



RegioSignale 2014: Rund 350 Teilnehmer verfolgten den Branchentreff im Portalhaus der Messe Frankfurt. Im Bild eine Podiumsrunde mit Dr. Rüdiger Grube (DB), Dr. Thomas Geyer (BAG-SPNV), Dr. Karl-Heinz Daehre und Jürgen Fenske (VDV).

Branche begegnet drängenden Zukunftsfragen gemeinsam

Aufgabenträger und Verkehrsunternehmen bei zentralen Herausforderungen einig

Frankfurt a. M. Vor dem wichtigen Jahr 2014 hat die Nahverkehrsbranche beim Branchentreff „RegioSignale“ in Frankfurt a. M. die Reihen geschlossen. Wenn es um das Image in der Öffentlichkeit und wichtige Weichenstellungen für einen zukunftsfähigen Nahverkehr gehe, „müssen wir alle auf der derselben Seite des Zauns stehen“, so Dr. Manfred Rudhart, Vorstandsvorsitzender der DB Regio AG.

Ein Bündel wichtiger Themen steht im nächsten Jahr zu Entscheidung an. Dazu gehören die Revision der Regionalisierungsmittel, der Beitrag des Bundes zur Infrastrukturfinanzierung und drohende Belastungen für die Branche durch die Novelle des Erneuerbare Energien Gesetzes (EEG). Letztere könnte ein teures Ärgernis für die Fahrgäste und die Branche werden: Falls der Schienenverkehr voll in die EEG-Umlage einbezogen wird, rechnet der Präsident des Verbands Deutscher Verkehrsunternehmen Jürgen Fenske allein dadurch mit Fahrpreissteigerungen um mindestens drei Prozent.

Während dies in der Öffentlichkeit noch wenig bekannt ist, avanciert die Unterfinanzierung der Verkehrsinfrastruktur mehr und mehr zum politischen Topthema. Dr. Thomas Geyer, Präsident der Bundesarbeitsgemeinschaft der Aufgabenträger

im SPNV (BAG-SPNV), dankte dafür dem ehemaligen Verkehrsminister von Sachsen-Anhalt Dr. Karl-Heinz Daehre und der nach ihm benannten Kommission „Zukunft der Infrastrukturfinanzierung“. Dr. Daehre selbst betonte: „Es geht um den Standort Deutschland, und es ist fünf vor zwölf.“ Dr. Rüdiger Grube, Vorstandsvorsitzender der DB, forderte deutliche Kurskorrekturen bei der Finanzierung und beim Netzausbau. Dabei zeige die DB nicht mit dem Finger auf andere. Dr. Grube kündigte an: „Wir sind bereit, das gesamte Ergebnis der DB Netz AG abzüglich 12,5 Prozent Steuern in einen Schienenfonds abzugeben.“

Für die Besteller machte Dr. Geyer deutlich, dass zwischen der notwendigen Höhe der Regionalisierungsmittel sowie den infrastrukturbedingten Belastungen für den SPNV ein direkter Zusammenhang besteht. VDV-Präsident Fenske warnte vor der „Illusion“, die Branche könne die derzeit viel zu knapp bemessenen Regionalisierungsmittel durch Produktivitätsverbesserungen ausgleichen.

Ein weiteres Kernthema des Branchentreffs war die Marktgestaltung. Hier plädierten die Vertreter der SPNV-Unternehmen für unternehmerische Gestaltungsfreiheit und lange Wertschöpfungsketten.

Bitte beachten Sie zu RegioSignale 2014 auch die beiliegende Dokumentation.

EDITORIAL

Zusammenhalt macht stark

RegioSignale 2014 hat unsere Branche weitergebracht. Wir sind bei wichtigen Zukunftsthemen einer Meinung. Und wo das nicht der Fall ist, diskutieren wir konstruktiv und ohne uns in der Öffentlichkeit zu streiten. Denn das schadet uns allen. Geschlossenheit dagegen tut uns gut – nicht nur mit Blick auf politische Herausforderungen. Kurz vor unserem Branchentreff lockte die Internationale Automobilausstellung 900.000 Besucher auf das Frankfurter Messegelände. Das zeigt, dass das Wachstumspotenzial unserer Branche beim PKW-Verkehr liegt. Aber auch, dass das Auto Benchmark ist. Wollen wir dort neue Kunden abholen, müssen wir innovativ und kreativ sein und das in der Öffentlichkeit deutlich machen. Auch daran sollten wir gemeinsam arbeiten. Ich glaube, die Verkehrsunternehmen können wesentlich zum Erfolg beitragen.



