



Fahrgäste wünschen sich heute eine flexibel kombinierbare Mobilität.

## Digitalisierung der Vertriebskanäle

### Auch der Mittelstand kann moderne Mobilität.

Fahrgäste wollen heute digital mit dem ÖPNV interagieren: Das ist bei mittelständischen Verkehrsunternehmen nicht anders als bei großen. Allerdings hat der Mittelstand andere Voraussetzungen. Es gibt Lösungen am Markt, die sie gezielt adressieren.

Auch der mittelständische ÖPNV kommt heute nicht mehr an digitalen Vertriebskanälen vorbei. Für immer mehr Kunden ist es eine Selbstverständlichkeit, mit ihren Verkehrsunternehmen digital interagieren zu können. Die Covid-19-Pandemie hat diesen Trend noch einmal nachhaltig bestärkt. Viele Fahrgäste nutzen inzwischen lieber digitale, weil kontaktlose Services, statt Automaten anzufassen oder sich in einem Service-Center in die Warteschlange zu stellen. Diese Gewohnheiten werden sie auch über das Ende der Coronakrise hinaus beibehalten. Nur durch die Digitalisierung ihrer Vertriebswege können sich Verkehrsunternehmen deshalb heute noch als moderne und zukunftsfähige Mobilitätsdienstleister präsentieren. Sie profitieren aber auch selbst ganz erheblich davon: durch effizientere Prozesse, reduzierte Verwaltungsaufwände und sinkende Kosten.

#### Kunden mit attraktiven Angeboten binden

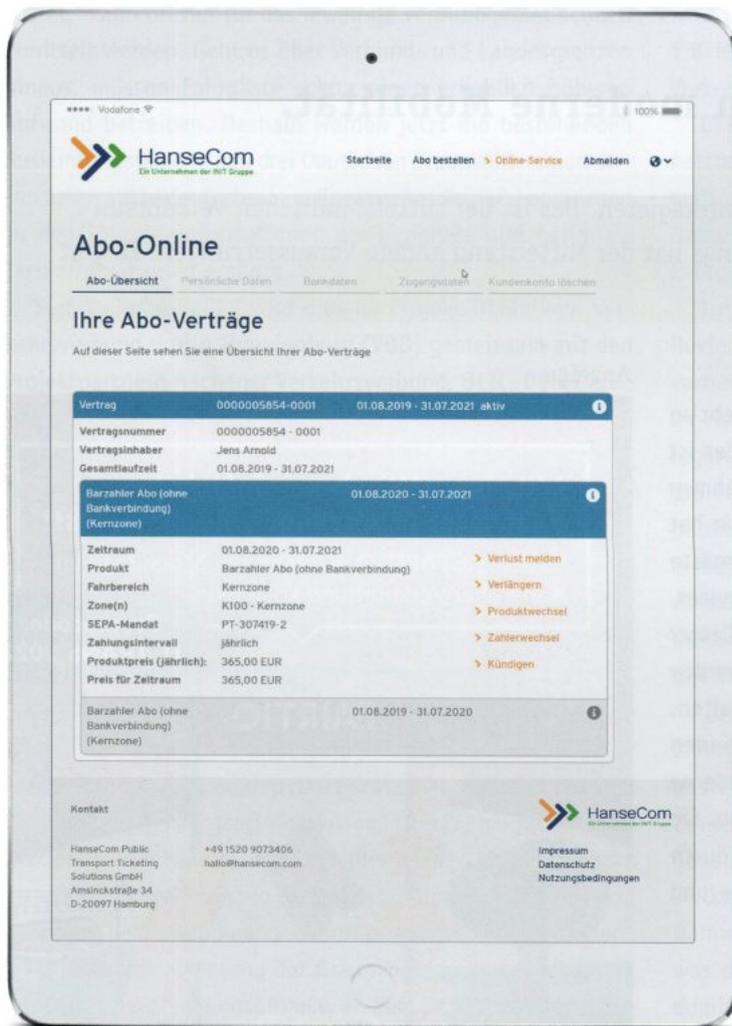
Ein Muss sind beispielsweise Abo-Self-Services, denn sie adressieren das Rückgrat des ÖPNV – seine Stammkunden. In Zeiten von Home-Office und neuen Arbeitswelten bilden die Abonnenten die wichtigste Einnahmequelle von Verkehrsunternehmen. Sie muss der ÖPNV deshalb mit attraktiven Angeboten langfristig an sich binden. Das fängt mit Abo-Online-Lösungen an, die es den Kunden erlauben, ihre Abonnements online zu bestellen und rund um die Uhr in Eigenregie selbst zu verwalten. Dabei sollten

