Schutzgebühr: 3,20 Euro

VDV Das Magazin

Was uns bewegt. Wen wir bewegen.

Ausgabe Mai 2017

Eine Plattform für alle Wege

VDV und Partner starten Vernetzungsinitiative

Seite 6

VDV-Jahrestagung: Branche blickt auf die Mobilität 2030

Seite 10

Kommunikation: In der Kundenansprache ist alles neu

Seite 12

Jade-Weser-Port: Wie der Schienenverkehr profitieren soll

Seite 26

26 Tiefwasserhafen: Umschlagszahlen steigen nach langer Durststrecke.

12 Image: Verkehrsunternehmen gehen kommunikativ neue Wege.

10 VDV-Jahrestagung: Die Branche trifft sich in Hannover.

16 Interview: Oliver Wolff und Jürgen Fenske zur Lage von SGV und ÖPNV

Der nächste *Schritt*

Egal in welchem Verkehrsverbund oder mit welchen Verkehrsmitteln man unterwegs ist – dass die Kunden mit sprichwörtlich einem Klick die komplette Reisekette buchen und bezahlen können, ist erklärtes Ziel der Branche. Ob gemeinsame Standards für E-Tickets oder interoperable Schnittstellen, die Branche hat in diese Richtung bereits viel Wegstrecke zurückgelegt. Mit der Digitalisierung und Big-Data-fähigen Plattformarchitekturen ergeben sich allerdings ganz neue Optionen, um dieses Ziel den Kunden näher zu bringen und damit letztlich einen höheren Anteil am Modal Split im ÖPNV zu erhalten. Auch wenn man nicht übersehen darf, dass eine Vielzahl der Fahrgäste Stammkunde ist und nicht ständig kreuz und quer durch die Republik mit ganz unterschiedlichen Verkehrsmitteln reist, erwarten sie dennoch eine durchgängige Information für ihre Wege von Tür zu Tür und eine entsprechende Buchbarkeit der Angebote. Hier gibt es noch brachliegendes Potenzial, und für die Branche ergibt sich daraus eine Chance: Gelegenheitskunden, die unsere Angebote durchaus auch in unterschiedlichen Städten einfach und schnell finden und buchen können, stellen ein entscheidendes Marktsegment für neues Wachstum dar.

Der VDV und 20 Initiatoren aus der Branche nehmen sich dieser Herausforderung deshalb im Rahmen einer Vernetzungsinitiative an. Ziel ist nicht eine App für alle, sondern ein Hintergrundsystem, das bereits vorhandene Lösungen intelligent vernetzt. Bei den Kunden auf die (lokale) Marke der Verkehrsunternehmen zu setzen, die seit langem etabliert sind, ist ein Erfolgsfaktor. Künftig allerdings nur, wenn im Hintergrund alle verfügbaren Informationen über die Reise und das dazugehörige Ticketing einfach, schnell und vollständig angeboten werden. Für weiteres Wachstum und um Zugangsbarrieren im ÖPNV abzubauen, die auch öffentlich und politisch immer wieder diskutiert werden, will die Branche von sich aus diesen nächsten, wichtigen Schritt gehen. Diese Initiative, für die sich unser Kollege und VDV-Vizepräsident Knut Ringat politisch starkmacht und für die zahlreiche Akteure mit hoher Geschwindigkeit und sehr unprätentiös an operationalisierbaren Konzepten arbeiten, verdient höchste Anerkennung. Digitalisierter Vertrieb ist ein wichtiger Baustein für zukunftsfähigen und leistungsstarken Öffentlichen Verkehr. Unter der Überschrift „Deutschland Mobil 2030" widmen wir uns im Rahmen der Jahrestagung vom 7. bis 9. Juni in Hannover weiteren entscheidenden Themen für die Zukunft unserer Branche. Lassen Sie uns in Hannover beginnen, diese Zukunft gemeinsam zu gestalten!

Herzlichst Ihr
Jürgen Fenske

VDV Die Verkehrsunternehmen

3 Editorial
Der nächste Schritt

4 VDV im Bild
EBUS Awards 2017 wurden verliehen.

6 Titelstory
Voll vernetzt: Initiative „Mobility inside" legt los.

10 Aus dem Verband
VDV-Jahrestagung: Klimaschutz, Kommunikation und Künstler

12 Hintergrund
Ganz schön frech: So hat sich die Kundenkommunikation verändert.

15 Aktuell
Heinrich Brüggemann, Ex-Chef von DB Regio NRW: Staffelstab übergeben

16 Im Gespräch
„Wir stehen bereit, unseren Beitrag zu leisten": Interview mit Jürgen Fenske und Oliver Wolff

20 Hintergrund
Mit nachhaltiger Beschaffung sparen Verkehrsunternehmen mehr als CO_2.

24 Aus dem Verband
Konferenz: E-Busse sind im Kommen.

26 Unterwegs im Netz
Jade-Weser-Port: Zukunft für dicke Pötte und tiefe Wasser

30 Zu guter Letzt
Gotthard-Panorama-Express bringt Fahrgästen die alte Strecke näher.

VDV Das Magazin als E-Paper unter: www.vdv-dasmagazin.de

EBUS Awards verliehen

In diesem Jahr wurden wieder die EBUS Awards verliehen, der Umweltpreis für Elektrobusse im ÖPNV. Fünf Hersteller und Verkehrsunternehmen wurden für erfolgreiche Projekte und Produkte ausgezeichnet, mit denen sie dazu beigetragen hatten, Batteriebusse einzuführen. Ehrenpreise für ihre Verdienste bei der Förderung und Entwicklung dieser Antriebstechnik erhielten Prof. Dr. Dirk Uwe Sauer von der RWTH Aachen und Bundesumweltministerin Dr. Barbara Hendricks. Sie wurde von der Parlamentarischen Staatssekretärin Rita Schwarzelühr-Sutter vertreten. Weitere Preise gingen an Solaris (Bushersteller), Konvekta (Komponenten), das Fraunhofer-Institut für Verkehrs- und Infrastruktursysteme (Beratung) sowie die Hamburger Hochbahn und die SWB Bonn als Betreiber in großen beziehungsweise mittleren Großstädten. Lesen Sie mehr über die E-Buskonferenz und die Ausstellung „ElekBu“ ab Seite 24.

Preisträger, Laudatoren, Veranstalter und Ehrengäste (v. l.): Rainer Bomba (BMVI), Steffen Rothhardt (Hamburger Hochbahn), Martin Schmitz (VDV), Zbigniew Palenica (Solaris), Heinz Jürgen Reining (SWB), Rita Schwarzelühr-Sutter (Bundesumweltministerium), Wilhelm Lindenberg (Üstra), Stefan Faust (Konvekta), Frank Steinert (Fraunhofer-Institut), Reiner Boland (Konvekta), Prof. Dirk Uwe Sauer (RWTH Aachen), Adolf Müller-Hellmann (Forum für Verkehr und Logistik), Gottfried Rüßmann (DEVK)

Voll vernetzt: „Mobi lity inside“ legt los

In Hamburg mit dem Bus zum Bahnhof, dort in den ICE nach München. Weiter geht es – erst mit der U-Bahn, dann per Carsharing. Und diese komplette Reisekette hat der Fahrgast mit nur einer App organisiert, gebucht und bezahlt. An einer solchen Zukunftsversion arbeitet die Branche schon lange. Jetzt soll es konkret werden: 20 Initiatoren und der VDV haben eine Vernetzungsinitiative gestartet.

Die europäische Politik drängt, und mit ihr die Zeit. Denn erstere fordert ein verkehrsmittelübergreifendes, bundesweit einsetzbares E-Ticket- und Auskunftssystem für den Öffentlichen Verkehr. Spätestens 2019 soll eine solche Branchenlösung stehen. Klappt das nicht, droht die EU, den Vertrieb für Drittanbieter zu öffnen. Der Öffentliche Verkehr riskiert in diesem Fall, seine Rolle als Komplettdienstleister in Sachen Mobilität und besonders das Vertriebsmonopol zu verlieren. Plattformanbieter können im Stadtverkehr zugelassen werden, neue Wettbewerber sich noch stärker zwischen den öffentlichen Verkehrsunternehmen und ihren Kunden positionieren. „Die Branche als verlässlicher Partner der Kunden darf nicht zum ‚Lohnkutscher‘ degradiert werden“, so VDV-Hauptgeschäftsführer Oliver Wolff.

Systeme sollen sich vernetzen

Vor diesem Hintergrund wurde der Verband Deutscher Verkehrsunternehmen von 20 Initiatoren – den „First Movers“ – gebeten, eine Vernetzungsinitiative zu starten. Ziel ist eine Plattformarchitektur, die bereits vorhandene Plattformen der Verkehrsunternehmen und -verbünde bündelt, sodass die komplette Reisekette unabhängig von Reisemittel und -ort geplant und gebucht werden kann. Der Arbeitsname des Ganzen: „Mobility inside“.

Damit will die Initiative ein großes Problem der Branche in Sachen Digitalisierung aus dem Weg schaffen: Über die Jahre haben viele Verkehrsunternehmen und -verbünde ihre eigenen E-Ticket-Lösungen entwickelt. Hinzu kommen die Anwendungen von Drittanbietern. Eine Komplettlösung ist bisher nicht dabei. Es gibt zwar Mobilitätsplattformen – etwa Qixxit aus dem Hause der Deutschen Bahn – die dem Nutzer eine Reisekette zusammenstellen, sogenannte „Broker“. Das Buchen und Bezahlen muss aber überwiegend weiterhin bei den jeweiligen Anbietern erfolgen, also zum Beispiel direkt beim Verkehrsunternehmen.
Andere Anwendungen ermöglichen das Bezahlen, wenn auch eingeschränkt. Dazu zählen etwa die E-Ticket-Apps der ÖPNV-Unternehmen, über die nur die Fahrkarte für den jeweiligen Verbund gekauft werden kann. „Der Markt ist sehr heterogen“, so Oliver Wolff: „Deswegen geht unser Projekt noch über die Roadmap von Bundesverkehrsminister Dobrindt hinaus.“ Dessen Investitionsoffensive begrüßt der VDV: „Aber durch die Förderung von Einzelprojekten darf eine bundesweit einheitliche Lösung nicht noch weiter in die Ferne rücken. Hier sollte jeder einen sinnvollen Teil des Ganzen entwickeln.“ Mit dem Bundesverkehrsministerium sei man sich darin einig. ➔

20
INITIATOREN
und der VDV haben sich für die neue Vernetzungsinitiative zusammengeschlossen. Ziel: ein durchgängiges E-Ticketing.

VERNETZTE INFORMATIONEN – DIGITALES MAGAZIN

Alle wichtigen Informationen, auch zur Vernetzungsinitiative, präsentiert der VDV ab sofort in seinem Newsroom. In dem neu eingerichteten Angebot gibt der Verband einen schnellen und gebündelten Überblick über aktuelle Nachrichten und Dokumente – egal, ob Pressemitteilung, Positionspapier oder Politikbrief. Auf Termine und Veranstaltungen sowie die Kanäle in den sozialen Medien wird ebenfalls hingewiesen. Zudem wird ein weiteres neues Angebot verlinkt: die Online-Version von „VDV Das Magazin". Dort finden Leser seit Ausgabe 1/2017 alle Artikel sowie zusätzliche Fotos und Infos online.

→ www.vdv-dasmagazin.de
→ www.vdv.de/newsroom

Drei Lösungen geplant

Die Vernetzungsinitiative soll eine Durchgängigkeit ermöglichen und auf bisherigen Strukturen wie Delfi und Standards wie dem E-Ticket Deutschland aufbauen. Darauf soll eine neue Anwendung entwickelt werden, die die existierenden Plattformen verknüpft. „Die Systeme müssen miteinander reden können", beschreibt es Oliver Wolff. Dafür lassen die „First Movers" derzeit die Köpfe rauchen: „Die Tage sind lang, Wochenenden werden genutzt. Es ist wie in einem Start-up." 2019 solle „Mobility inside" an den Start gehen. Jedes Verkehrsunternehmen soll es dann nach eigenem Bedarf einsetzen können und somit Teil einer echten multimodalen Mobilitätsplattform werden – zunächst in Deutschland, anschließend in Europa nutzbar. Geplant sind derzeit drei Optionen:

Unternehmen mit eigener Plattform: Wer schon eine geeignete Plattform hat, kann selbst Teil des „Mobility inside"-Hintergrundsystems werden und so die Verknüpfung mit anderen ermöglichen. Der Kunde bleibt in der App „seines" Anbieters vor Ort, kann aber trotzdem eine durchgehende Reisekette buchen. Die lokale Marke bleibt Hauptabsender.

