

MEHR KUND:INNEN DURCH BESSERE QUALITÄT – UMSTIEG AUF ÖFFENTLICHE VERKEHRSMITTEL VEREINFACHEN

Positionspapier des Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) zur Notwendigkeit eines Qualitätsmonitors im öffentlichen Verkehr

13. September 2024

Impressum

**Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände –
Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.**

Mobilität und Reisen

mobilitaet@vzbv.de

*Rudi-Dutschke-Straße 17
10969 Berlin*

Der Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. ist im Deutschen Lobbyregister und im europäischen Transparenzregister registriert. Sie erreichen die entsprechenden Einträge [hier](#) und [hier](#).

INHALT

| | |
|---|----------|
| VERBRAUCHERRELEVANZ | 3 |
| ZUSAMMENFASSUNG | 4 |
| I. AUSGANGSLAGE | 5 |
| II. ANFORDERUNGEN AN EINEN UNABHÄNGIGEN QUALITÄTSMONITOR | 6 |
| 1. Methodik | 6 |
| 2. Indikatoren | 7 |
| 3. Datenaufbereitung und Kommunikation | 8 |
| III. ERPROBUNGSPHASE | 8 |
| 1. Grundsätzliche Anforderungen an die Umsetzung | 8 |
| 2. Vorschläge für eine Pilotphase | 9 |

VERBRAUCHERRELEVANZ

Busse und Bahnen sind das Rückgrat einer nachhaltigen Mobilität und Voraussetzung für Teilhabe in Stadt und Land. Der öffentliche Verkehr (ÖV) trifft jedoch oftmals nicht die Erwartungen und Bedürfnisse der Fahrgäste und hält zudem auch potentielle Fahrgäste von der Nutzung ab. Dies liegt unter anderem an einem mangelhaften Angebot, zu hohen Preisen, schlecht abgestimmten Anschlüssen, komplizierten Tarifbedingungen oder wenig einladenden Fahrzeugen und Haltestellen. Die Gründe, die gegen die Nutzung des öffentlichen Verkehrs sprechen, verändern sich seit Jahren kaum, wie repräsentative Befragungen des vzbv aus den Jahren 2018 und 2020 belegen.¹

Die Verkehrsunternehmen veröffentlichen im Rahmen ihrer Jahresberichte Zahlen zur Kundenzufriedenheit. So spricht die Deutsche Bahn AG davon, dass es eines der Top-Ziele des DB-Konzerns sei, eine dauerhaft hohe Kundenzufriedenheit zu erreichen und dass durch die regelmäßige Messung der Kundenzufriedenheit in Performance-Dialogen eine effiziente Steuerung der Kundenzufriedenheit sichergestellt sei. Die Zahlen im Fernverkehr sprechen jedoch vom Gegenteil: Dort sinkt die Kundenzufriedenheit kontinuierlich.²

Um herauszufinden, was Nutzer:innen von Schiene, Bus und Straßenbahn denken und worauf es ihnen ankommt, werden unabhängige Untersuchungen benötigt. Politische Entscheidungstragende brauchen einen echten Einblick in neutrale, kontinuierliche und vergleichbare Erhebungen zur Zufriedenheit von Nutzer:innen sowie der Bedürfnisse aller, die bisher keine öffentliche Verkehrsmittel nutzen. Nur mit diesem Wissen können die richtigen Stellschrauben im System gedreht werden, um die öffentlichen Verkehrsmittel für Verbraucher:innen attraktiver zu machen.

¹ Repräsentative Umfrage im Auftrag des vzbv: „Aussagen zum öffentlichen Verkehr – Zeitvergleich“; https://www.vzbv.de/sites/default/files/downloads/2021/01/21/praesentation_ergebnisse_umfrage_oev-final.pdf (Seite 15, letzter Zugriff am 16. April 2024)

² <https://ibir.deutschebahn.com/2022/de/konzernlagebericht/produktqualitaet-und-digitalisierung/kunde-im-mittelpunkt-unseres-handelns/kundenzufriedenheit/> (letzter Zugriff am 19. Juli 2024)

ZUSAMMENFASSUNG

Dem Ziel, dass die öffentlichen Verkehrsmittel einen wesentlichen Beitrag zum Klimaschutz leisten und mehr Fahrgäste gewinnen sollen, stehen eine Qualität und ein Service entgegen, die sich nicht in hinreichendem Maße an Verbraucherbedürfnissen orientieren. Öffentliche Verkehrsmittel spielen in der Alltagsmobilität vieler Verbraucher:innen bisher nur eine untergeordnete Rolle.³ Die Folge sind eine starke Abhängigkeit vom Auto oder sogar eine eingeschränkte Teilhabe am gesellschaftlichen Leben.

