



ÖPNV-Monitor

2003
2004
2005

Aktuelle Entwicklungen im deutschen Nahverkehr

- Überblick über die aktuellen und zukünftigen Entwicklungen und Herausforderungen im ÖPNV
- Ergebnisse einer Befragung von über 200 Branchenexperten
- Mit Auszügen aus der Stammstudie »ÖPNV im Wettbewerb«

www.trendresearch.de

- Wie hoch ist der Kostendruck durch die Kommunen?
- Wie können weitere Kosten gespart werden?
- Welche Investitionen sind unabdingbar?
- Wann kommt der liberalisierte Markt?
- Was machen die anderen Verkehrsunternehmen?
- Welche Handlungsoptionen gibt es?

value through information.

Auf Grund der abnehmenden öffentlichen Zuschüsse stehen die Verkehrsunternehmen nach eigenen Angaben unter Kostendruck. Hier sind erfolgreiche und innovative Lösungsstrategien gefragt. Die Studie beschreibt ausgehend von einer Darstellung der Rahmenbedingungen die verschiedenen Gebiete, auf denen Aktivitäten möglich bzw. notwendig sind – eine effektive Nutzung der Vertriebswege beispielsweise hilft Kosten einzusparen, Kunden zu binden und neue zu gewinnen. Prozessoptimierungen und Kostensenkungen können jedoch auch über eine veränderte Nutzung der Ressourcen wie Outsourcing oder Co-Sourcing erreicht werden.

ÖPNV unter Kostendruck ...

Ziel und Nutzen

Die Studie (Monitor) gibt Antworten auf wichtige Fragen, die im Zusammenhang mit der aktuellen Entwicklung auf dem deutschen ÖPNV-Markt an das eigene Unternehmen zu stellen sind.

Ausgehend von der aktuellen Situation und den zu erwartenden Entwicklungen in der Verkehrswirtschaft werden die Veränderungen und die neuen Anforderungen an die Unternehmen aufgezeigt, Möglichkeiten der notwendigen Kostensenkung und Prozessoptimierung dargestellt sowie mögliche Synergieeffekte und Chancen in den unterschiedlichen Märkten. Damit ermöglicht die Studie eine Überprüfung der bisherigen eigenen Strategie und ihrer Umsetzung.

Auf der Grundlage einer umfangreichen Befragung zum ÖPNV werden Fakten und Grundannahmen präsentiert und Prognosen abgegeben, die nachvollziehbar sind und es jedem Unternehmen der Branche erlauben, selbst individuelle Einschätzungen einfließen zu lassen.

Die Studie verfolgt das Ziel, die Handlungsnotwendigkeiten und -potenziale sowie die Chancen und Risiken objektiv aufzuzeigen und die Anforderungen und Voraussetzungen für die beteiligten Unternehmen transparent zu machen. Aus den Studienergebnisse können letztlich eigene strategische und operative Handlungsoptionen abgeleitet werden.

Methodik

trend:research setzt verschiedene Field- und Desk-Research-Methoden ein. Neben umfangreichen Intra- und Internet-Datenbank-Analysen (inkl. Zeitschriften, Publikationen, Konferenzen, Geschäftsberichte usw.) fließen für die Trendstudie über 200 strukturierte Befragungen mit folgenden Zielgruppen ein:

- kommunalen und öffentlichen Verkehrsbetriebe
- privaten Verkehrsunternehmen
- Verkehrsverbünde
- Stadtwerke mit angeschlossenem ÖPNV

Die dargestellten Anwendungen und Entwicklungen werden mit Hilfe der o.g. Interviews und Expertengespräche erhoben. Die Auswertung der Anforderungen und Erwartungen führen zu abgesicherten Aussagen über die aktuelle Situation, Trends und Handlungsoptionen sowie Strategien vor allem zur Kostensenkung. Der Monitor besteht aus Auszügen der Stammstudie »ÖPNV im Wettbewerb?« und wird jährlich wiederholt.

Zielgruppen des Monitors

Der Monitor hilft Verkehrsbetrieben (öffentlich und privat), Querverbundunternehmen (z.B. Stadtwerke oder Versorgungs- und Verkehrsgesellschaften) und kommunalen Institutionen, aktuelle und zukünftige Potenziale in der Verkehrswirtschaft einzuschätzen und das eigene Angebot bzw. die eigenen Maßnahmen vor diesem Hintergrund im Zuge einer Stabilisierung der Marktposition auf- und auszubauen.

Der Nutzen ergibt sich z.B. für Vorstände, Geschäftsführung, Controlling, Strategie-, Unternehmens- und Konzernplanung sowie Marketing und Vertrieb.

