DIGITALE VERNETZUNG im ÖFFENTLICHEN PERSONENVERKEHR

Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur

eTicketing und digitale Vernetzung
Steckbrief zu den Projektergebnissen (Stand 30.09.2018)

Langtitel / Kurztitel

INTER-mobil
INTERoperabilität und intermodale Verknüpfung öffentlicher Individualverkehrsmittel auf Basis der integrierten Mobilitätsplattform **Leipzig mobil**

Partner / Zuwendungsempfänger + assoziierte Partner

Leipziger Verkehrsbetriebe (LVB) GmbH

TU Dresden – Institut für Wirtschaft und Verkehr – Professur für Kommunikationswirtschaft – Forschungsgruppe Kommunikation und Mobilität

Kernziele und -thema des Projektes

Kernziel des Fördervorhabens ist die Erweiterung des multimodalen Angebots **Leipzig mobil** durch die Einbindung flexibler, öffentlich zugänglicher MIV-basierter Verkehrsangebote zur

- Stärkung des ÖPNV-Angebots durch Ergänzung weiterer Mobilitätsdienstleistungen
- Fokussierung auf die Mobilitätsbedürfnisse potentieller Kunden
- Untersuchung und Entwicklung geeigneter Produkte rund um reale Mobilitätsszenarien
- Einstieg des Nutzers in eine multimodale Ersatzmobilität (Umweltverbund) weg vom Pkw

Erzielte Ergebnisse zum Projektabschluss Ende September 2018

- **Integration von weiteren regionalen Verkehrsträgern in die bestehende Mobilitätsplattform (Fokus auf Taxi- und Mietwagenleistungen)**
  - Die nahtlose **Integration von Taxi-Dienstleistungen** in die Mobilitätsplattform Leipzig mobil wurde im Juni 2018 mit dem Partner 4884 Funktaxi realisiert.
  - Im Projekt wurden Taxi-Produkte konzeptionell betrachtet. Nach Veröffentlichung des BGH-Urteils zur Preisgestaltung im Taxigewerbe können diese Konzepte im Anschluss bewertet und ggf. umgesetzt werden.
  - Herausforderungen: Schaffung von kombinierten Produkten mit Taxi durch bestehenden Rechtsrahmen (regulierte Preise lt. Beförderungsentgeltverordnung) limitiert
  - Nach ausführlicher Marktrecherche wurden für **die Integration von Mietwagen-Angeboten** in Leipzig mobil entsprechende Mietwagenunternehmen identifiziert, die Interesse signalisieren. Die Konzeption zur Einbindung in die Benutzeroberfläche wurde abgeschlossen. Aufbauend auf den im Projekt erzielten Ergebnissen erfolgt die kaufmännische Einigung und technische Integration eines oder mehrerer Partner.
  - Herausforderungen: dynamisches Marktumfeld – tlw. Neuausrichtung der Geschäftsmodelle der Partner anstehend

- **Integration von überregionalen Verkehrsträgern (Fernverkehr) in die Mobilitätsplattform**
  - Die Integration von Verkehrsträgern des Fernverkehrs erwies sich aufgrund der Monopolstellung der Akteure als komplex.
  - Eine erste Einigung zwischen dem Verkehrsverbund MDV und der Deutschen Bahn konnte zum Projektende erreicht werden, die technische Umsetzung ist teilweise abgeschlossen.
  - Herausforderungen: Ausrichtung und Fokus der Akteure auf europäischen Markt

- **Befähigung der Mobilitätsplattform zur überregionalen Anwendung (Mandantenfähigkeit, Whitelabeling)**
  - Identifizierung der Anforderungen (technisch, anbieterseitig und kundenseitig) an eine Whitelabel-Lösung
  - Aufbau einer Vermarktungsstrategie zum Angebot „Mobilitätsplattform als Lösung für andere Verkehrsunternehmen“: https://xity-mobil.de
  - Schaffung eines Tools zur Vereinheitlichung von Datenformaten der Mobilitätspartner im Abrechnungsprozess, dieses schafft zudem die Voraussetzung zur abrechnungstechnischen Umsetzung von kombinierten Produktangeboten
  - Schaffung einer Mandantenfähigkeit im ÖPNV-Modul von Leipzig mobil
  - Herausforderungen: Unterschiede zw. anderen Verkehrsunternehmen und den LVB bzgl. vorhandener System- und Partnerlandschaft, Datenflüssen, Geschäftsmodellen, Anforderungen an Funktionsumfang und Layout einer App können zu erheblichem Customizing-Aufwand führen

