



Die digitale Revolution hat den Mobilitätsmarkt längst erfasst. Die etablierten Unternehmen müssen den Wettbewerb um die neuen Kundenschnittstellen für sich entscheiden. Ansonsten laufen sie Gefahr, zum Anhängsel der digitalen Ökonomie zu schrumpfen.

Mit der Zukunft auf Tuchfühlung

Vernetzt: DB bündelt digitale Aktivitäten in der Initiative Mobilität 4.0

Berlin. Mit der Digitalisierung rollt die nächste Revolution auf die Mobilitätsbranche zu: Reale und virtuelle Welt wachsen zusammen, maßgeschneiderte Mobilitätsangebote sind der neue Normalfall, tragfähige Zukunftsstrategien gefragt. Die Deutsche Bahn startet deshalb die Initiative Mobilität 4.0.

Mobile Technologien, Big-Data, soziale Netzwerke, das Internet der Dinge: Die Digitalisierung revolutioniert den Mobilitätsmarkt, bringt neue Regeln und Marktteilnehmer ins Spiel und verändert das Wettbewerbsumfeld durch die fortschreitende Vernetzung radikal. „Die etablierten Mobilitätsanbieter müssen die Zukunft der Mobilität aktiv mitgestalten, wenn sie auch künftig zu den erfolgreichen Playern gehören möchten. Sie müssen Antworten auf die Fragen finden, wie sich der Markt entwickeln wird, wie sie sich dort positionieren wollen, mit welchen Leistungen sie ihre Kunden begeistern können und wie sie sich organisatorisch weiterentwickeln müssen, um die nötige Innovationskraft generieren zu können“, umreißt Christoph Djazirian, Leiter Strategie Personenverkehr und Projektleiter der Initiative Mobilität 4.0, die Aufgaben, die nun auf die

Branche zukommen. Die Antwort der Deutschen Bahn auf die Digitalisierung heißt Initiative Mobilität 4.0. „Aktuelle digitale Anwendungen wie bahn.de, DB Navigator oder Qixxit zeigen, dass die Deutsche Bahn auf Tuchfühlung mit der Zukunft ist. Angesichts des rasanten Wandels geht es nun aber darum, die nötigen Strategien zu entwickeln, um unsere Kunden auch weiterhin mit innovativen Leistungen und smarten Lösungen begeistern zu können. Genau das ist das Ziel unserer Initiative Mobilität 4.0“, fasst Djazirian zusammen.

Im d.lab entsteht die Mobilität von morgen

Um die Innovationskraft im Personenverkehr zu stärken, werden im neu gegründeten d.lab moderne Arbeitsweisen und Denkmuster erprobt und verfestigt. Neben neuen Produkten und Leistungen sollen im d.lab auch innovative Ansätze für eine branchenweite Zusammenarbeit entstehen. Djazirian: „Nur wenn wir eine Kultur der Offenheit für Kooperationen entwickeln, können wir Kunden bequeme Tür-zu-Tür-Mobilitätslösungen aus einer Hand anbieten. Wenn wir als etablierte Mobilitätsanbieter das nicht schaffen, werden es andere für uns übernehmen.“ ■

Mehr zum Thema auf den Seiten 2, 4 und 5

Editorial

Gemeinsame Aufgabe

Hand aufs Herz – hätten Sie Anfang dieses Jahrzehnts damit gerechnet, dass wir im Jahr 2015 darüber diskutieren, welche Rolle autonom fahrende Autos in naher Zukunft bei der Mobilitätsversorgung spielen werden? Das Beispiel zeigt: Die Digitalisierung löst nicht nur einen Innovationsschub aus. Das Internet der Dinge, Big Data und die Verknüpfung der realen mit der virtuellen Welt treiben unsere Branche in ein neues Zeitalter, dessen Umriss sich heute allenfalls schemenhaft abzeichnen. Weil das für belastbare Szenarien zu wenig ist, hat die Deutsche Bahn die Initiative Mobilität 4.0 gestartet. Denn wenn wir auch in Zukunft zusammen Erfolg haben wollen, müssen wir jetzt die nötigen Handlungsfelder, Strategien und Optionen definieren – und zwar gemeinsam.



Manfred Rudhart

Manfred Rudhart,
Vorstandsvorsitzender
DB Regio AG

Aufbruch ins Zeitalter der Mobilität 4.0

von Dr. Thomas Schaffer, Leiter Marketing der DB Regio AG

Große Umbrüche beginnen schleichend. Dann werden sie unumkehrbar und definieren die Verhältnisse neu. Genau das erleben wir zurzeit im Mobilitätsmarkt. Wir haben es mit neuen Wettbewerbern zu tun, die neue Regeln in den Markt bringen. Und mit neuen Technologien, die diese Entwicklung möglich machen. Die etablierten Akteure unserer Branche, Aufgabenträger und Verkehrsunternehmen, müssen darauf Antworten finden, damit sie nicht zu den Gejagten der gerade anbrechenden neuen Zeit werden.

Herausforderung und Chance zugleich

Geprägt ist sie zum einen von der Vielfalt der Optionen. Öffentlicher Verkehr oder eigener Pkw? So lautete gestern die Frage. Heute sind Ridesharing, Carsharing, Fernbus nur einige der weiteren Alternativen. Und bald wird man wählen können, ob man sein Auto selbst steuern oder das der Technik überlassen will. Damit kommt der zweite Aspekt ins Spiel: Die physische und die digitale Welt verschränken

Standpunkt



„Nehmen wir uns an den dot.com-Unternehmen ein Beispiel: Bürsten wir alte Gewissheiten gegen den Strich, haben wir Mut zu unkonventionellen Ideen und bringen sie schnell zur Marktreife!“

und vernetzen sich. Daraus entstehen neue Schnittstellen zum Kunden. Und neue Akteure. Bereits jetzt strukturieren Vergleichsportale, Suchmaschinen und Internetplattformen auch im Mobilitätsmarkt immer mehr die Nachfrage. Und das selbstfahrende Carsharing-Elektroauto ist eine Vision, an der Google arbeitet – nicht die Autoindustrie, auch nicht die ÖPNV-Branche.

