

(((eTicket Deutschland

Das (((eTicket Deutschland aus Kundensicht

Projekt „Kommunikation und Migration“ (KoMi), gefördert mit Mitteln des Bundesministeriums für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung

Thema:	Das (((eTicket Deutschland aus Kundensicht
Dateiname:	(((eTicket Deutschland aus Kundensicht.doc
Erstellt am:	10.10.2011
Zuletzt geändert am:	30.05.2012
Dokumentenversion:	1.0
Ersteller:	Daniel Krings

Versionsverwaltung

Version	Bearbeiter	Datum	Bemerkung
D01	DK	10.10.2011	Gliederung
D02	DK	10.10.2011	Initialversion
0.1	DK	12.12.2011	Überarbeitung
0.2	DK	03.05.2012	Überarbeitung
1.0	DK, HL	30.05.2012	Überarbeitung und Finalisierung

Inhalt

1. Einführung	4
2. Kundenerwartungen	4
2.1. ÖPNV-Nutzung bei Städtereisen	4
2.2. Fahrkartenkauf	5
2.3. Fahrkartenkauf in 20 Jahren	5
2.4. eCommerce	5
2.5. Konzept 1 – VDV-Stufe 2	6
2.6. Konzept 2 – VDV-Stufe 3	7
3. Multimodalität	8
3.1. Reisekettenbildung	9
3.2. Weitere verkehrsbezogene Anwendungen	9
3.3. Unbegrenzte Möglichkeiten	9
4. Ausblick	10

1. Einführung

Fahrgäste im öffentlichen Personenverkehr (ÖPV) erwarten neben dem zuverlässigen Transport (Pünktlichkeit, Taktung) ebenso ein relativ preisgünstiges Angebot der verschiedenen Verkehrsunternehmen. Daneben ist dem Kunden aber auch der Komfort sehr wichtig. Viele Menschen nutzen den ÖPV teilweise auch wegen des komplizierten Prozesses des Fahrscheinkaufs seltener oder sogar überhaupt nicht und weichen auf den individuellen Transport aus (Auto, Fahrrad usw.).

Ein elektronisches Fahrgeldmanagement-System (EFM) nach dem Standard der VDV-Kernapplikation macht das Fahren im öffentlichen Nahverkehr für die Fahrgäste wesentlich komfortabler und attraktiver. Die Suche nach Kleingeld oder (bei automatischer Fahrpreisermittlung) dem günstigsten Angebot am Ticketautomaten gehört dann der Vergangenheit an. Mit dem elektronischen Ticket heißt es, einfach einsteigen, sich mit Hilfe der Karte identifizieren und losfahren. Die Bezahlung erfolgt in der Regel monatlich bequem per Bankeinzug durch Ihr Verkehrsunternehmen, so wie die Kunden es z.B. von ihrer Telefonrechnung gewohnt sind. Wer nur gelegentlich mit Bus oder Bahn fährt und keine feste Vertragsbindung eingehen möchte, kann ein Prepaid-Verfahren oder eine auf der Karte vorhandenen Werteinheitenspeicher nutzen.

Viele Stammkunden erhalten die Karten bereits mit ihrem normalen Abonnement für Busse und Bahnen. In Ihrer Heimatregion ändert sich dann auch nichts im heutigen Tarif.

Der größte Vorteil des elektronischen Tickets liegt jedoch in der bundesweiten Gültigkeit der Karte. Das bedeutet für die Kunden, dass sie mit ein und derselben Karte den öffentlichen Nahverkehr in ganz Deutschland nutzen können – über die Grenzen regionaler Verkehrsverbünde hinweg. Dafür müssen sie nicht mit jedem Verkehrsunternehmen einen separaten Vertrag abschließen. Die Abrechnung der gesamten im Bundesgebiet getätigten Fahrten läuft über das Verkehrsunternehmen, bei dem der Kunde registriert ist.

