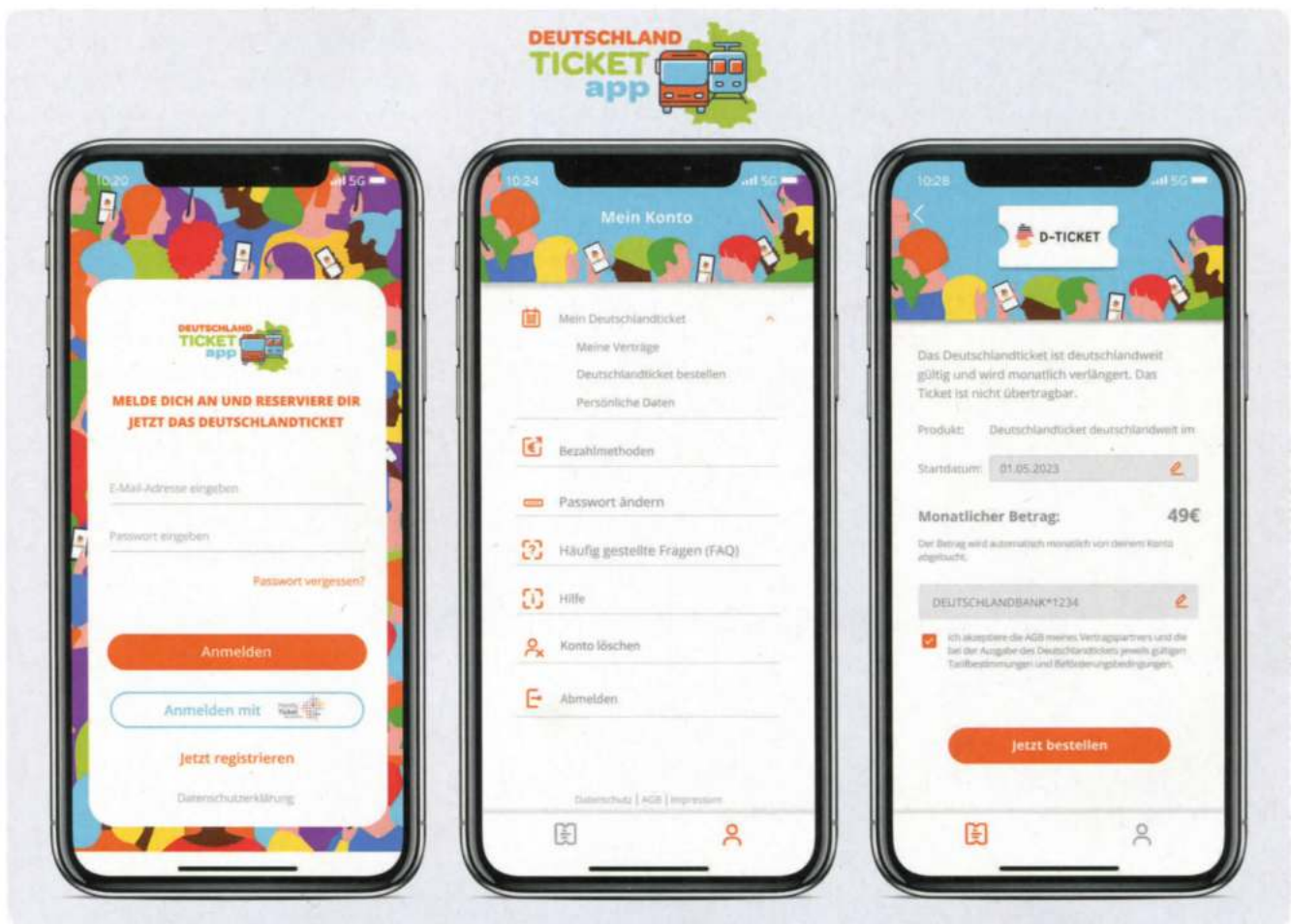


## Ein Jahr Deutschlandticket:

# Viele Wege führten zum Ziel

Vor einem Jahr kam das Deutschlandticket und ließ Verkehrsunternehmen nicht viel Zeit. Um ihre Stammkunden zu halten, mussten sie schnell attraktive Vertriebslösungen schaffen. Einige Praxisbeispiele zeigen, wie ihnen das gelang.



