



Regio Aktuell

Informationen der DB Regio AG für die Nahverkehrsbranche

Bahn frei für die Mobilitätswende

DB setzt mit dem Ideenzug neue Maßstäbe für den Bahnverkehr in Deutschlands Metropolen.



Drei Jahre nach der Präsentation des IdeenzugRegio hat die Deutsche Bahn mit dem IdeenzugCity das begehbbare Modell einer S-Bahn der Zukunft vorgestellt. Mit 40 Prozent mehr Kapazität auf Knopfdruck, einem größeren Platzangebot für Fahrräder und Kinderwagen sowie umfassenden digitalen Fahrgastinformationen setzt der IdeenzugCity neue Maßstäbe für den Bahnverkehr in den Metropolregionen Deutschlands.

Ideenzug im Live-Stream

„Der Ideenzug ist ein Innovationsangebot an die gesamte Bahn-Branche. Mit ihm zeigt die DB erneut Lösungen auf, mit denen Besteller und Bahnbetreiber im Nahverkehr die Qualität und Kapazität auf der Schiene weiter deutlich erhöhen können“, sagte Dr. Jörg Sandvoß, Vorstandsvorsitzender der DB Regio AG, während des live gestreamten Ideenzug-Events im Juli im hessischen Geisenheim. Dabei verwies er auch auf die Bedeutung solcher Innovationen für den Klimaschutz: Sie seien der Schlüssel zu mehr Fahrgästen auf der Schiene und ein entscheidender Treiber der Mobilitätswende, weil „Innovationen das Reisen für Pendler und Ausflügler im Regional- und S-Bahn-Verkehr verlässlicher, komfortabler und flexibler machen.“

DB Regio hat den IdeenzugCity ebenso wie den IdeenzugRegio mit Eigenmitteln finanziert. Die beiden im Maßstab 1:1 angefertigten Modelle sollen Innovationen für Besteller und Betreiber im Regionalverkehr erlebbar machen. Den schon 2018 vorgestellten IdeenzugRegio hat die DB zwischenzeitlich um neugestaltete WC-Räume und ein flexibles Innenraumkonzept für die Fahrradmitnahme erweitert. Erste Umsetzungen aus dem IdeenzugRegio finden sich bei der S-Bahn München und perspektivisch bei der S-Bahn-Stuttgart, der S-Bahn Hamburg und der Südostbayernbahn.



Foto: DB AG/Andreas Varnhorn

Liebe Leserinnen und Leser,

der IdeenzugCity, den wir in Geisenheim vorgestellt haben, ist Botschafter einer neuen Zeit. Wir haben eine Fülle von Detailvorschlägen präsentiert, die alle auch einzeln Innovationen darstellen. Aber vielleicht noch wichtiger ist, dass der IdeenzugCity ein Gesamtbild der Zukunft zeigt und die Herausforderungen der Mobilitätswende anschaulich macht. Unsere Züge müssen ganz neuen Anforderungen entsprechen. Sie müssen deutlich mehr Menschen mitnehmen können – und zugleich ein Höchstmaß an Komfort bieten. Deshalb setzen wir auf flexible Raumkonzepte, mit denen sich die Kapazität um bis zu 40 Prozent steigern lässt. Aus diesem Grund wollen wir Züge flexibler gestalten, um je nach Tageszeit und Auslastung Kunden das bestmögliche Angebot machen zu können. Das Layout der Innenräume soll den Fahrgastfluss mit einer intelligenten Reisendenlenkung optimieren, um den Fahrgastwechsel zu beschleunigen, was der Betriebsqualität zugutekommt. Die neue Zeit wird sehr schnell kommen. Zusammen mit der Branche möchten wir in den nächsten Jahren eine Milliarde mehr Menschen auf die klimafreundliche Schiene holen. Das hat nicht nur Folgen für die Fahrzeuge und deren Ausstattung, sondern betrifft auch die Rahmenbedingungen. Damit wir die Verkehrswende stemmen können, braucht es eine starke und von den Folgen der Corona-Krise unbelastete Branche. Um auf dieser Grundlage die Herausforderungen der Zukunft anzugehen, benötigen die Aufgabenträger deutlich mehr Regionalisierungsmittel und die Verkehrsunternehmen einen fairen Ausgleich für steigende Kosten, wie sie etwa durch Baustellen im Streckennetz und erhöhte Personalaufwendungen entstehen. Last not least müssen beide, Verkehrsunternehmen und Aufgabenträger, zu mutigen Innovationen bereit sein, mit denen es gelingt, mehr Fahrgäste für die Schiene zu gewinnen. Jetzt ist die Zeit, dafür die Weichen zu stellen!

„Der IdeenzugCity zeigt ein Gesamtbild der Zukunft und macht die Herausforderung der Mobilitätswende anschaulich.“

