

by FAIRTIQ

Flexibilität als Kundenbedürfnis im ÖV

Corona verändert das Nutzungsverhalten der ÖV-Kunden...
...oder verstärkt die Pandemie nur Megatrends, die sich schon lange
abzeichneten?



Verkehrsunternehmen sehen sich zu Corona-Zeiten in der Krise. Zu Recht, denn der Anteil des ÖV am Modal Split, ist um etwa ein Drittel zurückgegangen. In vielen europäischen Städten wurden Rückgänge von bis zu 95% verzeichnet.¹

In diesem Whitepaper geben wir **Verkehrsunternehmen einen Überblick über veränderte Kundenbedürfnisse aufgrund der Corona-Pandemie**. Zusätzlich beziehen wir soziologische Megatrends mit ein, die sich in den letzten Jahren abzeichneten und nun durch Corona schneller an Relevanz gewinnen könnten. Wir stellen innovative Ansätze im ÖV vor und geben Tipps wie Sie Corona-bedingte Entwicklungen und Verhaltensänderungen in ihr Angebots- und Serviceportfolio einbeziehen und wie FAIRTIQ Sie dabei unterstützen kann.

¹ Vgl. apple.com; URL: <https://www.apple.com/covid19/mobility> [Zuletzt besucht am: 17.06.2020]

Inhaltsverzeichnis

- 4** Wie soziologische Megatrends Mobilitätsverhalten grundlegend verändern
 - 5** Der Corona-Effekt im Mobilitätsverhalten
 - 6** Was Kunden jetzt wollen
 - 7** Verändertes ÖV-Verhalten zeichnete sich schon vor Corona ab
 - 7** Antworten des ÖV auf neue Kundenansprüche
 - 11** Wie FAIRTIQ ÖV-Unternehmen unterstützt
-

Wie soziologische Megatrends Mobilitätsverhalten grundlegend verändern

Megatrends wie New Work, Konnektivität und Mobilität² sollten Unternehmen auf dem Schirm haben, um die Bedürfnisse ihrer Kunden besser zu verstehen.

“Nicht mehr arbeiten, um zu leben und nicht mehr leben, um zu arbeiten.”



“Nicht mehr arbeiten, um zu leben und nicht mehr leben, um zu arbeiten.” Dieser Leitspruch beschreibt **den Megatrend “New Work”**. Digitalisierung und neue technische Entwicklungen nehmen uns immer mehr lästige und monotone Arbeit ab. So werden neue Arbeitsweisen möglich, und immer mehr Menschen verlangen Flexibilität in allen Lebensbereichen, denn sie wollen spontan und frei sein.

Der Megatrend “Konnektivität” beschreibt das Prinzip der digitalen Vernetzung, die erst die Grundlage für viele dieser neuen Lebens- und Arbeitsweisen bildet. Menschen können von überall aus arbeiten, im Homeoffice bleiben oder als “digitale Nomaden” leben.

Der Megatrend Mobilität umschreibt die Vielfalt an Mobilitätsformen sowie den steigenden Mobilitätsbedarf auf der ganzen Welt – wir leben in einem multimobilen Zeitalter.³

² Vgl. zukunftsinstitut.de; URL: <https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrends/> [Zuletzt besucht am: 17.06.2020]

³ Vgl. zukunftsinstitut.de; URL: <https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrends/> [Zuletzt besucht am: 17.06.2020]

Der Corona-Effekt im Mobilitätsverhalten

“Bleiben Sie zu Hause, meiden Sie den öffentlichen Verkehr.”

Überall auf der Welt war dies wochenlang einer der Leitsätze von Verwaltungen und Regierungen, um die Bürger vor einer COVID-19-Infektion zu schützen. Die Menschen hielten sich daran – viele auch nach dem Ende der angeordneten Einschränkungen.