Unternehmen ohne eigene Plattform: Diese Lösung ist vor allem für kleine ÖV-Betriebe gedacht, die noch keine digitalen Produkte anbieten, dieses aber gerne auch unter der eigenen Marke tun wollen. Sie können „Mobility inside" als Full-Service-Modell übernehmen, ohne selbst Ressourcen in die eigene Entwicklung stecken zu müssen. Natürlich müssen lokal Voraussetzungen geschaffen werden. Dafür sollen die Unternehmen Unterstützung erhalten.

Zwischenlösung: Diese richtet sich an Unternehmen, die sich in Sachen digitales Ticketing zwischen den Erstgenannten befinden. Sie können die gemeinsame App und das Hintergrundsystem nutzen und einzelne Bausteine zu ihrer eigenen Lösung hinzufügen. Konkret geht es etwa um zusätzliche Module für das Vertriebs- und Kundenmanagement. Auch hier bleibt die Unternehmensmarke der Absender des Services.

Der Zeitplan zur Umsetzung ist straff. Im November 2016 haben die Initiatoren einen „Letter of Intent" unterschrieben. Bis Ende Juli 2017 soll eine Entscheidungsgrundlage für das weitere Vorgehen erstellt werden. Danach beginnt die eigentliche Umsetzung. Bei der VDV-Jahrestagung im Juni (siehe Seiten 10-11) soll das Projekt den Teilnehmern vorgestellt werden – mithilfe eines Demonstrators, der die Funktionsweise von „Mobility inside" veranschaulicht.

Das Rad wollen der VDV und die „First Movers" dabei nicht neu erfinden – Technologie und Know-how aus vorhandenen und im Rahmen der Roadmap entwickelten Systemen wollen sie nach Möglichkeit einbinden. Dazu zählen etwa Dimo-OMP, das für „Mobility inside" zu einer multimodalen Buchungsplattform weiterentwickelt werden soll, die Verbindungsauskunft Delfi oder auch die VDV-Kernapplikation (siehe Stichwortverzeichnis, rechts). „Mit Letzterer hatten wir 2005 zwar einen Standard gesetzt, der sich mittlerweile etabliert hat", sagt Oliver Wolff: „Allerdings wird sie von jedem anders genutzt, weswegen sich die Systeme unterschiedlich entwickelt haben. Es fehlt an der überregionalen Harmonisierung und der homogenen Umsetzung." Mit „Mobility inside" soll der Branche nun endlich der Durchbruch gelingen. „Und wenn wir auch in Zukunft ‚der' Mobilitätsdienstleister unserer Kunden bleiben wollen", so Oliver Wolff weiter, „muss es klappen. Wir sind zum Erfolg verurteilt."

> *Wenn wir auch in Zukunft ‚der' Mobilitätsdienstleister unserer Kunden bleiben wollen, muss ‚Mobility inside' gelingen.*
>
> **Oliver Wolff,**
> *VDV-Hauptgeschäftsführer*

Der aktuelle Stand

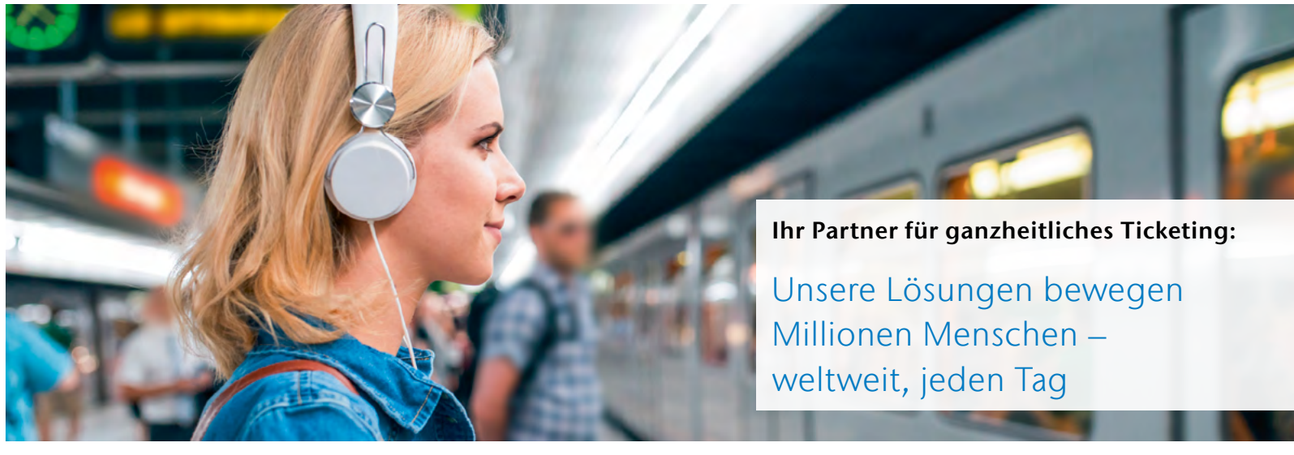
„Mobility inside" baut auf bereits existierende Projekte auf und soll zum Teil deren Technologie und Know-how nutzen. Ein Überblick:

VDV-Kernapplikation und E-Ticket Deutschland
Die Kernapplikation (KA) hat sich als technologischer und organisatorischer Standard für das E-Ticket im deutschen ÖPNV etabliert. Wie für „Mobility inside" geplant, können auch hier Systeme verschiedener Verkehrsbetriebe vernetzt funktionieren. In der Regel kennt man die KA unter ihrem Markenname, dem E-Ticket Deutschland. Innerhalb des E-Tickets Deutschland wurde bislang noch nicht die Interoperabilität zwischen Regionen umgesetzt.

Delfi
Bei der „Durchgängigen Elektronischen Fahrgastinformation" handelt es sich um eine vom Bundesverkehrsministerium initiierte Verkehrsauskunft für den Öffentlichen Verkehr. Getragen wird Delfi vor allem von den Ländern beziehungsweise den Landesnahverkehrsgesellschaften oder Verbundorganisationen sowie von der Deutschen Bahn.

Dimo-OMP
Bei Dimo-OMP („Digitalisierte Mobilität – die Offene Mobilitätsplattform") handelt es sich um ein Projekt der RWTH Aachen zusammen mit der VDV eTicket Service GmbH (ETS) und verschiedenen Partnern. Es wird über das Forschungsprogramm „E-Ticketing und digitale Vernetzung im Öffentlichen Personenverkehr" vom Bundesverkehrsministerium gefördert. Ziel ist es, organisatorische und technische Grundlagen sowie Standard-Architekturen für Plattformen und deren Verknüpfung untereinander zu schaffen.

ANZEIGE

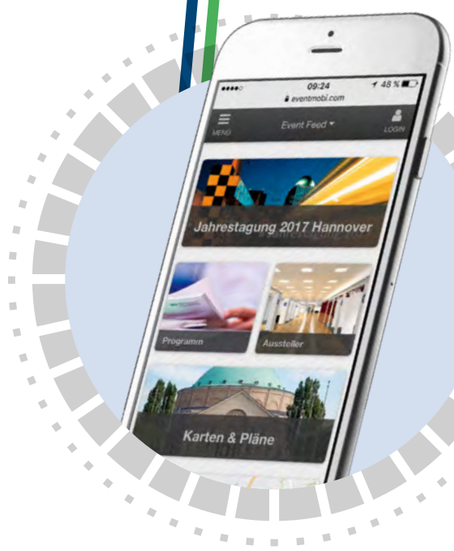


Besuchen Sie uns!
www.scheidt-bachmann.de

SCHEIDT&BACHMANN

Klimaschutz, Kommunikation und Künstler

Der „Coradia iLint" (Foto, l.) fährt emissionsfrei mit Brennstoffzellenantrieb und ist auf einer Fachbesichtigung zu sehen. Auch in diesem Jahr gibt es alle Infos zum Branchentreff per App (r.).



Wie können die von der Bundesregierung geforderten Klimaschutzziele im Verkehrsbereich erreicht werden? Das wird unter dem Leitgedanken „Deutschland Mobil 2030" auf der VDV-Jahrestagung in Hannover diskutiert. Welche Lösungen die Branche schon jetzt anbietet, dürfte auch die Gäste aus der Verkehrspolitik interessieren.

Autonomes Fahren, alternative Antriebe sowie bereits existierende Lösungen für den ÖPNV und den Schienengüterverkehr: Im Jahr der Bundestagswahl hat die Verkehrsbranche einmal mehr allen Anlass, sich auf der VDV-Jahrestagung von ihrer innovativen und leistungsfähigen Seite zu zeigen. Auf der Rednerliste stehen neben Bundesverkehrsminister Alexander Dobrindt auch sein niedersächsischer Amtskollege Olaf Lies sowie Wolfgang Bosbach, Mitglied des Bundestags und langjähriger Vorsitzender des Innenausschusses. Geplant ist, dass sich die politischen Gäste zeigen lassen, welche Möglichkeiten die digitale Vernetzung und der autonom fahrende ÖPNV auf der Straße schon jetzt bieten und in Zukunft noch eröffnen werden.

Ein reges Interesse, schon weit im Vorfeld der am 7. Juni beginnenden Jahrestagung, verzeichnet das Organisationsteam der beiden Gastgeber VDV und Üstra Hannoversche Verkehrsbetriebe AG. Letztere feiert in diesem Jahr ihren 125. Geburtstag. „Unsere Branche trägt eine große Verantwortung für die Bewältigung von Zukunftsthemen, die die ganze Gesellschaft angehen", schreiben Vorstandsvorsitzender André Neiß und Wilhelm Lindenberg, Vorstand Betrieb und Personal, in einem Grußwort an die Teilnehmer. Mit politischer Unterstützung werde die Branche diese Herausforderungen zum Wohl des Landes meistern, so die Vorstände weiter.

Am Veranstaltungsort Hannover Congress Centrum (HCC) wird es am 8. Juni neben dem verkehrspolitischen Hauptthema „Deutschland Mobil 2030" in den einzelnen Foren um die digitale Vernetzung im ÖPNV, um den Beitrag des Eisenbahnverkehrs zur Verkehrswende sowie um die Herausforderungen bei der Kommunikation von Verkehrsprojekten gehen.

Für besonderes soziales Engagement im Verkehrsbereich wird auch in diesem Jahr der Preis „Talent im ÖPNV" verliehen. Ausreichend Gelegenheit zum Austausch und Feiern wird es auf dem legeren Treffabend im VIP-Bereich der HDI-Arena – dem Stadion von Hannover 96 – sowie auf dem Festabend im Kuppelsaal des HCC geben. Im feierlichen Rahmen zeigt das Varieté-Theater GOP Auszüge aus seinem Programm „Metropolitan". Eigens für das Üstra-Jubiläum haben die Künstler eine Show mit Bezug zum Nahverkehr erarbeitet. Sie ist in der niedersächsischen Landeshauptstadt ab August für einige Wochen zu sehen.

Einmal mehr wird es nicht nur inhaltlich um Vernetzung gehen. Wie schon auf der Jubiläums-Jahrestagung im vergangenen Jahr in Dresden können die Teilnehmer wieder die Veranstaltungs-App auf ihr Smartphone, Tablet oder ihren Laptop laden. Die App bietet nicht nur die aktuelle Liste von Referenten und Programmpunkten, sondern informiert auch über Räume und Veranstaltungsorte. „Nutzen Sie die App, um auch auf diesem Weg miteinander in Kontakt zu kommen und sich untereinander zu vernetzen", appelliert Lars Wagner, Leiter Kommunikation beim VDV, an die Teilnehmer. Zudem besteht über die App die Möglichkeit, sich mit Fragen und Kommentaren an den Diskussionen zu beteiligen.

Die Tagung endet am Freitag, 9. Juni, mit Fachbesichtigungen. Demonstriert werden der Betrieb mit E-Bussen auf der Erlebnislinie 100/200, ein Fahrer-Assistenzsystem zur Kollisionsvermeidung sowie der Nahverkehrstriebwagen „Coradia iLint", der emissionsfrei mit Brennstoffzellenantrieb fährt.

