

Editorial

Liebe Leserinnen und Leser,

Allgäu statt Algarve, Müritz statt Mauritius: Deutschland macht Urlaub vor der Haustür. Die DB hilft dabei mit. Gemeinsam mit den Bundesländern haben wir die Kampagne „Entdecke Deutschland“ gestartet. Sie soll den Freizeitverkehr beleben und dazu beitragen, dass



Foto: Deutsche Bahn AG

die Fahrgastzahlen wieder steigen. Aber sie wirkt hoffentlich auch über die Corona-Pandemie hinaus: Wer mit Bahn und Bus das Schöne in der Nähe gefunden

hat, wird sich auch in Zukunft daran erinnern. Den ÖPNV wieder ins Gedächtnis bringen, das müssen wir aber auch bei denjenigen, die früher Kunden waren und jetzt verzichten. Bahn und Bus sind für den Klimaschutz unentbehrlich. Eine Rückkehr zum Auto wäre fatal.

Die Beispiele zeigen: Mit der Corona-Krise sind Chancen und Risiken verbunden. Mit beidem müssen wir uns auseinandersetzen. Dazu möchte ich Sie einladen. RegioSignale #digital bietet am 22. und 23. September die Gelegenheit zum branchenweiten Austausch, zur Standortbestimmung, zum Blick nach vorn. Lernen wir voneinander und miteinander. Und: Bleiben wir dran! Denn die Überwindung der Corona-Krise, das steht heute bereits fest, ist ein Langstreckenlauf, kein Sprint.

Andreas Schilling

Andreas Schilling, Vorstandsbeauftragter Marketing der DB Regio AG

RegioSignale 2020 als digitaler Branchentreff am 22.-23.9.2020



Besondere Zeiten brauchen intensiven Austausch

DB Regio lädt ein zum digitalen Branchentreff des Nahverkehrs

Der Rettungsschirm des Bundes und der Länder hat das Schlimmste abgewendet und die Fahrgastzahlen steigen wieder. Das sind die guten Nachrichten im Spätsommer 2020. Zur Wahrheit gehört aber auch: Die Corona-Krise hat die Branche „mit voller Wucht getroffen“, so der Verband der Verkehrsunternehmen, bis Ende Juli seien im Durchschnitt erst zwischen 50 und 60 Prozent der Fahrgäste zurückgekehrt. Verkehrsunternehmen wie DB Regio, Verkehrsverbünde und der VDV als größter Branchenverband mobilisieren daher ihre Kräfte, um den Menschen diffuse Ängste zu nehmen und sie zur Nutzung von Bus und Bahn einzuladen (siehe Seite 4/5). „Wir brauchen auch nach der Krise einen zuverlässigen ÖPNV“, sagt Ministerin Anke Rehlinger (Saarland), Vorsitzende der Verkehrsministerkonferenz. „Das wird nur gelingen, wenn wir Fahrgäste zurückgewinnen,

weil sie auf die Sicherheit, Zuverlässigkeit und den Komfort des Nahverkehrs vertrauen.“

Besondere Herausforderungen erfordern auch besonders intensiven Austausch. DB Regio schafft dafür mit RegioSignale #digital am 22. und 23. September eine Branchenplattform. RegioSignale #digital bietet Dialoge, Diskussionen und Impulse aus unterschiedlichen Perspektiven mit Experten aus Unternehmen und Aufgabenträgerorganisationen, Forschung und Politik. Erstmals findet der Branchentreff des Nahverkehrs damit in rein digitaler Form und zwischen den RegioSignale-Präsenzveranstaltungen statt, zu denen DB Regio im zweijährigen Turnus einlädt. Voraussetzung für die Teilnahme an RegioSignale #digital ist die Anmeldung auf der Website www.regiosignale.de. Wer kontinuierlich an beiden Tagen dabei ist, profitiert von den aufeinander aufbauenden Inhalten am meisten. Dr. Jörg Sandvoß, Vorstandsvorsitzender DB Regio AG: „ÖPNV geht nur gemeinsam. Lassen Sie uns in diesen außergewöhnlichen Zeiten den Austausch intensivieren, einander zuhören, uns vernetzen und unterstützen für einen starken und klimafreundlichen Nahverkehr.“ ■



Melden Sie sich unter www.regiosignale.de an. Dort steht auch das Programm zur Verfügung. Der QR-Code bringt Sie direkt zur Website.

DEUTSCHLAND BRAUCHT EINE STARKE SCHIENE

Mit Torten zum Einjährigen der Strategie Starke Schiene überraschten Teams der DB Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Unternehmens. Die Stimmen, die sie dabei einholten, machen deutlich: Die Fokussierung auf den Schienenverkehr in



Foto: DB AG

Deutschland, auf Innovationen und Investitionen im Nah-, Fern- und Güterverkehr sowie in der Infrastruktur sind auch für die Eisenbahnerinnen und Eisenbahner ein Motivations Schub. Die Strategie Starke Schiene habe das Vertrauen in die Zukunft erneuert, bedeute eine Weichenstellung für Generationen, werde von den Fahrgästen positiv wahrgenommen – so und ähnlich lauten die Statements der Befragten. Tatsächlich hat die DB Großes in Angriff genommen, will unter anderem im Nahverkehr eine Milliarde zusätzliche Kunden gewinnen, die Fahrgastzahlen im Fernverkehr verdoppeln und die Kapazität im Schienennetz um 30 Prozent steigern.

