

Verkehr und Technik | Dezember 2022

„Mobilitäts-Apps sind ein wichtiges Instrument für die erfolgreiche Verkehrswende“

Martin Timmann ist Geschäftsführer von HanseCom. Im Interview erläutert er, warum immer mehr Verkehrsunternehmen eigene Mobilitäts-Apps starten und weshalb auch kleinen und mittelständischen Verkehrsbetrieben vor solchen Projekten nicht bange sein muss.

Warum können Verkehrsunternehmen aus Ihrer Sicht heute nicht mehr auf mobiles Ticketing verzichten?

Weil ihre Kunden das heute einfach erwarten. Die Menschen sind inzwischen aus allen möglichen Lebensbereichen digitale Kanäle gewohnt. Deshalb ist es für Fahrgäste zunehmend eine Selbstverständlichkeit, dass sie sich ihre ÖPNV-Tickets digital per Smartphone-App kaufen können. Wenn Verkehrsunternehmen diese Erwartung erfüllen, werden sie von ihren Kunden als modern wahrgenommen. Von mobilem Ticketing pro-

fitieren Verkehrsunternehmen aber auch über diese Positionierung hinaus. Das teure Cash-Handling durch den Fahrkartenverkauf im Bus entfällt und es gibt auch keine Verzögerungen mehr im Zeitplan durch Ticketverkauf im Bus oder in der Straßenbahn.

Nicht zuletzt stellen mobile Apps ein wichtiges Instrument für eine erfolgreiche Verkehrswende dar. Über diesen digitalen Kanal können Verkehrsunternehmen nicht nur klassische Modalitäten wie Bus und Bahn vertreiben, sondern auch ihre neuen Verkehrsmittel wie On-Demand-Bus-

se, E-Car-Sharing oder Leihfahrräder. Mit einer Mobilitäts-App können sie ihren Kunden einen zentralen Zugang zu ihrer kompletten geteilten Mobilität eröffnen, ihnen die Nutzung dieser Angebote damit so einfach wie möglich machen – und sie so dazu bringen, ihre PKW stehen zu lassen.

Wie ist der aktuelle Stand? Hat inzwischen ein Großteil der Verkehrsunternehmen eine mobile Ticketing-App im Einsatz?

In den Städten und Ballungsräumen ja. Auf dem Land dagegen ist der Ti-

cketverkauf durch Busfahrer nach wie vor Usus. Eine App allein macht den ÖPNV natürlich nicht per se attraktiver. Immer mehr Unternehmen in ländlichen Regionen bieten aber On-Demand-Verkehre an, die viel effektiver sind als der klassische Linienbus. In manchen Regionen gibt es auch Überlegungen, statt eines eigenen On-Demand-Shuttles die örtlichen Taxi-Unternehmen als Mobilitätsdienstleister zu integrieren. Oder – genauso wie in vielen Städten – Lasten-E-Räder zum Verleih anzubieten, damit die Menschen auch bei größeren Einkäufen auf das eigene Auto verzichten können. Solche Angebote lassen sich natürlich am besten über Apps bestellen und buchen. Deshalb sind sie auch auf dem Land immer mehr im Kommen.

Welche weiteren Trends beobachten Sie?

Sehr viele Verkehrsunternehmen, die sich bereits in der Vergangenheit an überregionalen Ticketing-Plattformen beteiligt haben, starten jetzt zusätzlich eigene Mobilitäts-Apps. Das liegt zum einen an den genannten Gründen: Sie können auf diesem Weg auch ihre neuen Mobilitätsangebote optimal vertreiben. Sie stärken damit aber auch ihre Marke. Durch eine eigene App werden Verkehrsunternehmen von den Menschen viel stärker als der lokale, vertraute Anbieter von Mobilität wahrgenommen. Ein Anbieter, der das Vertrauen seiner Kunden genießt, die Region aus dem Effeff kennt und die Bedürfnisse der lokalen Fahrgäste deshalb am besten erfüllen kann. Bei der Gestaltung dieser Apps legen sie maximalen Wert auf eine einfache und intuitive Bedienbarkeit. Und sie ergänzen sie mit hilfreichen Services.

Um was für Services handelt es sich dabei?