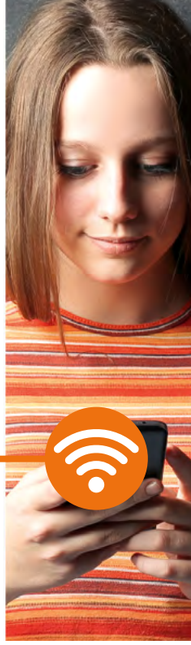
Weitere Infos zur Jahrestagung und zum Download der App gibt es unter: www.vdv.de/jahrestagung.aspx

Hier geht es zur Browser-Version der mobilen App: www.vdv.de/jahrestagung--mobile-app.aspx

ÜSTRA FEIERT 125-JÄHRIGES BESTEHEN

Mit ihren Bussen und Bahnen befördert die Üstra Hannoversche Verkehrsbetriebe AG jährlich 176 Millionen Fahrgäste. In der niedersächsischen Landeshauptstadt ist die Zufriedenheit mit dem örtlichen Verkehrsunternehmen groß. Im aktuellen Kundenbarometer geben die Fahrgäste die Note „sehr gut". Bis 2038 läuft der Dienstleistungsauftrag, der die Üstra mit dem Betrieb der Busse und Stadtbahnen betraut. Das Unternehmen arbeitet verstärkt daran, die Mobilität im Großraum Hannover immer enger multimodal zu vernetzen und auf besonders umweltfreundliche Antriebe zu setzen. Zu mehr als 50 Prozent besteht die Busflotte aus Hybridfahrzeugen. Ziel ist es, die Flotte auf Elektroantrieb umzustellen. Dafür testet die Üstra seit vergangenem Jahr E-Busse im Regelbetrieb. Das Verkehrsunternehmen betreibt seine Stadtbahnflotte aus 302 Wagen schon seit 2015 mit emissionsfrei produziertem Strom.

„Ärmel hochkrempeln für Frankfurt Rhein-Main“: Mit diesem Slogan und den Gesichtern der Mitarbeiter bewarb der RMV die Bauarbeiten am S-Bahntunnel. Links: Dieses Motiv der BVG ging viral.



Ganz schön frech

Schnell, auf Augenhöhe und mitunter ziemlich frech: Die Digitalisierung hat nicht nur die Produkte im ÖPNV verändert, sondern auch die Kommunikation. Diese hat sich zunehmend professionalisiert. Vor allem der Kundendialog in den sozialen Medien ist nicht mehr wegzudenken. „VDV Das Magazin“ präsentiert besonders gelungene Beispiele.

Eine U-Bahn fährt auf dem Foto durchs verschneite Berlin. „Kaum ist Fashion Week, schon liegt überall weißes Pulver“, hat das Social-Media-Team der Berliner Verkehrsbetriebe frech dazu getextet. Das Bild geht in den sozialen Netzwerken viral, wird geteilt, gelikt und kommentiert. Und die BVG hat sich einmal mehr die Aufmerksamkeit der Online-Republik gesichert. Wie so oft seit 2015. Denn hinter solchen Posts – also Beiträgen in den sozialen Medien – steckt der größte Marketingerfolg in der Geschichte des Unternehmens. Seitdem es 2015 die Kampagne „Weil wir dich lieben“ lanciert hat, ist es damit in aller Munde – und zeigt, dass auch die gerne mal als konservativ bezeichneten Verkehrsunternehmen auf der Klaviatur moderner Kommunikation spielen können.

Dabei sah es am Anfang ganz anders aus: „Charmeoffensive der BVG geht nach hinten los“, titelte etwa der „Spiegel“. Was war passiert? Im Januar 2015 hatten die Berliner ihre neue Kampagne gestartet. Flankiert wurde sie zwar auch durch Außenwerbung. Im Mittelpunkt standen aber die sozialen Medien: Facebook, Twitter, Youtube und Instagram. Auf diesen rief das Social-Media-Team die Follower auf, ihre schönsten BVG-Momente zu posten. Was folgte, war eine Flut hämischer Kommentare und reihenweise Kritik. „Ein kalkulierter Shitstorm“, heißt es bei den Verkehrsbetrieben. „Das war für viele eine Steilvorlage, erst einmal allen angestauten Ärger loszuwerden“, blickt Dr. Martell Beck, Bereichsleiter Vertrieb und Marketing bei der BVG, zurück. Doch der Ton habe sich rasch geändert, und schließlich sei das erste Ziel jeder Kampagne Aufmerksamkeit. „Und die hatten wir.“

Das Durchhaltevermögen der BVG und ihres Vorstands, der treibenden Kraft hinter der Kampagne, hat sich gelohnt: Heute gilt sie als eines der gelungensten Beispiele für digitale Kommunikation in Deutschland. Die Social-Media-Manager – eine externe Agentur in Zusammenarbeit mit der BVG-Marketing-Abteilung – begegnen den Usern auf Augenhöhe, mit viel Witz und Selbstironie. Auf verständliche Kritik reagieren sie angemessen und schnell. Wüste Beschimpfungen oder Hass-Kommentare kontern sie schlagfertig. „Der Ton ist deutlich entspannter geworden, seitdem die Menschen gemerkt haben, dass dort jemand ist, der sich selbst nicht zu ernst nimmt“, sagt Martell Beck: „Ganz konkret zeigt sich das daran, dass die Zahl der Beschwerden deutlich rückläufig ist. Aber einem Menschen, den man sympathisch findet, verzeiht man kleine Fehler ja auch gern.“ Zudem steigen die Fahrgastzahlen – und das mit über drei Prozent stärker als die Einwohnerzahl Berlins.

Die Kampagne der BVG steht damit sinnbildlich für eine Kommunikation, die sich in den vergangenen Jahren auch in der Verkehrsbranche entscheidend verändert und professionalisiert hat – und die ihren Machern deutlich mehr abverlangt. Über die sozialen Medien formuliert sich Kritik schnell und auch hart. Geht es um Großbaumaßnahmen, können hier Gegner wie Befürworter direkt zusammenfinden und sich organisieren. Informationen verbreiten sich zügig – egal, ob wahr oder falsch. Gleichzeitig ist es leichter als früher, eine Beziehung zum Kunden aufzubauen und ihm auf Augenhöhe zu begegnen. „Wir haben hier in den vergangenen Jahren ein hohes Maß an Professionalisierung erlebt – und das ist auch dringend erforderlich“, sagt Ulf Middelberg, Vorsitzender des VDV-Marketingausschusses und Geschäftsführer der Leipziger Verkehrsbetriebe (siehe Interview unten).

Branchenweite Zahlen zum Ausbau der Online-Aktivitäten der ÖPNV-Unternehmen gibt es zwar nicht. Doch feststeht: Die Verkehrsunternehmen bemühen sich heute anders um ihre Kunden. „Viele Jahre war der Fokus auf das Produkt ÖPNV ausgerichtet“, findet Sven Hirschler, Pressesprecher beim Rhein-Main-Verkehrsverbund: „Nun stellen wir unsere Kunden in den Mittelpunkt. Dazu kommt, dass unsere Branche auch für Uber & Co. interessant geworden ist und sich die Erwartungshaltung der Kunden komplett gewandelt hat.“

Wie man diese auch abseits der Netzwerke erfüllen kann, hat der RMV selbst bewiesen – im Zuge einer Sperrung des S-Bahntunnels am Frankfurter Hauptbahnhof. Hintergrundgespräche mit Journalisten zur Maßnahme im Vorfeld, von Anfang →

> *Einem Menschen, den sie sympathisch finden, verzeihen die Nutzer auch mal gerne kleine Fehler.*
>
> **Dr. Martell Beck,**
> *Bereichsleiter Vertrieb und Marketing bei der BVG*

DREI FRAGEN AN
Ulf Middelberg, Geschäftsführer der Leipziger Verkehrsbetriebe und Vorsitzender des VDV-Marketingausschusses

» *Herr Middelberg, man hat den Eindruck, dass sich die Beziehung Verkehrsunternehmen–Kunde grundlegend geändert hat. Stimmt das?*
Ulf Middelberg: Ja. Zwischen Kunden und Verkehrsunternehmen entsteht auf vielen Ebenen eine neue Art von Augenhöhe. Durch die sozialen Medien hat sich nicht nur das Beschwerdemanagement geändert. Das verlangt von unseren Mitarbeitern viel Kompetenz und Eigenständigkeit. Erfolgsfaktoren sind Tempo, Ton und Traute.

» *Einerseits bieten gerade die sozialen Medien die Chance, Kunden stärker einzubinden. Andererseits verbreiten sich auch falsche Fakten schnell und nachhaltig. Was überwiegt?*
Aus unserer Sicht die Chancen. Gerade weil eigentlich alles, was wir tun, öffentlich ist. Wir können mit Social Media direkter auf Kritik eingehen und Gerüchten Fakten gegenüber stellen. Gleichwohl beginnt zum Beispiel Akzeptanz-Kommunikation nicht in den sozialen Medien, sondern viel früher. Sie hängt mit der grundsätzlichen Glaubwürdigkeit zusammen. Und die lässt sich vor allem im Kontakt mit den Menschen vor Ort herstellen. Wir haben in Leipzig etwa eine „Kümmerin“, die bei Bauprojekten von Tür zu Tür geht und mit den Menschen spricht. Das ist der Vorteil von uns Verkehrsunternehmen gegenüber großen Autokonzernen und globalen Playern: Bei uns kann man klingeln.

» *Digitale Kommunikation bindet schnell viele personelle Ressourcen. Können kleinere Verkehrsunternehmen hier überhaupt mithalten?*
Das hat wenig mit der Größe zu tun, eher mit Fokus und Professionalität. Es lassen sich auch mit „Old School“-Mitteln positive Effekte erzielen – etwa mit Newsletter, Website oder SMS-Service. Am Ende geht es darum, gute Beziehungen zu unseren Kunden zu pflegen und neue Services zu entwickeln, für die es eine Zahlungsbereitschaft gibt. Kleine wie große Unternehmen haben über digitale Kanäle die Chance, immer besser zu werden.

Für den Auftritt der Band „von Brücken" im Frankfurter S-Bahntunnel wurden die Bauarbeiten unterbrochen. Mit solchen Maßnahmen steigerte der RMV seine Imagewerte.

> *Viele Jahre war der Fokus auf das Produkt ausgerichtet. Nun stellen wir die Kunden in den Mittelpunkt.*
>
> **Sven Hirschler,**
> *RMV-Pressesprecher*

an ein enger Bürgerdialog sowie die Einbindung der eigenen Mitarbeiter gehörten zum Konzept: „Es gab zum Beispiel Kritik an der Anzahl der Ersatzfahrten. Anstatt das Unternehmen sprechen zu lassen, hatte ein S-Bahn-Fahrer in einem Blogbeitrag den Menschen erklärt, warum der Zug nicht häufiger fahren konnte", erläutert Sven Hirschler. Veröffentlicht wurden solche „Erklärstücke" über die extra eingerichtete Website sbahnbaustelle.de – dem Herz der Kampagne. Diese Geschichten wurden dann wieder von den Medien aufgegriffen. Die Folge: regelmäßige Berichterstattung, fast ohne die klassische PR.

Zudem organisierte der RMV ein Konzert im Tunnel, startete weitere Aktionen. „Wahnsinnig viel Arbeit", blickt Sven Hirschler auf die drei mehrwöchigen Tunnelsperrungen in 2015 und 2016 zurück. Doch sie hat sich gelohnt. Trotz Großbaustelle und Verkehrsbehinderungen verbesserte der RMV seine Image-Werte. Das habe die kontinuierliche Marktforschung ergeben, so Hirschler. Und nicht nur das: Für die erfolgreiche Krisenkommunikation wurde das kleine Team aus RMV-, Deutsche-Bahn- und freien Mitarbeitern zwei Mal ausgezeichnet: mit dem PR-Report-Award 2016 sowie dem Internationalen Deutschen PR-Preis 2017. Sven Hirschler sieht die andere Kommunikation deswegen als Chance: „Die Digitalisierung eröffnet uns einen völlig neuen Zugang zu unseren Kunden. Diese Chance müssen wir konsequent nutzen."

„Komplett lässt sich das Thema Akzeptanz aber nicht kommunikativ über die digitalen Kanäle lösen", schränkt Ulf Middelberg ein. Neue Produkte, etwa in Sachen E-Ticketing und intermodale Reisekette, sichtbare Investitionen – wie in Leipzig die Anschaffung der neuen XL-Trams: Auch das positioniere den ÖPNV und zeige Wirkung. „2016 haben wir in Leipzig ein Plus von zehn Millionen Fahrgästen erreicht. Unsere Strategie aus Modernisierung, fairer Mitarbeitervergütung und Positionierung als Mobilitätsdienstleister scheint also aufzugehen", sagt Middelberg.

