

Regio Aktuell

BRANCHENINFORMATIONSDIENST NAHVERKEHR

Ausgabe 2/12 · www.deutschebahn.com/regio

Foto: Bartłomiej Banaszak



Auf der Langstrecke: Die Regionalexpress-Züge des Netzes Nord-Süd überwinden Entfernungen von weit über 300 Kilometern.

DB Regio Nordost überzeugt Besteller aus vier Ländern

Wettbewerb um Netz Nord-Süd entschieden / Längere Züge bieten mehr Sitzplätze

Berlin. DB Regio Nordost betreibt ab 2014 für weitere zwölf Jahre das länderübergreifende „Netz Nord-Süd“ mit 9,5 Millionen Zugkilometern pro Jahr. Dem Zuschlag ging ein sehr umfangreiches europaweites Vergabeverfahren voran, in dem die vertraglichen Konditionen zwischen den Ländern und allen Bietern verhandelt wurden.

Jeweils über Berlin verbinden die beiden RE-Linien des Netzes Nord-Süd Stralsund/Schwedt und Elsterwerda (RE 3) sowie Stralsund/Rostock und Falkenberg (Elster)/Lutherstadt Wittenberg (RE 5) miteinander. Auf das Land Brandenburg entfallen 51 Prozent der Leistung, auf Mecklenburg-Vorpommern 36 Prozent, auf Berlin zehn und auf Sachsen-Anhalt drei Prozent. Der Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg (VBB) hatte die beabsichtigte Vergabe im Verhandlungsverfahren mit Aufruf zum Wettbewerb Ende 2010 im europäischen Amtsblatt veröffentlicht und beide Linien als getrennte Lose definiert. Das Ergebnis der gewählten Verfahrensart überzeugte die Aufgabenträger. VBB-Geschäftsführer Hans-Werner Franz: „Mit dem Zuschlag bleiben wir unserer Linie treu, durch Wettbewerb die Qualität des Angebotes weiter zu verbessern.“ Brandenburgs Infrastrukturminister Jörg Vogelsän-

ger erklärte, damit seien jetzt rund 90 Prozent der Regionalverkehre des Landes im Wettbewerb vergeben worden.

DB Regio Nordost geht ab Dezember 2014 mit modernisierten Doppelstockwagen sowie doppelstöckigen Triebzügen des Herstellers Bombardier an den Start. Damit verbunden ist eine Erhöhung der Kapazität. So werden alle Züge über fünf Wagen verfügen. Der fünfte Wagen bringe gerade im Sommer im Verkehr an die Ostsee „die lang ersehnte Entlastung“, hob Infrastrukturminister Volker Schlotmann für das Land Mecklenburg-Vorpommern hervor. Wenn der Ausbau der Strecke Berlin – Rostock abgeschlossen ist, kann DB Regio Nordost den Fahrgästen der Linie RE 5 zudem mit schnellen Zügen kürzere Reisezeiten anbieten.

Auch der Berliner Senator Michael Müller betonte die touristische Bedeutung des Verkehrsangebotes. Der Ausflug an die Küste werde „jetzt noch mal deutlich attraktiver“. Das gelte ebenso für den Freizeitverkehr aus dem Umland nach Berlin. Klaus Rüdiger Malter, Geschäftsführer der Nahverkehrservice Sachsen-Anhalt, hofft auf Reisendenströme auch in der Gegenrichtung. „Zum 500. Jahrestag der Reformation 2017 erwartet die Lutherstadt Wittenberg zahlreiche Gäste aus der Hauptstadt.“

EDITORIAL

Resonanz aus berufenem Mund

Wie zufrieden sind die Besteller mit der DB Regio AG? Was ist gut, was sollte besser werden, was sind die drängenden Themen in der Zusammenarbeit? Das Institut infas ist diesen Fragen nachgegangen und führte seit Sommer 2011 bis ins Jahr 2012 hinein ausführliche Online-Interviews und persönliche Gespräche. 330 Leitungskräfte von



Bestellerorganisationen im SPNV und ÖSPV beteiligten sich daran. Herzlichen Dank allen, die sich dafür Zeit genommen haben! Wir wollen den Bedürfnissen und Erwartungen der Aufgabenträger bestmöglich gerecht werden. Die Bestellerbefragung gibt uns Orientierung und wichtige Impulse. Über die Ergebnisse und Erkenntnisse werden wir in der Septemberausgabe von RegioAktuell ausführlich informieren.



