

Kurzfassung

Diese Arbeit beschäftigt sich mit der Vernetzung zwischen Nah- und Fernverkehr in Bezug auf die Förderung des ÖPNV als Anreisemittel zu Fernbushaltestellen.

Zunächst wurde der Fernbusmarkt hinsichtlich seiner Entwicklung und weiteren Faktoren analysiert um einen Überblick über den Markt zu bieten, welcher essentiell für diese Bachelorarbeit ist. Anschließend wurde das Untersuchungsbeispiel dieser Arbeit, die FlixBus-Haltestelle Bielefeld Brackwede und die umliegenden Haltestellen des ÖPNV, mithilfe einer Checkliste bewertet und die Fahrpläne von FlixBus betrachtet. Diese wurden im Anschluss mit den Fahrzeiten des ÖPNV in Bielefeld verglichen, um herauszufinden, ob die Anreise mit dem ÖPNV zur Fernbushaltestelle generell möglich ist. Nachdem erste Maßnahmen zur Förderung des ÖPNV als Anreisemittel zur Fernbushaltestelle dargestellt wurden, folgte eine Kundenumfrage, welche die Verkehrsmittelwahl der Kunden widerspiegelte, sowie ihre Beweggründe für diese. Des Weiteren wurde die Haltung der Kunden zu den verschiedenen Förderungsmaßnahmen erfragt. Darauf folgten Experteninterviews mit dem örtlich agierenden Nahverkehrsunternehmen moBiel und dem Fernbusmarktführer FlixBus, um auch die Haltung der Unternehmen zu den Maßnahmen und ihre Kooperationsbereitschaft herauszufinden. Aus den gesammelten Informationen konnten letztendlich Umsetzungsmöglichkeiten dargestellt und die Erfolgsaussichten der Maßnahmen prognostiziert werden.

Als Ergebnis zeigte sich, dass alle beteiligten Parteien eine Veränderung der derzeitigen Situation an der Haltestelle Brackwede wünschen. Die Kunden sind bereit auf den ÖPNV umzusteigen und auch die Unternehmen zeigen sich für Förderungsmaßnahmen kooperationsbereit. Die Maßnahme „Verbesserung der ÖPNV-Anbindung“ bietet die Möglichkeit kleiner Veränderungen die dennoch realisiert werden sollten. Ein Kombinationsticket kommt, trotz des großen Potenzials, von Unternehmenssicht nicht in Frage. Eine Haltestellenverlegung dagegen, ist von beiden Unternehmensseiten, sowie von Kundenseite aus, gewünscht. Die Maßnahme hat großes Potenzial und ist realisierbar. Werbekooperationen zur Förderung des ÖPNV sind eine weitere, realisierbare Möglichkeit, die mit geringem Aufwand zu großen Erfolgen beitragen könnten. Die letzte Maßnahme, eine Haltestellenaufwertung, ist bereits in Planung, jedoch sollte hierbei darauf geachtet werden, dass alle Beteiligten, Nahverkehrs- und Fernbusunternehmen in die Planungen miteinbezogen werden.

Alles in allem zeigt diese Arbeit auf, dass die Haltestelle Bielefeld Brackwede ein großes Potenzial hinsichtlich der Förderung des ÖPNV als Anreisemittel zur Fernbushaltestelle besitzt. Dennoch besteht die Problematik, dass die beteiligten Unternehmen zu wenig miteinander kommunizieren und auch wenig Eigeninitiative zeigen die Situation zu verändern. Eine Veränderung ist dennoch besonders in Hinblick auf die Kunden wünschenswert und wie in dieser Arbeit demonstriert auch auf verschiedene Arten realisierbar.

Abstract

This bachelor thesis focusses on the cross-linking of local traffic and long-distance traffic in case of the possibilities to facilitate the public transport. The thesis concentrates on the journey from the home to the remote bus stop.

At first, the long-distance bus market was analyzed to get an overview over this thematic, which is essential for this bachelor thesis. Afterwards, the remote bus stop at Bielefeld Brackwede and the surrounding bus stops of the local traffic were investigated, as an example for the situation of remote bus stops located further away of the city-center. Subsequently, the timetables of the local and the long-distance traffic were compared to get to know, if the journey to the remote bus stop is possible to make by local traffic. After that, some measures were presented, which are possibilities to facilitate the public transport in this situation. Then, a customer survey was developed, to find out which vehicle the customers use, to come to the remote bus stop as well as their reason for this choice. Furthermore, it was interesting, what the customers think about the possible measure mentioned before. In addition, interviews were held with the two companies FlixBus (long-distance bus traffic company) and moBiel (local transport company) to discover their views about the measures to facilitate the public transport. Finally, based on the collected information, the opportunities for the realization of the presented measures were described and then were valued regarding their prospects of success.

The results of the mentioned working steps show, that all involved persons are in favour of a change of the current situation at the remote bus stop Bielefeld Brackwede. The customers are willing to switch to the local traffic and the companies are willing to cooperate with each other. The first presented measure, the improvement of the connections of the local traffic, is realizable by minor changes of the timetables. The second measure, a combination of the tickets of the local and long-distance traffic, would be a great opportunity to lead the customers to the local traffic, but from the local traffic companies view it is not realizable. The next measure, the transfer of the remote bus stop from Brackwede to the Central Station in Bielefeld, is preferred by all involved persons. As well this measure is realizable and has great potential. The measure, marketing-cooperations, is a possibility to change the current situation with little effort. Therefore, this measure should be considered by the companies. The last measure, an optimization of the remote bus stop at Brackwede, is already being implemented. On this occasion it should be noticed, that it is important to include all the involved companies, which is not the case at this moment.

Taking everything into account, the remote bus stop at Bielefeld Brackwede has a great potential for the cross-linking of the local traffic and the long-distance bus traffic. Especially regarding the facilitation of the local traffic, used as the transport to the remote bus stop, there are several measures, which are possible to realize. However, there is the problem, that the companies do not communicate enough with each other. As well, they do not show plenty initiative on their own, which is necessary for a change.