Mit dem Schienenpakt auf einer Linie

Damit liegt die Strategie Starke Schiene genau auf der Linie des Schienenpakts, den die Bundesregierung mit dem Eisenbahnsektor geschmiedet hat, um die Bahn zum Verkehrsmittel des 21. Jahrhunderts zu machen (siehe Beitrag rechts). „Glaubwürdigkeit entsteht dann, wenn wir diszipliniert und konsequent umsetzen“, sagte DB-Vorstandsvorsitzender Dr. Richard Lutz bei der Vorstellung des Schienenpakts in Berlin. „Das muss sich auf Unternehmensseite in Strategie und Planung, in Investitionen und der Hinterlegung von Programmen widerspiegeln“ Die Strategie Starke Schiene sei daher die „perfekte Ergänzung“ des Schienenpakts im Bereich der DB. Lutz: „Es gibt eine ganz starke Kongruenz zwischen dem, was Verkehrspolitik sich wünscht, was Gesellschaft erwartet und dem, was Kunden zufrieden macht.“ ■



Foto: BMVI

Im Bundesverkehrsministerium in Berlin besiegelte der Eisenbahnsektor den Schienenpakt.

Schiene auf dem Weg nach vorn

Eisenbahnsektor und Verkehrspolitik ziehen an einem Strang

Zwei Jahre dauerte der Dialog des Eisenbahnsektors im „Zukunftsbündnis Schiene“, am 30. Juni wurde daraus in Berlin der „Schienenpakt“. Mit insgesamt 28 Unterschriften besiegelten ihn die Branchen- und Fahrgastverbände, Unternehmen und Gewerkschaften sowie Bundesverkehrsminister Andreas Scheuer und der Beauftragte der Bundesregierung für den Schienenverkehr, Staatssekretär Enak Ferlemann.

Deutschlandtakt als „Gamechanger“

Als „Meilenstein“ bezeichnete der Verband Deutscher Verkehrsunternehmen den Schienenpakt, die Allianz pro Schiene nannte den Tag „historisch“. Die Bundesarbeitsgemeinschaft der Aufgabenträger des SPNV lobte, es seien Lösungen „aus der Branche für die Branche“ gefunden worden. Zusammengefasst sind sie im Masterplan Schienenverkehr. In den Kapiteln „Leitkonzept Deutschlandtakt“, „Netzkapazität erhöhen“, „Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit“, „Lärm- und Klimaschutz“, „Innovationen“ und „Fachkräfte gewinnen“ definiert er die konkreten Handlungsfelder. Der Deutschlandtakt steht nicht zufällig

an erster Stelle. Er sei „der Gamechanger für unser Eisenbahnsystem“, so der DB-Vorstandsvorsitzende Dr. Richard Lutz. „Alle Verkehre werden deutschlandweit in einen Takt gebracht. Die Kunden im Personen- und im Güterverkehr gewinnen: durch schnellere, häufigere und bessere Verbindungen.“ Als Schlüssel für Wachstum und Verkehrsverlagerung, Betriebsqualität und Pünktlichkeit bezeichnete Lutz den Ausbau der Infrastruktur. Der folgt künftig einer neuen Logik. Verkehrsminister Andreas Scheuer: „Gemeinsam legen wir fest, welche Angebote wir wollen, dann bauen wir die Infrastruktur, dass diese Angebote möglich werden.“ Grundlage dafür ist der Deutschlandtakt-Zielfahrplan.

Verkehrsmittel des 21. Jahrhunderts

Die Zahl der Fahrgäste soll sich bis 2030 verdoppeln, der Marktanteil des Schienengüterverkehrs auf 25 Prozent steigen. „Wir haben die Schiene prioritär positioniert“, betont Verkehrsminister Scheuer. „Wir wollen erreichen, dass sie das Verkehrsmittel des 21. Jahrhunderts wird.“ ■

■ Mehr zu diesem Thema im E-Paper

„Ein fairer und visionärer Partner“

Bernhard Wewers (Foto) geht in den Ruhestand. Als Geschäftsführer NAH.SH prägte er den SPNV in Schleswig-Holstein, als langjähriger Präsident und zuletzt Vizepräsident der Bundesarbeitsgemeinschaft der Aufgabenträger des SPNV (BAG-SPNV) hatte seine Stimme bundesweit Gewicht. „Für die Bahnunternehmen war Bernhard Wewers ein fairer und

visionärer Partner, der den SPNV in vielen Facetten vorangebracht hat“, bedankte sich



Foto: DB Regio/Müller-Harmsen

Dr. Jörg Sandvoß, Vorstandsvorsitzender DB Regio AG. Bei NAH.SH folgt Dr. Arne Beck auf Bernhard Wewers, die Mitgliederversammlung der BAG-SPNV wählte Thorsten Müller (Zweckverband Rheinland-Pfalz Nord) zum neuen Vizepräsidenten. ■

Starke Farben geben Fahrgästen Orientierung

S-Bahn und Verband Region Stuttgart stellen beim Redesign Kundenbedürfnisse in den Mittelpunkt

Lichtgrau mit prägnanten Farbakzenten: Die S-Bahn Stuttgart bekommt ein neues Design. Die kontraststarke Außenlackierung, bei der die Mehrzweckbereiche blau und die 1. Klasse gelb gekennzeichnet sind, erleichtert den Reisenden die Orientierung. „Mit den stetig wachsenden Fahrgastzahlen in den Metropol-Verkehren steigt die Anforderung an ein möglichst reibungsloses Ein- und Aussteigen“, sagt Dr. Dirk Rothenstein, Vorsitzender der Geschäftsleitung der S-Bahn Stuttgart. Der Verband Region Stuttgart als Auftraggeber und die Deutsche Bahn nehmen sich in ihrer Darstellung bewusst zurück und richten die S-Bahnen komplett auf die Bedürfnisse der Fahrgäste aus.

