

Kundengerechte Gestaltung und Einführung neuer Angebote im ÖPNV

Kurzfassung der Vertieferarbeit von Martin L. Pächer

Die Vertieferarbeit beschäftigt sich mit einer kundengerechten Gestaltung und Einführung neuer Angebote im öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV). Hierzu wird die Notwendigkeit von grundsätzlichen Überlegungen und Konventionen, ausgehend von den verschiedenen Interessenlagen der heterogenen Gruppe der ÖPNV-Kunden und der Verkehrsunternehmen, herausgestellt. Dabei sind basierend auf der gesetzlichen Definition des Begriffs "ÖPNV" starke Wechselwirkungen mit dem Selbstverständnis der Verkehrsunternehmen im Wandel der Zeit, wie es in Kapitel eins dargestellt wird, zu berücksichtigen und in eine kundenorientierte Unternehmenspolitik zu integrieren.

Anhand der Maslow'schen Bedürfnispyramide wird im zweiten Kapitel ein stetiger Wertewandel und ein dynamischer Bewertungsmaßstab des Menschen mit steigendem Anspruchsniveau abgeleitet. Es ist auf dieser Basis zu hinterfragen, ob die Bedürfnisse der Kunden überhaupt dauerhaft befriedigt werden können, nicht zuletzt auch aufgrund der Heterogenität der Gruppe ÖPNV-Nutzer.

Im dritten Kapitel werden verschiedene Ansätze zur Abgrenzung weicher und harter Faktoren dargestellt, wobei sowohl eine Sichtweise von Fahrgästen als Kunden und Käufer als auch eine Sichtweise von Verkehrsunternehmen als Betreiber von ÖPNV-Linien Berücksichtigung finden. Es wird weiterhin eine allgemeine These abgeleitet: *Je weicher ein Faktor, desto geringer sein Einfluß auf die Zugangshemmnisse des ÖPNV*. Für eine tiefergehende Eingruppierung von Angebotsmerkmalen des ÖPNV als weiche oder harte Kriterien ergeben sich verschiedene Probleme: U. a. sind klare Konventionen und eine klare Abgrenzung von einzelnen Kundengruppen erforderlich. Es wird im Rahmen der Vertieferarbeit verdeutlicht, da eine eindeutige Definition weicher Faktoren und eine darauf aufbauende scharfe Differenzierung von harten und weichen Faktoren in der Praxis selbst unter Zuhilfenahme abgrenzender Rahmenbedingungen nur sehr bedingt möglich ist.

Das vierte Kapitel stellt grundsätzliche Überlegungen zur Systematisierung weicher Faktoren an und erörtert in diesem Kontext die Notwendigkeit von Meß und Anspruchsniveaus. Dabei werden verschiedene Gründe angeführt, die die Zweckmäßigkeit einer pauschalierenden Systematisierung weicher Faktoren hinterfragen lassen. Anhand des ausgewählten Praxisbeispiels für das Themenfeld einer kundengerechten Gestaltung von Haltestellen des ÖPNV werden Umsetzungsvorschläge für weiche Faktoren dargestellt und durch Abbildungen illustriert.

Nach einer allgemeinen Einführung des Kapitels fünf in die Marktforschung wird eine Auswahl von Untersuchungen zur Kundenzufriedenheit vorgestellt. Die wesentlichen Ergebnisse dieser Untersuchungen, die Aufnahme in den Anhang fanden, werden gegenübergestellt und unter Aspekten von Chancen und Risiken der Marktforschung betrachtet. In den unteren Rängen der Kundenzufriedenheit werden das Preis-Leistungsverhältnis als hartes Merkmal und der Haltestellenkomfort als tendenziell weiches Merkmal genannt. Im Allgemeinen ist eine Notwendigkeit zur Berücksichtigung von subjektiven Aspekten bei der Gestaltung der Unternehmenspolitik festzustellen.

Das sechste Kapitel erörtert die Frage der quantitativen Bedeutung einzelner weicher Faktoren für die Akzeptanz des ÖPNV, wobei in diesem Zusammenhang das Problem einer "rekursiven Selbstbestätigung" dargelegt wird. Neben einer Vorstellung von verschiedenen

Instrumentarien zur Quantifizierung des Nutzen weicher Faktoren wird die Kundenbindung als Form der Angebotsakzeptanz dargestellt. Weiterhin wird die volkswirtschaftliche Bedeutung der ÖPNV-Akzeptanz dargelegt.

Im dem siebten Kapitel wird resümiert, da für den ÖPNV relevante normative Regelungen oft keine (bundeseinheitlichen) Mindeststandards für eine "kundengerechte" Gestaltung der Angebotsmerkmale des ÖPNV enthalten, und sich daher für das einzelne Verkehrsunternehmen beachtliche Handlungsspielräume auf der Grundlage normativer Rahmenbedingungen eröffnen.

Diese Erkenntnis setzt eine wichtige Rahmenbedingung für das achte Kapitel, in dem Kontrollmechanismen, die grundsätzlich eine Meßbarkeit voraussetzen, zur Umsetzung und Einhaltung weicher Angebotsmerkmale im ÖPNV diskutiert werden.

In einem weiteren Teil der Vertieferarbeit werden die Erkenntnisse der vorangegangenen Kapitel auf das Praxisbeispiel der Stadtbahn Wiesbaden übertragen. Dabei stellt sich heraus, da eine Umsetzung tendenziell weicher Angebotsmerkmale nicht zwangsläufig mit der Einführung eines neuen Nahverkehrsproduktes verbunden sein muß. Weiche Angebotsmerkmale sind im Grundsatz unabhängig von einem bestimmten Verkehrssystem. Daher sind bei der Planung eines neuen Angebots des ÖPNV nennenswerte Unterschiede in der Gestaltungsmöglichkeit weicher Angebotsmerkmale zwischen bestehendem Angebot und geplantem Angebot herauszuarbeiten.

Die insgesamt zehn Kapitel umfassende Vertieferarbeit enthält verschiedene Abbildungen, und wird durch einen Anhang, der zahlreiche ergänzende Materialien erhält, abgerundet.