“Laut Experten werden sich die Fahrgastzahlen wohl nicht so schnell wieder auf Vorjahresniveau stabilisieren, das wird eine ganze Weile dauern”, meint Michael Neugebauer, Geschäftsführer der Göttinger Verkehrsbetriebe im Gespräch mit FAIRTIQ.⁴

Die mittel- bis langfristigen Auswirkungen von Corona auf das Verkehrsverhalten sind momentan noch schwer zu diagnostizieren, denn angekommen im “New Normal” sind wir noch nicht. Das statistische Bundesamt in Deutschland hat für das **erste Quartal 2020 einen Rückgang der ÖV Nutzung von 9%** vermerkt. Für die Daten werden regelmäßig rund 800 große Verkehrsunternehmen in Deutschland befragt.⁵

⁴Link zum interview; URL: <https://fairtiq.com/de-ch/blog/fairtiq-hinter-den-kulissen-zu-besuch-bei-unserem-partner-goebv>

⁵Destatis.de (2020); URL: https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2020/05/PD20_N025_461.html [zuletzt besucht am 30.06.2020]



Fakt ist jedoch, dass der Individualverkehr – etwa mit dem **Fahrrad, dem E-Scooter aber auch dem Auto** – angestiegen ist.⁶ Viele Menschen mussten in Kurzarbeit gehen, haben ihren Job verloren oder bleiben im Homeoffice. Schüler-, Ausbildungs- und Pendlerverkehre gingen zurück oder blieben ganz aus. Monatskarten und Abonnements wurden gekündigt oder nicht verlängert.⁷ Weil diese Veränderungen plötzlich und schnell kamen, müssen ÖV-Unternehmen jetzt schnell reagieren, um verlorene Kunden zurückzugewinnen.

Fest steht: Der Kunde nach Corona ist nicht mehr der gleiche wie vor Corona. Er oder sie verlangt ein hohes Maß an Flexibilität bei Abonnements und Monatstickets. Und weil die Kunden im “New Normal”, das ja mittelfristig eher ein “No Normal” ist, ihr künftiges Mobilitätsverhalten noch gar nicht kennen, brauchen sie Tarife, die individuell auf ihre jeweiligen Anforderungen angepasst sind.

Auf den folgenden Seiten lesen Sie, wie FAIRTIQ ÖV-Unternehmen dabei unterstützt, auf neue Kundenbedürfnisse zu reagieren.

Was Kunden jetzt wollen⁸



⁶Vgl. mobilite.de; URL: <https://mobilite.de/aktuelles/corona-was-jetzt-zu-tun-ist-damit-der-oepnv-wieder-an-bedeutung-gewinnt/> [Zuletzt besucht am: 17.06.2020]

⁷Vgl. volders.de; URL: <https://www.volders.de/kuendigungen-in-der-krise> [Zuletzt besucht am: 17.06.2020]

⁸Vgl. mobilityinstitute.com; URL: <https://mobilityinstitute.com/publikationen/corona> [Zuletzt besucht am: 17.06.2020]

Verändertes ÖV-Verhalten zeichnete sich schon vor Corona ab

Wie zu Beginn beschrieben, zeichnen sich gesellschaftliche Megatrends wie New Work und Konnektivität schon lange ab. Homeoffice, flexible Arbeitszeit und ortsunabhängiges arbeiten gab es bereits vor Corona. Auch der Drang nach **Spontaneität und Flexibilität im Mobilitätsverhalten** ist, vor allem bei jüngeren Generationen seit längerem zu bemerken. Laut einer Studie des Mobility Institute Berlin (MIB) werden zwei Drittel der befragten Arbeitnehmer in Deutschland auch künftig öfter von zu Hause arbeiten.⁹

Antworten des ÖV auf neue Kundenansprüche

Es gibt zahlreiche innovative Ansätze im ÖV, die die hier besprochenen Trends, aber auch die Corona-bedingten Entwicklungen und Verhaltensänderungen in ihr Angebots- und Serviceportfolio einbeziehen. Im folgenden stellen wir einige Beispiele vor, die durch den Einsatz von FAIRTIQ realisiert werden konnten.

Capping im Verkehrsverbund Mittelthüringen (VMT) – das dynamische Wochenticket

Fahrgäste im VMT profitieren vom FAIRTIQ-Bestpreis für Fahrscheine nicht nur auf Tagesbasis, sondern erstmals auch auf Wochenbasis. Der Start wurde um einige Tage vorverlegt, um Fahrgästen in Zeiten der Corona-Pandemie den kontaktlosen Fahrscheinkauf zu ermöglichen. Pro Kunde werden alle Fahrten eines Tages zusammengerechnet, sodass am Ende nie mehr als der Preis einer Tageskarte fällig wird. Nach dem gleichen Prinzip wendet FAIRTIQ im VMT erstmals auch die Bestpreisgarantie auf Wochenbasis an und überwindet damit die im ÖV noch weit verbreitete Vorstellung, dass Zeitkarten-Preise nur per Vorkasse erworben werden können. Abgesehen von ihrem hohen spezifischen Nutzen während des "No Normal" der Corona-Zeit entsprechen solche Cappings auch

den vorher genannten Megatrends bzw. den sich stark wandelnden Arbeits- und Lebensformen wie Teilzeitarbeit oder Homeoffice.¹⁰