Dr. Jörg Sandvoß,
Vorstandsvorsitzender DB Regio AG



Standpunkt



Foto: VDV

„ÖPNV-Leistungsoffensive für den Klimaschutz“

Oliver Wolff, Hauptgeschäftsführer
Verband Deutscher Verkehrsunternehmen

So viel Einigkeit war selten. Im Vorfeld der Bundestagswahl stellen die Parteien in Aussicht, den Klimaschutz noch stärker in den Mittelpunkt des Handelns zu stellen. Angesichts der Naturkatastrophen und der globalen Folgekosten ist dies folgerichtig. Auch rechtlich führt kein Weg daran vorbei, denn Deutschland hat sich dem 1,5-Grad-Ziel verpflichtet, will 2045 klimaneutral sein und dafür bis 2030 die Emissionen deutlich vermindern. Ein wesentlicher Beitrag muss aus dem Verkehrssektor kommen, dem bisherigen Sorgenkind. Anders gesagt: fossil-motorisierte Fahrten müssen vermieden, verlagert und umgestaltet werden. Neue und zusätzliche ÖPNV-Angebote müssen dazu beitragen, dass mehr Menschen bereit sind, auf Bus und Bahn umzusteigen. Diese Leistungsoffensive ist kein Selbstzweck und auch kein Selbstläufer. Sie muss umgesetzt werden und wird Zeit brauchen, bis sie sich durch Einnahmen teilfinanziert. Die Unternehmen müssen daher in Vorleistung gehen. Wie Lösungsräume aussehen können ist Gegenstand des unabhängigen Leistungskostengutachtens, das der VDV zusammen mit seinen Mitgliedern bei Roland Berger in Auftrag gegeben hat. Danach muss die ÖPNV-Verkehrsleistung in Stadt und Land um knapp ein Viertel gegenüber 2018 zunehmen. In der Folge steigen die für das Leistungsangebot anfallenden Kosten um 89 Prozent. Das klingt erst mal nach viel. Jedoch selbst wenn es beim heutigen Leistungsumfang bliebe, würden die Personal-, Energie- und Infrastrukturkosten bis 2030 bereits um 32 Prozent steigen. Insgesamt entsteht eine Lücke für die Branche, die es auszugleichen gilt: Bei Fortschreibung der aktuellen öffentlichen Förderkulisse bliebe in 2030 eine Finanzierungslücke von elf Milliarden Euro. Die zur Erreichung der Klimaschutzziele im Verkehrssektor notwendige ÖPNV-Leistungsoffensive benötigt daher zwingend eine flankierende und planbare Finanzkulisse – über alle staatlichen Ebenen hinweg. Dies zu erreichen wird eine der zentralen politischen Aufgaben der kommenden Legislaturperiode.

Branchenindex ist „ein Gewinn für beide Seiten“

Steigende Personalkosten, die nicht von den Aufgabenträgern ausgeglichen werden, belasten viele Verkehrsunternehmen. Das soll sich künftig ändern.

Mit einem gemeinsam entwickelten Personalkostenindex wollen Eisenbahnverkehrsunternehmen (EVU) und Aufgabenträger die tatsächliche Kostenentwicklung für das Fahrpersonal im SPNV realistisch abbilden. In den vergangenen Jahren hat sich der allgemeine Personalkostenindex (PKI) deutlich langsamer entwickelt als die tatsächlichen Kosten für das Triebfahrzeug- und Zugbegleitpersonal. Für die EVU, in deren Vergütung die Personalkostenentwicklung einfließt, stellt dies eine erhebliche Belastung dar. Mit dem neuen branchenspezifischen Personalkostenindex soll das in Zukunft anders werden.

Der neue Index bildet sowohl die direkten als auch die indirekten Personalkosten im Nahverkehr auf der Schiene auf der Grundlage der jeweiligen Tarifverträge ab. Um auch die indirekten Kostenanteile ermitteln zu können, wurde ein fiktives Musternetz entwickelt und für dieses anhand der gültigen Tarifverträge eine komplette Dienstleistungsplanung simuliert. Dadurch lässt sich zusätzlicher Personalbedarf, der sich etwa durch Regelungen zu Einsatzbeschränkungen im Dienstplan sowie der Wahlmöglichkeit

zwischen mehr Urlaub oder mehr Lohn indirekt aus den Tarifverträgen ergibt, ermitteln und bewerten. Um auch weiter die Entwicklung der Gesamtbranche Transport zu berücksichtigen, wurde in dem finalen Index auch der bisherige, amtliche Tarifindex des Statistischen Bundesamtes (H49) anteilig einbezogen. „Personalkosten stellen einen großen Teil der Gesamtkosten dar. Mit dem neuen Index PKI SPNV für Fahrpersonale wird die Kalkulationsgrundlage der Bieter für künftige Verkehrsverträge deutlich zuverlässiger, Risikozuschläge können entfallen. Das ist am Ende ein Gewinn für beide Seiten“, erläutert Frank Zerban, Hauptgeschäftsführer des Bundesverbands SchienenNahverkehr (früher BAG-SPNV). „Durch die ausgesprochen konstruktive Zusammenarbeit zwischen EVU und Aufgabenträgern konnte gemeinsam ein sehr gutes Ergebnis für die Branche erzielt werden, das unseren Mitgliedern für Neuverträge zur Anwendung empfohlen wird.“

Der Bundesverband SchienenNahverkehr wird den neuen PKI SPNV für das Fahrpersonal als nicht-amtlichen Index einmal jährlich im März auf seiner Homepage veröffentlichen.



Foto: DBAG / Dominic Dupont

Jetzt zu Regio Signale 2021 anmelden

Am 27. Oktober 2021 lädt DB Regio unter dem Motto „inspirieren, diskutieren, realisieren“ zur elften Ausgabe der Regio Signale ein. Nach dem rein digitalen Event im Vorjahr findet der Branchentreff für Aufgabenträger, Politik, Verbände, Verbände, Verkehrsunternehmen und Fahrzeughersteller nun als Hybrid-Kongress statt. Ort der Präsenzveranstaltung ist das Kap Europa in Frankfurt, darüber hinaus wird der Kongress virtuell verlängert, sodass die Teilnahme auch über Rechner, Smartphone oder Tablet möglich ist. „Wir freuen uns, dieses Jahr wieder möglichst viele Gäste persönlich begrüßen zu können, um gemeinsam über die Gestaltung des ÖPNV zu diskutieren“, heißt es beim Veranstaltungsteam. Anmeldungen sind jederzeit online unter <https://regiosignale-event.de/onlineanmeldung> möglich.

„Was uns betrifft: Wir sind bereit“

Differenzierte Mobilitätsbedürfnisse erfordern flexible Bedienformen. Sie tragen dazu bei, mehr Fahrgäste für den ÖPNV zu gewinnen und werden sich durchsetzen, sagt DB Regio Bus-Vorstand Frank Klingenhöfer im Interview.



Foto: Shuttle Modellregion Oberfranken (SMO)

DB Regio Bus ist Partner der „Shuttle Modellregion Oberfranken“ und betreibt seit Juni in Hof und Kronach Stadtverkehr mit hochautomatisierten Elektrobussen. In Bad Birnbach in Bayern setzt DB Regio Bus bereits seit 2017 ähnliche Shuttles ein.

Herr Klingenhöfer, was kann der Bus zur Mobilität der Zukunft beitragen?

