



«EasyRide ist bequem und sicher»

#Digitalisierung #Innovation #Abos & Billette

Nach einer positiven Bilanz der Markttests führt die SBB das automatische Ticketing jetzt in der App SBB Mobile ein. Mit EasyRide ist das Reisen in der Schweiz so einfach und bequem wie mit dem GA. Markus Basler, Leiter Digital Business, gibt Antworten auf die wichtigsten Fragen.



Endlich kommt das automatische Ticketing auch bei der SBB im Massengeschäft an. Warum erst jetzt?

Markus Basler: Uns war wichtig, dass wir diese neue Funktion en detail verstehen und die Kinderkrankheiten vor der Lancierung ausmerzen konnten. Aus diesem Grund haben wir ab Ende 2018 mit SBB Preview am Markttest der Branche teilgenommen und die Lösung auf Herz und Nieren getestet. Für uns war immer klar, dass wir EasyRide erst nach Abschluss des Markttests und dem definitiven Einführungsentscheid durch die Branche im Massengeschäft lancieren. Die Branche hat im September 2019 die definitive Einführung beschlossen, und jetzt ist EasyRide für alle Kundinnen und Kunden verfügbar.



Markus Basler

Welche Erkenntnisse habt ihr beim Markttest gewonnen?

Im Markttest haben wir gesehen, dass die Funktion ein Kundenbedürfnis erfüllt und den Zugang zum öV signifikant vereinfacht. Alle Anbieter kochen nur mit Wasser – die Qualität der Lösungen war am Anfang klar ungenügend. Inzwischen wurden technische und tarifarische Massnahmen eingeleitet und das System ist beherrschbar. In der heutigen Form ist EasyRide reif für das Massengeschäft. Obwohl EasyRide bequem und sicher ist, haben wir festgestellt, dass die Kundinnen und Kunden eher zurückhaltend sind bei der Nutzung auf langen Strecken. Hier kaufen die meisten lieber das Ticket im Voraus. Dies war aber auch bei der Einführung von eBanking der Fall – wer hätte 1998 50 000 Franken über das Internet transferiert?

Vielleicht hat das auch damit zu tun, dass es nicht möglich ist, Sparbillette mit EasyRide zu kaufen. Wird sich das einmal ändern?

Sparbillette funktionieren ganz anders als das Bezahlen im Nachhinein. Sparbillette sind zuggebunden und müssen gemäss Tarif mindestens eine Stunde vor der Abfahrt erfolgen. Damit bezwecken wir eine Verlagerung: Die Spitzenzeiten sollen entlastet und die Nebenverkehrszeiten bester ausgelastet werden. EasyRide zielt auf Einfachheit und optimiert den Preis für den Tageskonsum gemäss den geltenden Tarifbestimmungen. Selbstverständlich unter Berücksichtigung von Streckenabos.

Automatisches Ticketing

Mit der Funktion «EasyRide» können Kundinnen und Kunden beim Reiseantritt einchecken und am Schluss ihrer Reise an jedem beliebigen Ort wieder auschecken. Die «EasyRide»-Funktion erkennt die gefahrene Strecke und bucht automatisch das passende Billett, und dies immer zum fairsten Preis. Übersteigt beispielsweise der Wert der gefahrenen Strecke an einem Tag den Preis einer Tageskarte, wird dem Kunden nachträglich der günstigere Preis der Tageskarte verrechnet.

Immer wieder äussern Kundinnen und Kunden Bedenken wegen dem Datenschutz. Was macht die SBB mit den Daten, die sie über EasyRide erhält?

Unser Technologiepartner FAIRTIQ erfasst und bearbeitet ausschliesslich Daten im Zusammenhang mit EasyRide und dem Kauf von elektronischen Fahrkarten. Die Reisedaten werden während zwölf Monaten nach Abschluss der Reise für Kundendienstleistungen zur Missbrauchsbekämpfung aufbewahrt. Anschliessend erfolgt eine Anonymisierung dieser Daten, so dass keine Rückschlüsse auf die Kunden mehr möglich sind. Darüber hinaus werden die Daten nicht verwertet, und es werden insbesondere keine Mobilitätsprofile erstellt. Der Kunde stimmt vor der erstmaligen Nutzung von EasyRide der Freigabe seiner Standortdaten per opt-in zu.

EasyRide ist jetzt in der SBB Mobile App verfügbar. Welche Zahlen zur Nutzung gibt es seit der Einführung?

Seit der Einführung von EasyRide in der SBB Mobile App haben sich bereits mehrere zehntausend Kundinnen und Kunden registriert. Sie haben schon beinahe 50 000 Fahrten mit EasyRide durchgeführt. Und das, bevor die Marketingkampagne begonnen hat!

Am 18. November 2019 startet die dreiwöchige Marketingkampagne zu EasyRide. Was habt ihr dazu vorgesehen?

Es ist eine grosse, nationale Einführungskampagne auf allen möglichen Kanälen. Im Zentrum steht das Key Visual mit den Rockern und Yvette. Ihr werdet dem Bild also im 20 Minuten, im Kino, auf Plakaten oder im Fernsehen begegnen. Und natürlich in unseren Zügen.