

ifmo

Institut für Mobilitätsforschung (Hrsg.)

Eine Forschungseinrichtung der BMW Group

Öffentlicher Personennahverkehr

Herausforderungen und Chancen

Mit 47 Abbildungen und 4 Tabellen

Inhaltsverzeichnis

I. Veränderung der Rahmenbedingungen des ÖPNV

1 Reform zur Marktöffnung im Nahverkehr – Bewältigung der Daseinsvorsorgeaufgabe im Wettbewerb	3
<i>Jan Werner, Kompetenz Center Wettbewerb, Berlin</i>	
1.1 Was bedeutet Daseinsvorsorge im ÖPNV?	3
1.2 Was bedeutet Wettbewerb im ÖPNV?	4
1.3 Rahmenbedingungen des Wettbewerbs	5
1.3.1 Angebotsgestaltende Mindeststandards	5
1.3.2 Marktzugangsbeschränkung durch exklusive Rechte – Genehmigungswettbewerb	6
1.3.3 Marktregulierung durch Eigenproduktion	7
1.4 Einflussnahme durch öffentliche Finanzierung	8
1.4.1 Gewährleistung der Daseinsvorsorge im ÖPNV – öffentliche Aufgabenträger	8
1.4.2 Öffentliche Finanzierung gemeinwirtschaftlicher Verkehre – Ausschreibungswettbewerb	8
1.4.3 Öffentliche Finanzierung eigenwirtschaftlicher Verkehre ..	9
1.4.4 Rechtliche Bewertung der Finanzierungspraxis	10
1.5 Novellierung des europäischen Rechtsrahmens	11
1.6 Trends und Perspektiven	13
1.6.1 Neue Anforderungen an die Daseinsvorsorge	13
1.6.2 Entwicklung der Daseinsvorsorge im Wettbewerb	14
1.6.3 „Nebenwirkungen“ des Wettbewerbs	16
1.7 Fazit	18
1.7.1 Formen des Wettbewerbs	18
1.7.2 Grundsätzlicher Novellierungsbedarf	19
1.7.3 Reformfähigkeit des öffentlichen Nahverkehrs	19
2 Der finanz-, umwelt- und verkehrspolitische Rahmen: Womit kann oder muss der ÖPNV rechnen?	21
<i>Matthias Peistrup, Institut für Verkehrswissenschaft, Westfälische Wilhelms-Universität, Münster</i>	
2.1 Einleitung	21
2.2 Die gegenwärtige öffentliche ÖPNV-Förderung	22
2.2.1 Höhe und Struktur der gegenwärtigen ÖPNV-Förderung ..	22
2.2.2 Die wichtigsten Förderinstrumente im Überblick	22
2.2.3 Legitimation der öffentlichen ÖPNV-Förderung	25