Grundsätzlich kann das Capping-Modell auf Tages-, Wochen-, Monats- und sogar Jahresbasis angeboten und in die FAIRTIQ-App implementiert werden. So lassen sich verlorene Abokunden wiedergewinnen, denn sie können nun beides haben: ein Cappingticket oder eben nur ein Einzelticket, je nachdem wieviel sie unterwegs sind. Das auf Mobilität spezialisierte Beratungsunternehmen [civity](#) schreibt, dass angesichts der andauernden Corona-Pandemie viele Abokunden auf Einzeltickets umsteigen werden.¹¹

⁹ Vgl. [mobilityinstitute.com](https://mobilityinstitute.com/publikationen/corona); URL: <https://mobilityinstitute.com/publikationen/corona> [Zuletzt besucht am: 17.06.2020]

¹⁰ Vgl. [fairtiq.com](https://fairtiq.com/de-ch/blog/vorgezogener-launch-im-vmt-kontaktlose-zur-fahrkarte-dank-fairtiq); URL: <https://fairtiq.com/de-ch/blog/vorgezogener-launch-im-vmt-kontaktlose-zur-fahrkarte-dank-fairtiq> [Zuletzt besucht am: 17.06.2020]

¹¹ Vgl. [civity.de](https://civity.de/de/news/2020/04/corona-szenarien-f%C3%BCr-den-oeprn/); URL: <https://civity.de/de/news/2020/04/corona-szenarien-f%C3%BCr-den-oeprn/> [Zuletzt besucht am: 17.06.2020]

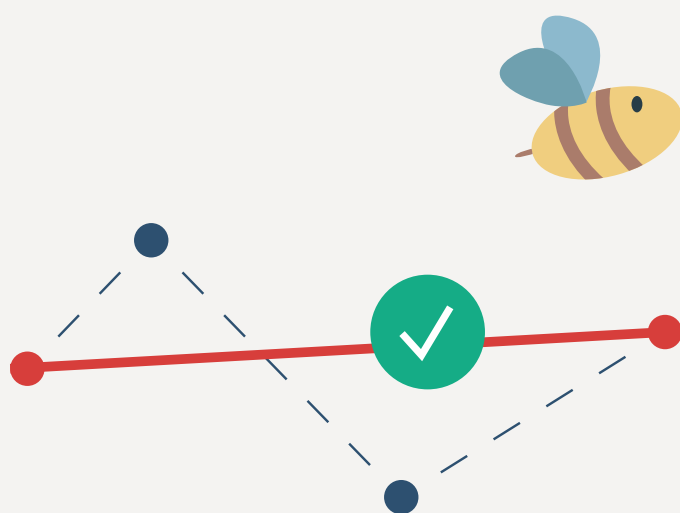
Unter dem Motto: “Klima, Tiere, bunte Vielfalt” fand 2020 die Umweltwoche in Vorarlberg statt.

Neben zahlreichen Events und Aktionen wurde ein vergünstigtes Wochenticket zur Nutzung des Vorarlberger Verkehrsverbunds angeboten. **Für nur 14€ sollten mehr Menschen zur Nutzung des ÖV motiviert werden.** Auch über die FAIRTIQ-App, die in der Region im Einsatz ist und auf der sich Tarife jederzeit flexibel anpassen lassen, konnten die Fahrgäste erstmals von diesem vergünstigten Tarif profitieren.

