Technik

Marc Schneiders

Überlegungen zur Einführung eines einheitlichen Fahrgastorientierungssystems

Dargelegt am Beispiel des Verkehrsverbunds Rhein-Sieg

Diplomarbeit

Diplom.de

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über http://dnb.d-nb.de/ abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlages. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 2004 Diplomica Verlag GmbH
ISBN: 9783832489373

http://www.diplom.de/e-book/223884/ueberlegungen-zur-einfuehrung-eines-einheitlichen-fahrgastorientierungssystems

Marc Schneiders

Überlegungen zur Einführung eines einheitlichen Fahrgastorientierungssystems

Dargelegt am Beispiel des Verkehrsverbunds Rhein-Sieg

Diplom.de

Marc Schneiders

Überlegungen zur Einführung eines einheitlichen Fahrgast-orientierungssystems

Dargelegt am Beispiel des Verkehrsverbunds Rhein-Sieg

Diplomarbeit
Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn
Mathematisch-Naturwissenschaftliche Fakultät, Institut für Geographie
Abgabe November 2004

Diplom.de

Diplomica GmbH
Hermannstal 119k
22119 Hamburg

Fon: 040 / 655 99 20
Fax: 040 / 655 99 222

agentur@diplom.de
www.diplom.de

ID 8937

ID 8937
Schneiders, Marc: Überlegungen zur Einführung eines einheitlichen Fahrgast-orientierungssystems - Dargelegt am Beispiel des Verkehrsverbunds Rhein-Sieg
Hamburg: Diplomica GmbH, 2005
Zugl.: Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn, Diplomarbeit, 2004

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Diplomica GmbH
http://www.diplom.de, Hamburg 2005
Printed in Germany

Vorbemerkung

Der Anlaß, eine Arbeit zum Thema *Überlegungen zur Einführung eines einheitlichen Fahrgastorientierungskonzeptes - dargelegt am Beispiel des Verkehrsverbunds Rhein-Sieg* - zu schreiben, war ein Konzept zur verbesserten Fahrgastorientierung des Verkehrsclubs Deutschland (VCD) für das Kölner Stadtbahn-Netz. Es wurde im Jahre 2003 Vertretern der Kölner-Verkehrsbetriebe AG (KVB), des Verkehrsverbundes Rhein-Sieg GmbH (VRS), der Stadtwerke Bonn GmbH sowie des Amtes für Statistik und Stadtentwicklung vorgestellt. Die Idee für eine verbesserte Fahrgastorientierung hatte ich schon Anfang 2003 dem Arbeitskreis „ÖPNV“ des VCD (Kreisverband *Köln und Umgebung*) vorgetragen, mit dem ich in den folgenden Monaten das Fahrgastorientierungskonzept entwickelte.

Das vorgestellte Konzept stieß bei den o.g. Vertretern auf großes Interesse. Daher entschloß ich mich in meiner Diplomarbeit das Konzept des VCD aufzugreifen und als einheitliches Fahrgastorientierungskonzept für den Verkehrsverbund Rhein-Sieg weiterzuentwickeln.

Ich bedanke mich für die freundliche Unterstützung von Herrn Dipl.-Geogr. Thomas Nielsen (Zweckverband SPNV Rheinland-Pfalz Nord) sowie von den Mitarbeitern der Kölner Verkehrsbetriebe (KVB), der Bonner Stadtwerken (SWB), der Kraftverkehr Wupper-Sieg (KWS), des Verkehrsverbunds Rhein-Sieg (VRS), des Amtes für Statistik und Stadtentwicklung der Stadt Köln, des Planungsamtes der Stadt Bonn sowie der zuständigen Fahrgastverbände Pro Bahn Rhein-Sieg und der Kreisverbände des Verkehrsclubs Deutschland (VCD) Köln und Umgebung und Bonn/Rhein-Sieg/Ahr, welche mir Zeit für Gespräche zur Verfügung stellten und wertvolle Informationen lieferten.

