

## **2. Kongress der Landesregierung des Landes Baden-Württemberg**

### **Innovationen im Öffentlichen Personennahverkehr**

**14. – 15. März 2005 in Freiburg**

#### **Bericht aus Workshop IV**

##### **Marketing/Tarife**

Alle Themen in diesem Workshop haben die Akzeptanz des ÖPNV durch die Kunden berührt. Tatsache ist, dass im ÖPNV in den letzten Jahren wesentliche Verbesserungen zu verzeichnen sind, dass es aber nicht gelungen ist, diese Verbesserungen auch in der gesamten Palette der Unternehmen zum Kunden zu transportieren.

Dr. Adi Isfort, Leiter der Verkehrsforschung TNS Infratest Bielefeld, hat uns mit seinem Thema „Kundenbedürfnisse im ÖPNV – Anspruch und Wirklichkeit“ sehr deutlich gemacht, dass noch immer eine große Differenz zwischen „Kundenzufriedenheit“ im Vergleich zu tatsächlich erlebter Qualität besteht. Erstaunlich war und ist, dass besonders die Stammkunden zu den qualitätssensiblen Fahrgästen zählen. Deutliche Differenzen gibt es bei der Kundenzufriedenheit auch auf der regionalen Ebene. Stammkunden im Ballungsbereich – mit einem erheblich verdichteten Angebot – sind in der Sensibilität für Qualität wesentlich kritischer als Fahrgäste in ländlichen Regionen, wo das Fahrplanangebot in seinem Umfang wesentlich geringer ist. Unterschiedliche Anforderungen stellen die verschiedenen Fahrgastgruppen in Stadt und Land z. B. auch bei der Ausstattung im Haltestellenbereich.

Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass Kunden aufgrund der subjektiven Betrachtung von Betriebsabwicklung und Betriebssituation mit objektiven Bewertungen kaum von den tatsächlichen Abläufen zu überzeugen sind. Wesentliche Kriterien für die Beurteilung eines Angebotes durch die Kunden sind Pünktlichkeit, Taktfrequenz und Anschlüsse, sodass ich sagen kann – und lassen Sie mich hier ein eigenes Urteil einflechten –, Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz sind hier mit dem „Drei-Löwen-Takt“ und dem „Rheinland-Pfalz-Takt“, verbunden durch die S-Bahn RheinNeckar mit ihrer Pünktlichkeitsquote von rund 98% auf einem guten Weg. Nicht umsonst liegt die S-Bahn RheinNeckar in der Kundenbewertung aller S-Bahn-Systeme zusammen mit Nürnberg an der Spitze.

Wir haben im Fall der S-Bahn RheinNeckar zwar keine unternehmensbezogene oder gar verbundbezogene „Mobilitätsgarantie“, aber Dieter Fink von den Stuttgarter Straßenbahnen hat uns berichtet, dass eine solche nicht – wie vielfach behauptet – der unternehmerische Ruin sein muss.

Am Beispiel der SSB hat er überzeugend dargelegt, wie die SSB ihre Mobilitätsgarantie entwickelt haben und wie diese sich innovativ auch von den anderen Städten in der Bundesrepublik und im Ausland unterscheidet. Die Stuttgarter Mobilitätsgarantie hat nicht nur zu einer auch durch Umfragen bestätigten Kundenzufriedenheit ge-

führt, sondern hat zugleich auch die Organisation des innerbetrieblichen „Schwächenmanagements“ erleichtert und die linienbezogene Erfassung verschiedenster „Störungen“ ermöglicht, deren Auftreten die vom Fahrgast gewünschte Qualität des ÖPNV-Angebotes oft beeinträchtigt. Im Rahmen der Diskussion mit den Workshop-Teilnehmern wurde deutlich, dass die Einführung von Mobilitätsgarantien dringend erforderlich ist, dass sie u.a. sogar gut im Marketingkonzept zu integrieren sind. Dies gilt insbesondere so lange sie ein positives „Alleinstellungsmerkmal“ bedeuten. Diskutiert wurde auch, dass derzeit zu erwarten steht, dass schnell gesetzliche Regelungen für eine Mobilitätsgarantie eingeführt werden könnten, wenn die Unternehmen nicht zu Lösungen kommen, die dem Kunden im Falle einer Betriebsstörung dennoch Reisemöglichkeiten verschaffen, um die Transportkette sicherzustellen.

