

**Rede von Frau Ministerin Tanja Gönner
anlässlich der
Verleihung des Innovationspreises ÖPNV
am 22. Februar 2011
um 19:00 Uhr
im Konzerthaus Freiburg**

Gliederung

1. Einleitung
2. Vorstellung der nominierten Bewerber durch Herrn Markus Brock
3. Vorstellung der Gewinner und Preisverleihung
 - a. Sonderpreis für den VVS
 - b. Firma Omnibusverkehr Spillmann
 - c. DB Regio, Region Südbaden
 - d. Reutlinger Stadtverkehrsgesellschaft
4. Schluss

1. Einleitung

Folie
Ich freue mich sehr, Sie heute anlässlich der **Auftaktveranstaltung des 5. ÖPNV-Innovationskongresses** in Freiburg, Deutschlands südlichster Großstadt, begrüßen zu dürfen.

Meine sehr verehrten

- Damen und Herren Geschäftsführer der Verkehrsverbände,
- Vertreter der privaten und öffentlichen Verkehrsunternehmen,
- Vertreterinnen und Vertreter der kommunalen Aufgabenträger, der Städte und Gemeinden sowie der Stadt- und Landkreise,
- Vertreter der Industrie,
- Dienstleister, Fachleute und Interessierte des öffentlichen Personennahverkehrs.

Freiburg ist eine **Stadt der Superlative**. „**Die immerfrohe Wohlfühlstadt**“, so hat die Stuttgarter Zeitung im Sommer vergangenen Jahres einen Bericht über die Universitätsstadt überschrieben. 98 % der Einwohner sind mit der Lebensqualität in der Breisgaumetropole zufrieden – der höchste Wert für eine deutsche Stadt überhaupt.

Ich wünsche Ihnen, dass Sie sich in den kommenden Tagen in Freiburg ebenso wohl fühlen werden. Und ich hoffe, dass Ihnen unser Kongressprogramm mindestens genauso gut gefällt wie die Stadt.

Ich darf Ihnen schon heute versprechen, dass wir Ihnen morgen und übermorgen **viel Neues rund um den ÖPNV** präsentieren werden. Mit innovativen Ideen, Entwicklungen und Projekten wollen wir einen Beitrag dazu leisten, unser öffentliches Verkehrsangebot weiter zu verbessern. Wir wollen den ÖPNV als vollwertige Alternative zum Individualverkehr weiter am Markt etablieren und im Bewusstsein der Bevölkerung verankern.

Neue Modelle der Mobilität stehen im Vordergrund unseres Programms.

Gesellschaftliche Trends und technologischer Wandel nehmen zusehends Einfluss auf unser Mobilitätsverhalten.

Vor welchen Veränderungen stehen wir?

Wie begegnen wir den sich daraus ergebenden Herausforderungen? Darüber wollen wir Sie an den beiden kommenden Tagen eingehend informieren und gemeinsam mit Ihnen diskutieren.

Den **Auftakt** dazu bildet unser

Leitvortrag „Mobilität im Umbruch – Entwicklungen, Trends und Prognosen“.

Umweltverträgliche Mobilität bekommt immer mehr Gewicht. Diesem Trend, über den ich mich als Umwelt- und Verkehrsministerin ganz besonders freue, haben wir Rechnung getragen und unsere traditionellen Vortragsreihen Kundenorientierung, Betrieb, Technologie und Marketing/Tarif um das Thema Umweltverbund ergänzt.

Spannend wird auch sein, zu erfahren, wie sich der ÖPNV angesichts **neuer Wettbewerber** wie Car2Go positionieren muss. Antworten darauf erwarten wir vom Abschlussvortrag am Donnerstag.

Nahezu alle unsere Vorträge haben direkt oder indirekt den **Kunden im Fokus**. Er ist die bestimmende Größe und er entscheidet letztendlich über Erfolg oder Misserfolg des Verkehrsangebotes. Daraus resultieren für uns die zentralen Fragestellungen: Wie können wir (potenzielle) Kunden am besten davon überzeugen, auf Bus und Bahn umzusteigen? Welche Möglichkeiten können wir nutzen, um die Nachfrage noch mehr zu steigern?

Diese Fragen standen auch im Vordergrund unserer Überlegungen zur Ausschreibung des Wettbewerbs um den Innovationspreis ÖPNV. Aufgabenträger, Kommunen, Verkehrsunternehmen oder Verkehrsverbände waren aufgerufen, sich mit innovativen Ideen unter der Überschrift

„Der Wettbewerb um den Fahrgast“

für die Auszeichnung zu bewerben.

17 Bewerbungen legten ein eindrucksvolles Zeugnis ab, wie engagiert sich Verkehrsunternehmen und Verkehrsverbände dem Wettbewerb um den Fahrgast stellen. Das Spektrum reichte von Verkehrs- und Unternehmenskonzepten über

tarifliche Innovationen, Marketingkonzepte, moderne Fahrplanauskünfte bis hin zu neuen Möglichkeiten der Fahrgastinformation und Anschlusssicherung.