Ganz viel. Vor dem Hintergrund der nötigen Verkehrswende entwickelt sich gerade der ÖPNV auf der Straße überaus innovativ und dynamisch. Busverkehr bedeutet längst nicht mehr nur, mit Standardbussen nach festem Fahrplan auf festen Linien zu fahren. Wir kommen den Fahrgästen mit neuen Konzepten entgegen, bringen sie bis zur Haustür, fahren auf

Bestellung, sind mit autonomen Shuttles unterwegs. Wir bieten eine breite Palette an Mitteln und Möglichkeiten.

Nehmen neue Bedienformen nicht dem klassischen Linienverkehr Fahrgäste weg?

Ich behaupte das Gegenteil. Es geht darum, neue Fahrgäste für den ÖPNV zu gewinnen, den ÖPNV insgesamt attraktiver zu machen. Der konventionelle Linienverkehr ist leistungsfähig und weiter unverzichtbar, aber er deckt die Nachfrage eben nicht vollständig ab. Flexible Bedienformen ergänzen den Linienverkehr und können neue Kundengruppen erschließen, an denen wir sonst vorbeifahren. Und diese werden immer wichtiger werden, denn auch die Mobilitätsbedürfnisse differenzieren sich. Wer im Home-Office oder in Teilzeit arbeitet, muss nicht mehr jeden Morgen ins Büro, will aber nachmittags in die Stadt. Und wer auf dem Land lebt, ist deshalb noch längst kein Autofan. Viele würden gerne klimafreundlich mit dem ÖPNV fahren, wenn das Angebot stimmt.

Wie bekommt man die verschiedenen Bedürfnisse unter einen Hut?

Am Anfang sollte die Frage stehen, wie der Nachfrage am besten gerecht zu werden ist und sich neue Fahrgäste gewinnen lassen. Wir analysieren das systematisch, befragen Bürgerinnen und Bürger und nutzen auch Mobilfunkdaten. Daraus entwickeln wir das passende Konzept, übrigens nicht nur für neue, sondern auch für konventionelle Bedienformen. Beides soll sich optimal ergänzen.

Wie aufgeschlossen sind die Aufgabenträger, neue Wege zu gehen?

Das Interesse nimmt spürbar zu. Auch in der Fläche sehen viele Städte und Kreise die Chancen und setzen auf uns als Partner. Dafür stehen etwa der Wittlich-Shuttle in Rheinland-Pfalz oder KEXI in Kelheim. Allerdings würde ich mir eine noch größere Offenheit für die Diskussion eines gesamthaften Verkehrssystems wünschen, denn nur damit schaffen wir die Verkehrswende für ein besseres Klima. Dabei unterstützen wir unsere Aufgabenträger und lassen bei der Umsetzung keinen im Regen stehen.

Wie schwierig ist die Umsetzung?

Als Systemhaus der Mobilität bieten wir bei DB Regio Bus von der Analyse bis zum Betrieb alles für einen innovativen ÖPNV – oder anders herum, bei uns gibt es jede Einzelkomponente und eben insbesondere auch in Kombination zueinander. Zudem stellen wir mit Wohin-Du-Willst den Aufgabenträgern und Fahrgästen eine attraktive App zur Verfügung und können mit unseren Partnern im DB-Konzern die digitalen Plattformen anbieten, um flexible Bedienformen intelligent und kundenfreundlich zu organisieren. Was uns betrifft: Wir sind bereit und bringen Erfahrung aus vielen Projekten mit. Wir liefern sozusagen Planungskompetenz mit Umsetzungsgarantie.

„Wir stehen vor einem gewaltigen Kraftakt“

Nach der verheerenden Flutkatastrophe in Nordrhein-Westfalen und Rheinland-Pfalz sollen bis zum Jahresende 80 Prozent der betroffenen Strecken und Streckenabschnitte wieder befahrbar sein. Tausende Einsatzkräfte haben dafür gesorgt, dass viele Schienenwege noch im Juli, andere bis Anfang August wieder nutzbar waren. Weitere werden bis zum Jahresende folgen. Komplet zerstörte Strecken können jedoch erst deutlich nach 2021 wieder für den Verkehr zur Verfügung stehen. Im gesamten Flutgebiet verursachten die Wassermassen Schäden in Höhe von rund 1,3 Milliarden Euro an der Eisenbahn-Infrastruktur. „Wir stehen vor einem gewaltigen Kraftakt“, so Dr. Volker Hentschel, Vorstand Anlagen- und Instandhaltungsmanagement bei DB Netz.

Besonders hart getroffen hat es das „vareo“-Netz von DB Regio NRW mit der Eifelstrecke, Voreifelbahn, Ahrtalbahn und Oberbergischen Bahn. „Die Notfallketten haben planmäßig gegriffen, wir konnten den Betrieb rechtzeitig herunterregeln“, berichtet Verkehrsvertragsmanager Benjamin Ey. Dass abgestellte Züge überflutet wurden, sei nicht zu verhindern gewesen. Schwierig habe sich der Busnotverkehr gestaltet, weil viele Straßen unpassierbar waren. „Sobald es möglich war, haben wir in Abstimmung mit den Aufgabenträgern den planmäßigen Schienenersatzverkehr aufgenommen und stufenweise ausgebaut“, sagt Ey. Thorsten Müller, Verbandsdirektor des rheinland-pfälzischen



Foto: DB AG/Michael Nelles

Aufgabenträgers SPNV-Nord, lobt den Einsatz der DB: „Die betroffenen Unternehmen DB Netz, DB Station&Service sowie DB Regio und deren Kolleginnen und Kollegen sind bei dem Wiederaufbau sehr engagiert und wir führen sehr konstruktive Gespräche.“ Aber auch branchenweit läuft die Zusammenarbeit gut. Namentlich nennt Benjamin Ey die nordrhein-westfälischen Infrastrukturunternehmen Rurtalbahn und EUREGIO Verkehrsschienenetz GmbH, die ebenfalls von der Flut betroffen waren. Man arbeite konstruktiv und partnerschaftlich zusammen.