Das macht deutlich, wie ernst man diese Herausforderungen nehmen muss. Aber auch, welche Chancen daran liegen. Deshalb hat die DB die Initiative Mobilität 4.0 ins Leben gerufen. Sie ist ein Aufbruch, der nach außen zeigt, dass unsere Branche die Digitalisierung zu ihrem eigenen Thema macht. Und sie soll nach innen dazu beitragen, die Reihen zu schließen.

Dabei startet die Mobilitätsbranche nicht bei null. Es gibt durchaus Produkte und Anwendungen, die sich sehen lassen können. Was aber fehlt, ist das nötige Innovationstempo. Nehmen wir uns deshalb an den dot.com-Unternehmen ein Beispiel: Bürsten wir alte Gewissheiten gegen den Strich, haben wir Mut zu unkonventionellen Ideen und bringen sie schnell zur Marktreife! Dazu müssen wir offen kommunizieren, stärker kooperieren, uns vernetzen. Dazu bietet die Initiative Mobilität 4.0 alle Voraussetzungen: Sie kann aus einem Weg, den jeder für sich allein geht, eine Bewegung der Branche machen. ■

Linienstern Mühldorf bleibt bei der SOB

München. Die Südostbayernbahn (SOB) betreibt auch in Zukunft den „Linienstern Mühldorf“. Die Bayerische Eisenbahngesellschaft (BEG) vergab das Dieselnetz ab 2016 für weitere acht Jahre an die mittelständisch geführte SOB, die zur Deutschen Bahn gehört. Der „Linienstern Mühldorf“ erstreckt sich mit insgesamt elf Linien zwischen München und Passau sowie Landshut und Rosenheim.

Frühzeitige Verbesserungen

Mit dem Zuschlag, dem ein Verhandlungsverfahren mit Teilnahmeaufruf voranging, sind zahlreiche Angebotsverbesserungen verbun-

den. So werden bei einem Leistungsvolumen von 7,4 Millionen Zugkilometern pro Jahr Taktlücken geschlossen, in den Tagesrandlagen rollen vielfach zusätzliche Züge. Einige Verbesserungen greifen schon frühzeitig. So fährt der „Filzenexpress“ zwischen Wasserburg und Grafing Bahnhof bereits jetzt im Stundentakt, zusätzliche Abendzüge und direkte Züge für den Berufsverkehr zwischen Wasserburg und München ergänzen das Angebot. Zudem hat die BEG ab Mühldorf weitere Fahrten in Richtung Rosenheim bestellt. Auf der Strecke Traunstein – Garching/Traunreut sind ab Dezember 2015 zusätzliche Schüler- und Abendzüge unterwegs.

Die bewährten Dieseltriebzüge der Baureihe 628 bleiben weiter im Einsatz, die Doppelstockzüge verkehren künftig überwiegend mit Dieselloks der neuen Baureihe 245. Alle aktuell eingesetzten Fahrzeuge werden für die Fahrgäste gründlich aufgearbeitet. Die SOB beschäftigt als Verkehrs- und Infrastrukturunternehmen fast 900 Mitarbeiter. ■

Die aufkommensstarken Linien bedient die SOB mit Doppelstockwagen und Loks der neuen Baureihe 245.

Tariftreue schützt mehr oder weniger

Frankfurt a. M. Auch in Hessen gilt seit 1. März ein Tariftreuegesetz. Für den Bereich ÖPNV sieht es einen Beirat vor, der aus den maßgeblichen Sozialpartnern besteht und die repräsentativen Tarifverträge festlegt. Ein weiteres Tariftreuegesetz plant die sächsische Landesregierung. Nur in Bayern gibt es derzeit weder ein Tariftreuegesetz noch Pläne dafür. Tariftreueeregulungen schreiben bei der Vergabe öffentlicher Aufträge soziale Mindeststandards für die Beschäftigten des Auftragnehmers vor. Die Organisation mobifair, die sich für fairen Wettbewerb einsetzt, zählt den Arbeitsplatzschutz beim Betreiberwechsel genauso dazu wie die Anwendung repräsentativer Tarifverträge. Nach der Beurteilung von mobifair schützen die bestehenden Gesetze die Beschäftigten in sehr unterschiedlichem Umfang. So ist etwa der Beschäftigtenübergang beim Betreiberwechsel gemäß EU VO 1370/2007 häufig nicht oder nicht verbindlich vorgesehen. ■



Foto: Uwe Mielche

DB Regio hat die erste Runde für sich entschieden

S-Bahn Rhein-Neckar: Zuschlag für Los 1 mit vier Linien erteilt



Foto: Thomas Henne

Seit Dezember 2003 hält die von DB Regio betriebene S-Bahn Rhein-Neckar die Metropolregion mobil.