Die Botschaft, die aus den eingereichten Projekten spricht, ist eindeutig. **Der ÖPNV in Baden-Württemberg stellt sich den Herausforderungen im Wettbewerb um den Kunden.** Kreativ und ideenreich werden neue Konzepte entwickelt, vorhandene Angebote verbessert oder neue Geschäftsfelder erschlossen. All diese Aktivitäten haben ein Ziel: Dem Kunden ein ansprechendes, ein zeitgemäßes Verkehrsangebot zu bieten. Die Branche hat deshalb allen Grund, optimistisch in die Zukunft zu blicken!

Unsere **Jury, der Innovationsbeirat ÖPNV**, ein interdisziplinär besetztes Gremium von Experten und Fachleuten des ÖPNV und anderer Verkehrsträger, stand deshalb in diesem Jahr vor einer besonders kniffligen Aufgabe.

2. Vorstellung der nominierten Bewerber

Ein Wettbewerb kennt nicht nur Sieger, dies liegt in der Natur der Sache.

Diejenigen Bewerber, die sehr gut im Rennen waren, sich im Schlussspurt dann aber doch geschlagen geben mussten, **wird Ihnen nun der Moderator unseres Kongresses, Herr Markus Brock, vorstellen:**

Vielen Dank, Frau Ministerin. Acht Nominierte gab's, vier davon werden wir gleich als Preisträger küren. Aber schon die Nominierung ist natürlich eine Auszeichnung: Wieder ganz vorne mit dabei ist der Lokalmatador, die **Freiburger Verkehrs AG:** mit dem Vorschlag „**safer traffic**“ – **der Nachtbus als persönlicher Begleiter.** Ein in Stadt und Region überaus beliebtes und geschätztes Verkehrsangebot. Und das sieht so aus:

- An den Wochenenden in den Nächten von Freitag auf Samstag und von Samstag auf Sonntag und vor allen Feiertagen fahren sieben Nachtbuslinien stündlich in die verschiedenen Stadtteile und ins Freiburger Umland.
- Zentraler Start ist am Bertoldsbrunnen in der Stadtmitte; Abfahrtszeiten: 1.11 Uhr, 2.22 Uhr, 3.33 Uhr, 4.44 Uhr. Auf der Rückfahrt steuern die Busse den

Hauptbahnhof an und bieten so Anschlussmöglichkeiten zu den frühen Regional- und Fernverkehrszügen.

- Einheitstarif: jede Fahrt kostet 2,50 €.
- Braucht der Fahrgast noch einen Anschluss mit dem Taxi, kostet die weitere Fahrt 1,50 €, insgesamt also nur 4,00 € bis zur Haustür. Bestellen kann man das Taxi bei Fahrtantritt im Bus.
- Komfortabel: Sie können bei Bedarf auch außerhalb regulärer Haltestellen aussteigen.

Mit dem einfachen und klar strukturierten Angebot spricht die Freiburger Verkehrs AG gekonnt das überwiegend junge Publikum an und hat überzeugende Argumente, statt des Autos nachts den „großen Wagen“ zu nehmen. Übrigens: die VAG hat 2010 das erfolgreichste Jahr ihrer Geschichte: 74,38 Mio Fahrgäste – eine Steigerung um 1,6 Mio gegenüber dem Vorjahr (2,2%) . Auch dazu Glückwunsch!

Der Freizeitverkehr bietet für den ÖPNV noch Potenzial, um neue Kunden zu gewinnen. Wie das gelingen kann, beweist die **Rhein-Neckar-Verkehr GmbH** mit dem Projekt „**kundenorientierter Freizeitverkehr über Grenzen hinweg - der RNV-Express**“.

„**Mit dem RNV-Express die Region genießen**“, unter diesem Motto gibt's seit Frühjahr 2008 auf den Strecken Heidelberg - Mannheim und Ludwigshafen – Bad Dürkheim zu den wichtigsten Freizeitzielen im Rhein-Neckar-Raum eine schnelle Verbindung. Von Mai bis September fahren die Straßenbahnen an Wochenenden und Feiertagen im Stundentakt nach einem Extra-Fahrplan. Die Expressverbindung spart gegenüber den Regelzügen bis zu 45 Minuten Fahrzeit. Ziel ist es, Ausflüglern eine möglichst bequeme Reisemöglichkeit frei von Umsteigevorgängen in einem akzeptablen Zeitfenster anzubieten. Der Erfolg spricht für sich. 2008 waren es 13.000 Fahrgäste, 2010 schon 23.000.