Eine verbesserte Qualität und eine stärkere Bedarfsorientierung können dazu beitragen, dass der ÖV zu einer attraktiveren Mobilitätsoption wird. Mit dem Qualitätsmonitor, einer systematischen, auf wissenschaftlichen Kriterien beruhenden und unabhängigen Messung der Kundenzufriedenheit, können künftig Defizite in der Kundenorientierung des ÖV ermittelt werden. Diese kontinuierliche und vergleichbare Messung ermöglicht den Verkehrsunternehmen gezielt gegenzusteuern, erleichtert die politische Steuerung kommunaler Verkehrsunternehmen und bietet eine verlässliche Basis für zukünftige Vergabeentscheidungen. Im Unterschied zu klassischen Zufriedenheitsuntersuchungen sollen die Nutzungshürden von ÖV-Nichtnutzer:innen explizit berücksichtigt werden. Ausdrückliches Ziel des Qualitätsmonitors ist die Erschließung neuer Fahrgastgruppen, um insgesamt die Nachfrage zu steigern und den politisch gewollten und klima- und verkehrspolitisch notwendigen Umstieg hin zu Bus und Bahn zu unterstützen.

Der Qualitätsmonitor muss repräsentativ und regionalisierbar sein und sowohl subjektive als auch objektive Qualitätskriterien erfassen. Zudem muss er politisch legitimiert, unabhängig und ausreichend finanziert sein. Der Qualitätsmonitor soll mittelfristig für den gesamten öffentlichen Verkehr eingeführt werden. Sinnvoll ist es, ihn in einer Pilotphase zeitnah zu erproben. Dafür schlägt der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) die Deutsche Bahn vor. Das Unternehmen eignet sich für die Erprobungsphase besonders gut, da es eine herausragende Bedeutung besitzt und als bundeseigenes Unternehmen im Verantwortungsbereich des Bundesministeriums für Digitales und Verkehr (BMDV) liegt. Die Pilotphase sollte aus Bundesmitteln finanziert werden, eine anschließende Verstetigung und Ausweitung auf andere Bereiche des öffentlichen Verkehrs sollte ebenfalls öffentlich getragen werden.

Der vzbv fordert

- einen Qualitätsmonitor zur Identifikation von Nutzungshürden und zur Verbesserung der Zufriedenheit von Kund:innen und Nicht-Kund:innen des öffentlichen Verkehrs einzuführen.
- eine fünfjährige Pilotphase, um erstmalig den Qualitätsmonitor bei der Deutschen Bahn (DB) als bundeseigenes Unternehmen im Verantwortungsbereich des BMDV auszutesten.
- eine politische Legitimation, eine wissenschaftliche Unabhängigkeit, eine gesicherte und unabhängige Finanzierung sowie einen professionellen Auftritt nach innen und außen, um den Erfolg des Qualitätsmonitors zu gewährleisten.

³ Laut Mobilität in Deutschland 2017 hat der ÖV einen Anteil am Modal Split von 10 Prozent und hat damit von allen Fortbewegungsarten den geringsten Anteil. Quelle: Mobilität in Deutschland 2017, Ergebnisbericht; https://www.mobilitaet-in-deutschland.de/archive/pdf/MiD2017_Ergebnisbericht.pdf (Seite 47, letzter Zugriff am 22. Juli 2024)

I. AUSGANGSLAGE

Für viele Verbraucher:innen sind die öffentlichen Verkehrsmittel keine attraktive Option und spielen bei ihrer täglichen Mobilität keine oder nur eine untergeordnete Rolle. Neben einem ungenügenden Angebot ist dabei oftmals auch eine unzureichende Qualität der Grund. Der vzbv hat in der Vergangenheit mehrmals Verbraucher:innen befragt, welche die aus ihrer Sicht größten Hürden bei der Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel sind.⁴ Dabei zeigt sich, dass diese im Zeitverlauf kaum variieren. Unübersichtliche Tarifsysteme, zu hohe Ticketpreise, überfüllte Fahrzeuge, Unpünktlichkeit und schlecht aufeinander abgestimmte Takte wurden bei zwei unabhängigen Befragungen als die fünf größten Hürden aufgeführt.