Viele Verkehrsunternehmen nutzten überregionale Ticketing-Plattformen, um das Deutschlandticket vom Start weg zu vertreiben (Quelle: HanseCom).

Rund ein Jahr ist das Deutschlandticket inzwischen alt. Seit dem 1. Mai 2023 können Abonnenten damit für 49 Euro im Monat den Nah- und Regionalverkehr in ganz Deutschland in der 2. Klasse nutzen. Was für die Fahrgäste eine Revolution darstellte, war für die Verkehrsunternehmen eine große Herausforderung. Sie standen praktisch über Nacht im Wettbewerb mit anderen Anbietern und mussten schnell einen Weg finden, einen einfachen und attraktiven Zugang zum Deutschlandticket zu schaffen, um ihre Stammkunden zu halten und ihre Einnahmen zu sichern. Wie sie diese

Herausforderung gemeistert haben, zeigen einige Beispiele aus der Praxis.

### Stadtwerk am See startet auf der grünen Wiese

Viele Verkehrsunternehmen entschieden sich dazu, eigene digitale Lösungen für den Vertrieb des Deutschlandtickets zu schaffen. Dazu zählt auch das Stadtwerk am See in Überlingen am Bodensee, das gemeinsam mit HanseCom die „SWSee-App“ entwickelte, und seinen Kunden damit einen übersichtlichen und bequemen Weg zu ihrem Deutschlandticket bietet. Dabei

mussten sie allerdings komplett auf der grünen Wiese starten und standen unter großem Zeitdruck. Obwohl das Projekt erst Anfang 2023 startete, konnte die App pünktlich zum offiziellen Verkaufsstart des Deutschlandtickets live gehen. Erfolgsgaranten dafür waren der Einsatz einer vorgefertigten Whitelabel App und agile Methoden bei der Entwicklung.

Die geschaffene Lösung ist aber alles andere als ein kurzfristiger Schnellschuss. Die App bringt eine offene Architektur mit und ist dadurch zukunftsfähig: Stadtwerk am See kann sie bei Bedarf jederzeit ausbauen. Das Energie- und Mobilitätsunternehmen bindet seine Kunden mit attraktiven Zusatzangeboten noch enger an sich. Wer das Deutschlandticket über seine App erwirbt, kann ein deutlich vergünstigtes Katamaran-Abo erhalten und auch für das nächtliche Ruftaxi in Friedrichshafen nur die Hälfte bezahlen. Wenn das Stadtwerk am See sich irgendwann dazu entschließt, weitere ÖPNV-Tickets oder sogar Stadtwerke-Services in die App zu integrieren, kann es das jederzeit umsetzen.

### Stadtbus Gütersloh erweitert bestehende App

Die Stadtbus Gütersloh GmbH konnte auf eine bereits vorhandene digitale Vertriebslösung aufbauen. Im Sommer 2022 hatte das Verkehrsunternehmen die Stadtbus-App gestartet

und damit das ÖPNV-Angebot auch digital zur Verfügung gestellt. Für das Deutschlandticket implementierte es dann ein neues Online-Portal, auf dem sich Kunden bereits ab dem 1. Februar 2023 registrieren und das Ticket vorbestellen konnten. Für dieses Portal führte der Stadtbus Gütersloh unter anderem die Lösung „Abo-Online“ von HanseCom ein und integrierte diese in seine Stadtbus-App.

Seit dem Verkaufsstart haben Stadtbus-Kunden nun mehrere Möglichkeiten zum Erwerb des Deutschlandtickets und zur Verwaltung der zugehörigen Abonnements: mit dem Online-Portal auf PC und Tablet oder mit der App auf ihrem Smartphone. Ausgegeben wird das Ticket dabei immer automatisch in der Stadtbus-App. Die Jobticket-Variante des Deutschlandtickets steht ebenfalls seit dem Verkaufsstart in der App zur Verfügung. Mitarbeiter von Firmenkunden können es auf dem Portal bestellen und geben dazu neben Standardkundendaten wie Vorname und Nachname lediglich ihre Rahmenvertragsnummer an. Das Ticket wird dann automatisch für sie in der Stadtbus-App generiert.