Die RNV hat sich mit einem stimmigen Verkehrskonzept einen neuen Kundenkreis erschlossen. Ohne Investitionen wurde die vorhandene Infrastruktur genutzt, um daraus ein Angebot zu entwickeln, das sich in kurzer Zeit am Markt etablieren konnte.

Schnell und einfach zum günstigsten Ticket. Den Weg dazu weist der Internet-Ticketberater des Verkehrs- und Tarifverbundes Stuttgart (VVS).

Die Online-Auskunft ist kundenfreundlich aufgebaut und bietet viele nützliche Funktionen. Der Einstieg läuft über die Standardabfrage, die nur die unbedingt notwendigen Angaben abfragt, zusätzliche Abfragen und Funktionen lassen kaum Wünsche offen. Besonders, wenn die „Fahrkartenbedürfnisse“ einer größeren Gruppe für jeden Einzelnen geklärt werden sollen. Komplettiert wird der Ticketberater dann durch das Online-Ticket, das gerade umgesetzt wird. Wie gut das Ganze bei den Kunden ankommt, zeigen 1400 tägliche Abfragen. Der Ticketberater wird zu einer echten Hilfe und trägt mit dazu bei, die Zugangshemmnisse zu Bus und Bahn wirkungsvoll abzubauen.

Echtzeitinformation und Anschlusssicherung, das sind hochaktuelle Themen, mit denen sich der ÖPNV überall auseinandersetzt und an kundengerechten Anwendungen arbeitet – auch die **Verkehrsgemeinschaft Villingen-Schwenningen** mit einem **Fahrgastinformations- und Anschlusssicherungssystem im Stadtverkehr Villingen-Schwenningen**.

Aufbauend auf dem vorhandenen E-Ticketing-Hintergrundsystem des Verbunds hat die Verkehrsgemeinschaft in kurzer Zeit ein zukunftsweisendes Informationssystem geschaffen, das jetzt nach und nach auf den gesamten Verkehrsverbund Schwarzwald-Baar ausgedehnt werden soll.

In den Fahrzeugen wird auf Monitoren der Linienplan übersichtlich und gut erkennbar dargestellt. Die Sollzeiten, bei Abweichungen die Ist-Zeiten werden eingespielt. Verspätungen werden rot eingeblendet. Für Umsteigehaltstellen werden bei Verspätungen die voraussichtlichen Ankunftszeiten angezeigt und welche Anschlüsse Sie erreichen und welche nicht. Auch welche Anschlüsse Sie trotz Verspätung noch bekommen, weil sich z.B. der Anschlussbus verspätet hat. Nicht nur in den Fahrzeugen, auch an wichtigen Umsteigehaltstellen werden die Fahrgäste über Soll- und Ist-Zeiten der Fahrzeuge auf Anzeigetafeln informiert.

Ein sehr schönes Beispiel, dass das elektronische Ticketing weit mehr leisten kann, als bequem per Chipkarte oder Handy ein Ticket zu kaufen. Die technologische Infrastruktur bietet viele Nutzungsmöglichkeiten für Unternehmen und Verbände, um den ÖPNV zu modernisieren und damit zukunftsfähig zu machen.

Das waren die „nominierten“ Bewerber um den Innovationspreis. Auch ein gutes Verkehrsangebot lässt sich noch besser machen. Das haben diese Bewerbungen sehr anschaulich bewiesen.

Umso gespannter dürfen Sie natürlich auf die vier Preisträger sein – und dafür darf ich die Ministerin wieder auf die Bühne bitten.

3. Vorstellung der Gewinner

Nun wollen wir Sie nicht länger auf die Folter spannen.

Wer sind die Gewinner des diesjährigen Innovationspreises ÖPNV?

a. Sonderpreis für den VVS

Erstmals hat sich der Innovationsbeirat entschieden, einen **Sonderpreis** zu vergeben!

Die Auszeichnung erhält der VVS - Verkehrs- und Tarifverbund Stuttgart für seine Bewerbung

Der VVS-Radroutenplaner:

Vernetzung von ÖPNV und Fahrrad im Umweltverbund

Folie
8

Die **Entwicklung eines Radroutenplaners** gehört sicher nicht zu den originären Aufgaben eines Verkehrsverbundes. **Kein Pflichtprogramm** also, **sondern eine Kür**. Diese Kür hat der VVS mit solcher Bravour absolviert, dass unsere „Punktrichter“ trotz der starken Konkurrenz den Radroutenplaner nicht ohne Auszeichnung aus diesem Wettbewerb gehen lassen wollten. Zu Recht, wie Sie gleich sehen werden.

Kaum ein Verkehrsmittel hat in den letzten Jahren einen solchen Boom erfahren, wie das Fahrrad. Der Trend geht hin zu mehr **umweltfreundlicher Mobilität**.