Luftlinientarif in Göttingen

Von Seiten der Politik gab es einen Antrag, dass in Göttingen ein Kurzstreckentarif eingeführt werden soll. Da die GöVB allerdings gerade daran arbeitete, den direkten Verkauf bei den Busfahrern zu reduzieren, musste eine andere Lösung her - der Luftlinientarif mit der FAIRTIQ

Technologie. Als Berechnungsgrundlage dient beim Luftlinientarif nicht die tatsächlich zurückgelegte Strecke, sondern nur die Luftlinie zwischen Einstiegs- und Ausstiegshaltestelle. Eine Capping-Grenze stellt zudem sicher, dass pro Tag maximal 6 Euro bezahlt werden müssen. In Göttingen läuft dieser Tarif schon seit Anfang 2019 sehr erfolgreich.¹²

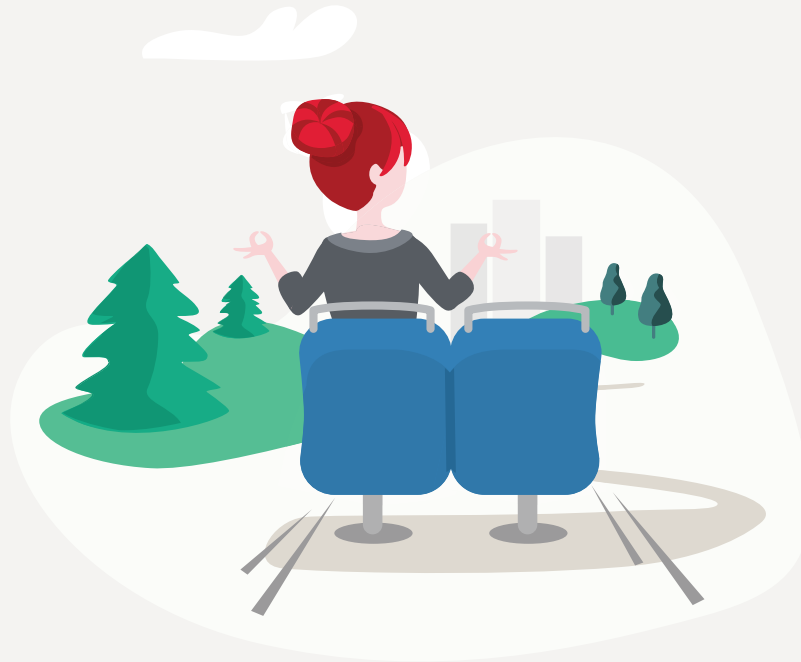


¹²Vgl. fairtiq.com; URL:<https://fairtiq.com/de-de/blog/neu-luftlinientarif-goettingen> [Zuletzt besucht am: 17.06.2020]



Was brauchen ÖV-Lösungen, um auf veränderte Kundenbedürfnisse zu reagieren?

Während des Lockdowns forderte die Bevölkerung maximale Flexibilität im Arbeits- und Familienalltag. Nun, sind die öffentlichen Verkehrsbetriebe an der Reihe, diesen Bedürfnissen passende Angebote gegenüberzustellen.



Mit günstigen Monatsabos lässt sich wohl noch eine ganze Weile nicht mehr punkten, denn es ist zu erwarten, **dass es länger als ein Jahr dauern wird, bis die Nutzung von Bus, Zug und Tram wieder ein gewohntes Niveau erreicht**, wie das Beratungsunternehmen civity schreibt. Flexible Tarife können deswegen ÖV-Unternehmen helfen, verlorene Kunden zurückzugewinnen.



**Abo Kunden
müssen zurückge-
wonnen werden**



**Lösungen müssen
sofort einsetzbar
sein**



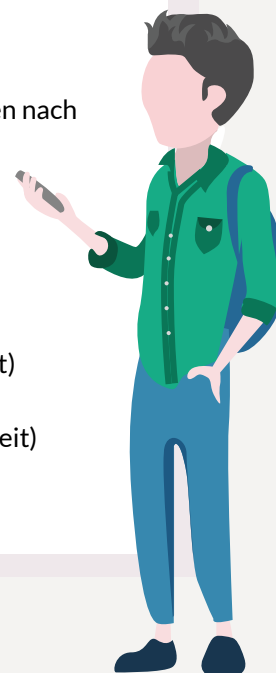
**Lösungen müssen
eine nachhaltige
Investition darstellen**



**Lösungen müssen
flexibel nutzbar
sein für Kunde**

Inspiration für Ihr Unternehmen: Welche Lösungen gibt es schon?

