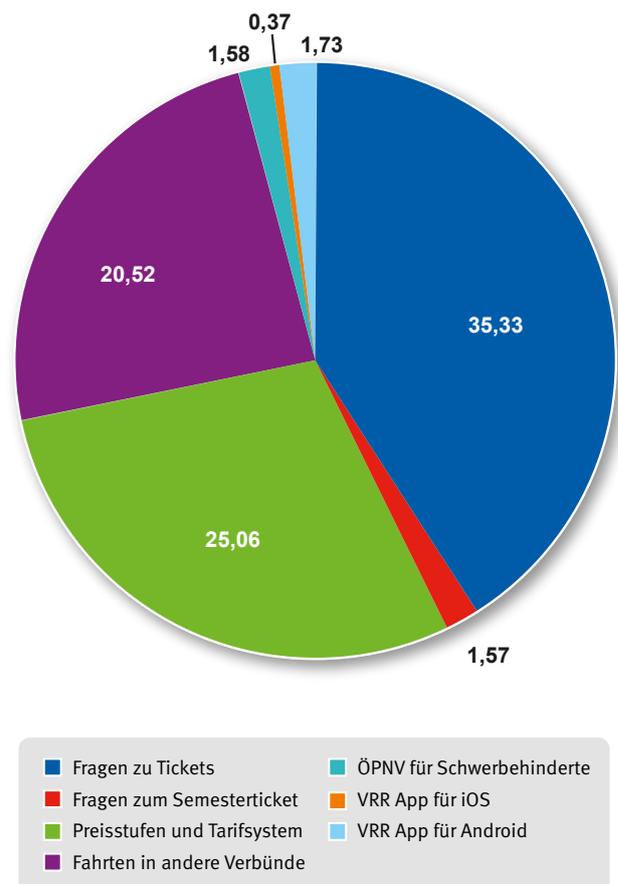
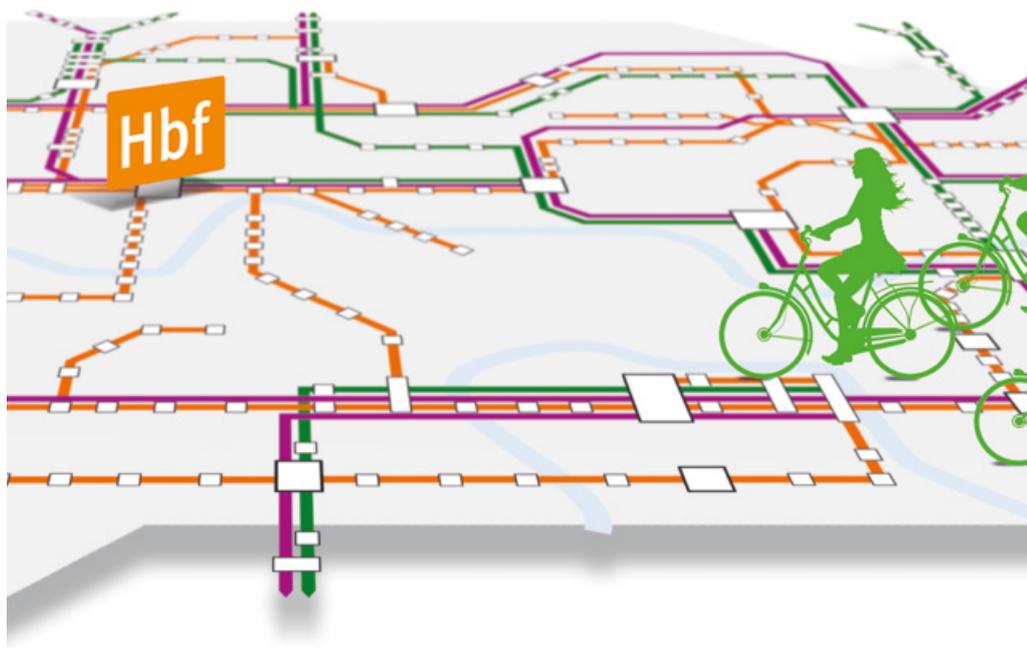


Abbildung 19: Gründe für Seitenaufrufe auf vrr.de

Insbesondere im Bereich „Tickets, Preisstufen und Tarifsystem“ besteht ein hoher Informationsbedarf der Fahrgäste.

Online-Dialog „Einsteigen und Mitreden!“



Mit dem Online-Beteiligungsformat „Einsteigen und Mitreden“ spricht der VRR gezielt Fahrgäste an, um sie an der Weiterentwicklung von Prozessen und Produkten zu beteiligen und Hinweise und Anregungen zu ausgewählten Themen rund um den Öffentlichen Personennahverkehr zu sammeln. Seit März 2014 kam der Online-Dialog (<https://einsteigenundmitreden.de/>) inzwischen dreimal zum Einsatz. Im Rahmen der Beteiligungsverfahren stellte der VRR die Themen „App & Co“, „Zug der Zukunft“ und „Fahrrad & Öffentlicher Nahverkehr“ zur Diskussion.