Mehr Informationen im E-Paper



Foto: Frank Sträter/Lemom Media

Impulsgeber für die Verkehrswende

Große Bühne für den IdeenzugCity: Rund 1.500 Interessenten waren der Einladung der DB gefolgt und hatten sich zur virtuellen Tour durch den Prototypen eingeloggt.

Klares Design. Tolle Lichteffekte. Futuristische Anmutung: Natürlich zieht der Ideenzug im Studio und an den Bildschirmen die Blicke auf sich, und selbstverständlich sind alle gespannt auf die innovativen Details, die in ihm stecken. Dabei sind sie eigentlich nur Mittel zum Zweck.

„Innovationen sind der Schlüssel zu mehr Fahrgästen und mehr Klimaschutz“, bringt DB Regio-Chef Dr. Jörg Sandvoß die strategische Dimension hinter den vielen raffinierten Detaillösungen auf den Punkt. „Mit dem IdeenzugCity machen wir der gesamten Nahverkehrsbranche konkrete Angebote zur Wei-

terentwicklung von S-Bahn-Zügen, mit denen allein wir als DB Regio bis zum Ausbruch der Pandemie jährlich über 1,3 Milliarden Menschen in Deutschlands größten Metropolen befördert haben. Das flexible Raumkonzept mit automatisch anpassbaren Sitz- und Stehlandschaften ist weltweit einzigartig. Per Knopfdruck erhöhen wir damit die Kapazität um bis zu 40 Prozent. So geht Mobilitätswende, so

gewinnen wir neue Fahrgäste für die umweltfreundliche Bahn.“ Wie wichtig es ist, dass die Fahrgäste dabei auch in übertragenem Sinne mitgenommen werden, betonte Andreas Schilling, Vorstandsbeauftragter für Marketing der DB Regio AG. „Wir alle wollen die Verkehrswende schaffen. Das gelingt aber nur, wenn die Menschen gerne Zug fahren und gerne zu uns kommen. Dafür brauchen wir mehr Kapazität, bessere Fahrzeuge, mehr Individualisierung und attraktive Züge.“



Foto: DB AG/Oliver Lang

So geht das: In Hauptverkehrszeiten gibt es mehr Kapazität auf Knopfdruck.

Blick in die Zukunft

Schilling versteht den Ideenzug daher auch als Impulsgeber für die Zusammenarbeit mit den Aufgabenträgern. „Im Rahmen von Ausschreibung haben wir oft nicht die Möglichkeit, über grundlegende Themen nachzudenken. Als Partner der Aufgabenträger war es uns deshalb wichtig, eine Plattform zu schaffen, um mit Partnern zusammen auszuloten, was gehen könnte und den Blick dabei auch einmal sehr weit in die Zukunft richten zu können.“



Foto: DB AG/Oliver Lang

Jedes der hier gezeigten Module steht für einen der vier Themenschwerpunkte des Projektteams: Kapazität, Fahrgastfluss, Fahrgastinformation und Service-Innovation.

Der **Universal Train** schafft mehr Kapazitäten im Metropolenverkehr und ist das Highlight des IdeenzugCity. Fahrgäste genießen ein Maximum an Komfort und Attraktivität. Die Sitzlandschaft lässt sich auf Knopfdruck in einen Fahrgastraum mit bequemen Stehstützen verwandeln, die **Kapazität** um bis zu 40 Prozent erhöhen.



Foto: DB AG/Oliver Lang

Multiflexsitze verwandeln sich auf Knopfdruck von einer vis-à-vis-Anordnung in eine Längsbestuhlung entlang der Fensterfront für mehr Stehplatzkapazitäten bei gleichbleibender Sitzplatzanzahl in der Hauptverkehrszeit. Automatisierte **Flexsitze** lassen sich je nach Bedarf von komfortablen Vierersitzgruppen in eine Dreiersitzgruppe verwandeln und bieten so mehr Stehplatzkapazitäten in der Hauptverkehrszeit. Die Automatisierung der Sitze verbessert den **Fahrgastfluss** im Fahrgastraum, Züge können an den Stationen wichtige Sekunden sparen.

„Wir mussten Ideen nicht rechtfertigen. Das war wichtig.“



Foto: DB AG

Herr Mester, wie kommen Sie und das Team eigentlich auf die vielen Ideen?

Wir gewinnen sie aus zwei Perspektiven. Wir schauen, was sich die Fahrgäste wünschen und wie sie sich das Zugfahren in den kommenden Jahren vorstellen. Wir haben aber auch im Blick, was andere in und außerhalb unserer Branche – etwa Automotiv- oder Tourismus – so machen. Wir haben also weit über den Tellerrand hinausgesehen und uns nicht nur auf Schienenfahrzeuge beschränkt.

Was bringt der Blick in andere Branchen?

Der war vor allem deshalb sehr wichtig, weil sonst die Gefahr bestanden hätte, dass wir von Anfang an eine viel zu enge Perspektive eingenommen und uns gedanklich viel zu sehr eingeschränkt hätten. Da wären 95 Prozent unserer Ideen von Anfang an rausgeflogen. So aber konnten wir genau umgekehrt vorgehen. Wir haben erst einmal viele Ideen ins Auge gefasst und uns dann Schritt für Schritt den jetzt umgesetzten Ideen genähert. Auf dem Weg dorthin haben wir all die Ansätze verworfen, die nicht innovativ genug gewesen wären oder aber keinen echten Mehrwert für unsere Schwerpunkte Flexibilität und Kundennutzen dargestellt hätten. So haben wir eine Arbeitssituation geschaffen, in der man eine Idee selbst dann nicht rechtfertigen muss, wenn sie möglicherweise etwas absurd oder unnötig erscheint. Das war uns wichtig.

Wo sind Sie denn branchenintern fündig geworden?

Wir haben viel in die Schweiz geguckt, wo man im Fahrzeugbereich sehr innovativ unterwegs ist, haben uns aber auch in Japan umgeschaut. Dort konnten wir in Sachen Elektronik und Automatisierung viele Anregungen aufgreifen. Da ist das Land wirklich ganz weit vorne mit dabei.