FACEBOOK-UMFRAGE: WERBEFAVORITEN DER VDV-FOLLOWER

Nicht jede erfolgreiche Marketing-Kampagne wird bundesweit bekannt. „VDV Das Magazin" hat deswegen die Follower der VDV-Facebook-Seite nach ihren Favoriten gefragt. Zwei ausgewählte Beispiele:

Essener Verkehrs-AG: Der Facebook-Post vom 21. Oktober 2015 wurde hundertfach geteilt und gelikt – und nutzte somit gekonnt die Werbewirksamkeit des Kultfilms „Zurück in die Zukunft II". Protagonist Marty McFly sollte an genau diesem Tag mit seinem zeitreisenden Auto, einem DeLorean DMC-12, in der Zukunft ankommen. Für die EVAG ein Anlass, die eigenen Fahrzeuganschaffungen zu überdenken.

Stadtwerke Ulm: Dass auch witzige Buswerbung funktioniert, beweisen die Stadtwerke Ulm. Das Motiv ist Teil der neuen Kampagne „Verlass dich drauf". Die Botschaft: Versprechen gegenüber den Kunden werden eingehalten.

Eine Liste des VDV-Marketingausschusses mit weiteren Kampagnen finden Sie online:
→ www.vdv-dasmagazin.de

DB Regio NRW: *Staffelstab übergeben*

Er war und ist das Gesicht des SPNV in Nordrhein-Westfalen: Heinrich Brüggemann. Als Chef der Bahntochter DB Regio NRW prägte er den Nahverkehr im Bundesland wie kein anderer. Jetzt hat er sich aus seiner Funktion verabschiedet. Der Branche bleibt er jedoch erhalten.

Die Staffelstabsübergabe konnte anders nicht sein: DB Regio NRW hatte für Heinrich Brüggemann und seinen Nachfolger Andree Bach eine Sonderfahrt im Regionalzug organisiert. An Bord neben Landesverkehrsminister Michael Groschek zahlreiche Weggefährten sowie die Spitzen aus der Verkehrsbranche. Verwunderlich ist das nicht, gilt der 64-Jährige doch als „Mr. Branche": „Heinrich Brüggemann steht für den Schienenverkehr im Land", erklärt Andree Bach, ehemaliger Leiter DB Regio Bus NRW und Nord. „Und eine solche Sachkenntnis habe ich noch nie erlebt."

Bereits 1997 kam Heinrich Brüggemann zur Deutschen Bahn AG, verantwortete zunächst etwa den zentralen Personalbereich der DB Regio AG. 2001 wurde er Vorsitzender der Geschäftsleitung von DB Regio NRW. Damit erlebte und begleitete er entscheidende Umbrüche der Branche wie die Liberalisierung des SPNV. Nicht immer waren diese Erfahrungen positiv: So verlor DB Regio NRW die Ausschreibungen um den RRX und S-Bahnnetze. „Das war ein harter Schlag", räumt Heinrich Brüggemann offen ein. Aber: „Jede Niederlage ist auch eine Chance."

Der gebürtige Castrop-Rauxeler schaffte in seinem Unternehmen einen wichtigen Wandel, auch im Selbstbild: weg vom Komplettanbieter, hin zum Dienstleister rund um die Schiene (siehe auch Interview rechts).

Der Nahverkehr beschäftigte ihn auch abseits der DB. Er engagierte sich in der VDV-Landesgruppe NRW ebenso wie in der Infrastrukturinitiative „Damit Deutschland vorne bleibt". Ein Ziel: die Stärkung des SPNV. Hier müssen die Unternehmen den Wettbewerb auch mal außen vor lassen, mahnt er. Denn der eigentliche Konkurrent sei die Straße. „Deswegen müssen wir als Partner funktionieren, um unseren Anteil am Modal Split zu erhöhen."

Mit seiner Verabschiedung aus der Funktion als Regio-NRW-Chef wird dieses Engagement nicht enden: Bei der Knappschaft Bahn-See hat Heinrich Brüggemann schon zuvor als ehrenamtlicher Vorstand die Interessen der Eisenbahner vertreten – dieses Amt wird er weiter ausüben. „Und alles, was darüber hinausgeht", sagt er lachend, „das werde ich auf mich zukommen lassen."

Er gilt als das Gesicht des SPNV in NRW: Heinrich Brüggemann (vorn), hier bei seiner Verabschiedung aus der Funktion als Chef von DB Regio NRW.

DREI FRAGEN AN
Andree Bach, neuer Chef bei DB Regio NRW und Vorstandsmitglied der VDV-Landesgruppe

» *Herr Bach, Sie haben die Leitung von DB Regio NRW in nicht gerade leichten Zeiten übernommen. Zudem gilt der Markt im Land als hart. Was macht ihn so besonders?*
Andree Bach: Was ist schon leicht? Wettbewerb haben wir überall. Ich komme aus dem Bussektor. Dort herrscht auch harte Konkurrenz. Allerdings ist der Markt in NRW stärkeren Veränderungen unterworfen als in anderen Bundesländern. Viele Neuerungen im Personennahverkehr werden hier bei uns gestartet – rund neun von zehn Piloten. Fahrzeugfinanzierungen, die Segmentierung der Dienstleistungen ... Solche Trends kamen weit überwiegend aus NRW. Was hier ausprobiert wird, setzt Trends für Deutschland.

» *Zuletzt musste Ihr Unternehmen Ausschreibungsverluste hinnehmen. Wie lautet Ihre Strategie für die Zukunft?*
Wir wollen weiter unsere Expertise an den Markt bringen. Es geht nicht darum, DB Regio NRW abzuwickeln. Die anderen Player haben durchaus Bedarf an Dienstleistungen rund um die Schiene, und wir haben das Know-how qualifizierter Mitarbeiter und die entsprechenden Kapazitäten. Wir wollen also neue Perspektiven entwickeln neben unserem Kerngeschäft als Full-Service-Anbieter.

» *Was heißt das konkret?*
Wir bieten einzelne Dienstleistungen an. Zum Beispiel warten wir für unseren Wettbewerber National Express in Münster und Düsseldorf Fahrzeuge. In Münster haben wir gerade erst 4,5 Millionen Euro in eine neue Werkshalle investiert. Zudem stellt sich die Frage, wie der Schienenverkehr in NRW in Zukunft bei so vielen verschiedenen Playern koordiniert werden kann. Auch hier tun sich neue Möglichkeiten auf – schließlich macht DB Regio NRW das bereits seit Jahrzehnten.

„Wir stehen bereit, unseren Beitrag zu leisten“

Wenige Wochen vor der VDV-Jahrestagung und wenige Monate vor der Bundestagswahl haben sich VDV-Präsident Jürgen Fenske und VDV-Hauptgeschäftsführer Oliver Wolff in der Kölner Geschäftsstelle zum verkehrspolitischen Gespräch getroffen.

Die Klimaziele der Bundesregierung können im Verkehrssektor nur erreicht werden, wenn der Öffentliche Verkehr seinen Anteil am Modal Split deutlich ausweitet. Unter den jetzigen Rahmenbedingungen erscheint das jedoch schwierig. Was muss passieren?

Jürgen Fenske: Der Druck zu handeln steigt enorm. Das können Sie in Stuttgart, München, Düsseldorf und wahrscheinlich bald auch in Köln sehen. Hintergrund sind die Urteile dazu, dass kommunale Luftreinhaltepläne nicht eingehalten werden. Inzwischen dämmert allen, dass etwas getan werden muss. Der Klimaschutz und die ständige Verletzung der europäischen Schadstoffgrenzwerte stellen uns vor eine große verkehrspolitische Herausforderung.

Wie soll künftig Mobilität überhaupt noch erhalten werden?

Fenske: Das ist die zweite Herausforderung. Wir werden Mobilität nur gewährleisten, wenn der Öffentliche Verkehr auf Straße und Schiene dem Autoverkehr Marktanteile wegnimmt. Es ist unsere Überzeugung, dass es viele wichtige Instrumente gibt, um das Mischungsverhältnis von Öffentlichem Verkehr, Personenverkehr und Schienengüterverkehr sowie Autoverkehr zu verändern. Das bezeichnen wir als Verkehrswende. Was wir heute haben, reicht bei Weitem nicht aus. Wenn wir jedes Jahr im Januar vor der Presse die Fahrgastzahlen vorstellen, freuen wir uns und sagen: „Wieder ein neuer Rekord.“ Unerfreulich ist, dass wir uns im Mischungsverhältnis der Verkehrsträger zueinander, im Modal Split, so gut wie überhaupt nicht bewegt haben.

Laut Statistik des Bundesverkehrsministers liegt der Öffentliche Personenverkehr stabil bei 17 Prozent.

Fenske: Wir haben also Stillstand und Flaute. Beim Schienengüterverkehr ist es ähnlich beziehungsweise noch dramatischer. Dort haben wir leichte Rückgänge im Modal Split zu verzeichnen. In Wien und Kopenhagen liegt der ÖPNV-Anteil bei 40 beziehungsweise 35 Prozent. Das ist die richtige Antwort auf die beiden Herausforderungen, Mobilität zu gewährleisten und Klimaschutz praktisch zu begreifen. Solche Veränderungen kann man aber nur in größeren Zeiträumen positiv entwickeln. Deshalb diskutieren wir im VDV gerade unsere Szenarien künftiger Mobilität unter dem Titel „Deutschland Mobil 2030“. Das muss das Ziel der Verkehrspolitik sein. Unsere Botschaft an die neue Bundesregierung lautet: Wir stehen bereit, unseren Beitrag zu leisten. Wir gewährleisten Mobilität und Klimaschutz.

VDV-Spitzenduo: Hauptgeschäftsführer Oliver Wolff (l.) und Präsident Jürgen Fenske formulierten ihre Wünsche an die Verkehrspolitik.

> *Unsere Botschaft an die neue Bundesregierung lautet: Wir gewährleisten Mobilität und Klimaschutz.*
>
> **Jürgen Fenske**

In Kopenhagen und Wien wird vieles durch den Fahrpreis gesteuert. Dort gibt es ein dichtes Netz und ein großes Angebot. Der Kunde zahlt dafür verhältnismäßig wenig. Könnte das Modell auf den deutschen ÖPNV übertragen werden?

Fenske: Nicht eins zu eins. Dafür muss man sich genau ansehen, was etwa in Wien passiert ist. Der Fahrgastzuwachs kam im Wesentlichen nicht durch das viel zitierte 365-Euro-Jahresticket zustande, sondern durch ein unglaubliches Ausbauprogramm der Wiener U-Bahn. Das ist der erste Schritt: Investitionen in den Ausbau und in die Modernisierung der Systeme. Im zweiten Schritt kann man sich sicherlich über attraktive Preisgestaltung unterhalten. Zudem muss man sich auch die Finanzierungssituation anschauen. In Wien gibt es die so charmant bezeichnete „Dienstgeberabgabe“ – eine kommunale U-Bahn-Steuer und damit eine eigene Quelle zur Finanzierung des ÖPNV und des U-Bahn-Programms. So etwas haben wir in Deutschland nicht.

Wolff: Wenn unser System mit Blick auf den Klimaschutz und einen höheren Anteil im Modal Split mehr leisten soll, reden wir über signifikanten Infrastrukturausbau, über Taktverdichtung und längere Fahrzeuge. Wir reden auch über höhere Qualität. Die heutige Qualität im ÖPNV ist in Ordnung. Aber wenn jeden Tag 20 Prozent mehr Leute einsteigen, wird es ungemütlich. Ich glaube jedoch, dass man das bewältigen kann, weil die Möglichkeiten vom Grundsatz her gegeben sind. Wien und Kopenhagen sind gute Beispiele, weil man die Anforderungen nicht allein bei den ÖPNV-Unternehmen abladen kann. Vielmehr ist das eine Grundsatzentscheidung. Die muss durch die Rahmengesetzgebung – also Bundes- und Landespolitik – erfolgen. Und durch die Kommunen, weil es auch um städtischen Umbau und Erweiterungsbau geht, und natürlich durch das operativ verantwortliche Verkehrsunternehmen. Nur wenn alle im gleichen Interesse und Willen unterwegs sind, lässt sich das machen.

Fenske: Bei der Finanzierung sehe ich die Verantwortung auf Bundes-, Landes- und auf kommunaler Ebene, wie es sich seit Jahren bewährt hat. Die Kommunen leisten eine ganze Menge. Die wesentliche verkehrspolitische Herausforderung ist für uns in der nächsten Legislaturperiode, den geschlossenen Finanzierungskreislauf „Auto finanziert Auto“ aufzubrechen und wie in der Schweiz „Verkehr finanziert Verkehr“ zu realisieren. Also: Öffnung der Mauteinnahmen für den ÖPNV. Und was wird 2019 aus dem Soli? Wir schlagen schon lange vor, daraus einen Infrastruktur-Soli zu machen und außerdem einen höheren Anteil an der Mineralölsteuer zweckgebunden für den Öffentlichen Personenverkehr zu verwenden.