Bonn, im November 2004

Marc Schneiders

Inhaltsverzeichnis

1 Einführung 6

1.1 Ausgangslage 6

1.2 Die Bedeutung von Marketing und Fahrgastorientierung 7

1.3 Vorgehensweise 8

1.4 Definitionen 9

1.5 Einordnung in die Geographie 11
1.5.1 Verkehrsgeographie 12
1.5.2 Stadtgeographie 13
1.5.3 Thematische Kartographie 13

1.6 Fragestellungen aus der Aufgabenstellung 16

2 Methode 18

2.1 Der quantitative Ansatz – die Befragung 18

2.2 Der qualitative Ansatz 19

2.3 Gewählte Methoden – der Methodenmix 21

2.4 Durchführung der empirischen Untersuchungen 22

3 Analyse des Ist-Zustands 24

3.1 VRS: Gebiet und Struktur 24
3.1.1 Das Gebiet des VRS 24
3.1.2 Die Struktur des VRS 25

3.2 Angebotsstruktur und Entwicklung 26
3.2.1 Schienenpersonennahverkehr (SPNV) 26
3.2.2 Stadtbahn/Straßenbahn 27
3.2.3 Bus 30

3.3 Bisherige Vermarktung des Nahverkehrs im VRS 32
3.3.1 Betriebsformen 32
3.3.2 Liniennummern-System 34
3.3.3 Das VRS-Fahrgastinformationskonzept 35
3.3.4 VRS-Tarifreform 37

3.4 Kritische Betrachtung von Elementen der Fahrgastorientierung 39
3.4.1 Fehlende Erkennungszeichen für SPNV, Stadtbahn und Bus 39
3.4.2 Gliederung (Teilbereiche) und Nummernsystematik 42
3.4.3 Grafiken: Netzpläne – Umgebungspläne - Teilnetzpläne 48
3.4.4 Fahrziele und Zwischenziele (Groborientierung) 58
3.4.5 Darstellung der Fahrplantabellen 62

3.5 Vergleiche mit Orientierungskonzepten anderer ÖV-Anbieter 66
3.5.1 Positivbeispiele 66
3.5.2 Negativbeispiele 73

4 Lösungsansätze für eine einheitliche Systematik 76

4.1 Ansatz des VCD-Köln (VCD-Fahrgastorientierungskonzept) 76
4.1.1 Das Korridorprinzip 76
4.1.2 Orientierung nach Haltestellen statt Ortsteilen 78
4.1.3 Integration der Tarifinformation in die Netzinformation 78
4.1.4 Sonstige Anmerkungen zum VCD-Konzept 78

4.2 Weiterentwicklung und Erweiterung des VCD-Konzeptes 79
4.2.1 Teilnetze: Name, Nummer und Farbe 79
4.2.2 Fahrziele und Zwischenziele (Verbesserung der Groborientierung) 84

4.2.3 Implizite Tarifinformation 85
4.2.4 Blattschnitt 85
4.2.5 Fahrplantabellen 87
4.2.6 Ansagen: Nennung von Umsteigemöglichkeiten 88
4.2.7 Erkennungszeichen für alle Transportebenen 88

4.3 Gespräch mit Angebots- und Nachfrageseite 89
4.3.1 Vorbereitung des Experteninterviews 89
4.3.2 Standpunkte von Angebots- und Nachfrageseite 90

4.4 Erkenntnisse aus den Experten-Interviews und Konsequenzen für das Orientierungskonzept 95
4.4.1 Erkenntnisse 95
4.4.2 Konsequenzen: Nachbesserungen des Orientierungskonzeptes 98
4.4.3 Weitere Maßnahmen 103

5 Schlußbetrachtung und Handlungsempfehlungen 106

5.1 Schlußbetrachtung 106

5.2 Handlungsempfehlungen 109
5.2.1 Kurzfristig (bis Ende 2006) 109
5.2.2 Mittelfristig (bis 2011) 110
5.2.3 Langfristig (nach 2011) 111

