

hvv

Vertriebskonzept

Stand September 2024



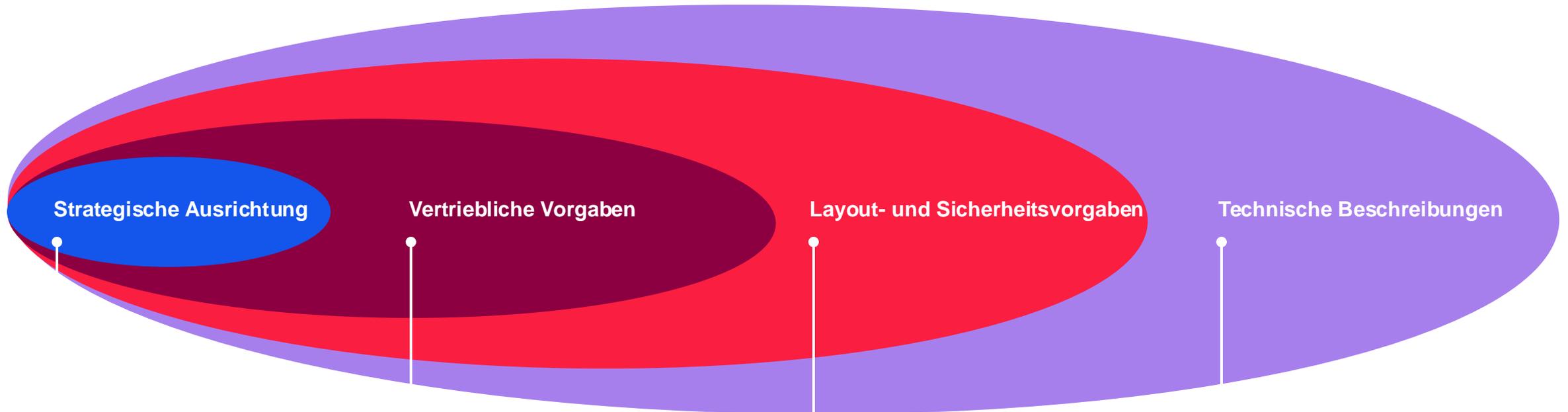
Bedeutung des hvv Vertriebskonzepts

Das hvv Vertriebskonzept ist die fachlich-technische Verbindung zwischen der hvv Vertriebsstrategie und dem operativen Vertrieb.

Es beinhaltet Ableitungen von Aktivitäten und Maßnahmen, die sich aus strategischer Konzeption bzw. Ausrichtung, Erfassung der Vertriebsziele und Planung ergeben.

Technische Mindestanforderungen sind in Anlagen beigefügt und sind Teil von Verkehrsverträgen.

Inhalt des hvv Vertriebskonzepts



- Erläutert das Zielbild.
- Aufzeigen der relevanten Verknüpfungen zur Vertriebsstrategie.

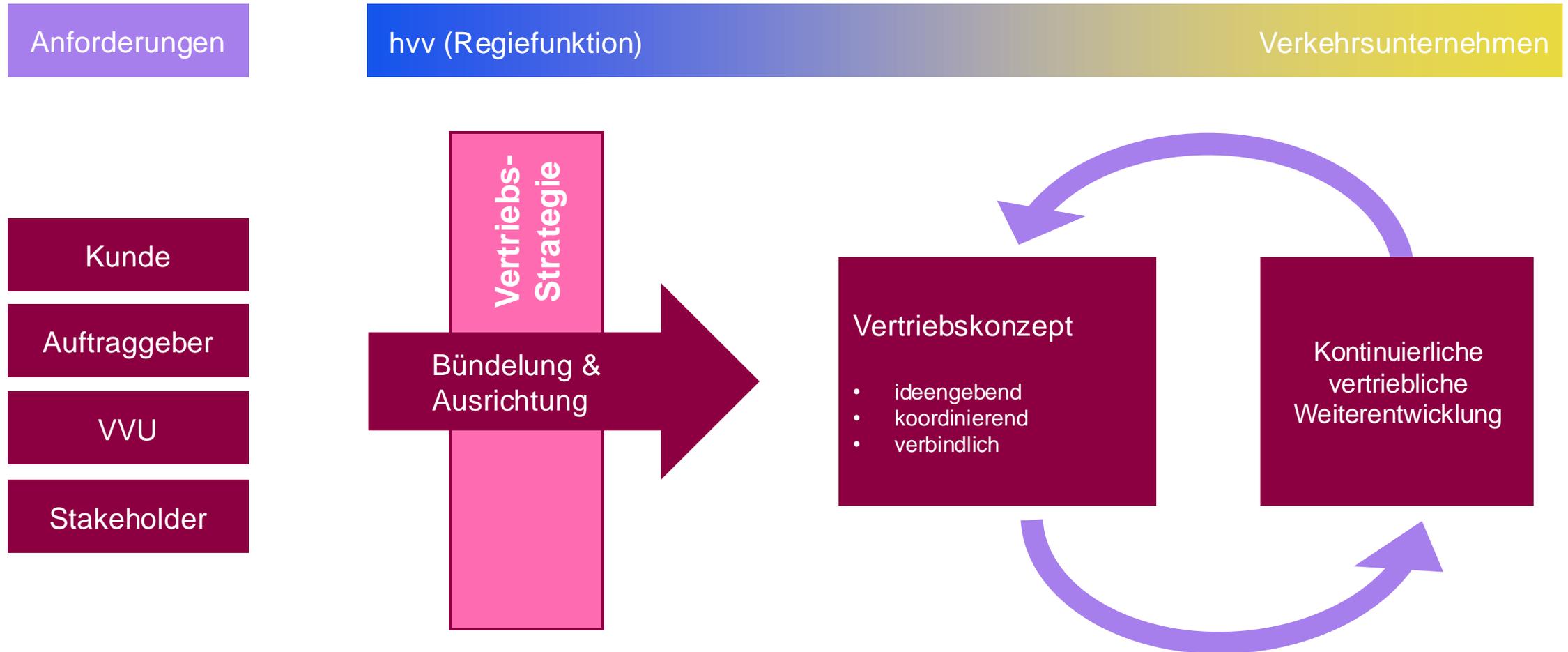
- Gibt vertriebliche Mindeststandards und Rahmenbedingungen vor.

- Enthält Anlagen zu Layoutvorgaben sowie zu Sicherheitsstandards.

- Beinhaltet Detailvorgaben und technische Beschreibungen in entsprechenden Anlagen.

Funktion des Vertriebskonzepts

Strategische Ausrichtung in die operative und kontinuierliche Weiterentwicklung tragen



Inhalt

1	Ziele des hvv Vertriebs	6
2	Rollendefinition im hvv Vertrieb	13
3	hvv Einnahmensicherung	16
4	Kundenkontaktpunkte im hvv Vertrieb	20
5	Zukünftige Systemlandschaft	30
6	Vorgaben Ausgabemedien	44
7	Allgemeiner Ausblick	50
8	Anlagen	54

Ziele des hvv
Vertriebs

> hvv

01

Der hvv Vertrieb soll allen Kund*innen einen zeitgemäßen und barrierearmen Zugang ermöglichen.

Das hvv Vertriebskonzept legt hierzu die Eckpunkte fest.



Externe Faktoren haben Einfluss auf die Entwicklung des hvv Vertriebs.

Politische Vorgaben, aber auch die sich beschleunigende digitale Transformationen der Gesellschaft und Technik verlangen tiefgreifende Veränderungen.



Strategische Anforderungen haben Einfluss auf die Gestaltung des hvv Vertriebs

Politische Anforderungen

- Reduzierung fossiler Energieverbrauch
- Mobilitätswende: Anteil des Umweltverbundes am Modal Split steigern

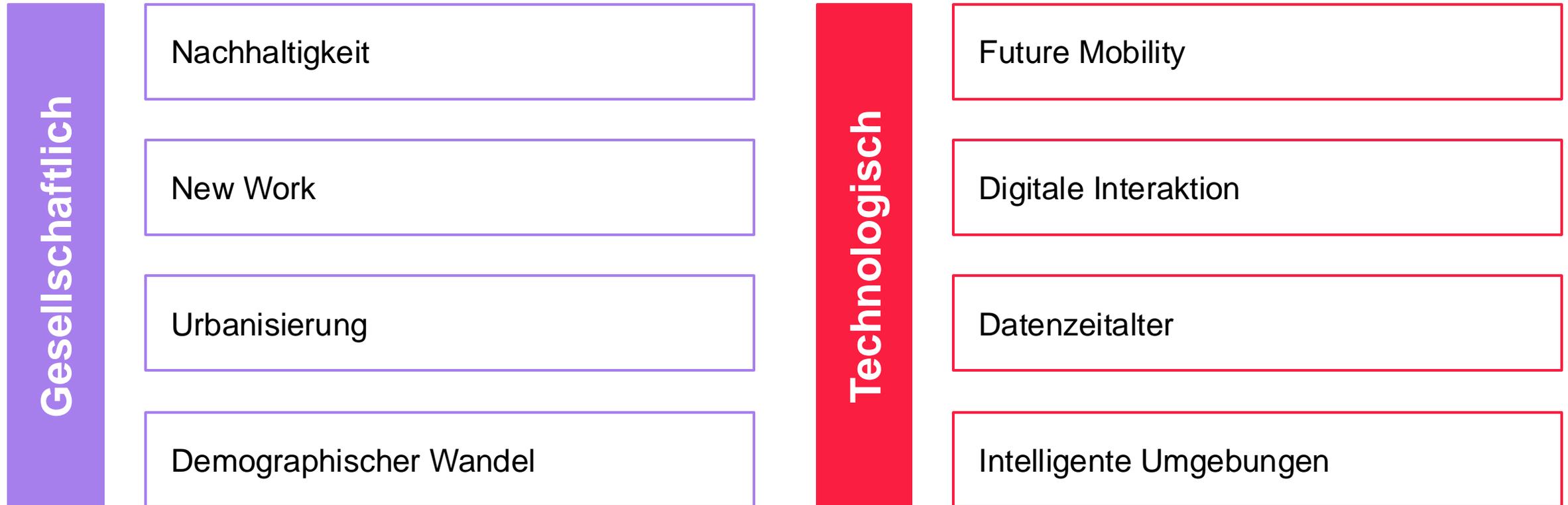
Hauptanforderungen an Vision und Strategie