E-Ticketing in Unternehmen des ÖPNV

Aufgrund der Studienergebnisse, Nachfrage und Aktualität des Themas erarbeitet trend:research eine Studie zum E-Ticketing.

Neben dem massiven Kostendruck stehen die Verkehrsunternehmen auch vertrieblich vor neuen Herausforderungen, z.B. neue Kundengruppen zu gewinnen, die bisherigen zu binden und gleichzeitig die eigene Kostenstruktur zu optimieren.

Um eine Verbreiterung der bisherigen Vertriebswege bzw. eine Vereinfachung der ÖPNV-Nutzung zu erreichen, setzen einige Verkehrsunternehmen bereits E-Ticketing-Systeme mit unterschiedlichem Erfolg ein, während andere sich aktuell in der Planungsphase befinden.

Die Trendstudie »E-Ticketing in Unternehmen des ÖPNV« analysiert die verschiedenen Systeme mit ihren Vor- und Nachteilen und den bisherigen Erfahrungen. Damit erhalten die Verkehrsunternehmen eine fundierte Grundlage, auf der sie besser beurteilen zu können, welches System für sie auch langfristig das optimale ist. Darüber hinaus ist zu hinterfragen, welche Systeme langfristig in der Zusammenarbeit der verschiedenen Verkehrsunternehmen Bestand haben.

Zur Studie wird im Februar 2004 eine Präsentation ausgewählter Ergebnisse für Studienteilnehmer stattfinden.

Weitere Informationen können Sie mit dem Bestellformular auf der letzten Seite anfordern.

... wie geht es weiter?