Was kann die Branche tun, um Zugangsbarrieren abzubauen und mehr Fahrgäste in den ÖPNV zu holen?

Wolff: Ich glaube, dass das Thema Ticketing sehr relevant ist. Es ist nicht hilfreich, dass selbst die Spezialisten unserer Branche in anderen Städten nicht wissen, welchen Fahrschein sie brauchen. Sie können sich das dann am Automaten erarbeiten, aber das dauert. Wenn ich mir die Frage stelle, wie wir schnell mehr Leute für den ÖPNV gewinnen können, dann wohl nicht mit Planfeststellungsverfahren und neuen Infrastrukturen. Das Ticketing halte ich für das am leichtesten lösbare Thema – im Verhältnis zum Aufwand bei anderen Themen. Wenn man locker einsteigen könnte, ohne nachzudenken, dann wäre das eine große Hilfe.

Fenske: Über das Thema Ticketing gibt es keine zwei Meinungen. Da gibt es ein enormes Potenzial, das noch nicht ausgeschöpft ist. Und das ist neben – und nicht nach – der Infrastruktur und Finanzierung eine sehr zentrale Frage beim Thema „Deutschland Mobil 2030“ und Verkehrswende.

Gerade in Ballungsräumen entdeckt die Sharing-Economy den Markt und probiert neue Konzepte aus. Sehen Sie das als Gefahr?

Fenske: Nein, sondern eindeutig als Ergänzung. Wer ein Leihauto oder ein Leihrad nutzt, ist ÖPNV-affiner und mischt die Verkehrsträger, um eine durchgehende Reisekette zu haben. Insofern ist das eine Chance. In den Städten gibt es bei dieser Smart Mobility eine sehr gute Entwicklung, die sicherlich noch nicht am Ende ist. Daher sehe ich noch viel Potenzial.

Haben Sie keine Angst, die Kunden an Google, Uber & Co. zu verlieren?

Fenske: Nein, überhaupt nicht.

Wolff: Die Frage ist doch, ob ich Kunden an eine Plattform oder an einen physischen Transporteur verliere. Bei Letzterem habe ich relativ wenig Sorge. Wenn es uns gelingt, dass insgesamt mehr ÖPNV genutzt wird und das Volumen insgesamt gesteigert wird, dann wird es Player geben, die daran ebenfalls partizipieren. →

> *Ich wünsche mir von der neuen Bundesregierung, dass sie sehr schnell ein verkehrspolitisches Gesamtkonzept erstellt.*
>
> **Oliver Wolff**

Die nächste Frage wäre, wer dem Kunden sagt, mit welchem Vehikel er von A nach B kommt. Ich bleibe dabei: Das müssen wir selbst in der Hand haben. Wir müssen selbst Plattform sein.

Der wachsende Marktdruck erfordert an dieser Stelle den entsprechenden Ordnungsrahmen. Was erwarten Sie in der nächsten Legislaturperiode vom Personenbeförderungsgesetz in dieser Hinsicht?

Fenske: Angesichts der neuen und vielfältigen Angebote – sei es von Uber oder der Autoindustrie, die ihre Palette als Mobilitätsdienstleister abrundet – wird es ganz sicher eine politische Diskussion im Rahmen des Personenbeförderungsgesetzes geben. Im Sinne von mehr ÖPNV ist klar, dass der regulatorische Rechtsrahmen so im PBefG gestaltet werden muss, dass der ÖPNV nicht behindert oder benachteiligt wird.

Wolff: Wenn der ÖPNV ein Faktor im Klimaschutz werden soll, wird sich das System durch mehr Infrastruktur, neue emissionsarme Fahrzeuge oder durch Taktverdichtung verteuern. Da ÖPNV zumindest in den Großstädten keine kommerzielle Angelegenheit ist, wird wohl auch der Rechtsrahmen dafür sorgen müssen, dass das in gesicherten Bahnen zu leisten ist. Eine Frage ist, ob bei den sich ändernden Rahmenbedingungen ÖPNV überhaupt noch eigenwirtschaftlich zu erbringen ist oder ob das, zumindest an einigen Stellen, unmöglich wird. Falls es nur möglich ist, ÖPNV durch öffentliche Kofinanzierung zu erbringen, ist das Ergebnis eindeutig: Die Debatte um Eigenwirtschaftlichkeit und kommerzielle Leistungserbringung wäre dann an dieser Stelle absurd. Dann reden wir über Daseinsvorsorge, bei der die Region entscheiden muss, welches Verkehrsangebot sie haben will. Wenn sie das nicht kräftig mitfinanziert, findet es nicht statt. Zur Wahrheit gehört auch, dass ein Verbundtarif nicht nur gemacht wird, um Leuten ÖPNV möglichst preiswert anzubieten, sondern damit Leute in den ÖPNV einsteigen und andere verkehrspolitische Ziele erreicht werden. Aber wenn man den notwendigen Tarif, den ein Unternehmen haben muss, um eigenwirtschaftlich arbeiten zu können, zum Ansatz bringt, fährt keiner mehr mit. Denn dann kostet die Fahrkarte halt 6,50 Euro.

Fenske: Das ist so. Am Ende des Tages wird allerdings der Aufgabenträger definieren, welche Ziele er mit dem ÖPNV verfolgt. Und da geht es auch um die Frage der Finanzierbarkeit. Ob es Eigenwirtschaftlichkeit in zehn, 15, 20 Jahren noch gibt, wird sich zeigen – ich persönlich glaube das allerdings.

Klimaschutz und Wirtschaftlichkeit sind große Fragen, denen sich auch der Schienengüterverkehr zu stellen hat. Reicht das, was die Bundesregierung gegen Ende der Legislaturperiode unternimmt, um den SGV als maßgeblichen Player zukunftsfähig zu machen?

Wolff: Der VDV hat sich maßgeblich in den Masterplanprozess des Bundesverkehrsministeriums eingebracht – und zwar im Interesse der Gesamtbranche bis hin zu den Verladern. Die Maßnahmen, die die Rahmenbedingungen, Infrastruktur und technische Innovationen betreffen, sind ein abgerundetes Paket – sehr operativ und sehr umsetzungsnah. Wenn es so durch die Politik umgesetzt wird, schafft es den finanziellen Rahmen, tatsächlich etwas zu leisten. Nehmen wir die automatischen Kupplungen als Beispiel: Die können nur kommen, wenn in dieser Branche Mittel freigesetzt werden, solche Innovationen zu tätigen. Wenn die Trassenpreise im Schienengüterverkehr halbiert würden, wie wir es fordern, stünden wirklich zusätzliche Mittel zur Verfügung. Der Preisvorteil soll an die Kunden weitergegeben werden, um von der Straße wieder Verkehre auf die Schiene zu bekommen und technische Innovationen zu ermöglichen.

Was hat die Branche dazu bisher geleistet?

Wolff: Alles erdenklich Mögliche, um das aktuelle Transportvolumen zu stemmen. Vor möglichen Innovationen gilt es zunächst einmal, die Situation durchzustehen. Das haben alle Beteiligten erkannt.

Was wir vom Masterplan Schienengüterverkehr erwarten dürfen, ist gut und muss umgesetzt werden. Letztlich ist es sozusagen ein Vertrag zwischen den Verkehrsunternehmen und der Politik. Der eine gibt die Möglichkeiten, und der andere nutzt sie. Darauf warten viele Unternehmen.

Welches verkehrspolitische Ergebnis wünschen Sie sich nach den Koalitionsverhandlungen der neuen Bundesregierung?

Fenske: Ich glaube, dass die in Summe ordentliche Arbeit in dieser Legislaturperiode dann fortgesetzt wird. Die Notwendigkeiten zu Veränderung im Verkehrssektor sind ja parteiübergreifender Konsens. Dazu haben sowohl die Daehre-Kommission als auch die Bodewig-Kommission wichtige Beiträge geleistet. Und der VDV hat die Infrastruktur mit auf die Agenda geholt. Da haben wir einige messbare Fortschritte erzielt. Aber die Politik muss ihre Arbeit jetzt mit höherer Schlagzahl im Sinne einer Verkehrswende und von „Deutschland Mobil 2030" fortsetzen. Wir sind optimistisch, dass sich dazu auch die passende Koalition findet.

Wolff: Ich wünsche mir von der neuen Bundesregierung, dass sie nicht nur einzelne Verkehrssysteme betrachtet und ihnen hilft – oder auch nicht hilft–, sondern sehr schnell ein verkehrspolitisches Gesamtkonzept erstellt und Mobilität in Deutschland insgesamt definiert und weiterentwickelt. Im Grunde müsste man innerhalb von 24 Monaten in der Lage sein, mit einer ganzheitlichen Strategie ins Operative überzugehen. Zusätzlich wünsche ich mir, dass der Städtebau ins Verkehrsministerium zurückkommt. Denn beide Bereiche haben viel miteinander zu tun. Das gilt allerdings auch fürs Digitale.

> *Die Politik muss ihre Arbeit mit höherer Schlagzahl im Sinne einer Verkehrswende und von „Deutschland Mobil 2030" fortsetzen.*
>
> **Jürgen Fenske**

Bitte sagen Sie uns zum Abschluss, warum es in diesem Jahr besonders wichtig ist, an der VDV-Jahrestagung teilzunehmen.

Fenske: Es ist klug, jedes Jahr zu kommen, weil wir über die Jahre hinweg ein hochinteressantes Programm haben und auch in die Zukunft schauen. Im Bundestagswahljahr ist das besonders spannend. Ich glaube, dass wir in Hannover thematisch wie personell – der Bundes- und der Landesverkehrsminister haben sich angekündigt – gut vertreten sind und uns auf die Diskussion sehr freuen dürfen.

Wolff: Zunächst mal: Die Stimmung ist immer gut. Wir haben nicht nur aus der Verkehrspolitik hochinteressante Redner, sondern auch aus gesellschaftspolitischen Bereichen – wie Wolfgang Bosbach. Die Hannoveraner Kollegen von der Üstra werden die Jahrestagung hervorragend ausrichten. Da stehen sie in guter Tradition mit ihren Vorgängern.

„Nicht der Preis entscheidet, sondern die Gesamtkosten“

Der erste Euro wird bekanntlich im Einkauf verdient. Frei nach dieser Faustregel kann dort auch die erste Tonne CO_2 eingespart werden. Dieses Thema will der VDV-Unterausschuss für Nachhaltigkeit stärker ins Bewusstsein rücken – und appelliert an die Verantwortlichen, bei der Sicht auf die Kosten einen Perspektivwechsel zu wagen.

Auch im vergangenen Jahr ist es Deutschland nicht gelungen, den selbst gesteckten Zielen beim Klimaschutz näher zu kommen. Im Gegenteil: Der Ausstoß des Treibhausgases CO_2 stieg um etwa vier Millionen Tonnen gegenüber 2015 auf rund 906 Millionen Tonnen an. Vor allem der Verkehrssektor – und hier der motorisierte Individualverkehr – hinkt dem Klimaschutzplan der Bundesregierung hinterher. Zahlreiche Verkehrsunternehmen haben sich das Thema Nachhaltigkeit auf die Fahnen geschrieben und nehmen ihre Verantwortung in ihrer Region ernst: in ökologischer, ökonomischer und sozialer Hinsicht. Rückendeckung gibt es vom neuen Vergaberecht. Das trat im April vergangenen Jahres in Kraft. „Es sieht unter anderem vor, dass in allen wesentlichen Phasen bei der Vergabe von Investitions- und Dienstleistungsaufträgen nicht nur Qualität und Innovation ausschlaggebend sein sollen“, erläutert Christof Helfrich, der im VDV-Unterausschuss für Nachhaltigkeit die Sichtweise des Einkaufs einbringt.

Bei der Beschaffung bietet das Vergaberecht Verkehrsunternehmen die Möglichkeit, stärker auf Nachhaltigkeit zu achten.

Im Hauptberuf leitet Helfrich den Zentralbereich Einkauf der Nürnberger N-ergie Aktiengesellschaft, der auch für die Städtischen Werke Nürnberg und das Verkehrsunternehmen VAG zuständig ist. Auch die N-ergie hat in der Unternehmenspolitik „bei Beschaffungsvorgängen Nachhaltigkeit und Energieeffizienz von Unternehmen als Entscheidungskriterium“ verankert, so der Wortlaut. Allein das Beschaffungsvolumen der VAG belief sich im vergangenen Jahr auf 102 Millionen Euro.

