

„Das Deutschlandticket bewegt die Menschen schon vor dem Verkaufsstart“

Vor kurzem startete HanseCom die Deutschlandticket App: eine überregionale App, mit der Nutzer das Deutschlandticket vorbestellen können. Geschäftsführer Martin Timmann äußert sich im Interview zur ersten Resonanz, dem aktuellen Stand der App und Plänen für ihren regionalem Ausbau.



Quelle: HanseCom

Martin Timmann, HanseCom

Herr Timmann, Mitte Januar hat HanseCom seine Deutschlandticket App offiziell gelauncht. Wie ist die Resonanz bisher?

Die App erhält sehr große Aufmerksamkeit. Über 20 Verkehrsunternehmen und Verkehrsverbünde aus ganz Deutschland beteiligen sich bereits daran. Die Tages-, Wirtschafts- und Fachpresse hat ausgiebig über den Start berichtet. Das Deutschlandticket bewegt die Menschen schon vor dem Verkaufsstart. Die Impressions und Klicks, die wir auf unseren Online- und Social-Media-Kanälen generieren und die Downloads in den Stores von Apple und Google liegen weit über dem Branchendurchschnitt. Das zeigt, dass die Menschen

bereits jetzt nach Möglichkeiten suchen, sich das Ticket zu sichern. Mit den Vorreservierungen, die bislang über die App eingingen, sind die teilnehmenden Partner und wir hochzufrieden.

Wie fällt das erste Feedback der Endnutzer aus?

Sie loben vor allem die Möglichkeit, das Ticket damit jetzt schon bestellen zu können und freuen sich darüber, wie einfach und schnell das mit der App geht. Es gibt natürlich auch kritische Stimmen, aber die vermissen vor allem Funktionalitäten, die bereits in der Entwicklung sind und mit einem nächsten Release kurzfristig bereitgestellt werden. Dazu zählt beispielsweise

die Bezahlung mit PayPal, die rechtzeitig vor dem Verkaufsstart des Deutschlandtickets in der App verfügbar sein wird.

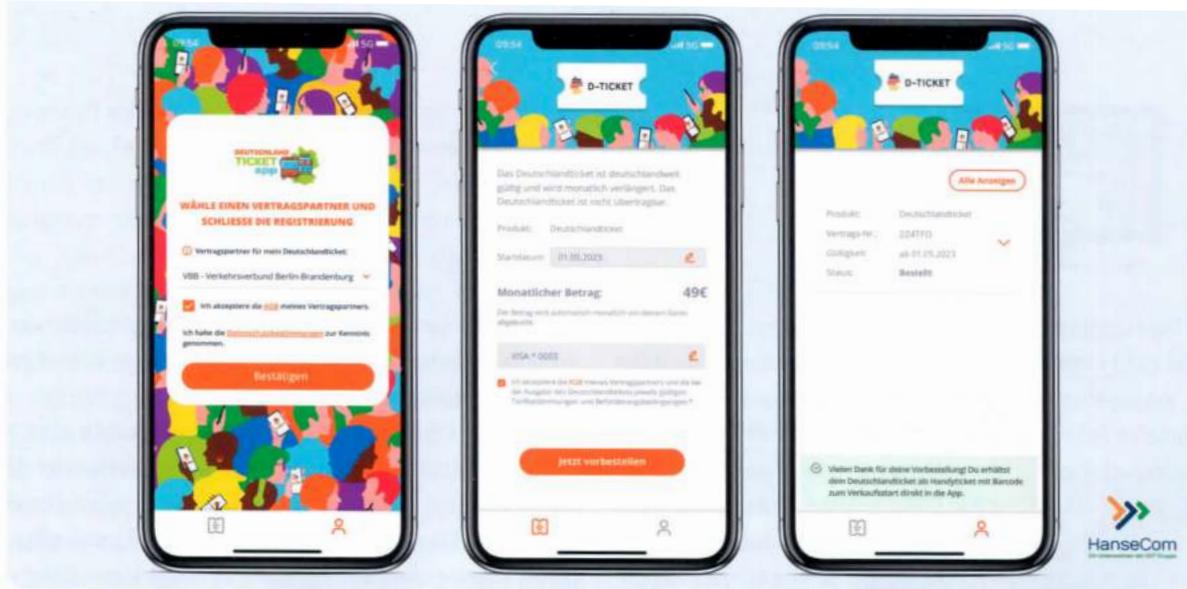
Welche Funktionen bietet die App?

Sie ebnet einen einfachen, durchgängig digitalen und schnellen Weg zum Deutschlandticket. Nutzer können das Deutschlandticket bei einem Verkehrsunternehmen ihrer Wahl vorbestellen und abonnieren, ab Verkaufsstart wird ihnen das Ticket dann automatisch jeden Monat als Handyticket auf ihr Smartphone ausgegeben. Die Umsetzung erfolgt dabei natürlich gemäß gesetzlicher Vorgaben und berücksichtigt den Standard „VDV-Kernapplikation“ für elektronisches Ticketing. Als Bezahlarten stehen derzeit SEPA-Lastschrift und Kreditkarte zur Verfügung, Pay Pal wird wie gesagt in Kürze folgen. Über das integrierte Abo-Management können Nutzer ihr Deutschlandticket-Abo rund um die Uhr komfortabel in Eigenregie direkt in der App verwalten, also etwa Adressen und Bezahlarten ändern, das Abo fürs Deutschlandticket kündigen oder bei Bedarf wieder reaktivieren.