Manfred Rudhart

Dr. Manfred Rudhart,
Vorstandsvorsitzender
DB Regio AG

Foto: Marco Veddler

Gemeinsam Trendsetter werden

von Dr. Thomas Schaffer, Leiter Marketing DB Regio AG

Verglichen mit dem ÖPNV ist das Auto, des Deutschen liebstes Kind, ein ökologisches Schmutzkind. Daran ändern verschärfte Abgasnormen für Pkw nichts. Und auch nicht Hybrid- und Elektroautos. Auf unseren Straßen sind sie Exoten, und selbst diese Modelle fahren in der Umweltbilanz dem ÖPNV mit weitem Abstand hinterher. Die öffentliche Wahrnehmung ist jedoch eine andere. Die Industrie wirbt mit Umweltprädikaten und mit Nachhaltigkeit. Moderne Autos kommen grün daher. Und verbinden Lifestyle mit besänftigtem Umweltbewusstsein. Klavierlack, gläserne Dächer und elektronische Assistenzsysteme: Wie Smartphone und Tablet-PC knüpfen sie an ein Lebensgefühl an, für das Design, Intelligenz und Vernetzung zentrale Begriffe sind. Dagegen sieht unsere Branche oft alt aus.

Wir haben ein Imageproblem, das wir nicht ignorieren dürfen. Für uns spricht der Verstand, aber nur selten das Herz. Beim Auto ist es umgekehrt. Dabei ist das Auto

STANDPUNKT



„Wir haben ein Imageproblem, das wir nicht ignorieren dürfen. Für uns spricht der Verstand, aber nur selten das Herz.“

Beim Auto ist es umgekehrt.“

nicht nur unser wesentlicher Wettbewerber. Es ist auch ein Trendsetter und setzt die Maßstäbe, an denen die Kunden uns messen. Nur mit rationalen Argumenten werden wir bei unseren Fahrgästen immer weniger punkten können.

Bei DB Regio steht das Thema Image weit oben auf der Agenda. So sind wir mit dem DB Regio-Zuglabor, das Innovationen im Dialog mit den Fahrgästen entwickelt, neue Wege gegangen. Mit Kampagnen wie „Ganz

ehrlich“ in Nordrhein-Westfalen sammeln wir Sympathiepunkte und schärfen unsere Kundenorientierung. Die Erfahrungen daraus werden in die Justierung und Positionierung unserer Imageaktivitäten einfließen, an der wir derzeit arbeiten. Auch andere Unternehmen legen einen Marketingschwerpunkt auf Maßnahmen, die der Imageverbesserung des Nahverkehrs zugutekommen.

Der Anspruch unserer Branche müsste allerdings weiter gehen: Wir sollten die Rolle des Trendsetters nicht dem Auto überlassen. Das geht nur, wenn alle an einem Strang ziehen, Aufgabenträger und Verkehrsunternehmen. Nutzen wir unsere Verbände und Gremien, um die Botschaften unserer Branche zu entwickeln. Wenn wir mit einer Stimme reden, werden wir viel eher gehört. Nicht nur am Fahrgastmarkt, sondern auch in der Politik. Es darf nicht in Vergessenheit geraten, dass die Energiewende auch eine Verkehrswende sein muss. Dafür steht der ÖPNV. Und nicht das Auto.

STRATEGIE DB2020

Nachhaltigkeit im Überblick

Berlin. Mit dem DB Nachhaltigkeitsbericht zieht die Deutsche Bahn eine erste Bilanz der im Frühjahr 2012 verabschiedeten nachhaltigen Strategie DB2020. „Wir haben verantwortungsvolles Handeln für uns als Einklang von Ökonomie, Sozialem und Ökologie definiert und dafür drei ehrgeizige Ziele formuliert: Profitabler Marktführer, Top-Arbeitgeber und Umwelt-Vorreiter werden. Das ist für uns weiter der Kompass, auch wenn wir derzeit deutlich schwierigere konjunkturelle Herausforderungen zu bestehen haben“, so Dr. Rausch, Chief Sustainability Officer (CSO) und Vorstand Transport und Logistik der DB.