Die gesammelten Eindrücke haben wir dann auf uns wirken lassen, weitergesponnen und im Anschluss, die ein oder andere Idee entwickelt.

Haben Sie Ihre Partner dabei von Anfang an eingebunden?

Einige haben wir von Anfang an bei der Entwicklung eingebunden, die meisten aber erst, wenn wir eine ziemlich genaue Vorstellung hatten, welche Komponenten wir für die Realisierung brauchen. Man kann diesen Innovationsprozess natürlich auch von Anfang an gemeinsam gestalten. Aber so ein Vorgehen erhöht die Komplexität enorm und hätte das Projekt gesprengt. Deshalb haben wir diesen Prozess als Bahnteam angestoßen und dann gemeinsam mit der Designagentur und dem Mock-up Bauer als externen Sparringspartnern vorangetrieben.

Also unterm Strich ein konventioneller Entwicklungsprozess?

Aus Sicht einer innovativen Designagentur vermutlich schon. Für uns als Bahn aber definitiv nicht. Denn wir haben Elemente integriert, die es in dieser Form bisher nicht gab. Das fängt mit unspektakulären Details wie einem Steh-/Klappsitz an und reicht bis hin zu Lösungen, die im aktuellen Bahnverkehr noch visionär erscheinen mögen, aber vielleicht in zehn, fünfzehn Jahren realisierbar sind. Das zeigt, wie schmal der Grat ist und wie viel Balance der Innovationsprozess erfordert: Einerseits sind Ideen schnell viel zu innovativ, um realisierbar zu sein. Andererseits sind gut realisierbare Ideen meistens nicht innovativ genug.

Jetzt steht der Ideenzug vor uns. Klares Design. Innovative Details. Die Arbeit, die darin steckt, sieht man ihm vermutlich nicht an?

Die Arbeit ist das eine. Das Herzblut und die Experimentierfreudigkeit, die alle im Team mitgebracht haben, das andere. Beides gehört zusammen und anders ist ein Projekt wie der Ideenzug auch nicht realisierbar. Am Ende zählt aber, dass Aufgabenträger den IdeenzugCity als Inspiration für künftige Ausschreibungen betrachten und unsere Fahrgäste mit noch mehr Kapazität, Flexibilität und Komfort in Deutschlands Metropolregionen unterwegs sein können.

„Wir brauchen ein neues Mindset für unsere Mobilität.“

Über das Ziel der Reise waren sich alle einig. Diskutiert haben Ali Mahlodji, Dagmar Hirche, Katja Diehl und Sonja Berthold deshalb nicht, wohin es gehen soll, sondern vor allem darüber, wie es gelingen kann, auf dem Weg in die klimafreundliche Mobilitätswende möglichst viele Menschen mitzunehmen. Den Schlüssel zum Erfolg, das kristallisierte sich in der von Sandrina Mahlberg moderierten Debatte schon recht bald heraus, sah das Quartett vor allem darin, mög-

lichst viele Perspektiven mitzunehmen und Mobilität insgesamt maximal inklusiv und userzentriert zu denken.

Userzentriert denken

Mit Blick auf die Podiumsdiskussion ist dem IdeenzugCity also schon bei seiner Premiere gelungen, was künftig ein wesentlicher Teil seines Auftrags sein wird: Die Nahverkehrsbranche, das Fachpublikum und die Öffentlichkeit dazu anzuregen, neu und in

alle Richtungen nachzudenken, wie wir in Zukunft mobil sein wollen. „Zukunft ist jetzt“, brachte es Dagmar Hirche, die sich seit Jahren ehrenamtlich für die digitale Teilhabe älterer Menschen engagiert, treffend auf den Punkt. Mit dem Ideenzug ist DB Regio dieser Zukunft ein gutes Stück näher gekommen – was ganz entscheidend auch daran liegt, dass der Fahrgastverband PRO BAHN und zahlreiche Kundenbeiräte von Anfang an eng eingebunden waren.

Displays und Effektbeleuchtung optimieren im Zusammenspiel mit Auslastungssensoren **Fahrgastinformation** und **Fahrgastlenkung**. Ein LED-Leuchtband über die gesamte Wagenlänge visualisiert die Linienfarbe der jeweiligen S-Bahn und sorgt für eine gute Orientierung am Bahnsteig. Alternativ wird darüber auch die Auslastung des Fahrgastraums in Echtzeit sichtbar. Over-Door-Displays über allen Einstiegstüren informieren Fahrgäste über das Reiseziel, wichtige Unterwegshalte und kommunizieren die aktuelle Auslastung des jeweiligen Wagenabschnitts.



Foto: DB AG/Oliver Lang

Das Modul **City Working** stellt mit einer Arbeitstheke und einem abgeschirmten Privacy-Bereich zwei funktionale Arbeitsbereiche bereit, in denen Fahrgäste ihre Reisezeit produktiv nutzen können. Dazu gehören **Service-Innovationen** wie ein integriertes Display als zweiter Screen für einen Laptop, ein komfortabler Klappstisch und Stützstützen zum Anlehnen. So können Fahrgäste während der Hauptverkehrszeit bequem im Stehen oder während der Nebenverkehrszeit im Sitzen an der Theke bequem ihrer Arbeit nachgehen.



Foto: DB AG/Oliver Lang

Wasserstoffzüge werden Stammgäste im Regio-Werk

Im Auftrag des Herstellers Alstom wartet DB Regio im Werk Frankfurt-Griesheim ab Ende 2022 die weltweit größte Flotte von Wasserstoffzügen. 27 Coradia iLint sollen dann im Rhein-Main-Verkehrsverbund (RMV) unterwegs sein. Im Sommer war jetzt ein wasserblauer iLINT-Vorserienzug im Griesheimer Werk zu Gast. Die Stippvisite zeigte: Die Wartung der von der RMV-Tochter fahma beschafften Fahrzeuge bedeutet für alle Beteiligten eine Win-win-Situation. Alstom könne auf einen starken Wartungspartner in der Region zurückgreifen, betonte Managing-Director Dr. Jörg Nikutta. DB Regio sammle Know-how mit der Zukunftstechnologie des emissionsfreien Brennstoffzellenantriebs, sagte DB Regio-Produktionsvorstand Oliver Terhaag. Und RMV-Geschäftsführer und Sprecher der Geschäftsführung Prof. Knut Ringat freute sich, dass das Projekt „voll im Zeitplan“ sei und DB Regio sich frühzeitig mit der neuen Technologie beschäftige. Die iLint-Flotte wird auf nicht-elektrifizierten Strecken im Taunus zum Einsatz kommen. Wer das Netz betreiben wird, ermittelt der RMV in einer europaweiten Ausschreibung.