Neuer Auftritt für die ganze Flotte

„Wir setzen ein Leitsystem ein, das mit einer farblichen Codierung der spezifischen Funktions- beziehungsweise Servicebereiche des



Zuges arbeitet“, erläutert Designer Julian Fordon, Bereich Marketingstrategie und -kommunikation der DB Regio AG. „Die Fahrgäste werden durch Farbe und Piktogramme zu dem von Ihnen gesuchten Bereich gelenkt. Dies funktioniert selbsterklärend und ist in jeder Situation klar sichtbar.“ Die 58 bestellten Züge der Baureihe 430, die ab Ende 2021 auf die Strecke gehen, erhalten die neue Lackierung überwiegend bereits ab Werk. Die derzeitige Bestandsflotte, 157 Züge der Baureihen 430 und 423, wechselt das Design

nach und nach, wenn die Fahrzeuge turnusmäßig neu lackiert werden. Auch das Innendesign wollen sich die Region Stuttgart und die S-Bahn vornehmen. Die Konzeptideen dafür steuert das Münchner Designstudio Neomind bei. So ist unter anderem an neu gestaltete, geräumige Mehrzweckbereiche gedacht. ■

■ Mehr zu diesem Thema im E-Paper

DB Regio setzte sich bei zwei Vergaben durch

Zuschlag für VVO-Dieselnetz sowie Tf-Pool in Baden-Württemberg

Für zehn Jahre betreibt DB Regio Südost ab Dezember 2021 das Dieselnetz des Verkehrsverbunds Oberelbe (VVO). Es umfasst die Strecken von Dresden nach Kamenz, Königsbrück und Altenburg sowie die Verbindung Sebnitz – Pirna. Bis zu ihrer Insolvenz 2019 bediente die Städtebahn Sachsen das Netz, nach einer Notvergabe an einen Wettbewerber schrieb der Zweckverband Verkehrsverbund Oberelbe (ZVOE) es im Januar 2020 neu aus. „Mit der langfristigen Vergabe sichern wir die wichtige Mobilität zwischen Ballungsraum und ländlichen Gebieten“, so der Bautzner Landrat Michael Harig, Vorsitzender des ZVOE. Zwischen Kamenz und Dresden profitieren die Fahrgäste in der

Hauptverkehrszeit von einem zum Halbstundentakt verdichteten Fahrplan. Die Triebzüge „Desiro Classic“ (Foto) aus dem Bestand von DB Regio werden jährlich rund 2,06

Millionen Zugkilometer auf die Schiene bringen. Für mehr Komfort sorgt ein Redesign, das die Züge in der Anfangszeit ihres Einsatzes im VVO-Dieselnetz durchlaufen. Wenig Auswirkungen hat die Neuvergabe für die operativen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des bisherigen Betreibers. Für sie hatte der ZVOE den Personalübergang festgelegt.

Baden-Württemberg geht mit Tf-Pool voran

Die bundesweit erste Vergabe eines Personalpools hat DB Regio Baden-Württemberg für sich entschieden. Um vorübergehende Engpässe zu überbrücken, können Eisenbahnverkehrsunternehmen (EVU) in Baden-Württemberg ab Juni 2021 auf 30 Triebfahrzeugführer (Tf) aus dem Pool zurückgreifen, indem sie innerhalb gesetzter Fristen und Rahmenbedingungen Leistungen beim Pool-Betreiber DB Regio beauftragen. Ab April 2022 wird der Pool 50 Tf umfassen. Die Laufzeit des Personalpools ist bis mindestens Juni 2025 angesetzt. ■

Deutschlandtarifverbund ist offiziell gestartet

Die Deutschlandtarifverbund GmbH ist gegründet. 34 Eisenbahn-Verkehrsunternehmen und SPNV-Aufgabenträger hoben im Juni die neue Dachorganisation gemeinsam aus der Taufe. Bis 2022 soll sie einen Deutschlandtarif umsetzen und den Tarifverband TBNE ersetzen. „Ich freue mich außerordentlich über diese wichtige Entwicklung“, sagte DB Regio-Vorstandsvorsitzender Dr. Jörg Sandvoß. „Gemeinsam stellen wir uns den Herausforderungen des Marktes und entwickeln zukunftsgerichtete Konzepte für unsere Kunden.“ Die Deutschlandtarifverbund GmbH mit Sitz in Frankfurt a. M. werde allen Gesellschaftern eine offene, transparente und agile Plattform bieten, betonte Geschäftsführer Johann von Aweyden. Für Ende des Jahres erwartet er den Beitritt weiterer EVU und Aufgabenträger. Zum Vorsitzenden der Gesellschafterversammlung wurde Jörg Strubberg (DB Regio) gewählt. ■



Foto: DB AG/Uwe Miethe

Starke Reaktionen

Von Dr. Jörg Sandvoß, Vorstandsvorsitzender DB Regio AG

Der ÖPNV in Deutschland ist in den zurückliegenden Monaten der Corona-Krise durch ein Wechselbad der Emotionen gegangen. Die Branche und die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben Zuspruch und Wertschätzung dafür erfahren, dass während des wochenlangen Lockdowns die öffentliche Mobilität aufrechterhalten wurde. Der Betrieb lief mit überschaubaren Einschränkungen weiter, die Branche wurde auch in dieser Ausnahmesituation ihrer Verantwortung für die Daseinsvorsorge gerecht. In wirtschaftlicher Hinsicht war der Lockdown für die Verkehrsunternehmen und Aufgabenträger jedoch ein Schock. Jahr für Jahr hat der Nahverkehr zuverlässig neue Fahrgastrekorde eingefahren. Der Lockdown führte zu einem Einbruch der Nachfrage und damit auch der Ticketerlöse, der in dieser Dimension und Geschwindigkeit weder vorhersehbar, noch überhaupt vorstellbar war. Was wir alle gemeinsam über Jahrzehnte aufgebaut haben, geriet in akute Gefahr – mit unabsehbaren Folgen für die Verkehrsunternehmen und -institutionen, für die Beschäftigten, die Fahrgäste und die Mobilität in Deutschland.