1	Einleitung, Definitionen und Grundlagen	9	5.3.8	VDV-Stufe 3: automatisierte Fahrpreisfindung	62	7.3.1	Angebotstiefe der Verkehrsleistung	114
1.1	Einleitung	9	5.3.9	Mobile Ticketing: Busfahrtschein per SMS am Beispiel Stadtwerke Osnabrück Verkehrsbetrieb	62	7.3.2	Angebotsbreite	116
1.2	Methodik	11	6	Kosten und Optimierungspotenziale	65	7.4	Produkt- und Serviceinnovation	119
1.3	Ziel und Nutzen der Studie	12	6.1	Strategien zur Steigerung des Kostendeckungsgrades bzw. zur Kostensenkung	67	7.5	Neukundengewinnung	120
1.4	Definitionen	13	6.2	Kostenmanagement	71	7.6	Vertriebswege	123
1.4.1	ÖPNV	13	6.3	Personalkosten	72	7.6.1	Neue und alternative Vertriebswege	124
1.4.2	Fernverkehr	13	6.3.1	Neue Tarifstrukturen	73	7.6.2	Mehrfachnutzung von Vertriebswegen	125
1.4.3	Kostendeckungsgrad	14	6.3.2	Personalmanagement, -motivation und -entwicklung	73	8	Weitere Handlungsoptionen	128
1.4.4	Zuschüsse	14	6.3.3	Change Management und lernende Organisation	74	8.1	Informationstechnologie bzw. EDV	128
1.4.5	Weitere Begriffe	14	6.3.4	Personalabbaumaßnahmen	74	8.1.1	Datenkonsistenz	128
2	Rahmenbedingungen	16	6.4	Fahrzeugkosten	77	8.1.2	Leit- und Informationssysteme	128
2.1	Gesetzliche Rahmenbedingungen	16	6.4.1	Anschaffungskosten	77	8.1.2.1	Zielsetzung	129
2.2	Stand Privatisierung und Deregulierung	17	6.4.2	Betriebskosten	78	8.1.2.2	Funktionalitäten	129
2.3	Rolle der Gebietskörperschaften als Aufgabenträger	19	6.4.3	Life-cycle-costs	80	8.1.2.3	Weitere Entwicklung	130
2.4	Tarifverträge	21	6.4.3.1	Verfahren	80	8.2	Regionale Ausweitung	131
2.4.1	Spartentarifvertrag Nahverkehr NRW	22	6.4.3.2	Beispiel Regensburg	81	8.3	Neue Geschäftsfelder	131
2.4.2	Weitere tarifliche Regelungen	22	6.5	Material- und Sachkosten	81	8.3.1	Status Quo	131
2.5	Weitere Rahmenbedingungen	23	6.6	Produktivitätssteigerung	82	8.3.2	Planungen	133
2.5.1	Förderprogramme	23	6.7	Sourcing-Modelle	83	8.3.3	Güterverkehr	134
2.5.2	Demographische und wirtschaftliche Entwicklung	23	6.7.1	Synergieeffekte bei Kooperationen	86	8.3.4	Freizeitverkehr	135
2.5.3	Kartellrechtliche Rahmenbedingungen	24	6.7.1.1	Status Quo	86	8.3.5	Hindernisse	136
3	Stärken und Schwächen der Marktteilnehmer aus Sicht der Befragten	28	6.7.1.2	Vorteile	87	8.4	Einrichtungen eines Mitfahrsystems	137
3.1	Kommunale Verkehrsunternehmen	28	6.7.1.3	Nachteile	89	9	Praxis-Tipps	140
3.2	Private Verkehrsunternehmen	33	6.7.1.4	Allgemeine Bewertung	90	9.1	Chancen und Risiken im deutschen Markt	140
4	Veränderungen der Geschäftsprozesse	39	6.7.1.5	Kooperationsart	90	9.1.1	für multinationale und nationale Unternehmen	140
4.1	Vorteile	39	6.7.2	Erfahrungen und Bewertung	91	9.1.2	für regionale Unternehmen und Verkehrsverbünde	141
4.2	Nachteile	40	7	Marketing, Neue Produkte und Services	95	9.1.3	für lokale Verkehrsunternehmen	142
4.3	Grenzüberschreitender Verkehr am Beispiel der Saarbahn	40	7.1	Kundenerwartungen	95	9.2	Handlungsoptionen	143
4.4	Wettbewerbsfähigkeit	41	7.1.1	Grundlagen	95	9.2.1	Kooperationen und Allianzen	144
4.5	Kontinuierliche Produktivitätssteigerung am Beispiel Dortmund	42	7.1.2	Befragungsergebnisse	97	9.2.1.1	Kooperationsarten	144
4.6	Restrukturierung und Change Management	43	7.1.3	Erhebung der Kundenbedürfnisse	98	9.2.1.2	Kooperationsformen	145
5	Technologien und Innovationen	46	7.1.4	Pünktlichkeit	100	9.2.1.3	Kooperationsbilanz	146
5.1	Investitionsverhalten	46	7.1.5	Preis	101	9.2.1.4	Kostensenkungspotenziale und Synergieeffekte	146
5.2	Fahrzeugtechnik und -ausstattung	49	7.1.6	Service	101	9.2.1.5	Unternehmerische Allianzen für den Einstieg in den Nahverkehr: Beispiel DB Regio AG	147
5.2.1	Technik	50	7.1.7	Sauberkeit	102	9.2.1.6	Kooperationen unter Gleichen am Beispiel BOGESTRA	147
5.2.2	Ausstattung	54	7.1.8	Bedürfnisse besonderer Fahrgastgruppen	102	9.2.2	Wachstum aus eigener Kraft	148
5.2.3	Erwartete Entwicklung	54	7.1.8.1	Mobilitätseingeschränkte	102	9.2.3	Beteiligungen	149
5.3	E-Ticketing	56	7.1.8.2	Blinde und Sehbehinderte	103	9.2.3.1	Player aus dem Ausland	149
5.3.1	Definition	57	7.2	Marketing	103	9.2.3.2	Player aus dem Inland	149
5.3.2	Arbeitskreis kontaktlose Chipkartensystem für Electronic Ticketing e.V.	57	7.2.1	Markenbildung	103	9.2.4	Ausgründung	150
5.3.3	Projekt des Verbandes Deutscher Verkehrsunternehmen	58	7.2.2	Kommunikation	104	9.2.5	Privatisierung bzw. (Teil-) Verkauf	151
5.3.4	Vor- und Nachteile, Erfahrungen	58	7.2.2.1	Interne Kommunikation	105	9.3	Handlungsempfehlungen	152
5.3.5	Planungen	60	7.2.2.2	Call Center	105	9.4	Entscheidungsfaktoren	153
5.3.6	VDV-Stufe 1: Bargeldersatz	60	7.2.2.3	Fahrplan-Kommunikation	106	9.5	Lösungsansätze	154
5.3.7	VDV-Stufe 2: Elektronisches Ticket	61	7.2.3	Werbung auf und in Fahrzeugen und an Haltestellen, Ticket- und Fahrplanwerbung	110			
			7.2.4	PR	112			
			7.2.5	Weitere Marketingmaßnahmen	113			
			7.3	Produktprogrammerweiterung	113			

Dieses Inhaltsverzeichnis kann auf Grund von laufenden Aktualisierungen noch geringfügig geändert werden.