Mannheim. Für das Los 1 ist die Vergabe der S-Bahn Rhein-Neckar entschieden: DB Regio betreibt ab Dezember 2016 für 17 weitere Jahre die Linien S 1 und S 2 (Homburg/Kaiserslautern – Mannheim – Mosbach/Osterburken), S 3 und S 4 (Karlsruhe/Bruchsal – Heidelberg – Speyer/Germersheim) sowie die S 33 zwischen Bruchsal und Germersheim und ab Dezember 2017 die BASF-Verkehre von Kaiserslautern bzw. Wörth (Rhein) nach Ludwigshafen. Das Leistungsvolumen liegt bei rund acht Millionen Zugkilometern jährlich.

Vorausgegangen war ein europaweites wettbewerbliches Verfahren. „Wir freuen uns sehr über den Zuschlag“, sagt Andreas Schilling, Vorsitzender der Regionalleitung DB Regio Südwest. „Wir können die Erfolgsgeschichte der S-Bahn Rhein-Neckar für diese Region weiterschreiben und haben gleichzeitig rund 350 Arbeitsplätze bis 2033 gesichert.“

Vergabe stärkt die Metropolregion

Auch die Aufgabenträger – das Land Baden-Württemberg, der Zweckverband SPNV Rheinland-Pfalz Süd, der Verkehrsverbund Rhein-Neckar für den Landkreis Bergstraße und das Saarland – sehen die Vergabe als Erfolg. Auf nahezu allen Linien steigen die Sitzplatzkapazitäten, zusätzlich zu den heute eingesetzten Elektrotriebwagen sorgen weitere Fahrzeuge für mehr Komfort. Weitere Verbesserungen betreffen am Wochenende die Verdichtung zum Halbstundentakt zwischen Heidelberg und Bruchsal sowie weitere S-Bahnen zwischen Heidel-

berg und Mannheim. Auf den rheinland-pfälzischen Streckenabschnitten begleiten Kundenbetreuer alle S-Bahnen von 19 Uhr bis Betriebsschluss, zwischen Kaiserslautern und Homburg werden Angebotslücken geschlossen.

Für Landrat Dr. Winfried Hirschberger, Vorsteher des Zweckverbands Schienenpersonennahverkehr Rheinland-Pfalz Süd, „hat sich das Vergabeverfahren gelohnt“; für Baden-Württembergs Verkehrsminister Winfried Herrmann verbessert es „bei marktgerechten Kosten die Qualität des Angebots“. Christian Specht, Vorsitzender des Zweckverbands Verkehrsverbund Rhein-Neckar, bezeichnete die S-Bahn als Erfolgsmodell und unverzichtbares Element nachhaltiger Mobilität. „Die heutige, lange vorbereitete Neuvergabe stärkt den Standort Metropolregion Rhein-Neckar.“ ■

Neue Region Südwest

Seit Jahresbeginn bilden die zuvor in Personalunion geführten DB Regio-Regionen Südwest und Rhein-Neckar ein Ganzes. Unter Leitung von Andreas Schilling umfasst die neue Region Südwest mit Sitz in Mannheim das Saarland, Rheinland-Pfalz sowie die länderübergreifende Metropolregion Rhein-Neckar. Rund 2.400 Mitarbeiter bringen jährlich 44 Millionen Zugkilometer auf die Schiene. ■

Bund und Länder ringen um SPNV-Finanzierung

Berlin. Die künftige Höhe der Regionalisierungsmittel für den SPNV wird jetzt in den Bundestagsausschüssen beraten. Zugrunde liegen die Gesetzentwürfe des Bundesrats und der Bundesregierung. Die Bundesregierung will die bestehende Regelung um ein Jahr bei einer Dynamisierung von 1,5 Prozent verlängern, das Bundesfinanzministerium strebt eine Neuregelung im Rahmen der Reform der Bund-Länder-Finanzbeziehungen an. Für das laufende Jahr stünden den Ländern damit rund 7,4 Milliarden Euro zur Verfügung. Der Bundesratsentwurf sieht eine Erhöhung auf 8,5 Milliarden Euro für 2015 sowie eine jährliche Dynamisierung um zwei Prozent vor. Wenn die Infrastrukturkosten stärker steigen, soll dies den Ländern auf Basis des Betriebsprogramms 2015 zusätzlich vergütet werden. Die Landesverkehrsminister Reinhard Meyer (Schleswig-Holstein) und Winfried Hermann (Baden-Württemberg) betonten, dass ohne deutlich bessere Dotierung Abbestellungen von Zügen drohten und kein Zusammenhang zwischen den Verpflichtungen des Bundes aus der Bahnreform und den Bund-Länder-Finanzbeziehungen bestehe. Für die Bundesregierung äußerte Staatssekretär Enak Ferlemann die Hoffnung, im laufenden Jahr eine dauerhafte und für alle Beteiligten zufriedenstellende Lösung zu erreichen. ■

Leitungsfunktionen bei DB Regio Bus neu besetzt

Frankfurt a. M. Seit 1. Dezember leitet Andree Bach, zuvor Vorsitzender der Regionalleitung DB Regio Bus Region Nordrhein-Westfalen, die Region Nord. Er folgt auf Alexander Möller, der das Unternehmen zum 31. Dezember 2014 verlassen hat. Bach ist Diplom-Betriebswirt und seit 2003 im Busbereich der DB tätig. Nachfolger Bachs an der Spitze der Region NRW wurde Frederik Ley, zuvor Leiter Finanzen/Controlling Bus in Frankfurt a. M. Ley ist Volkswirt und begann seine Karriere bei der DB im Jahr 2004. In der DB Regio Bus-Zentrale in Frankfurt a. M. hat Dr. Arne Schneemann die Leitung des Bereichs Finanzen/Controlling übernommen. Der Diplom-Kaufmann war zuvor Leiter Geschäftsentwicklung bei DB Fernverkehr. Darüber hinaus ernannte der DB Regio-Vorstand Dr. Yvonne Köster zur Leiterin Personal DB Regio Bus. Sie war zuletzt bei der Unilever Deutschland Holding tätig und folgt auf Constanze Schweinsteiger, die den DB-Konzern verlassen hat. ■

