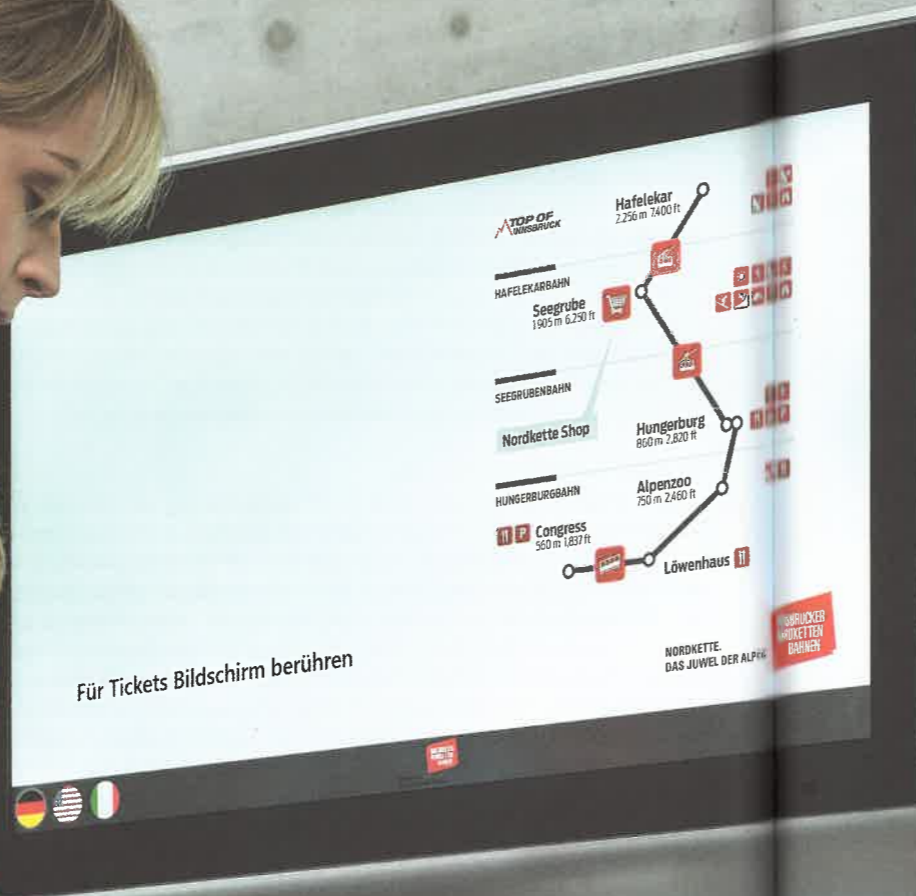


SMARTE TICKETS

Komfortabel, bargeldlos und umweltfreundlich: Digitales Ticketing verspricht Mehrwert für Bahn, Tourismus, Stadien oder Parkplätze. Daraus entsteht rund um smarte Papieralternativen ein technologischer Zukunftsmarkt.

Text: Christian Prenger • Foto: Axess AG

Für Tickets Bildschirm berühren



ONLINE TICKETS

Pickup for travel group

 7+

Verwenden Sie diesen Automaten wenn Sie online 7 Tickets oder gekauft haben:

Use this machine, if you purchased 7 tickets or more online:

[TICKETS.NORDKETTE.COM](https://tickets.nordkette.com)

- 1 Scannen Sie Ihren QR-Code hier am Automaten.
Scan your QR-code here at the machine.
- 2 Entnehmen Sie Ihre Tickets aus dem Kartenschachtel.
Take your tickets from the machine.