6 Quellenverzeichnis 113

6.1 Literatur und Dokumente 113

6.2 Internetquellen 119

6.3 Experteninterviews 122

6.4 Informelle Anfragen und Gespräche 122

7. Anhang ohne Seitenzählung

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1–1: Schaffnerbetrieb im Jahre 1917 (KVB 2002) *6*
Abbildung 1–2: Vorgehensweise als Skizze (eigener Entwurf) *9*
Abbildung 1–3: Einordnung der Verkehrsgeographie (aus Schliephake (1982)) *12*
Abbildung 1–4: Zwecke der Kartenauswertung (Hake, G., et al. 1994) *14*
Abbildung 1–5: Interne Karte eines fiktiven Eisenbahnunternehmens (Monmonier 1996) *15*
Abbildung 1–6: Beispiel für eine Werbekarte (Monmonier 1996) *15*
Abbildung 2–1: Beispiel einer repräsentativen Umfrage auf Basis der quantitativen Befragung (Pyschodermics 2003) *18*
Abbildung 2–2: Typen der Befragung (aus Atteslander 1995) *21*
Abbildung 3–1: Kommunen im Verkehrsverbund Rhein-Sieg (VRS 2004) *24*
Abbildung 3–2: Die Struktur des VRS (Quelle: VRS 2004) *25*
Abbildung 3–3: Phasen des Stadtbahnausbaus in Köln (eigener Entwurf) *28*
Abbildung 3–4: Kölner Stadtbahnnetz unterteilt in Hoch- (blau) und Niederflurlinien (gelb) (Nahverkehrsplan Köln 2003- 2007) *29*
Abbildung 3–5: Tarifstufen, Köln als Ausgangspunkt (VRS 2004) *37*
Abbildung 3–6: Übersichtliche Tarif-Tabelle (VRS 2004) *38*
Abbildung 3–7: Symbol für Stadtbahn (links), Verkehrszeichen für oberirdische Haltestellen gemäß STVO) rechts (eigener Entwurf). *40*
Abbildung 3–8: Symbole für Taxi, Straßenbahn (Tram) und Bus im Bonner Hauptbahnhof (aufgenommen am 29.06.2004). *40*
Abbildung 3–9: Einheitliches Stadtbahnsymbol im VRR – hier Krefeld Hbf (aufgenommen am 10.07.2004) *41*
Abbildung 3–10: Fahrgastorientierung am Konrad-Adenauer Platz (Bonn) unter Verwendung von Stadtbahn- und Straßenbahnsymbolen (aufgenommen am 05.05.2004). *41*
Abbildung 3–11: Modellhafter Vergleich der Numerierung von Linien zwischen Köln und Bonn (eigener Entwurf). *44*
Abbildung 3–12: Modellhafte Darstellung – Numerierung von Linien mit wechselnder Bedienung (eigener Entwurf) *45*
Abbildung 3–13: Vergleich der Numerierung von Linien bei Rundfahrten (eigener Entwurf) *46*
Abbildung 3–14: Führung der Buslinien 636/637 in Bonn-Medinghoven *47*
Abbildung 3–15: Legende des Schnellverkehrsplans (links), Ausschnitt des Kölner Nachtliniennetzplans (rechts) – Quelle: KVB 2004 ..... *49*
Abbildung 3–16: Ausschnitt des Kölner Stadtbahn- (links) bzw. Busnetzplans (rechts) *50*
Abbildung 3–17: Vereinfachtes Grundmuster des Kölner Stadtgebietes (eigener Entwurf) *51*
Abbildung 3–18: Netzgrafiken vor (links) und nach (rechts) dem Fahrplanwechsel Dezember 2003 (KVB 2002/2003) *52*
Abbildung 3–19: Ausschnitt der Bonner Busnetzgrafik (SWB 2004) *54*
Abbildung 3–20: Ausschnitt der Busnetzgrafik des Rheinisch-Bergischen Kreises (KWS 2004). *55*
Abbildung 3–21: Display im Bonner Stadtbahnwagen (Aufnahme: 05.07.2004). *57*
Abbildung 3–22: Teilnetzgrafiken als Perlenschnur-Ersatz (KVB 2002) *57*
Abbildung 3–23: Haltestellen-Umgebungsplan (links – aus VRS-Verbundfahrplan 2004) und Haltestellenlageplan (rechts – aus: Merten 2004). *58*
Abbildung 3–24: Ziele und Zwischenziele an der Haltestelle Ebertplatz in Köln (Aufnahme : 09.08.2004) *59*
Abbildung 3–25: Keine Systematik in der Orientierung an der Haltestelle Friesenplatz in Köln – links nach Endzielen (Richtung Mengenich... usw.), rechts auf dem Gegengleis nach Zwischenzielen (Richtung Neumarkt... usw.) *60*
Abbildung 3–26: Elektronische Anzeigetafel am Konrad-Adenauer-Platz in Bonn (Aufnahme: 05.07.2004) *62*
Abbildung 3–27: Streckenbezogene (links) sowie linienbezogene Fahrplantabelle (VRS 2004) *62*
Abbildung 3–28: Uneinheitliche Ausgestaltung von Fahrplantabellen *63*
Abbildung 3–29: Übersicht über alle SPNV-Angebote (VRS-Verbundfahrplan 2004) *65*
Abbildung 3–30: Netzgrafik der hannoverischen Stadtbahn (GVH 2004) *66*
Abbildung 3–31: Ausschnitt der Netzgrafik (Bus, Tram und Metro) von Lyon (TCL 2004) *67*
Abbildung 3–32: Information an Bahnsteigzugängen zur Londoner U-Bahn (Aufnahme: Groneck) *68*