„Wir müssen Geschäftsmodelle und Produkte schneller zur Marktreife bringen“

Digitalisierung: DB begegnet der Revolution im Mobilitätssektor mit der Initiative Mobilität 4.0

Der Elektroauto-Pionier Tesla kündigt noch für dieses Jahr eine Flotte fahrerloser Fahrzeuge an. Auch Uber forscht an autonom fahrenden Autos, und Google entwickelt immer neue Mobilitäts-Apps. Mit enormer Geschwindigkeit entstehen neue Ideen, die neue Akteure auf den Schirm bringen. Die Deutsche Bahn begegnet der Herausforderung mit der Initiative Mobilität 4.0.

Die Deutsche Bahn gründet mit dem d.lab ihre eigene Ideenschmiede, baut den Kontakt zur Gründerszene aus und spricht von der vierten Revolution im Mobilitätsmarkt. Was ist da los, Herr Djazirian?

Christoph Djazirian: Digitalisierung und Vernetzung leiten einen Epochenwechsel ein, der über kurz oder lang sämtliche Bereiche des Lebens erfassen wird. Während andere Industrien noch am Anfang der Entwicklung stehen, rollt dieser digitale Tsunami aber schon über den Mobilitätssektor hinweg. Fast täglich ist in der Presse von neuen Angeboten

liert bedeutet Digitalisierung vor allem ein extrem hohes Innovationstempo bei gleichzeitig rapide fallenden Innovationskosten. Dieser Prozess weicht die bisher existierenden Barrieren für den Markteintritt nicht nur auf; er fegt sie weg. Gleichzeitig bringt die Digitalisierung aber auch die Barrieren zu Fall, die einer engeren Kundenbeziehung bisher oft im Weg standen. Die etablierten Mobilitätsanbieter geraten in diesem Prozess von drei Seiten unter Druck. Sie werden in wachsendem Maße mit neuartigen Mobilitätsangeboten konfrontiert. Im Regionalverkehr sind das etwa Ridesharing, Carsharing oder auch Fernbusse. In den digitalen Kanälen entstehen neue Markenkontaktpunkte, die es zu besetzen gilt, um beim Kunden relevant zu bleiben. Gleichzeitig steigen infolge der Digitalisierung und Vernetzung aber auch die Kundenerwartungen an das Nutzungserlebnis von Produkten.

Das klingt so, als hätten Sie im d.lab alle Hände voll zu tun.

Christoph Djazirian: Langweilig wird es mit Sicherheit nicht. Es geht schließlich darum, ein Verständnis dafür zu entwickeln, wie sich der Mobilitätsmarkt in Zukunft entwickeln wird und daraus dann die passenden Handlungsstrategien abzuleiten. Das beginnt mit der Frage, wie sich die Deutsche Bahn als Unternehmen aufstellen muss, um das enorme Innovationstempo der digitalen Wirtschaft mithalten zu können, und reicht bis hin zur Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen, die voll und ganz vom Kunden her gedacht sind.

Aber die Deutsche Bahn bringt ja auch Erfahrung mit und fängt nicht bei null an.

Christoph Djazirian: Mit digitalen Anwen-

Im Interview



Foto: Deutsche Bahn

Dr. Thomas Schaffer ist Leiter Marketing der DB Regio AG und war zuvor Leiter Projekte im Bereich Konzernentwicklung des DB-Konzerns. Vor seinem Wechsel zur DB war er wissenschaftlicher Mitarbeiter der Universität zu Köln und Geschäftsführender Gesellschafter zweier Unternehmen.

licher Mitarbeiter der Universität zu Köln und Geschäftsführender Gesellschafter zweier Unternehmen.

Christoph Djazirian ist Leiter Strategie Personenverkehr bei der Deutschen Bahn und Projektleiter der Initiative Mobility 4.0. Im Rahmen der Initiative ist gerade das d.lab gegründet worden. Hier werden zukünftig Innovationen an der Kundenschnittstelle entwickelt.



Foto: Deutsche Bahn

dungen wie bahn.de, DB Navigator, Qixxit oder den Apps für Flinkster und Call a Bike verfügt die Deutsche Bahn in der Tat schon heute über ein breites Angebot an digitalen und auch verkehrsmittelübergreifenden Lösungen für den Endkunden. Aber wir dürfen uns auf diesen Lorbeeren nicht ausruhen, sondern müssen dringend die nötigen Voraussetzungen schaffen, um innovative Produkte und Geschäftsmodelle schneller zur Marktreife zu bringen. Eine der Kernaufgaben des d.lab besteht deshalb darin, Ideen schnell in Proto-

„Eine der Hauptaufgaben des d.lab besteht darin, Ideen schnell in Prototypen umzusetzen und zu testen.“
– **Christoph Djazirian**, Leiter Strategie Personenverkehr

zu lesen, die den Sektor grundlegend verändern werden, wie zuletzt von selbstfahrenden und vernetzten Autos. Für die Bahn bedeutet diese Entwicklung einen fundamentalen Wandel entlang der Reisekette.

Woraus speist sich dieser Wandel?

Dr. Thomas Schaffer: Ganz allgemein formu-



typen umzusetzen und zu testen. Weil das aber ohne eine offene Kommunikation und Innovationsfreude nicht funktioniert, müssen wir auch einen entsprechenden Kulturwandel in Gang bringen. Fehler müssen erlaubt sein, dann kann man auch schneller lernen.

