

Zu Tagesordnungspunkt 2

Vermarktungskonzept für das WLAN-Portal in der S-Bahn

I. Sachvortrag

Die Regionalversammlung hat sich in den vergangenen Jahren für die Entwicklung eines attraktiven S-Bahn-Angebots in der Region eingesetzt. Dazu gehört neben einem dichten Taktverkehr auch eine hohe Aufenthaltsqualität in den Fahrzeugen. Ein wichtiges Merkmal für die Fahrgäste ist hierbei u.a. die Verfügbarkeit kabelloser Internetverbindungen. Das Gremium hat sich nachhaltig für die Realisierung dieser Kundenanforderung eingesetzt und bereits vor mehr als drei Jahren die erforderlichen Beschlüsse zur Umsetzung und Finanzierung eines solchen Angebots gefasst. Unter dem rollenden Rad wurden alle S-Bahnen mit der erforderlichen WLAN-Technik durch DB Regio ausgestattet und die Region Stuttgart hat damit seit 2019 die erste S-Bahn in Deutschland, bei der die gesamte Flotte über einen WLAN-Zugang für die Fahrgäste verfügt.

Dieser WLAN-Zugang und auch ein damit verknüpftes Infotainment-Portal wird für die Fahrgäste kostenfrei angeboten. Viele Bahnkunden nutzen diesen interessanten Service, der neben aktuellen Nachrichten und Informationen zu verschiedenen Themenbereichen auch Unterhaltungsangebote sowie Reiseinformationen zur aktuellen Fahrt beinhaltet.

Eine Möglichkeit, dieses Infotainment-Portal in der S-Bahn weiter aufzuwerten, ist die Vermarktung von Werbeflächen auf dieser Plattform; so wie es heute bei vielen Internetdiensten unterschiedlicher Anbieter – u.a. zur Finanzierung von kostenfreien Angeboten – üblich ist. Gleichzeitig besteht mit der Umsetzung von Werbung im WLAN-Portal der S-Bahn aber auch die Möglichkeit, bspw. auf regionale Veranstaltungen aufmerksam zu machen. Der Verkehrsausschuss hatte die Werbemöglichkeiten bei der S-Bahn auf Antrag der CDU-Fraktion im Frühjahr 2018 behandelt (vgl. VA-256/2018) und die Geschäftsstelle beauftragt, gemeinsam mit DB Regio ein entsprechendes Konzept für das WLAN-Portal zu erarbeiten.

Die Umsetzung eines solchen Vermarktungskonzepts ist mit technischen Voraussetzungen verknüpft, die im bestehenden Portal so bislang jedoch nicht vorhanden waren. Seit Mitte 2020 hat DB Regio die erforderlichen Grundlagen geschaffen, so dass der Vertrieb von digitalen Werbeflächen auf Basis des folgenden Konzepts umgesetzt werden kann.

1. Konzeptbeschreibung

1.1 Grundsätze der automatisierten Werbeflächenvermarktung

Der Ein- und Verkauf von Werbeflächen im WLAN-Portal der S-Bahn würde automatisiert und individualisiert in Echtzeit erfolgen. Konkret umgesetzt wird dies bspw. im Rahmen einer Auktion, die angestoßen wird, wenn der Nutzer eine Seite mit Werbeflächen aufruft. Die Werbetreibenden haben dann die

Möglichkeit, ein Gebot abzugeben und der Höchstbietende erhält den Zuschlag. Dieser Prozess läuft innerhalb weniger Millisekunden ab und ist für den Nutzer nicht wahrnehmbar.

Im Online-Marketing bezeichnet man den Ansatz automatisiert ausgespielter Werbung als „Programmatic Advertising“. Etwa 75 % aller digitalen Werbeflächen werden heute in diesem Rahmen vermarktet. Der Vorteil zum klassischen Vermarktungsmodell besteht darin, dass die manuelle Abstimmung und Koordination von Kampagnen entfallen. Auf einen zusätzlichen Personalaufbau für die Steuerung der Werbeflächenvermarktung wird bei der automatisierten Vermarktung zudem verzichtet und es wird eine Rentabilität der Gesamtmodells erreicht. Etwa 80 % der Werbeeinnahmen kommen beim Publisher (das ist DB Regio als Betreiber des Portals) an; beim klassischen Vermarktungsmodell liegt dieser Wert lediglich bei etwa 30 %. Neben „Programmatic Advertising“ sind perspektivisch auch weitere Vermarktungsmöglichkeiten wie „Sponsored Content“ denkbar.