Abbildung 3–33: Legende zur Netzgrafik der Londoner Vorortbahnen (links), Ausschnitt der entsprechenden Netzgrafik (rechts) – Quelle: Railtrack 1996 69
Abbildung 3–34: Neues Münchener Busnetz (MVV 2004) 70
Abbildung 3–35: Düsseldorfer Liniennetzplans für mobilitätseingeschränkte Fahrgäste (Rheinbahn 2004) 71
Abbildung 3–36: Perlenschnur für die Fahrpläne der Berliner U-Bahnlinie U1 (BVG 2004) 72
Abbildung 3–37: Karlsruher Netzgrafiken – links: Stadt-/Straßenbahn, rechts: Bus (KVV 2004) 73
Abbildung 3–38: Ausschnitt der Aachener Busnetzgrafik (AVV 2004) 74
Abbildung 4–1: Netzentwurf zum Fahrgastorientierungskonzept (VCD-Köln 2003) 77
Abbildung 4–2: Beschriftung von Fahrziel und Endhaltestelle (links), Angabe von Zwischenzielen (rechts) – eigener Entwurf 85
Abbildung 4–3: lokaler Liniennetzplan für Bergisch Gladbach (SVB 2003) 97
Abbildung 4–4: VRS-Grafik (links), eigener Entwurf (rechts). 104
Abbildung 4–5: Ist-Zustand (links), Netzgrafik mit raumwirksamen Elementen wie Autobahnen (rechts) – eigener Entwurf 104

Ankürzungsverzeichnis

AG	Aktiengesellschaft
AST	Anruf-Sammel-Taxi
BGG	Behindertengleichstellungsgesetz
BUB	Bürgeraktion Umweltschutz Bonn
BUND	Bund für Umwelt- und Naturschutz
BVG	Berliner Verkehrsgesellschaft
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
GVH	Großraumverkehr Hannover
Hrsg.	Herausgeber
HVV	Hamburger Verkehrsverbund
HVZ	Hauptverkehrszeit
i. d. R.	in der Regel
i. d. F.	in der Fassung
ITF-NRW	Integraler Taktfahrplan – Nordrhein-Westfalen
ITF2-NRW	2. Stufe des ITF-NRW (seit 2002)
IVV	Ingenieurgruppe für Verkehrswesen und Verfahrensentwicklung
KBE	Köln-Bonner Eisenbahn
KG	Kommanditgesellschaft
KVB	Kölner Verkehrsbetriebe
KVE	Kreisverkehrsgesellschaft Euskirchen
KWS	Kraftverkehr Wupper Sieg
lrh.	linksrheinisch
Mio.	Millionen
MVEL	Ministerium für Verkehr, Energie und Landesentwicklung
NRW	Nordrhein-Westfalen
NVZ	Nebenverkehrszeit
o.O.	ohne Ortsangabe
ÖPNV	Öffentlicher Personennahverkehr
PBfG	Personenbeförderungsgesetz
RATP	Réseau Autonome des Transports Parisiens
RB	Regional-Bahn
RE	Regional-Expreß