Dr. Thomas Schaffer,
Leiter Marketing
DB Regio AG

DB REGIO BUS

Geschäft im Osten wird neu geordnet

Frankfurt a. M. Der gebürtige Potsdamer Bernd Wölfel (47) wird zum 1. Oktober von einem Wettbewerber zur Bussparte von DB Regio wechseln und den Vorsitz der Regionalleitungen Nordost und Südost mit Sitz in Potsdam übernehmen. „Wir wollen in Ostdeutschland wachsen“, so Michael Hahn, Vorstand Bus der DB Regio AG. Mit seinen Erfahrungen in kommunalen und privaten Verkehrsunternehmen werde Wölfel das Busgeschäft in Ostdeutschland voranbringen.

Die Sparte Bus ist dort mit Bayern Express & P. Kühn GmbH (Berlin), Busverkehr Märkisch-Oderland (Strausberg), Busverkehr Oder-Spree (Fürstenwalde) und dem Regionalverkehr Dresden vertreten. „Besonders für die Beteiligungen in Brandenburg und Sachsen ist das notwendige Fingerspitzengefühl gegenüber den dortigen kommunalen Partnern wichtig“, so Michael Hahn. Dies bringe der Verkehrsingenieur mit.

An den Fakten vorbei

von Frank Sennhenn, Vorstandsvorsitzender der DB Regio AG

Auch seriöse Medien greifen mitunter daneben. „Vom Wettbewerb auf der Schiene ist wenig zu sehen“, überschrieb die Frankfurter Allgemeine Zeitung im Frühjahr einen Beitrag über den deutschen SPNV. Das Handelsblatt schlug mit der Überschrift „Kaum Wettbewerb im Nahverkehr“ in dieselbe Kerbe. Die Fakten sprechen eine andere Sprache. Das Feld der Wettbewerber ist in Deutschland so dicht besetzt wie nirgendwo sonst in Europa. Es reicht, um nur die wichtigsten zu nennen, vom französischen Global Player Veolia Transdev über die Tochterunternehmen europäischer Staatsbahnen (Keolis, Abellio, Netinera, VIAS, SBB Deutschland) bis hin zu bedeutenden Bahngesellschaften unter Beteiligung von Ländern und Kommunen (etwa Benex, Hessische Landesbahn, Erfurter Bahn). Gäbe es für sie nichts zu gewinnen, wären sie längst vom Markt verschwunden. Und würde der Markt nicht funktionieren, dann hätten die Besteller nicht von 2009 bis 2011 insgesamt 46 Verfahren mit 162 Millionen Zugkilometer erfolgreich abschließen können.

Auch die Bundesarbeitsgemeinschaft der Aufgabenträger im SPNV (BAG-SPNV) ist überzeugt: „Der SPNV-Markt in Deutschland bleibt im europäischen Vergleich für die Bieter attraktiv.“ Grundlage dieser Einschätzung ist eine Befragung der wichtigsten in Deutschland tätigen SPNV-Unternehmen. Allerdings ist es auch richtig, dass

STANDPUNKT



„Das Feld der Wettbewerber ist in Deutschland so dicht besetzt wie nirgendwo sonst in Europa.“

nicht mehr alle Wettbewerber an sämtlichen Vergaben teilnehmen können. Dafür sind es schlicht zu viele. Die Kalkulation eines betriebswirtschaftlich sinnvollen Angebots bedeutet bei jedem Verfahren erheblichen finanziellen und personellen Aufwand. Die Ausschreibungen selbst werden immer komplexer, da jede Bestellerorganisationen eigene Vorstellungen zur Ausgestaltung hat. Zudem beklagen nach Angaben der BAG-SPNV viele Unternehmen die schwierige Beschaffung und Finanzierung von Neufahrzeugen.

Doch deshalb das Ende des Wettbewerbs auszurufen, geht an den Fakten vorbei und wird auch künftig nicht eintreten. Es gibt zwar „keine Patentlösung, die für jede Linie oder jedes Bundesland passt“, so BAG-Präsident Bernhard Wewers. „Aber wir lernen derzeit so intensiv voneinander wie noch nie. Besteller und Unternehmen werden den Erfolg des Wettbewerbs auch in den kommenden Jahren fortsetzen.“ Dem ist nichts hinzuzufügen.

Mit „DB 2020“ auf neuem Kurs

Strategie für nachhaltigen Erfolg bringt Ökologie, Soziales und Ökonomie in Einklang

Berlin. Die Deutsche Bahn setzt auf nachhaltigen Erfolg und hat dafür ihre strategischen Ziele neu definiert.