Verkehrsunternehmen nicht nur an ihre Privatkunden denken; sondern auch Self-Services bereitstellen, mit denen Großkunden und Schulen ihre Vertragsverhältnisse managen können.

Digitalisierung ermöglicht es Verkehrsunternehmen aber auch, ihre Abos zukunftsfähig weiterzuentwickeln. Das ist dringend erforderlich, denn das klassische Abo wird zunehmend zum Auslaufmodell. Die Kunden wünschen sich stattdessen verstärkt Mobilitätsangebote, die ihren Lebensrealitäten besser entsprechen; beispielsweise der Tatsache, dass sie inzwischen häufiger im Home-Office arbeiten und

**Autor:**

**Martin Timmann,**  
Geschäftsführer,  
HanseCom GmbH



Abo-Self-Services sind ein Muss – auch für mittelständische Verkehrsunternehmen (Bilder HanseCom).

seltener ins Büro pendeln, in den Sommermonaten statt Bus oder Straßenbahn manchmal lieber mit dem Fahrrad fahren möchten oder statt eines Firmenwagens von ihrem Arbeitgeber ein Mobilitätsbudget bevorzugen.

Mit modernen Mobilitätsplattformen können Verkehrsunternehmen diesen Wünschen entsprechen. Sie können damit beispielsweise ein betriebliches Mobilitätsmanagement unterstützen, bei dem Arbeitgeber ihren Mitarbeitern Pakete finanzieren, die Busse und Bahnen des öffentlichen Personenverkehrs mit privaten Mobilitätsangeboten wie Car-Sharing, Taxi oder E-Scooter kombinieren. Sie können ihren Kunden aber auch selbst attraktive Bundle-Angebote machen, die beispielsweise zusätzlich zum ÖPNV-Abo eine bestimmte Anzahl an täglichen Bike-Sharing-Fahrminuten umfassen.

Mobilitätsplattformen ermöglichen aber auch Fahrgästen jenseits der Abonnements eine selbstbestimmte, bedarfsgerechte und flexibel kombinierbare Mobilität. Sie erlauben es den Nutzern, neben dem ÖPNV-Angebot auch Mobilitätsangebote wie Car- und Ridesharing oder E-Scooter und sogar Komplementärservices wie Freizeit-, Park- oder Stromtickets flexibel miteinander zu kombinieren, ganzheitlich zu routen, zu buchen und mit einer einzigen Rechnung zu bezahlen; und das über ihre individuell präferierten Kanäle – seien es klassische Online-Portale, Webshops, mobile Apps, Smartwatches oder Navigationssysteme von Autos.

### Zentrales Kundenmanagementsystem ist erforderlich

Die unverzichtbare Basis für solche Services bildet ein zentrales Kundenmanagement- und Vertriebshintergrundsystem. Eine solche Software unterstützt neben klassischen Vertriebswegen wie Automaten oder Kioskverkauf auch sämtliche digitalen Kanäle. Sie ermöglicht es, Tarife, Stammdaten und Verkaufsinformationen zentral vorzuhalten, bringt umfassende Funktionen für die Verwaltung von Abonnements mit und erlaubt die Ausgabe VDV-KA-

konformer eTickets oder Handytickets. Ein modernes System ermöglicht es außerdem, über Standardschnittstellen alle seine Daten in Echtzeit mit Drittsystemen auszutauschen. Auf diesem Weg können Verkehrsunternehmen flexibel beliebige Frontends und Systeme integrieren – seien es Self-Service-Portale, mobile Ticketing-Apps oder Systeme von externen Mobilitätsanbietern und Veranstaltern von Freizeitaktivitäten, Sport und Kultur.