- Schaffung nachhaltiger Strukturen, die ein durchgängiges Kundenerlebnis über alle Kundenschnittstellen und -kontaktpunkte gewährleisten

hvv Vertriebs- und Marketingvorgaben

- Fahrgastzahlerhöhung & Imageverbesserung
- Kundenzentrierung, Kundenbindung, Kundenneugewinnung

Globale Mega-Trends verändern die Anforderungen an die Mobilität und haben ebenfalls Einfluss auf den hvv Vertrieb



Digitalisierung im hvv Vertrieb

Definition

Im hvv Vertrieb sollen generell die digitalen und digital-gestützten Vertriebskanäle gestärkt werden.



Digitaler Vertrieb: Kundenzentrierung, Kundenbindung, Kundenservice

Als umfassender Ansatz, der die Verwendung von digitalen Technologien und Tools im gesamten hvv Vertriebsprozess verwendet, um einen zeitgemäßen und einfachen Zugang zu ermöglichen.

Digital-gestützter Vertrieb: Analyse, Effizienz, Kundenerlebnisse

Datenanalysen über den gesamten hvv Vertriebsprozess zur Unterstützung und Optimierung sowie um datenbasierte Entscheidungen treffen zu können. Kundenbeziehungsmanagement (CRM), Content Marketing, Kosten-Nutzen-Monitoring.

Online- bzw. mobiler Vertrieb: Nutzerzentrierung, Bedarfseffizienz

Ist ein spezifischer Teil des digitalen Vertriebs, der sich hauptsächlich auf den schnellen und ortsunabhängigen Verkauf anhand mobiler Technologien (Smartphones, Tablets, Wearables) und deren Anwendungen (Apps, Wallet) konzentriert, sowie Informationen in Echtzeit anbietet.

Bedeutung von „digitalisieren“ und „de-anonymisieren“ im hvv Vertrieb

Wir verstehen Digitalisierung als maximale Kundenzentrierung. Wir verwalten Daten und Services zentral, um diese unseren Kund*innen im benötigten Nutzungskontext einfach und intuitiv zur Verfügung zu stellen. Unabhängig vom Kundenkontaktpunkt sowie vom Kundenvertragspartner.

Bei der De-Anonymisierung geht es um das Verstehen von Verhaltensmustern, um unseren Kund*innen auf Wunsch passende Mehrwerte individuell anbieten zu können.

Rollendefinition im
hvv Vertrieb

> hvv

02

Rollendefinition im hvv Vertrieb

Aufgabenträger und hvv GmbH

Aufgabenträger

Die Aufgabenträger finanzieren neben den Kund*innen (via Fahrgeldeinnahmen) die Verkehrsleistung der Verbundverkehrsunternehmen.

Die Aufgabenträger stimmen sich mit der hvv GmbH ab und berücksichtigen die hvv Vertriebsstrategie und das hvv Vertriebskonzept innerhalb der Vorgaben im Zuge von Ausschreibungen und Verkehrsverträgen.

Die Verkehrsverträge stellen die verpflichtende Basis für die betroffenen Verbundverkehrsunternehmen dar und gelten vorrangig zum Vertriebskonzept.

hvv GmbH

Die hvv GmbH erarbeitet in Abstimmung mit den Verbundverkehrsunternehmen Rahmenvorgaben für den hvv Vertrieb. Der hvv Vertrieb umfasst die verbundkompatible Struktur, die Vertriebskanäle, das Erscheinungsbild der Kundenkontaktpunkte, die Fahrkartengestaltung, die technische Ausstattung sowie die Tarif- und Fahrplaninformationen.

Die hvv GmbH erarbeitet in Abstimmung mit den Verbundverkehrsunternehmen einheitliche Vorgaben für die Beförderungsbedingungen.

Rollendefinition zentrale Verbundaufgaben

ZVH

hvv GmbH führt zentrale
Verbundaufgaben aus

Die Verbundverkehrsunternehmen beauftragen die hvv GmbH, originäre Aufgaben der Verbundverkehrsunternehmen in ihrem Auftrag wahrzunehmen. Die Verbundverkehrsunternehmen als Auftraggeber finanzieren diese Aufgaben.

ZVU

Verbundverkehrsunternehmen führt
zentrale Verbundaufgaben aus

Die Verbundverkehrsunternehmen beauftragen ein Verbundverkehrsunternehmen in ihrem Auftrag zentrale Verbundaufgaben wahrzunehmen. Die Verbundverkehrsunternehmen finanzieren diese Aufgaben. In gesonderten Fällen können die Aufgabenträger direkt mit dem ZVU die Übernahme und Finanzierung von Aufgaben vereinbaren.

hvv
Einnahmensicherung

> hvv

03

Rollendefinition hvv Einnahmensicherung

hvv GmbH

- Vorgaben zu Prüfleistungen und Sicherstellung von deren Einhaltung
- Anforderungen an Prüf- und Fälschungssicherheit bei Ausgabemedien sowie Cloud-Ticketing
- Verbundweites Monitoring

AT

- Aufgabenträger erstellen Vorgaben zu Prüfleistungen, z.B. über Verkehrsverträge
- Enge Abstimmung mit hvv GmbH

ZVH

- Koordinierung der vorgegebenen Prüfleistungen und verbundweite Kommunikation
- Maßnahmenoptimierung; Vorgaben zur Prüfinfrastruktur; Weiterentwicklung Sicherheitsstandards
- Zentraler Ansprechpartner bei Betrugsfällen

ZVU

- Umsetzung der Sicherheitsstandards und -merkmale auf dem vom jeweiligen ZVU verantworteten Ausgabemedium
- Durchführung Fahrkartenprüfungen im Umland (Bus) durch ZVU vhh.mobility

VVU

- Detaillierte Ausarbeitung und Umsetzung der hvv Vorgaben
- Entscheidung über Sicherheitsstandards
- Durchführung von Fahrkartenkontrollen, Erlössicherung und EBE-Einzug

In 2024 wurde die Optimierung der Prüfprozesse beschlossen.

Vier thematische Säulen im Prüfkonzept 2.0 sollen die Einnahmensicherung zukunftsfähig und dynamischer machen.

Information & Evaluation

- Regelmäßiger Austausch mit hvv Prüfdiensten
- Laufendes Monitoring der Fahrgeldhinterzieherquote
- Überprüfung und ggf. Anpassung der Kennzahlen
- Anpassung der Prüfstunden an Rahmenbedingungen

Kommunikation

- Durchführung eines jährlichen Prüfmarathons sowie zusätzliche begleitende Kommunikationsmaßnahmen
- Regelmäßige Netzwerkveranstaltungen Prüfdienste
- Themenbezogene Kommunikation (z.B. Maßnahmen Personalgewinnung)

Innovation

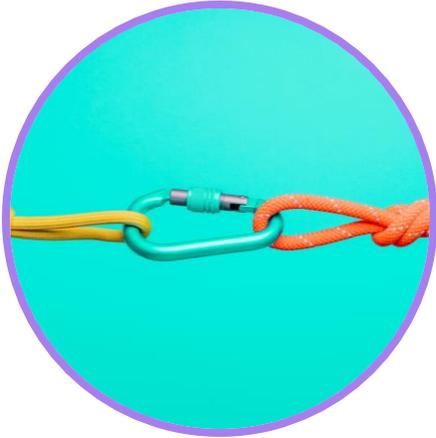
- Projekt Digitalisierung Prüfprozess (u.a. intelligente Lösungen zur Betrugsprävention, Kostenreduktion etc.)
- Scannen von Fördermöglichkeiten
- Überregionaler Austausch und Netzwerkarbeit

Region

- Aktualisierung der Ziele und Kennzahlen für die Umlandprüfdienste und den Bereich Schiene
- Entwicklung neuer Prüfansätze für das Umland
- Enger Austausch mit den Akteuren des ZVU Umlandprüfdienste

