

Zusammenfassung

Spätestens seit der Bahnreform 1994 spielt Qualität im SPNV sowohl für Aufgabenträger als auch für Eisenbahnverkehrsunternehmen eine zunehmend größere Rolle. So hat sich die Ausstattung der Fahrzeuge in den letzten Jahren stark gewandelt: Während der SPNV in Zeiten der Bundesbahn noch vorrangig eine reine Beförderungsdienstleistung darstellte, wurden zuletzt zunehmend verschiedene Annehmlichkeiten wie Steckdosen, WLAN, Entertainmentangebote, gastronomische Services etc. eingeführt.

Im SPNV existieren drei relevante Stakeholder: Kunden, Aufgabenträger und Unternehmen. Im Rahmen dieser Arbeit wird beleuchtet, welche Anforderungen diese Gruppen an Fahrzeugausstattung im SPNV stellen und wie ihre Ansprüche in aktuellen Projekten erfüllt werden. Zur Analyse der Stakeholderanforderungen wird eine Literaturrecherche durchgeführt und aus den Ergebnissen eine Checkliste erstellt. Auf Basis dieser Checkliste werden anschließend zwei Fallbeispiele beurteilt: der „Wohlfühlzug“ der Abellio Rail NRW und der „Ideenzug“ der Deutschen Bahn. Die Arbeit liefert die folgenden zentralen Ergebnisse:

Kunden sind heterogen, daher sollte die Komfortausstattung möglichst differenziert auf die Bedürfnisse unterschiedlicher Kundengruppen zugeschnitten werden. Die Aufgabenträger agieren im Spannungsfeld zwischen der Sicherstellung der öffentlichen Daseinsvorsorge, der sie in erster Linie verpflichtet sind, der Notwendigkeit des effizienten Einsatzes ihrer begrenzten finanziellen Mittel, um der genannten Aufgabe möglichst gut gerecht zu werden, und der Einflussnahme aus der Politik. Eisenbahnverkehrsunternehmen handeln primär gewinnorientiert. Sie wollen Kosten reduzieren, allerdings gleichzeitig hohe Einnahmen erzielen, also möglichst viele Kunden an sich binden. Zudem sind sie zur Einhaltung diverser rechtlicher Bestimmungen verpflichtet.

Die untersuchten Projekte erfüllen die aufgezeigten Anforderungen in unterschiedlichen Maßen: Der Abellio Wohlfühlzug kann nicht sonderlich differenziert auf verschiedene Kundenbedürfnisse eingehen, sorgt aber aufgrund des „Contrast-Effekts“ trotzdem für einen signifikanten Anstieg der Kundenzufriedenheit. Er erzeugt zudem keine Widersprüche zu den Interessen der Aufgabenträger und des Unternehmens. Der Ideenzug bietet differenzierte Angebote für verschiedene Kundengruppen. Da es sich bisher allerdings nur um ein Modell handelt, bleiben noch viele Fragen zur Praxistauglichkeit offen. Das Projekt ist jedoch wichtig als ergebnisoffene Ideensammlung und zeigt, wie sich die Ausstattung von SPNV-Fahrzeugen langfristig entwickeln könnte.

Abstract

At least since the German railway reform in 1994 the quality of regional public rail transport plays a more important role for railway companies and public transport authorities. That also caused a change in train equipment: While in times of the state owned railway “Deutsche Bundesbahn” the regional public rail transport was a pure transport service, the trains have later been equipped with various amenities like power outlets, Wi-Fi, entertainment facilities, gastromomic services etc.

In regional public rail transport three major stakeholders exist: customers, public transport authorities and railway companies. This study examines, which demands these stakeholders have regarding the equipment of trains and how their requirements are fulfilled in recent projects. The stakeholders’ needs are analyzed in a literature research which results in a checklist. Based on this checklist two case studies are evaluated: The “Wohlfühlzug” (“Feel Good Train”) by Abellio Rail NRW and the “Ideenzug” (“Train of Ideas”) by Deutsche Bahn. The study results in the following conclusions:

Customers are heterogenous, therefore comfort equipment should be differentiated and adapted to the needs of various customer groups. Transport authorities act within a forcefield of maintaining public services, which is their main obligation, the necessity of an efficient use of their limited financial resources needed to fulfill their main task, and political influence. Railway companies are profit-oriented. They need to minimize costs while maximizing revenues. Therefore they have to acquire as many loyal customers as possible. Furthermore they are obligated to comply to various laws to be able to offer a rail service.

The studied projects fulfill these requirements at different rates: The Abellio “Feel Good Train” is not able to satisfy customer needs in a differentiated fashion, but because of the contrast effect it causes a significant rise of measurable customer satisfaction nevertheless. It also does not cause any problems regarding the interests of rail companies and transport authorities. The DB “Train of Ideas” offers differentiated equipment for various customer groups. But as it is only a model at the time this study is being written many questions cannot be answered yet. However, the project is important as an open-ended collection of ideas and shows how the equipment of vehicles in regional public rail transport could develop in the long term.