- Capping-Modelle
- Digitale Vertriebssysteme
- Ausbau des digitalen Kundenmanagements
- Flexibilität in Art des Transportmittels und Ticketangeboten
- Hygiene im ÖV
- Privatsphäre durch geringe Auslastung
- Angebote für Berufspendler, die nun mehr im Homeoffice sind
- Kundenbindung steigern mit passenden Botschaften, um Image des ÖV wieder zu steigern
- Zeigen, dass die Kundenbedürfnisse gehört und darauf reagiert wurde
- Bargeldloser und kontaktloser Vertrieb
- Digitale Angebote, die alle Kundengruppen ansprechen
- Dynamische und flexible Tarif-Produkte
- Proaktive und relevante Informationsbereitstellung für Kunden nach Lockdown
- Nutzungsbasierte Tarifmodelle¹³
- Kulanzregelungen für nicht genutzte Abo-Tickets¹⁴
- Angebote über die ganze Mobilitätskette (integrierte Mobilität)
- Einfache und maßgeschneiderte Angebote (Komfort, Einfachheit)



¹³Vgl. mobilityinstitute.com; URL: <https://mobilityinstitute.com/publikationen/corona> [Zuletzt besucht am: 17.06.2020]

¹⁴Vgl. verbaende.com; URL: <https://verbaende.com/news.php/OePNV-staerken-in-Corona-Zeiten-Nahverkehr-muss-Kundenbeduerfnisse-in-den-Fokus-stellen?m=134721> [Zuletzt besucht am 17.06.2020]

Wie FAIRTIQ ÖV-Unternehmen unterstützt

Laut Prof. Dr. Barbara Lenz, Direktorin des Instituts für Verkehrsforschung am Deutschen Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR), deutet vieles darauf hin, dass Auto und Fahrrad als präferierte Transportmittel aus der Corona-Krise hervorgehen werden. Sie sieht öffentliche Verkehrsunternehmen deswegen in der Pflicht, zu reagieren.¹⁵

Der Soziologe Andreas Knie vom Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB) erklärte in einem Interview mit der Süddeutschen Zeitung im Mai 2020, dass die Menschen bislang nicht glauben, dass die Verkehrswelt nach Corona eine völlig andere sein wird. Zugleich geht er davon aus, dass sie sich zumindest teilweise verändern wird und dass berufliche Fahrten, aufgrund von Homeoffice, um etwa 20 Prozent zurückgehen werden.¹⁶

“FAIRTIQ möchte ÖV Unternehmen, dabei unterstützen verlorene Kunden zurückzugewinnen und attraktive Angebote zu schaffen”

FAIRTIQ möchte ÖV Unternehmen, dabei unterstützen verlorene Kunden zurückzugewinnen und attraktive Angebote zu schaffen. FAIRTIQ ist **nicht nur ein innovatives und benutzerfreundliches Ticketsystem**, sondern bietet seinen Partnern auch die Möglichkeit, neue Konzepte für veränderte Kundenbedürfnisse zu erarbeiten.

Unsere Mitarbeiter stehen Ihnen mit **jahrelanger Erfahrung im ÖV** zur Verfügung und mit maßgeschneiderten Marketingmaßnahmen, Marktforschungsstudien und viel Branchenwissen unterstützen wir ÖV Unternehmen dabei, die Krise zu meistern.



¹⁵ Vgl. verkehrsforschung.dlr.de; URL: <https://verkehrsforschung.dlr.de/de/news/dlr-befragung-wie-veraendert-corona-unsere-mobilitaet> [Zuletzt besucht am: 17.06.2020]

¹⁶ Vgl. sueddeutsche.de; URL: <https://www.sueddeutsche.de/auto/corona-verkehrskonzept-mobilitaet-1.4905203> [Zuletzt besucht am: 17.06.2020]

Über FAIRTIQ

FAIRTIQ ist ein innovatives Schweizer Startup aus Bern mit dem Ziel, Reisen mit dem öffentlichen Verkehr so leicht wie möglich zu machen. Die von FAIRTIQ entwickelte und betriebene, gebührenfreie Ticketing-App kann bereits für den gesamten öffentlichen Verkehr in der Schweiz und in Liechtenstein sowie in Teilen Deutschlands und Österreichs genutzt werden. **Mit über 1 Mio. Fahrten pro Monat vor der Corona Krise und insgesamt bereits über 14 Mio. Fahrten** ist sie die weltweit erfolgreichste Check-in/Check-out-Lösung, verfügbar für iPhone und Android. Die Partner von FAIRTIQ sind Transportunternehmen und Verbände in der Schweiz, Deutschland, Österreich und Liechtenstein. Auch die SBB und die ÖBB setzen auf FAIRTIQ und nutzen die von FAIRTIQ betriebene Technologie in ihrer eigenen App.