2. Kundenerwartungen

Im Herbst 2011 wurde im Auftrag der VDV-Kernapplikations GmbH & Co. KG eine qualitative Marktforschung zum eTicket Deutschland durchgeführt. Dabei wurden in 6 deutschen Städten jeweils mehrere Fokusgruppengespräche geführt. Die Probanden wussten vorher nicht, um welches Thema (eTicket) es geht. Bei der Auswahl der Probanden wurde sorgfältig darauf geachtet, dass sich die Gruppen homogen zusammensetzten und ein Abbild der Gesellschaft bilden. Es waren sowohl Vielnutzer als auch Gelegenheits- und Nichtnutzer des ÖPV gleichmäßig vertreten.

2.1. ÖPNV-Nutzung bei Städtereisen

Bei Städtereisen ist die Nutzung des ÖPNV beliebt. Sogar Teilnehmer, die in ihrer Region Busse und Bahnen nur selten oder überhaupt nicht nutzen, wählen während einer Reise häufig den ÖPNV, um die Zielstadt zu erkunden.

Dabei wird das Angebot im Zentrum von Großstädten wie Berlin, München und Hamburg sehr positiv bewertet, während das Angebot im eigenen Verbund insbesondere außerhalb des Innenstadtbereiches als verbesserungswürdig angesehen wird (dies gilt auch für München und Hamburg). Bei Städtereisen werden häufig Tages-/ Dreitagestickets genutzt, die die Nutzung des innerstädtischen ÖPNV für die Touristen sehr erleichtern.

2.2. Fahrkartenkauf

Gerade für Selten- und Nichtnutzer des ÖPNV ist der Kauf eines Tickets häufig mit Schwierigkeiten verbunden. So wird die Tarifstruktur oft als schwierig empfunden und den Kunden ist nicht klar, welche Fahrkarte sie ziehen müssen. Außerdem wird der Kauf von Anschlussfahrkarten am Automaten häufig als Herausforderungen angesehen. Generell wird die Menüführung an den Automaten kritisiert. Hinzu kommt, die Angst vorm Schwarzfahren, wenn ein Automat kaputt ist oder Geldscheine nicht annimmt.

Bei Städtereisen kommt zu den bereits genannten Problemen beim Fahrkartenkauf noch hinzu, dass man es mit unbekanntem Automaten und Tarifsystemen zu tun hat und häufig die Zielhaltestelle nicht kennt.

Wenn es schnell gehen muss, entscheiden sich einige Teilnehmer eher für das Auto als für den ÖPNV.

Jedoch muss betont werden, dass der Fahrkartenkauf keine Hauptbarriere bei der Nutzung von Bussen und Bahnen darstellt. Viel zentraler für die Verkehrsmittelwahl ist die individuelle Anbindung, der Fahrpreis, Ausfälle und Verspätungen sowie überfüllte Bahnen.

2.3. Fahrkartenkauf in 20 Jahren

Die meisten Gruppen sind sich darüber einig, dass der Fahrkartenkauf in 20 Jahren bargeldlos und ohne Papierfahrkarte stattfinden wird. Als zukünftig genutzte Medien werden in erster Linie Handy und Chipkarte genannt. Häufig wird an dieser Stelle, die Funktionalität der VDV-Stufe 3 automatischer Preisfindung beschrieben. Es soll alles möglichst schnell und einfach funktionieren, ohne langes Anstehen am Automaten.

Jedoch ist diese Vorstellung gerade bei den älteren Teilnehmern auch mit Ängsten in Bezug auf die zunehmende Technologisierung verbunden. Service wird bei den über 50jährigen besonders groß geschrieben. Sie wünschen sich daher auch in Zukunft einen persönlichen Ansprechpartner (evtl. auch in Form einer Hotline), der ihnen bei Problemen zur Seite steht.

2.4. eCommerce

Einfach, bequem und preisgünstiger. Das sind die ersten Assoziationen vieler Teilnehmer, wenn es um das Thema eCommerce geht.

eCommerce war in allen Gruppen ein „High Involvement“ Thema. Er wird über alle Altersgruppen hinweg genutzt. Insbesondere die jüngeren Teilnehmer unter 30 tätigen einen Großteil ihrer Einkäufe im Internet, so kaufen Sie dort alles von Socken, über Schuhe bis zu größeren Elektrogeräten. In der jüngsten Zielgruppe überwiegen in der Wahrnehmung eindeutig die Vorteile des Einkaufs im Internet.