Es wurde mit Bedauern festgestellt, dass sich hier ein großer Mobilitätsanbieter Deutschlands immer wieder innovativen Lösungen verweigert. Alle Reaktionen, die die SSB bisher von Kundenseite auf ihr Projekt festgestellt haben, waren weitestgehend positiv.

Über das Handling von Qualitätsvereinbarungen, nicht zwischen dem tatsächlichen (direkten) Kunden, sondern zwischen dem Verkehrsunternehmen und einem Aufgabenträger (indirekter Kunde), hat Roland Suckrow von ETC Transport Consultants am Beispiel auch des Verkehrsvertrages zwischen der Deutschen Bahn und dem Land Baden-Württemberg berichtet. Basierend auf der Quattro-Studie zur DIN 13816 hat sich in den vergangenen Jahren eine Tendenz zur Qualitätskontrolle entwickelt, die z. B. in Baden-Württemberg jeweils zugbezogene Kriterien für Qualitätsmaßstäbe vorsieht. Im Rahmen des Vortrages wurde aber auch deutlich, dass die Qualitätskontrolle in ihren pekuniären Auswirkungen nur den Transporteur, nicht aber die Infrastrukturbetreiber erfasst, deren Mängel nur nachrichtlich in den Qualitätsberichten auftauchen: Für diese Bereiche, insbesondere für den Netzbereich (Schieneninfrastruktur sowie Leit- und Sicherungstechnik), sind im Schienenverkehr noch innovative Konzepte zu entwickeln und dann auch umzusetzen, d.h., das Thema Qualitätskontrolle im ÖPNV bleibt spannend, zumal z. B. im Bussektor noch nicht abschließend geregelt ist, wie Qualitätsmerkmale im Busverkehr im Hinblick auf die rechtlichen Rahmenbedingungen des PBfG dauerhaft sichergestellt werden können. Hier werden bei der Weiterentwicklung des Konzessionsrechts noch innovative Ideen erforderlich sein.

Gerade „live“ gestartet ist, wie Dr.-Ing. Sjef Janssen von der Firma Connexion berichtet, das e-Ticketing in den Niederlanden. Es soll bis ins Jahr 2007 das gesamte Land umfassen und überall die Papierfahrkarten ablösen. Dies wird allerdings auch zu einer Erhöhung der ÖPNV-Tarife führen, die Dr. Janssen aufgrund der wirtschaftlichen Lage der Unternehmen allerdings schon heute für erforderlich hält. Das niederländische Modell, ein unternehmens- und nicht aufgabenträgergesteuertes Modell einer berührungslosen Chipkarte, soll in den Gebieten der 19 niederländischen Aufgabenträger gelten und das nationale Tarifsysteem ablösen. Es hat bei einem Einführungsaufwand von rund 55 Mio. Euro bei einem Einstandspreis für die Karte und bei noch nicht festliegenden Kosten für die Abwicklung im Rahmen des BackOffice seine Bewährungsprobe allerdings nicht bestanden. Es ist seit wenigen Tagen in der Kundenwelt angekommen, und die wirtschaftlichen Auswirkungen für Unternehmen und Kunden sind noch zu prüfen. Es wird zu beobachten bleiben, wie sich dieses Modell z. B. im Vergleich zu dem in Dresden gestarteten Versuch entwickelt.

Innovative Ansätze für Qualität, Ticketing, Kundenbindung und Kundenbedürfnisse haben deutlich gemacht, dass es im ÖPNV noch viele zukunfts- und innovations-trächtige Felder gibt. Es bleibt abzuwarten, wie sich diese Ansätze auch unter den gestern von Ihnen, Herr Minister Mappus, erwähnten wirtschaftlichen Rahmenbedin-gungen umsetzen lassen.