FAHRPLANWECHSEL

DB hebt Preise nur mäßig an

Berlin. Auch in diesem Jahr bleiben die Preisanpassungen der DB im Nahverkehr unter den Preissteigerungen der großen deutschen Verkehrsverbände. Um durchschnittlich 2,9 Prozent steigen zum Fahrplanwechsel am 15. Dezember die Normal- und Zeitkartenpreise sowie die pauschalen Aktionsangebote. „Damit geben wir unsere insgesamt gestiegenen Kosten nur sehr moderat an unsere Kunden weiter“, so Ulrich Homburg, Vorstand Personenverkehr der Deutschen Bahn.

Das Schönes-Wochenende-Ticket der DB kostet künftig 44 statt 42 Euro, beim Quer-durchs-Land-Ticket hebt die DB den Mitfahrerpreis von sechs auf acht Euro an. Um jeweils einen Euro steigen die Grundpreise beim Baden-Württemberg-Ticket (jetzt 23 Euro), beim Baden-Württemberg-Ticket Nacht (jetzt 20 Euro), beim Bayern-Ticket (jetzt 23 Euro), beim Bayern-Ticket

Nacht (jetzt 23 Euro) sowie beim Rheinland-Pfalz-/Saarland-Ticket (jetzt 20 Euro) und beim Rheinland-Pfalz-/Saarland-Ticket Nacht (jetzt 20 Euro). Beim Sachsen-/Sachsen-Anhalt-/Thüringen-Ticket beträgt der Mitfahrerpreis vier statt zuvor drei Euro.

Im Fernverkehr lässt die DB die Preise für die Hälfte aller Fahrten unangetastet. Von der Nullrunde bei Zeitkarten und der Bahncard 100 profitieren alle Fernverkehrs-Pendler. Außerdem bleiben alle ermäßigten BahnCards für Jugendliche, Studenten und Senioren sowie das Sparangebot ab 29 Euro innerhalb Deutschlands im Preis konstant. Auf den am stärksten vom Hochwasser betroffenen Verbindungen von Köln bzw. Düsseldorf nach Berlin verzichtet die Bahn komplett auf Preiserhöhungen für alle Reisenden. Auf den übrigen Relationen werden die Normalpreise um durchschnittlich 2,5 Prozent angepasst.

DB REGIO AG

Nachfolger aus dem eigenen Haus

Frankfurt a. M. / Hannover. Norbert Klimt, Vorsitzender der Regionalleitung DB Regio Bayern, ist in den Vorstand der DB Regio AG gewechselt und leitet dort das Ressort Finanzen und Controlling. Bis zur Klärung der Nachfolge bleibt er in Personalunion Vorsitzender der Regionalleitung Bayern. Der Diplom-Kaufmann kam 1999 als Geschäftsführer der Busgesellschaft Regionalverkehr Oberbayern zur DB. Seit 2004 ist er Mitglied der Regionalleitung DB Regio Bayern, seit 2008 ihr Vorsitzender. Die neue Aufgabe im DB Regio-Vorstand übernahm Klimt von Dr. Manfred Rudhardt, der zum Vorstandsvorsitzenden berufen worden war.

Als Vorsitzender der Regionalleitung DB Regio Nord trat Torsten Reh die Nachfolge von Manuela Herbort an, die seit Juli Konzernbevollmächtigte der DB für Hamburg und Schleswig-Holstein ist. In Personalunion bleibt Reh Marketingleiter der Region Nord und behält seine Aufgaben bei der Regionalbahn Schleswig-Holstein.



Linien
Lübeck - Bützow - Neubrandenburg - Pasewalk
Pasewalk - Szczecin
Lübeck - Bad Kleinen
Bützow - Pasewalk
Pasewalk - Ueckermünde

Durch ganz Mecklenburg-Vorpommern: Auf der rund 300 Kilometer langen Strecke Lübeck - Stettin sowie der Stichbahn nach Ueckermünde fährt künftig DB Regio Nordost.

Netz Ost-West reicht bis nach Stettin

Oberlandesgericht bestätigt Vergabeentscheidung / DB Regio Nordost erbringt 3,5 Millionen Zugkilometer pro Jahr

Potsdam. Schon im Frühjahr hatte die Verkehrsgesellschaft Mecklenburg-Vorpommern (VMV) DB Regio Nordost den Zuschlag für das „Netz Ost-West“ erteilt. Jetzt bestätigte das Oberlandesgericht Rostock die Vergabe. Das Volumen beträgt rund 3,5 Millionen Zugkilometer im Jahr.