Neben Modulen für die unterschiedlichen Vertriebskanäle bringt ein geeignetes Kundenmanagement- und Vertriebs-hintergrundsystem auch Module für Deliktverfolgung oder Customer Relationship Management (CRM) mit. Die Deliktverfolgung sollte dabei sämtliche Aktivitäten für die Bearbeitung von Vorfällen im Rahmen des Erhöhten Beförderungsentgelts (EBE) unterstützen. Das CRM gibt Verkehrsunternehmen unter anderem die Möglichkeit, Kundennachrichten wie Beschwerden, Lob oder Fragen aus den unterschiedlichsten Kanälen zu erfassen – von E-Mails über Anrufe und persönliche Kontakte bis hin zu Sozialen Medien.

Abos, Ticketkäufe, Deliktvorfälle, Nachrichten: Alle diese Informationen kann das Kundenmanagement- und Vertriebs-hintergrundsystem an zentraler Stelle zusammenführen. Damit steht Verkehrsunternehmen eine 360-Grad-Sicht zur Verfügung, die ihnen eine kundenindividuelle Ansprache ermöglicht. Zeigt beispielsweise die Kaufhistorie eines Fahrgasts auf, dass es für ihn günstiger wäre, ein bestimmtes Abo zu nutzen anstatt permanent Einzelfahrscheine zu kaufen, kann das Verkehrsunternehmen ihm dieses Abo gezielt anbieten.

Für weiterführende Analysen sollten Verkehrsunternehmen zudem die Möglichkeit haben, Kundendaten in ihre Business-Intelligence-Lösungen einzuspielen, um unternehmerische Entscheidungen fundierter vorzubereiten. Dann können sie dort beispielsweise mithilfe dieser Daten Kundensegmentierungen vornehmen und Verkäufe nach Alter, Kanälen oder Vertriebsgebieten auswerten oder das künftige Verhalten der Kunden prognostizieren – und auf dieser Basis maßgeschneiderte Angebote und Kampagnen entwickeln.

### **Der Markt bietet mittelstandsgerechte Lösungen**

Für mittelständische Verkehrsunternehmen mit ihren limitierten IT-Ressourcen kann der Betrieb eines solchen Kundenmanagement- und Vertriebs-hintergrundsystems eine große Herausforderung darstellen. Doch es gibt Lösungen am Markt, die gezielt auf ihre Bedürfnisse zugeschnitten sind. Ein Beispiel dafür ist PTCloud – das Komplettsystem für effektiven Vertrieb im Mittelstand. Der Anbieter HanseCom betreibt und verwaltet diese Lösung für die Verkehrsunternehmen in einem ausfallsicheren und DSGVO-konformen Rechenzentrum in Deutschland. Dadurch können sie sämtliche Vorteile der

Software nutzen, ohne dafür eine eigene Infrastruktur und eigene Administratoren zu benötigen.

Dabei haben sie die Möglichkeit, sich individuell maßgeschneiderte Lösungen zusammenzustellen und bei Bedarf jederzeit flexibel auszubauen. Durch die modulare und offene Architektur können sie die Software schrittweise und nach aktuellem Bedarf einführen und erweitern. Sie starten beispielsweise zunächst mit der Abonnementverwaltung und nutzen die Funktionen der Software für das Management der Kunden-, Produkt- und Vertragsdaten, das Ausstellen von eTickets, die Zahlungsabwicklung und die Einführung einer Abo-Online-Lösung für eine 24/7-Kundenselbstverwaltung.

Möchten sie ihre Lösung später etwa um den Freien Verkauf erweitern, ist das jederzeit möglich. Dieses Modul erlaubt es ihnen dann, sämtliche Vertriebsprozesse über alle Kanäle hinweg zu steuern – von den Automaten, mobilen Apps und Webshops über den Busfahrerverkauf bis zum Kioskverkauf – und Mobilitätsplattformen aufzubauen. Auch die weiteren Module der Software etwa für Deliktverfolgung, CRM oder BI können Verkehrsunternehmen jederzeit nach Bedarf hinzufügen.