

## 2. ÖPNV-Innovationskongress vom 14. – 16. März 2005 in Freiburg

Redebeitrag zur

**Verleihung des Innovationspreises ÖPNV**

**am 16. März 2005**

**von 11.45 – 12.15 Uhr**

Begrüßung

*Folie 1*

Baden-Württemberg hat in den letzten Jahren den ÖPNV zu einem attraktiven Verkehrssystem ausgebaut. Das Verkehrsangebot wurde stark erweitert und das Fahrgastaufkommen konnte deutlich gesteigert werden. Das Engagement der Verkehrsunternehmen und Verkehrsverbünde im Land hat zu diesen Erfolgen mit beigetragen. Wir möchten dieses Engagement weiter fördern und durch innovative Ideen und Konzepte den ÖPNV im Land noch besser machen. Deshalb haben wir im vergangenen Jahr erstmals den Innovationspreis ÖPNV ausgelobt. Mit dem Preis möchten wir besonders innovative Unternehmen auszeichnen, die neue Wege bei der Bewältigung von Problemstellungen im ÖPNV gegangen sind.

Die Ausschreibung stand unter dem Motto:

**Unternehmen oder Verbünde mit den innovativsten Ideen  
für eine bessere Kundenorientierung**

21 Unternehmen/Verbünde haben sich um die Auszeichnung beworben. All diese Bewerbungen haben eines gemeinsam: Die Kundenorientierung ist zentrales Handlungsfeld der Unternehmenspolitik. Der Wettbewerb um den Kunden findet statt. Und: Er findet erfolgreich statt!

Ich bin stolz darauf, wenn ich sehe, mit welchem großem Engagement sich die Verkehrsunternehmen und die Verkehrsverbände dem Wettbewerb stellen. Wo einst von Beförderungsfällen die Rede war, wird heute der Fahrgast mit einem attraktiven und kundenorientierten Mobilitätsangebot umworben.

Die Stuttgarter Zeitung widmete sich im vergangenen Jahr in einer Serie dem Thema Innovation und schrieb:

„Zwar ist das Wort Innovation in aller Munde, doch an der Umsetzung hapert es.“

Die Bewerbungen um den Innovationspreis ÖPNV zeigen: Zumindest diese Unternehmen können damit nicht gemeint sein!

Die vorgeschlagenen Projekte unterstreichen: Es bewegt sich etwas. Die ÖPNV-Branche stellt sich den Herausforderungen der Zukunft. Wie notwendig es ist, diese Herausforderungen der Zukunft anzunehmen, um in der Auseinandersetzung mit den Wettbewerbern bestehen zu können, dies meine sehr verehrten Damen und Herren, wurde uns hier in Freiburg gestern und heute deutlich vor Augen geführt. Mehr denn je sind wir gefordert, mit kreativen Ideen das Marktpotenzial des ÖPNV voll auszuschöpfen.

Hierzu soll der Innovationspreis ÖPNV mit beitragen. Der Preis soll Ansporn sein, neue Ideen zu realisieren, und er soll zugleich Anerkennung für diejenigen sein, die erfolgreich Innovationen verwirklicht haben.

Über die Vergabe des Preises hat der Innovationsbeirat ÖPNV, ein interdisziplinär besetztes Gremium von Experten aus dem ÖPNV sowie von Fachleuten anderer Verkehrsträger, entschieden. Die Auswahl der Preisträger fiel dem Innovationsbeirat wahrlich nicht leicht. Die Qualität nahezu aller Bewerbungen war beeindruckend.

Ich möchte Sie jetzt aber nicht noch länger auf die Folter spannen. Ich freue mich sehr, heute erstmalig den Innovationspreis ÖPNV verleihen zu können.

Der mit 2.500 € dotierte Innovationspreis ÖPNV geht an die Stadt Offenburg. Ausgezeichnet wird das Stadtbuskonzept „Schlüsselbus“!

Worum geht es?

*Folie 2* Der „Schlüsselbus“ ist das innerstädtische ÖPNV-Angebot der Stadt Offenburg. Es steht als Synonym dafür, sich mit dem Bus die Stadt erschließen zu können. Es wurde von der Stadt vor rund 10 Jahren zur innerstädtischen Erschließung mit dem ÖPNV eingerichtet. Das Angebot wurde sukzessive optimiert und die Infrastruktur modernisiert. Ein verkehrliches Leitbild, den Modal-Split-Anteil von 4 auf 10 % zu erhöhen, wurde verabschiedet. Dieses Ziel wurde erreicht.