### Bremer Straßenbahn richtet geplante Abo-App neu aus

Die Bremer Straßenbahn AG (BSAG) konnte ebenfalls auf vorhandene Lösungen aufsetzen – allerdings ganz anders, als



Stadtbus Gütersloh schuf für seine Kunden mehrere Möglichkeiten, das Deutschlandticket zu erwerben und die zugehörigen Abonnements zu verwalten. (Quelle: Stadtbus Gütersloh).

ursprünglich geplant. Zum digitalen Vertrieb ihrer Abonnements hatte die BSAG schon vor längerem das Portal „Meine BSAG“ implementiert. Dann wollte sie den nächsten logischen Schritt gehen und startete ein Projekt zur Einführung einer mobilen Abo-App. Eigentlich sollte diese App 2022 starten, aber dann kam das Deutschlandticket und warf die Planungen des Verkehrsunternehmens kräftig durcheinander.

Die BSAG war nicht nur gezwungen, ihre App technisch darauf auszurichten, sondern musste auch ihr Abonnement-Angebot generell überdenken. Sie entschied sich dafür, neben dem Deutschlandticket weiterhin ihre MIA- und MIAplus-Tickets anzubieten, die umfangreiche Mitnahmemöglichkeiten bieten. Die Tatsache, dass die BSAG ihre App bereits beauftragt hatte, ermöglichte es ihr am Ende schließlich, trotz großen Zeitdrucks rechtzeitig damit an den Start zu gehen. Am 28. März 2023 schaltete die BSAG ihre App „Abos im VBN“ (Verkehrsverbund Bremen und Niedersachsen) live. Im Zuge der App-Einführung passte die BSAG auch ihr Portal an die neuen Gegebenheiten an. Auf diesem Kanal stand das Deutschlandticket ebenfalls rechtzeitig zum Verkaufsstart zur Verfügung. Beim Kauf in der App erhalten die Nutzer das Ticket automatisch auf ihre Smartphones ausgeliefert, beim Portal können sie zwischen Handyticket und Chipkarte wählen.

### Überregionale Plattform als Alternative und Ergänzung

Als Alternative oder Ergänzung zu eigenen Vertriebslösungen beteiligten sich viele Verkehrsunternehmen beim Start des Deutschlandtickets an überregionalen Ticketing-Plattformen. Sie ermöglichten es auch Verkehrsunternehmen, die nicht oder noch nicht über einen eigenen digitalen Kanal verfügten, das Ticket vom Start weg zu verkaufen. Diejenigen, die schon einen Webshop oder eine App hatten, konnten zusätzlich vom Vertrieb über eine zentrale, deutschlandweite Ticketing-App profitieren.

Ein Beispiel für so eine Plattform ist die Deutschlandticket App von HanseCom. Mit ihr können Nutzer sich ihr Deutschlandticket bei einem Unternehmen ihrer Wahl abonnieren und erhalten es monatlich als Handyticket auf ihr Smartphone. Ihre Abo- und Vertragsdaten können sie komfortabel verwalten. Als besonderen Service bot diese App außerdem die Möglichkeit, sich das Deutschlandticket bereits vor dem offiziellen Verkaufsstart zu reservieren. Die App ist zudem so konzipiert, dass Verkehrsunternehmen damit regionale Vergünstigungen, Angebotsvarianten und aufbauende Produkte anbieten können. So bieten beispielsweise moBiel, die Ruhrbahn und Stadtbuss Dormagen in der Deutschlandticket App für ihre Regionen die 1.Klasse und eine Fahrradmitnahme als zusätzliche Abos an. Damit können sie die Kundenbindung weiter erhöhen und zusätzliche Stammkunden gewinnen.



**Martin Timmann,**  
Geschäftsführer,  
HanseCom

Der Autor