Für 15 Jahre, beginnend im Dezember 2014, hatte die VMV als federführender Aufgabenträger das Netz ausgeschrieben. Es umfasst die Leistungen auf der 298 Kilometer langen Verbindung Lübeck - Szczecin (Stettin) in Polen sowie die in Pasewalk abzweigende Strecke nach Ueckermünde. Bislang war DB Regio Nordost

nur abschnittsweise im RE-Verkehr im „Netz Ost-West“ unterwegs. Künftig werden hier alle Leistungen von DB Regio Nordost erbracht. Zum Einsatz kommen sollen moderne Dieseltriebzüge der Baureihe 648 (Alstom LINT 41). Zurzeit erbringt die zu Transdev gehörende Ostseeland Verkehrsgesellschaft (OLA) ei-

nen Teil der Verkehre. Die OLA hatte sich zunächst an der Ausschreibung beteiligt, ihr Angebot aber zurückgezogen. Derzeit laufen Gespräche zur Übernahme von rund 30 OLA-Mitarbeitern. DB Regio hatte dem OLA-Personal durch allgemeinen Bewerbungsauftrag eine Weiterbeschäftigung angeboten.



Foto: Christian Eitner

Neue Züge, neuer Tunnel: Der Start der Mitteldeutschen S-Bahn bedeutet einen Qualitätssprung im Nahverkehr.

S-BAHN MITTELDEUTSCHLAND

Auf die Premiere folgt 2015 das „Netz II“

Leipzig. Mit dem Start der S-Bahn Mitteldeutschland ist im Raum Halle/Leipzig zum Fahrplanwechsel ein neues Nahverkehrszeitalter angebrochen. Sechs Linien umfasst das Netz, Herzstück ist der City-Tunnel Leipzig als schnelle Nord-Süd-Achse. Rund 200 Millionen Euro investierte DB Regio Südost für 51 neue Talent 2-Züge. In allen Zügen ist Begleitpersonal an Bord, persönliche Beratung gibt es auch an 45 personenbedienten Verkaufsstellen.

Im Sommer hatten die Inbetriebnahmefahrten begonnen, Anfang Oktober rollte der erste Zug durch den City-Tunnel. Bei den Vorbereitungen beflügelte das Team von DB Regio Südost vom überraschenden Erfolg im Wettbewerb um das Netz II der S-Bahn Mitteldeutschland. Die ursprünglich

beabsichtigte Vergabe an einen Mitbewerber war aufgrund einer Entscheidung der Vergabekammer Halle nicht zustande gekommen.

Das Netz II umfasst die Verbindungen durch den City-Tunnel nach Dessau-Roßlau und Lutherstadt-Wittenberg sowie von Magdeburg über Dessau-Roßlau nach Leipzig, Lutherstadt Wittenberg, Falkenberg (Elster) und Jüterbog. Das Verkehrsvolumen beträgt rund 5,6 Millionen Zugkilometer im Jahr. Bei DB Regio Südost sichert der Zuschlag rund 270 Arbeitsplätze. „Bis zur Betriebsaufnahme im Dezember 2015 liegt jedoch noch ein weiter Weg vor uns“, so Frank Klingenhöfer, Vorsitzender der Regionalleitung DB Regio Südost. Es sei wertvolle Zeit verloren worden, die nun aufgeholt werden müsse.

SAUERLANDNETZ

DB Regio NRW gewinnt hinzu

Düsseldorf. DB Regio NRW hat die Ausschreibung „Sauerlandnetz“ für sich entschieden und damit nicht nur die bisherigen Verkehre verteidigt, sondern auch die Linie RB 43 Dortmund - Dorsten hinzugewonnen. Das Gesamtvolumen beträgt rund 5,6 Millionen Zugkilometer pro Jahr. Unter Federführung des Zweckverbands Nahverkehr Westfalen-Lippe waren vier RB- und zwei RE-Linien in getrennten Losen ausgeschrieben worden. Auf der Linie RB 43 nimmt DB Regio NRW im Dezember 2015 den Betrieb auf, alle anderen Linien folgen ein Jahr später. Der Verkehrsvertrag endet im Dezember 2028. Für das Sauerlandnetz beschafft DB Regio beim polnischen Hersteller PESA 20 zweiteilige und 16 dreiteilige Dieseltriebzüge des Typs LINK. Die 140 km/h schnellen Züge sind komfortabel ausgestattet und sollen ab Dezember 2016 zum Einsatz kommen. In der zweiteiligen Variante bieten sie 120, als Dreiteiler 160 Sitzplätze.