> *Die Gestaltung der Vergabekriterien kann den nachhaltigen Dreiklang – sozial, ökologisch, ökonomisch – untermauern.*
>
> **Christof Helfrich,**
> *Leiter Zentralbereich Einkauf N-ergie AG*

In allen Phasen einer Beschaffung – von der Konzeption über die Ausschreibung bis zur Umsetzung – können neben den wirtschaftlichen Kriterien auch umweltbezogene, soziale und innovative Aspekte miteinbezogen werden. Kurz gesagt: die Nachhaltigkeit. Zu diesen Aspekten gehören Eignungskriterien, technische Spezifikationen in der Leistungsbeschreibung, die Zuschlagskriterien und die Bedingungen für die Ausführung des Auftrags. Christof Helfrich sagt dazu: „Nicht der Preis ist entscheidend, sondern die Gesamtkosten.“ Helfrich wirbt bei seinen Kollegen aus den Einkaufsabteilungen der kommunalen Unternehmen beziehungsweise der Verkehrsbetriebe dafür, die Gesamtkosten über die Lebensdauer eines Produkts (Life Cycle Costing) stärker zu betrachten. Denn je nach Sichtweise können die sehr unterschiedlich ausfallen – und möglicherweise dazu führen, dass die Kaufentscheidung zugunsten der weniger nachhaltigen Variante ausfällt. Zum Beispiel bei der Anschaffung eines Diesel- oder Elektrobusses: Werden die Lebenszykluskosten eines Linienbusses rein betriebswirtschaftlich betrachtet, schneidet ein konventioneller Stadtbus mit Dieselantrieb bei den Gesamtkosten deutlich besser ab als sein elektrisch angetriebenes Pendant. Erweitert man jedoch die betriebswirtschaftliche Sichtweise um volkswirtschaftliche Maßstäbe – etwa um die entsprechenden Kosten, die Lärm- und Schadstoffemissionen verursachen – hat der E-Bus die Nase vorn (siehe Grafik oben).

Vergabekriterien nachhaltig gestalten

Unternehmen verfügen über zahlreiche Möglichkeiten, nachhaltige Kriterien in ihren Beschaffungsprozess zu integrieren und so ihre gesellschaftliche Verantwortung in Vergabeentscheidungen umzusetzen. Schon bei der Ausschreibung eines Auftrags und in den Vergabeunterlagen sollten die Kriterien bekanntgegeben werden, nach denen mögliche Auftragnehmer bewertet werden, empfiehlt Christof Helfrich: „Die Gestaltung dieser Kriterien kann den nachhaltigen Dreiklang – sozial, ökologisch, ökonomisch – untermauern.“ Wie sich das auf die Bewertung eines Bieters auswirkt, erläutert Helfrich an einem Beispiel aus der Praxis seines Einkaufs. Der bewertet mögliche Auftragnehmer nach einem Punktesystem. Zum Beispiel bei der Vergabe von Reinigungsarbeiten (siehe Grafik Seite 23): In den Kategorien Leistung, Qualität, Umwelt, Plausibilität und →

LEBENSZYKLUSKOSTEN: ALLES EINE FRAGE DER SICHTWEISE

	Elektrobus (betriebswirtschaftlich-volkswirtschaftlich)	**„Konventioneller“ Stadtbus**[1] (betriebswirtschaftlich-volkswirtschaftlich)	**„Konventioneller“ Stadtbus**[2] (rein betriebswirtschaftlich)
1.) Anschaffungskosten	500.000 €	250.000 €	250.000 €
2.) Instandhaltungskosten	200.000 €	182.000 €	182.000 €
3.) Betriebskosten (60.000 km p.a., 12 Jahre, 1 €/l Diesel, 35 l/100 km bzw. 2,5 kWh/km, 0,12 €/kWh)	216.000 €	252.000 €	252.000 €
4.) CO_2	Für Elektrobusse gibt der Anhang zur SektVO keine Emissionskosten vor. Annahme: Einsatz von Öko-Strom	112.752 €	23.328 €
5.) SO_2		555 €	nicht bewertet, keine Vorgabe
6.) NO_x		117.532 €	1.018 €
7.) PM_{10} (Feinstaub)		14.558 €	34.452 €
Geräusche		63.888 €	nicht bewertet, keine Vorgabe
Gesamtkosten	**916.000 €**	**993.285 €**	**742.798 €**

[1] Quelle: VDV 16.02.2016, Übersicht der E-Bus Projekte in Deutschland, monetäre Bewertung von Schadstoffemissionen aus ‚Best-Practice-Kostenansätze für Luftschadstoffe‘, Anhang B der ‚Methodenkonvention 2.0 zur Schätzung von Umweltkosten‘ Tabelle B7 Seite 12; Grundsätzliche Überprüfung und Weiterentwicklung der Nutzen-Kosten-Analyse im Bewertungsverfahren der Bundesverkehrswegeplanung, Entwurf des Endberichts, März 2014

[2] Quelle: ebd., allerdings wurden die Kostenansätze für Schadstoffe aus der VgV bzw. Sektorenverordnung angesetzt

Preis kann der Bewerber eine maximale Punktzahl erzielen. Je nachdem, welche Bedeutung die jeweilige Kategorie für das Unternehmen besitzt, bewegt sich diese Punktzahl zwischen neun und 40. Der beste Anbieter kann insgesamt 100 Punkte holen, die jeweils höchste erreichte Punktsumme macht dann das wirtschaftlichste Angebot aus.

Ihre Bahnen betreibt die VAG ausschließlich mit Ökostrom.

Innerhalb dieses Rahmens gibt es Gestaltungsmöglichkeiten. „Bei den Eignungskriterien haben wir insbesondere die Aussagen zum Tariflohn bewertet", bringt Christof Helfrich die soziale Komponente des nachhaltigen Dreiklangs ins Spiel: „Schließlich müssen alle Vorschriften aus dem Arbeitnehmerentsendegesetz und dem Mindestlohngesetz eingehalten werden." Beim Thema Mindestlohn sehen die Nürnberger genau hin. Ob die Auftragnehmer alle zugesicherten Standards einhalten, prüft ein speziell für Lieferanten-Audits geschulter Mitarbeiter des Einkaufs nach – auch schon mal nachts und vor Ort.

Die vielfältigen Schnittstellen, die Einkaufsabteilungen innerhalb ihres Unternehmens und nach außen zu Lieferanten haben, böten noch viel Potenzial, den Wandel in Richtung Nachhaltigkeit zu gestalten, ist sich Christof Helfrich sicher. Er ermutigt die Verantwortlichen, schon bei den Ausschreibungen und schließlich bei den Vergabe-Entscheidungen selbstbewusster zu agieren: „Wir alle müssen noch mehr tun."

Wird ein Angebot für Reinigungsarbeiten geprüft, lässt die VAG auch Aussagen zum Tariflohn in die Bewertung einfließen.

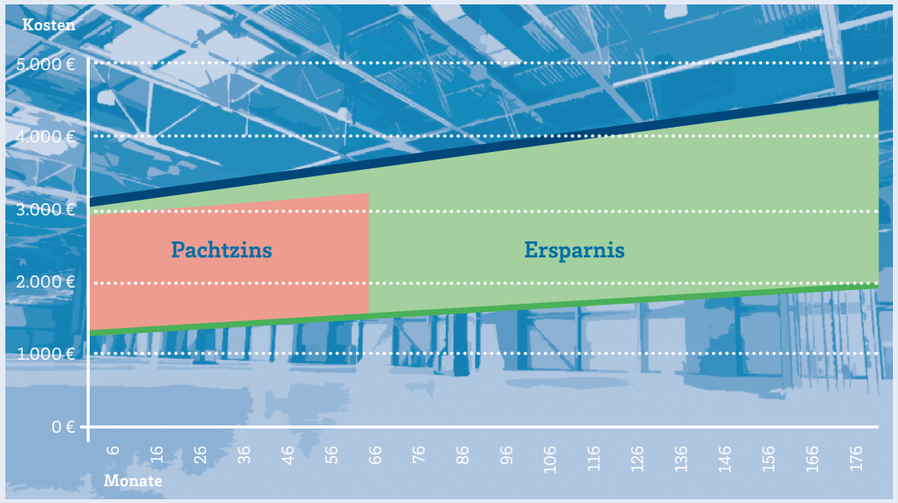
HALLENBELEUCHTUNG AUSGETAUSCHT: PACHTLÖSUNG SPART NACHHALTIG GELD

Nach 35 Jahren im Betrieb war die Beleuchtungsanlage einer großen Buswerkstatt der VAG Verkehrs-Aktiengesellschaft sanierungsbedürftig. Der Energieverbrauch war hoch und die Lichtleistung unzureichend. Um den hohen Energieverbrauch zu reduzieren, die Beleuchtungsanlage wirtschaftlich zu betreiben und das Licht zu verbessern, wurden die bestehenden Leuchtstofflampen durch moderne LED-Technologie ausgetauscht.

Diese Maßnahme in Form einer Pachtlösung setzte die VAG gemeinsam mit dem N-ergie-Tochterunternehmen N-ergie Effizienz GmbH um, die die komplette neue Hallenbeleuchtung zur Verfügung stellt und die Planung und Installation, die Störungs- und Verbrauchsüberwachung sowie die Messung und Dokumentation des Stromverbrauchs übernimmt. Die Finanzierung erfolgt über die Energieeinsparung durch die Anlage.

Der Effizienzfortschritt der neuen Anlage beträgt im Vergleich zur Altanlage 40 Prozent. Insgesamt wurden 682 neue Leuchten installiert mit einer Gesamtleistung von 26 Kilowatt. Im Rahmen der Modernisierung wurde eine gleichzeitig anstehende Aufrüstung der Hallenbeleuchtung auf eine höhere Beleuchtungsstärke (neue Arbeitsstättenrichtlinie) umgesetzt. Bei gleichbleibendem Energieverbrauch ergibt die neue Beleuchtungsanlage fast die doppelte Lichtstärke, was für die Beschäftigten eine enorme Verbesserung bedeutet.

Mit der Umrüstung der Buswerkstatt auf LED-Technik haben sich nicht nur die Arbeitsbedingungen verbessert, sondern die Energie wird auch effizienter eingesetzt und die VAG erzielt einen wirtschaftlichen Nutzen.



VERGABE VON REINIGUNGSARBEITEN: WIE DIE VAG BIETER BEWERTET

Quelle: VAG Verkehrs-Aktiengesellschaft

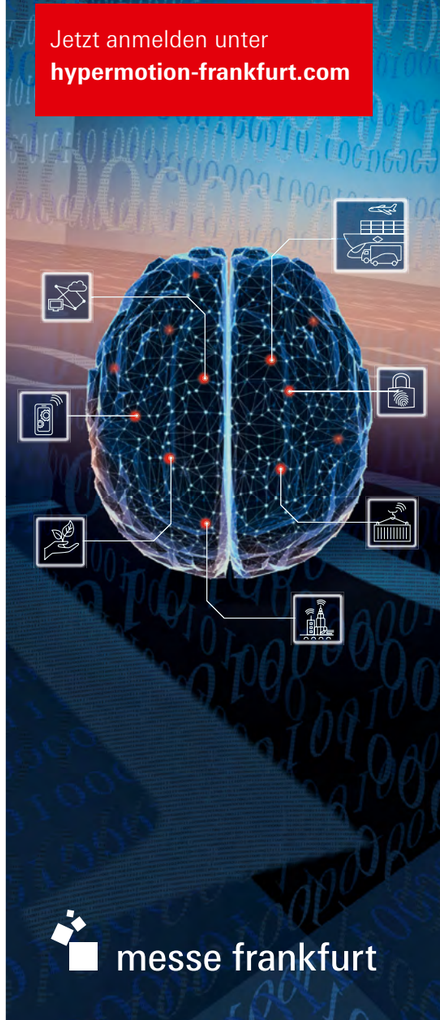
hypermotion

Smarte Lösungen für Mobilität und Logistik

20. – 22. 11. 2017, Frankfurt am Main

Mit der Hypermotion etabliert die Messe Frankfurt die erste Fachmesse, auf der die Digitalisierung intelligenter Verkehrssysteme umfassend abgebildet wird. Präsentieren Sie Ihren Beitrag zur Mobilität von morgen. Und vernetzen Sie sich am internationalsten Messestandort Deutschlands mit den Impulsgebern der Branche!