- **Marktforschung, Konzeption, Bewertung und Einführung kombinierter, intermodaler Produkte**
  - Im Rahmen eines zweistufigen Befragungskonzepts wurden Erkenntnisse zur Marktakzeptanz und -relevanz kombinierter Mobilitätspakete (Pakete mit Inklusivleistungen bis hin zur „Flatrate“) eruiert.
  - Die Ergebnisse zeigen, dass das Thema Multimodalität auch vom Endkunden diskutiert und positiv eingeschätzt wird. Die ÖPNV-affine Probandengruppe in Leipzig steht der geteilten Mobilität noch zurückhaltend gegenüber, es besteht aber prinzipiell eine Nutzungsbereitschaft.
  - Die Idee von kombinierten Mobilitätspaketen wird sehr positiv von den Probanden aufgenommen. Eine generell hohe Preissensibilität sowie fehlende Zahlungsbereitschaft für großvolumige Pakete wurde festgestellt. Produkte mit inkludiertem Monatsabonnement und Bikesharing-Anteil stechen positiv hervor.
  - Aufbauend auf den Ergebnissen werden Vertriebsansätze geprüft und in einen Produktentwicklungsprozess überführt
  - Herausforderung: Akquise von hinreichend großer Stichprobe von regelmäßigen Nutzern von multimodalen Angeboten für wiss. Umfragen
  - Veröffentlichung: „Kurzauswertung: Mobilität im Paket - Präferenzen und Zahlungsbereitschaft kombinierter Produkte“ von der TU Dresden

- **Übergeordnete Arbeiten und Ergebnisse**
  - Die Usability-Analyse liefert Handlungsempfehlungen für die Überarbeitung der Leipzig mobil-App bzgl. Design und Funktionen, auch in Hinblick auf die Einbindung weiterer Partner und das Whitelabeling. Die Umgestaltung des App-Frontends erfolgt im Anschluss aufbauend auf den gewonnenen Erkenntnissen
  - Die Umfrage zu den Mobilitätsstationen in Leipzig dokumentiert das Potenzial und die Akzeptanz durch die Leipziger Bevölkerung sowie den dort angebotenen Sharing-Angeboten
  - Veröffentlichung: „Mobilitätsstationen in Leipzig – Eine Bestandsaufnahme nach zwei Betriebsjahren“ gedruckt und online verfügbar unter: https://tu-dresden.de/bu/verkehr/ivw/kom/forschung/mobilitaetsstationen

- **Lessons Learned:**
  - Großes Interesse bei Verkehrsunternehmen multimodale Angeboten zu platzieren
  - Um multi- und intermodale Produkte anzubieten, sind Wechselwirkungen aus regulierten Tarifen (ÖPNV, Taxi) und freiem Markt (Bike- und Carsharing) zu berücksichtigen – Kombinationsprodukte mit preislichen Vorteilen sind nur unter Beachtung der tarifrechtlichen Vorgaben umsetzbar

- Endkundenmarkt für Multimodalität bisher wenig erschlossen, daher nur wenige statistische Daten als Ausgangsbasis für Weiterentwicklung vorhanden
- Kunden erwarten klar erkennbaren Mehrwert von multi- und intermodalen (Kombinations-) Produkten
- Kooperationen in Märkten mit starker Monopolisierung bzw. starker Marktmacht (europa-/ weltweit agierende Unternehmen) herbeizuführen nicht trivial
- Leipzig mobil-Geschäftsmodell in seiner Ausprägung einer Vollintegration wird nicht von allen potenziellen Kooperationspartnern als attraktiv empfunden
- Zeitliche Restriktionen sind in Projektkonzeption zu berücksichtigen:
  - Akquise und Abstimmung mit möglichen Kooperationspartnern aufgrund interner Entscheidungsfindungsprozesse auf beiden Seiten tlw. langwierig
  - Technische Umsetzung aufgrund der Komplexität einer Plattformlösung fortwährend mit unvorhergesehenen Schwierigkeiten konfrontiert, deren Lösung Zeit erfordert – dies betrifft sowohl die Plattform selbst als auch die angeschlossenen Systeme
  - Beschränkte personelle Ressourcen im IT-Bereich– lange Beauftragungsfristen