



Vertrieb im MDV: Klare Wege zum passenden Ticket?

Steffen Lehmann

Fachtagung VVO

Dresden, 4. Mai 2017

Agenda

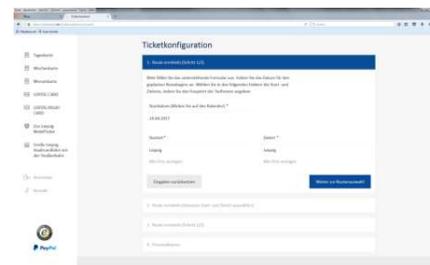
- **Status Quo:**
 - der Vertriebswegemöglichkeiten aus der „jüngeren“ Entwicklung
 - des Systemzugang aus Kundensicht
 - der Beschaffung aus Unternehmersicht
- **Status Quo**
 - der Umsetzung des Chipkartensystems
- **Ausblick in die Zukunft**
 - der bessere Vertriebsweg
 - die bessere Tarifsystematik
 - Ausblick in die Zukunft
- **Fazit**

Vertrieb im MDV

Vertriebswegemöglichkeiten der „jüngeren“ Entwicklung

- **Jahr 2000** vom persönlichen Verkauf, dem Automat und Fahrscheindrucker im Bus hin zu ..
- **Jahr 2017** dem Ticket über Plattformen, Handy und Chipkarten
- Bunte Vielfalt und spannende Entwicklungen

3



Vertrieb im MDV

Systemzugang aus Kundensicht

Einheitliche Vorgaben zum Ticketerwerb durch ...

- SPNV Ausschreibungen und ÖPNV-Nahverkehrspläne (Städte und Landkreise) enthalten Vorgaben zu Angebot, Fahrkartenlayout, Datenstrukturen im Vertrieb etc.
- Aber nicht zu Bedienoberflächen an Fahrscheinautomaten!

Handbuch für die
Integration und Kooperation
neuer Partner
im Mitteldeutschen Verkehrsverbund

erarbeitet durch MDV
Bearbeitungsstand: Juli 2015

Anlage 03 – Anforderungen Vertriebstechnik im MDV
Stand: 06.07.2015

Anforderungen Vertriebstechnik im MDV

1	Grundsätze zum Vertrieb	3
1.1	Mindestanforderungen Verfügbarkeit	3
1.2	Datenimport Tarifdaten und Kontrollmodule MDV	3
1.3	Datenexport für Entnahmaufteilung im MDV	4
2	Vertriebswege	5
2.1	Grundsätze	5
2.2	Stationäre Fahrscheinautomaten	6
2.2.1	Bedienführung	6
2.2.2	Sortiment und Fahrscheinausgabe	7
2.2.3	Technisches Konzept und Hardware	7
2.2.4	Verfügbarkeit und Störungsmanagement	9
2.2.5	Zahlungsmittel	9
2.3	Verkauf im Zug	9
2.3.1	Allgemeines	11
2.3.2	Verkauf im Zug durch Servicepersonal	11
2.3.3	Verkauf im Zug durch Mobile Fahrscheinautomaten	11
2.4	Verkauf im Bus (SEV)	11
2.4.1	Allgemeines	12
2.4.2	Bordrechner	12
2.4.3	Handterminals der Subunternehmer (SEV)	18
2.5	Servicecenter bzw. personalbediente Servicestellen	19
2.6	Handyfirst im MDV	19
2.7	Onlinevertrieb über Internet im MDV	20
2.8	Electronic Ticketing (eTicketing) im MDV	22
2.8.1	Grundsätze	22
2.8.2	Chipkartenlayout –ausgabe und –beschaffung	24
2.8.3	Sperren- und Aktionsmanagement, Kontrollnachweise	26
2.8.4	Sicherheitsmanagement	28
2.8.5	Ausgabe von Chipkarten als KVP	30
2.8.6	Allgemeine Anforderungen an DL- und KVP-Terminals	33
2.8.7	Umgang mit defekten Karten	35
2.8.8	Kontrollmodule	40
2.8.9	Weitere Ausbaustufen des eTicketing	42