rrh.	rechtsrheinisch
RMV	Rhein-Main-Verbund
RVK	Regionalverkehr Köln
Bahn	Stadtbahn (ursprüngliche Bedeutung), Schnellbahn
TCL	Transports en Commun Lyonnais
o. g.	oben genannt
s. o.	Siehe oben
StVO	Straßenverkehrsordnung
SPNV	Schienenpersonennahverkehr
s. u.	Siehe unten
SVB	Stadtverkehrsgesellschaft Bergisch Gladbach
SVE	Stadtverkehr Euskirchen
SWB	Stadtwerke Bonn
u.	und
U-Bahn	Untergrundbahn
VCD	Verkehrsclub Deutschland
Vrgl.	Vergleiche
VRS	Verkehrsverbund Rhein-Sieg
VRR	Verkehrsverbund Rhein-Ruhr
z. B.	zum Beispiel
Z. T.	zum Teil

1 Einführung

1.1 Ausgangslage

Fahrgastinformation und Fahrgastorientierung haben im heutigen Zeitalter einen hohen Stellenwert. Aufgrund der Rationalisierungsmaßnahmen während der 1960er Jahre wurden Busse und Straßenbahnen auf Einmann-Betrieb umgestellt. Der damit verbundene Wegfall des *Schaffners* als Kundenbegleiter (siehe Abbildung 1-1) führte zu einer zunehmenden Anonymisierung des öffentlichen Nahverkehrs. Während in Bussen heute noch beim Fahrer der Fahrscheinerwerb (außer in Köln) möglich ist, wurde in Straßenbahnen (heute Stadtbahnen) der Fahrscheinautomat eingeführt. Im heutigen Stadtbahnsystem besteht, trotz transparenter Fahrerkabinen, daher keine Möglichkeit mehr, sich ohne weiteres an den Fahrer zu wenden. Dem Kunden fehlt ein Ansprechpartner vor Ort. Das hierdurch entstandene Kommunikations-Defizit kann nur durch ein gut gestaltetes Informations-Konzept kompensiert werden.

Abbildung 1–1: Schaffnerbetrieb im Jahre 1917 (KVB 2002)

Der Kreisverband Köln und Umgebung des Verkehrsclubs Deutschland (VCD) vertritt die Ansicht, daß es für Ortsfremde äußerst schwierig ist, innerhalb des Kölner Stadtbahnnetzes zurechtzukommen. *Fremde müssen den Streckenverlauf von 16 Einzellinien und die Lage von insgesamt 40 Stadtteilen und zentralen Haltestellen lernen. Auf diesen unverzichtbaren Daten baut heute die*

Fahrgast-Information der Kölner Verkehrsbetriebe (KVB) auf.[1] Zur Lösung dieses Problems hat der VCD ein Konzept entwickelt, von dem ein Teil umgesetzt worden ist. Dieses Konzept wird in Kapitel 4.1 genau erläutert werden.
Mit der Entstehung von Verkehrverbünden und der daraus folgenden engen Kooperation von Verkehrsunternehmen und Verkehrsträgern stoßen unterschiedliche, zum großen Teil historisch gewachsene Informations- und Orientierungskonzepte aufeinander. Hierbei sind die Verbünde bestrebt, dem Kunden eine einheitliche Fahrgastinformation- bzw. -orientierung zu liefern. In diesem Zusammenhang soll geprüft werden, inwieweit die im VCD-Konzept genannten Verbesserungsvorschläge sich für ein einheitliches Fahrgastorientierungssystem eignen.