Um diesem Trend Rechnung zu tragen, hat der VVS einen Routenplaner entwickelt, der Radfahrern die Möglichkeit bietet, Touren detailliert zu planen und zugleich **An- und Abreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu verknüpfen**. Ziel der Entwicklung war es, ein Instrument zu haben, das dieselbe Qualität und denselben Komfort wie die heutigen Routenplaner für den PKW bietet. Dabei eröffnet die **Kombination von Fahrrad und ÖPNV** ganz neue Möglichkeiten.

Was zeichnet nun den Radroutenplaner des VVS aus?

Der Routenplaner im Detail:

1. Prinzip des Fahrrad routings

Der Routenplaner basiert auf dem vorhandenen landesweiten Fahrplanauskunftssystem (EFA) und nutzt das dort hinterlegte Straßen- und Wegenetz mit speziellen Gewichtungen für den Radverkehr. Straßen- und Wegeabschnitte werden mit Attributen wie Haupttradweg oder geschotterter Weg gekennzeichnet und fließen ebenso wie z. B. Steigungen in die Routen- und Fahrzeitberechnung ein. Möglich wird dies durch eine detaillierte Auswertung von Karten und Luftbildern und durch eine aufwändige Abstimmung mit den Kommunen.

2. Benutzeroberfläche und Funktionen

Bei der Gestaltung der Benutzeroberfläche wurde großer Wert auf eine intuitive Benutzerführung gelegt. Ein **animierter Radfahrer**, der die Strecke abfährt, und eine zweisprachige Oberfläche führen den Nutzer durch das Programm.

Durch **Hinterlegung von über 5.000 interessanten Zielen aus der Freizeitdatenbank des VVS** können interessante Ziele wie Restaurants, Badeseen oder auch Fahrradläden eingeblendet werden.

Zur Vervollständigung des Angebotes wurden **80 Themenrouten** gesammelt, die im Radroutenplaner heruntergeladen und weiter bearbeitet werden können.

Ein weiteres innovatives Element ist die Möglichkeit, alle Call-a-bike Standorte in Stuttgart mit aktuellen Informationen zur Anzahl der verfügbaren Räder und freier Plätze für die Rückgabe anzusteuern.

3. Resonanz

Der Radroutenplaner ist bereits heute eine **Erfolgsgeschichte**. Die Abrufzahlen ergaben **an Spitzentagen über 1000 berechnete Routen**. In den **Sommermonaten** werden **monatlich über 20.000** Routen berechnet.

Unsere Wertung:

Dem VVS ist es mit seinem Radroutenplaner gelungen, ein Planungsinstrument zu entwickeln, das den Radfahrern eine qualitativ hochwertige Möglichkeit bietet, **individuelle Touren zu planen** und sie **gezielt mit dem ÖPNV zu verknüpfen**. Der Aktionsradius der Radfahrer wird dadurch deutlich erweitert und die Attraktivität des Radverkehrs wesentlich gesteigert. Von der neuen Attraktivität profitieren beide gleichermaßen, natürlich auch die öffentlichen Verkehrsmittel.

Mit diesem Angebot wird der Verkehrsverbund in einem wichtigen Segment seiner **Aufgabe als Mobilitätsdienstleister** gerecht. Der **Freizeitverkehr** ist eines der Marktsegmente, in denen der ÖPNV noch Entwicklungspotenzial besitzt. Dass der Routenplaner den **Nerv der Kundschaft** trifft, zeigen die beachtlichen Zugriffszahlen. Insgesamt ein sehr attraktives Angebot, das den ÖPNV gekonnt als Alternative zum Individualverkehr präsentiert.

b. Firma Omnibusverkehr Spillmann

Den mit **2.500 Euro** dotierten Innovationspreis erhält die **Firma Omnibusverkehr Spillmann aus Bietigheim-Bissingen** für ihr Unternehmenskonzept

Folie
14

„Kundenerwartungen übertreffen“

Das Busunternehmen **Spillmann** hat sich zum Ziel gesetzt, eine **hohe Kundenzufriedenheit** zu erreichen, indem es die Erwartungen der Fahrgäste übertrifft. Ein neues **technisches Konzept verbunden mit gezielten Marketingmaßnahmen** soll dazu beitragen, den **Fahrgast** und seine Zufriedenheit in den **Mittelpunkt** zu stellen.

Folie
15

Einer der Gründe für das neue Unternehmenskonzept waren auch **Vandalismusschäden**. „Nur wenn der Fahrgast einen positiven Eindruck von dem Verkehrsmittel Bus hat, geht er mit der Innenausstattung verantwortungsbewusst um“, das ist die Philosophie der Firma Spillmann.

