



***Geburtsschmerz
Deutschlandticket
Und seine Nachwehen***

Geprägt von vielen Diskussionen

Der Weg zum Deutschlandticket

Angebot vs. Preis

Jahresabo vs. Monatl. Kündigung

Analog vs. Digital

Monopolvertrieb vs. Wettbewerb

Das Deutschlandticket fordert uns...



Digital First



Vertriebs- und Prozessoptimierung



Tarifinkonsequenzen & Reformen



Neue EAV/Musterrichtlinien



Grundfrage der Finanzierung

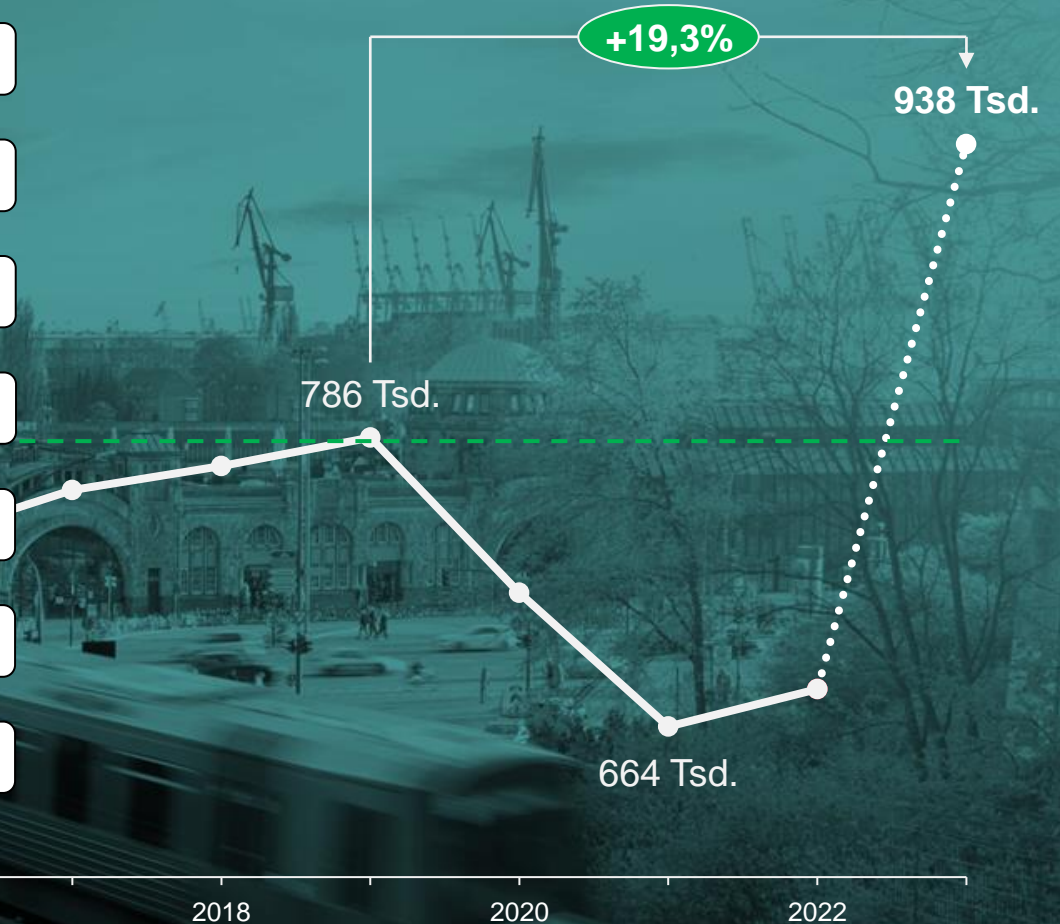


Angebotsengpässe

Die Zahlen sind ein voller Erfolg...