Dass diese Befürchtungen inzwischen hinter uns liegen, ist das Ergebnis verantwortungsvoller Verkehrspolitik und gemeinsamer Anstrengungen der Branche. Der im Juni beschlossene Rettungsschirm für den ÖPNV im Umfang von fünf Milliarden Euro, zu gleichen Teilen finanziert vom Bund und den Ländern, ist eine starke Antwort: Auch wenn noch eine Reihe von Fragen wie die Auswirkungen in 2021/22 offen sind, steht die

Standpunkt

Foto: Andreas Varnhorn



„Der im Juni beschlossene Rettungsschirm für den ÖPNV ist eine starke Antwort: Auch wenn noch eine Reihe von Fragen wie die Auswirkungen in 2021/22 offen sind, steht die für den Klimaschutz notwendige Verkehrswende nicht zur Disposition.“

für den Klimaschutz notwendige Verkehrswende nicht zur Disposition. Im Gegenteil, die Schiene ist für die Politik der Verkehrsträger Nummer eins und soll die Zahl der Fahrgäste verdoppeln. Dieses Ziel gibt der ebenfalls im Juni besiegelte „SchienePakt“ vor. Den Weg dorthin beschreibt ein Masterplan, der auf den Ausbau der Infrastruktur und den flächendeckenden Deutschlandtakt setzt.

Heute wissen wir: Die Corona-Krise stellt die Branche auch weiterhin vor schwere Herausforderungen, bürdet den Verkehrsunternehmen und Aufgabenträgern erhebliche wirtschaftliche Belastungen auf – aber sie stellt die Zukunft nicht infrage. Zeigen wir deshalb ebenfalls eine starke Reaktion. Beweisen wir, dass der ÖPNV bereits heute und morgen noch viel mehr die bessere Alternative ist. Holen wir gemeinsam die noch zögernden Fahrgäste zurück. Gemeinsam trotzen wir der Krise und schaffen die Verkehrswende! ■

DB Medibus rollt für Corona-Studie

Als rollende Corona-Labore haben vier DB Medibusse im Sommer dazu beigetragen, die Verbreitung des Virus' besser zu verstehen und Maßnahmen zur Eindämmung besser zu planen. Im Auftrag des Robert-Koch-Instituts (RKI) waren sie im Sommer in Bayern und Baden-Württemberg im Einsatz, um in vier besonders betroffenen Orten Freiwillige auf Antikörper zu testen. Die rund 8.000 Teilnehmer der RKI-Studie „Corona-Monitoring lokal“

wurden schriftlich eingeladen. DB Regio Bus hat das Medibus-Konzept zur mobilen Gesundheitsversorgung entwickelt. Die Busse sind mit Sprechzimmer, Wartebereich, Labor sowie leistungsfähiger IT und Internetverbindung ausgestattet. In ländlichen Räumen dienen die Fahrzeuge als rollende Arztpraxen. Bei der Impfvorsorge von Schülern und Geflüchteten hat der DB Medibus seine Qualitäten ebenfalls bereits unter Beweis gestellt. ■

Mit vereinten

Die Weichen für eine Erholung des Na 2,5 Milliarden Euro haben Bund und L ÖPNV aufgespannt. Züge und Busse fa geht es darum, dass auch die Fahrgast

Die Nahverkehrsbranche hat wieder Boden unter den Füßen. Während des Lockdowns hielten Züge und Busse mit 80 Prozent des Angebots die öffentliche Mobilität aufrecht, erzielten aber kaum Fahrgeldeinnahmen. Die Unterstützung des Bundes und der Länder hilft, die Verluste auszugleichen. Und die Aufgabenträger und Verkehrsunternehmen gehen die Herausforderung an, möglichst rasch Anschluss an das Niveau vor der Krise zu finden.

Überzeugungsarbeit leisten

Positiv ist: Die Kunden kehren zurück, die Fahrgastzahlen steigen. Aber: Damit der Trend anhält, müssen auch die durch die Pandemie verunsicherten Kunden Vertrauen in den Nahverkehr fassen. Das Image des ÖPNV, sagt Bärbel Fuchs, Geschäftsführerin der Bayerischen Eisenbahngesellschaft (BEG), habe sich „in der Corona-Krise teilweise gewandelt: vom Träger der Verkehrswende zum gefühlten Gesundheitsrisiko für Fahrgäste. Wir müssen hier in der Tat mehr Überzeugungsarbeit denn je leisten.“

DB
Entdecke mit Freunden oder Familie Deine Region: Mit dem Rheinland-Pfalz-/Saarland-Ticket.
 Jetzt mit DB Regio gemeinsam in die schönsten Ecken der Länder reisen, zum Beispiel zur Deutschen Weinstraße.
 Ab **24€***
 Ticket gilt auch in:
 S, R, RB
 * Ein Tag im Nahverkehr durch Rheinland-Pfalz und das Saarland. Für eine Person 24 Euro. Bis zu 4 Mitfahrer für je 3 Euro. Ticket gilt nicht in Busen und Straßenbahn.
 bahn.de/entdecke-rheinland-pfalz
 Quelle: DB Regio AG

Bahn und Bus zu meiden, dafür besteht kein Anlass. Die Verkehrsunternehmen und die Aufgabenträger setzen auf hohe Hygienestandards. DB Regio reinigt die Züge in dichten Intervallen, im Durchschnitt drei Mal täglich, bei nachfragestarken Verbindungen auch öfter. Besonderes Augenmerk gilt den Kontaktflächen, etwa Türgriffen und Handläufen. Ebenso wichtig ist ein rücksichtsvolles Verhalten der Fahrgäste. Vor allem die Pflicht zur Bedeckung von Mund und Nase, wie sie bei-