In der Folge werden öffentliche Verkehrsmittel insgesamt als weniger attraktiv eingeschätzt als andere Verkehrsmittel. Bei der Erhebung „Mobilität in Deutschland 2017“ stimmten rund zwei Drittel (65 Prozent) der befragten Personen der Aussage nicht oder überhaupt nicht zu, dass sie den öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) gerne nutzen.⁵ Beim Auto waren es nur 22 Prozent, beim zu Fuß gehen sogar nur 17 Prozent.

Die Unzufriedenheit mit den öffentlichen Verkehrsmitteln spiegelt sich auch in einer stagnierenden Nutzung wieder. Zwar stieg die Anzahl der insgesamt im deutschen ÖV beförderten Personen zwischen den Jahren 2005 und 2016 um rund 1,2 Milliarden Fahrgäste (+ 10,2 Prozent) und die von diesen zurückgelegten Personenkilometern um 27,7 Milliarden (+ 13,1 Prozent). An der prozentualen Verteilung bezogen auf alle Verkehrsträger hat sich jedoch wenig geändert. Der Anteil der öffentlichen Verkehrsmittel am Verkehrsaufkommen (Anzahl der beförderten Personen) stieg lediglich von 16,9 Prozent auf 17,5 Prozent. Bei der Verkehrsleistung (zurückgelegte Kilometer der beförderten Personen) war der Zuwachs noch geringer, dort stieg er lediglich von 19,5 Prozent auf 19,9 Prozent.⁶

Dass die öffentlichen Verkehrsmittel, insbesondere im Vergleich zum Motorisierten Individualverkehr (MIV) in den vergangenen Jahren keinen nennenswerten Nachfragezuwachs erfahren haben, liegt neben einem für viele Verbraucher:innen ungenügenden Angebot auch an einer wenig verbrauchergerechten Ausgestaltung. Eine verbesserte Qualität und eine stärkere Bedarfsorientierung können dazu beitragen, dass der ÖPNV zu einer attraktiveren Mobilitätsoption wird. Verkehrsunternehmen und -verbände erheben zwar die Zufriedenheit ihrer Kund:innen. Jedoch erfolgt dies nach eigenen Methode und Kriterien, die keine oder nur eine eingeschränkte Vergleichbarkeit der Ergebnisse zulassen, sowohl im zeitlichen Verlauf als auch mit anderen Anbietern. Zudem lassen diese Erhebungen grundsätzlich Verbraucher:innen außen vor, die nicht den ÖV nutzen. Sollen mehr Menschen in Bus und Bahn einsteigen, müssen aber insbesondere die Hinderungsgründe derjenigen identifiziert und mit geeigneten Maßnahmen abgebaut werden, die den öffentlichen Verkehr (noch) nicht nutzen.

⁴ Repräsentative Umfrage im Auftrag des vzbv: „Aussagen zum öffentlichen Verkehr – Zeitvergleich“; https://www.vzbv.de/sites/default/files/downloads/2021/01/21/presentation_ergebnisse_umfrage_oev-final.pdf (Seite 15, letzter Zugriff am 16. April 2024)

⁵ Mobilität in Deutschland 2017, Ergebnisbericht; https://www.mobilitaet-in-deutschland.de/archive/pdf/MiD2017_Ergebnisbericht.pdf (Seite 127, letzter Zugriff am 15. April 2024)

⁶ Bundesministerium für Digitales und Verkehr: Verkehr in Zahlen 2023/2024; https://bmdv.bund.de/SharedDocs/DE/Anlage/G/verkehr-in-zahlen23-24-pdf.pdf?__blob=publicationFile (Seite 216-221, letzter Zugriff am 16. April 2024); Aufgrund modifizierter Datenquellen ist ein Vergleich mit den Werten ab 2017 nur eingeschränkt möglich. Zudem brach coronabedingt die Nachfrage nach Bus und Bahn ab 2020 massiv ein.