Fotos: Markus O. Robold (3); Claus Weber

Upgrade für Züge der S-Bahn Stuttgart: Das Betriebswerk in Plochingen modernisiert die Fahrzeuge der Baureihe 423.

KURZ NOTIERT

DB Regio Busse erfolgreich unterwegs

Berlin. Bei Wettbewerben in Bayern, Hessen, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen und Rheinland-Pfalz hat DB Regio Bus Ausschreibungen mit einem Gesamtvolumen von rund 4.500 TNkm (Tausend Nutzwagenkilometer) für sich entschieden. Rund 40 Prozent davon sind Neugeschäft. Die größten Volumina steuerten der Stadtverkehr Speyer mit rund 900 TNkm, Ammerland-Ost mit rund 800 TNkm und das MVV Linienbündel 370, 377/378/379 mit insgesamt rund 800 TNkm bei.

Komfort wie in Neufahrzeugen

S-Bahn Stuttgart hebt 60 Züge der Baureihe 423 auf das Niveau der neuen Baureihe 430

Stuttgart. Die S-Bahn Stuttgart investiert rund 30 Millionen Euro in das Redesign der Baureihe 423. 60 Züge werden an den Standard der neuen Baureihe 430 angepasst.

Zum Redesign gehören Trittbrettbeleuchtungen mit LED-Spots, Blindentastleisten, visuelle und akustische Fahrgastinformationssysteme, dazu interne Diagnose- und Vormeldesysteme, die eine effizientere Fahrzeuginstandhaltung ermöglichen. Fahr-

gastkomfort und Beförderungsdauer des bereits in Betrieb gegangenen Prototyps zeigen, dass die runderneuerten Fahrzeuge der Baureihe 423 den Vergleich mit den Zügen der Baureihe 430 nicht zu scheuen brauchen.

„Die S-Bahn Stuttgart bringt die 423er mit dem Umbau vertragsgemäß auf einen nahezu gleichen Stand wie die neuen Züge der Baureihe 430. So sind die S-Bahn-Fahrgäste im gesamten Netz auf gleichem Qualitätsniveau unterwegs“, sagte Dr. Jür-

gen Wurmthaler, Wirtschaftsdirigent des Verbands Region Stuttgart, bei der Vorstellung des Modernisierungsprogramms.

Das auf mehrere Jahre projektierte Vorhaben, das im Betriebswerk der S-Bahn Stuttgart in Plochingen realisiert wird, ist für die Region auf jeden Fall ein Gewinn. Hans-Albrecht Krause, Sprecher der S-Bahn Stuttgart: „Die Fahrgäste sind künftig komfortabler unterwegs und dank der besseren Fahrgastinformationssysteme immer im Bilde.“

Kahlgrundbahn geht an DB RegioNetz

München / Kahl. Die DB Regio-Netz Verkehrs GmbH hat den Zuschlag für den Regionalverkehr Kahlgrund erhalten: Ab Dezember 2015 bedient sie die 30 Kilometer lange Verbindung vom unterfränkischen Schöllkrippen über Kahl (Main) ins hessische Hanau mit klimatisierten Niederflurfahrzeugen der Baureihe VT 642. Die Leistung war von der Bayerischen Eisenbahngesellschaft (BEG) und dem Rhein-Main-Verkehrsverbund (RMV) ausgeschrieben worden. Der Verkehrsvertrag läuft über zwölf Jahre.