Kräften die Fahrgäste zurückgewinnen

hverkehrs sind gestellt. Mit jeweils Änderungen einen Rettungsschirm für den Verkehr wieder zu hundert Prozent. Jetzt zahlen nachziehen.

spielsweise auch in Geschäften besteht, ist Ausdruck eine verantwortungsvollen Verhaltens und gibt Sicherheit. Dass der ÖPNV ein besonderes Risiko darstellen könnte, dafür gibt es auch aus wissenschaftlicher Sicht keine Hinweise. Doch während bei den einen das „neue Normal“ längst akzeptiert ist, setzt es sich bei den anderen erst nach und nach durch. Um den Prozess zu beschleunigen, haben die DB und der Verband der Verkehrsunternehmen (VDV) zwei ähnlich aufgebaute und ausgerichtete Kampagnen entwickelt, die sich gegenseitig verstärken. Inhaltlich geht es zunächst darum, Orientierung zu geben und Unsicherheiten zu nehmen, um dann zur Nutzung des ÖPNV einzuladen. Den Anfang machte die DB, die bereits seit Mai intensiv über ihre Reinigungs-offensive informiert und die Kunden einbezieht. Die Botschaft: Gemeinsam sicher reisen, das geht, wenn alle mitmachen und die Verhaltensregeln beachten. Darauf aufbauend macht die DB seit Juni gemeinsam mit den Tourismusorganisationen der Bundesländer Lust auf Urlaub vor der Haustür.

Deutschland neu entdecken

Die Idee der Kampagne „Deutschland neu entdecken“: Zwischen Flensburg und Freilassing, Boddenküste und Bodensee bietet sich so viel Überraschendes, dass die Reise zu entfernten Zielen ruhig ausfallen kann. Die Weinstraße muss sich nicht hinter der Toskana verstecken, und der Indian Summer kann auch im Spessart stattfinden. „Es geht jetzt darum, unsere Kunden zurückzuholen und den Umsatz im Fern- wie Nahverkehr wieder anzukurbeln. Dafür wollen wir die Bahn als das Verkehrsmittel der Wahl für Urlaub und Naherholung in Deutschland positionieren“, sagt Andreas Schilling, Vorstandsbeauftragter Marketing der DB Regio AG. Um die anspruchsvolle Kam-



Foto: DB AG/Volker Eimersleben

pagne des Nah- und Fernverkehrs umzusetzen, habe man schnell reagiert, Inhalte abgestimmt und „Budgets umgeschauelt“, so Schilling. Was ihn besonders freut: „Auch viele Aufgabenträger konnten wir überzeugen mitzumachen und in den Regionen für die Ländertickets zu werben.“

Mit Abstand das beste Verkehrsmittel

Ende Juli hat der VDV gemeinsam mit dem Bund, den Ländern, Kommunen und Verkehrsunternehmen die Kampagne #BesserWeiter gestartet, die digital und analog, in redaktionellen und sozialen Medien sowie in Plakatform im Umfeld großer Stationen ausgespielt wird. Im Mittelpunkt stehen zunächst der Dank an die Alltagshelden der Nahverkehrsbranche, die im Lockdown die Mobilität aufrechterhalten haben, verbunden mit Informationen zu den Hygienemaßnahmen im ÖPNV und den Verhaltensregeln für die Fahrgäste. Dabei wird die Maske von der lästigen Pflicht zum individuellen und kreativen Statement – genauso vielfältig wie die Menschen, die den ÖPNV nutzen. Im zweiten Schritt zielt dann auch #BesserWeiter darauf ab, Fahrgäste zurückzugewinnen, und präsentiert den ÖPNV wortspielerisch als „das mit Abstand beste Verkehrsmittel“. VDV-Präsident Ingo Wortmann: „Wir wollen mit der Gemeinschaftskampagne verlorengegangenes Vertrauen bei den Fahrgästen zurückzugewinnen und wieder mehr Menschen von Bus und Bahn überzeugen. Nur so können wir weitere Fahrgeldverluste vermeiden und die Klimaschutzziele erreichen.“ ■

■ Mehr zu diesem Thema im E-Paper

„Schön, dass Du da bist“

Mit einer Kampagne begrüßt DB Regio Bus die Fahrgäste zurück an Bord. Die Botschaft: „Schön, dass Du da bist.“ Bundesweit bekommen die Fahrgäste das auf Plakaten, einer Website und auf ausgewählten Fahrzeugen von DB Regio Bus zu sehen, die mit dem Werbemotiv beklebt sind. Es zeigt die neue Normalität im Busverkehr: Eine junge Frau mit Mundschutz steigt ein und wird vom Busfahrer hinter einer transparenten Trennscheibe freundlich empfangen. Das macht deutlich: Auch unter Corona-Bedingungen steht der Bus für sichere Mobilität. Dazu tragen die Fahrgäste durch verantwortungsvolles Verhalten bei, DB Regio Bus sorgt für hygienische Bedingungen im Fahrzeug. Radiospots komplettieren die Kampagne.