Dr. Thomas Schaffer: Der Handlungsbedarf ist auch deshalb so groß, weil die Digitalisierung die Innovationsgeschwindigkeit massiv erhöht. Die Akteure der Nahverkehrsbranche, egal ob Straße oder Schiene, Aufgabenträger oder Verkehrsunternehmen, sind in einer anderen Epoche groß geworden und müssen aufpassen, dass sie am Ball bleiben und nicht den Anschluss verlieren. Leicht ist das nicht. Denn die Digitalisierung hat viele Dimensionen und erfordert hohe Agilität. Digital-trends wie Big Data, Personalisierung oder Mobile First wirken sich schon heute auf das Geschäft, die Kunden und den Markt aus. Doch wie diese Trends morgen wirken, welche anderen Trends das Geschäft prägen, ist sehr schwer zu antizipieren.

Sicher dürfte aber zumindest sein, dass ‚always online‘ der neue Normalzustand sein wird und die digitalen Technologien sowohl die Kundenerwartungen als auch das Kundenverhalten erheblich beeinflussen werden. Was können Sie denn schon über den Kunden der digitalen Zukunft sagen?

Christoph Djazirian: Er wird auf jeden Fall hohe Flexibilität einfordern – beispielsweise bei der Wahl und der Kombination von Verkehrsmitteln. Die Offenheit für neue Mobilitätskonzepte und Geschäftsmodelle wird weiter zunehmen. Sharing-Konzepte gewinnen weiter an Popularität und werden sich auf dem Mobilitätsmarkt durchsetzen. Aktuell wird das Thema (teil-)autonomes Fahren diskutiert und stößt unter Mobilitätskunden schon auf



ders zu strukturieren. Denn perspektivisch werden immer weniger Menschen bereit sein, Zugtickets, Taxiangebote oder Flüge separat zu suchen, zu vergleichen und zu buchen. Stattdessen wird es einen digitalen Lebensbegleiter geben, der die Bedürfnisse seines Anwenders so gut kennt, dass er ihm automatisch eine Mobilitätslösung vorschlägt, die seinen Wünschen exakt entspricht.

Schenkt die Nahverkehrsbranche diesen Entwicklungen genügend Beachtung?

Dr. Thomas Schaffer: Der Mobilitätsmarkt steht vor einem epochalen Umbruch, den viele heute noch gar nicht wahrhaben wollen. In unserer Branche beschäftigen wir uns seit Jahren etwa mit e-Ticket- und Auskunfts-systemen, bemühen uns unendlich um flächendeckende oder zumindest einigermaßen einheitliche Lösungen, die dann doch immer wieder Stückwerk bleiben. Dabei sind das Lappalien im Vergleich zu dem, was die Kunden in Zukunft von uns erwarten. Der Wettbewerb im Mobilitätsmarkt wird an der Kundenschnittstelle entschieden, und um den Zugang zur Kundenschnittstelle geht auch der Wettbewerb. Suchmaschinen und Navigationsdienste bieten Lösungen für immer mehr Lebensbereiche aus einer Hand an. Ohne Internetportale, in denen man vergleichen und gleich buchen kann, wäre das Wachstum der

Fernbusbranche nicht möglich gewesen. Ein Beispiel aus dem Luftverkehr: Google Now stellt das Bordticket und alle wichtigen Informationen wie Abflug-Gate oder Pünktlichkeitsinformationen bereit, wenn man sich das gebuchte Flugticket auf seinen gmail-Account schicken lässt. Im Vergleich dazu muten wir den Kunden unserer Branche ein ungeheures Maß an Komplexität zu. Wir sind auch nicht in der Lage, Kundenwünsche zu antizipieren und aktiv Angebote zu machen. Überspitzt gesagt: Wir warten auf den, der kommt, und wenn er da ist, lassen wir ihn alleine.

Christoph Djazirian: Das Beispiel zeigt, dass es heute mehr denn je darauf ankommt, die Prozesse vom Kunden her zu denken und das Kundenerlebnis stärker in den Mittelpunkt zu rücken. Das beginnt damit, Kontaktpunkte zu schaffen, die den Kunden in seiner zunehmend digitalisierten Lebenswelt schon lange vor der Reise, bestenfalls schon während der Inspirationsphase, abholen. Im geschilderten Fall ist dieser Kontaktpunkt eben das Smartphone des Reisewilligen. Wir müssen also Weg finden, um jede Interaktion mit unseren Kunden über die gesamte Reisekette hinweg noch umfassender als bisher für die Stärkung der Kundenbeziehung zu nutzen. Nur so können wir für unsere Kunden Begeisterungsfaktoren schaffen. ■

„Die Akteure der Nahverkehrsbranche, egal ob Straße oder Schiene, Aufgabenträger oder Verkehrsunternehmen, sind in einer anderen Epoche groß geworden und müssen aufpassen, dass sie am Ball bleiben und nicht den Anschluss verlieren.“

– Dr. Thomas Schaffer, Leiter Marketing DB Regio AG

Akzeptanz, bevor konkrete Produkte auf dem Markt sind. Mit der Komplexität des Systems wächst aber auch die Nachfrage nach Lösungen, die in der Lage sind, die Vielfalt an Optionen und Informationen im Sinne des Anwen-

Bis 2019 fließen 28 Milliarden Euro ins Netz

Modernisierung: Bund und DB investieren eine Rekordsumme in die bestehende Infrastruktur

Berlin. Bundesverkehrsminister Alexander Dobrindt und DB-Vorstandsvorsitzender Dr. Rüdiger Grube haben im Januar die neue Leistungs- und Finanzierungsvereinbarung (LuFV II) zur Modernisierung des Schienennetzes unterzeichnet. Damit stehen bis 2019 aus Bundeshaushaltsmitteln und Mitteln der DB 28 Milliarden Euro bereit.