Aus Sicht der für den öffentlichen Verkehr verantwortlichen Körperschaften, von den Kommunen und Landkreisen, über die Länder bis zum Bund, bietet ein Qualitätsmonitor zusätzliche Vorteile. Eine kontinuierliche und vergleichbare Messung der Kundenzufriedenheit erleichtert die politische Steuerung der kommunalen Verkehrsunternehmen und bietet eine verlässliche Basis für zukünftige Vergabeentscheidungen. Dies erst ermöglicht eine effiziente Verwendung öffentlicher Gelder. Die Hebung möglicher Effizienzpotentiale ist unabdingbar, um mit weniger Mitteleinsatz den notwendigen Ausbau und die Modernisierung des öffentlichen Verkehrs voranzubringen. Somit ist der unabhängige Qualitätsmonitor ein weiterer – aber unerlässlicher – Baustein, um den politisch gewollten, aber auch klima- und verkehrspolitisch notwendigen Umstieg hin zu Bus und Bahn zu unterstützen. Die guten Erfahrungen aus anderen Ländern zeigen, dass dieser Ansatz wirkt. „Transport Focus“⁷ in Großbritannien und „Passager Pulsen“⁸ in Dänemark erheben mit Hilfe verschiedenste Methoden die Nutzungshürden im ÖV und tragen zur Verbesserung der Fahrgastsituation bei.

II. ANFORDERUNGEN AN EINEN UNABHÄNGIGEN QUALITÄTSMONITOR

Der unabhängige Qualitätsmonitor ist kein fertiges und in sich geschlossenes Konzept. So flexibel wie sich die Bedürfnisse und Wünsche von Kund:innen und Nicht-Kund:innen des ÖV verändern, so anpassungsfähig muss der Qualitätsmonitor sein. Nichtsdestotrotz liegen dem Konzept des Qualitätsmonitors eine grundlegende Methodik und ein Mindestset an Indikatoren zur Messung der Zufriedenheit zu Grunde. Diese basieren auf einem Gutachten von infas, Institut für angewandte Sozialwissenschaften, im Auftrag des vzbv⁹. Im Rahmen dieses Positionspapiers werden der methodische Ansatz, die Vorstellung geeigneter Indikatoren zu Bestimmung der Kundenzufriedenheit und Anforderungen an die Datenaufbereitung und Kommunikation überblicksartig dargestellt. Für eine ausführliche Erläuterung wird auf das Gutachten verwiesen.

III. METHODIK

Grundsätzlich muss der Qualitätsmonitor mehrere Anforderungen erfüllen: Er muss repräsentativ und regionalisierbar sein und sowohl subjektive als auch objektive Qualitätskriterien erfassen. Dies macht den Einsatz quantitativer und auch qualitativer Erhebungsinstrumente sinnvoll.

Je nach Untersuchungsgegenstand – dabei reicht die Bandbreite von kleinen bis zu großen Verkehrsunternehmen und –verbänden, Untersuchungen auf Ebene von Bundesländern oder bundesweit agierenden Akteuren – kommt es zu unterschiedlichen Anforderungen an Umfang und Komplexität des Monitorings. Die Detailtiefe wird auch von den vorhandenen finanziellen Möglichkeiten sowie dem angestrebten Untersuchungszeitraum bestimmt. Aus diesem Grund wird ein modularer Aufbau vorgeschlagen. Da die einzelnen Module aufeinander aufbauen und jeweils die Instrumente des

⁷ www.transportfocus.org.uk

⁸ www.passagerpulsen.taenk.dk/english

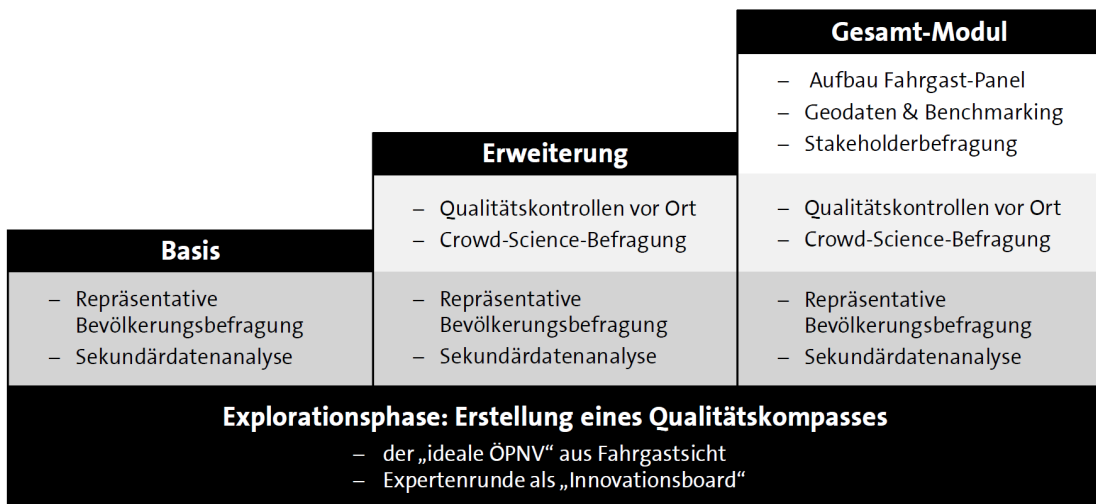
⁹ Gutachten „ÖV-Qualitätsmonitoring“ von infas im Auftrag des Verbraucherzentrale Bundesverbands, November 2023: https://www.vzbv.de/sites/default/files/2024-03/23-11-23_infas_Gutachten_vzbv.pdf (letzter Zugriff 22. Juli 2024)