Die grundlegenden Säulen des Unternehmenskonzeptes sind:

- Hohe Kundenzufriedenheit
- Ein neues Fahrzeugkonzept mit einer völlig neuen Innenraumgestaltung
- Fahrgastunterhaltungssysteme
- Ein umfassendes Service- und Verbesserungsmanagement

Das Konzept im Detail:

1. Fahrgastorientierung

Service und Komfort stehen bei den Kunden heute hoch im Kurs. Moderne Fahrzeuge mit einer hochwertigen und ansprechenden Innenausstattung sollen dazu beitragen, dass der Kunde sich wohlfühlt.

Namen wie „**City Lounge**“ oder „**Metro Lounge**“ sollen dem Kunden schon von Außen signalisieren, dass er mehr als einen üblichen Linienbus erwarten darf: Nämlich einen Fahrgastraum zum Wohlfühlen und Entspannen.

Folie
16

Die „**Metro Lounge**“ ist beispielsweise ein Gelenkbus, der außen aufwändig und schnittig gestaltet ist und auf diese Weise das Fahrzeug schnell und attraktiv erscheinen lässt – was es ja auch ist!

Folie
17

Bei der **Innenausstattung** wird Wert auf einen ansprechenden Raumeindruck mit bequemen und weiträumig angeordneten Sitzgelegenheiten gelegt. Modernität, Individualität und Komfort stehen für einen Innenraum, der mehr an einen hochwertigen Reisebus als an einen nüchternen Linienbus denken lässt. Ein besonderes Sicherheitsgefühl wird durch einen übersichtlichen, für Fahrer und Fahrgäste gleichermaßen einsehbaren und damit auch kontrollierbaren Raum geschaffen.

Folie
18

Die Lederapplikationen an der Rückenlehne sind Blickfang und farblich auf das neuartige Lichtsystem abgestimmt. Anstelle von Neonröhren oder Notbeleuchtung tauchen Lichtfackeln an den Seitenwänden den Bus in ein angenehm warmes und beruhigendes Licht. Komplettiert wird dieses Konzept durch einen fluoreszierenden Bodenbelag, der kleine Lichtelemente wieder nach oben wirft. Den Stimmungen der Fahrgäste tragen schließlich unterschiedliche Lichtvarianten Rechnung: der Nachtbus ist anders beleuchtet als Fahrzeuge im Berufsverkehr.

Folie
9

2. Fahrgast-Unterhaltungssysteme

Jeder Bus verfügt über zwei **Flachbildschirme**. Das Programm besteht vor allem aus **Veranstaltungstipps, Reisezielen und Informationen aus der Region**. Gute Unterhaltung und ein informatives Programm sollen mit dazu beitragen, die „gefühlte“ Fahrzeit zu verkürzen und die Kundenzufriedenheit zu erhöhen.

3. Ganzheitliches Service-Verbesserungsmanagement

Auch Kundenwünsche systematisch zu erfassen, zu analysieren und Verbesserungsmaßnahmen daraus abzuleiten, gehört zur Firmenphilosophie. Um diesen Ansprüchen gerecht zu werden, wurde bei der Firma Spillmann ein **Beschwerde- und Verbesserungsmanagement** eingerichtet. Die Eingaben werden erfasst, vom Fahrdienst innerhalb von 24 Stunden geprüft und in einer schriftlichen Stellungnahme konkrete Maßnahmen vorgeschlagen. In einer weiteren Stufe

Folie
20

beurteilt das Qualitätsmanagement die Stellungnahme und teilt dem Kunden die Entscheidung mit. Bis zur **Rückmeldung dürfen max. 72 Stunden vergehen.**

4. Wirtschaftlichkeit

Zu alledem rechnet sich das Konzept auch wirtschaftlich: Eine junge und homogene Busflotte hält die Reparaturkosten und Ausfallzeiten gering. Das anspruchsvolle und aufwändige Design der Busse erhöht zwar die Anschaffungskosten um ca. 10%. Der Mehrpreis amortisiert sich jedoch durch höhere Werbeeinnahmen aus Außenwerbung und Bordfernsehen sowie kontinuierlich steigenden Fahrgastzahlen. Schließlich geht auch die Zahl der Vandalismusschäden zurück.

Unsere Wertung:

Mit ihrem Unternehmenskonzept setzt die Firma Spillmann **Maßstäbe**. Der **unternehmerische Mut** und die **Kreativität** sind beeindruckend. Der Fahrgast wird nicht mehr **befördert**, er **reist** komfortabel in einem Ambiente zum Wohlfühlen.

Insgesamt ein überzeugendes Beispiel, wie mit einer stärkeren Kundenorientierung Marktanteile gewonnen werden können. Das Unternehmen Spillmann ist auf dem besten Wege, dem ÖPNV eine neues, ein zukunftsgerichtetes Gesicht zu geben!

c. DB Regio AG

Den mit **5.000 Euro** dotierten Innovationspreis erhält die **DB Regio AG**, Region Baden-Württemberg, **Regionalverkehr Südbaden** für ihren Beitrag

Großveranstaltungen mit dem ÖPNV erfolgreich managen – Kooperation mit den Narrenzünften am Hochrhein

Wir befinden uns mitten in der **fünften Jahreszeit**. Die **Fasnet**, wie man **hier in Südbaden** sagt, steuert auf ihren Höhepunkt zu. Genau der richtige Zeitpunkt also, die **Zusammenarbeit zwischen der DB AG und den Narrenzünften** mit einer Auszeichnung zu bedenken.