ANTWORT/BESTELLUNG

Zurück im Briefumschlag an:

trend:research GmbH
 Institut für Trend- und Marktforschung
 Parkstraße 123
 28209 Bremen

oder per

Fax an: 0421 . 43 73 0-11

- Hiermit bestellen wir den »**ÖPNV-Monitor 2003/2004**« (Nr. 06-20005) zum Preis von EUR 950,00
- Hiermit bestellen wir die Stammstudie (Nr. 06-20001) »**ÖPNV im Wettbewerb?**«, Oktober 2003, 671 Seiten, zum Preis von EUR 3.900,00 und zusätzl. Kopien (je EUR 300,00)
 - alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt. -
- Wir interessieren uns für die Studie »**E-Ticketing**«. Bitte senden Sie uns hierzu weitere Informationen.

ADRESSE

FIRMA		
NAME		
FUNKTION		
STRASSE		
PLZ/ORT		
TEL.		
FAX		
E-MAIL		
<input type="radio"/> nein	Wir sind damit einverstanden, von trend:research per E-Mail weitere Informationen über aktuelle Studien oder Veranstaltungen zu erhalten.	
	Hiermit bestätige ich, Copyright und Urheberrechte zu wahren und die Studie oder Teile davon auf keine Weise zu vervielfältigen oder weiterzugeben:	
Datum	Unterschrift / Stempel	06-12004

TREND:RESEARCH

trend:research unterstützt die Unternehmen beim Wandel in liberalisierten Märkten. Dazu werden Trend- und Marktforschungsstudien aktuell und exklusiv erarbeitet, für einzelne oder mehrere Auftraggeber. Umfangreiche eigene (Primär-) Marktforschung, gemischt mit Erfahrungen und Wissen aus liberalisierten Märkten und dessen dosierter Transfer, aufbereitet mit eigener Methodik, führt zu nachvollziehbaren Aussagen mit hohem Wert. Die interdisziplinäre Zusammensetzung der Projektteams – auch mit externen Experten – garantiert die ganzheitliche Betrachtung und Bearbeitung der Themen.

Schwerpunkt sind Untersuchungen für und in sich stark wandelnden Märkten, z.B. in den liberalisierten Versorgungs-, Verkehrs- und Telekommunikationsmärkten. trend:research unterstützt damit existentielle Entscheidungen.

**KONDITIONEN**

Der »**ÖPNV-Monitor 2003/2004**« kostet 950,00 EUR (persönliches Exemplar) und ist sofort lieferbar.

Der Preis versteht sich zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Zahlungsweise ist per Überweisung oder Scheck innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungsstellung.

Bei gleichzeitiger Bestellung anderer Studien (s.u.) bieten wir Ihnen 10% Mengenrabatt.

**WEITERE STUDIEN**

trend:research gibt weitere Studien heraus, z.B.:

- E-Ticketing in Unternehmen des ÖPNV**, 01/04, ca. 300 S., EUR 3.300,00
- Kostensenkungspotenziale für Verkehrsunternehmen**, 03/04, ca. 400 S., EUR 3.700,00
- Zählerwesen: Unbundling, Marktpotenziale, Prozessoptimierung**, 12/03, ca. 400 S., EUR 3.500,00
- Der Markt für Energiedienstleistungen**, 11/03, ca. 400 S., EUR 4.400,00
- Der Markt für technische Dienstleistungen**, 11/03, ca. 400 S., EUR 4.400,00
- Der Markt für Call Center-Dienstleistungen in der Energiewirtschaft**, 10/03, 561 S., EUR 2.900,00
- Der Markt für Abrechnungsdienstleistungen in der Energiewirtschaft**, 06/03, ca. 500 S., EUR 3.300,00
- Brennstoffzellen in der stationären Energieversorgung**, 2. Auflage, 06/03, 650 S., EUR 3.300,00
- Der Markt für Contracting in Deutschland bis 2010**, 05/03, 600 S., EUR 5.500,00
- Mikroturbinen i. d. Praxis**, 04/03, 250 S., EUR 3.800,00
- IT-Outsourcing in der Energiewirtschaft**, 04/03, 438 S., EUR 2.900,00
- Mobile IT-Anwendungen in der Energiewirtschaft**, 02/03, 600 S., EUR 2.400,00
- Shared Services in der Energiewirtschaft**, 01/03, 430 S., EUR 2.400,00
- SAP - was nun?**, 01/03, ca. 350 S., EUR 2.900,00
- Kundenbindung und Kundenrückgewinnung in der Energiewirtschaft, 2. Aufl.**, 11/02, 620 S., EUR 2.200,00
- Multi Utility 2002**, 08/02, 1134 S., EUR 3.200,00

Weitere Informationen können Sie mit diesem Formular anfordern oder im Internet unter www.trendresearch.de abrufen.

trend:research
 Institut für Trend- und Marktforschung