Foto: DB AG/Andreas Fährmann

Busse per Klick digital chartern

Kegelausflug, Klassenfahrt oder Fanclub-Tour zum Festival: Einen Bus mit Fahrer zu mieten, geht mit Snapbus mit wenigen Klicks. Im Frühjahr hat DB Regio Bus die Software der digitalen Plattform des Kölner Start-ups übernommen. Ziel ist es, das deutschlandweit agierende Charterbus-Portal Snapbus zum bundesweiten Marktplatz für Mietomnibusverkehre zu entwickeln. Snapbus wurde 2017 gegründet und greift auf ein Netzwerk von Partnern zurück, die über die Plattform ihre Mietbusse deutlich besser auslasten können. Die angeschlossenen Busunternehmen vermeiden damit Stand- und Leerzeiten. Kundinnen und Kunden profitieren von transparenten Angeboten, Sofortpreisen und einer unkomplizierten Buchung, die vollständig digital erfolgt. Künftig soll die Plattform bundesweit Angebot und Nachfrage in Form eines digitalen Marktplatzes zusammenbringen.



„In Kombination mit unseren eigenen Bussen sowie den Fahrzeugen unserer Netzwerkpartner, zum Beispiel aus dem Schienenersatzverkehr, kann Snapbus sein Potenzial voll entfalten. Zugleich kann DB Regio sein Kundenversprechen als Anbieter von flexibler und zugänglicher Mobilität für alle Zielgruppen weiter ausbauen“, sagt Frank Klingenhöfer, Vorstand von DB Regio Bus. „Außerdem sehen wir langfristig spannende Synergieeffekte zwischen Charterbus und Bahn bezüglich eines intermodalen Mobilitätsangebotes für Gruppen.“

Digitale Zwillinge steigern die Verfügbarkeit

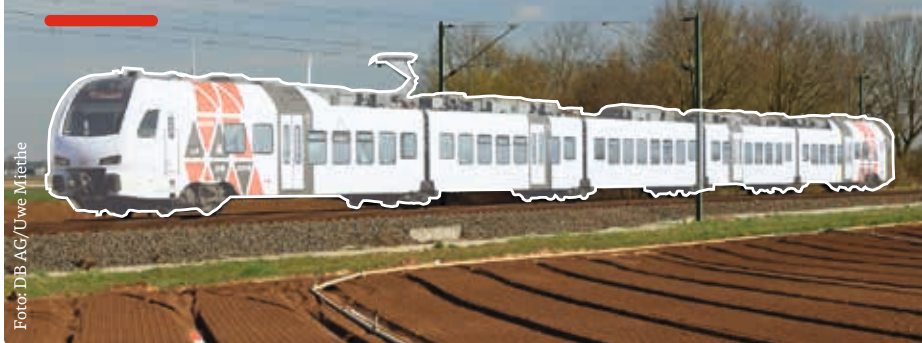


Foto: DB AG/Uwe Mielche

Die Flotte bleibt zwar so groß, wie sie ist, aber jeder der 28 Stadler-Triebzüge der Baureihe 429.1, die DB Regio im Regionalverkehr von Rheinland-Pfalz, Hessen, Teilen Baden-Württembergs und dem Saarland betreibt, wird bald einen digitalen Zwilling bekommen: Das erste von DB und Stadler gemeinsam entwickelte virtuelle Abbild eines kompletten Zuges wird die Betriebsdaten seines analogen Ebenbilds in Echtzeit verarbeiten, die vorausschauende Instandhaltung optimieren und so die Störung oder den Ausfall eines Zuges verhindern. Derzeit wird ein Prototyp mit der Technik zur Aufzeichnung und Übermittlung

von Daten ausgerüstet. Die Schwerpunkte liegen dabei zunächst auf der Klimaanlage, den Türen und den Radsätzen des Zuges.

Ende dieses Jahres soll der digitale Zwilling erstmals voll funktionsfähig sein. Oliver Terhaag, Vorstand Produktion der DB Regio AG, begrüßt die Kooperation mit Stadler als wertvollen Beitrag zur Digitalisierung des Schienenverkehrs. „Der Datenaustausch mit Zugherstellern kommt beiden Seiten zugute. Vor allem nutzt er den Fahrgästen, denn digitale Zwillinge leisten einen Beitrag dazu, die Zuverlässigkeit und Verfügbarkeit zu steigern.“

S-Bahn Stuttgart disponiert mit KI

Die Deutsche Bahn baut den Einsatz Künstlicher Intelligenz (KI) weiter aus und setzt dabei auch auf Eigenentwicklungen: Bei der S-Bahn Stuttgart unterstützt KI die Disposition und erweist sich schon jetzt als entscheidender Hebel für die Pünktlichkeit. Das Tool berechnet blitzschnell mehrere Varianten der Zugsteuerung, sodass Disponent:innen den Verkehr wie in einem Video vor- und zurück-

spulen können, um zu sehen, wie sich ihre Entscheidungen auf die Pünktlichkeit auswirken. Erste Tests belegen eine Steigerung der Pünktlichkeit im Störfall um bis zu drei Prozentpunkte. In größeren Verkehrsnetzen sind sogar zweistellige Pünktlichkeitsgewinne möglich. Positiver Nebeneffekt: Vorhandene Schienenkapazitäten lassen sich effizienter nutzen und Fahrzeuge enger takten.