FERNBUS

berlinlinienbus.de stärkt seinen Auftritt

Berlin. Mit einem modernisierten Markenauftritt und einer neuen Fernbusverbindung ist berlinlinienbus.de in den Winterfahrplan gestartet: „Unsere Marke steht seit Jahrzehnten für Erfahrung, Gastfreundlichkeit und ein optimales Verhältnis von Preis und Leistung. Das neue Markenlogo wird deshalb ein echtes Qualitätssiegel sein und die Wiedererkennbarkeit der Marke im wachsenden Fernbusmarkt erhöhen“, erklärte Geschäftsführer Jörg Schaub bei der Präsentation in Berlin. Für mehr Präsenz auf Deutschlands Straßen sorgt die neue Verbindung von Hamburg nach München, die mit mehreren mittelständischen Partnern bedient wird.

berlinlinienbus.de ist ein Verbund großer und renommierter deutscher Busunternehmen. Neben DB-Unternehmen wie Bayern Express & P. Kühn Berlin GmbH (BEX), Regionalverkehr Dresden (RVD) und Autokraft (AK) aus Kiel gehören ihm auch mittelständische Busunterneh-

men wie HARU-Reisen, Omnibusbetrieb Steinbrück, Buspunkt, BBS Brandner Reisen, Husmann Reisen und die Verkehrsgesellschaft Südholstein an. Gesellschafter sind BEX und HARU-Reisen; Sitz der Zentrale ist Berlin. Zur Zeit bedient die Kooperation innerhalb Deutschlands rund 30 Fernbuslinien mit 200 Haltepunkten.



Länder-Tickets kommen aufs Handy

Berlin. Länder-Tickets sind jetzt auch als Handy-Ticket buchbar: Nach Anerkennung der Sichtprüfungsmerkmale durch die beteiligten Verkehrsverbände sind sie in Schleswig-Holstein, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen-Anhalt, Sachsen, Thüringen, Rheinland-Pfalz, im Saarland und in Baden-Württemberg nun auch über das Mobiltelefon von unterwegs aus erhältlich. Mit dem neuen Angebot, das perspektivisch auch in allen anderen Bundesländern bereitgestellt werden soll, kommt die Deutsche Bahn den zahlreichen Kundenwünschen nach spontaner und flexibler Reiseplanung nach.

Reiseerlebnis aus Kundensicht

DB Regio Zuglabor nimmt Bahnfahrt unter die Lupe / DB Regio Bus adaptiert Methode

Frankfurt a. M. Was das Bahnfahren an Alltäglichem und Außergewöhnlichem zu bieten hat, war Thema des DB Regio Zuglabors „Reiseerlebnis“ in Frankfurt a. M. Der wesentliche Unterschied zu einer realen Bahnfahrt: Die Untersuchung zur Marktforschung fand im stehenden Zug statt.

Schauspieler mimten die pöbelnden Mitreisenden – sonst war alles echt. Die Kundenbetreuer im Nahverkehr, die Tickets kontrollierten, ebenso die Ansagen vom Band und per Mikrofon sowie der Abfall, der einen Bereich des Doppelstockwagens auf Gleis 1 a verschmutzte. Drei Stunden lang nahmen sich die Teilnehmer der Untersuchung Zeit, Situationen einer Bahnfahrt auf sich wirken zu lassen, Kritik zu üben und Verbesserungen zu diskutieren.

Elf Kleingruppen mit bis zu sechs Teilnehmern schleusten die Forscher durch die Versuchsanordnung. Die Mehrzahl waren repräsentativ ausgewählte Kunden, aber auch diesmal nahmen externe Experten, von regionalen Medien entsandte „Leser-Reporter“ sowie Kundenbetreuer der DB teil. Es ging um Details wie ums große Ganze. Werden Videokameras an Bord eher als Überwachung abgelehnt oder als Beitrag zur Sicherheit befürwortet?



Kritik erwünscht: DB Regio entwickelt Verbesserungen im Dialog mit den Kunden.

Wie empfinden die Reisenden eine Stimme vom Band? Bedeuten zusätzliche Displays zusätzlichen Service? Reicht die Besetzung der Züge mit Zugbegleitpersonal überhaupt aus, um eine gute Betreuung zu gewährleisten? „Gerade bei der Betreuungsquote klafft mitunter eine Lücke zwischen dem, was die Reisenden sich wünschen, und dem, was im Rahmen der Verkehrsverträge vereinbart ist“, so Stefan Gierisch vom Fahrgast- und Produktmar-

keting der DB Regio AG. Um so wichtiger sei es, die Bedürfnisse der Fahrgäste genau zu kennen und zu erfüllen.

Auch DB Regio Bus nutzt die qualitative Marktforschung, um im Dialog mit den Fahrgäste Verbesserungen zu verwirklichen. So fand in Paderborn bundesweit zum ersten Mal ein Buslabor statt. Die Tester nahmen zwei im Regionalverkehr eingesetzte Linienbusse unter die Lupe.