So funktioniert eine Reise mit FAIRTIQ

Vor dem Einsteigen in Zug, Tram oder Bus checkt sich der Fahrgast in der App mit einer Wischbewegung ein. Damit hat er oder sie eine gültige Fahrkarte für den gesamten öffentlichen Verkehr in der entsprechenden Region. Am Zielort angekommen, beendet ein weiterer "Wisch" die Kostenerfassung. Die App erkennt die gefahrene Strecke anhand der Standortermittlung und verrechnet das preisoptimale Ticket. Falls der Wert einer Einzelfahrt den Preis für eine Tageskarte übersteigt, zahlt der Kunde nachträglich nur den günstigeren Tarif. Damit der Reisende nicht vergisst auszuchecken, erinnert ihn FAIRTIQ am Ende der Reise mittels Smartphone-Sensoren automatisch daran.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann vereinbaren Sie noch heute ein unverbindliches Beratungsgespräch mit uns. Wir freuen uns Sie kennenzulernen und gemeinsam erfolgreich unterwegs zu sein.



Reto Schmid

Director Business Development

reto.schmid@fairtiq.com



Paula Ruoff

Business Development

ManagerGermany

paula.ruoff@fairtiq.com



Wenn Sie mehr über die FAIRTIQ-Lösung erfahren wollen besuchen Sie doch unseren Blog und abonnieren Sie unser [Business-Update!](#)

Quellenangaben:

apple.com; URL: <https://www.apple.com/covid19/mobility> [Zuletzt besucht am: 17.06.2020]

civitiy.de; URL: <https://civitiy.de/de/news/2020/04/corona-szenarien-f%C3%BCr-den-oePNV/> [Zuletzt besucht am: 17.06.2020]

destatis.de (2020); URL: https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2020/05/PD20_N025_461.html [zuletzt besucht am 30.06.2020]

fairtiq.com; URL: <https://fairtiq.com/de-ch/blog/vorgezogener-launch-im-vmt-kontaktlose-zur-fahrkarte-dank-fairtiq> [Zuletzt besucht am: 17.06.2020]

fairtiq.com; URL: <https://fairtiq.com/de-de/blog/neu-luftlinientarif-goettingen> [Zuletzt besucht am: 17.06.2020]

mobilitate.de; URL: <https://mobilitate.de/aktuelles/corona-was-jetzt-zu-tun-ist-damit-der-oePNV-wieder-an-bedeutung-gewinnt/> [Zuletzt besucht am: 17.06.2020]

mobilityinstitute.com; URL: <https://mobilityinstitute.com/publikationen/corona> [Zuletzt besucht am: 17.06.2020]

sueddeutsche.de; URL: <https://www.sueddeutsche.de/auto/corona-verkehrskonzept-mobilitaet-1.4905203> [Zuletzt besucht am: 17.06.2020]

tagesspiegel.de; URL: <https://www.tagesspiegel.de/wirtschaft/ansteckungsgefahr-in-bus-und-bahn-wie-sieht-die-zukunft-des-oePNV-in-der-pandemie-aus/25764194.html> [Zuletzt besucht am: 17.06.2020]

verbaende.com; URL: <https://verbaende.com/news.php/OePNV-staerken-in-Corona-Zeiten-Nahverkehr-muss-Kundenbeduerfnisse-in-den-Fokus-stellen?m=134721> [Zuletzt besucht am 17.06.2020]

verkehrsforschung.dlr.de; URL: <https://verkehrsforschung.dlr.de/de/news/dlr-befragung-wie-veraendert-corona-unsere-mobilitaet> [Zuletzt besucht am: 17.06.2020]

volders.de; URL: <https://www.volders.de/kuendigungen-in-der-krise> [Zuletzt besucht am: 17.06.2020]

zukunftsinstitut.de; URL: <https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrends/> [Zuletzt besucht am: 17.06.2020]