” **TICKETDATEN AUF QR-BASIS WERDEN EINMALIG VERGEBEN. MISSBRAUCH IST NAHEZU AUSGESCHLOSSEN.**

JÖRG BAHN, VERTRIEBSLEITER DEUTSCHLAND BEI DESIGNA

” **IN DER FREIZEITINDUSTRIE SCHAFFT DIGITALISIERUNG VON PROZESSEN MEHR KOMFORT, QUALITÄTSZEIT SOWIE UMSATZ.**

CLAUDIA WUPPINGER, MARKETINGLEITUNG AXESS AG



” **FÜR BETREIBER ERHÖHT SICH DER DURCHSATZ, FUSSBALLFANS PROFITIEREN AUFGRUND MINIMIERTER WARTEZEITEN.**

JOHANNES REICHENBERGER, VENTOPAY

Barcelona befindet sich in Bewegung. Aber nicht unbedingt per Auto. Jährlich rollen hier Millionen Menschen per Bahn zu ihren Arbeitsplätzen oder den Sehenswürdigkeiten in der Umgebung. Für gute Verbindungen dorthin sorgt die „Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya“ (FGC). Seit mehr als 40 Jahren bietet die Transportgesellschaft bereits öffentliche Alternativen zum privaten Pkw. Die Züge entsprechen den Ansprüchen der Reisenden voll und ganz. Nur beim Fahrscheinverkauf wurde der Umstieg Richtung Digitalisierung verpasst. Es war also auch für die FGC höchste Eisenbahn, in diesem Bereich Modernisierungen auf Schiene zu bringen. Das ist mit einer Komplettlösung samt Hard- und Software aus dem Hause Axess gelungen. Der Salzburger Lösungsanbieter für Zugangsmanagement und Ticketing hat seinen Webshop nahtlos in die vorhandene IT-Landschaft der FGC integriert. Optisch ist kein Unterschied erkennbar, die Raffinesse wartet im Hintergrund: Wer Tickets für eine Bahnfahrt bei der katalonischen Eisenbahn online kauft, nutzt die volle Funktionalität der österreichischen Software. Gleichzeitig wurden Pick-up-Boxen an FGC-Ticket-Verkaufsstellen platziert. Online bestellte Tickets lassen sich hier bequem ausdrucken. Was den Einheimischen ohne eigene Computerperipherie eine zusätzliche Convenience-Option beschert.

Touristen profitieren ebenfalls vom Servicepaket, das als Blaupause für die Optimierung vieler Abläufe gelten kann. „In der Freizeitindustrie schafft Digitalisierung von Prozessen mehr Komfort, Qualitätszeit sowie Umsatz. Der Gast kann bequem von zu Hause aus alle Leistungen ordern. Das Vergnügen beginnt sofort an Ort und Stelle ohne lange Wartezeiten oder weiteren Aufwand. Betreiber wiederum erzielen bessere wirtschaftliche Ergebnisse aufgrund maßgeschneiderter Angebote sowie individuell gesteuerten Vertriebskanäle“, unterstreicht Axess-Marketingleiterin Claudia Wuppinger. Das Unternehmen ist auf genau solche Lösungen spezialisiert. Mehr als 400 Mitarbeiter an 21 Standorten in 17 Ländern auf vier Kontinenten arbeiten an ebenso innovativen wie smarten Lösungen für Zutrittssysteme in den Bereichen Sport, Freizeit, Kultur und Verkehr.

Der Mehrwert, den die Digitalisierung im Eingangsbereich verspricht, weckt vielerorts Interesse. Rund um moderne Papieralternativen entsteht gerade ein technologischer Zukunftsmarkt, der hohe Gewinne verspricht. An der Nachfrage dürfte es jedenfalls kaum scheitern. Weltweit ändern immer mehr Sportvereine, Eventveranstalter oder Tourismusregionen ihre Verkaufsprozesse. Könnten Eintrittskarten bis vor Kurzem nur über die Warteschlange an Ticketschaltern oder im besten Fall per Postversand nach Onlinebuchung erworben werden, gibt es jetzt komplette Alterna-

© Andrius Wasmund, Luigi Caputo, Sandro Pitz, Katholier, Axess AG

tiven per Internet. Das ist nicht nur komfortabler, sondern auch klimaschonender. Zumal es auch immer seltener Ausdrücke auf Papier braucht. Seit das Smartphone als Fernbedienung des Lebens gilt, müssen auch Tickets aller Art auf den Monitor übersiedeln.

Parken ohne Ticket

Das funktioniert etwa schon beim Parken. Lenker mit reservierten Stellplätzen am Flughafenparkplatz identifizieren sich über das Autokennzeichen oder einen QR-Code. Letzterer wird bequem in der Handy-Wallet gespeichert. Die Zahlungstransaktionen erfolgen im Zuge der Onlinebuchung. Parkverträge lassen sich heute ohnehin schon häufig im Web abschließen. Deren Verwaltung können Kunden im Netz über eine Customer-Self-Administration-Plattform gleich einfach und unkompliziert eigenständig verwalten. Wer spontan Abstellmöglichkeiten für sein Fahrzeug benötigt, darf kleine Kartontickets und großen Aufwand auch immer öfter vergessen.

„Selbst diese Parkvorgänge können mittlerweile digital ablaufen. Die Identifikation findet über spezielle Daten statt, das Payment erfordert die Kennzeicheneingabe am Automaten oder eine spezielle App. Überwachungstools machen dann sogar Schranken obsolet. Bei Ausfahrten ohne Bezahlung wird die Rechnung über die Identifikation des Kennzeichens nachgeschickt“, erläutert Jörg Bahn, Vertriebsleiter Deutschland bei Designa, einem Spezialisten für Parkraummanagement.