1.2 Die Bedeutung von Marketing und Fahrgastorientierung

Das Marketing im Bereich des öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV) setzt sich mit den Bedürfnissen der Kunden auseinander. Anders als in den vergangenen Jahrzehnten werden Fahrgäste als *Kunden* und nicht mehr als *Beförderungsfälle* betrachtet. Während man sich anfangs auf die Fahrplan- und Tarifgestaltung konzentrierte, gehören heute auch Produktplanung, Tarifpolitik, Distribution und Kommunikation und Service zum Marketing.
Für den Unternehmer ist das Marketing zu einer Daueraufgabe geworden, um den ÖPNV als Alternative zum eigenen Auto ins Bewußtsein der Menschen zu bringen und dessen Stärken hervorzuheben. Neben den Stammkunden werden auch potentielle Umsteiger und Gelegenheitsfahrer umworben.
So ist die Fahrgastorientierung ein unverzichtbarer Bestandteil des Marketings geworden. Während Stammkunden mit öffentlichen Verkehrsmittel gut zurecht kommen, müssen sich Gelegenheitsfahrer mit den Angeboten (Linienverlauf, Fahrplan und Tarife) auseinandersetzen und sich an das jeweilige Transportsystem gewöhnen. Eine vollständig durchdachte und systematisch aufgebaute Fahrgastorientierung könnte dem unvorbereiteten Gelegenheitsfahrer die Wahl und Benutzung öffentlicher Verkehrsmittel erleichtern. Im Bereich der Fahrgastinformationsmedien versuchen Verbund und Verkehrsunternehmen auf die Kunden zuzugehen. *Nur wer ein Angebot kennt, kann es in Anspruch nehmen,*

[1] Kunstmann, V.(2003): VCD-Konzept. Fahrgast-Orientierung im Kölner Stadtbahnnetz, in: Rheinschiene. Zeitschrift für Verkehrspolitik in Köln und Umgebung, 15. Jg., H. 31. S. 6.

nur wer ein System versteht, kann es zum eigenen Vorteil nutzen.[2]

Mit der Einführung des Gesetzes zur Gleichstellung behinderter Menschen (BGG) mit dem Ziel, *die Benachteiligung von behinderten Menschen zu beseitigen und zu verhindern sowie die gleichberechtigte Teilhabe von behinderten Menschen am Leben in der Gesellschaft zu gewährleisten und ihnen eine selbstbestimmte Lebensführung zu ermöglichen,*[3] hat die Fahrgastorientierung zusätzlich an Bedeutung gewonnen. Aufgrund dieser Umstände läßt sich prognostizieren, daß die Fahrgastorientierung mehr und mehr ins Blickfeld rücken wird.

1.3 Vorgehensweise

Innerhalb dieses Kapitels werden nach einigen Begriffsdefinitionen weitere Fragestellungen behandelt, die sich aus der primären Fragestellung *Überlegungen zur Einführung eines einheitlichen Fahrgastorientierungssystems – dargelegt am Beispiel des Verkehrsverbunds Rhein-Sieg* ergeben.

Kapitel 2 befaßt sich kurz mit den Methoden der empirischen Sozialforschung sowie der Frage, welche Methode für diese Arbeit geeignet ist. Nach einer kurzen Bestandsanalyse der Angebotsstrukturen werden Darstellungen anderer ÖPNV-Netze aus dem In- und Ausland verglichen und auf Positivbeispiele hin untersucht, welche für das Gesamtgebiet des VRS Anwendung finden könnten.

Kapitel 4 setzt sich mit Möglichkeiten der Verbesserung auseinander: In diesem Zusammenhang wird der Ansatz des VCD (Fahrgastorientierungskonzept des VCD Köln und Umgebung) kritisch betrachtet und weiterentwickelt. Im Rahmen von Gesprächen und Diskussionen mit Vertretern von Verkehrsverbund und Verkehrsbetrieben sowie Fahrgastverbänden werden die im erweiterten Konzept des VCD-Ansatzes entwickelten Verbesserungsvorschläge diskutiert und auf mögliche Umsetzung geprüft.

---

[2] Brocke, F. (1998): Das VRS-Fahrgastinformationskonzept 2000. In: Verkehr und Technik, H. 3, S. 95.

[3] §1 BGG i. d. F. 1994.