*Folie 3* Ein auffälliges und zugleich sympathisch wirkendes Design kennzeichnet das gesamte Stadtbuskonzept. Dieses Corporate Design findet sich nicht nur auf den Bussen, sondern auch an den Haltestellenständen, auf Broschüren, Flyern, Fahrplänen und auf Einkaufsgutscheinen für Partnergeschäfte.

Zum Erfolg des Schlüsselbusses hat ein umfassendes Marketingkonzept beigetragen, das klassische Marketingbausteine und nette oder auch nützliche Aufmerksamkeiten für die Fahrgäste zu einem harmonischen Ganzen ergänzt.

Einige dieser Bausteine möchte ich herausgreifen.

*Folie 4* Begrüßungspaket für Neubürger

Angeboten wird ein klassisches Begrüßungspaket mit der Möglichkeit, ein Schnupperticket anzufordern. Für das Verkehrsunternehmen bietet sich so die Gelegenheit, neue Kundenbeziehungen zu begründen (Customer Relationship). Anknüpfend an den Umzug soll den Neubürgern die Gelegenheit geboten werden, ihre Mobilitätsgewohnheiten zu überdenken. Die gezielte Ansprache potenzieller Neukunden setzt die Hemmschwel-

le zur Nutzung des ÖPNV herab. Die Aktion wird regelmäßig einer Erfolgsanalyse unterzogen.

### Schlüsselbus Paten

Der Schlüsselbus Pate hat die Aufgabe, Dinge, die auffallen (Pünktlichkeit, Fahrplangestaltung usw.), direkt an einen Ansprechpartner bei der Stadt weiterzuleiten. Mit dem Modell sollen Änderungswünsche auf kurzem Weg weitergeleitet werden. Gesucht wird die Nähe zum Kunden.

### Infostand, Hotline, Internet, Fahrpläne

Monatlich wird ein Infostand (samstags) in der Innenstadt betrieben. Dort können auch Anregungen und Beschwerden vorgebracht werden, ansonsten besteht dafür eine Hotline. Die gesamte Angebotspalette ist auch im Internet abrufbar. Für jeden Stadtteil gibt es eigene, übersichtliche Fahrpläne.

### Gedichte - Schlüsselbus

Vierteljährlich wird ein Gedichte-Wettbewerb durchgeführt. Die schönsten Gedichte werden prämiert, im Bus als Flyer ausgelegt und an der Decke des Busses abgebildet.

### Stadtschlüsselchen

Beim Kauf von Zeitkarten werden Wertmarken (Stadtschlüsselchen) ausgegeben, die in vielen Geschäften der Stadt eingelöst werden können.

Als Dankeschön für die Nutzung des Busses erhalten am Muttertag alle Fahrgäste eine Rose. An Regentagen werden Regenschirme an diejenigen Fahrgäste ausgegeben, die ihren Schirm vergessen haben. Wochenweise werden in Kooperation mit der örtlichen Presse kostenlose Tageszeitungen im Bus ausgelegt; an Adventssamstagen ist die Busbenutzung kostenlos. Zudem gibt es Weihnachtsaktionen mit geschmückten Bussen und Preisausschreiben.

Folie 5

Folie 6

Folie 7

Folie 8

**Unsere Wertung:**

Der Stadt Offenburg ist es gelungen, mit dem Schlüsselbus ein unverwechselbares Verkehrsangebot zu schaffen. Der Bus ist nicht nur „Verkehrsangebot“, er gehört zum Stadtbild und in Teilen auch zum Stadtgeschehen. Der ÖPNV hat dadurch in Offenburg einen neuen Stellenwert bekommen.

Die Kundenorientierung beeindruckt durch stetes und gefälliges Werben um den Kunden mit einer Vielzahl von Aktionen. Durch die Einbindung von Geschäften oder aber der örtlichen Zeitung werden diese zu strategischen Partnern.

Die Botschaft kommt an, wie die Fahrgastzahlen zeigen: Es ist schick, mit diesem Bus zu fahren. Der Schlüsselbus wird so zu einer echten Alternative zum Auto.

