



30. Mai 2012  
Dortmund / HCC



**NETZWERKTREFFEN TICKETING**

# **EFM: Mehr Chancen und Potenziale für NRW**

**DOKUMENTATION**



## **AUF GUTEM KURS: EFM IN NRW**

Die Initiative Bahn NRW fördert mit regelmäßigen Netzwerktreffen den Austausch der Akteure der Bahn und Verkehrsbranche in Nordrhein-Westfalen. Im Mittelpunkt dieser Veranstaltungsreihe stehen aktuelle Fragen zur Mobilität, ihrer Umsetzung und ihrer Finanzierung. Anlässlich des ersten Netzwerktreffens 2012 in Dortmund ging es um die Entwicklung des Elektronischen Fahrgeldmanagements (EFM) in NRW.

In Zusammenarbeit mit dem beim Verkehrsverbund Rhein-Ruhr (VRR) angesiedelten landesweiten Kompetenzzentrum Elektronisches Fahrgeldmanagement NRW (KCEFM) hatte die Initiative Bahn NRW rund 80 Vertreterinnen und Vertreter von Verkehrsunternehmen, Verbänden und aus der Industrie am 30. Mai 2012 in das Dortmunder Harenberg City-Center eingeladen, um aktuelle Projekte und künftige Entwicklungen zum elektronischen Ticketing zu diskutieren. „Bei Fragen zur Technik sind wir beim Thema EFM schon weit fortgeschritten. Jetzt ist es an der Zeit, sich landesweit abzustimmen, wohin der Weg ganz konkret führen soll“, erklärte Hajo Kuhlisch vom Ministerium für Bauen, Wohnen, Stadtentwicklung und Verkehr des Landes NRW zur Zielsetzung des Netzwerktreffens. Die positive Resonanz aus der Branche heraus überraschte auch Nils Zeino, Leiter der Stabsstelle KCEFM: „Die hohe Teilnehmerzahl zeigt, dass das Thema EFM aktuell und drängend ist.“

Bei der inhaltlichen Konzeption des Netzwerktreffens hatten Initiative Bahn und KCEFM auf eine attraktive Mischung aus Information und gemeinsamer Diskussion gesetzt – in die zusätzlich zu Verkehrsunternehmen und Aufgabenträgern ganz bewusst auch die Industrie eingebunden war. Dennoch ging es in der 18. Etage des Harenberg-Hauses mit eindrucksvollem Rundumblick über Dortmund nicht um technische Systeme, sondern vor allem um künftige strategische Entscheidungen. Darauf war auch der Programmablauf ausgerichtet: Im Anschluss an verschiedene Vorträge zu Praxisbeispielen nicht nur aus NRW stand der zweite Teil der Veranstaltung ganz im Zeichen lebhafter Diskussionen in drei parallelen Workshops. „Es war gut, wie intensiv, offen und kritisch Verkehrsunternehmen, Aufgabenträger und Industrie um die richtigen Wege gestritten haben“, resümierte Hajo Kuhlisch vom NRW-Verkehrsministerium und versprach, die Diskussion zu den Dortmunder Ergebnissen zunächst in den verschiedenen Arbeitskreisen des Landes fortzuführen. Aufgrund des großen Interesses der Bahn- und Verkehrsbranche am Thema EFM ist eine Folgeveranstaltung für Anfang 2013 vorgesehen.

Eine Dokumentation des Netzwerktreffens Ticketing und konkrete Aufgabenstellungen, die sich aus den Workshops ergeben, finden Sie auf den folgenden Seiten.

## **1. DIE VORTRÄGE IM ÜBERBLICK**

- 1.1 Die VRR-Roadmap: von der Abo-Chipkarte bis zum Check-in/Check-out  
Till Ponath, Abteilungsleiter Marketing, Verkehrsverbund Rhein-Ruhr AöR
- 1.2 Mehr Flexibilität: die neue PlusCard mit Chip  
Reinhard Schulte, Hauptabteilungsleiter, Stadtwerke Münster GmbH
- 1.3 Touch & Travel: das eTicketing auf Smartphones  
Birgit Wirth, Innovationsprojekte, DB Mobility Logistics AG
- 1.4 Im Fokus von „Vorteil 25“: die Gelegenheitsfahrer  
Steffen Bork, Projektleiter eTicketing, Hamburger Verkehrsverbund GmbH
- 1.5 Open-Loop-Systeme: Ansatz für die Zukunft?  
Manfred Feiter, Leiter Produktmanagement, Scheidt & Bachmann GmbH

## **2. ERGEBNISSE UND ARBEITSAUFTRÄGE DER WORKSHOPS**

- 2.1 Workshop 1 – Perspektiven für EFM im NRW-Tarif
- 2.2 Workshop 2 – Homegenität vs. Heterogenität
- 2.3 Workshop 3 – EFM für Gelegenheitskunden?