Jetzt anmelden unter
hypermotion-frankfurt.com



messe frankfurt

> *Es geht es nicht mehr darum, ob sich die Technologie durchsetzt, sondern letztlich um die Frage, wann es soweit sein wird.*

Rainer Bomba,
Parlamentarischer Staatssekretär im BMVI

> *Wir müssen unsere Elektrobusse wettbewerbsfähig machen. Ohne entsprechende staatliche Unterstützung wird dies nicht möglich sein.*

Rita Schwarzelühr-Sutter,
Parlamentarische Staatssekretärin im BMU

Elektrobusse sind im Kommen

Immer mehr europäische Verkehrsunternehmen erproben Batteriebusse. Dass die Fahrzeuge mit der noch vergleichsweise jungen Antriebstechnik im ÖPNV langsam, aber sicher an Bedeutung gewinnen, zeigte sich erneut auf der Konferenz „Elektrobusse – Markt der Zukunft!"

Um Fahrzeuge, Komponenten und Dienstleistungen drehte sich die Ausstellung „ElekBu", die eng mit der Elektrobuskonferenz verzahnt war.

Angesichts der erforderlichen CO_2-Einsparungen und der Diskussion um die Luftreinhaltung in den Städten gelten Batteriebusse auch in der Politik zunehmend als ein Teil der Lösung – wie der gesamte ÖPNV. Europaweit testen Verkehrsunternehmen in 60 Städten die neue Antriebstechnik, erläuterte Dr. Michael Faltenbacher vom EU-Projekt „Zero Emission Urban Bus System" (ZeUS). Mit diesem fördert Brüssel unterschiedliche technologische Ansätze und lässt verschiedene Komponenten und Systeme auf ihre Betriebsfähigkeit erproben.

Fortschritte bei Batterietechnik erwartet

Allein in Deutschland sammeln 30 Verkehrsunternehmen Erfahrungen mit E-Bussen und der Ladeinfrastruktur. Dabei setzen sie Betriebskonzepte um, bei denen die Batterien über Nacht oder unterwegs geladen werden – beispielsweise durch Plug-in-Stecker oder durch Pantographen, über die die Energie aus Fahrleitungen oder Ladestationen in die Batterie gespeist wird. Aus den Vorträgen konnte ein Trend zur Nachtladung im Depot erkannt werden. Im Durchschnitt erreichen die Batteriebusse eine Verfügbarkeit von 85 Prozent – ein Wert, der bei den Verkehrsunternehmen noch zu wünschen übrig lässt. Zudem erwarten sie Fortschritte bei der Batterietechnologie und der Wirtschaftlichkeit.
Da die Elektromobilität ebenfalls bei anderen Straßenfahrzeugen Einzug hält, dürften fallende Batteriepreise dieser Entwicklung zusätzlichen Schub geben. Über die gesamte Nutzungsdauer sind die E-Busse je 100 Kilometer derzeit noch 40 bis 60 Euro teurer als Dieselbusse. „Unter anderem deswegen sind wir weiterhin auf Förderprogramme der Bundespolitik angewiesen", erläuterte Martin Schmitz, Geschäftsführer Technik beim VDV.
Viel Applaus gab es daher für die Ankündigung von Rita Schwarzelühr-Sutter, Parlamentarische Staatssekretärin im Bundesumweltministerium, die weitere Förderung der Elektromobilität noch vor dem Ende der Legislaturperiode auf den Weg zu bringen: „Der Elektromobilität gehört auch im ÖPNV die Zukunft. Allerdings müssen wir unsere Elektrobusse dafür auch wettbewerbsfähig machen. Ohne entsprechende staatliche Unterstützung wird dies nicht möglich sein." Rainer Bomba, Parlamentarischer Staatssekretär im Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur, bekräftigte: „Die Bundesregierung wird ihr bisheriges Engagement zur Förderung der Einführung elektrisch angetriebener Busse im ÖPNV in den kommenden Jahren auf hohem Niveau fortführen." So gebe es bereits entsprechende Gespräche mit dem Umweltministerium mit dem Ziel, sich auf eine gemeinsame Förderhöhe zu einigen. „Schließlich geht es nicht mehr darum, ob sich die Technologie durchsetzt, sondern letztlich um die Frage, wann es soweit sein wird."

E-Busse in größeren Stückzahlen kaufen

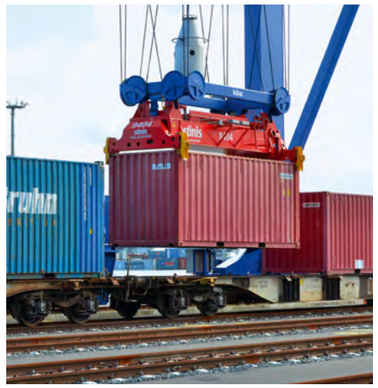
Derzeit arbeiten Hersteller, Verkehrsunternehmen und der VDV mit seinem E-Bus-Lenkungskreis an Normen und Standards – vor allem an der Schnittstelle zwischen Bussen und Ladestationen. „Ziel ist es, bis Ende 2019 eine europäische Norm festzulegen", erklärte Martin Schmitz. Die Zeit drängt, denn einige Verkehrsunternehmen wollen ab 2020 nur noch emissionsarme Busse in Betrieb nehmen. Nach den ersten Erfahrungen haben immer mehr Verkehrsunternehmen die Absicht, Elektrobusse in immer größeren Stückzahlen zu beschaffen.
Die Dynamik der Branche spiegelte sich auf der Konferenz wider. 420 Teilnehmer waren gekommen – neuer Rekord. Gestiegen war auch die Zahl der Aussteller, die auf der eng mit der Konferenz verbundenen „ElekBu" ihre Fahrzeuge, Komponenten und Dienstleistungen präsentierten. „Trotz der erneut vergrößerten Ausstellungsfläche haben wir das Konzept beibehalten, Konferenz und Ausstellung eng zu verzahnen", erläuterte Prof. Adolf Müller-Hellmann, Vorstandsmitglied des veranstaltenden „Forums für Verkehr und Logistik". Allerdings stößt das Wachstum von Konferenz und Ausstellung an die räumlichen Grenzen des bisherigen Veranstaltungsorts. Die Macher haben deshalb angekündigt, im kommenden Jahr ins Berliner „Estrel" zu wechseln. Dort können dann auch Gelenkbusse gezeigt werden. Zudem wird es eine personelle Veränderung geben: Adolf Müller-Hellmann kündigte seinen Abschied in den „Ruhestand" an. Lange Jahre hatte er die E-Bus-Konferenz als Geschäftsführer des „Forums für Verkehr und Logistik" mitorganisiert und der Veranstaltung durch seine Moderation seinen Qualitätsstempel aufgedrückt. Dafür erntete er den anerkennenden Beifall der Teilnehmer.

Adolf Müller-Hellmann moderierte letztmalig die E-Bus-Konferenz.

Auch in diesem Jahr ist die Zahl der Aussteller und Teilnehmer erneut gestiegen.

Jade-Weser-Port:

Zukunft für dicke Pötte und tiefe Wasser



Hochmoderner Containerhafen: Auf dem Terminalgelände befindet sich die Anlage für den Kombinierten Verkehr. Der Jade-Weser-Port betreibt seine eigene Hafenbahn.

Als Investitionsruine und Milliardengrab verteufeln Kritiker den Wilhelmshavener Jade-Weser-Port (JWP). Doch der einzige Tiefwasserhafen an der deutschen Nordsee kommt langsam in Fahrt. Ab Mitte Mai 2017 schickt der Reederverbund Ocean Alliance seine nach Asien fahrenden Riesen-Containerschiffe regelmäßig an die Kaje. Der JWP hofft nach langer Durststrecke auf kräftig steigenden Umschlag. Davon soll auch der Schienengüterverkehr profitieren.

„No Tide. No Limits." Schiffsverkehr unabhängig von Ebbe und Flut, rund um die Uhr also. Geeignet für dicke Pötte mit bis zu 16,50 Meter Tiefgang. Eine 1.700 Meter lange Kaje, die gleichzeitig Platz für vier Riesen-Containerschiffe der jüngsten Generation bietet. Damit ist der JWP vor fünf Jahren hoffnungsvoll angetreten. Und mit flotten Sprüchen: „Der Weltmarkt braucht heute mehr als eine Handbreit Wasser unter dem Kiel." Den JWP brauchte er bislang eher nicht. Kaum ein Schiff fand in der Vergangenheit die Fahrrinne von der Nordsee zum Jadebusen. Mittlerweile steuern allerdings drei Hochseeschifffahrt- und zwei Feeder-Dienste den Tiefseehafen wöchentlich an.

Was Gegner längst mit dem Wort „Pleite" verbinden, ist für das Management des Hafens und für die niedersächsische Verkehrspolitik gleichwohl eine Investition in die Zukunft. Und die scheint nun für den hochmodernen Containerhafen ganz allmählich zu beginnen. Mit der Ocean Alliance wollen ab Mai 2017 sechs große, international operierende Reedereien fahrplanmäßig auf ihren Asien-Europa-Touren wöchentlich den JWP anlaufen. Olaf Lies, Niedersachsens Wirtschaftsminister, macht sich und seinem Hafenteam Mut: „Das ist ein ganz starkes Signal für Deutschlands einzigen Tiefwasserhafen." Lies hofft, dass der Containerumschlag in absehbarer Zeit die Marke von einer Million Standard-Containern (TEU) knackt.

Davon ist der JWP aber noch ein Stück weit entfernt. Die Umschlagszahlen stiegen zwar 2015 und 2016 kräftig. Im vergangenen Jahr waren es knapp 13 Prozent – in einer Zeit, da die Geschäfte bei weltweit lahmender Konjunktur in Bremerhaven und Hamburg zurückgingen. Bisher sind es aber im Wesentlichen nur die beiden großen Reedereien Maersk und MSC, die als „2M-Allianz" zwischen Asien und Europa im JWP am Umschlagplatz des europäischen Container-Terminalbetreibers Eurogate festmachen und Container mit Importen überwiegend aus China löschen. Mit rund 480.000 TEU im Jahr 2016 ist das Ziel des Ministers gerade erst zur Hälfte erreicht. „Wir werden die Million schaffen", ist sich zwar auch der Geschäftsführer der Container Terminal Wilhelmshaven Jade-Weser-Port-Marketing Gesellschaft Andreas Bullwinkel sicher, „doch nicht dieses und nicht nächstes Jahr". Er setzt auf den Trend der Reeder, noch mehr Großschiffe für Containertransporte zu beschaffen. →

480.000

STANDARD-CONTAINER

So viele TEU wurden im vergangenen Jahr im Jade-Weser-Port umgeschlagen – 13 Prozent mehr als im Vorjahr. Vorstellbar wären nach einer zweiten Ausbaustufe 2,7 Millionen TEU.

Die Unternehmen der Offshore-Industrie nutzen die großzügigen Flächen an der Kaje zum Umschlag von Windkraftanlagen.

Kapazitäten für die Zukunft: In der 16-gleisigen Vorstellgruppe können Container-Ganzzüge zusammengestellt werden.

Mit acht hochmodernen Kranbrücken, die auch die Riesen der Containerschifffahrt mit Kapazitäten von 19.000 Standard-Containern schnell be- und entladen können, ist der Hafen-Neuling gut gerüstet. Die „MSC Oscar", das erste Containerschiff der neuen Generation, war schon vor zwei Jahren zum ersten Mal da. Es kommt seitdem auf seinen Routen zwischen Fernost und Nordeuropa immer wieder an die Jade-Mündung. Mit einer zweiten Ausbaustufe und dann weiteren acht Kränen ist dort sogar ein Umschlag von 2,7 Millionen TEU vorstellbar. In Zukunft. Bullwinkel ist optimistisch: „In zehn Jahren ist das, worüber wir heute reden, längst vergessen."

Platz für Ansiedlungen

Etwa 60 Prozent der Container aus Übersee verlassen den JWP wieder auf dem Seeweg – mit Feeder-Schiffen nach Skandinavien und in die baltischen Staaten. Das ist auch in der umgekehrten Richtung so. Für die übrigen 40 Prozent gibt es auf der Landseite reichlich moderne Infrastruktur. Das Güterverkehrszentrum (GVZ) gleich neben den Containerkränen bietet auf 160 Hektar viel Platz für Industrieansiedlungen, Kontraktlogistik und hafennahe Dienstleister. Erster Großkunde dort ist das Unternehmen Nordfrost, das eine gewaltige Halle mit einem hochmodernen Frischlager für Früchte betreibt. Nebenan entsteht ein weiterer Riesenbau. In ihm wird künftig Tiefkühlkost für den Versand fertig gemacht.