Folie 9

Den mit 5.000 € dotierten Innovationspreis erhält die **Albtal-Verkehrsgesellschaft**.  
Prämiert wird das Betriebskonzept für die **Enztalbahn**.

Ich stelle Ihnen die Enztalbahn kurz vor.

Folie 10

Ende der 90er Jahre übernahm die Albtal-Verkehrsgesellschaft (AVG) von der DB AG die 23 Kilometer lange, von der Stilllegung bedrohte Strecke Pforzheim – Wildbad und modernisierte die Trasse. Heute nutzen täglich mehr als 3.100 Reisende die Stadt-  
bahnverbindung. Für den Betrieb der Enztalbahn wurde ein Verkehrskonzept entwickelt, das ich auszugsweise darstellen möchte.

Die Strecke wird mit so genannten Zweisystem-Fahrzeugen befahren. D.h., die Fahr-  
zeuge können sowohl auf Eisenbahn- als auch auf Stadtbahnstrecken mit unterschiedli-  
chen Arten der Stromversorgung verkehren. Dieses System wird als „Karlsruher Modell“  
bezeichnet und revolutionierte den Nahverkehr auf der Schiene. So gibt es jetzt durch-  
gehende Verbindungen aus der Karlsruher Innenstadt nach Bad Wildbad.

Folie 11

Eines der größten Hindernisse für eine bessere Akzeptanz des ÖPNV auf der Enztal-  
bahn war die Lage des Bahnhofs in Bad Wildbad. Er befindet sich an der nördlichen  
Stadtgrenze, während die meisten interessanten Ziele der Kurstadt sich am südlichen  
Stadtrand befinden. Mit einer Straßenbahnstrecke durch die Innenstadt wurde die Dis-  
tanz überbrückt und eine verkehrlich und städtebaulich sehr ansprechende Lösung ge-  
funden.

Neue Haltepunkte wurden geschaffen und neue Wohn- und Gewerbegebiete erschlos-  
sen. Dank leistungsfähiger Fahrzeuge konnte trotz neuer Halte die Fahrzeit gegenüber  
dem (alten) Eisenbahnbetrieb nahezu beibehalten werden.

Folie 12

Sämtliche Halte sind mit einem dynamischen Fahrgastinformationssystem ausgestattet.  
Das System informiert sich beim Stellwerksrechner über die aktuellen Fahrzeugpositio-

nen und vergleicht diese mit dem Sollfahrplan und informiert dann entsprechend die Fahrgäste. Bei Bedarf können auch Sondertexte eingeblendet werden.

*Folie 13* Auch beim Haltestellenbau wurden neue Wege beschritten und speziell für kleine Siedlungen Kurzbahnsteige mit nur 20 Metern Länge errichtet. Mit geringem Kostenaufwand konnte so für eine nur wenige Dutzend Einwohner zählende Siedlung eine Haltestelle geschaffen werden. Die Alternative wäre eine eigene und entsprechend teure Busanbindung gewesen.

*Folie 14* In touristisch sensiblen Bereichen wurden Fertigteilbahnsteige verwendet. Die Bauzeit verkürzte sich und auch die Beeinträchtigungen durch die Bauarbeiten konnten minimiert werden.

*Folie 15* Um die Kosten zu reduzieren, wurde bei der Elektrifizierung des einzigen Tunnels der Enztalbahn die Tunneloberleitung neu konzipiert. Um das für die Elektrifizierung erforderliche Lichtraumprofil zu bekommen, wurden fest an der Decke verankerte Stromschieneoberleitung und besonders flache Y – förmige Stahlschwellen verwendet. Dadurch konnten kostenaufwändige Absenkungsarbeiten an der Tunnelsohle vermieden werden.

*Folie 16* Bereits während der Planungs- und Bauzeit wurde mit dem „StadtbahnExpress“ intensiv für die Enztalbahn geworben. Pläne und Gestaltungsentwürfe wurden vorgestellt, die Bauphasen erläutert und das neue Verkehrsmittel mit Betriebskonzept und Fahrpreisen vorgestellt.