Allerdings gibt es sehr wohl Ängste, die mit dem Einkauf im Internet verbunden sind und durch die in den letzten Monaten bekannt gewordenen Skandale im Bereich Datenklau und der daraufhin stattgefundenen Diskussion zum Thema Datenschutz vermutlich verstärkt wurden.

Viele Teilnehmer haben Angst vor Hackerangriffen und Missbrauch ihrer Daten und machen sich Gedanken darüber, wo sie sich registrieren und welche Bezahloption sie nutzen sollen. So verursacht es bei einigen ein ungutes Gefühl ihre Kreditkartennummer im Internet einzugeben. PayPal ist eine häufig genutzte Zahlungsweise, mit der sich viele Teilnehmer sicherer fühlen. Weiterhin verzichten die Teilnehmer vereinzelt ganz auf einen Einkauf, wenn Sie nicht die Möglichkeit haben per Rechnung zu bezahlen.

Vertrauen spielt dabei eine große Rolle bei der Nutzung von eCommerce: Bekannte Seiten mit einem „großen Namen“ wie Amazon und eBay werden bevorzugt genutzt.

Bei den über 50jährigen gibt es einige Teilnehmer, die kein eCommerce nutzen. Dafür gibt es verschiedene Gründe:

weil sie keinen Internetanschluss besitzen

weil sie ihre Daten im Internet nicht weitergeben möchten (zu gefährlich)

weil sie sich nicht abhängig machen möchten vom Internet (aus Prinzip)

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass zwar eine latente Angst beim Einkauf im Internet besteht, diese in der Regel aber nicht zu einem gänzlichen Verzicht auf eCommerce führt, vielmehr finden die Teilnehmer ihren individuellen Umgang damit (lesen von Bewertungen, Nutzung von PayPal usw.)

2.5. Konzept 1 – VDV-Stufe 2

Der größte Vorteil beim eTicket der VDV-Stufe 2 ist für die Teilnehmer das bargeldlose Bezahlen, d.h. dass sie kein Kleingeld mehr benötigen. Insbesondere die PostPaid-Lösung führt hier zur Vereinfachung, weil kein Aufladen notwendig ist.

Ansonsten wird die Einführung dieser Ausprägung des eTickets eher als unnötig eingeschätzt, zumal Geld- bzw. EC-Karte einen ähnlichen Nutzen bieten. Insgesamt wird der Nutzen als eher gering angesehen, da weiterhin ein Fahrkartenkauf notwendig ist. Viele Teilnehmer würden eine PrePaid-Lösung vorziehen, um damit eine Registrierung zu umgehen, sehen jedoch keine wirkliche Vereinfachung bei dieser Variante, da sie weiterhin Geld mit sich führen müssen, falls die Karte leer sein sollte. Hinzu kommt, dass sie Angst davor haben, nicht nachvollziehen zu können, wie viel Geld sie noch auf ihrer Karte haben.

Die Teilnehmer wünschen sich eine Möglichkeit den Betrag auf ihrer PrePaid-Karte zu kontrollieren, z.B. durch ein Lesegerät, der Anzeige des vorhandenen Geldes auf der Karte oder einer Erinnerungsfunktion wie einer SMS bei geringem Betrag.

Ein weiterer Kritikpunkt bei der Chipkarte ist, dass noch eine Karte mehr im Geldbeutel hinzukommt.

Die deutschlandweite Ausdehnung des Konzept 1 wird von einigen Teilnehmern als sehr positiv bewertet. Hier wird vor allem die Möglichkeit geschätzt, im Vorhinein ein Ticket im Internet kaufen zu können, so dass man die Reise sofort antreten kann.

Viele Teilnehmer sehen jedoch auch in dieser Erweiterung keinen oder nur einen geringen Mehrwert, da sie sich weiterhin mit den Tarifen und Preisen im fremden Verbund auseinandersetzen müssen. Durch unbekannte Preisstrukturen ist es z.B. schwierig einzuschätzen wie viel Geld auf die Karte geladen werden muss.