2.3	Die Bedeutung der Legitimationsgrundlagen	27
2.3.1	Gemeinwohl und Daseinsvorsorge	27
2.3.2	Verringerung der verkehrsinduzierten Umweltbelastungen	31
2.3.3	Die volkswirtschaftliche Bedeutung des ÖPNV	34
2.4	Fazit	36
3	Anspruchsvolle Umweltstandards im ÖPNV fördern: durch Wettbewerb und eine Reform der Finanzierung. Ein Beitrag auf dem Weg zu einer nachhaltigen Mobilität	39
	<i>Michael Bölke, Umweltbundesamt, Fachgebiet Umwelt und Verkehr</i>	
3.1	Einleitung	39
3.2	Die Bedeutung des ÖPNV für eine nachhaltige Mobilität	40
3.2.1	Umweltvorteile des ÖPNV	40
3.2.2	Kosteneinsparungen durch Minderung des MIV	45
3.2.3	Gewährleistung einer Mobilität ohne Auto	46
3.3	Intransparenz und Ineffizienz der heutigen ÖPNV-Finanzierung ..	47
3.4	Anforderungen an eine künftige ÖPNV-Finanzierung	49
3.4.1	Beispiele aus den Bundesländern zur Reform der ÖPNV-Finanzierung	50
3.5	Öffentlicher Personenverkehr mit Bussen und Bahnen und Beschäftigungspotenziale	52
3.6	Fazit	54
4	Vom Kopf auf die Füße: Randbedingungen und Gedankenmodelle zu neuen Betreibermodellen im öffentlichen Verkehr	57
	<i>Andreas Knie, Janett Büttner, Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung und choice mobilitätsproviding GmbH, Berlin</i>	
4.1	Überblick	57
4.2	Infrastrukturpolitik und Verkehrsentwicklung	58
4.3	Demografischer und wirtschaftsstruktureller Wandel	62
4.4	Konsequenzen für den Betrieb öffentlicher Verkehre	68
II. Anforderungen der (potenziellen) Kunden		
5	Mobilitätsstile in Ballungsräumen – Zielgruppen für den ÖPNV	77
	<i>Konrad Götz, Steffi Schubert, Institut für sozial-ökologische Forschung (ISOE), Frankfurt am Main</i>	
5.1	Was sind Ballungsräume?	77
5.2	Metropolregionen	79
5.3	Verkehrsverhalten im Ballungsraum versus Nicht-Ballungsraum ..	82
5.4	Pluralisierung der Lebensstile	83
5.5	Die Bedeutung von Lebens- und Mobilitätsstilen für den ÖPNV ..	85

6 Marktchancen innovativer Verkehrsangebote im Personenverkehr von Ballungsräumen	91
<i>Carl Friedrich Eckhardt, Dornier Consulting GmbH</i>	
6.1 Angebotsinnovationen als Voraussetzung für Verkehrsverlagerungen im Personenverkehr	91
6.1.1 Ordnungspolitische Korrekturen im Sinne der Nachhaltigkeit als notwendige Bedingung für Verkehrsverlagerungen	91
6.1.2 Einzelwirtschaftliche Notwendigkeiten von Angebotsinnovationen als Voraussetzung für Verkehrsverlagerungen	94
6.2 Der Pkw-Kauf prädeterminiert die situationsbedingte Verkehrsmittelwahl – daher sind Alternativen gefragt	95
6.3 Präferenzanalyse zur Abschätzung der Nutzerakzeptanz	96
6.3.1 Das Conjoint-Experiment als Komposition von Pkw, ÖPNV und Automobilität nach Bedarf (AnB)	96
6.3.2 Darstellung des ÖPNV im Conjoint-Experiment	99
6.3.3 Darstellung der Automobilität nach Bedarf (AnB) im Conjoint-Experiment	100
6.3.4 Darstellung des Pkw im Conjoint-Experiment	101
6.3.5 Die „Mechanik“ des Conjoint-Experiments	102
6.4 Nutzensegmentierung: drei (kleine) Segmente mit Affinität zur kombinierten Verkehrsmittelnutzung; vier große mit Präferenz für den Pkw	105
6.5 Angebotsverbesserungen und Parkraumbewirtschaftung – Wie stark lässt sich die Grundsatzentscheidung beeinflussen?	107
6.6 Fazit und weiterer Forschungsbedarf	109
6.7 Danksagung	110
7 Mit dem ÖPNV in die Zukunft!?	113
<i>Florian Eck, Deutsches Verkehrsforum, Berlin</i>	
7.1 Herausforderung ÖPNV	113
7.2 Der ÖPNV aus dem Blickwinkel des Bürgers	115
7.2.1 Nutzungshäufigkeit: Jeder dritte Bundesbürger nutzt den ÖPNV mindestens wöchentlich	115
7.2.2 Leistungsmerkmale: Pünktlichkeit und Zuverlässigkeit stimmen, kritisch bei Preis/Leistung	116
7.2.3 Zusatzleistungen als Wachstumspotenzial	117
7.2.4 Wahrnehmung des ÖPNV durch Nicht-Kunden	118
7.2.5 Aktionsportfolio: Brennpunkte identifizieren	119
7.2.6 Bewertung	120
7.3 Der ÖPNV aus der Delphi-Perspektive	121