vorangegangenen Moduls beinhalten, wird einerseits eine methodische Konsistenz garantiert, was zum Beispiel für die Vergleichbarkeit der Ergebnisse unabdingbar ist. Andererseits öffnet der Ansatz den Einsatz zusätzlicher und innovativer Erhebungsinstrumente, die eine tiefere Analyse ermöglichen.

Die drei Module umfassen:

- ❖ **Basis-Modul:** relativ kurzfristig und mit weniger großem Budget umsetzbar. Kernelemente sind eine repräsentative Bevölkerungsbefragung sowie eine Sekundärdatenanalyse.
- ❖ **Erweiterungs-Modul:** Inhalte des Basis-Modul ergänzt um Qualitätskontrollen vor Ort in Bahnhöfen, Haltestellen und Fahrzeugen und eine Crowd-Science-Befragung.
- ❖ **Gesamt-Modul:** Inhalte der vorangegangenen Module ergänzt um den Aufbau eines Fahrgastpanels, Geodaten, Benchmarking und einer Stakeholderbefragung.

Abbildung 1: Module und dazugehörige Erhebungsinstrumente des Qualitätsmonitors (Quelle: infas)



Den drei Modulen vorangestellt ist die Explorationsphase. Diese ist notwendig, um einen Qualitätskompass zu erstellen. Dort sollen grundsätzliche Fragen zu Qualitätsdimensionen, Vorstellungen der Nutzer:innen und möglichen Nutzungshürden beantwortet und ein „idealer ÖV“ aus Fahrgastsicht entworfen werden. Insbesondere die Sicht von Nicht-Kund:innen des ÖV soll im Rahmen der Explorationsphase einfließen, um diese später in den Modulen adäquat berücksichtigen zu können. Neben Fokusgruppen, die verschiedene Zielgruppen repräsentieren, sollten auch die Erfahrungen und das Fachwissen von Expert:innen in die Explorationsphase einfließen.

1. INDIKATOREN

Die Messung der Kundenzufriedenheit, der Wahrnehmung der Qualität im öffentlichen Verkehr und der Nutzungshürden erfolgt mit einer Vielzahl von Einzelindikatoren. Diese lassen sich in vier inhaltliche Überkategorien einordnen:

- ❖ **Angebot:** Verfügbarkeit und Zufriedenheit mit dem Angebot, der Taktung und der Pünktlichkeit;
- ❖ **Tarif:** Höhe der Nutzungskosten, Verständlichkeit des Tarifs, Wahrnehmung des Preis-Leistungs-Verhältnis;

- **Infrastruktur:** Zustand von Bahnhöfen und Fahrzeugen, Anbindung von Bahnhöfen, Barrierefreiheit, Sicherheit und Sauberkeit;
- **Aufenthaltsqualität und Kommunikation:** Sympathie für Anbieter und spezifische Verkehrsmittel, Zufriedenheit mit der Anbieterkommunikation, Bewertung des Komforts.

Jede der vier Überkategorien umfasst eine Vielzahl an Einzelindikatoren. Diese behandeln das Thema jedoch nicht abschließend, vielmehr kann je nach Zielsetzung und Zeitrahmen der Erhebung jede Kategorie weiter vertieft werden. Zudem sollten die Indikatoren spezifische Zielgruppen und deren Bedürfnisse im Blick haben.