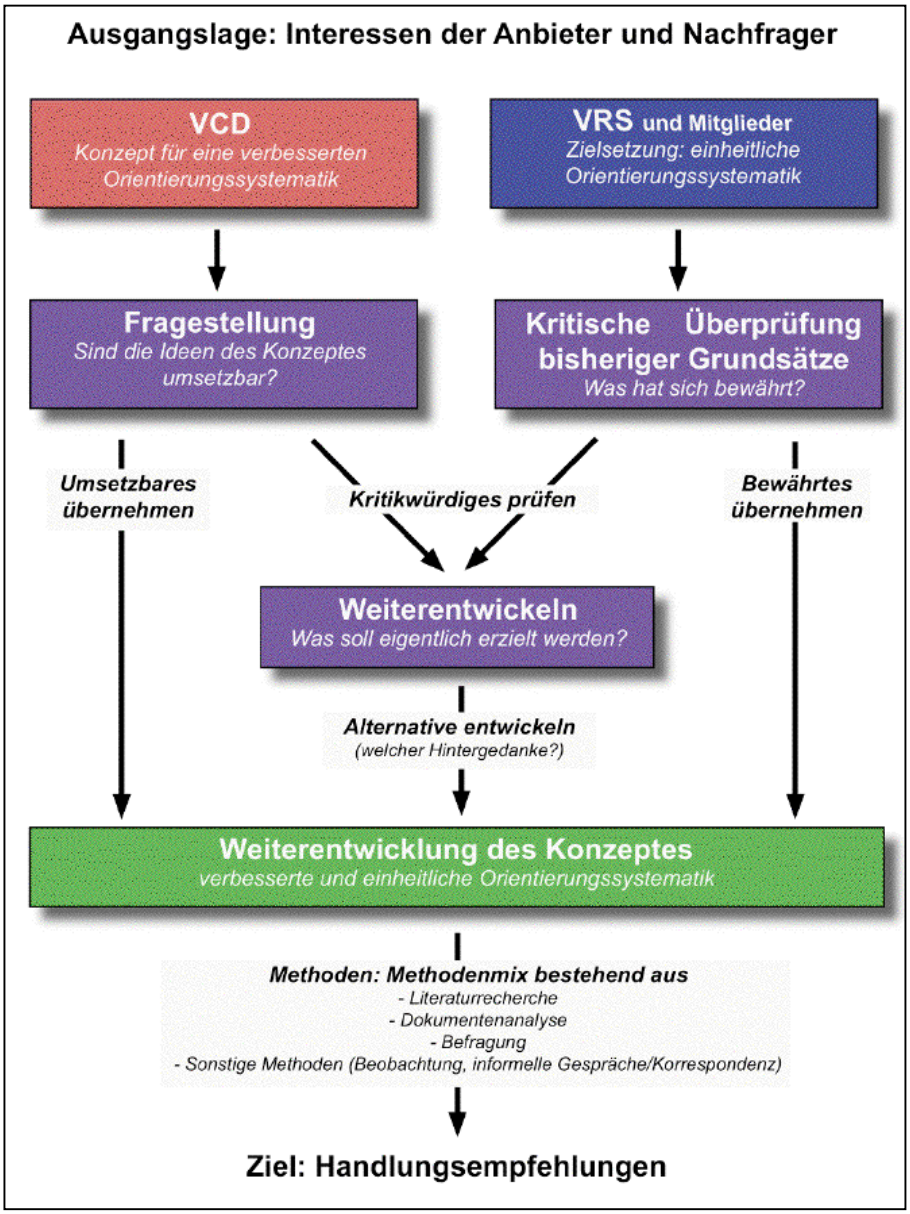

Abbildung 1–2: Vorgehensweise als Skizze (eigener Entwurf)

Kapitel 5 zieht ein Fazit aus der gesamten Arbeit. Darin werden ebenso Handlungsempfehlungen abgegeben, bei denen zwischen kurz-, mittel- und langfristig unterschieden wird.

1.4 Definitionen

Fahrgastorientierung

Der Begriff *Fahrgastorientierung* wird nicht einheitlich gebraucht. Es handelt sich hierbei zunächst um eine Wortzusammensetzung von *Fahrgast* und *Orientierung*. Ein *Fahrgast* im Sinne dieser Arbeit ist eine Person, die öffentliche

Verkehrsmittel benutzt. Synonyme hierfür sind: *Kunde* und *Benutzer*. Das Wort *Orientierung*[4] bedeutet ursprünglich *nach Osten ausrichten* , wie es bei mittelalterlichen Kirchen üblich war. In dieser Arbeit wird unter *Orientierung* das Wissen um die Position eines Individuums im Raum verstanden.