Um zu prüfen, wie Werbung in einem solchen Medium bei den Nutzern ankommt, wurde in den vergangenen Monaten eine Serie von Mini-Tests mit dem WLAN-Portal durchgeführt. Dieser Vergleichstest zwischen den beiden Nutzergruppen ergab lediglich minimale Unterschiede in der Bewertung, wie Werbung wahrgenommen wird. Als Fazit lässt sich festhalten: Werbung ist auch aus Kundensicht in Ordnung.

Die folgende Darstellung zeigt ein Beispiel, wie kommerzielle Werbung im WLAN-Portal der S-Bahn aussehen kann.

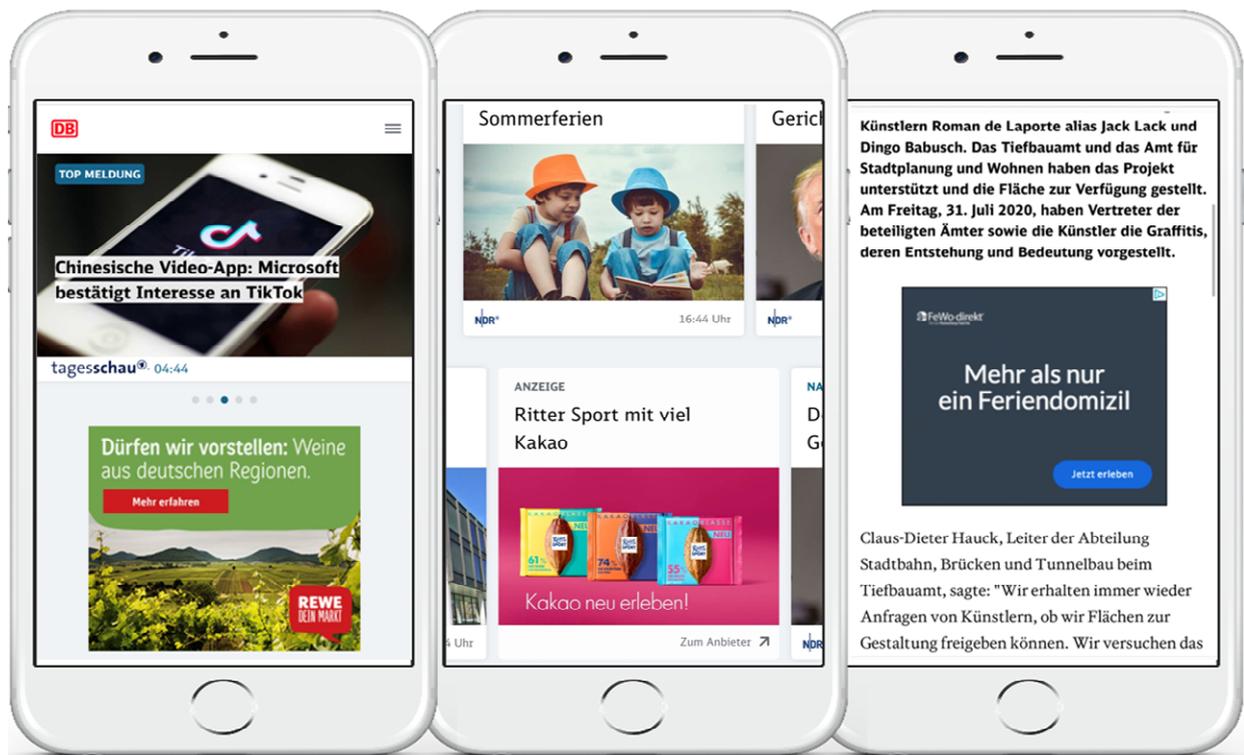


Abb. 1: Beispielhafte Darstellung von Werbung im WLAN-Portal

Grundsätzlich gilt, dass die ausgespielte Werbung in Einklang mit den Nutzern und auch mit den hinterlegten Inhalten (Content) stehen muss. Dazu gehört – anlog zu den Regelungen des Verkehrsvertrags – insbesondere der Ausschluss von rechtswidriger, rassistischer und sexistischer Werbung, Werbung gegen die guten Sitten und den guten Geschmack sowie parteipolitische oder religiöse Werbung. Ebenfalls auszuschließen ist aus Kundensicht sehr störende Werbung (z.B. eine Vollbildanzeige, bevor der Nutzer die

Webseite sieht). Die Gewährleistung, dass u.a. diese Anforderung sichergestellt wird, wäre in einer entsprechenden Vereinbarung mit DB Regio festzuhalten.