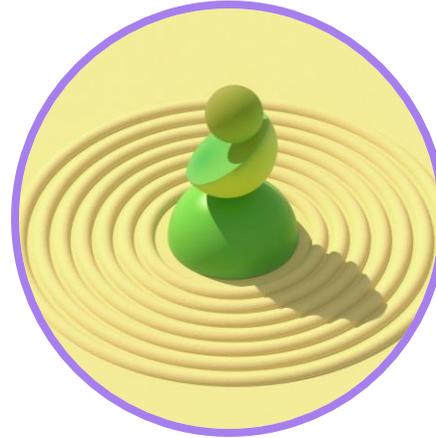
Vertrieb und Fahrkartenkontrolle

Abgeleitete Entwicklungen aus Prüfkonzept 2.0



Zentrales Kundenkonto

- Ableitung von Maßnahmen zur Betrugsprävention
- Optimierung des Prüfprozesses: Entwicklung von verbundweit standardisierten und vergleichbaren Prüfabläufen



Eine Vertriebsplattform

- Festlegung von Anforderungen an prüfbare Dateninhalte unter Berücksichtigung Datenschutz
- Definition von Schnittstellen zur gemeinsamen Datennutzung und Datenanalyse für die Fahrkartenkontrolle



Mobility as Experience

- Entwicklung und Erprobung neuer digitaler Services rund um die Fahrkartenprüfung
- Verbesserung des Kundenservice für alle geprüften Fahrgäste (Kundenerleichterung)
- Account Based Ticketing (ABT)

Kundenkontaktpunkte
im hvv Vertrieb

> hvv

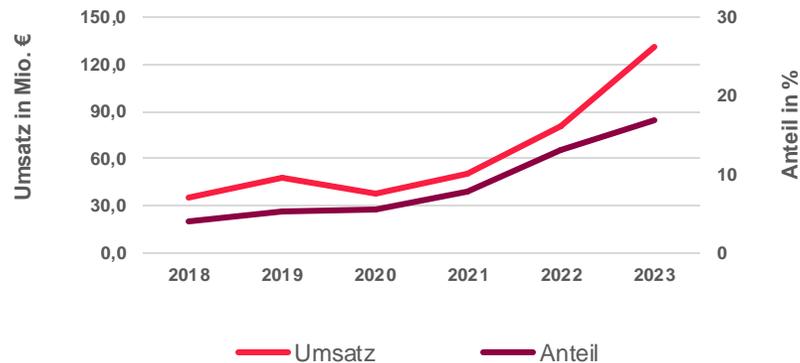
04

hvv App und hvv switch App (inkl. Abo)

Zuständig: ZVU HOCHBAHN; technische Anforderungen für VVU: siehe Anlagen

Kundenmehrwert: mobile Einfachheit und Multimodalität, ortsungebundener Spontan-Kauf

Entwicklung



- kontinuierlicher Einnahmestieg seit 2018 mit Ausnahme des Corona-Jahres 2020
- seit Mai 2023 Verkauf Abo (Deutschlandticket) in switch App
- Anteil an Gesamteinnahmen steigend

Produkte:

Einzel-, Tages- und Gruppenkarten

Wochen- und Monatskarten

Deutschlandticket (nur in hvv switch App)

Bezahlarten:

SEPA, PayPal, Kreditkarten

Ausblick:

- Beide Apps zu einer App zusammenführen
- Kontinuierlicher Ausbau der Funktionalitäten im Rahmen agiler Produktentwicklung

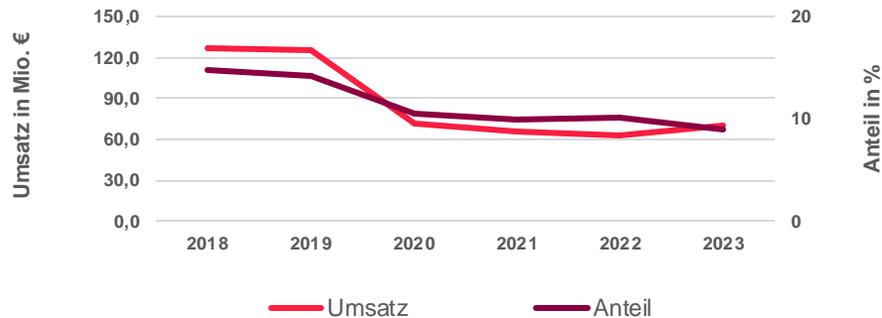
Fahrkartenautomat

Zuständig: entsprechende VVU, technische Anforderungen: siehe Anlagen

Standort und Anzahl in
Abstimmung mit hvv GmbH,
sofern nicht über
Verkehrsverträge geregelt.

Kundenmehrwert: Lösung für ortsgebundenen Spontan-Kauf

Entwicklung



- kontinuierlicher Einnahmerückgang bis 2022 auf einem nun etwa konstantem Einnahmenniveau
- hohe Verkaufsrückgänge in Corona-Jahren 2020/21
- 9-Euro-Ticket in 2022 und Deutschlandticket in 2023 lassen Anteil weiter sinken

Produkte:

Einzel-, Tages- und
Gruppenkarten

Wochen- und Monatskarten

Bezahlarten:

Bargeld, sowie teilweise Debit-
& Kreditkarten, Apple- &
Google-Pay, hvv Prepaid Card

Ausblick:

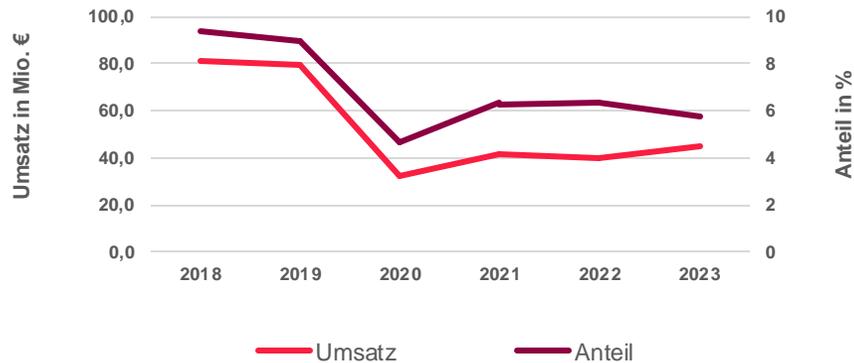
- Erarbeitung zukünftiger strategische Ausrichtung via Projekt „Vertrieb 2.0“
- Anbindung an zentralem Hintergrundsystem MOSAIC
- Papier- und bargeldlose Alternativen anbieten in Verknüpfung mit Account Based Ticketing
- Harmonisierung des flächendeckenden Angebotes und der Kundenerfahrung

Bus: Prüf- und Verkaufssystem (PVS) und Fahrkartendrucker (EFAD)

Zuständig: entsprechende VVU, technische Anforderungen für VVU: siehe Anlagen

Kundenmehrwert: Lösungen für vor-Ort-Verkauf in Fahrzeugen

Entwicklung



- kontinuierlicher Einnahmerückgang bis 2022 auf einem nun etwa konstantem Einnahmenniveau
- im Corona-Jahr 2020 zeitweilige Einstellung Verkauf
- Anteil an Gesamteinnahmen seit 2021 in etwa auf gleichbleibendem Niveau

Produkte:

Einzel-, Tages- und Gruppenkarten

Ausblick:

- Erarbeitung zukünftiger strategische Ausrichtung via Projekt „Vertrieb 2.0“
- Harmonisierung des flächendeckenden Angebotes und der Kundenerfahrung

Bezahlarten:

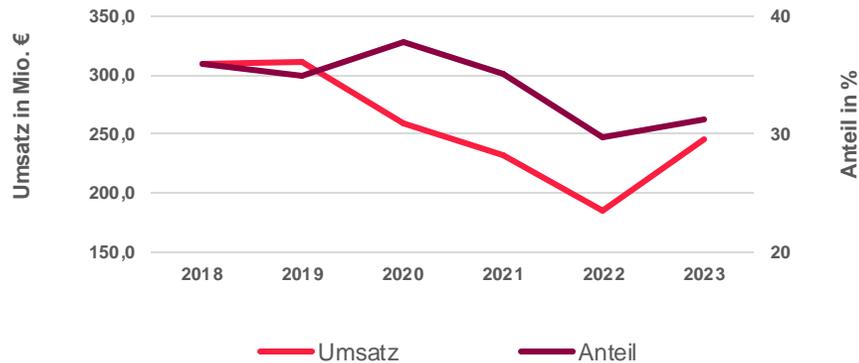
Bargeld, sowie teilweise Debit- & Kreditkarten, hvv Prepaid Card

Servicestellen (inkl. Abo)

Zuständig: entsprechende VVU, technische Anforderungen: siehe Anlagen

Kundenmehrwert: persönlicher Kontaktpunkt mit qualitativ hochwertiger Beratung

Entwicklung



- aufgrund Corona-Pandemie sinkende Verkaufszahlen und Abo-Abschlüsse
- mit Einführung des Deutschlandtickets in 2023 steigende Umsätze
- hoher Anteil an Gesamteinnahmen

Produkte:

Einzel-, Tages- und Gruppenkarten

Wochen- und Monatskarten

Beantragung Deutschlandticket

Beantragung Schülerkarten

Bezahlarten:

Bargeld, Debit- & Kreditkarten, Apple- & Google-Pay, hvv Prepaid Card

Ausblick:

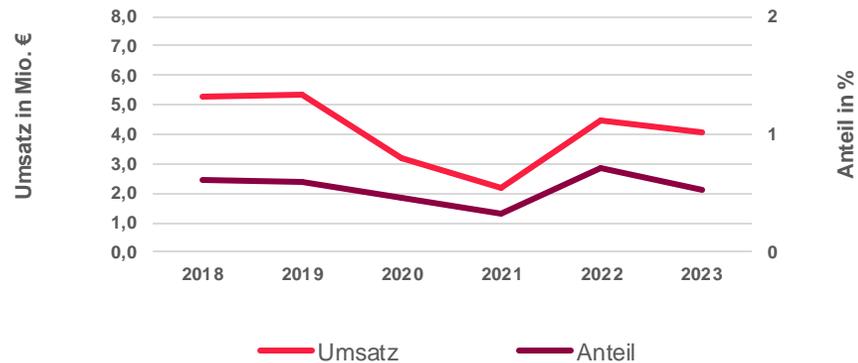
- Erarbeitung zukünftiger strategische Ausrichtung via Projekt „Vertrieb 2.0“
- Stärkung von Beratung und Service; Transaktionale Aufgaben stärker in digitale Kanäle verlagern
- Marktpräsenz entsprechend neuer Marktgegebenheiten adjustieren

hvv Webseite - hvv.de

Zuständig: hvv, keine technischen Anforderungen für VVU

Kundenmehrwert: ortsunabhängiger Kundenservice, Fahrkarte zum Selbstausrucken als Alternative zur App

Entwicklung



- Verkaufsrückgänge bei Fahrkarte zum Selbstausrucken in Corona-Jahren 2020/21
- aktuell gleichbleibende Einnahmen auf geringem Niveau
- Anteil an Gesamteinnahmen seit 2018 in etwa auf einheitlich niedrigem Niveau

Produkte:

Einzel-, Tages- und Gruppenkarten

Wochenkarten, Monatskarte

Beantragung Deutschlandticket

Beantragung Schülerabo

Bezahlarten:

SEPA, Kreditkarten

Ausblick:

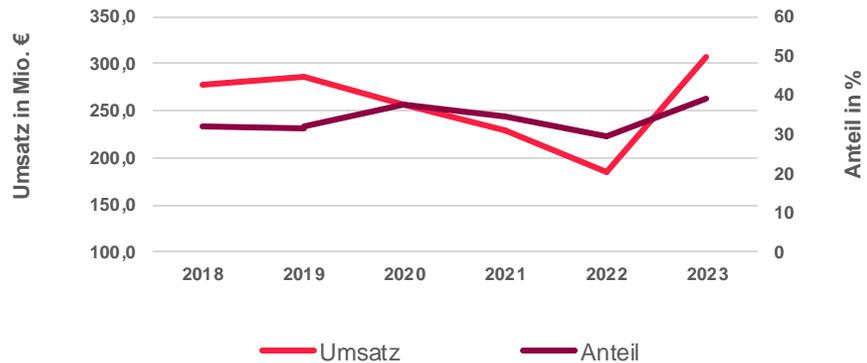
- Relaunch hvv.de
- Ausbau zum digitalen Schaufenster unseres Mobilitätsangebotes
- Stärkere Harmonisierung und klareres Rollenverständnis zwischen App & Web
- Kontinuierliche agile Weiterentwicklung wie im App-Kontext

Aboverwaltung

Zuständig: HOCHBAHN, technische Anforderungen für VVU: siehe Anlagen

Kundenmehrwert: Einfachheit durch Flatrate

Entwicklung



- aufgrund Corona-Pandemie sinkende Abo-Abschlüsse
- ab 2022 steigende Abo-Abschlüsse, aber durch 9-Euro-Zeitraum geringere Einnahmen
- ab 2023 steigende Umsätze durch Deutschlandticket

Produkte:

Deutschlandticket
Schülerfahrkarten

Ausblick:

- Vernetzung mit zentralem Login
- Zielbild Account-Based-Ticketing als Ausgabetechnologie
- Kontinuierliche Prozessdigitalisierung

Bezahlarten:

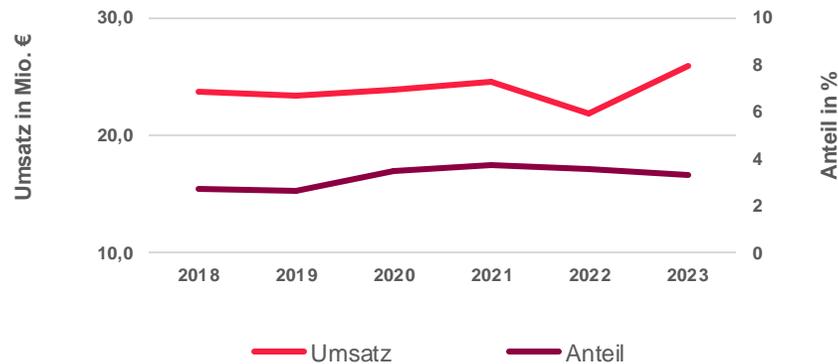
SEPA, Kreditkarte, PayPal

Aboverwaltung Listenschüler

Zuständig: DB Regio, technische Anforderungen für VVU: siehe Anlagen

Kundenmehrwert: Einfacher und einheitlicher Zugang zu kostenloser Fahrkarte

Entwicklung



- in etwa konstante Einnahmen durch (Land-) Kreis finanzierte Deutschlandtickets bzw. Schülertickets
- in 2022 geringere Einnahmen durch 9-Euro-Zeitraum
- Anteil an Gesamteinnahmen in etwa gleichbleibend

Produkte:

Deutschlandticket
Schülerfahrkarten

Ausblick:

- Vernetzung mit zentralem Login und Integration in MOSAIC

Bezahlarten:

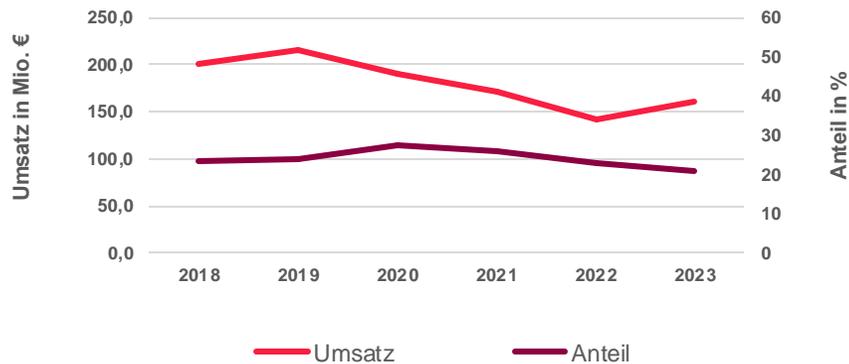
finanziert über Kreise bzw. Landkreise

B2B: Jobticket Deutschland

Zuständig: S-Bahn, technische Anforderungen für VVU: siehe Anlagen

Kundenmehrwert: Einfacher Zugang und einfache Nutzung, Flatrate

Entwicklung



- aufgrund Corona-Pandemie sinkende Abschlüsse im Großkundenabonnement
- ab 2022 steigende GKA-Abschlüsse, aber durch 9-Euro-Zeitraum geringere Einnahmen
- ab 2023 steigende Umsätze durch hvv Jobticket

Produkte:

hvv Deutschland Jobticket

Bezahlarten:

Gehaltsabzug

Ausblick:

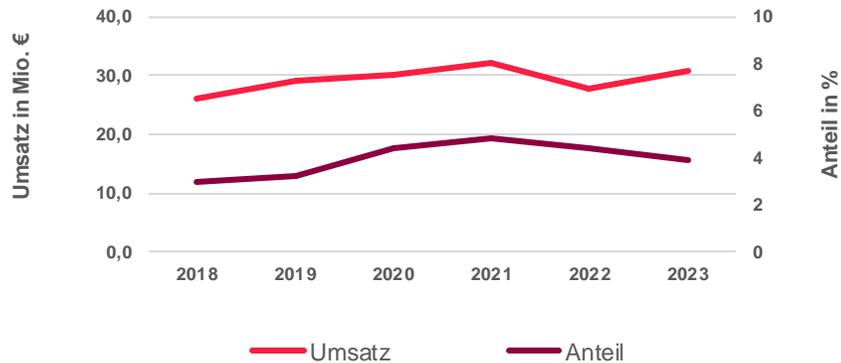
- Vernetzung mit zentralem Login und Integration in MOSAIC
- Reduktion der Einstiegs-hürden für Endkund*innen und Firmen
- Schaffung von System-schnittstellen, um Kundenbindung zu erhöhen

B2B: Semesterticket

Zuständg: S-Bahn, technische Anforderungen für VVU: siehe Anlagen

Kundenmehrwert: Einfacher Zugang und einfache Nutzung, Flatrate

Entwicklung



- aufgrund steigender Studierendenzahlen seit 2018 kontinuierlicher Einnahmewachst
- in 2022 geringere Einnahmen durch 9-Euro-Zeitraum
- ab 2023 steigende Umsätze durch Upgrade auf das Deutschlandticket

Produkte:

Deutschlandsemesterticket,
Semesterticket

Ausblick:

- Vernetzung mit zentralem Login und Integration in MOSAIC

Bezahlarten:

Semestergebühren

Zukünftige Systemlandschaft

- A) MOSAIC
- B) DIVA,
- C) Account Based Ticketing (ABT)



05

A) MOSAIC

Mobility and Sales Integration Cluster

Verbundweite Vertriebsplattform auf Basis von Microservices

Modellierung eines hvv Plattform-Modells als Alternative zum heutigen linearen Geschäftsmodell

