



**HanseCom**  
Ein Unternehmen der INIT Gruppe



# Mobilität kundenorientiert kombinieren und orchestrieren

Bus, Tram, Taxi, Mietwagen, Leihfahrrad und E-Scooter: Mobilität bestimmen Fahrgäste heute selbst und haben dabei die Wahl aus einer Fülle an Möglichkeiten. Wollen Verkehrsunternehmen Mobilität in ihrer Region orchestrieren, müssen sie es ihren Kunden ermöglichen, sämtliche Verkehrsmittel integriert zu suchen, zu buchen und zu bezahlen. Eine Mobilitätsplattform liefert dafür die technologische Basis.

**Fahrgäste stellen heute ganz neue Anforderungen. Auch im ÖPNV erwarten sie individuelle Angebote, wie sie in anderen Branchen seit langem üblich sind. Abhängig von Ort, Zeit und jeweiliger Situation, vom Wetter oder der eigenen Lust und Laune möchten sie ihre Reiseketten spontan gestalten können: heute mit dem eigenen Auto zur U-Bahnstation, morgen mit dem E-Roller zum Bus und übermorgen mit dem Leihfahrrad ans Ziel. Die Tickets und Services möchten sie dabei integriert buchen, kombinieren und bezahlen können – und das über den Kanal, der ihnen gerade persönlich am meisten zusagt. Das kann ein Online-Shop sein, eine mobile App, die eigene Smartwatch oder das Navigationssystem ihres Autos.**

Um die Mobilität der Zukunft aktiv mitzugestalten und nicht zum bloßen Anbieter von Infrastruktur zu werden, müssen sich klassische Verkehrsunternehmen zum service- und kundenorientierten Mobilitätsanbieter wandeln. Ihr Portfolio darf nicht länger nur aus den eigenen Angeboten bestehen, sondern sollte neben Bussen und Bahnen auch Drittservices z. B. von Taxiunternehmen, Auto- und Fahrradverleihern oder E-Scooter-Anbietern integrieren. Dieses Portfolio müssen Verkehrsunternehmen ihren Kunden über differenzierte digitale Vertriebskanäle zur Verfügung stellen. Dabei verfügen Verkehrsunternehmen über einen wahren Schatz: Sie haben bereits den Zugang zum Kunden. Diesen Schatz müssen sie heben, hegen und pflegen – indem sie ihren Kunden die

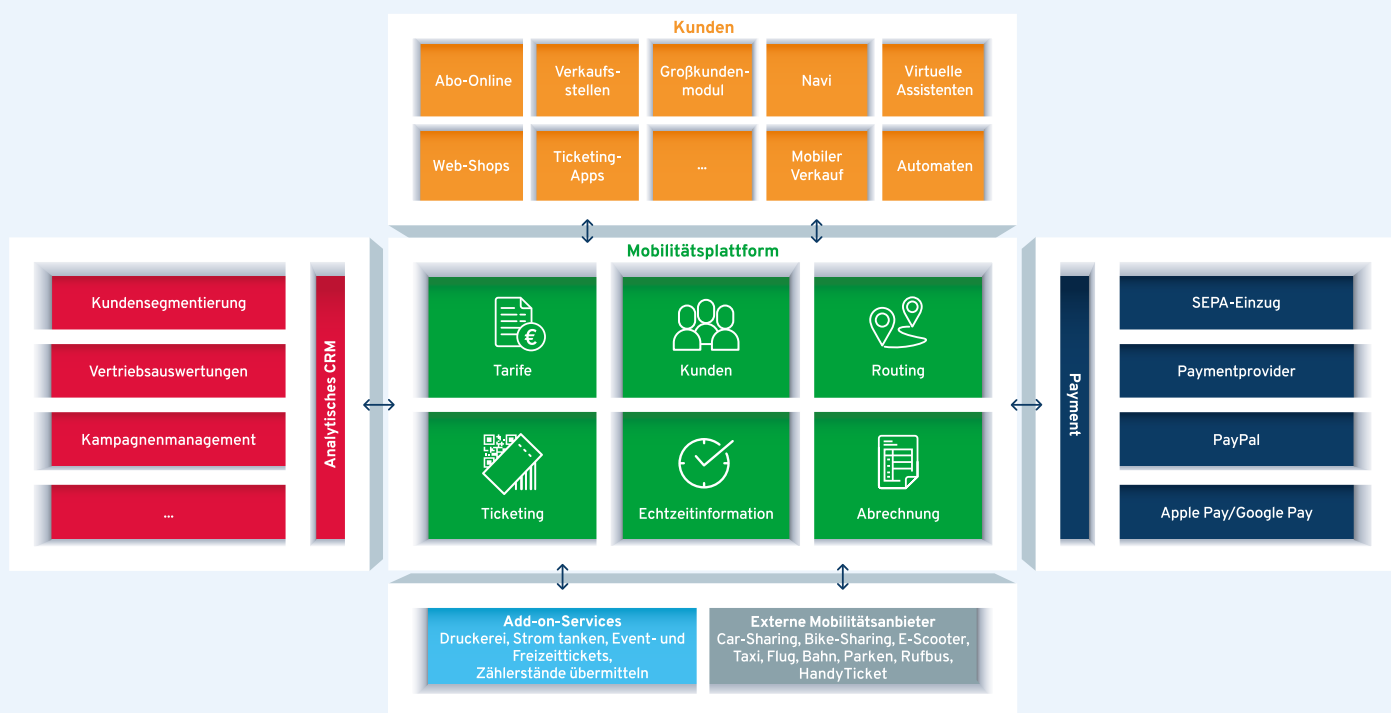
Angebote und Services, die diese sich wünschen, aus einer Hand anbieten und sie um zusätzliche Services wie etwa den Kauf von Eintrittskarten für Veranstaltungen oder Freizeitaktivitäten erweitern. So können Verkehrsunternehmen verhindern, dass ihre Kunden zur Konkurrenz abwandern.