Zufriedene Kunden, eine exzellente Qualität, zufriedene und motivierte Mitarbeiter sowie umweltschonende Produkte – das sind die Kernbestandteile der Strategie „DB 2020“, die Dr. Grube bei der Vorstellung der Jahresbilanz 2011 erläuterte. „Wir bringen Ökologie, Soziales und Ökonomie in Einklang“, so der Vorstandsvorsitzende der DB. „Wir wollen profitabler Marktführer werden; wir wollen in Deutschland zu den zehn Top-Arbeitgebern zählen; und wir wollen in Sachen Umwelt absoluter Vorreiter sein.“ Auch am Markt soll sich dieser Kurs auszahlen: Innerhalb der nächsten acht Jahre will der Konzern den Umsatz auf 70 Milliarden Euro steigern.

Bereits im Geschäftsjahr 2011 legte die DB beim Umsatz und Gewinn vor Zinsen und Steuern (EBIT) kräftig zu. Der Umsatz

stieg auf 37,9 Milliarden Euro (plus 10,2 Prozent), das um Sondereffekte bereinigte operative Ergebnis (EBIT bereinigt) auf 2,3 Milliarden Euro (plus 23,7 Prozent). Die Nettoinvestitionen wuchsen um 24 Prozent auf 2,57 Milliarden Euro.

Im Personenverkehr auf der Schiene baute die DB die Verkehrsleistung um knapp ein Prozent auf rund 79,23 Milliarden Personenkilometer (Pkm) aus. Erfreulich entwickelte sich der Nahverkehr: Obwohl die Betriebsleistung um 8,9 Prozent auf 502,5 Millionen Trassenkilometer sank, legte die Verkehrsleistung um 2,6 Prozent auf 43,66 Milliarden Pkm zu. Einbußen musste die Bussparte hinnehmen. Vor dem Hintergrund sinkender Schülerzahlen sank die Verkehrsleistung um 4,9 Prozent auf 8,763 Milliarden Pkm.

WETTBEWERB

Strecken in der Pfalz verteidigt

Mainz. Bei der Vergabe „Dieselnetz Südwest“ hat DB Regio Südwest einen Teilerfolg erzielt und das Los 1 verteidigt. Schwerpunkt der Regionalbahnstrecken mit einem Verkehrsvolumen von rund drei Millionen Zugkilometern jährlich ist die Vorder- und Südpfalz. Einige Linien reichen bis Hessen und Baden-Württemberg. DB Regio beschafft für das Los 1 neue Züge des Herstellers Alstom mit 112 Sitzplätzen (Coradia Lint 41) sowie 160 Sitzplätzen (Coradia Lint 54). Die Vertragslaufzeit beträgt 22,5 Jahre.

Das Los 2 ging an die Regentalbahn, die zu Netinera Deutschland gehört. Es umfasst Regionalexpress- und Regionalbahnleistungen im Umfang von rund sieben Millionen Zugkilometern pro Jahr. Mehrheitseigentümer der Netinera Deutschland GmbH ist die Italienische Staatsbahn.



Foto: Pablo Castagnola

Weichen gestellt: Dr. Rüdiger Grube rückt Kunden, Mitarbeiter und Qualität in den Fokus.

S-BAHN BERLIN

Zug um Zug aus der Krise

Berlin. Berlins S-Bahn-Flotte kommt wieder in Fahrt. Die technische Sanierung des Fahrzeugparks hat zu einer spürbaren Stabilisierung des Betriebs geführt.

„Wir haben im Unternehmen S-Bahn aufgeräumt, haben neue Strukturen geschaffen, die Technik grundüberholt“, erklärte der Vorstandsvorsitzende der DB, Dr. Rüdiger Grube, zur Jahresbilanz 2011 der S-Bahn Berlin. „Es war richtig, jeden Stein umzudrehen und nicht darin nachzulassen, die Probleme nachhaltig zu lösen. Unsere Fahrgäste profitieren vom Ergebnis.“

Seit Dezember ist der „große Radsatztausch“ mit dem Einbau

von 4.000 neuen Achsen und 8.000 neuen Radscheiben abgeschlossen. Zudem überarbeitete die S-Bahn Berlin bis Februar 2012 mehr als 2.500 Fahrmotoren, um sie besser vor Kälte und Feuchtigkeit zu schützen. Das Jahr 2012 steht nun ganz im Zeichen der Rückkehr zum vollen Angebot. Mit 546 Viertelzügen in der Fahrzeugverfügbarkeit wird im Verlauf des Jahres das Vorkrisenniveau erreicht.

Der Vorsitzende der Geschäftsführung der S-Bahn Berlin, Peter Buchner, sieht für das Unternehmen mittel- und langfristig gute Chancen: „Wir werden gestärkt aus der Krise hervor gehen.“

Foto: S-Bahn Berlin/J. Donath



Die Fahrgäste sind der S-Bahn treu geblieben: 185.800 Kunden hatten Ende 2011 ein Abonnement. Ende 2008, also vor der Krise, waren es nur 130.400.