Die Teilnehmer wünschen sich daher Deutschlandweit einheitliche Tarifstrukturen mit gleichen Automaten, gleichen Tickets und gleichen Preisen.

2.6. Konzept 2 – VDV-Stufe 3

Bei ersten Assoziationen wird das System als einfach, unkompliziert, bequem und praktisch beschrieben, da keine Fahrkartenkäufe und damit auch keine Tarifwahl mehr notwendig ist.

Um jedoch die Akzeptanz des Produktes zu erhöhen, ist es wichtig die vorhanden Probleme und Ängste zu berücksichtigen:

Datenschutz/ gläserner Mensch

Aufgrund der aktuellen Diskussionen zum Datenschutz und insbesondere zum Thema Ortungsfunktion beim Handy haben die Teilnehmer zum Teil Angst davor, dass es bei einem solchen System zur Anlage von Datenprofilen kommt. Sie fühlen sich beobachtet und als gläserne Kunden. Unabhängig davon, dass die meisten dem Verkehrsverbund so viel Vertrauen entgegen bringen, dass sie nicht an einen direkten Missbrauch glauben, liegt ein diffuses Unbehagen bei vielen Teilnehmern vor.

Kostenkontrolle

Die Kontrolle der Kosten ist für viele Teilnehmer ein wichtiges Thema. Bei der Prepaid-Lösung sind folgende Fragestellung für die Teilnehmer von zentraler Bedeutung:

- Wie viel Geld ist noch auf der Karte?
- Wie weit kann ich damit Fahren?
- Was passiert, wenn mein Geld für die Fahrt nicht reicht?

Bei der PostPaid-Lösung fürchten die Teilnehmer einen hohen Aufwand bei der Kontrolle der monatlichen Kosten. Sie haben sowohl Angst davor den Überblick über ihre Ausgaben zu verlieren als auch vor Abrechnungsfehlern.

Unabhängig von der Bezahlvariante möchten die Teilnehmer gerne wissen, wie viel sie eine Fahrt kostet.

Wichtig ist, eine umfangreiche Möglichkeiten zur Kostenkontrolle anzubieten, dazu gehören

z.B. Lese- und Erinnerungsvorrichtungen, um den Betrag auf der Karte zu kontrollieren, eine detaillierte Abrechnung und die Anzeigen der Kosten beim Ausstieg. Außerdem wünschen sich die Teilnehmer ein einfaches, nachvollziehbares Tarifsystem (z.B. Preisfindung nach km oder Haltestellen), um einen besseren Überblick über ihre Kosten zu behalten und als faires Berechnungssystem.

Rabatte/ Sondertickets/ BestPrice

Die Teilnehmer möchten auch weiterhin Rabatte und Sondertickets wie Tages/- Mehrtages- und Gruppentickets nutzen können. Damit das System akzeptiert wird, sollte eine BestPrice-Funktion integriert sein. Der Kunde muss sicher sein, dass er immer den besten Preis bezahlt. Dies würde von den Teilnehmern als große Erleichterung empfunden werden.

Einige Teilnehmer erwarten aufgrund von Einsparungen beim Verkehrsverbund (weniger Papier, keine Automatenentleerung, weniger Servicepersonal), dass der Preis der Tickets günstiger wird. Gleichzeitig befürchten andere, dass bei der Systemumstellung hohe Kosten entstehen, die auf den Kunden umgelegt werden.

Insgesamt ist sich die Mehrheit der Teilnehmer einig, dass es nicht zu einer Preiserhöhung aufgrund des neuen Systems kommen darf.

Die deutschlandweite Erweiterung des Konzeptes wird sehr positiv wahrgenommen und bietet für die Teilnehmer den größten Mehrwert. Das System wird als einfach und unkompliziert empfunden und die Hemmschwelle für die Nutzung des ÖPNV sinkt, da man das Ticket immer in der Tasche hat, d.h. sich keine Gedanken über das Ticket machen muss.

Zur Optimierung des Systems wünschen sich die Teilnehmer ein einheitliches System mit einheitlichen und transparenten Preisen.