*Folie 17* Auch die Kultur hat einen festen Stellenwert im Betriebskonzept der Enztalbahn. Zu den Rossini-Festspielen im Kurhaus Bad Wildbad setzt die AVG Sonderzüge ein, die direkt an das Kurhaus fahren. Die Anfangszeiten der Aufführungen sind auf die Ankunftszeiten der Stadtbahn ausgerichtet! Zur Premiere erhalten die Fahrgäste im Bistro-Sonderwagen ein Glas Sekt.

**Zur Wertung:**

Bei der Enztalbahn wurde ein stimmiges Gesamtkonzept von der Planung bis zum Betrieb realisiert. Der AVG ist es gelungen, ein attraktives Verkehrsangebot zu schaffen, das von Montag bis Sonntag rege nachgefragt wird.

Die Kundenorientierung wird hier greifbar. Die Bahn kommt gewissermaßen zum Kunden. Beispielhaft ist auch die Anbindung der Innenstadt bzw. des Kurparks. Die Bahn fügt sich harmonisch in das Stadtbild ein und wird von der Bevölkerung als Bereicherung wahrgenommen.

Und nun zum innovativsten Projekt dieses Wettbewerbs:

Der mit 10.000 € dotierte Hauptpreis geht an den Verkehrsverbund Kreisverkehr Schwäbisch Hall!

*Folie 18*

Ausgezeichnet wird **elektronisches Ticketing im Verkehrsverbund Kreisverkehr Schwäbisch Hall**.

Lassen Sie mich kurz auf die wesentlichen Elemente des Konzepts eingehen.

*Folie 19*

Bereits bei der Gründung des Verkehrsverbunds in Schwäbisch Hall im Jahr 2000 wurden mit der Einführung von „Ticketoffice“ neue Wege beschritten. Ticketoffice ist die in der Verbundgesellschaft selbst entwickelte Software, die es möglich macht, dass die verbundbedingten Lasten, die stets durch die Harmonisierung der Tarifsysteme der Verkehrsunternehmen bei der Gründung eines Verbundes anfallen, hier nicht pauschal den Verkehrsunternehmen ausgeglichen werden, sondern für jeden einzelnen Fahrschein genau zugeordnet und abgerechnet werden können. Damit wird die größtmögliche Transparenz bei den verbundbedingten Ausgleichsleistungen erreicht.

(Bei den meisten „klassischen“ Verbänden beruhen diese Zahlungen auf Kalkulationen vor Verbundstart, die dann dynamisiert werden.)

Neben abrechnungstechnischen Vorteilen entsteht dadurch auch ein Anreiz für die Unternehmen, möglichst viele neue Kunden zu gewinnen, denn jeder neue Kunde bedeutet zusätzliche Einnahmen in der Kasse. Auch dies ist bei klassischen Verbänden nur bedingt der Fall.

Diese Abrechnungs-Software „Ticketoffice“ wird inzwischen bundesweit vertrieben und von 25 verschiedenen Unternehmen angewandt.

*Folie 20*

Wichtiges Ziel des Verbundes ist es, Kunden zu binden und zu gewinnen. Der Anteil der Gelegenheitskunden ist in Schwäbisch Hall noch sehr hoch. Für diese Kunden wurde

das Angebot der **Regio Card** geschaffen. Dahinter verbirgt sich ein elektronischer Fahrschein (Geldkarte), der nun durch ein elektronisches Fahrgeldmanagement mit berührungslosem Ein- und Auschecken abgelöst wurde.

Die Vorteile liegen auf der Hand:

Zugangshemmnisse – vor allem für Gelegenheitskunden – werden abgebaut,  
 der Verkaufsvorgang im Bus entfällt,  
 der Einstieg wird beschleunigt,  
 die Haltezeiten verkürzt und  
 die Pünktlichkeit verbessert.

Bargeld wird überflüssig (Erleichterung für Kunden und Verkehrsunternehmen).

Das E-Ticketing-System verbessert auch die firmen- und verbundinterne Kommunikation. Es besteht ständiger Kontakt zu den Busfahrern; die Standortbestimmung erfolgt über GPS. Auch die Angebote der Ruftaxis können besser genutzt werden, da der Fahrgast bereits beim Start sein Ziel beim Busfahrer angeben kann. Die Transportkette wird dann automatisch sichergestellt.