„Diese Rekordsumme kann nun schnell und gezielt in das bestehende Netz fließen“, sagte Verkehrsminister Dobrindt. Als „das größte Modernisierungsprogramm für die bestehende Infrastruktur aller Zeiten“ bezeichnete Dr. Grube die LuFV II. „Wir beginnen sofort mit der Umsetzung.“

5,3 Milliarden Euro allein 2015

Bis 2019 werden unter anderem mindestens 875 Brücken für mehr als drei Milliarden Euro erneuert, in den Oberbau fließen zwölf Milliarden Euro. In Spitzenzeiten bestehen 850 Baustellen gleichzeitig am Tag. Rund 1.700 Mitarbeiter werden zusätzlich eingestellt. Allein 2015 modernisieren die Infrastrukturunternehmen der DB mit rund 5,3 Milliarden Euro Strecken und Anlagen. Um dies mit möglichst wenig betrieblichen Einschränkungen umsetzen zu können, hat DB Netz bereits 2012 mit den Planungen begonnen. Alle großen



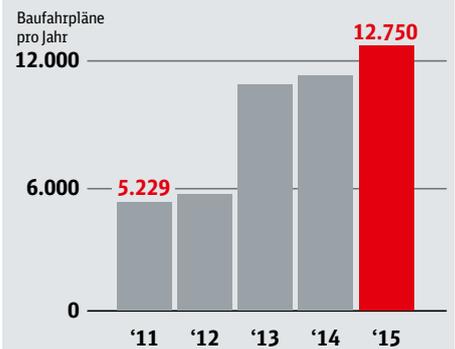
Foto: Martin Busbach

Um betriebliche Einschränkungen gering zu halten, bündelt die DB große Baumaßnahmen in Baukorridoren.

Baumaßnahmen werden in Korridoren gebündelt. Das reduziert die Anzahl und Dauer baubedingter Sperrungen. So richtet DB Netz 2015 im laufenden Jahr mehr als 80 Baukorridore mit rund 500 Einzelmaßnahmen ein.

Im Vergleich zur ersten LuFV nehmen der Bund und die DB bis einschließlich 2019 rund acht Milliarden Euro zusätzlich in die Hand. Neu ist auch der geschlossene Finanzierungskreislauf Schiene. Dr. Volker Kefer, DB-Vorstand Infrastruktur: „Jeder Cent, den wir infrastrukturseitig verdienen, wird an den Bund ausgeschüttet und fließt von dort ohne Abstriche wieder in die Infrastruktur zurück.“ ■

Zunehmende Bautätigkeit



EBE soll teurer werden

Berlin. Das erhöhte Beförderungsentgelt (EBE) für Reisende ohne Fahrschein soll von 40 auf 60 Euro steigen. Das hat der Bundesrat auf Initiative Bayerns der Bundesregierung vorgeschlagen. Der Verband Deutscher Verkehrsunternehmen begrüßte die Initiative als „gutes Signal für die Unternehmen und alle ehrlichen Fahrgäste sowie Warnung für alle Schwarzfahrer.“ Die Einnahmeausfälle durch Schwarzfahren beziffert der VDV mit rund 250 Millionen Euro jährlich. Das erhöhte Beförderungsentgelt wird per Rechtsverordnung des Bundes mit Zustimmung des Bundesrats festgelegt. Das formelle Verfahren zur Neufestsetzung kann bis zur Jahresmitte dauern. ■

DB Regio Bus expandiert im Osten

Berlin. Verkehrsrote Busse im Nahverkehr gehören auch in Ostdeutschland zunehmend zum Straßenbild. So ging zum 1. Januar Spree-Neiße-Bus an den Start und betreibt für die nächsten zehn Jahre den Busverkehr rund um Forst, Guben und Spremberg.

Vorausgegangen war eine Ausschreibung der Verkehrsleistungen. Die Beschäftigten des Vorgängerunternehmens wurden übernommen und weitere eingestellt. Bernd Wölfel, Vorsitzender der Regionalleitung DB Regio Bus, Region Ost, und Geschäftsführer der DB Regio Bus Ost GmbH: „Wir garantieren hohe Sozialstandards mit tarifreuer Bezahlung und den gesetzlichen Arbeitszeiten. Hinter all dem steht ein großer deutscher Konzern – die Deutsche Bahn AG.“ Zur Region Ost gehören 818 Mitarbeitern in sechs Busunternehmen

mit 400 eigenen und weiteren 100 Fahrzeugen von Auftragnehmern. Auf den ÖPNV fokussiert sind Busverkehr Märkisch Oderland, Busverkehr Oder-Spree, Spree-Neiße-Bus sowie Regionalverkehr Dresden. Hinzu kommen BEX, ein wichtiger Anbieter im Charter- und Stadtrundfahrtengeschäft in Berlin, sowie berlinlinienbus.de im Fernbusverkehr.