## **3. FOTODOKUMENTATION**

- 3.1 Impressionen vom Netzwerktreffen Ticketing

## 1. IMPRESSIONEN DER VORTRÄGE

Die Vorträge thematisierten verschiedene Praxisbeispiele nicht nur aus NRW und führten anschaulich in das komplexe Thema ein.



Till Ponath, Verkehrsverbund Rhein-Ruhr AöR



Reinhard Schulte, Stadtwerke Münster GmbH



Brigith Wirth, DB Mobility Logistics AG



Steffen Bork, Hamburger Verkehrsverbund GmbH



Manfred Feiter, Scheidt & Bachmann GmbH



Hajo Kuhlisch, Verkehrsministerium NRW

## 2. ERGEBNISSE UND ARBEITSAUFTRÄGE DER WORKSHOPS



## 2.1 WORKSHOP 1 PERSPEKTIVEN FÜR EFM IM NRW-TARIF

„Welche künftigen Vertriebswege gilt es im NRW-Tarif zu akquirieren?“ lautete eine der Kernfragen von Workshop 1 – „Perspektiven für EFM im NRW-Tarif“, den Klaus Vollmer (Leiter des Kompetenzzentrums Marketing und Tarif beim VRS) moderierte.



### DISKUSSIONSBASIS:

Als Grundlage für die Diskussion stellte das KCEFM den Status quo des NRW-Tarifs in einer Übersicht zur Verfügung:

- Das „SchönesJahrTicket NRW“ und das „SemesterTicket NRW“ können von den Fahrgästen schon heute als eTicket verwendet werden.
- Das „SchönerTagTicket NRW Single und 5 Personen“, „SchöneFahrtTicket NRW“, „SchöneFerienTicket NRW“, „FahrradtagTicket NRW“, das „SemesterTicket NRW“, „SchöneReiseTicket NRW“ und „Hin&Rück“ werden bereits als 2D-Barcode über Online-Kanäle angeboten. Das „SchöneReiseTicket NRW“ und „Hin&Rück“ werden bereits als 2D-Barcode über Online-Kanäle angeboten.

- Das „SchönerTagTicket NRW Single und 5 Personen“, „SchöneFahrtTicket NRW“ und „FahrradTagesTicket NRW“ gibt es auch als Barcode aufs Handy.
- Bereits für 2013/14 ist der Verkauf des „SchönerMonatTicket NRW Abo“ und des „SchönerMonatTicket NRW Azubi Abo“ als eTicket auf Chipkarte geplant.

**KERNFRAGEN UND ERGEBNISSE:**

Im Workshop wurde zunächst die Frage „Wie lässt sich der Vertriebsweg ‚Handy‘ weiter voranbringen?“ diskutiert. Einige Teilnehmer/Innen entwickelten dabei die Idee, ein Modellprojekt mit einer Rabattgewährung zu initiieren. Allerdings wurde auch kritisch hinterfragt, ob ein Rabatt Sinn macht. Dazu passte der Vortrag von Steffen Bork vom Hamburger Verkehrsverbund (HVV) zum Rabatt-Tarif „Vorteil 25“, der in der zunächst gewählten Form nicht zum gewünschten Erfolg führte. Zudem gab es Vorschläge zu Erweiterungen des Angebotes. So sprachen sich etwa die Teilnehmer/Innen für das „AnschlussTicket NRW“ und das „AnschlussTicket NRW Hin & Rück“ als Online-Angebot mit Barcode aus. Das „SchöneFahrtTicket NRW“, „SchöneReiseTicket NRW“ und „SchöneReiseTicket NRW Hin & Rück“ sollte in Zukunft auch mobil als Barcode auf dem Handy verkauft werden.



Eine weitere Diskussionsfrage lautete: „Was kann langfristig getan werden, um Vertriebstechnik wie Entwerter einzusparen?“ Hier wurde vorgeschlagen, in Zukunft auch die Vier-Fahrten-Karte als Handy-Ticket anzubieten. Die Idee zum Kaufanreiz: Die vierte Karte wird rabattiert.

**ARBEITSAUFTRAG AUS WORKSHOP 1:**



Eine Erweiterung des Handyangebotes beim NRW-Tarif sowie die anderen aufgeworfenen Kernfragen werden von den Kompetenzzentren Marketing/Tarif und EFM aufgearbeitet und in die Arbeitskreise des Landes eingebracht.