*Folie 21*

Bislang konnten für die RegioCard über 12.000 Kunden gewonnen und 1,5 Mio. Fahrscheine verkauft werden. Die Akzeptanz der Karte wird durch ihren Mehrfachnutzen noch erhöht. Zusammen mit der Stadt, den Stadtwerken und weiteren Partnern im Einzelhandel kann die Karte auch zum Besuch städtischer Einrichtungen wie Parkhäuser, Schwimmbäder, Bibliotheken usw. genutzt werden. Durch dieses sog. Cross-Selling entsteht die Möglichkeit, neue Kunden zu erreichen.

*Folie 22*

Im Sommer vergangenen Jahres erfolgte der Startschuss zum weiteren Ausbau des elektronischen Ticketsystems.

*Folie 23*

Erstmalig kommt E-Ticketing flächendeckend verbundweit zum Einsatz!

*Folie 24*

Mit einer sogenannten **ÖPNV-Card** kann sich der Kunde jetzt berührungslos in den Fahrzeugen der Verbundunternehmen bzw. auf den Bahnsteigen an- und abmelden; der Fahrpreis wird anhand dieser Daten ermittelt. Am Monatsende erhält der Kunde eine „fahrtscharfe“ Abrechnungsübersicht.

*Folie 25*

Um sicherzustellen, dass dieses System zu keiner Insellösung wird und die Karten des E-Ticketings überall dort eingesetzt werden können, wo es Systeme elektronischer Fahrscheinabrechnung gibt, ist die Anwendung der unter der Federführung des VDV erarbeiteten Vorgaben für elektronische Fahrgeldmanagementsysteme, der so genannten VDV-Kernapplikation, Voraussetzung für die Unterstützung des Landes gewesen.

*Folie 26*

Dank eines automatischen Preisfindungssystems können sämtliche Tarifgrenzen überwunden werden. Die Dimension dieses Projektes wird auf dieser Folie deutlich. Ich möchte Sie mit Details nicht belasten. Hervorheben möchte ich aber, dass die ÖPNV-Card nicht nur in sämtlichen Bussen des Verbundes, sondern auch für die DB-Strecken im Verbund genutzt werden kann. Die Check In/Check out-Geräte befinden sich hier am Bahnsteig. Die zentrale Bedeutung des Ticket-Office als Abstimmungs- und Abrechnungszentrale wird auf diesem Schaubild nochmals anschaulich. Die aus den Fahrzeugen ankommenden Daten werden hier gebündelt. Ebenso wird von hier aus Kontakt zum Kreditinstitut des Fahrgastes hergestellt und die Fahrtkosten abgebucht.

*Folie 27*

### **Unsere Wertung:**

Mit der Einführung des elektronischen Ticketings hat der Kreisverkehr Schwäbisch Hall bundesweit Pionierarbeit geleistet.

Sowohl beim Abrechnungssystem des Verbundes als auch beim E-Ticketing geht Schwäbisch Hall erfolgreich neue Wege. Erstmals wird in einem gesamten Verkehrsverbund bei allen Verkehrsunternehmen einschließlich der DB Regio AG E-Ticketing eingesetzt. Und erstmals findet die VDV-Kernapplikation eine konkrete Anwendung. Der

Kunde profitiert davon auf vielfältige Weise. Dank zukunftsweisender Technik wird die Nutzung des ÖPNV denkbar einfach.

Das E-Ticketing System Schwäbisch Hall trägt dazu bei, Zugangshemmnisse vor allem für Neu- und Gelegenheitskunden abzubauen. Ganz nebenbei entsteht daraus auch noch ein Kundenbindungsprogramm.

Lassen Sie mich zusammenfassen:

Die E-Ticketing-Konzeption des Verbundes Kreisverkehr Schwäbisch Hall bietet das Potenzial, um den ÖPNV in zentralen Bereichen zukunftsfähig zu machen.

Zum Schluss möchte ich mich nochmals bei allen Bewerbern für ihre Teilnahme an der Ausschreibung des Innovationspreises bedanken. Sie haben damit bewiesen, welches großes Innovationspotenzial in den baden-württembergischen Verkehrsunternehmen und Verkehrsverbänden steckt. Ich rufe Sie auf, diesen Weg weiter zu gehen. Es ist meine feste Überzeugung, dass wir mit neuen Produktideen im Wettbewerb um die Gunst des Fahrgastes erfolgreich bestehen können.