Lösungen nach Maß

Obwohl die Lage der ostdeutschen Kommunen oftmals schwierig ist, stehen bei DB Regio Bus, Region Ost, die Zeichen auf Expansion. Bernd Wölfel: „Wir verstehen uns als Dienstleister, der maßgeschneiderte Lösungen anbietet. Mit Rufbussystemen, Mobilitätszentralen und Mitfahrplattformen haben wir, beispielsweise im Oderbruch, bewiesen, welche Alternativen möglich sind.“ ■

800.000 neue Fahrgäste nach einem Jahr

Werdenfelsbahn: Pünktlichkeit, mehr Züge und schnellere Verbindungen überzeugen die Kunden

München. Unter den 26 regionalen Netzen Bayerns hat sich die Werdenfelsbahn, die München mit Oberbayern verbindet, innerhalb eines Jahres auf den sechsten Platz emporgearbeitet. Sie verzeichnete sieben Millionen Reisende und damit einen Zuwachs von 13 Prozent.

Ein Jahr nach dem Start zogen die Geschäftsleiterin DB Regio Oberbayern Antonia von Bassewitz und Joachim Hermann, Verkehrsminister des Freistaats, eine positive Bilanz. Der Start im Dezember 2013 sei zwar „schwierig und mit technischen Problemen der Fahrzeuge behaftet“ gewesen, räumt von Bassewitz ein. „Nach zwei Monaten aber hatte die Fahrzeugindustrie die Probleme im Griff. Seitdem kann die DB einen zuverlässigen und pünktlichen Betrieb mit Werten von vielfach über 95 Prozent anbieten.“

Verbessertes Angebot

Das verbesserte Angebot der Werdenfelsbahn überzeugt die Kunden. Sie profitieren unter anderem von deutlich mehr Zugleistungen zwischen Tutzing und Weilheim (78 statt 48 Züge) zwischen Tutzing und Kochel (56 statt 37 Züge), mehr Sitzplätzen im Berufsverkehr zwischen

Tutzing und Weilheim und täglich drei Express-Zugpaaren zwischen München und Mittenwald. Insgesamt nutzten im ersten Jahr sieben Millionen Reisende die Werdenfelsbahn. Das bedeutet 800.000 neue Fahrgäste.

Regio-Ticket Werdenfels

Einen Anreiz besonders für Ausflügler bietet DB Regio mit dem „Regio-Ticket Werdenfels“, das auch als Handy- und Online-Ticket sowie in einer 1.-Klasse-Variante erhältlich ist. Es kostet 19 Euro plus vier Euro je Mitfahrer und gilt in den Nahverkehrszügen der DB einschließlich der S-Bahn München sowie in Bussen des Regionalverkehrs Oberbayern (RVO).

DB Regio baut das Angebot weiter aus: Inzwischen sind die letzten zehn Talent 2-Züge ausgeliefert, die Umstellung auf das endgültige Konzept erfolgt in den nächsten Wochen. Für Reisende ergeben sich weitere Vorteile: umsteigefrei bis nach Reutte ins Tiroler Außerfern, mehr Kapazitäten für einige stark frequentierte Pendlerzüge und auch im Ausflugsverkehr von und nach Innsbruck. Von Bassewitz: „Wir blicken also optimistisch in die Zukunft und erwarten weiter steigende Fahrgastzahlen.“ ■



Foto: Uwe Mierhe

Elektrotriebzug Talent 2 der Werdenfelsbahn in München. Immer mehr Reisende nutzen das Angebot.

KURZ NOTIERT

Aus LVS wurde NAH SH

Kiel. Die frühere Landesweite Verkehrsservicegesellschaft Schleswig-Holstein (LVS) fungiert jetzt als Aufgabenträgerverbund. Das Land, die Kreise und kreisfreien Städte hatten die Gründung der NAH SH GmbH beschlossen. Die Aufgaben der LVS gingen auf die NAH SH GmbH über. ■

Ökologischer Meilenstein

Freiburg. DB Regio Bus hat in Freiburg das 500. Fahrzeug in Empfang genommen, dessen Motor die strenge Euro VI-Abgasnorm erfüllt. Damit ist DB Regio Bus der größte Betreiber dieser umweltfreundlichen Fahrzeuge in Deutschland. Insgesamt erhielt die Freiburger DB Regio-Tochter Südbadenbus acht Niederflurbusse des Typs Iveco Crossway Low Entry mit moderner Euro VI-Motorentechnik. ■

Rideshare-Plattform integriert ÖPNV

Stuttgart. Die Südbadenbus GmbH (SBG) und flinc, der Online-Vermittler von Mitfahrgelegenheiten, arbeiten künftig Hand in Hand. Die Kooperation zwischen ÖPNV und privatem Anbieter soll das Mobilitätsangebot im Schwarzwald-Baar-Kreis verbessern und beiden Partnern neue Kundengruppen erschließen. Das Start-up-Unternehmen flinc hat eine sogenannte Ridesharing-Plattform entwickelt, auf der Anbieter und Sucher von Mitfahrgelegenheiten zusammenfinden. Der Zugang funktio-

niert per Internet, App oder das Navigationsgerät im Pkw. Zurzeit werden die Fahrpläne und Echtzeitdaten von Bus und Bahn in die Apps und Webseiten von flinc, Südbadenbus und des Verkehrsverbunds Schwarzwald-Baar eingestellt. Wichtig ist außerdem, die Kooperation bis zu ihrem Start im April bekannt zu machen: Erst mit einer bestimmten Teilnehmerzahl wird das Angebot attraktiv genug, um Kunden zum Umstieg vom eigenen Auto auf den ÖPNV zu bewegen.