Das sind beispielsweise Push- und Notification-Services. Damit senden Verkehrsunternehmen den Nutzern der Apps wahlweise automatisch oder manuell Nachrichten auf ihre Handys. Das kann zu Marketingzwecken sein,

aber auch, um sie über Störungen auf bestimmten, für sie relevanten Linien zu informieren. Zudem integrieren Verkehrsunternehmen Service- und Kundenportale in ihre Apps. Ein Serviceportal ermöglicht es ihnen beispielsweise, Kundenservices wie Storno oder Gutschriften durchzuführen und Verkaufsstatistiken einzusehen. Mit einem Kundenportal können Fahrgäste ihre Accounts verwalten, ihre Tickethistorie einsehen oder sich Quittungen für ihre Reisekostenabrechnung ausdrucken.

Starten auch kleine und mittelständische Verkehrsunternehmen solche modernen Apps? Oder können sie diese Projekte gar nicht stemmen?

Ja, auch viele kleine und mittelständische Verkehrsunternehmen tun das. Der IT-Markt bietet inzwischen Lösungen, mit denen sich schnell und einfach eigene Apps realisieren lassen. Verkehrsbetriebe können sich damit moderne, nutzerfreundliche und maßgeschneiderte Apps für die gängigen mobilen Betriebssysteme nach dem Baukastenprinzip zusammenstellen. Der modulare Aufbau der Lösungen ermöglicht es ihnen, schrittweise vorzugehen. Sie können beispielsweise mit einer klassischen ÖPNV-App starten, dann erst einmal einen neuen Sharing- oder Shuttle-Dienst einbinden, das Nutzerverhalten analysieren, die App optimieren, und dann weitere Dienste hinzufügen.

Wie wird es mit den Mobilitäts-Apps weitergehen? Welche Entwicklungen erwarten Sie für die nähere Zukunft?

Viele Verkehrsunternehmen sehen die Apps als Einstieg in umfassende Mobilitäts- und Stadtwerkeplattformen. Diese Plattformen werden sie nach und nach auf- und ausbauen. Dazu werden sie zusätzlich zu ihren eigenen klassischen und neuen Angeboten auch Mobilitätsangebote Dritter in ihre Apps integrieren, beispielsweise von Taxi-Unternehmen, Auto- und Fahrradverleihern oder E-Scooter-Anbietern. Die Nutzer erhalten dadurch einen zentralen Zugang zum

kompletten Mobilitätsangebot ihrer Stadt oder Region, können damit ihre individuellen Reiseketten nahtlos abdecken und sämtliche Fahrten in einer einzigen Transaktion routen, buchen und bezahlen.

Verkehrsunternehmen von Stadtwerken werden in ihre Apps ergänzende Stadtwerveservices wie Stromtanken für E-Autos oder Parkplätze ebenso einbinden wie verkehrsfremde städtische Angebote, etwa Bibliotheken, Schwimmbäder, Eislaufhallen oder Theater. Die Nutzer können dann neben den Fahrten auch gleich die Fahrtziele mitbuchen. Dabei sollten sie aber beachten, dass unterschiedliche Nutzergruppen unterschiedliche Anforderungen haben. Sie dürfen ihre Apps nicht überfrachten, sondern sollten gegebenenfalls mehrere Apps einführen. So muss beispielsweise der Müllabfuhrkalender des lokalen Stadtwerks nicht zwingend in derselben App verfügbar sein wie Tickets für Bus und Bahn.

Ende November findet wieder das HanseCom Forum statt. Wollen Sie uns einen kleinen Vorgeschmack geben?

Unsere Veranstaltung dreht sich in diesem Jahr um eine ganz entscheidende Frage. Das veränderte Mobilitätsverhalten der Menschen und der geplante Nachfolger des 9-Euro-Tickets setzen die klassischen Abo-Modelle von Verkehrsunternehmen gehörig unter Druck. Wie können sie unter diesen Umständen noch Stammkunden halten und gewinnen? Bei der Beantwortung dieser Frage werden auch Mobilitäts-Apps und Mobilitätsplattformen eine wichtige Rolle spielen. Verkehrsunternehmen wie die Stadtwerke Bielefeld, die Bahnen der Stadt Monheim und die Wiener Linien berichten über ihre Strategien, Projekte und Vorhaben.

Auf die Teilnehmer wartet ein abwechslungsreicher Mix aus hochinformativen Erfahrungsberichten, Präsentationen von Branchenexperten und einer wie immer hochkarätig besetzten Podiumsdiskussion. ■