



Mit einer App unterschiedliche Verkehrsverbünde nutzen: HandyTicket Deutschland setzte von Anfang an auf regionale Interoperabilität.

10 Jahre HandyTicket Deutschland

Vom Telefahrschein zum Handyticket

Seit mittlerweile zehn Jahren ist das aus dem Telefahrschein hervorgegangene HandyTicket Deutschland hierzulande die führende Plattform für mobiles Ticketing. Regional übergreifende Interoperabilität und die Integration anderer Mobilitätsdienste gehörten immer schon zum Konzept.

Nach der Einführung von Entwertern ab den 60er-Jahren und von Fahrscheinautomaten in den 80ern sind Handytickets eine weitere entscheidende Innovation im ÖPNV. Verkehrsbetriebe erhalten damit eine zuvor nicht mögliche Flexibilität, etwa für Tarifanpassungen, neue Tariftypen oder auch kurzfristige Angebote. Das lässt sich weder mit Automaten noch mit Verkaufsstellen umsetzen. Voraussetzung für mobiles Ticketing ist natürlich die Verfügbarkeit von mobilen Systemen in der Hand des Fahrgastes. Das war mit der zunehmenden Verbreitung von GSM-Handys ab Ende der 90er Jahre gegeben.

Auch wenn HandyTicket Deutschland nun sein zehnjähriges Bestehen als innovative Plattform für mobiles Ticketing im deutschen ÖPNV feiert, die Anfänge reichen genau in diese Zeit zurück: Ende der 90er Jahre wurden erste Möglichkeiten des mobilen Ticketing untersucht. Daraus entwickelten

Mitarbeiter von Siemens Business Services ab 2001 eine Produktkonzeption, auf deren Basis 2004 als erste öffentliche Anwendung im Verkehrsverbund Vogtland das Pilotprojekt „Telefahrschein“ gestartet wurde.

Ab 2004 begann dann die Arbeitsgruppe HandyTicket im VDV mit der Vorbereitung eines Pilotprojekts zur Untersuchung der Marktakzeptanz auf einer breiteren, überregionalen Basis. 2005 wurde in einem Vergabeverfahren HanseCom, damals noch ein Gemeinschaftsunternehmen von Siemens und Hamburger Hochbahn, mit der Realisierung eines Pilotprojekts betraut, das 2007 unter dem Label „Gemeinsames Pilotvorhaben HandyTicket von VDV-Pilot Mitgliedsunternehmen“ an den Start ging. An Bord waren die Regionen Hamburg, Lübeck, Dresden/Oberelbe, Chemnitz, Ulm, Rhein-Ruhr, Vogtland, der Großraum Nürnberg und Oberlausitz-Niederschlesien – es gab also schon damals eine große regionale Vielfalt.

Die neue Welt der Apps

Man muss sich natürlich die technischen Bedingungen des Jahres 2007 vor Augen führen, die gerade im Bereich mobiler Systeme mit den heutigen kaum mehr vergleichbar sind. Damals gab es noch keine Smartphones, das iPhone wurde erst im Laufe des Jahres vorgestellt. HandyTicket Deutschland stellte als Bestellkanäle zunächst SMS, eine 0800-Rufnummer, eine Java-Applikation sowie ein Webportal zur Verfügung.

Mit Ablauf der zunächst auf drei Jahre angesetzten Pilotphase ist HandyTicket Deutschland seit November 2010 im Regelbetrieb. Nachdem sich die 2009 gebildete Auftragbergemeinschaft wieder aufgelöst hat, werden seit Anfang 2016 bilaterale Verträge zwischen den Verkehrsbetrieben und -verbänden und HanseCom, das mittlerweile zur INIT-Gruppe gehört, geschlossen.

Aufgrund der rasanten technischen Veränderungen im Bereich mobiler Systeme ging die Entwicklung von HandyTicket Deutschland auch im Regelbetrieb kontinuierlich weiter: Noch 2010 wurde eine iPhone-App eingeführt, 2011 folgte die Version für Android. Beide Apps bilden mittlerweile den wichtigsten Vertriebskanal, Tickets via SMS oder Telefon werden heute kaum mehr nachgefragt.

Die Apps machten auch organisatorische Veränderungen notwendig. Solange Verkehrsbetriebe mit konventionellen Systemen wie Automaten arbeiten, sind die Produktzyklen langfristig; mit Apps ändert sich das grundlegend, hier müssen aktuelle Trends abgebildet werden und die Kunden erwarten alle paar Monate Updates. Dementsprechend mussten beispielsweise unternehmensübergreifende Abstimmungsprozesse neu geregelt werden.

Innovationen und Flexibilität

HandyTicket Deutschland war von Anfang an sehr innovativ. Es bot immer schon eine regional übergreifende Interoperabilität, die bis heute unerreicht ist: Kunden können mit ein und derselben Anwendung Tickets für verschiedene Verbünde kaufen, teilweise über Tarif- und Verbundgrenzen hinweg. Sie müssen sich also nicht umstellen, wenn sie unterwegs sind, brauchen in den teilnehmenden Regionen keine zusätzliche App für den Ticketkauf herunterzuladen und sich nicht noch einmal aufwendig registrieren – ein nicht zu unterschätzender Mehrwert an Komfort und Einfachheit für den Fahrgast.

Und HandyTicket Deutschland unterstützte immer schon Multimodalität: das System ist offen für weitere Mobilitätsdienste wie beispielsweise Carsharing und Leihfahrrad sowie Parktickets, und zwar über eine einzige App. Durch diese Flexibilität und Offenheit kann HandyTicket Deutschland auch ganz einfach weitere Komplementärangebote einbinden, zum

Der Autor:

Helge Lorenz ist seit fast 25 Jahren in den Bereichen Vertrieb und elektronisches Fahrgeldmanagement für Verkehrsunternehmen und -verbände tätig.



Zunächst arbeitete er am heutigen Fraunhofer-Institut für Verkehrs- und Infrastruktursysteme an verschiedenen Forschungsprojekten im Bereich multimodaler Verkehr und eTicketing, verantwortete danach als Fachbereichsleiter die Bereiche Verkehr und Bau bei der GWT und ist seit acht Jahren Geschäftsführer des Beratungsunternehmens TCAC. Seit 2003 begleitet er zudem Projekte im Bereich Mobile Ticketing wie zum Beispiel HandyTicket Deutschland.

E-Mail: helge.lorenz@tcac-gmbh.de

Beispiel Eventtickets oder Freizeittickets wie in Wuppertal, wo es ein kombiniertes ÖPNV- und Zoo-Ticket gibt.

Zu den interessantesten Innovationen gehört sicher, dass es seit 2013 möglich ist, mit der HandyTicket-Deutschland-App auch Strom für E-Autos abzurechnen, was in Dresden bereits realisiert ist. Damit kann ein Verkehrsverbund neue Formen der Mobilität auf derselben Plattform unterstützen und so sehr einfach ein Gesamtangebot – ÖPNV, Carsharing und E-Mobilität – schnüren. Auch hier gehört HandyTicket Deutschland im deutschen Markt zu den Vorreitern.

Vergleicht man Deutschland hinsichtlich Nutzungszahlen und Akzeptanz digitaler Systeme mit anderen Ländern, zeigt sich, dass diese jedoch deutlich weiter sind als der ÖPNV Deutschland. Es besteht also noch ein erhebliches Potenzial für mobiles Ticketing.