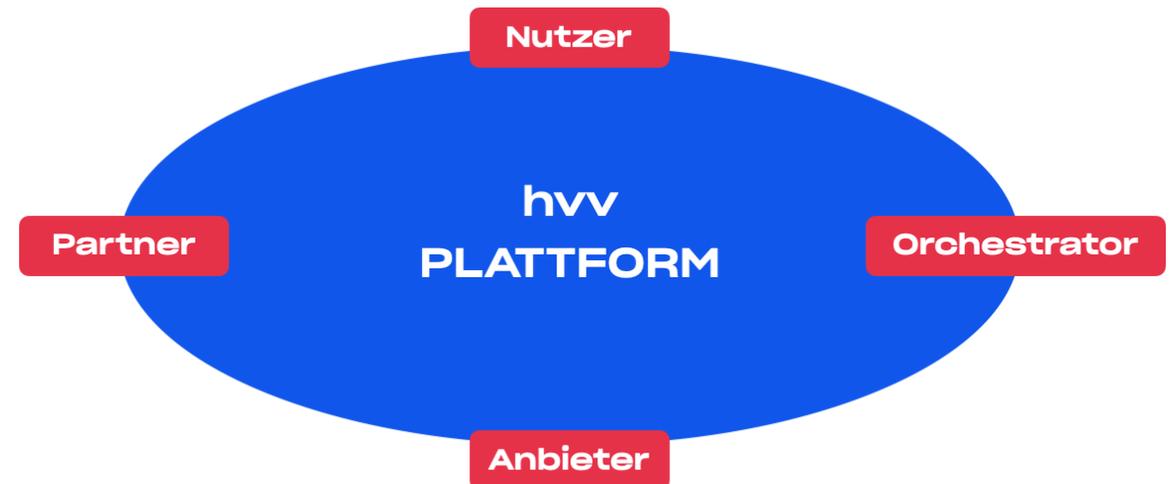
...als Antwort auf die zukünftige Gestaltung der Mobilität

Definition:

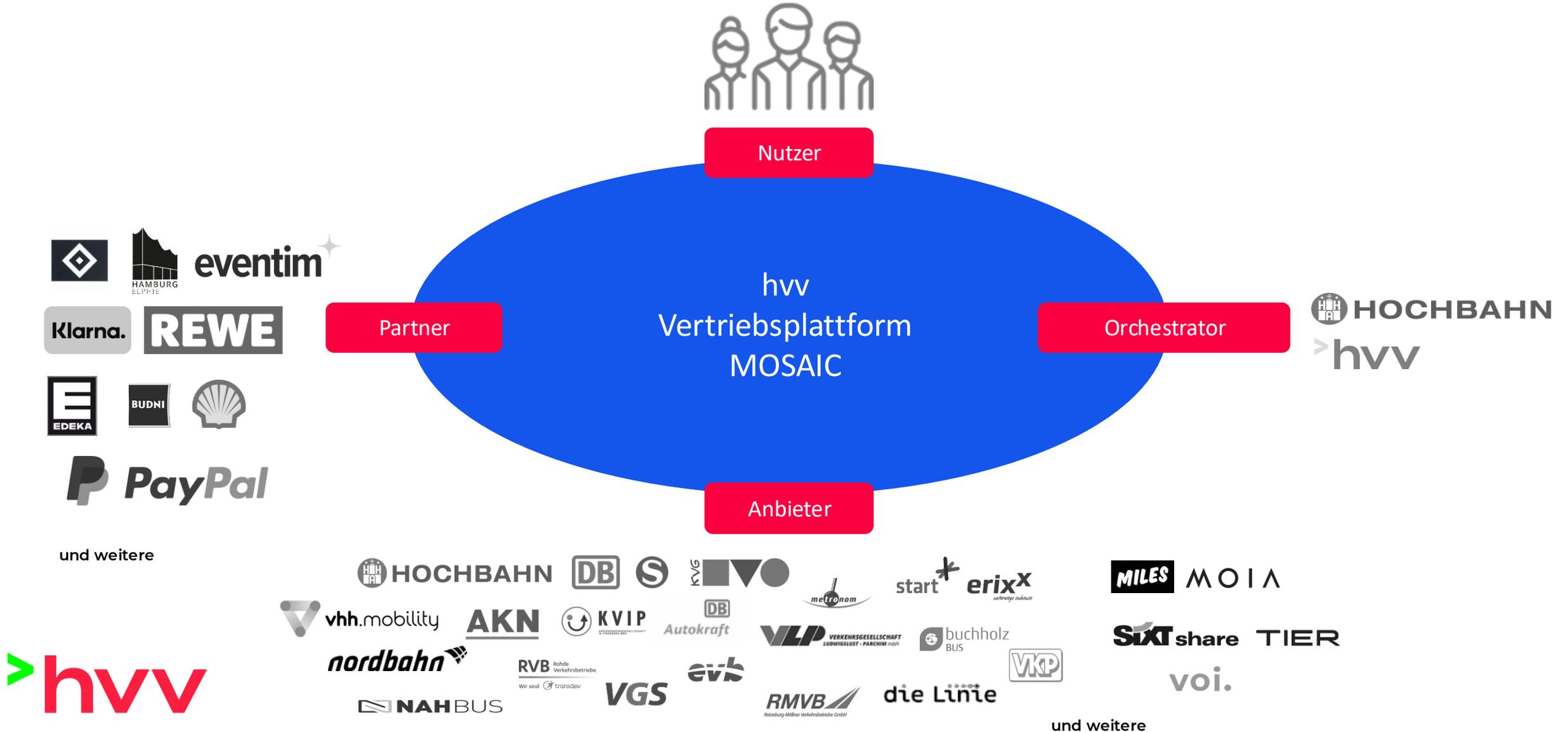
...ist ein Geschäftsmodell basierend auf der Schaffung eines (virtuellen oder realen Platzes) zur Ermöglichung wertschöpfender Interaktionen zwischen zwei oder mehr Parteien.

Übergeordnetes Ziel:

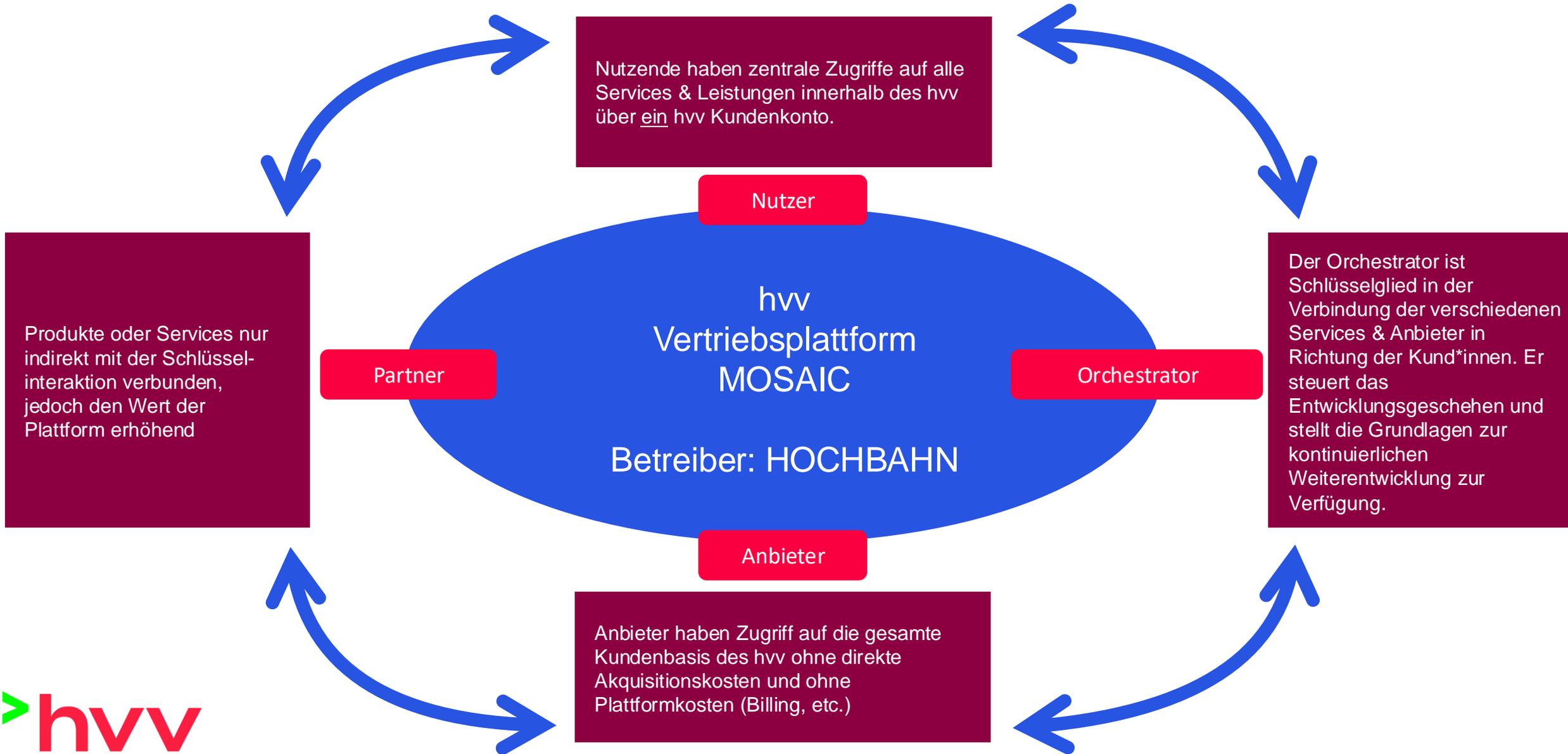
...Übereinstimmungen zwischen Nutzer*innen/Kunden*innen und Anbietern zu vollziehen und den Austausch von Gütern, Services oder ähnlichem so zu ermöglichen, dass ein Wert für alle Beteiligten geschaffen wird.