Vertrieb im MDV

Systemzugang Bsp.: Automatenlandschaft



← Mobile FAA

Station. FAA →

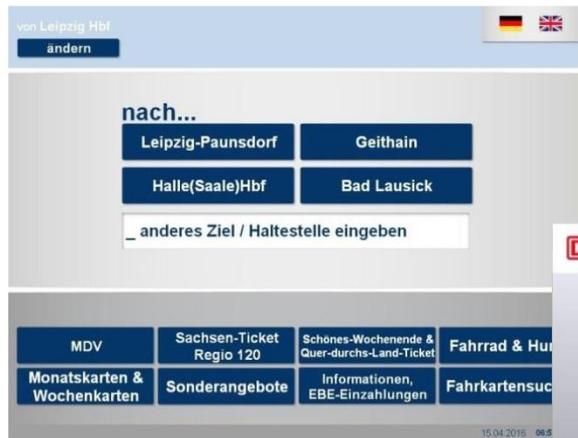


5

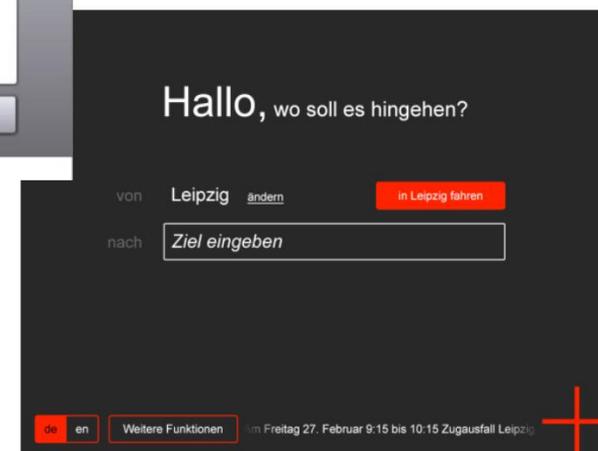


Vertrieb im MDV

Systemzugang Bsp.: Automatenlandschaft



- Identische Tarifprodukte, aber ...
- unterschiedlichste Bedienung beim Erwerb



Vertrieb im MDV

Beschaffung aus Unternehmenssicht – einheitlicher Standard

- **Verkauf** von papierbasierten Fahrkarten
- Lesen und Schreiben von **Chipkarten**
- **Kontrolle** von Barcodes/Tickets
- **Übertragung** von IST-Standortdaten für DFI und Auskunftssysteme sowie Fahrzeugposition in Leitstelle
- **Ansteuerung** von Linien- und Zielanzeigen, Innen-Anzeigen, Entwerter und Haltestellenansagen
- Integration Funktion **Anschlusssicherung**



7



Vertrieb im MDV

Beschaffung aus Unternehmersicht – Ausschreibungshürden

- Aufgrund bestehender Ausschreibungsregeln und unterschiedlicher Fördermittelbedingungen leider eine **Typenvielfalt**
- führt zu **höherem Aufwand** im Betrieb, bei Schnittstellen und dem Einspielen neuer Tarifprodukte
- kostet **Ressourcen** bei der Ausschreibung und Projektumsetzung

8



Agenda

- **Status Quo:**
 - der Vertriebswegemöglichkeiten aus der „jüngeren“ Entwicklung
 - des Systemzugang aus Kundensicht
 - der Beschaffung aus Unternehmersicht
- **Status Quo**
 - **der Umsetzung des Chipkartensystems**
- **Ausblick in die Zukunft**
 - der bessere Vertriebsweg
 - die bessere Tarifsystematik
 - **Ausblick in die Zukunft**
- **Fazit**

Vertrieb im MDV

Zielausrichtung aus dem Jahr 2010



MDV – eTicketing

eTicketing im MDV – Chipkarten für alle Stammkunden

Allgemein

- eTicketing-System nach VDV-Kernapplikation, Ausbaustufe 2a („eAbo“) mit Chipkarten seit 2008
- grundsätzlich Version 1.107, Nutzung VDV-KA-Referenz-EFS

Layout

- Einheitliches Layout UmweltCard GOLD für
 - ✓ Abonnenten aller Art (normal und ermäßigt)
 - ✓ Semestertickets
 - ✓ Jobtickets
- Schülerkarten analog, aber als UmweltCard JUNIOR
- Keine Sichtprüfmerkmale, kein Bedrucken mit Namen (außer UmweltCard JUNIOR) und Foto



MDV – eTicketing

Chipkarten im MDV – Entwicklungsstufen seit 2008

1. 2008 - 2010:

- Abo-, Jahres- und Schülerkarten zunächst in Halle und Leipzig

2. seit 2010/2011

- Ausgabe von Chipkarten im gesamten Verbund

3. **perspektivisch**

- interoperables eTicketing mit Gelegenheitstarifen auf Chipkarte oder Handy



Grundregel: Erst Sicherstellung Kontrolle, dann Ausgabe/Anerkennung der Chipkarten

MDV – eTicketing im ländlichen Raum

Herausforderungen und Rahmenbedingungen

- 11 Regionalverkehrsunternehmen und ausgewählte Eisenbahnverkehrsunternehmen mit **verschiedenen ABO-Programmen** oder Excel
- 3 Bundesländer und 5 Landkreise mit **unterschiedlichen Schüler-Antragsverfahren**
- sowie z.T. eigenen Schülerprogrammen, Regelungen zu Fördermitteln und **Abrechnungsverfahren nach ÖPNV-Finanzierungsgesetz** („ehem. §45a PBfG)
- **Vorgaben der Landkreise** (u.a. Beibehaltung Antragsverfahren, Einzugsverfahren Elternbeitrag, eigene Schülerprogramme)

- unterschiedliche **Laufzeiten Fördermittel** passen z.T. nicht zu Projektlaufzeit
- z.T. kleine VU – **geringe Projektkapazitäten** bei den RVU, EVU

