

HanseCom Forum 2023

Der ÖPNV packt die Verkehrswende tatkräftig an

Die Verkehrswende muss gelingen, sonst lassen sich die erforderlichen Klimaziele nicht erreichen. Wo steht der ÖPNV heute und wie kann er die Menschen zur Nutzung von geteilter Mobilität bewegen? Antworten gaben namhafte Branchen-Expertinnen und Experten auf dem neunten HanseCom Forum in Hamburg.



Das HanseCom Forum hat sich in den letzten Jahren als Plattform zum Erfahrungsaustausch im ÖPNV fest etabliert. Im November 2023 fand es bereits zum neunten Mal statt und konnte dabei erneut eine Rekordbeteiligung verzeichnen: Rund 180 Entscheiderinnen und Entscheider aus der Mobilitätsbranche waren nach Hamburg gekommen, um an der hochkarätig besetzten Konferenz teilzunehmen. In 14 Vortrags-sessions, 2 Break-out-Workshops und der Podiumsdiskussion gaben namhafte Expertinnen und Experten Einblicke in ihre Strategien und Projekte und diskutierten neue Mobilitätskonzepte, Trends und Technologien. Im Mittelpunkt stand dabei die Verkehrswende. Wo steht der ÖPNV gerade? Mit welchen Konzepten können Verkehrsunternehmen die Menschen zur Nutzung von geteilter Mobilität bewegen? Wie können sie in Zeiten des Deutschlandtickets noch Stammkunden halten und neue Stammkunden gewinnen?

Diesen und ähnlichen Fragen gingen die Brancheninsider auf dem Event nach. Eine wichtige Rolle bei der Gestaltung einer erfolgreichen Verkehrswende spielt die Digitalisierung – das machte Alexander Möller, Geschäftsführer ÖPNV des

Verbands Deutscher Verkehrsunternehmen (VDV) in seiner Keynote deutlich. Er war live aus Berlin zugeschaltet, wo er sich wegen Verhandlungen zur weiteren Ausgestaltung des Deutschlandtickets aufhielt, und betonte, dass die Branche digitaler werden muss – und zwar entlang ihrer kompletten Wertschöpfungskette.

Viele Verkehrsunternehmen verfolgen eine Digitalisierungsstrategie

Im Vertrieb setzen bereits viele Verkehrsunternehmen auf eine konsequente Digitalisierungsstrategie. Dazu zählt auch die WSW mobil in Wuppertal. Wie Ralph Birkenstock, Leiter Nahverkehrsmanagement, erläuterte, sieht das Unternehmen Digitalisierung als zwingendes Markterfordernis und möchte deshalb alle Kundenprozesse und Tickets durchgängig digital anbieten. Im Zuge dieser Strategie entwickelte WSW mobil gemeinsam mit HanseCom die neue WSW move App, die ihren Kunden sämtliche Einzel- und Zeittickets, den E-Tarif eazy.nrw und alle Abonnements einschließlich Deutschlandticket zur Verfügung stellt. In weiteren Schritten ist geplant, die App um zusätzliche Wuppertaler Mobilitätsdienste wie Car-Sharing, On-Demand-Verkehr und E-Scooter zu erweitern.

Einen ganz ähnlichen Ansatz verfolgt Stadtbüs Gütersloh. Geschäftsführer Ralf Libuda möchte durch schnelle Digitalisierungsschritte den Zugang zum ÖPNV vereinfachen und dadurch Stammkunden begeistern und Neukunden gewinnen. Gemeinsam mit HanseCom brachte das Unternehmen im Sommer 2022 die Stadtbüs-App auf den Markt und baut sie derzeit sukzessive zu einer Mobilitätsplattform-App aus.

Sein Verkehrsunternehmen verfolgt ein äußerst ehrgeiziges Ziel: Michael Beer, Vertriebsleiter der Berliner Verkehrsbetriebe (Quelle: HanseCom).





Rund 180 Teilnehmerinnen und Teilnehmer sorgten für eine Rekordbeteiligung (Quelle: HanseCom).

Aktuell stellt die Lösung ihren Nutzern das ÖPNV-Angebot von Stadtbuss Gütersloh und das Deutschlandticket zur Verfügung, künftig werden Services wie E-Roller, Car-Sharing und On-Demand-Shuttle hinzukommen. Ziel ist es, sämtliche Mobilitätsangebote in Gütersloh auf einer einzigen Plattform zu bündeln.