„Talent 2“ nimmt endlich Fahrt auf

Fahrgäste loben neue Züge / Betrieb läuft störungsfrei

Berlin / Nürnberg. Nach und nach kommt der „Talent 2“ in Fahrt. Im Frühjahr hat das Eisenbahn-Bundesamt weitere Varianten der Fahrzeugfamilie zugelassen. Wo die Züge inzwischen rollen, sind die Erfahrungen positiv.

Die DB Regio AG wartet zum Teil seit mehr als zwei Jahren auf die neuen Fahrzeuge. Die Ursache sind das schleppende Zulassungsverfahren und notwendige technische Nachbesserungen. Die Verantwortung trägt der Hersteller Bombardier. Seit Ende 2011 sind die ersten der 178 Züge, die zu diesem Zeitpunkt eigentlich zur Verfügung stehen sollten, im Regelbetrieb unterwegs. Die meisten davon fahren bei der S-Bahn Nürnberg, die jetzt nach und nach die dringlich erwarteten ET 442 erhält und in Betrieb nimmt. Ab dem „kleinen

Fahrplanwechsel“ am 10. Juni 2012 will DB Regio Franken zwei Linien komplett mit den neuen Zügen bedienen. Die dritte Linie soll spätestens bis zum Fahrplanwechsel im Dezember folgen.

Bei den Fahrgästen kommen die Fahrzeuge sehr gut an. Im März nahmen Vertreter von Behindertenverbänden sowie des Allgemeinen Deutschen Fahrrad-Clubs den ET 442 unter die Lupe – und lobten einhellig die neuen Züge, besonders die großzügigen Mehrzweckbereiche sowie die barrierefreie Ausstattung. Durchweg zufrieden ist auch Hilmar Laug, Geschäftsleiter Produktion bei DB Regio Franken. „Der Betrieb läuft weitgehend störungsfrei. Auf der Linie S 1, die wir schon zu zwei Dritteln auf die neuen Züge umgestellt haben, hat der ET 442 die Pünktlichkeit und Betriebsqualität deutlich verbessert.“

Foto: Claus Weber



SICHERHEIT

Mit Mut und Umsicht Schlimmeres verhindert

Trier / Berlin. Die Stadt Trier und die Allianz pro Schiene haben Bordmitarbeiter im Nahverkehr der DB für ihr umsichtiges Verhalten in Konfliktsituationen ausgezeichnet.

Im Rahmen des Wettbewerbs „Eisenbahner mit Herz“ zeichnete die Allianz pro Schiene in Berlin Yalcin Özcan von der Südostbayernbahn mit dem „Sonderpreis Zivilcourage“ aus. Der 25-jährige Kundenbetreuer im Nahverkehr (KiN) hatte Fahrgäste mutig vor einem bewaffneten Mitreisenden geschützt. Dazu lotste er sie aus der Gefahrenzone und schloss den gewaltbereiten Mann ohne Fahrschein im leeren Wagen ein. Laudator bei der Preisverleihung war der Entertainer Harald Schmidt.

Der Oberbürgermeister der Stadt Trier ehrte Triebfahrzeugführer Heinz Diegler und Kundenbetreuer Nikolaus Meyer von DB Regio Südwest. Sie hatten in Koblenz eine Auseinandersetzung zwischen Jugendlichen geschlichtet, indem sie sich zwischen die Kontrahenten stellten und die

Wogen glätteten. Die herbeigerufene Polizei musste nicht mehr eingreifen, die beiden Gruppen setzten ihre Reise nach Trier friedlich fort.

Im Jahr 2011 verzeichnete die DB insgesamt 1.679 Körperverletzungsdelikte, elf Prozent weniger als im Vorjahr. Die Zahl der Sachbeschädigungen sank um 6,5 Prozent auf 28.266 Fälle, die Anzahl der Graffiti-Straftaten blieb mit 14.300 fast gleich. Ursache der Entwicklung ist die erhöhte Präsenz von Bordpersonal sowie Sicherheitskräften in Zügen und Bahnhöfen.

Die Straftaten gegen DB-Mitarbeiter stiegen jedoch um 80 auf 748 Fälle. Da die Mehrzahl aller Fälle bei Fahrscheinkontrollen gezählt wird, plant die DB weitere Deeskalations- und Eigensicherungstrainings für die Mitarbeiter. „Wir finden es unerträglich, dass unsere Mitarbeiter bei ihrer Arbeit angegriffen werden“, so Gerd Becht, der im DB-Vorstand für Konzernsicherheit verantwortlich ist.

Endlich im Einsatz: Ein ET 442 der S-Bahn Nürnberg bei Postbauer-Heng



Gut unterwegs: Fahrrad und Bahn sind, wie hier im Bild in der Eifel, eine ideale Kombination.