Fahrgastorientierung im Sinne des VCD-Fahrgastorientierungs-Konzeptes und dieser Arbeit bedeutet:

Das Wissen über die Position und die Möglichkeit der räumlichen Fortbewegung eines Fahrgastes innerhalb einer Gemeinde, eines Kreises oder einer Region.

Insbesondere besteht die Fahrgastorientierung in der Beantwortung folgender Fragen:

- *Welche Möglichkeiten zur Raumüberwindung liegen vor (Verkehrsangebot)?*
- *Wann besteht eine Möglichkeit der Raumüberwindung (Fahrplangestaltung)?*
- *Was kostet die Fahrt (Tarifgestaltung)?*

Für Unternehmer ist Fahrgastorientierung vor allem *Kundenorientierung*[5].

Es geht ihnen um die Ziele der Kundenbediendung und Imagepflege.

Fahrgastorientierung beinhaltet letztendlich alle Medien und Inhalte, die eine Fahrgastinformation (Definition s. u.) vermitteln sowie die Produktgestaltung (Art de Angebotes, Liniennummer usw.).

Fahrgastorientierungssystem

Der Begriff *System* unterstreicht die Systematik der Fahrgastorientierung. Darunter ist zu verstehen: ihre Vollständigkeit und eine durchgängige Ordnung.

Fahrgastinformation

Unter *Information*[6] ist zu verstehen: eine verfügbare Nachricht, eine Mitteilung, die Kenntnis von einem Sachverhalt. Die geographische Bedeutung von Information liegt in ihrer Raumbedeutsamkeit, denn das raumwirksame Handeln sozialer Gruppen wird durch Information verbreitet und gesteuert. Fahrgastinformation im Sinne dieser Arbeit umfaßt die Mitteilung und Verbreitung von Auskünften und Sachverhalten. Darunter fallen nicht nur die allgemeinen Informationen an Haltestellen sowie in Bussen und Bahnen, sondern auch

[4] http://de.wikipedia.org/wiki/Orientierung_%28Raum%29 (01.09.2004)
[5] Herr Ploschke am 19.08.2004 (Interview).
[6] Leser, H. (1997): *Information*.

Mitteilungen über Unregelmäßigkeiten (Störung, Umleitungen usw.). Zu den genutzten Medien zählen die Aushänge an Haltestellen und in den Fahrzeugen sowie Printmedien (Netzgrafiken und Fahrpläne), elektronische Datenträger, das Internet und außerdem akustische Ansagen und elektronische Anzeigen an Haltestellen und in Fahrzeugen.

Marketing

Marketing bedeutet die Gesamtheit aller Maßnahmen, die von einem Unternehmen zur Förderung des Absatzes seiner Produkte getätigt werden. Hierzu gehören z. B. Marktforschung, attraktive Angebotsgestaltung, Preis- und Tarifgestaltung sowie Imagepflege. Die Imagepflege wiederum ist das Bemühen eines Unternehmens, seine Attraktivität gegenüber gewissen Zielgruppen zu festigen und zu erhöhen.[7]

Kurz-, mittel- und ***langfristig***

Die Begriffe *kurzfristig*, *mittelfristig* und *langfristig* lehnen sich an die Zeiteinteilungen der Nahverkehrspläne von Köln und Bonn an. *Der Nahverkehrsplan (NVP) ist ein Programm für 5 Jahre, das den Rahmen für die gewünschte Entwicklung und Finanzierung des ÖPNV definiert. Er wird ergänzt um einen Ausblick auf mittel- und längerfristig angestrebte bzw. zu erwartende Entwicklungen von Angebot und Nachfrage.*[8]

- Als *kurzfristig* wird der Zeitraum bis 2007 angesehen.
- Als *mittelfristig* wird der Zeitraum von 2007 bis 2011 betrachtet, für den ein neuer Nahverkehrsplan aufgestellt wird.
- Unter *Langfristig* ist die Zeit nach 2011 zu verstehen.

1.5 Einordnung in die Geographie

Die vorliegende Arbeit ist praxisorientiert und ist in den Bereich der Anthropogeographie und der allgemeinen Methodenlehre der Geographie einzuord-

[7] Leser, H. (1997): Marketing und Imagepflege
[8] Nahverkehrsplan Bonn 2003 – 2007.