Wie so viele Verkehrsunternehmen wurde auch die Bremer Straßenbahn durch die kurzfristige Einführung des Deutschlandtickets vor große Herausforderungen gestellt. Wie Kim Rebecca Hubben, Fachbereichsleiterin Kundenbetreuung, erläuterte, half dem Unternehmen seine Digitalisierungsstrategie dabei, sie zu meistern. Zusammen mit HanseCom hatte es für 2022 bereits eine App für seine Abonnements geplant, als das Deutschlandticket kam und die Planungen auf den Kopf stellte. Die Bremer Straßenbahn war zwar gezwungen, die App und auch ihre Bestandsprodukte neu auszurichten, konnte aber durch die bereits getätigten Vorarbeiten ihren Kunden das Deutschlandticket rechtzeitig zum Verkaufsstart anbieten.



Warb für mehr Sichtbarkeit von Frauen in der Mobilitätsbranche: Ronja Wagner vom Netzwerk „Women in Mobility“ (Quelle: HanseCom).

Ehrgeizige Ziele, organisatorische Innovationen und erfolgreiches Großkundengeschäft

Die Berliner Verkehrsbetriebe haben sich laut Vertriebsleiter Michael Beer ein äußerst ehrgeiziges Ziel gesetzt. Jeder der rund zwei Millionen Berliner Haushalte soll künftig ein Abo der BVG besitzen – derzeit verzeichnet das Verkehrsunternehmen rund 1,2 Millionen Abonentinnen und Abonnten. Als elementaren Erfolgsfaktor für das Erreichen dieses Ziels sehen die BVG die weitere Digitalisierung ihres Vertriebs. Eine wichtige Grundlage dafür legten sie in einem wahren Mammutprojekt, das sie vor kurzem erfolgreich abschließen konnten: Die Einführung des Kundenmanagement- und Vertriebshintergrundsystem PTnova und die damit verbundene Migration von rund 1,8 Millionen Kundenverträgen.

Für Innovationen sind auch die Wiener Linien bekannt. So starteten sie beispielsweise vor Kurzem gemeinsam mit Unterstützung von HanseCom eine komplett digitale Variante ihrer Jahreskarte. Aber auch intern geht das Unternehmen neue Wege, wie Dominik Karall, Head of IT-Management & Services, zeigte. Um eine effizientere und effektivere Weiterentwicklung von Produkten zu gewährleisten, führten die Wiener Linien das Spotify-Modell ein. Bei diesem Organisationsmodell des Musik-Streaming-Anbieters Spotify gibt es keine Projekt-, sondern Produktteams, die sowohl für die Weiterentwicklung als auch den Betrieb von Produkten zuständig sind. Übergaben zwischen diesen beiden Bereichen entfallen dadurch. Die Wiener Linien konnten seit der Einführung dieses Modells viele positive Effekte auf den Kundennutzen wahrnehmen und messen. So verbesserten sich beispielsweise die Nutzerbewertungen der Mobilitäts-App Wien Mobil noch einmal massiv.

Wie sich mit dem Deutschlandticket das Großkundengeschäft stärken lässt, demonstrierte Marcel Hebler, Bereichsleiter Vertrieb und Tarif bei Rhein-Neckar-Verkehr. Das Verkehrsunternehmen bietet das Deutschlandticket-Job in verschiedenen Subventionshöhen und reichert es mit zahlreichen zusätzlichen Services für Unternehmen und Arbeitnehmer an. Diese erstrecken sich von der Entlastung der Lohnbuchhaltungen, über Beratungstage und regionale Mobilitätsnews für die Partnerunternehmen hin zu einem Kosten- und CO₂-Rechner sowie Standortanalysen. Im Vergleich zu dem früheren verbundweiten Jobticketangebot konnte das Verkehrsunternehmen erhebliche Zuwächse bei Firmenkunden und Jobticketnutzern verzeichnen.

Hochkarätige Runde aus ÖPNV und Klimaaktivistinnen debattiert die Verkehrswende

Ein Highlight des Events war auch dieses Mal wieder die Podiumsdiskussion. Unter Leitung von Ulrich Sieg, Beiratsvorsitzender HanseCom und ehemaliger Vorstand der Hamburger



Eine hochkarätige Runde diskutierte den aktuellen Stand der Verkehrswende. Von links nach rechts: Henrik Falk, Vorstandsvorsitzender der Hamburger Hochbahn; Annika Rittmann, Sprecherin von Fridays for Future Deutschland; Ingo Wortmann, Präsident des VDV; Ulrich Sieg, Beiratsvorsitzender HanseCom und ehemaliger Vorstand der Hamburger Hochbahn; Lea Rhein, Klimaaktivistin der Letzten Generation; Ralph Birkenstock, Leiter Nahverkehrsmanagement bei WSW mobil (Quelle: HanseCom).