Foto: Dominik Ketz

REGIOSIGNALE

Exkursion ergänzt das Programm

Frankfurt a. M. Eine halbtägige Exkursion zum „House of Logistics and Mobility“ (HOLM) am Frankfurter Flughafen ergänzt in diesem Jahr das ÖPNV-Branchenforum „RegioSignale“ in Offenbach (Main). Das HOLM will Akteure aus Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft vernetzen und versteht sich als Plattform einer intensiven Zusammenarbeit. Die Exkursion zur Verkehrsdrehscheibe Flughafen richtet sich an Teilnehmer des Branchentreffs RegioSignale am 13. November und findet am 14. November statt. Die Einladung zu RegioSignale sowie zur anschließenden Exkursion wird im Spätsommer verschickt. Anmelden können sich die Gäste dann über ein Internet-Portal.

BAYERN, BADEN-WÜRTTEMBERG

Länder-Tickets für die 1. Klasse

Frankfurt a. M. Bis zu fünf Personen können ab 10. Juni auch in der 1. Klasse mit dem Baden-Württemberg-Ticket sowie mit dem Bayern-Ticket auf Reisen gehen. Die 1. Klasse-Variante des Baden-Württemberg-Tickets kostet im Internet oder am Automaten 26 Euro für die erste Person. Bis zu vier Mitreisende zahlen jeweils elf Euro zusätzlich. Beim Bayern-Ticket der 1. Klasse bezahlt die erste Person im Internet oder am Automaten 33 Euro, für bis zu vier Mitreisende kommen jeweils 15 Euro hinzu. Die Aufzahlung für den Übergang von der 2. in die 1. Klasse kostet am Automaten für das Bayern-Ticket elf, für das Baden-Württemberg-Ticket fünf Euro pro Person.

Auch für das Bayern-Ticket der 2. Klasse gilt ab 10. Juni die Mitnahmepreis-Logik. Es kostet damit für die 2. Klasse beim Kauf im Internet oder am Automaten 22 Euro für die erste Person. Bis zu vier Mitreisende zahlen pro Person vier Euro zusätzlich. In Baden-Württemberg war die Mitnahmepreis-Logik bereits im Dezember 2011 eingeführt worden.

Radmitnahme auf einen Klick

Interaktive Karte mit Link zu Verbünden / DB und ADFC starten Mobilitätspartnerschaft

Berlin / Frankfurt a. M. Alles, was Fahrradfahrer wissen sollten, wenn sie ihr Rad im Nahverkehr mitnehmen möchten, verrät jetzt eine interaktive Karte im Internet. Der Allgemeine Deutsche Fahrrad-Club (ADFC) und die DB Regio AG haben sie gemeinsam entwickelt.

Am Anfang des Projekts stand die Frage, was Radlern bei der Planung einer Tour das Leben schwer macht. „Das sind vor allem die unterschiedlichen

Preis- und Mitnahmeregelungen in den Verkehrsverbünden“, berichtet Petra Harnischfeger vom Bereich Produkt- und Fahrgastmarketing in der DB Regio-Zentrale. „Unser Ziel war es deshalb, bundesweit und flächendeckend Transparenz zu schaffen.“

Das Ergebnis findet sich unter www.bahn.de/fahrrad, Rubrik „Fahrradmitnahme im Nahverkehr“. Über eine interaktive Karte gelangt der Nutzer einfach und schnell auf bundeslandbezogene Seiten mit übergreifenden

Informationen. Anhand einer Karte mit den Verkehrsgebieten der Verbünde geht es weiter zur Fahrrad-Website des ausgewählten Verkehrsverbunds und den dort gültigen Preisen und Mitnahmeregelungen. „DB Regio und ADFC sehen darin einen wichtigen Schritt hin zu einer serviceorientierten Vernetzung“, so Petra Harnischfeger.

Mit der interaktiven Karte trägt die im Oktober 2011 vereinbarte Mobilitätspartnerschaft zwischen der DB und dem ADFC erste Früchte.

BRANCHENDIENSTLEISTER

DB Vertrieb hat allen viel zu bieten

Frankfurt a. M. Die DB Vertrieb GmbH verantwortet nicht nur den Vertrieb und Fahrkartenverkauf des Personenverkehrs der DB, sondern ist fairer Partner auch für viele andere Verkehrsunternehmen. Was die DB Vertrieb GmbH für ihre Businesspartner leistet, verdeutlicht das Unternehmen jetzt auf einer eigenen Website.