Um ihre ÖPNV-Nutzungsrate zu erhöhen, müssten sich in den Augen vieler Teilnehmer neben den Fahrkartenkauf noch weitere Rahmenbedingungen verbessern (Anbindung, Pünktlichkeit, Sauberkeit usw.). Der Fahrkartenkauf spielt eher eine untergeordnete Rolle. Jedoch gibt es durchaus auch Teilnehmer, die sich vorstellen können, insbesondere bei Städtereisen den ÖPNV durchaus häufiger zu nutzen, da sie mit dem eTicket flexibler und spontaner sind. Außerdem vermuten einige Teilnehmer, dass sie oder auch andere Personen auf Geschäftsreise mit einem solchen Ticket in der Tasche häufiger einmal den ÖPNV anstatt eines Taxis wählen würden.

Während ein Teil der Probanden die Einführung einer solchen Technik für überfällig hält, löst sie bei anderen die Angst aus nicht mehr mithalten zu können.

Wichtig ist, dass vorläufig weiterhin die Möglichkeit besteht, einen Papierfahrchein kaufen zu können, um damit Ängste vor dem neuen System zu nehmen. Es muss Vertrauen in die neue Technik und den Anbieter aufgebaut werden, dann werden auf Dauer die Vorteile gegenüber den Ängsten überwiegen, ähnlich wie beim Einkauf im Internet oder der Handynutzung.

3. Multimodalität

Neben den bereits beschriebenen Funktionen, die sich in erster Linie auf den öffentlichen Personenverkehr (ÖPV) beziehen, kann das ((eTicket Deutschland auch für viele weitere verkehrsbezogenen Funktionen Anwendung finden.

Es trägt damit den Mobilitätstrends der heutigen Nutzer Rechnung. Die Studie „Mobilität junger Menschen im Wandel – multimodaler und weiblicher“ des Instituts für Mobilitätsforschung aus dem Jahr 2011 belegte, dass „...das Auto als Verkehrsmittel das Mobilitätsverhalten junger Deutscher heute somit weniger als vor der Jahrtausendwende... (Mobilitätsforschung, 2011).

3.1. Reisekettenbildung

Der Fahrgast wünscht eine möglichst lückenlose Reisekette. D. h. ausgehend vom Heimstandort (Wohnung / Haus) möchte er durchgehend alle von ihm benötigten Verkehrsmittel möglichst ohne Wartezeiten und komplizierte Zugangswege nutzen können. Ein Beispiel: Billie muss von Köln aus auf Geschäftsreise nach Berlin. Sie nutzt zunächst sein eigenes Fahrrad, um zum Bahnhof zu kommen. Dort besteigt sie einen Regionalzug Richtung Flughafen, fliegt nach München, steigt am Flughafen in ein Taxi und lässt sich zum Geschäftstermin in der Innenstadt fahren. Da das Meeting zur Rush-Hour endet, beschließt Billie, sich ein Fahrrad zu leihen und vom Bahnhof per ICE zum Flughafen zurück zu fahren. Wieder in Köln angekommen, steigt sie in seine Straßenbahn und kommt so wieder bei ihrem Fahrrad an, mit dem sie heim radelt.

Bisher muss Billie, ausgehend davon, dass sie ein Abonnement für Ihren Verkehrsverbund hat, zusätzlich zu der Monats- bzw. Jahreskarte, die Flugtickets, Taxigeld, Kleingeld fürs Fahrrad und ein Fernverkehrszugticket erwerben.

3.2. Weitere verkehrsbezogene Anwendungen

Neben der Nutzung des ÖPVs verlangt der Kunde, wie in der Reisekette bereits beschrieben, auch nach der Integration weiterer Verkehrsmittel. Dies können Leihfahräder, Flugtickets oder auch Carsharing sein. Auch die Zahlung einer Taxifahrt oder die Begleichung der Parkhausrechnung soll möglichst einfach und aus einer Hand erfolgen.