Worum geht es?

Südbaden ist eine der großen **Narrenhochburgen** in Baden-Württemberg. Alljährlich finden entlang des Hochrheins zwischen Basel und Singen zahlreiche Narrentreffen statt. Je nach Veranstaltungstermin und -ort variieren die **Besucherzahlen**, meist sind **zwischen 20.000 bis 40.000** Narren unterwegs. Entsprechend stellen diese Brauchtumsveranstaltungen alle Beteiligten, die Kommunen, die Polizei, die Narrenzünfte und natürlich auch den ÖPNV vor große Herausforderungen.

Bis vor wenigen Jahren war die Bahn auf die alljährlichen Großveranstaltungen nicht immer optimal vorbereitet. Die **Frequentierung der Züge war kaum zu kalkulieren**, das Angebot entweder zu groß oder aber zu gering, jedenfalls selten passend. Übervolle Züge ärgerten Stammkunden und Narren, gering ausgelastete Züge zumindest das Unternehmen.

Die DB Regio Südbaden hat darauf reagiert. Mit einem **individuellen Verkehrs- und Marketingkonzept** ist es gelungen, diese Probleme nachhaltig zu lösen.

Wie sieht dieses Modell im Einzelnen aus?

1. Abschätzen des Fahrgastpotenzials und Anpassen des Betriebskonzepts.

Eine **Arbeitsgruppe von DB und Narrenzünften** trifft sich regelmäßig. Gemeinsam wird das **Fahrgastpotenzial** abgeschätzt und ein **Betriebskonzept** entwickelt.

Verlässliche Teilnehmerzahlen bieten eine solide Grundlage für die Kapazitätsplanung. Bei Bedarf werden Sonderzüge eingesetzt. Auch die Verzahnung von Zug und Bus kann so optimiert werden.

2. Einbinden der Zünfte

Bei den Fahrten selbst sind die Zünfte organisatorisch mit von der Partie. Sie koordinieren die Gruppen. Fahrscheine gibt's im Vorverkauf und zur Not auch beim Servicepersonal der DB auf dem Bahnsteig.

3. Abgestimmte Öffentlichkeitsarbeit

Alle Beteiligten, Zünfte, Kommunen und die DB bewerben die Veranstaltungen **und** das Verkehrskonzept. Die **abgestimmte Öffentlichkeitsarbeit** trägt mit dazu bei, die Veranstaltungen überregional bekannter zu machen und die Vorteile des Verkehrskonzeptes wirkungsvoll zu vermarkten.

4. Ausdehnung des Konzepts

Erfolg spornt an: In diesem Jahr wird die **Kooperation** weiter ausgedehnt und die **Schweizerische Bundesbahn** wurde als Kooperationspartner gewonnen. Für das kommende Jahr laufen bereits die Vorbereitungen für ein Konzept zu einem großen Narrentreffen der Vereinigung **Schwäbisch-Alemannischer Narrenzünfte in Konstanz**. Erwartet werden dazu **75.000 Teilnehmer** und Besucher. Eine echte Herausforderung!

Unsere Wertung:

Während früher die verkehrliche Bewältigung der fünften Jahreszeit am Hochrhein meist mehr oder minder stark dem Zufall überlassen war, treffen heute Teilnehmer und Besucher von Narrentreffen auf ein **organisiertes und koordiniertes**

Folie
25

Folie
26

Folie
27

Folie
28

Verkehrsangebot. Mit ansprechenden Faltblättern wirbt die DB-Regio für die Fasnets-Highlights in der Region, bildet die Fahrpläne gleich mit ab und lädt dazu ein, mit der Bahn das närrische Treiben zu erleben.

Von dem koordinierten und konsequent durchorganisierten Reiseablauf **profitieren somit letztendlich alle**. Die Narren mit einem professionellen Dienstleister und gewichtigen Marketingpartner, die DB von vielen neuen und zufriedenen Kunden, einem effizienten Betriebskonzept und einem positiven Image.

Das Kooperationsmodell führt zu einer erheblichen Reduzierung des Verkehrsaufkommens, vermindert die Staus bei der An- und Abreise der Zuschauer und Teilnehmer. Die Kooperation führt so zu mehr Sicherheit im Straßenverkehr und zu weniger Stress bei den Narren. Sie leistet zugleich einen nicht unerheblichen Beitrag zur CO₂-Vermeidung und damit zum Umweltschutz.