Thema „App & Co“

Im ersten Online-Dialog vom 5. bis zum 26. März 2014 sollte herausgefunden werden, wie die elektronischen Auskunftsdienste des VRR (VRR-App, Elektronische Fahrplanauskunft, Ticketberater und Abfahrtsmonitor) weiterentwickelt und verbessert werden können. Außerdem sollte geprüft werden, welche neuen mobilen Dienste in Zukunft für Fahrgäste noch relevant werden könnten. Insgesamt gingen 659 Beiträge und 192 Kommentare zu den Online-Services ein. 136 Nutzer haben sich auf der Online-Plattform registriert. Die Auswertung aller Beiträge ergab, dass Optimierungsmöglichkeiten der VRR-App im Fokus der ÖPNV-Kunden standen. Unter anderem wurden folgende Verbesserungsmaßnahmen umgesetzt: Die Anpassung der App für Windows Phone-Nutzer und die Sortierfunktion für Störungsmeldungen.

Thema „Zug der Zukunft“

Hierbei ging es um Themen wie „Komfort & Ausstattung“, „Was benötigen Sie zum Wohlfühlen?“, „Sicherheit & Service“, „Worauf kommt es Ihnen an?“ oder „Informationen zur Fahrt - Welche sind Ihnen wichtig?“. Insgesamt wurden 706 Beiträge und 225 Kommentare aufgenommen, 96 Nutzer haben sich zusätzlich registriert. Dadurch stieg die Gesamtzahl der Registrierungen auf 232. Die Teilnehmer interessierten sich haupt-

sächlich für die Themen „Fahrzeugausstattung“ und „Komfort & Ausstattung“. In den zukünftigen Ausschreibungen werden zum Beispiel folgende Hinweise aufgenommen und umgesetzt: verbesserter Sitzkomfort, Kundeninformation im Zug und Steckdosen in Nahverkehrszügen.

Thema „Fahrrad & Öffentlicher Nahverkehr“

Viele Pendler im Verbundraum nutzen das Fahrrad für Teilstrecken und steigen dann auf Bus und Bahn um. Die zahlreichen Bike & Ride-Anlagen an den Bahnhöfen und Haltestellen sorgen dabei für einen reibungslosen Übergang zum ÖPNV. Auch Leihfahrräder erweitern das Mobilitätsangebot in den Städten. Doch wie wird die Verknüpfung von Fahrrad und öffentlichem Nahverkehr von den Nutzerinnen und Nutzern wahrgenommen? Sind die Bahnhöfe und Haltestellen gut zu erreichen? Wie werden die Abstellmöglichkeiten bewertet? Ist das Ausleihen von Fahrrädern problemlos möglich? Sind die Nutzerinnen und Nutzer zufrieden mit den Informationsangeboten zu „Fahrrad und ÖPNV“? Das Beteiligungsverfahren für dieses Thema lief vom 1. bis zum 22. September 2015. Insgesamt wurden 287 Beiträge und 96 Kommentare aufgenommen, 79 Nutzer haben sich zusätzlich registriert. Dadurch stieg die Gesamtzahl der Registrierungen auf 311. Derzeit findet die Auswertung und Planung der Umsetzungsmaßnahmen der aus diesem Dialog gewonnenen Anregungen statt.

Ausblick

Kommunikationsverhalten 2020: Mobil, digital und live

Der VRR geht davon aus, dass die bereits heute bestehenden Trends im Kommunikationsverhalten – mobil, digital, live (siehe Einführung) – sich bis mindestens 2020 fortsetzen. Die zunehmende Nachfrage bei digitalen Auskunftsmedien („Mensch-Maschine“) wird den persönlichen Kontakt von Mensch zu Mensch nicht ersetzen, es wird in den kommenden Jahren über alle Dialog- und Auskunftskanäle in Summe eine Steigerung der Zahl der Anfragen erwartet – u. a. verstärkt durch neue und verbesserte Angebote wie die Echtzeit-Fahrplanauskunft – bis eine Sättigung eintritt.

Weiterhin wird der Anspruch an übersichtliche und nutzergerichte Informationsbereitstellung steigen, in vielen Branchen lassen sich bereits heute aufwendige Online-Kundenportale finden.

