



Das neue Ticket-Zeitalter hat begonnen

Kundenbindung und Kundenakzeptanz durch EFM

Auf der 16. kontiki-Konferenz in Wuppertal berichtete der Verkehrsverbund Rhein-Ruhr vom Start des elektronischen Fahrgeldmanagements in Nordrhein-Westfalen. Die landesweite Einführung des eTickets ist ein Mammutprojekt. 78 Konferenzteilnehmer aus 7 europäischen Ländern diskutierten in der Stadthalle in Wuppertal darüber, dass und wie das elektronische Fahrgeldmanagement bereits in der ersten Phase der Einführung die Kundenbindungsstrategien verändert.

In seiner Begrüßung erläuterte Dr. Klaus Vorgang, Geschäftsführer des Verkehrsverbundes Rhein-Ruhr, VRR, dass mit dem EFM alle Kundenkreise angesprochen werden. Bisher wurden eine Million Tickets ausgegeben. Es wird nicht einfach Papier gegen Plastik ausgetauscht, sondern das eTicket wird in mehreren Phasen zu einem Multifunktionsmedium ausgebaut. Es ist gelungen, ein zusammenhängendes einheitliches technisches System in allen Verkehrsunternehmen des VRR einzuführen. Dies ist ein erster Schritt zur Standardisierung und in Richtung Restrukturierung durch EFM.

Im Mittelpunkt der Ausführungen von Klaus Wietfeld, Leiter des KompetenzCentrums EFM im VRR, stand die umfassende Darstellung des Projektes. Ziel ist es, dem Fahrgast eine neue Dimension der Mobilität zu erschließen. Das eTicket ist zukünftig eine generelle Zugangsberechtigung zum ÖPV, Tarifkenntnisse sind nicht mehr erforderlich, die Fahrpreise werden automatisch ermittelt. Mit der eBörse wird bargeldlos bezahlt. Auch für die Verkehrsunternehmen hat bereits der erste Schritt Kostenvorteile. Die Vertriebskosten können deutlich gesenkt werden und durch die automatische Ticketprüfung wird die Fahrausweiskontrolle deutlich effizienter.

Kurt Mehring, Abteilungsleiter Marketing des VRR, erläuterte den Zusammenhang von Kundenbindung und EFM. Durch EFM entfallen die Pflichtkontakte mit dem Abonnenten, die Vertriebsprozesse werden aus dem Backoffice an den Counter zum Kunden geholt. Ein intensiverer Kontakt findet mit den Stammkunden statt. CRM, Customer Relation Management, wird ein relevantes Thema, Zielgruppen können direkter angesprochen werden. Der VRR hat mehrere Ticketprodukte über Jahre aufgebaut, deren Markenwert enorm ist. Deshalb wurden Produktname und Design auf das eTicket übertragen.



Die klare, emotionale Zielgruppenansprache wird dadurch gesichert. EFM macht durch bessere Daten eine intelligentere Kundengewinnung möglich, bestehende Kunden können durch Zusatznutzen und Mehrleistungen mit Branchenaffinität gehalten und die Fluktuation kann reduziert werden. Die richtige Nutzung der Möglichkeiten der Kundenbindung steigert nachhaltig die Einnahmen der Verkehrsunternehmen. Dazu ist ein enges Zusammenspiel zwischen Verkehrsverbund und Verkehrsunternehmen erforderlich.

Das Manuskript der kontiki – Handlungsempfehlungen, Strategien - Modelle – Untersuchungen, wurde in den Arbeitsgruppen abschließend diskutiert und wird Ende März im www.kontiki.net für Verkehrsunternehmen zugänglich sein.

In seinem Schlusswort erläuterte Dr. Manfred Ritschel, kontiki Vorstandsvorsitzender, die Absicht, die kontiki – Plattform international durch die Zusammenarbeit mit CLUB** auf den südeuropäischen Raum auszudehnen. Für den Erfahrungsaustausch mit Großbritannien gibt es ebenfalls konkrete Pläne. Auch international gilt für kontiki die Maxime: strikte Produkt- und Systemneutralität.

Die kontiki - Arbeitsgruppen haben ihre Zusammenarbeit neu strukturiert. Die AG II, Systemtechnik, wird zu einem KompetenzCenter, das als Konsultationspartner die technischen Anforderungen abdeckt, die sich aus der Arbeit der AG I, Methoden und Modelle, und der AG III, Intermodale Entwicklungen, ergeben. Neue Themenfelder für 2003 sind z. B. Migrationsstrategien / Verfahren, Datenmodelle und Darstellung und Bewertung von Tarifmodellen.

26. März 2003

Nächste kontiki – Konferenzen:

08. – 09. Mai 2003 in München

09. – 10. Oktober 2003 in Lyon/Frankreich

* EFM = Elektronisches Fahrgeld-Management

** CLUB = ContactLess User Board, Paris