Veranstalter und Verkehrsunternehmen verstehen sich als **echte Partner** und arbeiten konstruktiv zusammen. Dass diese Partnerschaft überhaupt zu Stande kam und dass sie so gut funktioniert, ist auch ein Verdienst der Narrenzünfte. Die Kooperation zeigt einmal mehr die Vorteile des ÖPNV auf und sie zeigt auch, dass es Spaß machen kann, auf Bahn und Bus umzusteigen.

d. Reutlinger Stadtverkehrsgesellschaft

Und nun zu unserer innovativsten Bewerbung. Der mit **10.000.- Euro** dotierte Innovationspreis ÖPNV geht an die RSV - Reutlinger Stadtverkehrsgesellschaft für ihr Konzept

Folie
29

„Mehr Service gefällig“ - Kundenorientierung als Leitprinzip

Sehr geehrter Herr Hogenmüller, mit Ihrem Unternehmen sind Sie auf dem besten Weg, zu einer festen Größe beim Wettbewerb um den Innovationspreis zu werden. 2005 hat der RSV eine Auszeichnung nur knapp verfehlt, 2009 wurden Sie für Ihr viel beachtetes Konzept für mehr Klimaschutz durch öffentliche Verkehrsmittel mit „Silber“ geehrt. Heute, **2011, reicht es für „Gold“!**

Vieles spricht dafür: Innovationen im ÖPNV, sie sind ganz besonders in Reutlingen zu Hause!

Welche Innovationen meine ich?

Die Reutlinger Stadtverkehrsgesellschaft hat die Juroren mit einem großen Maßnahmenbündel überzeugt. **Im Mittelpunkt steht dabei die Kundenorientierung.** Neben einem Fuhrpark mit barrierefreiem Zugang und zeitgemäßer Umwelttechnik rücken weitere Faktoren wie Information, Personalschulung und kundenspezifische Angebote in den Vordergrund.

Die wichtigsten Handlungsfelder der RSV sind:

Der erste Kontakt zum Kunden - der Busfahrer

1. Fahrerschulung

Die **Mitarbeiter** sind im täglichen Fahrbetrieb erster Ansprechpartner für den Kunden. Die klassische Fahrerschulung wird deshalb um einen **Schulungsbaustein „Service plus“** ergänzt. Dabei lernen die Fahrer die Probleme älterer und mobilitätseingeschränkter Kunden kennen. Das **Konzept** wurde **gemeinsam mit**

Folie
30

Senioren- und Behindertenverbänden erarbeitet. Im praktischen Teil sammeln die Busfahrer Erfahrung als Rollstuhlfahrer oder als mobilitätseingeschränkte Personen im Alterssimulationsanzug. Sie üben den Umgang mit Kleingeld unter altersbedingten Beeinträchtigungen, das Bewegen mit Hörschutz oder Spezialbrille.

Der „Seitenwechsel“ führt zu vielen „Aha-Erlebnissen“, einem besseren Verständnis für die Probleme älterer Menschen und einem Gespür dafür, wann und wie diesen Kunden am besten geholfen werden kann. Abgerundet wird der Baustein durch den Gedankenaustausch mit betroffenen Fahrgästen.

2. Ausbildung zum Berufskraftfahrer für junge Berufseinsteiger

Die RSV bildet als eines der ersten Verkehrsunternehmen in Baden-Württemberg mit einem Modellversuch junge Berufskraftfahrer aus, die mit 16 Jahren ihre Ausbildung beginnen und mit 18 Jahren den Busführerschein erwerben können.

Gute Busfahrer, die ihren Beruf auch als Dienstleistung am Kunden verstehen, sind am Arbeitsmarkt nur schwer zu bekommen. Die RSV hat sich deshalb bewusst dafür entschieden, junge Kraftfahrer im eigenen Unternehmen auszubilden. Sie hat damit sehr gute Erfahrungen gemacht: Die gut qualifizierten jungen Busfahrer sind bei den Kunden außerordentlich beliebt. Wie erfolgreich das Konzept ist, zeigt sich auch darin, dass der erste in diesem Programm ausgebildete Busfahrer Landes- und Bundesbester seines Jahrgangs wurde.

3. Kundenspezifische Marktsegmente

Die Reutlinger Stadtverkehrsgesellschaft hat erfolgreich zwei neue Marktsegmente erschlossen und dadurch neue Fahrgäste gewonnen:

a) Schnellbuslinie eXpresso zum Flughafen Stuttgart und zur Landesmesse

Der Schnellbus verbindet den Raum Reutlingen mit dem Stuttgarter Flughafen, der Landesmesse und dem Stuttgarter S-Bahn-Netz. **Jährlich** nutzen mehr als **100.000 Fahrgäste** den Bus.

b) **Nachtbus „nightline“**

Mit dem Nachtbus sind am Wochenende und vor Feiertagen auf neun Linien bis 3 Uhr morgens **jährlich** über **90.000 Fahrgäste** unterwegs.