Oberflächenbeschichtung im Test

Mit einem Pilotprojekt zur antimikrobiellen Beschichtung der Kontaktflächen in Bussen ist DB Regio Bus NRW Vorreiter im deutschen ÖPNV. Der innovative Wirkstoff minimiert zwölf Monate lang Viren und Bakterien auf Oberflächen. DB Regio NRW testet das Verfahren in Bussen, die in und um Dormagen, Düsseldorf, Wesel und Velbert unterwegs sind. Aufgebracht wird die geruchlose und lösemittelfreie Suspension im Elektrospray-Verfahren. ■

■ Mehr zu diesem Thema im E-Paper



Quelle: VDV

Mireo und Desiro bringen das Rheintal in Fahrt

Neue Züge und mehr Verbindungen zwischen Karlsruhe und Basel

Der kleine Fahrplanwechsel im Juni hat für das Rheintal zwischen Karlsruhe und Basel deutliche Verbesserungen im Nahverkehr gebracht. DB Regio Baden-Württemberg setzt nach der 2017 gewonnenen Vergabe des Rheintal-Netzes ein neues Fahrplan- und Fahrzeugkonzept um. Im fahrplanmäßigen Einsatz befinden sich seit Juni die Doppelstockzüge des Typs „Desiro HC“ von Siemens. Ab September gehen sukzessive bis November auch die einstöckigen „Mireo“-Züge (siehe Foto) in den Fahrplanbetrieb. Als Neuentwicklung des

Herstellers Siemens feiern sie im Rheintal ihre Deutschland-Premiere. Insgesamt beschafft DB Regio für das Netz Rheintal 15 doppelstöckige und 24 Single Deck-Züge. Das Fahrplanangebot wächst in der ersten Stufe um rund 40 Prozent. Weitere Verbesserungen sollen folgen, wenn der Rastatter Tunnel fertiggestellt und der Abschnitt Müllheim – Weil am Rhein durchgehend viergleisig ausgebaut ist.

Vorreiter nachhaltiger Mobilität

„Mit einem attraktiven Verkehrskonzept verbinden wir Nordbaden von Karlsruhe bis in die Schweiz“, so David Weltzien, Vorsitzender der Regionalleitung DB Regio Baden-Württemberg. Verkehrsminister Winfried Herrmann betonte, das neue Angebot sei ein weiterer Baustein, um das Land Baden-Württemberg zu einem Vorreiter nachhaltiger Mobilität zu entwickeln. ■

■ Mehr zu diesem Thema im E-Paper



Foto: DB AG/Uwe Miethe

S-Bahn Nürnberg nimmt neue Züge in Betrieb

Auch bei der S-Bahn Nürnberg gehen neue Fahrzeuge an den Start. Mit insgesamt 27 „Coradia Continental“ verjüngt und modernisiert die S-Bahn bis Dezember ihren Fuhrpark. Neben einer höheren Endgeschwindigkeit (160 km/h) bieten sie vor allem deutlich mehr Komfort als die lokbespannten Einheiten, die sie ersetzen. Anfang August waren bereits 20 der neuen Züge ausgeliefert, 16 befanden sich im Fahrgasteinsatz. „Gerade in Zeiten von Corona geht mein Dank an den Fahrzeughersteller und das Projektteam von DB Regio Bayern, die den termingerechten Einsatz ermöglicht haben“, so Hansrüdiger Fritz, Vorsitzender der Regionalleitung DB Regio Bayern. ■

■ Mehr zu diesem Thema im E-Paper

Pilotprojekt: Neuer Service zeigt Fahrgästen an, wenn's voll wird

In einem Pilotprojekt informieren die S-Bahn Mittelddeutschland und die S-Bahn Dresden ihre Fahrgäste jetzt über die voraussichtliche Auslastung der Züge. Grundlage sind die Daten der letzten 14 Tage aus den automatischen Fahrgastzählensystemen, die mit einer aktuellen Einschätzung fortgeschrieben werden. Angezeigt wird die Auslastung in

der Fahrplanauskunft der Apps DB Navigator und DB Streckenagent sowie unter bahn.de. In Form von Tagesganglinien informieren darüber hinaus die Monitore in den Zügen, Aushänge in Bahnhöfen sowie die Websites der S-Bahnen die Fahrgäste. Der Service richtet sich vor allem an Gelegenheitsfahrer im Freizeitverkehr und Pendler, die flexibel in ihrer

Arbeitszeitgestaltung sind. Sie können sich nun vorausschauend informieren, volle S-Bahnen meiden und auf andere Verbindungen ausweichen. Das trägt auch zu einer insgesamt gleichmäßigeren Auslastung der Züge bei. Eine begleitende Marktforschung soll zeigen, wie sich der neue Service auf das Reiseverhalten auswirkt. ■

„Betawisser“ geben Feedback zum neuen Zugportal

Bei der Weiterentwicklung ihres Zugportals bezieht die S-Bahn Stuttgart die Fahrgäste mit ein. Damit die Inhalte des Informations- und Unterhaltungsportals die Erwartungen möglichst gut treffen, hat die S-Bahn im Sommer die Kampagne „Betawisser“ aufgelegt. Seitenscheiben-Plakate in den Zügen, soziale Medien und die Website der S-Bahn riefen dazu

auf, das Portal zu testen. Ihr Feedback konnten die Teilnehmer bei der Online-Community DB-Kundenblick hinterlassen. „Die Ergebnisse fließen direkt in die Weiterentwicklung ein und garantieren so ein kundennahes Produkt mit tatsächlichem Mehrwert für die Fahrgäste“, sagt Olav Hartmann, Produktmanager Zugportal in der DB Regio-Zentrale. Das Zugportal der

S-Bahn Stuttgart ist im Frühjahr gestartet und steht, ebenso wie WLAN, kostenfrei zur Verfügung. Es bietet ein abwechslungsreiches Angebot, unter anderem mit aktuellen Nachrichten renommierter Medien sowie Kultur und Literatur aus der Region. Intuitive Navigation und ein klares Design sorgen für schnellen Zugriff auf die vielfältigen Inhalte. Sie werden kontinuierlich aktualisiert und sind auf einem Server im Zug hinterlegt, sodass die Netzabdeckung keine Rolle spielt. ■

■ Mehr zu diesem Thema im E-Paper



Betawisser gesucht.
Zugportal testen und tolle Preise gewinnen.