Stand: 15.06.2023

938.000	Abonent*innen
738.000	Deutschlandtickets
261.000	Jobtickets
13.000	Semesterticket-Upgrades
224.000	Neuabschlüsse
68.000	SchulSpezial-Kund*innen
61.000	Sozialrabatt-Kund*innen



... weil einfach & digital



Anteil Digitale-Vertriebswege im hvv

Stand: 25. Mai 2023

18 %

Digitaler Vertrieb
Abonnements 2022

40 %

Digitaler Vertrieb
Bartarif 2022

59 %

Digitaler Vertrieb hvv
Deutschlandticket

* Ohne Analyse der Wiederkehrer

Geringe Kündigungsquote

10 %

Im Durchschnitt

27 %

App

4 %

Karte

**Aber haben wir überhaupt ein
echtes Deutschlandticket?**



**Wir haben 1
Monatsabo, zu
einem Preis...**

Nein... das sehen unsere Kund*innen



Unzählige
Vertriebsmöglichkeiten



Weiterhin viele Tarifsorten
und Bartarife



Unterschiedliche Regelungen zur
Mitnahme von Fahrrädern,
Hunden etc.



Keine einheitliche
Fahrplanauskunft oder
Echtzeitinformationen



Unterschiedliche
Zuschussmodelle



Kein Bundesweiter
Service





Der erste Verkehrs- verbund der Welt Der **>hvv**