Branche geht in die Offensive

Verkehrsunternehmen und Verbände wollen möglichst schnell Fahrgäste zurückgewinnen



Foto: Shutterstock/loroanto

Die Nahverkehrsbranche will die Folgen der Coronakrise so schnell es geht abschütteln. Auch wenn sich die Fahrgastzahlen erholt haben, sind sie noch weit entfernt vom Vorkrisenniveau, als Bahn und Bus zuverlässig einen Rekord nach dem anderen einfuhren. Aufgabenträger und Verkehrsunternehmen haben deshalb seit dem Sommer neue Kampagnen und Initiativen auf den Weg gebracht, um Vertrauen zurückzugewinnen und die Rückkehr der Fahrgäste zu beschleunigen. Dies stehe „ab sofort ganz im Fokus der Branche“, sagt Ingo Wortmann, Präsident des Verbands Deutscher Verkehrsunternehmen (VDV).

Mit einer Vielzahl von Maßnahmen rollt die DB den Fahrgästen den roten Teppich aus. Pünktlich zur Sommersaison haben DB Fernverkehr und DB Regio ihre Kampagne „Deutschland entdecken“ gestartet und damit die enge Zusammenarbeit mit den Tourismusmarketingorganisationen aller Bundesländer fortgesetzt. Spots im Fernsehen und in Online-Kanälen, Plakate und Anzeigen in den Printmedien geben Inspirationen für Urlaub im eigenen Land und Ausflüge vor der Haustür. Im Zentrum stehen dabei die Landingpage „bahn.de/entdeckedeutschland“ sowie „entdecke-deutschland.de“, das gemeinsame Portal der Bundesländer. Neben einem starken werblichen Auftritt bilden attraktive Produkte und Leistungen die zweite Säule, um Fahrgäste zurückzugewinnen. So hat DB Regio ein Sonderbudget aufgelegt, damit neue Ideen und

bereits geplante Initiativen schneller umgesetzt werden können. Der Bogen ist weit gespannt und reicht vom regionalen Marketing für den Freizeitverkehr und Ticketangebote bis zu Verbesserungen der Qualität und der Reisendeninformation. DB Regio Bus wird im Herbst unter jungen Zielgruppen bis 25 Jahre für den Bus als klimafreundliches Verkehrsmittel werben. Darüber hinaus steht die gezielte Vermarktung von Urlaubs- und Tourismusverkehren sowie die Öffnung der „Wohin-Du-Willst“-App für die Integration von Flächenverkehren auf dem Programm. Digitale Abo-Shops sollen verlorene Kundinnen und Kunden zurückgewinnen.

Im Rahmen der bundesweiten Gemeinschaftskampagne #besserweiter unter Führung des VDV bedankt sich die ganze Branche vom 13. bis 26. September bei ihrer Stammkundschaft. Wer ein gültiges ÖPNV-Abo besitzt, kann dann bei allen teilnehmenden Verbänden und Verkehrsunternehmen in Deutschland ohne zusätzliche Kosten den Nahverkehr nutzen und zudem eine vergünstigte Schnupper-BahnCard 25 der DB erhalten. Beim Werben um Fahrgäste geht es VDV-Präsident Wortmann zufolge nicht nur darum, die Corona-Einbußen wettzumachen. Um seiner Schlüsselrolle beim Klimaschutz gerecht zu werden, müsse der Nahverkehr mehr Menschen zum Umsteigen bewegen. Dazu gehöre auch, Kapazitäten und Leistungsangebot massiv zu erhöhen.

DB Regio Bus steigt ins ÖPNV-Lab ein

Die DB Regio Bus ist neuer Partner des ersten deutschen Branchen-Innovationslabors für den ÖPNV, dem ÖPNV-Lab im Frankfurter House of Logistics and Mobility HOLM. Zusammen mit den Gründungspartnern HOLM und RMV wird sich DB Regio Bus künftig aktiv an dessen strategischer Ausrichtung, der Entwicklung von Leitthemen und der Projektarbeit beteiligen. „Die Partnerschaft wird spannende Denkansätze, Ideen und Projekte hervorbringen“, ist sich HOLM-Geschäftsführer Michael Kadow sicher. Viel Potenzial sieht auch RMV-Geschäftsführer Prof. Knut Ringat: „Das ÖPNV-Lab ist eine Keimzelle für Zukunftsideen, die unternehmensübergreifend vorangetrieben werden. Ich freue mich, dass nun ein weiterer erfahrener Partner mit neuen Perspektiven hinzukommt.“ Erster Arbeitsschwerpunkt ist „Mobilität im ländlichen Raum“. Im Fokus steht die Verknüpfung von Liefer-, Freizeit-

und Personenverkehr sowie die Anforderungen an Mobilitätsstationen, On-Demand-Verkehre und betriebliche Mobilitätsangebote. Frank Klingenhöfer, Vorstand DB Regio Bus, erhofft sich nicht zuletzt auch schnellere Innovationstransfers: „Mit dem HOLM als Partner können wir gemeinsam alternative Beförderungskonzepte entwickeln, anschließend mit Aufgabenträgern individuell umsetzen und so unseren Beitrag zur Mobilitätswende leisten.“



Foto: HOLM

Zugportal unterstützte Fluthilfe mit Infos und Links

Mit einer Informationsdrehscheibe für Betroffene und Helfende hat zugportal.de, das kostenfreie Nachrichten- und Entertainmentangebot für den Nahverkehr, die Hilfe nach der Flutkatastrophe unterstützt. Von Anlaufstellen für Baumaterial, über Vermittlungsplattformen für Freiwillige bis zu Gesundheitshinweisen stellte zugportal.de wertvolle Hinweise und Links zusammen. „Unser Team von DB Regio ist teils persönlich oder indirekt von der Katastrophe betroffen“, sagt Helen-Cristin Arnold vom Kompetenzzentrum Produktinnovationen. „Auch als Partner der Region war uns das Engagement ein Herzensanliegen.“ Das Zugportal steht über WLAN im Zug in bundesweit 17 Nahverkehrsnetzen sowie online unter zugportal.de zur Verfügung.