3.3. Unbegrenzte Möglichkeiten

Verkehrsbezogene Anwendungen sind allerdings nicht die einzigen möglichen Anwendungen für den Nutzer. Mit Hilfe eines Mediums, hier die ((eTicket Deutschland Chipkarte bzw. das mit der VDV-Kernapplikation ausgerüstete NFC-Handy, können vielfältige Angebote genutzt werden. Beginnend mit städtischen Einrichtungen wie Schwimmbädern, Büchereien oder Museen bis zu Angeboten von Privatunternehmen. So kann man z.B. in Münster seine Kinokarte per ((eTicket Deutschland erwerben. Prinzipiell sind alle Arten von Einlasskontrollen per ((eTicket Deutschland möglich.

4. Ausblick

Schon heute bieten zahlreiche Verkehrsunternehmen das ((eTicket Deutschland ihren Kunden an. In den nächsten Jahren wird sich die Anzahl der umsetzenden Unternehmen deutlich und kontinuierlich erhöhen:

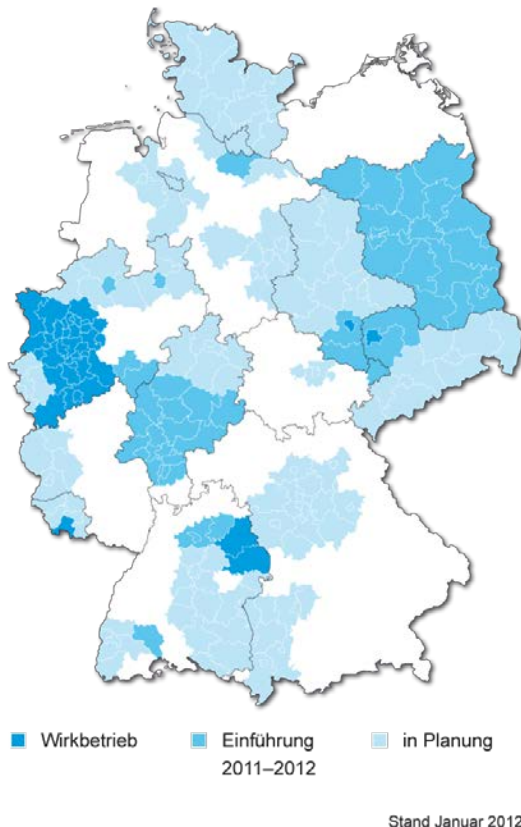


Abbildung 1: Einführung ((eTicket Deutschland

Darüber hinaus sollen mit dem in 2010 abgeschlossenen IFM-Projekt (International Fare Management) der Europäischen Union (EU) und dem in 2012 initiiertem Nachfolger IFM-Alliance sowie der Unterzeichnung eines „Memorandum of Understanding“ die Weichen für eine europäische Interoperabilität gestellt werden. Derzeitige Unterzeichner sind neben der VDV-Kernapplikations GmbH & Co. KG die ITSO (Großbritannien), die Calypso Network (Frankreich), das AFIMB (Französische Agentur für multimodale Information und Ticketing) und die UITP (International Association of Public Transport)

Das Memorandum of Understanding stellt die Basis einer Kooperation zwischen den Unterzeichnern im Kontext heutiger Infrastrukturen und Systeme dar und steht auch weiteren Stakeholdern zur Verfügung, wodurch eine europäische Allianz zur Entwicklung europäischer Interoperabilität gegründet werden soll. Die Kernaussagen des Memorandums sind, dass die Unterzeichner...

- die weitere Entwicklung der Interoperabilität europäischer e-Ticket Systeme unterstützen
- einer Kooperationsplattform einwilligen
- die Organisation der IFM Alliance auf europäischer Ebene unterstützen
- eine enge Kooperation zwischen den europäischen Institutionen und finanzielle Unterstützung für ein wie in diesem MoU vorgeschlagenes EU-Projekt anstreben

- weitere europäische Stakeholder auf nationaler Ebene zur Unterstützung und Beteiligung an der künftigen Entwicklung der europäischen Interoperabilität einladen.

Literaturverzeichnis

Mobilitätsforschung, I. f. (2011). *Mobilität junger Menschen im Wandel - multimodaler und weiblicher*. München: Institut für Mobilitätsforschung.

Herausgeber:



VDV eTicket Service GmbH & Co. KG
Hohenzollernring 103
D-50672 Köln

Tel: 49 221 716174 0
Fax: 49 221 716174 123

info@eticket-deutschland.de