4. **Neue Wege der Kundeninformation**

a) **Fahrgast TV auf Schnellbuslinie eXpresso**

Die Fahrzeuge der Schnellbuslinie eXpresso sind mit zwei nebeneinander befindlichen **Flachbildschirmen** ausgestattet. Auf einem Bildschirm werden Informationen zum Linienweg und Haltestelleninformationen gezeigt. Der zweite Bildschirm liefert Aktuelles über eine Internetplattform. Im Wechsel mit Betriebsmeldungen erscheinen auf dem Bildschirm Echtzeitinformationen, Nachrichten, und Wettermeldungen, gewissermaßen ein Fahrgast-TV.

b) **Energie- und leitungsunabhängige, dynamische Anzeigensäule**

Mit einem sog. **Magic Sun Display** in Form einer **solarbetriebenen Haltestellen-Anzeigensäule** erhalten Kunden vor Ort **Echtzeitinformationen**. Die Anzeigetechnologie kommt ohne Stromversorgung aus. Die Infosäulen werden in der Innenstadt von Reutlingen dort eingesetzt, wo es durch Veranstaltungen oder an neuralgischen Punkten im engen Stadtzentrum zu Verspätungen oder geänderten Linienführungen kommt. Auch im mobilen Einsatz werden die Infosäulen genutzt.

c) **Leitsystem ROM**

Hinter dieser Abkürzung verbirgt sich das **Reutlinger Orientierungssystem zur Mobilitäts-erweiterung**. Das Leitsystem wurde zusammen mit behinderten Menschen entwickelt und ist ein zusätzlicher, kundenspezifischer Informationskanal, der den Anforderungen von Menschen mit Problemen in der Wahrnehmung herkömmlicher Informationssysteme entgegen kommt.

Dazu erhält **jede Buslinie** eine **Farbe** und ein **Symbol/Figur** zugeordnet. An den Abfahrtsorten der Busse an der Haltestelle Stadtmitte sind große Symbole in den Farben der jeweiligen Linie aufgestellt, die ein Symbol des Zielortes hochhalten. Entsprechend den Zeichen ist leicht zu erkennen, wohin der Bus unterwegs ist. Für

Folie
32

Folie
33

Folie
34

den Nutzer gibt es als Merkhilfe auch Einzelkärtchen mit Farbe und Symbolen für die gewünschten Ziele/Fahrtrichtung.

Unsere Wertung:

Die vielfältigen Aktivitäten des Reutlinger Stadtverkehrs zeigen, welchen Stellenwert das Unternehmen der Kundenorientierung beimisst.

Es sind weniger einzelne besonders herausragende Aktivitäten, vielmehr ist es die **Gesamtheit aller Maßnahmen**, die überzeugen. Auffallend ist die **Eigeninitiative und das Engagement**, mit dem das **mittelständische Unternehmen** Aufgabenstellungen angeht. Die Situation mobilitätseingeschränkter Personen erfahren die Busfahrer im Selbstversuch hautnah. Solche Eindrücke bleiben haften.

Neuland hat der RSV beim **Einsatz solar betriebener Infosäulen für Echtzeitinformationen** betreten. Dort, wo bisher meist aus Kostengründen Informationsmedien nicht möglich waren, steht jetzt eine kostengünstige und dazu noch umweltfreundliche Alternative bereit. Wir bekommen ganz neue Möglichkeiten der Kundeninformation – auch in der Fläche!

Vervollständigt wird der bunte Strauß innovativer Entwicklungen durch das **Leitsystem ROM**. Für Menschen mit Behinderung bzw. Leseschwierigkeiten ist es eine gute Hilfe, um den ÖPNV selbstständig nutzen zu können. Auch wenn dies eine kleine Kundengruppe ist, so bedürfen gerade diese Fahrgäste besonderer Unterstützung. Vergessen wir nicht: der ÖPNV ist für alle da.

4. Schluss

Zum Schluss möchte ich mich ausdrücklich **bei allen Bewerbern** für ihre Teilnahme an der Ausschreibung des Innovationspreises sehr herzlich **bedanken**. Diejenigen, die heute nicht ausgezeichnet werden konnten, bitte ich, sich nicht entmutigen zu lassen. Nutzen Sie Ihre Chance erneut, wenn wir im Sommer nächsten Jahres den Innovationspreis ÖPNV wieder ausschreiben werden. Es lohnt sich, mitzumachen. Die bisherigen Preisträger werden dies sicherlich bestätigen.

Ich darf Sie jetzt sehr herzlich einladen, beim **Empfang der Landesregierung im Foyer** des Konzerthauses unser Gast zu sein. Ich freue mich auf das Gespräch und die Begegnung mit Ihnen.