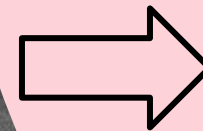
Unterzeichnung der
Verbundverträge

1965



hvv
Gemeinschafts-
tarif tritt in Kraft

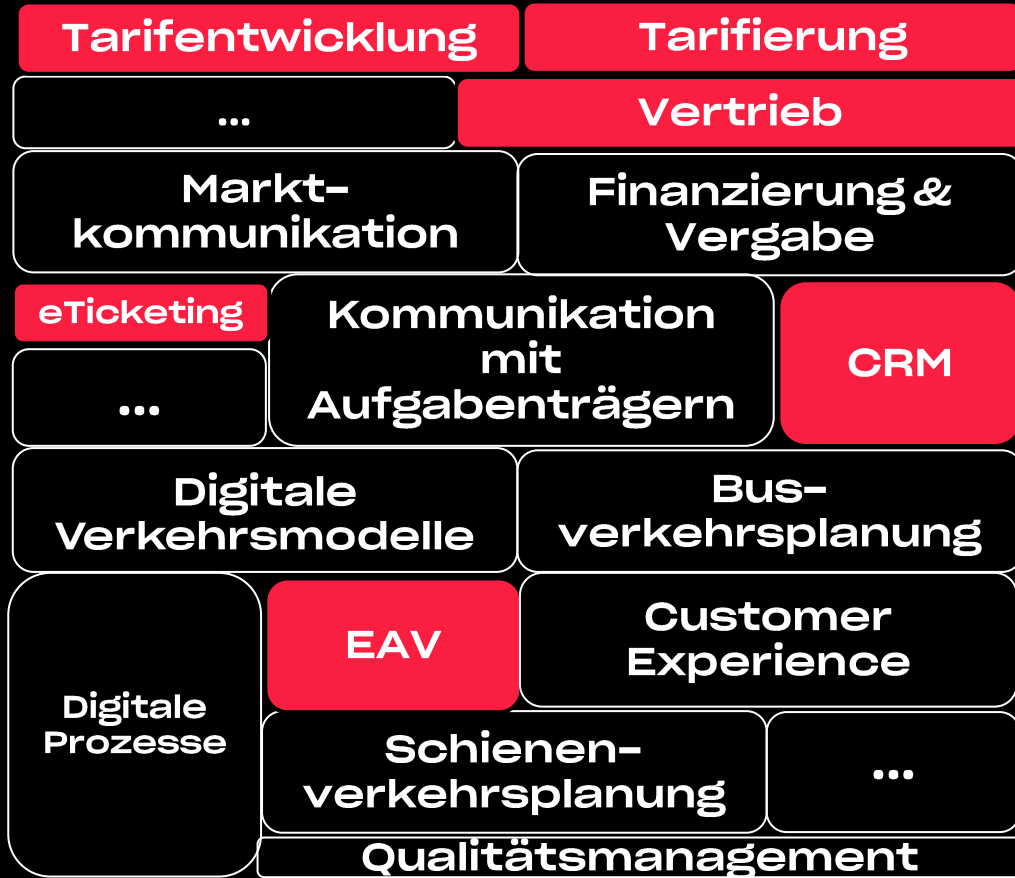
1967



**Das Ziel: Ein Fahrschein
für alle**

Heutige Verbundaufgaben

Am Beispiel des hvv



Verbünde haben viele Aufgaben

Koordinierung der Schnittstelle zwischen Aufgabenträger & Verkehrsunternehmen

DT greift in viele Prozesse ein und entzieht/zentralisiert diese

Neu denken wird erforderlich

Exkurs: IKEA



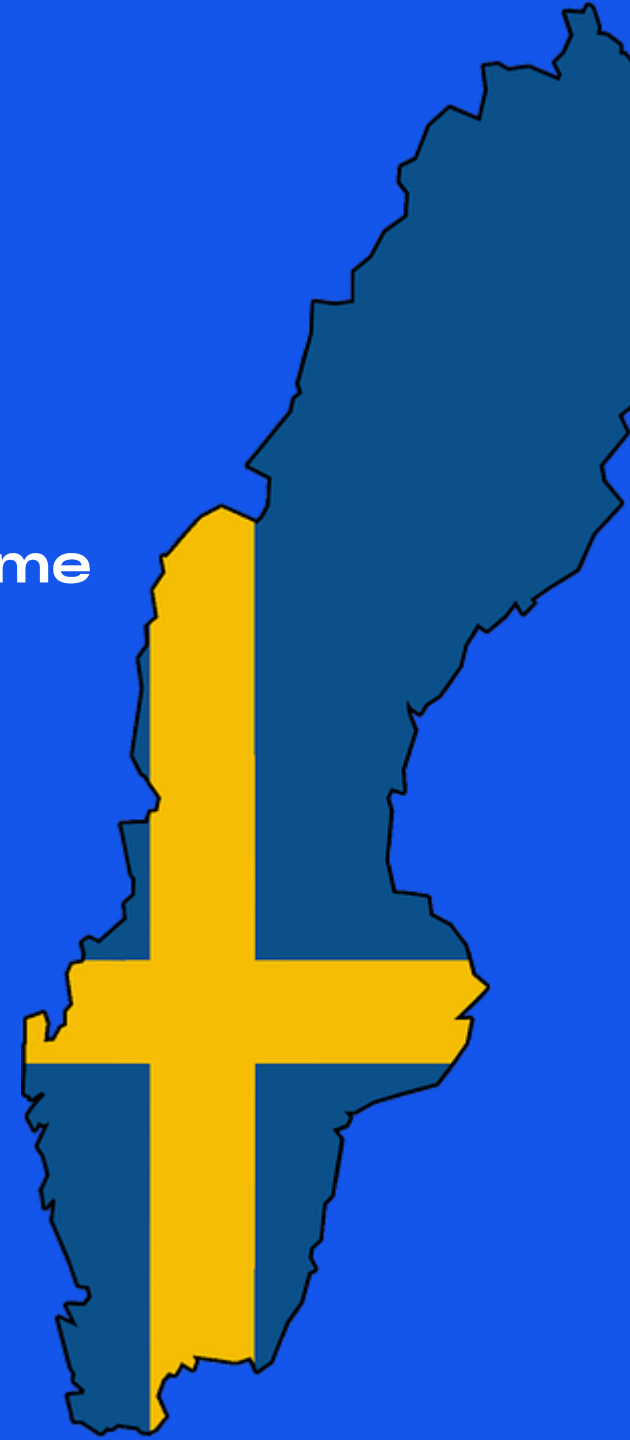
Zentrale

- Marketing / Kommunikation
- Pricing
- Vertriebsstandards & Systeme
- Vergabestandard

Standorte

- Verkauf
- Spez. Produktauswahl
- Planung & Controlling
- Buchhaltung

*Überall der gleiche IKEA
Look & Feel + klare
Aufgabenteilung*



Verbünde Neu Denken

**Governance der
Verbünde neu denken**

**Konsolidierung von
Verbundräumen prüfen**

**Synergien im Tarif und
Vertrieb heben**

**Kundeninformationen
aus einer Hand**

**lokale Planungseinheiten
verstärken**





Dankeschön