Werde Betatester und gestalte mit Deinen Ideen das neue Zugportal der S-Bahn Stuttgart mit.
Jetzt anmelden: betawisser.zugportal.de



Foto: DB Regio Bus

„Corona kann ein Boost sein“

Frank Klingenhöfer, Vorstand DB Regio Bus, im Interview

Seit 1. April ist Frank Klingenhöfer Vorstand DB Regio Bus. Seit 25 Jahren gehört er dem DB-Konzern an, zuvor leitete er unter anderem DB Regio Mitte (Schiene), DB Regio Südost (Schiene) und die Strategieabteilung des Personenverkehrs. Bei DB Arriva in London sammelte er internationale Erfahrungen.



Foto: DB AG / Thomas Henne

Herr Klingenhöfer, Sie haben mitten im Corona-Lockdown die Verantwortung für DB Regio Bus übernommen. Wie haben Sie das Unternehmen in dieser Ausnahmesituation kennengelernt?

Frank Klingenhöfer: „Ja, beim Bus bin ich vollständig ein ‚Corona-Kind‘ (lacht). Aber Schiene und

Bus haben viel gemeinsam: In Ausnahmesituationen sind wir besonders gut. Den Betrieb herunterfahren, Fahrpläne und Umläufe anpassen, stabilisieren, wieder hochfahren – das klappte völlig reibungslos, auch wenn es natürlich eine Menge Koordinierung erfordert hat.“

Der Lockdown hat auch beim Bus zu einem massiven Einbruch der Fahrgastzahlen geführt. Ist die Talsohle inzwischen durchschritten?

Klingenhöfer: „Wir fahren wieder das Betriebsprogramm wie vor dem Lockdown. Bei den Fahrgastzahlen sehen wir einen Hochlauf, aber wir sind längst noch nicht da, wo wir waren. Wir werden das in diesem Jahr sicher auch nicht aufholen können, auch im nächsten Jahr wird es noch Bremsspuren geben. Aber ich will Corona nicht nur negativ sehen. Corona kann ein Boost sein für überfällige Erneuerungen. Das gilt für den Mobilitätsmarkt insgesamt genauso wie für DB Regio Bus.“

Beginnen wir bei DB Regio Bus ...

Klingenhöfer: „Wir haben schwierige Jahre mit zurückgehenden Gewinnquoten und Umsätzen hinter uns. Es gab eine Reihe von Sanierungsprogrammen, die alle auch ihr Richtiges hatten, aber insgesamt nicht zum Ziel geführt haben. Das schafft natürlich Enttäuschungen.

Corona verordnet uns eine Denkpause, schafft die Chance für Neues. Zum Beispiel: Wie können wir Regionalität und zentrales Know-how besser miteinander verknüpfen? Klar ist, dass Entscheidungskompetenzen und Verantwortung dort angesiedelt sein müssen, wo das Geschäft ist, also vor Ort. Klar ist aber auch, dass es zentrale Steuerung geben muss, damit die Ressourcen der Gruppe zur Geltung kommen und so die Schlagkraft erhöhen.“

Wo sehen Sie die Gründe für die Rückgänge der vergangenen Jahre?

Klingenhöfer: „Vor allem hat sich der Markt immer mehr hin zu einem reinen Preiswettbewerb entwickelt, bei dem austauschbare Dienstleister vorgegebene Betriebsprogramme so günstig wie möglich abspulen sollen. Unsere Kompetenzen zum Beispiel bei der Entwicklung von Angeboten, Verkehrskonzepten und Innovationen kommen da natürlich nicht zum Tragen.“

Eine unumkehrbare Entwicklung?

Klingenhöfer: „Auch da bietet Corona Chancen. Wir müssen neu über den Mobilitätsmarkt nachdenken. Wenn die Krise überwunden ist und die Straßen wieder so voll sind wie zuvor, werden die Leute fragen, ob das denn nun die Zukunft sein soll. Dafür brauchen wir als Branche Antworten, und DB Regio Bus als Deutschlands größter Busbetreiber wird sich da gewiss nicht wegducken. Für uns sieht die Zukunft ganz anders aus und hat auch schon begonnen – zum Beispiel mit intelligenten On-Demand-Konzepten, die für die Kunden attraktiv sind und das Problem der ‚letzten Meile‘ vom und zum Linienverkehr lösen. Das Ziel der Reise unserer Kunden ist ja nicht die Bushaltestelle – die wollen nach Hause, zur Arbeit, zu Freunden. Was der Markt verlangt, wird damit aber deutlich komplexer. Dafür haben wir das Know-how und die Kompetenzen, können Märkte entwickeln und den Aufgabenträgern ein starker Partner sein.“

■ Mehr zu diesem Thema im E-Paper

Kurz notiert

DB Streckenagent für Pendler noch wertvoller

Die App DB Streckenagent informiert im Störfall per Push-Nachricht individuell über die aktuelle Situation und mögliche Alternativen. Seit August sind über die Züge des Nah- und Fernverkehrs hinaus auch die Echtzeitdaten der Busse, Straßen- und U-Bahnen der Verbünde integriert, die in der Reisenden-Informationenplattform der DB hinterlegt sind. Immer besser schneidet die App in der Kundenbewertung ab. Im Juni und Juli erzielte der DB Streckenagent im Appstore-Rating mehr als vier Sterne. ■

Umgerüsteter Bus fährt jetzt elektrisch

In Schleswig-Holstein ist seit Juni der erste von Diesel- auf Elektroantrieb umgerüstete Linienbus im regulären Einsatz. Das Fahrzeug der DB Regio Bus-Tochter Autokraft bedient Linien im Raum Niebüll. Die Umrüstung erfolgte im Rahmen des Projekts PilUDE, das Konzept haben die ISEE Electric Buses GmbH und die GreenTEC Campus in Enge-Sande entwickelt und umgesetzt. Hintergrund des Pilotprojekts sind die langen Lieferzeiten und hohen Kosten batterie-elektrischer Neufahrzeuge. ■