7.3.1	Finanzierung sichern	121
7.3.2	Kundenorientierung verstärken, Qualitätssicherung ausbauen	122
7.3.3	Politische Handlungsfelder	124
7.3.4	Leitbild modernisieren, ÖPNV-Begriff zeitgemäß anpassen	125

III. Angebotsstrategien aus der Praxis

8 Konzept zur integrierten Optimierung des Berliner Nahverkehrs

Tom Reinhold, Berliner Verkehrsbetriebe

8.1	Einleitung	131
8.2	Kundenanforderungen	134
8.3	Verkehrsströme	137
8.4	Auslastung	140
8.5	Netzstrategie	141
8.6	Kundeneinbindung	144
8.7	Fazit	145

9 Der ÖPNV der Zukunft. Markteintrittsstrategien aus der Sicht eines Newcomers

Wolfgang Meyer, Abellio Systemhaus für Mobilität, Essen

9.1	Der ÖPNV-Markt	147
9.1.1	Die Rechtsentwicklung und die Folgen	148
9.1.2	Starker Konsolidierungsdruck	149
9.1.3	ABELLIO stellt sich den Herausforderungen	150
9.2	Wer oder was ist ABELLIO?	150
9.3	Marktbearbeitungsstrategie der ABELLIO	154
9.3.1	Kerngeschäftsfelder	155
9.3.2	Consulting	156
9.3.3	Technische Systeme	157
9.3.4	Nahverkehrsmanagement	158
9.3.5	Betriebsleittechnik und Fahrgastinformation	159
9.3.6	Planung und Disposition: Das Anruf-Bus-System	159
9.3.7	Verkehrsmanagementsystem	160
9.4	Was bringt die Zukunft?	161

10 Die Chancen des ÖPNV im ländlichen Raum.

Neue Mobilitätsangebote im Rahmen des Projekts IMPULS 2005

Hans-Werner Franz, Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg GmbH

10.1	Anforderungen: Ziel und Innovationen des Projekts	163
10.1.1	Ziel: Neue Mobilitätsangebote in der Region	163

10.2	Wissenschaftliche Konzeption: Innovative Vernetzung von Angebot und Nachfrage	164
10.3	Umsetzung – Demonstration	164
10.3.1	Mobilitätsnachfrage und -angebote	166
10.3.2	Mobilitätsinformation und -management	167
10.3.3	Fahrzeugortung und Anschlussicherung	167
10.4	Ergebnisse und Ausblick	168
10.4.1	RufBusse	168
10.4.2	Bürgerbus	169
10.4.3	Sonderverkehre und einmalige Eventverkehre	170
10.4.4	Regionale Kooperationen	170
10.5	Technische Rahmenbedingungen	171
10.5.1	Mobilitätsberatung und -information	171
10.5.2	Erweiterung von VBB-fahrinfo	171
10.5.3	www.BrandenburgerMarktplatz.de	172
10.5.4	Park-and-Ride-Informationen im Internet	172
10.5.5	Fahrzeugtechnik und -kommunikation	172
10.6	Rechtlicher Regelungsbedarf	173
10.7	Resümee und Ausblick	174
11	Der Wettbewerb im ÖPNV in Hessen am Beispiel des Rhein-Main-Verkehrsverbundes	175
	<i>Hartmut Achenbach, Rhein-Main-Verkehrsverbund GmbH, Hofheim a. T.</i>	
11.1	Warum Wettbewerb in Hessen?	175
11.2	Übergang in drei Phasen	177
11.2.1	Übergang im Schienenverkehr	179
11.2.2	Übergang im Busverkehr	180
11.3	Instrumente und Verfahren	181
11.3.1	Nahverkehrspläne	181
11.3.2	Verkehrs- und Verkehrs-Service-Verträge	182
11.3.3	Teilnetze im Schienenverkehr	182
11.3.4	Linienbündel im Busverkehr	184
11.3.5	Vergabeverfahren	184
11.4	Erste Erfahrungen	187
11.4.1	Schienenverkehr	188
11.4.2	Busverkehr	191
11.4.3	Bewertung	192
	Die Autoren	195