## 2.2 WORKSHOP 2 HOMOGENITÄT VS. HETEROGENITÄT

Das Angebot an Elektronischen Fahrgeldmanagementsystemen ist vielfältig. Deshalb lagen die Kernfragen des von Reinhard Schulte von den Stadtwerken Münster moderierten Workshops auf der Hand: „Braucht NRW ein homogenes EFM-System oder machen innovative heterogene Systeme in den einzelnen Regionen mehr Sinn?“ und „Welches System ist finanzierbar?“



### KERNFRAGEN UND ERGEBNISSE

Aufgrund der Bedeutung und Breite des Themas wurde die Diskussion gleich zu Beginn in zwei Teilaspekte geteilt:

- Brauchen wir ein elektronisches Einstiegskontrollsystem?
- Brauchen wir eine einheitliche Benutzeroberfläche?

Die Erfahrungen zeigen, dass Einstiegskontrollen beim Bus aufgrund der kleineren Fahrgastmengen funktionieren. Die Kernfrage „Was bringen der kontrollierte Vordereinstieg und die elektronische Einstiegskontrolle?“ wurde klar beantwortet. Die Ergebnisse bei den Ticketeinnahmen werden schlicht verbessert, weil „Grau- und Schwarzfahrer“ erkannt und falsche Tickets aussortiert werden. Ein Aufwand, der sich lohnt.

Bei größeren Fahrgastzahlen, zentralen Stadtbahnhaltestellen oder Bahnhöfen kann es dagegen gerade in den Hauptverkehrszeiten zu Problemen beim Check-in, vor allem aber beim Check-out am Validator kommen. Längere Checkzeiten oder umständliche Wege zum Check-point führen zur Unzufriedenheit der Kunden, waren sich die Teilnehmer/Innen in den Diskussionsrunden einig. Das gilt besonders für Abo-Kunden. Wird den Fahrgästen jedoch das Verfahren lästig und machen sie daher nicht mit, kommt es zu Ärger und den Unternehmen fehlen zudem wichtige Datengrundlagen.

Möglicherweise wäre es daher empfehlenswert, die technischen Entwicklungen abzuwarten. Sobald es im Alltagseinsatz sicher funktionierende und bezahlbare Be-in und Be-out-Systeme gibt, sollten Buchungen auch im Gedränge, etwa bei gleichzeitig ein- und aussteigenden Fahrgästen reibungslos funktionieren.



Überraschend die Wortbeiträge zu der Frage „Welche Zielgruppen offen für EFM sind?“. Beim Rabatt-Tarif „Vorteil 25“ des HVV zeigte sich, dass vor allem auch ältere Menschen eine Vereinfachung des Bartarifkaufs wünschen. Und die Erfahrungen in Münster belegen, dass Senioren an neuen Entwicklungen wie etwa Apps für Echtzeitanwendungen interessiert sind, aber einen Guide benötigen, der ihnen die Anwendungen erklärt.

Der Aspekt „Brauchen wir eine einheitliche Benutzeroberfläche?“ wurde vor dem Hintergrund des Vortrages von Birgit Wirth (Deutsche Bahn) zu Touch & Travel durch die Frage ergänzt: „Ist die Chance auf ein interoperables System deutschlandweit nur gegeben, wenn ein großer Player das Heft in die Hand nimmt?“ Viele der Teilnehmer/Innen hielten einen zentralistischen Ansatz nicht für erforderlich. Wesentlich sei, dass die VDV-KA für technische Standards, einheitliche Hintergrundsysteme und einheitliche Sperrlisten Sorge. Zudem müssten die Medien, Abo-Chipkarte und Handy, eine Interoperabilität ermöglichen, die von den Kunden gewünscht sei. Damit wird das eTicket als Chance gesehen, Kunden sowohl an die jeweiligen Verkehrsverbünde in der Region zu binden und ihnen gleichzeitig das Fahren in anderen Regionen zu erleichtern.

#### **ARBEITSAUFTRAG AUS WORKSHOP 2:**



Die Beantwortung der Frage nach dem jeweils passenden Erfassungssystem für den Ein- und Ausstieg soll vom Kompetenzzentrum EFM anhand konkreter Erfahrungen aus Projekten im In- und Ausland aufgearbeitet werden. Zu berücksichtigen sind dabei u. a. das tatsächliche Kundenverhalten, der (technische) Aufwand, die Kosten und der Nutzen für Unternehmen (z. B. gesicherte zeitnahe Daten für die Einnahmeverteilung).

## 2.3 WORKSHOP 3 EFM FÜR GELEGENHEITSKUNDEN?

„Wie erreichen wir Gelegenheitskunden durch EFM?“ – auf dieser Frage lag der Schwerpunkt des von Ralph Birkenstock von den Wuppertaler Stadtwerken moderierten Workshops.