Mit über 16.000 installierten Parkmanagementsystemen und einer Vielzahl von Vertriebspartnern und Niederlassungen in über 50 Ländern ist die deutsche Tochter der Wiener MTH Gruppe einer der weltweit führenden Hersteller von vollautomatischen Parksystemen. An mehr als 200 Flughäfen auf der ganzen Welt nutzen Autofahrer bereits Designa-Systeme, etwa rund um die vier Flughäfen in New York und New Jersey oder beim europäischen Riesendrehkreuz Frankfurt. Auch zahlreiche Krankenhäuser, Städte und Gemeinden vertrauen ihre Parkhäuser Designa an. Angst vor Identitätsdiebstahl und Datenklau braucht ein Nutzer der modernen Parkmanagementsysteme dabei nicht zu haben, betont Bahn: „Solche Plattformen werden auf einer geschützten Infrastruktur mit Passwort gehostet. Zugriff erhält der Benutzer mittels Zwei-Faktor-Authentifizierung. Ticketdaten auf QR-Basis werden einmalig vergeben. Durch diese Onlineserveranfrage ist Missbrauch nahezu ausgeschlossen.“

Riesiges Marktpotenzial

Die Anbieter von Onlinetickets scheuen schon aus Eigeninteresse keine Mühen, wenn es um Datensicherheit geht. Sie wissen: Erfolgreiche Hackerangriffe könnten die Liebe der Kunden zur Buchung via Internet rasch trüben. Und damit einen milliardenschweren Markt beeinträchtigen. Derzeit nämlich schießt laut Unternehmensberatung PwC und ihrer Strategieberatung Strategy& das bargeldlose Transaktionsvolumen weltweit durch die Decke. Der Wert soll bis 2025 global um mehr als 80 Prozent auf 1,9 Billionen Euro steigen. Bis 2030 sollen sich die digitalen Zahlungen pro Person nahezu verdreifachen. Damit digitales Ticketing an diesem gewaltigen Kuchen mitnaschen kann, braucht es aber mehr als nur Insellösungen für einen Zutritt ohne herkömmliche Karten. Das elektronische Ticket am Smartphone soll vielmehr Teil eines Gesamterlebnisses sein, für welches es weder Papier noch Bargeld braucht. Für Fußballfans heißt das etwa, dass sich via Handy der Schranken zum Stadionparkplatz ebenso öffnen lässt wie das Drehkreuz am Tribünenzugang. Selbst das Pausengetränk am Buffet sollte über eine mobile Zahlungslösung verrechnet werden können.

In der ratiopharm arena im süddeutschen Ulm ist eine solche Version schon weitgehend Wirklichkeit: ventopay, der österreichische Marktfüh-

rer im Bereich bargeldloser Kassen-, Bezahl- und Abrechnungssysteme mit großem Expansionsdrang in die Nachbarländer, hat in dem Fußballstadion sein System mocca® implementiert. 40 stationäre Kassen des Anbieters von bargeldlosen Zahlungslösungen sind in Kiosken, in der Business Lounge und im Payment Center präsent. 25 Smartphonekassen komplettieren die Infrastruktur. Sie dienen nicht nur zur raschen Begleichung von Speisen und Getränken, am Parkplatz und in der Garderobe ist die mobile Anwendung ebenfalls im Einsatz. Das Prinzip: Besucher laden ihre SchwabenCard oder ratiopharm arena card mit Guthaben auf und können damit alle Leistungen im Stadion bezahlen. Restguthaben können ausbezahlt oder beim nächsten Mal verbraucht werden.

Auch im Allianz Stadion im Westen Wiens ist ein solches System im Einsatz. Dort hat man freilich keine SchwabenCard, sondern die Rapid-MariE, die offene Beträge mit moderner NFC-Technologie in Sekundenbruchteilen begleicht. Auch hier gilt: Karte kurz ans Kassenterminal oder ein Smartphone mit mocca.touch.mobile-App halten, schon ist der Einkauf erledigt. Was vor allem bei großem Andrang von Vorteil ist: „Während eine Zahlung mit Münzen bis zu 30 Sekunden dauert, funktionieren bargeldlose Varianten im Idealfall unter einer Sekunde. Vor allem in kurzen Pausen wie der Halbzeit bei Spielen, wo große Menschenmengen in nur wenigen Minuten gepflegt werden müssen, fällt das enorm ins Gewicht. Für Betreiber erhöht sich der Durchsatz, Fans profitieren aufgrund minimierter Wartezeiten“, schwärmt Johannes Reichenberger, Geschäftsführer von ventopay. Weil: Wer will schon gerne den Beginn der zweiten Halbzeit verpassen? ••