Auch Unternehmenskunden kommen mit neuen Anforderungen auf Verkehrsunternehmen zu. Als moderne Alternative zum traditionellen Firmenwagen möchten sie ihren Mitarbeitern zunehmend lieber Mobilitätspakete anbieten. Solche Konzepte können Verkehrsunternehmen flexibel über eine Mobilitätsplattform realisieren. Die Mitarbeiter der Unternehmen erhalten dabei die Möglichkeit, z. B. über eine spezielle App neben ÖPNV-Tickets unterschiedliche Mobilitätsdienste wie Taxi oder Car-Sharing im Rahmen eines Mobilitätsguthabens individuell auszuwählen. Dieses Konzept lässt sich bis hin zu einer Mobilitätsflatrate erweitern. Dabei handelt das Unternehmen mit den Mobilitätsanbietern für seine Mitarbeiter spezielle Pakete aus, die eine unbegrenzte Nutzung der Angebote erlauben – wie beim Dienstwagen sollte die private Nutzung auch an den Wochenenden und durch die eigene Familie ermöglicht werden können. Diese neuen und ökologisch nachhaltigen Mobilitätskonzepte sprechen vor allem die digital-affine jüngere Generation an, bei der der Dienstwagen schon lange nicht mehr als Statussymbol gilt. Stattdessen wünscht sie sich eine flexible und nachhaltige Mobilität und benutzt statt eines Taxis auch schon einmal einen E-Scooter.

# Die Mobilitätsplattform integriert und steuert im Hintergrund sämtliche Prozesse

Die technologische Basis für alle diese Services bildet eine Mobilitätsplattform, die im Hintergrund sämtliche Systeme und Prozesse integriert und steuert. Entscheidende Merkmale sind dabei Interoperabilität und Modularität. Eine Mobilitäts-

plattform ist kein geschlossenes System, sondern muss über diverse Schnittstellen auch Verbindungen zu internen und externen Systemen zulassen. Nur dann haben Verkehrsunternehmen die Möglichkeit, die Plattform in bestehende Infrastrukturen einzubinden und auch die Angebote von Drittanbietern zu integrieren. Der modulare Aufbau bietet die nötige Flexibilität, nur die Lösungskomponenten zu implementieren, die Verkehrsunternehmen aktuell tatsächlich anbieten möchten. Gleichzeitig besteht die Möglichkeit, die Lösung jederzeit um neue Komponenten zu erweitern.



Herzstück jeder Mobilitätsplattform sind die folgenden sechs zentralen Komponenten:

**1. Kundendaten:** Sämtliche Informationen über Kunden wie z. B. ihre Vertrags- und Bezahlzeiten, ihre Präferenzen und Gewohnheiten sind der Schlüssel zu personalisierten und individualisierten Angeboten, die den tatsächlichen Bedarf abdecken. Eine Mobilitätsplattform bietet hierfür eine konsistente und systemübergreifende Lösung zur zentralen Verwaltung von Kundendaten.