### KERNFRAGEN UND ERGEBNISSE:

Gleich zu Beginn definierten die Teilnehmer/Innen die wesentlichen Fragen dieses Workshops. Dazu gehörten neben der bereits genannten Kernfrage die Aspekte:

- Welche Relevanz hat das Thema EFM?
- Wie kann die Markteinführung aussehen? Laufen Systeme parallel oder macht die Markteinführung durch den sogenannten „Big Bang“ Sinn?
- Chancen und Risiken der grundsätzlichen Wirtschaftsbetrachtung

Das Thema Chancen und Risiken der Wirtschaftlichkeit wurde besonders intensiv diskutiert. Schließlich müssen die Einnahmen bei Einführung neuer technischer Systeme insgesamt zumindest gesichert, eigentlich sogar erhöht werden. Einig waren sich die Teilnehmer/Innen, dass eine Rabattierung weniger Sinn macht als eine Preisdifferenzierung. Allerdings darf diese nicht so ausfallen, dass Angebote noch komplizierter werden.

Damit war man beim Thema „Homogenität“. Während z. B. das Handyticket in den beteiligten Regionen technisch funktioniert, wird oft ein Abbilden der verschiedenen Tarife zum Problem. Daher sollte die Einführung eines Elektronischen Fahrgeldmanagements insgesamt genutzt werden, um Tarifsysteme zu vereinheitlichen, zu vereinfachen sowie den neuen Möglichkeiten eines elektronischen Ticketings anzupassen. Das senkt zudem den Pflegeaufwand und damit die Kosten. Vor allem aber ermöglicht die neue Technik eine Weiterentwicklung des Tarifs. So können u. a. Sondernutzen tariflich abgebildet und Erträge verbessert werden. Zu überlegen bleibt auch, ob hergebrachte, oft kostenintensivere Betriebswege teurer gemacht werden, neue elektronische Vertriebswege dagegen günstiger.



Die Teilnehmer/Innen diskutierten zudem die Ansätze internationaler eTicket-Systeme. In Großbritannien werden eTickets insbesondere auch für Gelegenheitskunden angeboten, weil man sich davon die größten Erlöse verspricht. Passt das auf die Verhältnisse in NRW? Beim Thema Markteinführung wurde die schrittweise Einführung als kundenfreundlicher bewertet als ein „Big Bang“. Verkehrsunternehmen könnten so Schritt für Schritt beginnen, traditionelle Vertriebswege zurückzuführen, etwa Entwerter und Automaten, dafür aber die Online-Vertriebstools zu stärken.

Schließlich wurde das in dem Vortrag von Manfred Feiter von Scheidt & Bachmann vorgestellte „Open Loop System“ für hoch interessant befunden. Ein Vorteil: Der Kunde bringt einen Teil der Infrastruktur selbst mit. Es bestand Übereinstimmung, dass es sich lohnt, hierzu weitere Informationen und Erfahrungsberichte zu erlangen.

Auch zur Kundenbindung kristallisierte sich eine Kernfrage heraus: „Welche Kundendaten möchten wir eruieren, um was von den Kunden zu wissen?“ Ein wichtiges Thema nicht nur im Hinblick auf vertriebliche Daten, sondern auch, um Kunden direkt anzusprechen und gezielt Services anzubieten, die auf die individuellen Mobilitätsbedürfnisse jedes Einzelnen abgestimmt sind. Schließlich zeigt etwa Facebook, dass Kunden durchaus bereit sind, Informationen von sich preiszugeben.

### **ARBEITSAUFTRAG AUS WORKSHOP 3:**



Die landesweiten Kompetenzcenter EFM und Marketing/Tarif richten eine gemeinsame Arbeitsgruppe unter Federführung des KCM ein, um Vorschläge für Grundstrukturen eines zukünftigen „elektronischen Tarifs“ zu entwickeln.

Das Kompetenzcenter EFM bewertet an Hand vorliegender Praxisbeispiele die Chancen und Risiken von „Open Loop Systemen“.

### 3.1 IMPRESSIONEN VOM NETZWERKTREFFEN TICKETING







---

## ANSPRECHPARTNER

**Kompetenzcenter Elektronisches  
Fahrgeldmanagement NRW**

**Ansprechpartner:  
Nils Zeino-Mahmalat**

**Verkehrsverbund Rhein-Ruhr AöR**  
AugustastraÙe 1  
45879 Gelsenkirchen  
Telefon +49 (0) 209 1584 410  
E-Mail: zeino@vrr.de

**Initiative Bahn NRW**

**Ansprechpartner:  
Dirk Dieckwisch**

**CP/COMPARTNER**  
**Agentur für Kommunikation GmbH**  
Markt 1 (Kennedyplatz)  
45127 Essen  
Telefon +49 (0) 201 1095 180  
E-Mail: dieckwisch@cp-compartner.de