Südbadenbus

Südbadenbus unterwegs im Schwarzwald

Hoffnung auf erfolgreiche Kooperation

Die Hoffnung auf den Erfolg der Kooperation ist groß: „Die Zusammenarbeit mit flinc ist für uns der erste Schritt für die Zusammenführung sämtlicher Mobilitätsangebote aus einem Guss“, sagt Südbadenbus-Geschäftsführerin Simone Stahl. „Der öffentlich finanzierte ÖPNV soll dabei als Rückgrat fungieren und mittelfristig – trotz demografischem Wandel – auch in ländlichen Gebieten gestärkt werden.“ ■

Udo-Lindenberg-Lok in Amorbach gelandet

„Sonderzug nach Pankow“: Erlebnisbahnhof freut sich über Highlight im Jubiläumsjahr der Einheit

Amorbach. Die legendäre Udo-Lindenberg-Lok hat ihre endgültige Bestimmung gefunden: Zusammen mit weiteren Neuzugängen, darunter zwei luxuriöse Wagen des TEE „Rheingold“, bereichert sie jetzt den Erlebnisbahnhof Amorbach, den die Westfrankenbahn ins Leben gerufen hat.

Zwei Schwerlastkräne waren nötig, um die historischen Wagen sowie die kunterbunte Diesellok mit der Aufschrift „Sonderzug nach Pankow“ auf das Ausstellungsgelände zu hieven. Rund 40 Mitarbeiter der Westfrankenbahn, des Technischen Hilfswerks und einer Baufirma schufteten zwei Nächte lang. Das Design der Lok 218 212-9 stammt von Panikrocker Lindenberg persönlich und erinnert an den Titel, mit dem er sich einst respektlos bei DDR-Staatschef Honecker eingeladen hatte („Ey Honey, ich sing' für wenig Money“). Hans-Otto Lausberger, Leiter Marketing und Vertrieb der Westfrankenbahn: „Im 25. Jahr der Deutschen Einheit ist die Lok für den Erlebnisbahnhof ein echtes Highlight.“

„Die Bretter vor den Köpfen müssen weg“
Zu einem Sonderzug nach Pankow ist es zwar in Wirklichkeit nie gekommen. Trotzdem erfüllte sich Udo Lindenberg mit der 1973 ge-

bauten Lok einen Traum. Mit seinen Motiven gestaltet und einem Sonderzug am Haken, durchbrach sie am 3. Oktober 2003 auf der Fahrt von Berlin nach Magdeburg eine symbolische Mauer. Die Steine aus Styropor symbolisierten die „Frustmauer“ zwischen Ost und West. „Die Bretter vor den Köpfen der Menschen müssen weg“, forderte der Rocker am damaligen Tag der Deutschen Einheit, an dem sein Panikorchester auch 30-jähriges Bühnenjubiläum feierte. „Wir müssen Fantasten sein und uns eine buntere Republik bauen.“

Die 2006 gegründete Westfrankenbahn ist ein mittelständisch geführtes Unternehmen unter dem Dach der DB und versteht sich als Bahn in der Region und für die Region. Genau das soll auch der Erlebnisbahnhof an der Strecke Miltenberg – Seckach zum Ausdruck bringen. Er besteht aus der Gaststätte „Gleis 1“, einem Museum, historischen Salonwagen und einem Schlafwagenhotel, das besonders bei Wanderern und Radfahrern beliebt ist. ■



Foto: Georg Hess

Oben: Die Lindenberg-Lok wird aufs Ausstellungsgelände gehievt. Unten: Am 3. Oktober 2003 erfüllte sich der Panikrocker mit seinem Sonderzug einen Traum.



Foto: Deutsche Bahn

S-Bahn Berlin beendet Jubiläumsjahr mit 10.000 Euro-Spende



Foto: Hertha BSC / City-Press

Scheckübergabe: (v. l.) Jörg Fredl, Leitender diakonischer Mitarbeiter der Stadtmission, Dieter Puhll, Leiter der Berliner Bahnhofsmision, und S-Bahn-Chef Peter Buchner

Berlin. Die S-Bahn Berlin hat sich bei 100 ehrenamtlichen Helfern der Bahnhofsmision mit einer Einladung zum Bundesligaspiel von Hertha BSC bedankt. Zum Abschluss seines Jubiläumsjahrs „Wir verbinden. Seit 90 Jahren“ spendete das Unternehmen zudem 10.000 Euro für die Arbeit der Bahnhofsmision. „Verbundenheit war das große Thema unseres Jubiläumsjahrs. Täglich sind 1,4 Millionen Menschen Gäste an Bord unserer rot-gelben Züge“, erklärt S-Bahn-Chef Peter Buchner: „Die Bahnhofsmision trägt dazu bei, dass die Schwächsten in unserer Gesell-

schaft Unterstützung erhalten. Wir würdigen diese Arbeit und sagen den ehrenamtlichen Helfern von Herzen ‚Danke!‘“ Im Jubiläumsjahr wurde mehrfach mit Fahrgästen gefeiert. Neben Faszination für Technikbegeisterte gab es in einer Sonderausstellung des Berliner S-Bahn-Museums eine Rückschau auf Jubiläumsfeste vergangener Jahrzehnte. Das S-Bahn-Kino, Kinderprogramm und eine große Modellbahnanlage rundeten die Tage der offenen Tore ab. Bei einer Versteigerung hatten die Gäste sogar die Möglichkeit, Liehaberstücke wie alte Holzbänke zu ersteigern. ■

Impressum

Herausgeber
Deutsche Bahn AG
Marketingkommunikation
(GMK 6)
Frankenallee 2-4
60327 Frankfurt a. M.

Kontakt
DB Regio AG
Marketing – Besteller-
kommunikation (P.RVM 1)
Stephensonstr. 1
60326 Frankfurt a. M.

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

Realisation
idea Kommunikation, Dortmund
Druck
DB Kommunikationstechnik GmbH
Karlsruhe

Änderungen vorbehalten.
Einzelangaben ohne
Gewähr.
Stand: März 2015