Studie attestiert KiN gute Arbeit

München. In einer gemeinsamen Untersuchung der Bayerischen Eisenbahngesellschaft (BEG) und DB Regio Bayern attestieren externe Prüfer den Kundenbetreuern im Nahverkehr (KiN) erneut ein hohes Maß an Kompetenz und Kundenorientierung. Bei 254 Einsätzen im ganzen Freistaat gaben sich die Prüfer im vergangenen Jahr als Fahrgäste aus. Wiederum erreichten die Bewertungen ein hohes Niveau, vielfach verbesserten sie sich gegenüber dem Vorjahr. Auf einer Skala von eins bis fünf (bester Wert) beurteilten die Tester das kundenorientierte Verhalten der KiN mit der Gesamtnote 4,6. Bei der Fahrgastinformation (z. B. Ansagen zu Haltestellen und Anschlüssen, Informationen in Störungsfällen) erzielten die KiN Werte zwischen 4,3 und 4,8. Auch die Auskünfte bei individuellen Verbindungsanfragen sowie bei Beschwerden und Fragen zu Fahrgastrechten befanden die Tester als gut. BEG und DB Regio Bayern führen bereits seit 2006 gemeinsam die sogenannte Mystery-Customer-Studie durch.

ANGEBOTE

100 Millionen Reisende per Bayern-Ticket unterwegs

München. Das Bayern-Ticket hat eine weitere Rekordmarke geknackt: Seit seiner Einführung im Jahr 1997 waren 100 Millionen Fahrgäste mit dem Ticket unterwegs, das sich an Einzelreisende sowie Gruppen bis zu fünf Personen richtet. Das Bayern-Ticket, das es auch in den Varianten „Nacht“ und „1. Klasse“ gibt, ist das beliebteste Länder-Ticket der DB. „Wir geben den Reisenden die Möglichkeit, preisgünstig in all unseren Regionalzügen zu fahren und die vielen Ticket-Erweiterungen

passen ideal zum Reiseverhalten unserer Kunden“, sagt Bernd Rosenbusch, Marketingleiter DB Regio Bayern.

Seit 2011 trägt zum Erfolg auch eine Fanpage auf Facebook bei. Als Plattform für Reisetipps

und Erfahrungsaustausch bringt sie es aktuell auf rund 67.000 „Gefällt mir“-Klicks. Auch die Gestaltung einer Werbelok, die DB Regio Bayern aus Anlass des Reisenden-Rekords auf die Schiene stellte, lag in den Händen der

Fanpage-Nutzer. Dort hatte DB Regio Bayern dazu aufgerufen, über die schönsten Sehenswürdigkeiten Bayerns abzustimmen. Das Schloss Neuschwanstein, der Königssee und die Lindauer Hafeneinfahrt machten das Rennen und schmücken jetzt eine Seite der Werbelok für das Bayern-Ticket. Auf der anderen Seite sind Fahrgäste abgebildet, die sich für ein Fotoshooting zur Gestaltung der Lok beworben hatten.



Foto: Guido Schweitzer

MARKETING

Nahverkehr im Selbstversuch

Düsseldorf / Leipzig. Wer sich ein Bild vom Nahverkehr in NRW machen wollte, konnte das im Oktober im Rahmen der Kampagne „Ganz ehrlich“ gratis tun. 4.000 kostenlose Tickets stellte DB Regio NRW dafür zur Verfügung – verbunden mit der Bitte, die Eindrücke in einem Fragebogen festzuhalten. „Es freut uns sehr, dass viele Neukunden teilgenommen haben“, so Heinrich Brüggemann, Vorsitzender der Geschäftsführung DB Regio NRW. Ziel sei es, den Nahverkehr im Dialog mit den Kunden attraktiver zu gestalten. Eine erste Probefahreraktion hatte 2012 stattgefunden.

Schon seit Herbst 2011 gibt es bei DB Regio Südost Probefahreraktionen. Insgesamt neun fanden dort bisher statt, rund 25.000 Teilnehmer überzeugten sich dabei von den Vorteilen des Nahverkehrs.