Hochbahn, debattierte eine hochkarätige Runde den aktuellen Stand der Verkehrswende. Dazu zählte VDV-Präsident Ingo Wortmann, der Vorstandsvorsitzende der Hamburger Hochbahn Henrik Falk, Ralph Birkenstock, Leiter Nahverkehrsmanagement bei WSW mobil, Lea Rhein, Klimaaktivistin der Letzten Generation und Annika Rittmann, Sprecherin von Fridays for Future Deutschland.

Die Runde war sich einig, dass insbesondere im ländlichen Raum ein breiteres Angebot an geteilter und nachhaltiger Mobilität erforderlich ist, damit das Deutschlandticket seine Wirkung voll entfalten kann. Für das Gelingen der Verkehrswende sehen die Diskutanten den Bund und die Verkehrsunternehmen gemeinsam in der Verantwortung. Die Verkehrsunternehmen haben für ihre jeweiligen Regionen zwar bereits tragfähige Ideen und Pläne für die Verkehrswende entwickelt, die ungeklärte Finanzierung bereitet ihnen allerdings Sorgen – insbesondere vor dem Hintergrund des 60-Milliarden-Lochs im Klimafond der Bundesregierung. Die Branche brauche dringend Zuverlässigkeit und finanzielle Planbarkeit.

Vorträge von HanseCom, INIT und Partnern runden die Veranstaltung ab

Vorträge von HanseCom, INIT und Partnern der Veranstaltung rundeten das reichhaltige Programm ab. Michael Gross, Geschäftsführer von Metamorphio, drang darauf, das Angebot des ÖPNV zu erweitern, seine Kosten durch Prozessoptimierungen zu senken und seine Einnahmen zu sichern. Jörg Wolff, Geschäftsführer der Information Consulting Group, gab Tipps für einen leistungsstarken Vertrieb, der sich durch Automatisierung, Datengetriebenheit und Digitalisierung auszeichnet. Kristina Grodt, Sales & Business Development Manager bei ioki, zeigte auf, wie mit On-Demand-Shuttles die erste und

letzte Meile attraktiv gestaltet werden können und erläuterte Ansätze zu ihrer Integration in den öffentlichen Nahverkehr.

Manuel Quinting, Director Research & Product Strategy bei INIT gab Einblick in aktuelle Forschungsprojekte für einen zukunftsfähigen ÖPNV. Diese reichen von Lösungen für automatisiertes und vernetztes Fahren über den Einsatz von KI in Leitstellen und Mobility-On-Demand-Plattformen bis hin zu biometrischen Verfahren beim Ticketing. Sarah Reichert, Business Development Manager bei HanseCom, zeigte auf, wie Betriebliches Mobilitätsmanagement ein Hebel für die Verkehrswende sein kann. Mit Mobilitätsbudgets als Alternative zum Firmenwagen können Unternehmen einen erheblichen Beitrag zur Verringerung des motorisierten Individualverkehrs leisten und sich obendrein als attraktiver und nachhaltiger Arbeitgeber präsentieren.

Ganz neu auf der Veranstaltung war das Format „Auf den Punkt“, bei dem drei Organisationen in fünfminütigen Kurzbeiträgen ihre Missionen präsentierten. Die Projektionisten demonstrierten dabei, wie Sprach-Assistenten für barrierefreie Mobilitäts-Apps sorgen, Women in Mobility warb für mehr Sichtbarkeit von Frauen in der Mobilitätsbranche und die Letzte Generation machte sich eindringlich für mehr Klimaschutz stark.

Die Branche zeigt sich optimistisch

Insgesamt präsentierte sich die Branche auf der Veranstaltung anpackend und zuversichtlich. Trotz zahlreicher Herausforderungen und finanzieller Unsicherheiten geht sie die Aufgabe der Verkehrswende mit großem Engagement, innovativen Konzepten und viel Optimismus an.

Das nächste HanseCom Forum findet am 21. und 22. November 2024 in Hamburg statt.