Bayerisches Dreierpack

Drei Musiker:innen, ebenso viele live gestreamte Gigs auf Youtube, dazu bis zum Konzertbeginn verheimlichte Locations: Mit diesem Dreierpack hat DB Regio Bayern im Juli nicht nur bei den Fans von Eli, Lotte und Bakermat für Begeisterung gesorgt. Die digitale Veranstaltungsreihe SECRET GIGS hat mit der Festung Rosenberg in Kronach, dem Untreusee in Hof und dem Nebelhorn drei Reiseziele in den Blick gerückt, die definitiv auch ohne Konzert einen Ausflug mit dem Bayern-Ticket wert sind. Für die großen Momente vor märchenhafter Kulisse konnten sich die Fans mit einer Spende an die Coronakünstlerhilfe revanchieren. Die Initiative greift Künstler:innen unter die Arme, die durch Corona in finanzielle Not geraten sind.

Berlin feiert die Ringbahn

Als am 17. Juli 1871 der erste Abschnitt der Berliner Ringbahn in Betrieb ging, ahnte wohl niemand, dass im Jahr darauf schon eine Millionen Fahrgäste gezählt werden würden. Heute, 150 Jahre später, sind es auf den Endloslinien S41 und S42 und den Tangentiallinien S 45, 46, 47, 8 und 85 täglich 500.000 – und die Mutter aller Ringbahnen hat noch einmal nachgelegt: Seit 9. August verkehrt sie montags bis freitags zwischen 10.30 Uhr und 14.00 Uhr im 5/5/10-Minutentakt anstatt wie bisher im 10-Minutentakt. Zusätzliche Bahnsteiggleise, eine verbesserte Stromversorgung und die technischen Vorbereitungen für eine engere Zugfolge sind in Arbeit. Weitere Vorhaben werden im Rahmen der Qualitätsoffensive S-Bahn Plus und des Gemeinschaftsprojekts i2030 realisiert, das von den Ländern Berlin und Brandenburg, dem Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg und der Deutsche n Bahn getragen wird. Bereits im kommenden Jahr folgt die nächste Etappe des Ringbahnausbaus: Im Dezember 2022 sollen die beiden Kurven ab den Bahnhöfen Westhafen und Wedding als Verbindung des Rings zum Berliner Hauptbahnhof in Betrieb gehen. Gesundbrunnen und Hauptbahnhof werden dann erstmals direkt durch die S-Bahn verbunden. Die S-Bahn würdigt das Jubiläum mit einem S-Bahnzug, der seit 17. Juli mit Bildern und Jahreszahlen der Ring-Geschichte beklebt im Fahrgastbetrieb verkehrt. Darüber hinaus informieren Stelen mit Fotos und Fakten an den Bahnhöfen Ost-, Süd- und Westkreuz, Gesundbrunnen und Treptower Park über die geschichtliche Bedeutung der Ringbahn für Berlin.

Podcasts geben Tipps für Tagesausflüge

In Mecklenburg-Vorpommern kommt der Podcast doppeldeutig als „Treib gut!“ daher, in Bayern unter dem Motto „Hin und Hören“ eher programmatisch. Das Ziel allerdings ist in beiden Fällen dasselbe: Die von DB Regio produzierten Podcasts sollen bei den Hörer:innen Lust auf mehr machen – mehr frische Luft, mehr Reiseerlebnisse in der Region und mehr umweltfreundliche Ausflüge mit der Bahn. „Silberschatz und Seerosenzauber in Anklam“ heißt die aktuelle 17. Episode der Treib-gut-Reihe. DB Regio Bayern ist mit „Der große Alpeer: Seelenruhe in der



Allgäuer Idylle“ in die nun bereits zweite Podcast-Staffel gestartet. Die Podcasts sind in die

Website von DB Regio Nordost bzw. DB Regio Bayern eingebunden und lassen sich unkompliziert über den Browser anhören. Außerdem kann man ihnen auf Plattformen wie Spotify, Apple Podcasts oder Deezer folgen. „Mit unserem Audio-Format gehen wir neue Wege. Wir wollen damit inspirieren, Lust auf „Urlaub dahoam“ machen“, sagt

Patrick Pönisch, Regionalleiter Marketing von DB Regio Bayern.

Eisenbahnerin mit Herz



Foto: F. Strangmann/Allianz pro Schiene

Als Manuela Burkhardt (Foto) erkannte, dass die Reisende aus München mit ihren beiden kleinen Kindern die Fähre nach Langeoog verpassen würde, fuhr sie die drei kurzerhand im eigenen Pkw zum Hafen. Die junge Frau beließ es aber nicht beim Dank für den geretteten Start in die Mutter-Kind-Kur. Sie sorgte auch dafür, dass sich die gute Tat der DB Regio-Zugbegleiterin herumsprach. Ähnlich erging es metronom-Zugbegleiterin Claudia Menges, die zwei am Wolfsburger Bahnhof gestrandete Fahrgäste mitten in der Nacht mit ihrem eigenen Fahrzeug sicher ans Ziel gebracht hat.

Getroffen haben sich die beiden dann in Berlin, um sich als frischgebackene „Eisenbahner mit Herz“ bei der Preisverleihung den ersten Platz zu teilen. „Beide haben so viel Herz für ihre Kunden gezeigt, dass sie gleichermaßen den ersten Platz verdienen“, lobte Dirk Flege, Geschäftsführer der Allianz pro Schiene, die erstmals zwei Goldmedaillen vergab. Die „Eisenbahner mit Herz“ werden von einer Fachjury ermittelt. Dafür sammelt das Bündnis Berichte von Reisenden, die sich über hilfsbereite Eisenbahner:innen gefreut haben.

Impressum

Herausgeber
DB Regio AG
Bestellermarketing
Stephensonstraße 1
60326 Frankfurt a. M.

Verantwortlich
Joachim Kraft
Tel. 069 265-7330
regioaktuell@deutschebahn.com

Realisation
CP/COMPARTNER GmbH, Essen

Druck
DB Kommunikationstechnik GmbH,
Karlsruhe

Stand
September 2021

DB Regio im Internet:
www.dbregio.de