- **Beschluss 2011**: Einführung eines **einheitlichen KVP-Systems** für RVU und einzelne EVU (Option) und Beibehaltung Schülerprogramme bei den Landkreisen
- **ReTSy** ... Regionales eTicketing System für Abo- und Schülerverwaltung für die Verkehrsunternehmen zur Verwaltung und Ausgabe von Chipkarten

MDV – eTicketing im ländlichen Raum

Einheitliches Hintergrundsystem (KVP System) für alle regionalen VU für Chipkarten



MDV – eTicketing im ländlichen Raum

Chipkarte für Schüler: Pilotbetrieb und Marketingmaßnahmen

- Pilotbetrieb mit 2 RVU in 3 Schulen im April 2016 im LK Leipzig und Altenburg
- Frühzeitige Auswahl und Information der Schulen
- Schülerbefragung mit Verlosung Ferienticket
- Begleitung durch die Presse im Landkreis
- Informationen auf Webseiten mit Download Infomaterial, FAQ ...
- Bei Ausgabe: Kundenbrief mit Anschreiben + Chipkarte, Flyer für Schüler und Eltern sowie MDV-Kundenkarte
- Flächendeckende Ausgabe zum Schuljahreswechsel



(Fotograf: Christian Modla/ Westend PR)



Agenda

- **Status Quo:**
 - der Vertriebswegemöglichkeiten aus der „jüngeren“ Entwicklung
 - des Systemzugang aus Kundensicht
 - der Beschaffung aus Unternehmersicht
- **Status Quo**
 - der Umsetzung des Chipkartensystems
- **Ausblick in die Zukunft**
 - der bessere Vertriebsweg
 - die bessere Tarifsystematik
 - Ausblick in die Zukunft
- **Fazit**

Vertrieb der Zukunft im MDV

Vertriebswege Optionen



- BI/BO // CICO oder Handy, Internet und Plattformen
- derzeit 2 Grundpositionen in Diskussion

	Basis Chipkarte	Basis Handy o. a. Device
Vorteile	Einheitliches Medium	Kostengünstig, da der Kunde das Medium mitbringt
	Medium im Eigentum der VU	Kaum Infrastruktur im Fahrzeug und an Haltestellen notwendig
Nachteile	Hohe Investitionskosten in den Fahrzeugen bei CICO Systemen	Abhängigkeit von Entscheidungen der Handyhersteller bzw. Betriebssystemanbieter und MNO
	BIBO nicht umsetzbar	
	Ausgabeinfrastruktur notwendig	

Vertrieb der Zukunft im MDV

Tarifoptionen



- Welche Tarifsystematik ist einfach, erlösstark, ausbaufähig
- derzeit 2 Grundpositionen in Diskussion

18

	Zonentarif	Kilometertarif
Vorteile	Kunde kann sich recht frei innerhalb eines Raumes bewegen	Leicht verständlich für den Kunden
	Gelerntes System für den Kunden	Kunde hat geringes Risiko sich falsch zu tarifieren
Nachteile	Preissprünge an Zonengrenzen	Derzeit keine Kalkulations-möglichkeit für VU → hohes Einnahmerisiko
	Fixierung auf gekaufte Wege	Verteuerungen für bestimmte Kundengruppen beeinträchtigen Image
		Bisher geringe Kundenakzeptanz bei CICO Projekten in Deutschland

Agenda

- **Status Quo:**
 - der Vertriebswegemöglichkeiten aus der „jüngeren“ Entwicklung
 - des Systemzugang aus Kundensicht
 - der Beschaffung aus Unternehmersicht
- **Status Quo**
 - der Umsetzung des Chipkartensystems
- **Ausblick in die Zukunft**
 - der bessere Vertriebsweg
 - die bessere Tarifsystematik
 - Ausblick in die Zukunft
- **Fazit**

Vertrieb im MDV

Fazit

- Das Papierticket wurde **nach 7 Jahre** im MDV ergänzt um die Chipkarte
- Die Chipkarte wurde **nach 4 Jahren ergänzt** um das Handyticket
- Das Handyticket **wird bald ergänzt** durch Vertrieb über neue Partner/Plattformen

- Die „klassischen Vertriebswege“ wie FAA, Bordrechner etc. habe **heute deutlich mehr** Funktionen, Möglichkeiten und Gestaltungsvariationen
- Die **Rahmenbedingungen** „Förderung, Ausschreibung“ aber auch die **Detailverliebtheit** unserer Branche macht oft aus den Vorhaben „Mammutprojekte“
- die **Unterschiedlichkeit der Bedienungen** an den FAA ist nicht optimal für Kunden

- Entwicklungsmöglichkeiten aus der Digitalisierung müssen wir **noch besser für uns lernen/begreifen**
- Digitalisierung ist die **Chance auf einfacheren Systemzugang** und schnellere **Umsetzungsgeschwindigkeit**

Danke für Ihre Aufmerksamkeit.

Kontakt und Ansprechpartner



21

Mitteldeutscher Verkehrsverbund GmbH (MDV)

Prager Straße 8
04103 Leipzig

Steffen Lehmann
Geschäftsführer

Telefon: 0341/868 43 11

E-Mail: Steffen.Lehmann@mdv.de