Verkehrsunternehmen und Verkehrsverbänden stellt die App eine integrierte Nutzer- und Abo-Verwaltung sowie ein komfortables Serviceportal zur Verfügung. Über das Serviceportal haben berechnete Service-Mitarbeiter Zugriff auf alle Nutzerdaten, die sie für den Service-orientierten Kundensupport benötigen. Außerdem stehen im Serviceportal Vertriebsreports und Auswertungen für die Einnahmeverteilung im Verbund bereit.

Wie funktioniert die Teilnahme? Wie sieht das Betriebsmodell aus?

INTERVIEW



Wir stellen dem teilnehmenden Verkehrsunternehmen die Deutschlandticket App als digitalen Vertriebskanal bereit, kümmern uns um Hosting, Betrieb und Weiterentwicklung der App und erheben hierfür von unseren Partnern eine Bereitstellunggebühr. Ihre Höhe richtet sich danach, wie viele Deutschlandtickets beim jeweiligen Partner gekauft werden. Verkehrsunternehmen und Verkehrsverbünde bezahlen nach dem Pay-per-Use-Prinzip also nur das, was sie auch tatsächlich nutzen. Da der Nutzer seinen Vertrag mit dem jeweiligen Verkehrsunternehmen abschließt, verbleiben sämtliche Kundendaten selbstverständlich bei diesen.

Welche Verkehrsunternehmen adressieren Sie mit der App?

Eigentlich alle. Von der App profitieren Verkehrsunternehmen, die noch über keine eigenen digitalen Vertriebskanäle verfügen, das Deutschlandticket aber trotzdem verkaufen möchten. Aber auch für Verkehrsunternehmen, die einen Webshop oder eine App haben, zahlt sich die Teilnahme aus. Sie können ihre bestehenden Vertriebskanäle durch eine überregionale App ergänzen und von einer starken Marke profitieren. Das ist die Deutschlandticket App jetzt schon, und wir werden sie weiterhin bundesweit vermarkten. Dieses Marketing können die Verkehrsunternehmen mit eigenen lokalen Maßnahmen weiter verstärken. Damit sind sie in Summe in einer hervorragenden Position, sich im Wettbewerb um den Kunden zu behaupten. Sie können ihre Bestandskunden binden und Abo-Einnahmen sichern.

Und welche Endnutzer haben sie im Fokus?

Auch hier ist die Antwort wieder: im Prinzip alle. Da sind zum einen die Early Adopters, die sich das Deutschlandticket jetzt schon sichern wollen. Zudem die Bestandskunden von Verkehrsunternehmen, die das Ticket bei ihrem vertrauten Mobilitätsanbieter kaufen möchten oder die rund zwei Millionen Nutzer von HandyTicket Deutschland. Sie können sich einfach mit ihren bestehenden Logindaten an der Deutsch-

landticket App anmelden. Ihre Nutzerdaten werden dann direkt übernommen, eine Registrierung ist für sie also gar nicht erforderlich. Nicht zu vergessen: die Neuabonnenten, die bisher eher Tages- und Wochenkarten gekauft haben und jetzt durch das Deutschlandticket den ÖPNV regelmäßig nutzen wollen. Und generell alle, die es unkompliziert modern und userfreundlich mögen. Die einfache Benutzerführung der App eignet sich auch hervorragend für Nutzer, die im Umgang mit Apps noch nicht so geübt sind.

Wird sich die Deutschlandticket App weiterentwickeln? Was ist geplant?

Die App wird kontinuierlich weiterentwickelt, damit sie noch einfacher und benutzerfreundlicher wird. So werden wir beispielsweise eine deutschlandweite Fahrplanauskunft einbinden. Nutzer, die sich in der Zielregion nicht auskennen, können sich damit per Start-Ziel-Suche ihre Reiseverbindung ausgeben lassen. Für Inhaber von Jobtickets oder Schülerkarten wird die App künftig Möglichkeiten bieten, sich das gewünschte Ticket in der jeweiligen Region zu kaufen. Wir erarbeiten gerade in engem Austausch mit unseren Partnern ein Konzept zur Umsetzung. Zudem besteht bei den teilnehmenden Verkehrsunternehmen ein großes Interesse, das Deutschlandticket mit regionalen Angeboten zu koppeln. Also beispielsweise, dass ein Kunde in der Region, in der er das Ticket kauft, für einen bestimmten Zusatzbetrag eine weitere Person mitnehmen kann; oder Bundle-Angebote, die das Deutschlandticket mit einem regionalen Zusatzticket für Fahrräder oder einem Zeitkontingent für kostenfreies Bike-Sharing kombinieren. Zudem sind wir mit den Partnern im Gespräch, um in ihren Regionen ergänzende Mobilitätsleistungen wie Sharing-Angebote, Stromtanks oder Parktickets zu integrieren und damit für das Deutschlandticket auch die so genannte letzte Meile abzudecken. Unsere Partner und wir haben noch viel vor und es bleibt spannend!