1.2 Ertragsmöglichkeiten

Die Vermarktungserlöse, welche sich aufgrund der ausgespielten Werbung erzielen lassen, sind in hohem Umfang von der Nutzungsintensität und Reichweite des WLAN-Portals abhängig. Bei der Umsetzung von WLAN in der S-Bahn wurde bereits mit der in diesem Zusammenhang geschlossenen Finanzierungs- und Betriebsvereinbarung die hälftige Aufteilung der Erlöse zwischen Region und DB Regio geregelt. Der auf die Region entfallende Anteil würde automatisch den Aufwendungen/Betriebskosten für WLAN gegenge-rechnet.

Für die Vermarktung des WLAN-Portals wurde ein Szenario erstellt, in dem – bezogen auf einen Zeitraum von 5 Jahren – Erlöse in Höhe von 600.000 Euro prognostiziert sind. Investitions- und werbespezifische Kosten wurden bei diesem Betrag bereits in Abzug gebracht. Rund 300.000 Euro werden damit im betref-fenden Zeitraum der Region zugeschrieben und zur Finanzierung des für die Fahrgäste kostenfreien Fahr-gast-WLAN verwendet.

Die Voraussetzungen für potenzielle Einnahmen wurden dargestellt. Eine Garantie für den genannten Er-lösumfang kann nicht gegeben werden. Die Region trägt jedoch keine monetären Risiken, wenn sich die Aufwendungen für die Umsetzung der Werbung nicht amortisieren sollten. Es erfolgt kein Verlustausgleich durch die Region.

2. Fazit und weiteres Vorgehen

Die Vermarktung des WLAN-Portals ist eine sinnvolle Option, um dieses Medium zeitgemäß und attraktiv für den Nutzer weiterzuentwickeln. Zugleich ergibt sich damit eine Möglichkeit, die hohen Aufwendungen für die kostenfreie Internetanbindung der Fahrgäste im Zug teilweise zu kompensieren. Ein weiterer Aspekt ist die sich mit dem Konzept ergebende Option, kostenfreie Werbung für ausgewählte regionale Veranstaltungen (z.B. Internationales Trickfilm Festival, Rad DM 2021 und Brezel Race) zu schalten.

Die Geschäftsstelle empfiehlt, zur Umsetzung des dargestellten Vermarktungskonzepts eine Vereinbarung mit folgenden Eckpunkten zwischen Region und DB Regio zu schließen:

- Abstimmung zu Art und Umfang der Werbung (u.a. Blacklisting).
- Bereitstellung attraktiver Werbeplätze, welche im Bedarfsfall kostenfrei von der Region bespielt werden können (z.B. für regionale Veranstaltungen). Die Regelung gilt analog für DB Regio.
- Verantwortung für die Einhaltung rechtlicher Vorgaben, insbesondere DSGVO, liegt bei DB Regio.
- DB Regio sichert zu, dass Dienstleister, die im Rahmen der Umsetzung des Vermarktungskonzepts beauftragt werden, im Wege eines Ausschreibungsverfahrens ermittelt wurden bzw. werden, so weit dies nach geltendem Recht erforderlich ist.
- Laufzeit: max. 5 Jahre (verknüpft mit der bestehenden Finanzierungs- und Betriebsvereinbarung zu WLAN in der S-Bahn).
- Vermarktungserlöse werden, nach Abzug der werbespezifischen Kosten, zu gleichen Teil der Re-gion und DB Regio zugeschrieben. Negative Ergebnisse werden von DB Regio getragen und nicht

an die Region weitergegeben. Kosten und Erträge werden über die gesamte Laufzeit der Vereinbarung miteinander verrechnet.

- Aufnahme von Gesprächen, wenn die dynamischen Entwicklungen in der Werbebranche eine Anpassung bzw. Weiterentwicklung der abgeschlossenen Vereinbarung erfordern.

II. Beschlussvorschlag

Der Verkehrsausschuss beauftragt die Geschäftsstelle, eine Vereinbarung zur Umsetzung des dargestellten Vermarktungskonzepts für das WLAN-Portal in der S-Bahn zu schließen und die unter Punkt 2 dargestellten Eckpunkte zu berücksichtigen.