

## Ein einheitlicher Vertriebskanal für verschiedene Regionen und Ballungsräume:

### Das gemeinsame Handy-Ticket Pilotvorhaben von VDV Mitgliedsunternehmen

Das Handy ist aus unserer Gesellschaft nicht mehr wegzudenken. Der BITKOM Studie (Edition 2006) „Daten zur Informationsgesellschaft“ lassen sich zur Verbreitung von Handys in Deutschland folgende Fakten entnehmen:

*95 Mobilfunkverträge kamen 2005 auf 100 Einwohner in Deutschland. Ein Ende des Handy-Booms ist noch nicht abzusehen. Die mobile Kommunikation wächst weiter, im vergangenen Jahr um immerhin 9 Prozent.*

Aufgrund dieser enormen Verbreitung des Handys in der Bevölkerung sowie der Entwicklung zu einem immer leistungsfähigeren mobilen Endgerät, wird das Handy auch für den ÖPV immer interessanter. Beim Handy-Ticket setzt man also auf ein Medium (inklusive der nötigen Infrastruktur), welches der Kunde bereits in der Tasche hat.

Im Vertrieb streben die Verkehrsunternehmen und Verkehrsverbünde eine Erhöhung der Wirtschaftlichkeit, dem Abbau von Zugangshemmnissen (z.B. Ticketkauf jederzeit möglich) und eine Steigerung des Komforts (z.B. durch die Verknüpfung von Information und Ticketkauf) für die Kunden an. Das Handy-Ticket bietet die Chance, diese Ziele zu erreichen, aber es müssen auch noch einige offene Fragestellungen gelöst werden. Dafür planen einige VDV Mitgliedsunternehmen einen gemeinsamen Piloten zu realisieren. Durch diesen gemeinsamen Ansatz lassen sich auf der einen Seite Synergien generieren, zugleich erhält der Kunde aber regionsübergreifend eine einheitliche Kundenschnittstelle in einem interoperabel nutzbaren Ticket System.