Die inhaltlichen Indikatoren müssen im Rahmen quantitativer Erhebungen stets auch mit Informationen zur Soziodemografie, Haushaltssituation und zum bisherigen Mobilitätsverhalten abgeglichen werden. Entsprechende Daten müssen deshalb in Hinblick auf die Gewichtung als auch die Datenauswertung mit erhoben werden.

2. DATENAUFBEREITUNG UND KOMMUNIKATION

Ein guter methodischer Ansatz und die Wahl passender Indikatoren sind wichtig, aber nicht ausreichend. Die Analyse und Interpretation der Daten mit Hilfe geeigneter Methoden und Techniken sowie eine entsprechende Darstellung der Ergebnisse sind unabdingbar, um diese anschließend zielgruppengerecht kommunizieren zu können. Bei der strategischen Kommunikation kommt es darauf an, welche Inhalte zur welcher Zeit an welche Zielgruppe und über welche Kanäle kommuniziert werden. Dabei müssen sowohl die Belange der Nutzerseite, also der (potentiellen) Fahrgäste, als auch die verschiedenen Ebenen der Umsetzungsseite adressiert werden. Ziel bei der Kommunikation muss neben der Darstellung der Ergebnisse und Handlungsempfehlungen ein grundsätzlich positiv-konstruktives Framing sein, dass geeignet ist, eine Dachmarke für den gesamten Qualitätsmonitor zu schaffen. Eine gute Wiedererkennbarkeit sowie die Vermittlung des Gefühls, dass die Verbraucher:innen bei der Gestaltung „ihres“ ÖV mitwirken können, erzeugen ein sympathisches Image. Flankiert werden muss dies durch einen professionellen Außenauftritt in Form von Webseiten und einer App oder thematischen Schwerpunkten, um die Relevanz des Qualitätsmonitors zu verdeutlichen.

QUALITÄTSMONITOR ENTWICKELN

Ein Qualitätsmonitor zur Identifikation von Nutzungshürden und zur Verbesserung der Zufriedenheit von Kund:innen und Nicht-Kund:innen des öffentlichen Verkehrs muss eingeführt werden.

IV. ERPROBUNGSPHASE

1. GRUNDSÄTZLICHE ANFORDERUNGEN AN DIE UMSETZUNG

Aufgabe des Qualitätsmonitors ist es, eine konstruktive und zukunftsgerichtete empirische Grundlage zu schaffen, die Basis für gezielte Verbesserungen im öffentlichen Verkehr wird. Um jedoch nicht nur eine „Liste“ an Mängeln darzustellen, muss gleichzeitig ein positiv konnotiertes Bild des ÖV der Zukunft entwickelt und kommuniziert werden. Dieses Zielbild eines besseren öffentlichen Verkehrs sollte sowohl die tatsächlichen Umsetzungspotentiale als auch die Verbraucherwünsche widerspiegeln. Zudem muss das Ziel des ÖV der Zukunft auf einem langfristigen politischen und gesellschaftlichen Konsens beruhen, kurzfristige und partikuläre Ziele müssen vermieden werden.

Diese Langfristigkeit bedingt auch eine entsprechende politische Legitimation, Unabhängigkeit, Finanzierung und Professionalität des Qualitätsmonitors. Die Legitimation, sowohl politisch als auch von den mit der Forschung beauftragten Institutionen, und die Unabhängigkeit von den gewinnorientierten Verkehrsunternehmen, muss nach innen, aber noch mehr nach außen sichergestellt werden. Somit spielt die inhaltliche Unabhängigkeit im Hinblick auf die Kommunikation des Projekts eine entscheidende Rolle.

Aus der notwendigen Unabhängigkeit von den Verkehrsunternehmen folgt, dass diese den Qualitätsmonitor nicht finanzieren oder auf andere Weise mittelbar Einfluss nehmen dürfen. Vielmehr ist die Finanzierung durch die öffentliche Hand – zum Beispiel durch das BMDV – und die Begleitung durch eine unabhängige Forschungsinstitution notwendig. Die Risiken, die mit der Etablierung des Qualitätsmonitors einhergehen, wie zum Beispiel eine zu kurze Laufzeit, fehlendes Budget, fehlende Legitimation oder ungenügende öffentliche Aufmerksamkeit, müssen frühzeitig identifiziert und durch geeignete Maßnahmen minimiert werden.

SOLIDE BASIS STATT TÖNERNE FÜßE

Für den Erfolg des Qualitätsmonitors bedarf es einer entsprechenden politischen Legitimation, einer wissenschaftlichen Unabhängigkeit, einer gesicherten und unabhängigen Finanzierung sowie eines professionellen Auftritts nach innen und außen.