Impressum

Kontakt

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

Verantwortlich:

Joachim Kraft
Tel.: 069 265-7330
regioaktuell@
deutschebahn.com
Änderungen vorbehalten
Einzelangaben ohne Gewähr
Stand: Dezember 2013

Herausgeber

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

Realisation

idea Kommunikation,
Dortmund

Druck:

DB Kommunikationstechnik
GmbH, Karlsruhe



Foto: Kranert

Richtungsweisende Technik: Dr. Volker Kefer (2. v. l.) und Kay Euler (r.) nach der Vertragsunterzeichnung mit Vertretern der DAL, des Freistaats Bayern und Alstom.

Rangierloks holen Kraft aus Batterien

Hybridtechnologie ab 2015 bei DB Regio in der Erprobung

Berlin. Ab 2015 testet DB Regio an den Standorten Würzburg und Nürnberg Hybrid-Rangierloks auf ihre Praxistauglichkeit. Sie sollen zu rund 80 Prozent ihrer Einsatzzeit im Batteriebetrieb laufen können und den Schadstoffausstoß gegenüber herkömmlichen Rangierloks um rund 70 Prozent reduzieren.

In Berlin unterzeichneten die Projektpartner jetzt die Verträge. Danach liefert der Hersteller Alstom die dreiachsigen Loks an die DAL Deutsche Anlagen-Leasing GmbH & Co. KG, die sie an die DB vermietet. Der Freistaat Bayern fördert das Vorhaben.

Mit dem Projektstart mache die Hybridtechnologie einen großen Schritt in Richtung Marktreife, so DB Technik- und Infrastrukturvorstand Dr. Volker Kefer. Auch für Kay Euler, Vorstand Produktion der DB Regio AG, hat das Projekt „Signalwirkung“. Er erwartet „spürbare Kosteneinsparungen hinsichtlich Kraftstoffverbrauch und Instandhaltungsaufwand sowie eine deutliche Reduktion der Emissionen“.

Das Projekt „H3-Hybrid“ ist eine Initiative der Innovationsplattform Eco Rail Innovation. Derzeit gehören ihr 17 Unternehmen an. Ziel ist es unter anderem, das System Bahn bis 2050 emissionsfrei zu gestalten.

TRAINING

Reisende mit Rollator sicher unterwegs

Dresden/Bamberg. Die Schwedin Aina Wifalk, die an den Folgen einer Kinderlähmung litt, soll ihn 1978 erfunden haben. Seither hat der Rollator Millionen Menschen Lebensqualität zurückgegeben. Doch gerade in Bahn und Bus will der Umgang mit einem Rollator gelernt sein. Grund genug für DB Regio, sich am „Rollator-Tag 2013“ zu beteiligen. In Bamberg und Dresden vermittelten Trainer Übungseinheiten am und im Zug. DB Regio Bus be-

teiligte sich an Veranstaltungen in Neuwied und Bad Sassendorf. „Wir möchten die Möglichkeit geben, das Ein- und Aussteigen so-



„KEIN JOB WIE JEDER ANDERE“

Jury zeichnet Kampagne aus

Berlin. Für die Kampagne „Kein Job wie jeder andere“ hat die DB den Queb-Award 2013 „Excellence Employer Branding Kampagne“ erhalten. Mit dem Preis würdigt das Kompetenznetzwerk Queb e. V. herausragende Aktivitäten in den Bereichen Employer Branding, Personalmarketing und Recruiting. „Es ist ein schöner Erfolg und zeigt, dass unser eingeschlagener Weg richtig ist“, so DB-Personalvorstand Ulrich Weber. „Rund 140.000 Bewerbungen, drei Millionen Menschen auf der Karrierewebseite und 1,3 Millionen Besucher auf der Stellenbörse allein in diesem Jahr sprechen für sich.“

Ein aktueller Schwerpunkt der Arbeitgeberkampagne ist das duale Studium. Wer Theorie und Praxis parallel kennenlernen, von Beginn an Geld verdienen und von einer intensiven Betreuung während des Studiums profitieren möchte, kann sich schon jetzt für ein Duales Studium zum Start im Oktober 2014 bewerben. Bei der DB gibt es derzeit mehr als 20 duale Studiengänge. Besonders gefragt sind Elektrotechnik, Bauingenieur- und Wirtschaftsingenieurwesen.

Bis 2020 will die DB zu den zehn Top-Arbeitgebern in Deutschland gehören. In der Konzernstrategie DB2020 ist daher neben den Dimensionen Ökonomie und Ökologie auch die Personalstrategie verankert.

Sicher ein- und aussteigen: Trainer verrieten Tricks und Kniffe.