Modellierung eines hvv Plattform-Modells

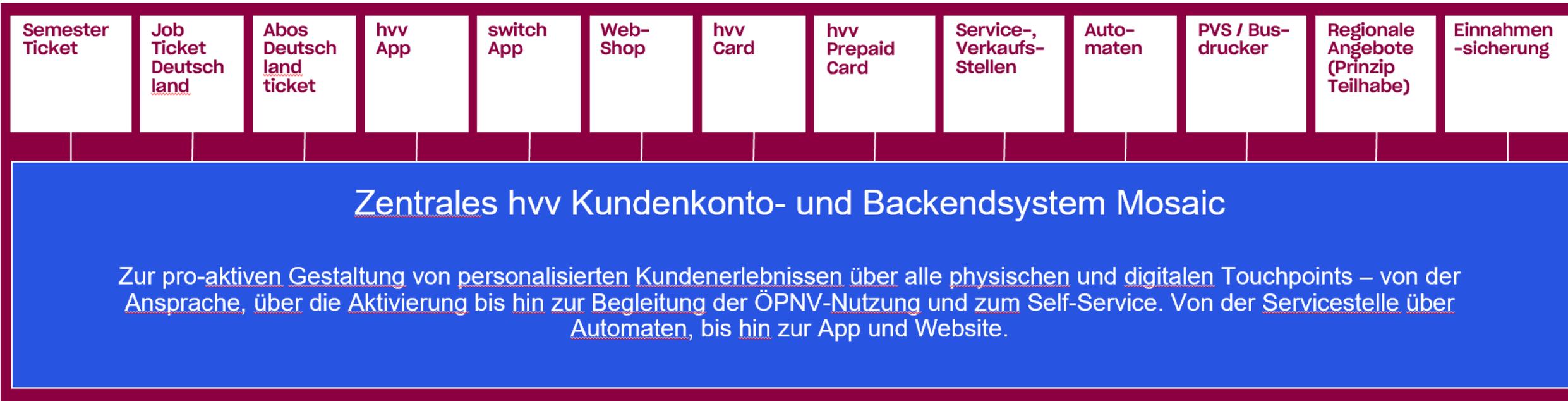


Netzwerk-Effekte als Erfolgsmotor einer zentralen Plattform



Zukünftig basieren alle Kundenerlebnisse auf einem zentralen System.

Ein zentraler Login für alle digitalen Dienstleistungen im hvv. Ein einheitlicher Datenbestand und Personalisierung erlauben die Entwicklung von zugeschnittenen Mehrwert-Services. Durch ein zentrales Hintergrundsystem können zudem neue Anforderungen (z.B. Führerscheinvalidierungen für Carsharing) für den gesamten hvv zugänglich gemacht werden.



Zielsetzung MOSAIC

Das ZVU MOSAIC entwickelt und betreibt die hvv Vertriebsplattform und stellt die dort betriebenen Services den im hvv organisierten Verkehrsunternehmen zur Verfügung.

Der Betrieb und die Entwicklung von MOSAIC steht unter den folgenden Leitgedanken, an welche sich alle Tätigkeiten im Rahmen des ZVU ausrichten:

- Strategische Ziele des Vertriebs und der Digitalisierung im Verbund sind zu berücksichtigen.
- Die Plattform ist die technologische Basis zur Bündelung der übergreifenden Prozesse unter Berücksichtigung der fachlichen Kompetenz in den jeweiligen Unternehmen.
- Zentrale Services für Information und Vertrieb liegen in Verantwortung des ZVU und sind möglichst unabhängig von Dritten zu betreiben.
- Mobilitätsdienstleistungen der Verbundpartner werden über die Plattform angeboten und stehen allen Verbundpartnern zur Verfügung.
- Mobilitätsdienstleistung von nicht Verbundpartnern können grundsätzlich über die Plattform angeboten werden.
- Die Plattform ist für eine hohe Verfügbarkeit ausgelegt, um die Informationsbedürfnisse der Fahrgäste zu erfüllen, sowie die Einnahmen des Verbundes zu gewährleisten.
- Neu entwickelte Services sind in die Microservice Architektur der Plattform einzubinden.
- Bestehende Services werden ebenfalls publiziert, so dass unabhängig von der Microservice Architektur bereits vorhandene Dienste über die Plattform genutzt werden können.

B) DIVA

Daten im Verbund analysiert

Verbundweite Datenplattform



„Wir möchten unsere
Nutzer:innen besser kennen,
verstehen und auf sie
eingehen können..“

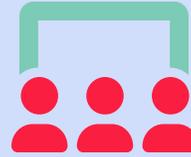
Die effektive datenorientierte Zusammenarbeit im Verbund bedarf der gemeinsamen Datenplattform diva

Grundsäulen eines gemeinsamen Zielszenarios für die datenorientierte Zusammenarbeit im Verbund



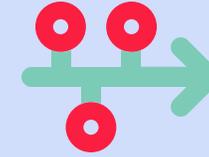
Konsolidierte Datenbasis als Bibliothek für den Verbund

Daten müssen nicht mehr aus verschiedenen Töpfen besorgt werden; Bibliothek an Daten für zukünftige Entscheidungen



Alle Stakeholder im Verbund können gemeinsam auf die Daten schauen

Aufgabenträger, Verkehrsunternehmen und Verbund sehen, empfängerorientiert aufgebaut & freigegeben, die gleichen Daten



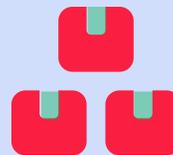
Die Datenbasis aktualisiert sich automatisiert und zeitnah

Die Datenaktualisierung ist nicht von manuellem Eingreifen abhängig und geschieht so schnell wie möglich



Offene Datenkultur auf Basis eines gemeinsamen Daten-Kodex

Ziel ist eine offene, Fehler-tolerierende Kultur im Umgang mit Daten, welche sich an einem gemeinsamen Regelwerk orientieren kann



Modularer Aufbau ermöglicht Anbindung weiterer Tools

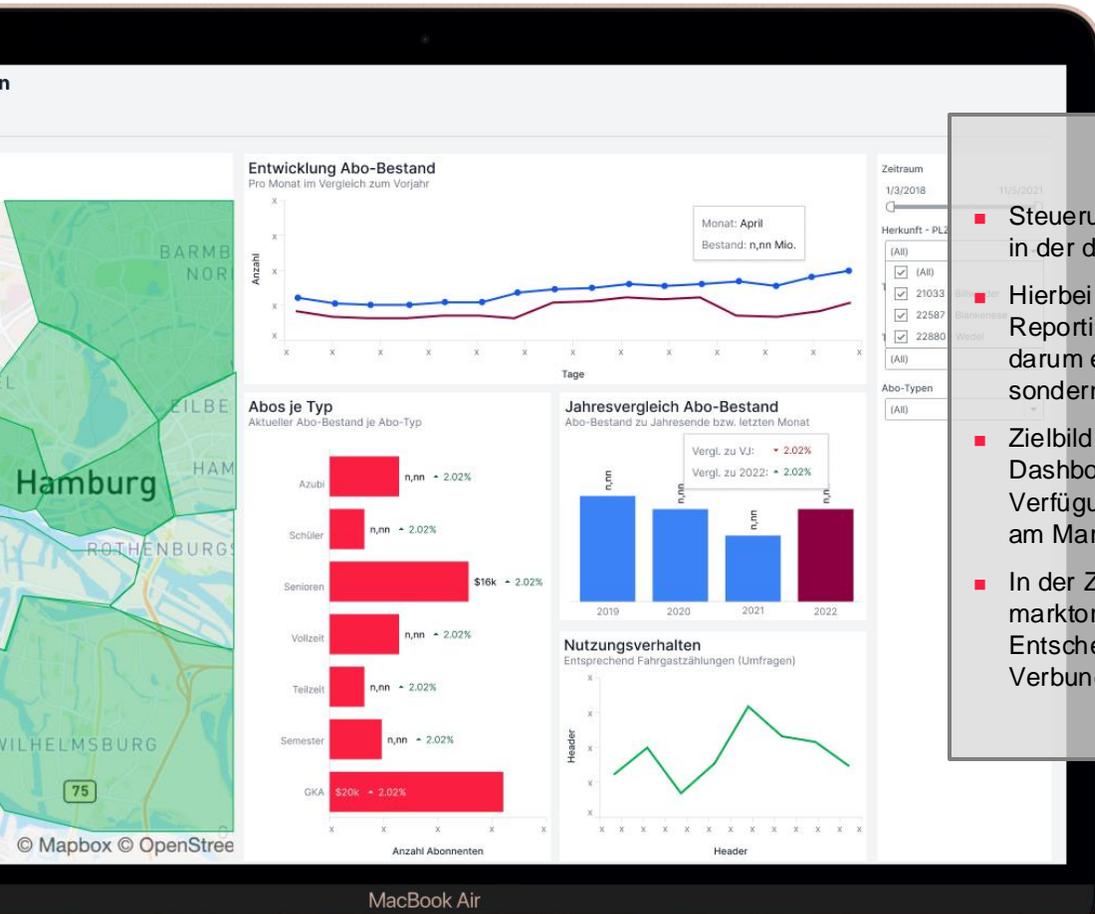
Die Daten können neben den Reports/Analysen auch für weitere digitale Tools & Automatisierungen genutzt werden