■ Mehr zu diesem Thema im E-Paper

Arne Schneemann leitet Programm „Starker Bus“

In der DB Regio Bus-Zentrale in Frankfurt a. M. leitet jetzt Arne Schneemann das Programm „Starker Bus“, das die DB-Konzernstrategie „Starke Schiene“ ergänzt. Zuvor war Schneemann Vorsitzender der Regionalleitung Nord von DB Regio Bus. Diese Funktion hat zum 1. Juli Daniel Marx übernommen, bisher Bereichsleiter Produktion in der DB Regio Bus-Zentrale, der damit in den Norden zurückkehrt. Marx war bereits zwischen 2013 und 2018 in der Region Nord in Leitungsfunktionen tätig. ■



Fotos: DB AG / Oliver Lang

Neuer Schick in Zug und Bus

Die Farben Burgundy und Blau geben jetzt im Dienst den Ton an

Neue Farben, neue Stoffe, neue Schnitte: Die Eisenbahnerinnen und Eisenbahner der DB in Zügen und Bussen sowie in Bahnhöfen und Reisezentren wechseln die Garderobe. Bei der neuen Unternehmensbekleidung geben „Burgundy“, ein warmes Rot, und klassisches Blau den Ton an. „Ich freue mich sehr über den gelungenen modischen und modernen Neubeginn für unsere Mitarbeitenden, die jeden Tag im Kundenkontakt den Laden am Laufen halten.“, so DB-Chef Richard Lutz.

Rollout in Etappen

Auch bei DB Regio hat am 1. August der Rollout begonnen. Er erfolgt in zwei Etappen. Ausgestattet werden derzeit die rund 9.300 Kolleginnen und Kollegen von DB Regio Schiene aus den Regionen Baden-Württemberg, Mitte und

NRW, den S-Bahnen Berlin, Rhein-Main und Stuttgart sowie den RegioNetzen. Im 1. Quartal 2021 folgen rund 8.400 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus den Regionen Bayern, Nord, Nordost und Südost sowie den S-Bahnen Hamburg und München. Ebenfalls schrittweise erhalten bei DB Regio Bus rund 6.800 Beschäftigte im Kundenkontakt das neue Outfit.

Entworfen hat es der Stardesigner Guido Maria Kretschmer. Aber auch die Praxiserfahrungen von rund 60 DB-Beschäftigten sind in die Kollektion eingeflossen. Thorsten Woltjes, Busfahrer bei der Weser-Ems-Busverkehr, hat den Entstehungsprozess begleitet und freut sich über das Ergebnis: „Die neue Unternehmensbekleidung trägt sich echt hervorragend und fühlt sich angenehm an.“ ■

■ Mehr zu diesem Thema im E-Paper

Die ultimative Playlist: ein Fest für die Ohren

Die Feier zum 20-Jährigen der Allianz pro Schiene musste ausfallen. Aber die Playlist, die das Bündnis für diesen Anlass zusammengestellt hatte, wird die Corona-Krise überdauern. Acht Stunden Musikgenuss auf Spotify, 123 handverlesene Titel aus mehr als 1.200 Vorschlägen. Bob Marley, Bruce Springsteen, Eric Clapton, AC/DC, David Bowie,

Rolling Stones – alle Großen der Rock- und Popgeschichte sind dabei, aber auch Entdeckungen wie MC Fitti mit „Penn' in der Bahn“ oder schräger Elektropop der Band Triebwagen („Wir fahr'n Eisenbahn“). Reinhören lohnt. Und sollte die Allianz pro Schiene ihr 25-Jähriges groß feiern, kann man dazu auch tanzen. ■

■ Mehr zu diesem Thema im E-Paper

Im Baklava-Business

Ein Familienclan, eine rasante Story, Gangster-Slang und trockene Dialoge – das sind die Zutaten der Mini-Serie „Das Netz“ der S-Bahn Berlin. Wer sich dabei an die gefeierte TV-Reihe „4 Blocks“ erinnert fühlt, liegt völlig richtig. Schließlich sind mit Rauand Taleb, Sami Nasser und Amer El-Erwadi bekannte 4-Blocks-Darsteller dabei.

Mutig und modern

Aber die S-Bahn Berlin wäre nicht sie selbst, würde sie nach dem „Großstadtdschungel“ (Naturfilm) und dem „Geisterhaus“ (Thriller) nicht auch das Gangsterclan-Genre ironisch und witzig für sich nutzen. Als Parodie verpackt sind selbst die Werbefotos für die S-Bahn. Sie unterbrechen im Shopping-Channel-Format die Handlung, wobei Rauand Taleb kurzerhand vom Baklava-Boten Alim zum smarten Produktpromoter mutiert. „Mutig, experimentell und modern“ nennt Heiko Lindner, Marketing-Chef der S-Bahn Berlin, die Serie im Netflix-Stil. Der Erfolg bestätigt das Konzept. Keine zwei Wochen nach dem Start im Juni wurde „Das Netz“ bereits 1,2 Millionen Mal angeklickt. Offen lässt die letzte Episode allerdings die Frage, wo das Geheimrezept für extra-knuspriges Baklava geblieben ist. Die Fangemeinde meint: Das schreit nach einer zweiten Staffel! ■

■ Mehr zu diesem Thema im E-Paper



Foto: Fischer Appelt

Baklava-Bote Alim (Rauand Taleb, M.) erlebt in der S-Bahn eine Menge schräger Dinge.

Impressum

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

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

Realisation:
idea Kommunikation, Dortmund
Druck:
DB Kommunikationstechnik GmbH,
Karlsruhe

Stand: September 2020

DB Regio im Internet:
www.dbregio.de

Zusatz-Infos im
E-Paper
[www.db-regio.de/
regioaktuell](http://www.db-regio.de/regioaktuell)