

Digital Media Preview der BUS2BUS 2022

Ausführungen von Laura Abbate, Produktdesign & User Experience Strategy bei White Octopus

Potential Bus: Warum?

- Nachhaltigkeits-Faktor (Gemeinschaftliche Mobilität)
- Anpassbarkeit und Flexibilität (Größe/Wege)
- Vielfältig einsetzbar (Business/Schulbus/Pendelbus etc./Spezialtransporte für mobilitätseingeschränkte Menschen/ Kombibus)
- Spontan einsetzbar, nicht an Schienen oder andere Systeme gebunden

1. Potential

High-Speed-Busse ins Umland: Viele Großstädter zieht es auch wieder aufs Land. Homeoffice macht es möglich. Trotzdem bleiben komfortable Reisen in die Stadt notwendig (z.B. Meetings). Schnellbus-Verbindungen aus bzw. ins Umland können ÖV-Lücken schließen, eine zahlungskräftige Klientel ansprechen und Autofahrten reduzieren. **Supporting Evidence:** Tech-Konzerne wie Google bieten bereits solche Busse an.

“Weniger Verkehr, mehr Mobilität!”

High-Speed-Busse haben das Potenzial hohes Verkehrsaufkommen zu entzerren und gemeinschaftliche, zielgerichtete Mobilität zu ermöglichen. Sie funktionieren dabei noch bedarfsorientierter und effizienter als ÖV.

“Bedürfnisorientierte Verfügbarkeit!”

Bei wachsenden Städten wird Mobilität zur Geduldsprobe! Speed Busse können Bedarfe erfüllen und Mobilitäts-Lücken schließen. Schnelle, individuelle Routen werden begehrt. High Speed Busse können diese direkten Verbindungen optimal erfüllen und spontan reagieren. Busse sind wegetechnisch und größentechnisch individuell einsetzbar und anpassbar.

2. Potential

Premium-Busreisen: Ein großer Teil des wachsenden Fernbusmarktes konzentriert sich auf gehobenem Discount-Level. Premium-Busse haben das Potenzial mit hochwertigen Angeboten Nutzer zu gewinnen, für die es kein Angebot gibt (hochwertiges Serviceangebot, Beinfreiheit /Extra Platz.) **Supporting Evidence:** Start up Twiliner will Nachtbusse revolutionieren.

“Durch hochwertige Angebote neue Nutzer gewinnen!”

Die Reise beginnt bereits schon mit der Fahrt! Wenn wir durch verschiedene hochwertige Services, Angebote die Reise mit dem Bus zu einem Erlebnis gestalten und nicht nur als reine effiziente “Transport-Mobilität” betrachten, gibt es hohes Potential neue Nutzer zu gewinnen.

“Mehr Qualität weniger Effizienz!”

Ob es ein Interior-Layout innerhalb des Busses ist, welches hochwertige Materialien verwendet oder eine neu gedachte Anordnung innerhalb des Raum, beides hat Potential in Zukunft die Reisen mit dem Bus qualitativ hochwertiger zu gestalten. Die Bewusste Reduzierung von Sitzplätzen nimmt das Engegefühl und führt zu einem angenehmeren Aufenthalt Gefühl.

3. Potential

Innenraum Bus: Wie können Busse in Zukunft spontaner und flexibler auf verschiedenste Kundenbedürfnisse eingehen? Kann ein Bus Interior wandelbar sein? Busse sind fahrende soziale Räume in denen viele verschiedene Bedürfnisse, Funktionen und Rollen gleichzeitig stattfinden und erfüllt werden müssen. (Fahren/Sitzen/Toilettengang/Gespräche etc.) Wie können wir mehr Privatsphäre und Komfort für individuelle Ansprüche in Reisebusse bringen?

“Mehr Privatsphäre durch anders gedachtes Interior!”

Verschiedenes Nutzertypen und deren Raumbedürfnisse ernsthaft im Businterior aufgreifen. Das Schaffen von z.B. Ruhezonem, Kommunikationszonen, Familien-/Kinder Bereichen oder Business Bereichen könnte durch mögliche räumliche Trennungen geschehen. So können verschiedenste Nutzertypen unterschiedliche Zustände von Privatsphären gleichzeitig erleben. Wie viel Individualisierung ist in einem Bus möglich? Das Einstellen von Atmosphäre über Licht, das optimale Anpassen vom eigenen Sitzkomfort für die eigene Körpergröße oder die Möglichkeit für temporäres Cocooning. All diese Bedürfnisse können nicht immer in einem Bus realisiert werden, aber sie tragen dazu bei ob Menschen sich für eine Busreise in Zukunft entscheiden werden.

“Bedürfnisorientierte & erlebnisreiche Innenräume schaffen!”

In anderen Bereichen wird das digitale Erlebnis “sich weg zu Beamen” bereits getestet und angeboten. Vielleicht ist der Raum Bus in Zukunft nicht der gleiche Raum, in dem man die Reise erlebt, sondern ein weiterer virtueller Raum. Zudem bieten virtuellen Räume die Möglichkeit z.B. im Vorfeld gut aufbereitete Informationen über das Urlaubsziel/ Ankunftsziel dem Reisenden zur Verfügung zu stellen oder darauffolgende komplexe Mobilitätsketten einfach und verständlich zu erklären. Digitalisierung kann als ergänzende Komponenten im Innenraum funktionieren ob als reines Entertainment oder als Helfer für die weitere persönliche Routenplanung.