Update-Möglichkeiten der Datenbasis vorhanden

Verbesserung, Erweiterung und Korrekturen der Daten ist stetig möglich, sodass durchgehend die Datenqualität gehoben werden kann

Durch verbundweit harmonisierte Analysedatenbasis haben wir das Marktgeschehen besser im Blick

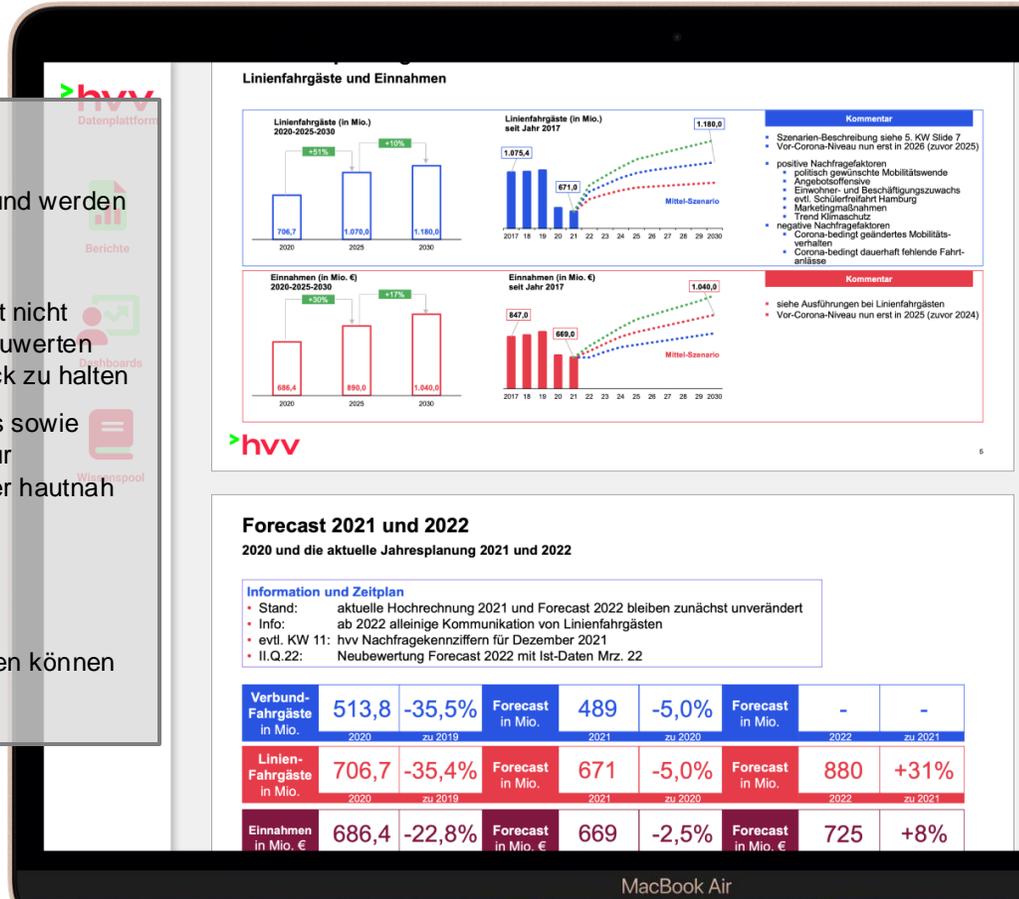


■ Steuerungsrelevante Daten im Verbund werden in der diva Plattform gebündelt

■ Hierbei steht die Analyse- und Reportingtätigkeit im Fokus – es geht nicht darum einzelne Personendaten auszuwerten sondern das Marktgeschehen im Blick zu halten

■ Zielbild ist es entsprechende Reports sowie Dashboards den Verbundpartnern zur Verfügung zu stellen und somit immer hautnah am Marktgeschehen zu agieren

■ In der Zukunft sollen so schnellere, marktorientiertere und effizientere Entscheidungen im Rahmen der Verbundmaßnahmen getroffen werden können



C) ABT

Account Based Ticketing

Fahrkarten bundesweit online verfügbar machen

Account Based Ticketing (ABT)

hvv setzt sich für die Schaffung eines bundesweiten ABT ein

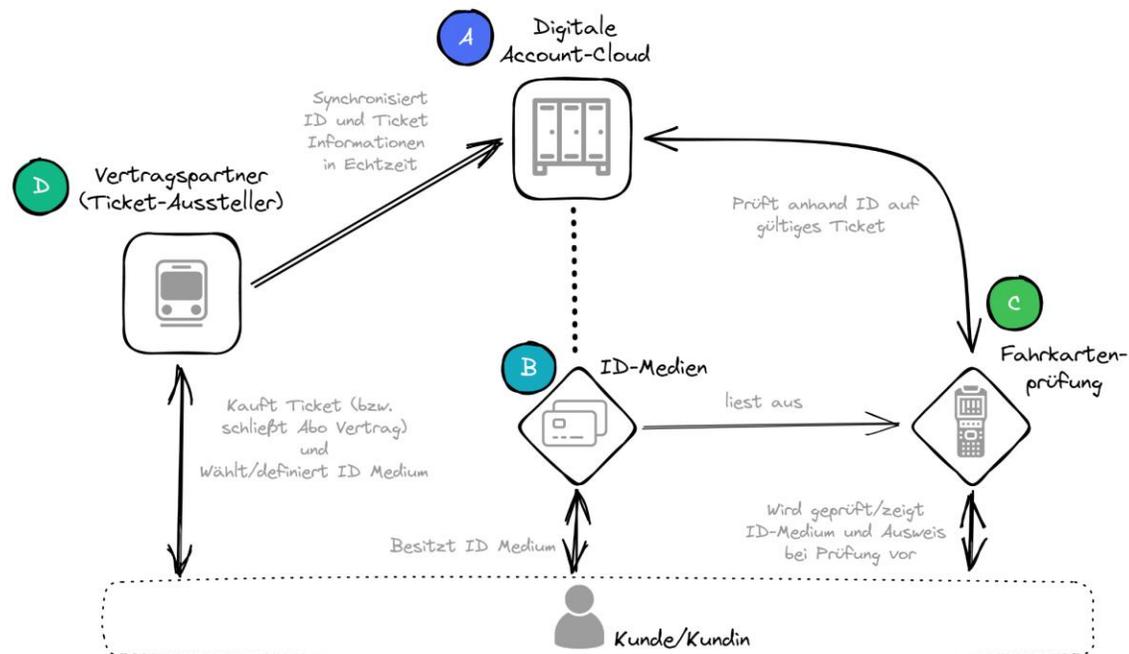
- Alle Ticketausgaben zukünftig über ABT
- Medienfreiheit und hohe Flexibilität: Kundenkarte, Bankkarte, Smartphone, Personalausweis, Barcode, Schülersausweis, etc.
- Keine Aktualisierungslisten, keine Sperrlisten.
- Betrugsmonitoring durch bundesweites Screening.
- hvv Prepaid Card erster Anwendungsfall für ABT im hvv.



Zielsetzung ABT

Die Verbundverkehrsunternehmen werden über MOSAIC an die geplante bundesweite ABT-Plattform angebunden

ABT high-level Rahmen



- A** Digitale Account-Cloud
Neue Infrastruktur die erforderliche Informationen für das ABT enthält
Mindestumfang: ID, Vertragspartner, Ticket/Fahrberechtigung (zeitl./räuml. Gültigkeit)
Technisch auf unterschiedliche Weise umsetzbar, zentrale Account-Cloud ist denkbar aber auch ein föderales Cloud-Setup
Informationen werden aus den Vertragspartnersystemen bereitgestellt
- B** ID-Medien
Identifikations-Medien sind die Medien/Datenträger die zur Identifikation des Accounts genutzt werden. Gemeinsamer Nenner muss eine technische Mindestanforderung an (Aus-)Lesbarkeit und Sicherheit sein.
Hierin besteht große Chance von ABT, dadurch dass es möglich ist viele unterschiedliche Medien zuzulassen. Dadurch können unterschiedliche bereits im Einsatz befindliche (Karten-)Lösungen weitergenutzt werden bzw. Medien die viele Kunden bereits haben ins Angebot aufgenommen werden.
- C** Fahrkartenprüfung
Prüfinfrastruktur um Onlinefähigkeit zu ertüchtigen, gleichzeitig ist diese deutlich schlanker, da auf black-/white Listing verzichtet werden kann, ggf. Rückfallebene zu Onlineprüfung; Sync. Liste auf Prüfgerät zur Nachverarbeitung
- D** Vertragspartner(-Systeme)
Diese sind so zu erweitern, dass die ID und Ticket Informationen in die Digitale Account Cloud synchronisiert werden. Hierbei kann bei vielen Unternehmen auf bestehende Vertragssysteme aufgesetzt werden.