Auf Basis der Änderungen im Kommunikationsverhalten der Kunden sowie der Änderung von gesetzlichen Vorgaben und technischen Neuerungen werden die vorhandenen Kundendialoginstrumente weiterentwickelt, optimiert und fortlaufend geprüft, inwieweit ggf. weitere (neue) Angebote eingesetzt werden können. Um die im vorhergehenden Abschnitt beschriebene Entwicklung optimal zu antizipieren, soll die Digitalisierungsstrategie konsequent weiterverfolgt werden. Nachfolgend werden zwei potenzielle neue Instrumente beschrieben.

FAQ: Ihre Fragen, unsere Antworten

Der FAQ Bereich auf vrr.de ist bereits heute ein wichtiges Web-Self-Service-Angebot (siehe Kapitel 6). Dieses soll 2016 in Form einer FAQ-Datenbank erheblich verbessert und grundlegend neu (Revolution statt Evolution) als Online-Portal mit dem Namen „FAQ – Ihre Fragen, unsere Antworten“ aufgebaut werden, da die Fahrgäste eine ansprechend gestaltete und individuell relevante Informationsbereitstellung erwarten. Durch eine optimierte FAQ-Wissensdatenbank kann der Kundendialog effizienter gestaltet werden – insbesondere durch Entlastung der klassischen Serviceangebote wie beispielsweise der KundenCenter von Verkehrsunternehmen. Zudem möchte der VRR durch eine Vereinfachung der Informationssuche die Kundenzufriedenheit erhöhen. Darüber hinaus soll das System im Call-Center der Schluken Nummer und in KundenCentern der Verkehrsunternehmen mit zusätzlichen Inhalten

bereitgestellt werden, sodass die Beauskunftungsqualität optimiert wird. Das neue System soll mit allen Auskunftsmethoden (z. B. VRR-App und Internetauftritte von Verkehrsunternehmen und VRR) verknüpft bzw. dort aufgerufen werden. Derzeit wird die Einführung eines neuen und übergeordneten FAQ-Portals in Projektform unter Einbeziehung der Verkehrsunternehmen bearbeitet.



App-Messaging: WhatsApp & Co.

Für den Kundendialog wird vorgeschlagen, dass dem „FAQ – Ihre Fragen, unsere Antworten“-Portal zukünftig eine weitergehende persönliche Hilfefunktion zugeschaltet werden soll. Wenn der Nutzer keine (passende) Antwort bekommt – was auch bei optimierten Suchalgorithmen aufgrund der Komplexität der ÖPNV-Welt nicht immer vollständig ausgeschlossen werden kann – soll sich automatisch ein Fenster öffnen, in dem der Nutzer sein Anliegen im schriftlichen Dialog mit einem Call-Center-Agenten, beispielsweise der Schluken Nummer, live klären kann. Eine weitere Einsatzmöglichkeit wäre auch die VRR-App. Die Nutzer könnten direkt aus der App heraus ihren Hilfebedarf als Nachricht an die Agenten schicken. Das Layout soll sich am in Deutschland meistgenutzten Messagingsystems „WhatsApp“ orientieren.



Die Abstimmung zum Thema wird in nächster Zeit mit den Verkehrsunternehmen geführt.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Kundendialog und -auskunftssysteme	5
Abbildung 2:	Anrufvolumen Schlaue Nummer	8
Abbildung 3:	Anrufgründe Schlaue Nummer	8
Abbildung 4:	Auskunftsqualität Schlaue Nummer	9
Abbildung 5:	Doreen Kase, Uwe Harzer (Omniphon)	10
Abbildung 6:	Blick ins Call-Center	10
Abbildung 7:	Schriftlicher Kundendialog	10
Abbildung 8:	Eingänge schriftlicher Kundendialog	11
Abbildung 9:	Einteilung Eingänge schriftlicher Kundendialog	11
Abbildung 10:	Facebook-Fans	13
Abbildung 11:	Fragen und Beiträge Facebook-Nutzer	13
Abbildung 12:	Einteilung Fragen und Beiträge Facebook-Nutzer	14
Abbildung 13:	Räumlicher Geltungsbereich Pünktlichkeitsversprechen	16
Abbildung 14:	EFA-Nutzung	17
Abbildung 15:	Ticketberater	18
Abbildung 16:	Ticketshop	18
Abbildung 17:	Abfahrtsmonitor	18
Abbildung 18:	Weihnachtsmarkt-Fahrtenplaner	19
Abbildung 19:	Gründe für Seitenaufrufe auf vrr.de	19

Herausgeber:
Verkehrsverbund Rhein-Ruhr AöR
Augustastr. 1
45879 Gelsenkirchen
www.vrr.de

Erstellt im Geschäftsbereich Information/Innovation
Fachgruppe I3 „Kundendialog, Qualität und Sicherheit“ im März 2016