Für täglich rund fünf Millionen Reisende ist die DB Vertrieb GmbH das Bindeglied zu den Verkehrsunternehmen. Rund 6.000 Mitarbeiter betreuen die Vertriebskanäle Reisezentrum, Automat, Agentur, Internet, Call Center, Abo-Center sowie Zugverkauf. Dabei finanziert sich das Unternehmen aus Provisionen, die in Leistungsvereinbarungen mit den Geschäftspartnern festgelegt sind. „Unser Produkt ist

die qualitativ hochwertige Beratung, die Information und der Verkauf von Fahrkarten in allen Vertriebskanälen“, sagt Birgit Bohle, Vorsitzende der Geschäftsführung. „Wir stellen pas-



Foto: DB Regio AG

Tickets und mehr: Fahrgäste und Verkehrsunternehmen profitieren vom Know-how der DB Vertrieb GmbH.

sende Vertriebsleistungen bereit – direkt, kompetent, zu fairen Konditionen. Unser Anspruch ist es, im ÖPNV der beste Vertriebsdienstleister zu sein.“

Mit sechs regionalen Standorten ist das Unternehmen mit Hauptsitz in Frankfurt a. M. flächendeckend präsent. Zu den Kunden zählen beispielsweise Keolis Deutschland, die Hohenzollerische Landesbahn AG und die Metronom-Eisenbahngesellschaft mbH. Dabei unterstützt die DB Vertrieb GmbH die Kunden mit umfassenden Services – so zum Beispiel Reporting, Clearing und Accounting sowie Cash-Management einschließlich Geldlogistik, Kassenbuchhaltung und Automatenmanagement.

@ www.db-vertrieb.com



Foto: Waltraud Weber



Foto: Hans-Dieter Budde



Foto: Hartmut Reiche

Deutliches Plus bei Service und Komfort

Fahrgäste honorieren gezielte Projekte und Investitionen / „Es geht auch um einen Kulturwandel in den Köpfen“

Frankfurt a. M. Selten zuvor erwartete die DB Regio AG die Ergebnisse der regelmäßigen Kundenzufriedenheitsbefragung so gespannt wie in diesem Frühjahr. Mit gezielten Projekten und Investitionen hat das Unternehmen auf spürbare Verbesserungen für die Fahrgäste hingearbeitet. Jetzt steht fest: Die Maßnahmen greifen und kommen bei den Kunden an.

Mit dem Wort „signifikant“ kennzeichnen die Marktforscher des Instituts infas die Aufwärtsentwicklung in den Dimensionen „Service“, „Schadensfreiheit“ und „Sauberkeit“. Genau auf diese Bereiche hatte die DB Regio AG im Rahmen des Programms „Zukunftsfähigkeit Regio“ einen besonderen Fokus gesetzt. Die Überschrift dazu liefert das Dienstleistungsversprechen der DB Regio AG: „Was der Kunde wünscht, bestimmt unser Handeln.“ Das Engagement der DB Regio AG für die Zufriedenheit der Fahrgäste schlägt sich in Zahlen nieder: plus 280.000 Stunden Sicherheits- und Ordnungsdienst, plus 150.000 Stunden für Unterwegsreinigung, 40 zusätzliche Vollzeitstellen in der Instandhaltung, 168 zusätzliche Vollzeitstellen für Kundenbetreuer im Nahverkehr (KiN).

Noch wichtiger aber ist das, was Statistiken nicht zum Ausdruck bringen. „Es geht auch um einen Kulturwandel in den Köpfen, um Führungs- und Unternehmenskultur“, sagt Dr. Thomas Schaffer, Leiter Marketing der DB Regio AG. „Qualität und Kundenzufriedenheit werden von Menschen gemacht. Der Erfolg hängt davon ab, ob sie sich ihrer Verantwortung bewusst und engagiert stellen. Und davon, ob die Strukturen und Prozesse konsequent auf Qualität hin ausgerichtet sind.“ Beide Faktoren spielten daher die zentrale Rolle bei den Projekten „Servicequalität“ und „Schadensfreiheit“. Nach erfolgreichen Pilotprojekten befinden sie sich seit vergangenem Jahr bundesweit in der Umsetzung.