Vorgaben
Ausgabemedien

> hvv

06

Papierfahrkarte

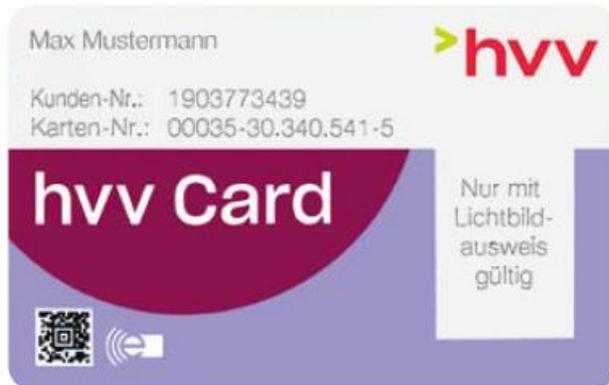
technische Anforderungen für VVU: siehe Anlagen



- Die Ausgabe von Papierfahrkarten erfolgt auf speziellem Fahrkartenpapier anhand von Fahrkartenautomaten sowie über Fahrkartendrucker in hvv Servicestellen und im Bus.
- Der Aufdruck erfolgt gemäß den jeweils gültigen hvv Layoutvorgaben. Die zum Teil geringfügig unterschiedlichen Ansichten der Fahrkartenaufdrucke, aufgrund der Vielzahl unterschiedlicher bei den einzelnen Verbundverkehrsunternehmen eingesetzten Fahrkartendrucker, können dem Fahrkartenmusterbuch entnommen werden.
- Um Fälschungen vorzubeugen, werden hohe Sicherheitsanforderungen an das Fahrkartenpapier gestellt und weiterentwickelt. Zudem erfolgt ein jährlicher Farbwechsel beim Fahrkartenpapier, der Fälschungen weiter erschweren soll.

hvv Card

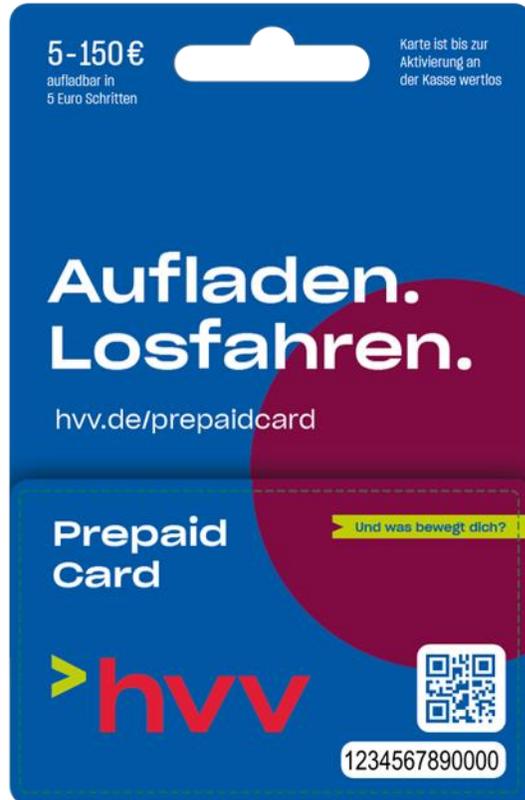
technische Anforderungen für VVU: siehe Anlagen



- Die hvv Card ist eine VDV-KA-Chipkarte und wird zentral über die hvv GmbH beschafft
- Jedes VVU muss die hvv Card prüfen können.
- Die hvv Card muss an Fahrkartenautomaten, in Bussen und Servicestellen gelesen werden können.
- In Servicestellen und über hvv.de kann die hvv Card durch unsere Kund:innen beantragt werden. Dort müssen auch Datenänderungen und Bestellungen von Ersatzkarten unterstützt werden.
- Die hvv Card ist das physische Trägermedium für das hvv Deutschlandticket. Seit Herbst 2023 gibt es die hvv Card nur noch für das Deutschlandticket sowie für Schülerfahrkarten im Umland.

hvv Prepaid Card

technische Anforderungen für VVU: siehe Anlagen



- Die hvv Prepaid Card basiert auf Account Based Ticketing (ABT) von HOCHBAHN MOSAIC und wird zentral über das ZVU HOCHBAHN beschafft.
- Jedes VVU muss die hvv Prepaid Card prüfen können.
- Die hvv Prepaid Card muss an Fahrkartenautomaten, in Bussen und Servicestellen gelesen werden können und für den Kauf von hvv Fahrkarten akzeptiert werden.
- Die hvv Prepaid Card kann an Fahrkartenautomaten, in Servicestellen sowie über Dritte (Supermärkte, Tankstellen) erworben und mit Guthaben aufgeladen werden.

mobile Fahrkarten über Apps, Browser und Wallets

technische Anforderungen für VVU: siehe Anlagen



- ZVU HOCHBAHN betreut das Ticketing in der hvv App & hvv switch App sowie hvv Any
- ZVU S-Bahn betreut das Wallet- und Browser-Ticketing für B2B (Jobticket Deutschland, Semesterticket, Klimaticket, Kombiticket)
- ZVU VHH betreut das Ticketing in der hvv hop App
- Alle VVU müssen die entsprechenden Barcodes auslesen und prüfen können.

A woman with short dark hair, wearing a white shirt and a yellow safety vest, is looking towards a man. The man has a beard, glasses, and is wearing a dark grey shirt. He is pointing upwards with his right hand towards a whiteboard. The whiteboard is covered with various papers and sticky notes. The background shows a bright office environment with large windows.

**Innovationen und
Weiterentwicklungen
bei allen
Kundenkontaktpunkten
und Ausgabemedien
in Abstimmung mit hvv
GmbH und im Auftrag aller
Verbundverkehrs-
unternehmen.**

Allgemeiner Ausblick

> hvv

07

Fragmentierten und uneinheitlichen Vertrieb weiter harmonisieren.

hvv GmbH entwickelt mit den VVU Mindeststandards und mittelfristige Entwicklung für den hvv Vertrieb

- 1 Optimierung Vertriebskanäle
- 2 Reduzierung Papierausgabe
- 3 Stärkung Beratung & Service
- 4 Harmonisierung UI/UX



Der Aufwand im Vertrieb soll nachhaltig reduziert werden.

Ein Backend für alle Frontends. Mit MOSAIC Synergien sinnvoll nutzen.



Um den Aufwand im hvv Vertrieb für jedes einzelne Verbundverkehrsunternehmen zu reduzieren, müssen einige Grundvoraussetzungen geschaffen werden.



Ein Vertriebshintergrundsystem, das alle entsprechenden Vertriebskanäle in Echtzeit mit Daten versorgen kann, bekommt hierbei eine Schlüsselfunktion. MOSAIC soll diese Aufgabe zukünftig erfüllen.



Alle Verbundverkehrsunternehmen sollen bei Neuanschaffung in diese Richtung denken und sich mit der hvv GmbH und dem entsprechenden ZVU abstimmen.

Operationalisierung durch Umsetzungsprojekte bedarf einiger Grundbausteine gemäß Vertriebsstrategie 2030

A Zentrales Kundenkonto & Touchpoint-Landschaft

A.01 **Zentrales Kundenkonto & App-Konsolidierung**
Konzeption und Umsetzung

A.02 **Verbund-CRM**
Vollverbundener Kundenservice sowie digitale Kundenbindung

A.03 **Analyse und Perspektive historische Touchpoints**
(Automaten, Schalterverkauf, ...)

B Systemische Transformation zu Einer Verbundplattform

B.01 **Vertriebsplattform MOSAIC**
Technische Zentralisierung Vertrieb in einem Hintergrundsystem

B.02 **Account-Based-Ticketing**
in bundesweitem Kontext

B.03 **diva**
Verbundweites System für Daten-Analysen und KPIs

C Mobility as Experience (Marke und Orchestration)

C.01 **Multimodale Mobilität**
Kontinuierliche Integration von Mobilitätsformen

C.02 **Konsistentes Brand- & Service-Design**
Einheitlich hohe Standards im Verbund

C.03 **Flagship-Store**
Präsentationsflächen der modernen Mobilität im Umweltverbund

0 Notwendige Grundbausteine für erfolgreiche Bearbeitung der Handlungsfelder/Umsetzungsprojekte

Bereitschaft historische, behindernde Strukturen zu verändern

1

IT- & Steuerungs- Governance

2

Bereitschaft zu Zukunfts-Investitionen

3

Kontinuierliches Kosten-Nutzen Monitoring der Vertriebskanäle

4

Anlagen

> hvv

08

Anlagen

Ordnerverzeichnis

00: hvv Basisinformationen und hvv Basisdokumente

02: hvv Automat

04: hvv Busdrucker und PVS (Prüf- und Verkaufssystem im Bus)

06: hvv Servicestellen

08: hvv Prüfung

20: Schnittstellenbeschreibung hvv DIVA

30: hvv Layoutvorgaben Fahrkarten

32: hvv Fahrkartenmusterbuch

80: Optionale Dokumente und Zusatzinformationen