2. VORSCHLÄGE FÜR EINE PILOTPHASE

Die Organisation des öffentlichen Verkehrs in Deutschland ist komplex. Die Zuständigkeiten reichen vom Bund für die Deutsche Bahn, über die Länder und die Aufgabenträger im Schienenpersonennahverkehr bis zu den Kommunen und Landkreisen als Verantwortliche für den öffentlichen Straßenpersonenverkehr (ÖSPV). Trotz des Ziels eines Qualitätsmonitors für den gesamten öffentlichen Verkehr wird vor diesem Hintergrund eine Pilotphase vorgeschlagen, in der der Qualitätsmonitor erstmalig entwickelt und Instrumente und Indikatoren getestet werden können.

Da eine öffentliche Finanzierung – vorzugsweise durch das BMDV – als notwendig angesehen wird, sieht der vzbv die Deutsche Bahn AG (DB) als am besten geeignetes Untersuchungsobjekt für die Pilotphase des Qualitätsmonitor an. Der Bund ist alleiniger Eigentümer des Unternehmens und besitzt notwendige Gestaltungsspielräume sowie Eingriffs- und Kontrollmöglichkeiten. Dies gilt insbesondere für die Fernverkehrssparte der Deutsche Bahn, weswegen sich die Pilotphase auf diese konzentrieren sollte. Die Absenkung von Nutzungshürden in diesem Bereich, zum Beispiel verbraucherfreundlichere Bahnhöfe, verbesserte Informationen während der Reise oder die kundenfreundliche Gestaltung digitaler Prozesse würde sich zwar mittelfristig auch positiv auf die Zufriedenheit im Regionalverkehr auswirken, dieser sollte jedoch nicht explizit im Fokus der Pilotphase stehen.

Zudem ergibt sich aus der Zuständigkeit des Bundes für die Deutsche Bahn die notwendige politische Legitimation. Darüber hinaus ist die Deutsche Bahn als bundesweit agierendes Unternehmen und aufgrund ihrer marktbeherrschende Stellung im Eisenbahnfernverkehr von besonderer Bedeutung für die Verbraucher:innen. Ein Pilotzeitraum von fünf Jahren wird als geeignet angesehen, um die notwendigen personellen und wissenschaftlichen Strukturen aufzubauen, das methodische Konzept des Qualitätsmonitors zu entwickeln und anzuwenden sowie Erfahrungen bei der Kommunikation und Maßnahmenumsetzung zu sammeln. Für diesen Zeitraum müssen die entsprechenden finanziellen Mittel gesichert sein.

Die Dringlichkeit zur Verbesserung der Fahrgastsituation bei der Deutschen Bahn zeigt auch die seit längerem zu beobachtende und sich eher verschlimmernde Situation hinsichtlich Zuverlässigkeit, Pünktlichkeit und Kundenzufriedenheit. Erschwerend kommt

hinzu, dass in den kommenden Jahren umfassende Sanierungsarbeiten im Schienennetz geplant sind, die massive Auswirkungen auf die Leistung haben werden. In Summe muss man der Deutschen Bahn attestieren, dass die Situation aus Fahrgast-sicht besser werden muss, um den Verkehrsträger Schiene attraktiv und zukunftssicher zu machen. Dieser notwendige Prozess hat zwar bereits begonnen, er wird aber noch einige Jahre dauern. Somit bietet sich jetzt ein inhaltliches, aber auch zeitlich passendes Fenster an, um den Qualitätsmonitor einzuführen, zu erproben und erstmalig umzusetzen. So können seine Erkenntnisse in den Prozess der Transformation der DB einfließen. Die Kombination aus politischer Legitimation als bundeseigenes Unternehmen und dem passenden Zeitfenster eines Neustarts bei der Deutschen Bahn machen das Unternehmen zum geeigneten Kandidaten einer erstmaligen Umsetzung des Qualitätsmonitors.

QUALITÄTSMONITOR DEUTSCHE BAHN ALS PILOTPHASE

Die Deutsche Bahn als bundeseigenes Unternehmen im Verantwortungsbereich des BMDV sollte in einer fünfjährigen Pilotphase erstmalig im Rahmen des Qualitätsmonitors untersucht und die Situation der DB-Kund:innen verbessert werden.