**2. Tarife:** Um unterschiedliche Mobilitätsangebote nutzbar zu machen, kann die Mobilitätsplattform verschiedene Tarife und Tarifmodelle abbilden – einschließlich der Tarife von Drittanbietern für Car-Sharing, Taxi oder E-Scooter sowie den Preisen für Konzert-, Sport- oder andere Veranstaltungstickets. So können Fahrgäste die Tickets für alle Dienste und Services über ein einziges Frontend buchen, mit ein und demselben Login und ohne ständig zwischen Anwendungen hin- und herzuspringen.

**3. Routing:** Die Ermittlung von konkreten Verbindungen zwischen Start und Ziel einer Fahrt ist für eine Mobilitäts-

plattform unverzichtbar. Dabei muss sie die geltenden Fahrpläne ebenso berücksichtigen wie aktuelle Störungen und die Verfügbarkeiten von Mobilitätsangeboten wie Mietwagen, Leihfahrrad oder E-Scooter. Tarife, Ticketing und Routing müssen hierbei nahtlos ineinandergreifen.

**4. Echtzeit:** Alle Informationen müssen in Echtzeit bereitstehen. Die Kunden erwarten, dass sie sofort über Verspätungen oder Fahrplanänderungen informiert werden, ihnen alternative Reiseketten vorgeschlagen und hierfür gültige Tickets zur Verfügung gestellt werden.

**5. Ticketing:** Kunden wollen sich die Vertriebskanäle, über die sie Tickets beziehen, selbst aussuchen. Deshalb unterstützt eine Mobilitätsplattform unterschiedlichste Frontends – von Online-Portalen über mobile Apps und Smartwatches bis hin zu Navigationssystemen von Autos. Dort werden sämtliche Angebote und Preise transparent zur Verfügung gestellt und zwar nicht nur für die Tickets des ÖPNV, sondern auch für Services wie das Aufschließen eines Mietautos oder das Freischalten eines Leihfahrrads sowie Eintrittskarten zu Konzert- oder Sportveranstaltungen.

**6. Abrechnung:** Von der klassischen Lastschrift oder Kreditkartenzahlung über PayPal bis zu Apple Pay und Google Pay: eine Mobilitätsplattform unterstützt unterschiedlichste Bezahlarten und Abrechnungssysteme. Damit lässt sie den Nutzern die Freiheit zu entscheiden, wie sie ihre Tickets bezahlen möchten. Sämtliche Angebote werden dabei über eine einzige Rechnung mit dem Endkunden abgerechnet.

## Bedarfsgerecht und flexibel erweiterbar

An die zentralen Komponenten der Mobilitätsplattform lassen sich jederzeit weitere Services und Komponenten anbinden. So kann die Mobilitätsplattform bedarfsgerecht ausgebaut werden. Durch die Vernetzung mit vorhandenen CRM-Systemen beispielsweise können Verkehrsunternehmen Kundenpräferenzen optimal auswerten. Sie erhalten die Möglichkeit, Prognosen über künftiges Verhalten zu treffen und maßgeschneiderte Angebote zur Verfügung zu stellen. Von entscheidender Bedeutung ist außerdem die Einbindung von Systemen externer Mobilitätsanbieter und Veranstaltern von Freizeitaktivitäten, Sport und Kultur. Durch sie können Fahrgäste Angebote passend zum jeweiligen Anlass kombinieren, ganzheitlich buchen und mit einer einzigen Rechnung bezahlen – vom Park-and-Ride-Parkplatz über die Weiterfahrt mit dem Bus zum Theater bis zur Eintrittskarte für die gewünschte Vorstellung.

### Offen für zukünftige Anforderungen

Die Integration der unterschiedlichen Systeme erfolgt in der Mobilitätsplattform über API-Schnittstellen. Mit einer API (Application Programming Interface) lassen sich Informationen zwischen Anwendungen standardisiert austauschen. Neue Systeme, Apps und Vertriebskanäle oder zusätzliche Angebote lassen sich über die API-Schnittstellen einfach, flexibel und schnell anbinden. Ändern sich Anforderungen oder kommen neue hinzu, kann die Mobilitätsplattform beliebig angepasst und erweitert werden.

### Mehr Tickets verkaufen durch Integration in Drittsysteme

Echte Mehrwerte für den Kunden und das Verkehrsunternehmen entstehen, wenn Ticketshops in Drittsysteme integriert werden. Dann kann ein Kunde beispielsweise beim Kauf eines Museumstickets im Museums-Shop auch gleich sein ÖPNV-Ticket mitkaufen oder aus der ÖPNV-App heraus die Strombentankung für sein E-Auto buchen. So lassen sich Reiseketten erweitern und für den Nutzer komfortabel und bequem um Komplementärangebote ergänzen.