> *Das ist ein ganz starkes Signal für Deutschlands einzigen Tiefwasserhafen.*
>
> **Olaf Lies,**
> *niedersächsischer Wirtschaftsminister, zu den Plänen der Ocean Alliance, den JWP ab Mai wöchentlich anzulaufen*

Schienenwege werden ausgebaut

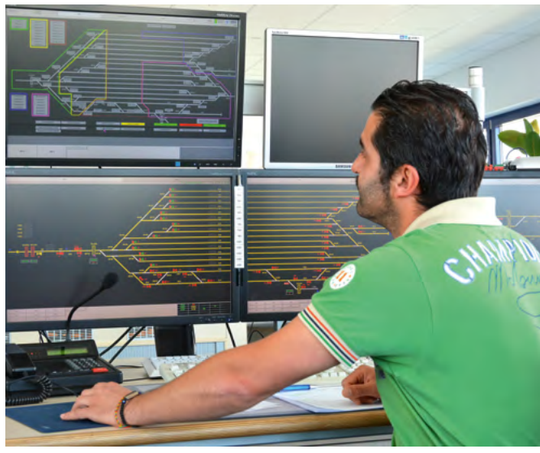
Die Hinterland-Verkehrsinfrastruktur befindet sich im Aufbau. Die Autobahn A 29 beginnt gleich hinter dem Hafengelände an einem Verteilerkreisel. Die vom JWP betriebene Hafenbahn verfügt über eine Anlage für den Kombinierten Verkehr, welche auf dem Terminalgelände liegt und sechs Gleise umfasst. Verbunden ist sie mit einer Vorstellgruppe mit 16 Gleisen zur Bildung von Container-Ganzzügen.

Südlich von Wilhelmshaven treibe DB Netz den Ausbau der Schienenwege engagiert voran, sagt Bullwinkel anerkennend. Die zweigleisige Strecke sieht zurzeit überwiegend nur leichte Nahverkehrstriebzüge. Sie wird für schwere Güterzüge mit Tempo 120 ertüchtigt. Eine komplexe Aufgabe: Die Böden des Marschlandes sind wenig stabil und müssen durch Zement-Injektionen sowie Stahlbeton für die höheren Achslasten des Güterzugbetriebs fit gemacht werden. Bis 2022 soll die knapp 70 Kilometer lange Strecke nach Oldenburg elektrifiziert sein.

Auch hier geht es um Kapazitäten für die Zukunft. Die Planungen sehen neben dem Personennahverkehr, den derzeit die Nordwestbahn betreibt, Mitte der 2020er-Jahre bis zu 80 tägliche Güterzüge vor. Derzeit sind es gerade zehn bis 15. Bullwinkel: „Heute kann ich unseren Kunden praktisch jede gewünschte Bahntrasse zur Verfügung stellen. Und das ohne jeden Vorlauf, von einem Tag zum anderen – das ist ja auch ein Vorteil, der immer wieder Unternehmen dazu bringt, sich für uns zu entscheiden."

Erste regelmäßige Zugverbindungen unterhält Terminalbetreiber Eurogate zwischen dem JWP-Hafenbahnhof via Bremen mit dem Eurogate-Containerterminal im Hamburger Hafen. In das Transportgeschäft zwischen den Häfen steigt in diesem Frühjahr auch Necoss, die Tochter der Verkehrsbetriebe Elbe-Weser (EVB), mit Shuttle-Zügen ein. Sie bringt Container so über Hamburg in die europäischen Netze des Kombinierten Verkehrs. Auch Boxxpress überstellt bei Bedarf Container per Bahn zu seinen Zugabfahrten von Bremerhaven und Hamburg ins deutsche Hinterland. Und die Deutsche-Bahn-Tochter Transfracht, Marktführerin im Seehafen-Hinterlandverkehr, nimmt Wilhelmshaven in ihr „Albatros-Express"-Netzwerk auf. Eine Direktverbindung nach Berlin bietet der von Locon betriebene „Jade-Weser-Train". Er erreicht in Bremen einen Ganzzug nach Großbeeren. Die Güterbahn HSL Logistik plant für eine Spedition Container-Transporte vom JWP nach Leipzig. Von der benachbarten Raffinerie fährt HSL im Regelverkehr Kesselwagenzüge, die bei Bedarf von JWP-Kunden mitgenutzt werden könnten.

Schiffe der Großreedereien Maersk und MSC machen im JWP fest, um ihre Containerfracht zu löschen. Diese kommt überwiegend aus China.



Im Stellwerk der Hafenbahn hat Fevzi Sümer auf seinen Monitoren den laufenden Betrieb im Blick.

> *In zehn Jahren ist das, worüber wir heute reden, längst vergessen.*
>
> **Andreas Bullwinkel,**
> *Geschäftsführer der Container Terminal Wilhelmshaven Jade-Weser-Port-Marketing Gesellschaft*

SKEPTISCHE BLICKE VON DER ELBE

- In Hamburg wird der JWP – ein Gemeinschaftsunternehmen der Länder Niedersachsen und Bremen – nicht selten als lästige Konkurrenz gesehen. Denn mit der geplanten Fahrrinnen-Vertiefung der Elbe sollen auch die ganz großen Containerschiffe flussaufwärts bis in die Hansestadt kommen.
- In Hannover dagegen stellt sich Minister Lies einen zukunftsfähigen „Hafen Norddeutschland" vor – mit den niedersächsischen und den Bremer Standorten sowie dem Hafen Hamburg. „Machen wir uns nichts vor: Bis die Fahrrinnen-Anpassung tatsächlich kommt, wird noch viel Wasser die Elbe hinunter fließen."
- Kooperation statt Konkurrenz. So sieht es auch der JWP-Chef Bullwinkel: „Wir müssen uns rüsten gegen den knallharten Wettbewerb der Westhäfen Amsterdam, Rotterdam, Antwerpen und Zeebrügge. Wir wollen einen möglichst hohen Anteil vom Containerumschlag für den Standort Deutschland, für Wertschöpfung und Arbeitsplätze erhalten. Und das können wir gemeinsam besser, wenn jeder seine Stärken einbringt."

Frischzellenkur für Gotthard-Mythos

Die Schweizerischen Bundesbahnen (SBB) schicken seit Kurzem einen neuen Premiumzug auf die Reise durch die Bergwelt – den Gotthard-Panorama-Express (Foto). Er soll wieder mehr Personenverkehr auf die historische Strecke bringen. Die nutzen täglich nur noch 400 bis 500 Fahrgäste, seitdem die Züge durch den neuen Gotthard-Basistunnel rauschen. Um Reisende aus aller Welt für die Region zu begeistern, haben sich die Schweizer eine besondere Reisekette einfallen lassen. Sie führt mit dem Dampfschiff über den Vierwaldstättersee von Luzern nach Flüelen. Von dort geht es weiter mit dem Panoramazug über die alte Gotthardroute nach Bellinzona und im Sommer bis nach Lugano. Die Geschichte und Bedeutung der Strecke werden multimedial vermittelt – etwa als Projektionen an die Wand des 1882 eröffneten Tunnels, wo der Zug teilweise nur Schrittgeschwindigkeit fährt. Infos zu Sehenswürdigkeiten und zum Streckenverlauf mit den mehr als 200 Brücken und sieben Kehrtunneln gibt es per App. Ein bisschen Reisenostalgie bietet der moderne Zug auch: In einem Fotowagen lassen sich die Fenster öffnen.

→ www.sbb.ch/gotthard-panorama-express
→ www.sbb.ch/gotthard

Termin

9. bis 12. Mai 2017
Transport Logistic in München
Bei der größten Messe für den Güterverkehr ist der VDV mit einem Gemeinschaftsstand vertreten. Am 10. Mai lädt er zur Podiumsdiskussion ein. Es geht um die Frage, wie die Digitalisierung die Schiene umweltfreundlicher und produktiver machen kann.
→ *www.vdv.de/termine.aspx*

Termin

20. bis 21. Juni 2017
14. Marktplatzveranstaltung DSLV/VDV in Siegburg
In den „Siegburger Gesprächen" wird wieder intensiv über die Zusammenarbeit zwischen Eisenbahnen und Spediteuren diskutiert. Praxisbeispiele belegen die Bedeutung der Kooperation für die Verkehrsverlagerung auf die Schiene.
→ *www.vdv.de/termine.aspx*

Die nächste Ausgabe von **„VDV Das Magazin"** erscheint Anfang Juli 2017.

Impressum

VDV Das Magazin

Herausgeber:
Verband Deutscher Verkehrsunternehmen e.V. (VDV),
Kamekestraße 37-39, 50672 Köln,
Tel. 02 21/5 79 79-0,
E-Mail: info@vdv.de,
Internet: www.vdv.de

Redaktion VDV:
Lars Wagner (V.i.S.d.P.),
Pressesprecher und Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Anschrift der Redaktion:
Verband Deutscher Verkehrsunternehmen (VDV),
Redaktion „VDV Das Magazin",
Leipziger Platz 8, 10117 Berlin,
vdv-magazin@adhocpr.de

Realisierung, Text und Redaktion:
AD HOC PR, Gütersloh: Stefan Temme (Lt.), Elena Grawe, Ulla Rettig

Mitarbeit:
Eberhard Krummheuer

Gesamtleitung und Anzeigen:
Christian Horn (Lt.), (AD HOC PR),
Tel. 0 52 41/90 39-33 | horn@adhocpr.de
Meike Jochens (AD HOC PR),
Tel. 0 52 41/90 39-15 | jochens@adhocpr.de

Grafik-Design:
Lars Haberl (AD HOC PR, Gütersloh),
Volker Kespohl (Volker.Kespohl | Werbung Münster)

Produktion und Druck:
Bitter & Loose GmbH, Greven

Anzeigenpreise:
Laut Mediadaten 2017

Bildnachweise:
Titelmotiv: Lars Zahner

Alstom (11); Bernmobil (6, 23); Markus Bollen (4/5, 24, 25); BVG (2, 12, 13); #CNF (6); DB Regio NRW/Christian O. Bruch (15); Deutsche Bahn AG (7); Essener Verkehrs-AG/UK (14); Fotolia/danr13 (6); Fotolia/Idprod (6/7); Fotolia/leehoung (30); Fotolia/olly (12, 13, 14); Fotolia/Roman Sigaev (22); Fotolia/thatzpic (30); Fotolia/Whitecityrecords (21); iStock.com/Christian Müller (6); Elena Grawe (6); Lars Haberl (2, 16, 17, 18, 19); Jade-Weser-Port (2, 26, 27, 28, 29); Leipziger Verkehrsbetriebe (13); Lena Manteuffel (15); Niedersächsisches Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr/Thiemo Jentsch (28); Rheinbahn/Armand Maruhn (8); RMV (13, 14); SBB (30); SWU Stadtwerke Ulm/Neu-Ulm (14); Stefan Temme (25); Stadtwerke Halle (8); Üstra Hannoversche Verkehrsbetriebe (10, 11); VAG (20); VAG/Dieter Kachelrieß (22); VDV (2, 3, 9, 11); VDV/KVB/Christoph Seelbach (20); VRN (6)

„VDV Das Magazin" erscheint alle zwei Monate (sechsmal im Jahr). Alle im Magazin erscheinenden Beiträge und Bilder sind urheberrechtlich geschützt. Außerhalb der Grenzen des Urheberrechts ist die Verwertung ohne die Zustimmung des Herausgebers nicht zulässig. Das gilt vor allem für Vervielfältigungen, Übersetzungen sowie die elektronische Speicherung und Verarbeitung.

Für Anregungen, Themenvorschläge, Lob und Kritik erreichen Sie uns unter: **vdv-magazin@adhocpr.de**

23-24 OCTOBER 2017 | KORTRIJK | BELGIUM

UITP - BUSWORLD INTERNATIONAL BUS CONFERENCE
In conjunction with Busworld Europe (Kortrijk) 2017 exhibition

CONFERENCE

INTEGRATE + CONNECT!

- Digitalisation
- Electrification
- Automation
- New service concepts

REGISTER NOW!

www.uitpxbusword.org
#UITPxBusworld

UITP ADVANCING PUBLIC TRANSPORT

In conjunction with:
busworld EUROPE KORTRIJK
20-25 OCT 2017

moovel GROUP

moovel-group.com

Die Zukunft der Mobilität. Jetzt.

moovel Group. Innovative Mobilitäts-lösungen für Ihre Stadt.

Urbane Mobilität neu gestalten, Angebote intelligent vernetzen und die Lebensqualität in Städten verbessern: Die moovel Group bietet mit Produkten wie moovel App und moovel transit schon jetzt innovative Mobilitätslösungen.