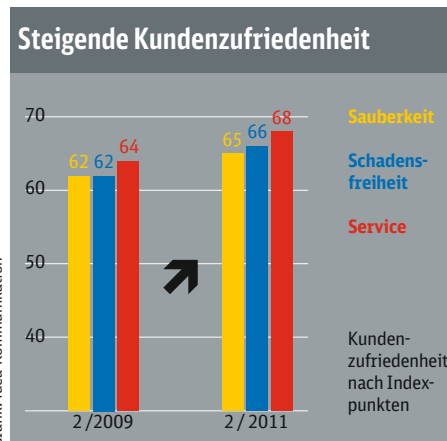
Im Bereich Service an Bord bestand ein wesentliches Problem darin, dass zu viele administrative Aufgaben auf den Schreibtischen der KiN-Teamleiter landeten. So blieb häufig kaum Zeit für die eigentlichen Führungsaufgaben sowie die Sicherung und Verbesserung der Servicequalität. Die Lösung: Ein „Back Office“ (Unterstützungsbüro) entlastet jetzt die Teamleiter von Verwaltungstätigkeiten. Verbessert wurde darüber hinaus die bedarfsgerechte Qualifizierung. Das betrifft sowohl die KiN und Triebfahrzeugführer als auch die KiN-Teamleiter und KiN-Trainer. Für die örtlichen Führungskräfte entwarf das Projektteam eine Dialogreihe zur Stärkung der Führungskompetenz. „Servicequalität ist Führungsaufgabe“, ist Anatol Scholz überzeugt, der in der DB Regio-Zentrale den Bereich Fahrgastmarketing leitet. „Zwischen beiden besteht ein unmittelbarer Zusammenhang.“

Neue Wege geht die DB Regio AG auch bei der Beseitigung Komfort mindender Schäden im Zug, etwa verschlissene Sitze, fehlende Tische oder defekte Klimaanlage. Dabei wird der Zustand der Fahrzeuge zum einen systematisch erfasst und nötigenfalls eine Grundsanierung vorgenommen. Zum anderen gelten für die Beseitigung von unterwegs auftretenden Mängeln verpflichtende Vorgaben. Priorität genießen dabei solche

Schäden, die aus der Sicht der Fahrgäste besonders gravierend sind. Mobile Instandsetzungsteams tragen dazu bei, sie möglichst unmittelbar zu beheben. Für die Werkstätten bedeutet dies ein Umdenken: Nicht mehr die Erfordernisse der eigenen Arbeitsorganisation, sondern die Bedürfnisse der Fahrgäste definieren jetzt das Zeitfenster für die Beseitigung von Komfortschäden.

Kennzahlen und definierte Zielwerte flankieren die Maßnahmen zur Verbesserung der Servicequalität und Schadensfreiheit. So werden Fortschritte für alle nachvollziehbar. Ebenso wichtig ist es, die Mitarbeiter mit einzubeziehen. Dafür sorgt der „RegioVerbesserungsprozess“ (RVP), das Verbesserungsmanagement der DB Regio AG, mit dem die Mitarbeiter ihre Ideen und Anregungen ohne bürokratische Hindernisse einsteuern können. Anatol Scholz: „Die Mitarbeiter sollen nicht Betroffene, sondern Beteiligte eines Prozesses sein, den sie selbst mitgestalten und vorantreiben können.“ Die Folgen sind eine gesteigerte Motivation und Arbeitszufriedenheit – und die Erfahrung, selbst etwas bewegen zu können.

In jährlich zwei Wellen ermittelt DB Regio die Zufriedenheit der Fahrgäste im SPNV. Die Ergebnisse für das zweite Halbjahr 2011 ergaben neue Bestmarken für die Dimensionen Service, Schadensfreiheit und Sauberkeit. Mit 66 und 68 Punkten im Kundenzufriedenheits-Index machten die Bereiche Service und Schadensfreiheit einen deutlichen Sprung. „Die Fahrgäste honorieren unsere Anstrengungen“, freut sich Dr. Thomas Schaffer. „Für die vielen Kollegen, die sich mit ins Zeug gelegt haben, ist das eine wichtige Bestätigung, ein Ansporn.“ Jetzt gelte es, weiter dran zu bleiben und beharrlich an der Qualität und der Verbesserung der Kundenzufriedenheit zu arbeiten. „Wir sind auf dem richtigen Weg, aber längst noch nicht da, wo wir hin wollen. ‚Gut‘ beginnt bei 75 Index-Punkten – und die Skala reicht immerhin bis 100.“



DB sponsert documenta 13

Kassel. Rote Teppiche auf dem Weg zu den Pendelzügen zum Hauptbahnhof, eine Lok als rollende Botschafterin, günstige Tickets für Kunstfreunde: Nach 1997 und 2002 ist die Bahn auch dieses Jahr wieder einer der Hauptonsoren der documenta in Kassel, die als weltweit bedeutendste Ausstellung zeitgenössischer Kunst gilt. Während der 100-tägigen Veranstaltung vom 9. Juni bis zum 16. September bietet sie den Besuchern zur An- und Abreise das Kultur-Ticket-Spezial an. Es gilt im Umkreis von 300 Kilometern von Kassel in Verbindung mit der Eintrittskarte zur documenta, ist zugebunden und wird verkauft, solange der Vorrat reicht. Die Hin- und Rückfahrt kostet in der 2. Klasse 39 Euro, in der 1. Klasse 59 Euro pro Person.

Foto: James O Jenkins

Saubere Sache: Diesel-Hybrid von Arriva

London. Sie gehören zu London wie der Big Ben oder die Tower Bridge und sind seit 1956 nicht mehr aus dem Straßenbild der britischen Hauptstadt wegzudenken: die bei Einheimischen wie Touristen gleichermaßen beliebten roten Doppelstock-Busse.

Nun setzt DB Arriva, das Tochterunternehmen der Bahn für Regionalverkehr im Ausland, die Tradition mit einer eigens für London entwickelten Interpretation des Klassikers fort. Im Februar nahm das Unternehmen das erste Fahrzeug der neuen Doppeldecker-Genera-

tion in Betrieb. Der Newcomer sieht nicht nur gut aus, er glänzt auch mit inneren Werten. Modernste Diesel-Hybrid-Technologie senkt den Kraftstoffverbrauch gegenüber bisherigen Hybrid-Fahrzeugen nochmals um ein Drittel und die Fahrgäste können dank eines dritten Eingangs schneller ein- und aussteigen. Das gilt auch für das Oberdeck, wo Zustieg und Ausstieg über getrennte Treppen erfolgen.

Im Laufe der nächsten zwölf Monate nimmt Arriva in Großbritannien weitere 77 Hybrid-Busse sowie 21 Biogas-Busse in Betrieb.



Hybrid-Busse für London: Arriva führt die Doppeldecker-Tradition fort.

Impressum

Kontakt

DB Regio AG
Marketing -
Bestellerkommunikation
Stephensonstraße 1
60326 Frankfurt am Main

Verantwortlich:

Joachim Kraft
Tel.: 01805 736 786
(0,14 EUR/Min.; Mobilfunk
abweichend)
Fax: 069 265-14322
regioaktuell@bahn.de
www.deutschebahn.com
Änderungen vorbehalten
Einzelangaben ohne Gewähr
Stand: Mai 2011

Herausgeber

Deutsche Bahn AG
Marketingkommunikation
(GMK)
Frankenallee 2-4
60327 Frankfurt am Main

Realisation

idea Kommunikation
Dortmund

Druck:

Fischer Druck
Peine

E-Mail aus der Transportleitung

DB Regio Bayern nutzt digitale Kommunikation erfolgreich im Kundendialog

München. DB Regio Bayern baut die Kommunikation im Störfall aus und wird dabei von der Bayerischen Eisenbahngesellschaft (BEG) unterstützt. Darüber hinaus ist das Unternehmen auch in Facebook aktiv und steht dort mit 25.000 Fans im Dialog.

Erst der Sprint zum Bahnhof, dann die Störfallinformation auf der Fahrtzielanzeige und die Einsicht, dass die Mühe vergeblich war: Der Ärger über die Information, die nichts mehr nützt, wenn man sie erhält, ist groß, in Bayern aber ab sofort vermeidbar.

Zu verdanken ist die erfreuliche Entwicklung dem sogenannten Streckenagenten, einem Fahrgastinformationsservice, den DB Regio Bayern Ende letzten Jahres im Rahmen eines Qualitätsprojekts mit Unterstützung der BEG als Besteller eingeführt

hat. „Mit ihm können wir unsere Fahrgäste noch vor Antritt der Fahrt strecken- oder zugbezogen über Störfälle informieren“, erläutert Reinhard Saß, Leiter Fahrgastmarketing DB Regio Bayern.

Über 35.000 Abonnenten, die meisten Pendler, lassen sich die Infos schon per E-Mail schicken. Saß: „Absender ist das eigens für die Kommunikation im Störfall eingerichtete KiS-Team. Es be-

richtet direkt aus der Transportleitung – und der Service kommt bei den Kunden bestens an.“

Zusätzlich stehen seit August 2011 geschulte Mitarbeiter für den Facebook-Auftritt des Bayern-Tickets Rede und Antwort. Über 25.000 Fans hat die Seite bereits. „Meistens geht es um Reiseanlässe und Ausflugstipps, aber auch um Fragen und Anregungen rund um die Nutzungsbedingungen des Bayern-Tickets“, berichtet Sandra Bobic, Leiterin Kundenbeziehungsmanagement bei DB Regio Bayern.

Bobic weiter: „Die Interaktionsrate ist hoch, allerdings sind unsere Fans jünger als erwartet. Die Präsenz gibt uns die Möglichkeit, den Dialog mit unseren Fahrgästen auszubauen und sie durch Aktionen wie den Osterrabatt für das Bayern-Ticket-Single zu integrieren.“



Willkommen bei Facebook: Das Bayern-Ticket hat rund 25.000 Fans.