

Mit mehr Reisendenzentrierung höhere Akzeptanz und besseren Betrieb erreichen

Wenn wir mehr und eine zuverlässigere Bahn wollen, dann müssen wir die Bahn konsequent als Gesamtsystem betrachten und kontinuierlich optimieren. Insbesondere der Kunde soll vom gesamtheitlichen Ansatz profitieren, indem er mehr Verbindungen, eine hohe Zuverlässigkeit und eine durchgängige Fahrgastinformation aus einer Hand von der Buchung bis zum Feedback nach der Reise erhält.



Eine durchgängige, verkehrsträgerübergreifende Fahrgastinformation über die gesamte Reisekette, ausgeklügeltes Fahrzeugdesign und eine kundenorientierte Stationsgestaltung haben einerseits eine positive Wirkung auf die Akzeptanz des Verkehrsträgers Schiene. Andererseits beeinflussen sie über eine bessere Steuerung des Fahrgastflusses auch die Haltezeiten, welche unmittelbar auf Betriebsqualität und Kapazität wirken. Viele Maßnahmen der Fahrgastinformation lassen sich oft schneller umsetzen als Ausbauten in Beton und Stahl, was gerade im aktuellen Diskurs um das Erreichen eines stabileren und kundenfreundlicheren Zustands eine große Rolle spielt. In der „Agenda für zufriedene Kunden auf der Schiene“ erwähnt Verkehrsminister Patrick Schnieder bereits in seinem Vorwort ein Sofortprogramm „Bessere Kundenkommunikation“ [1]. Eine offene und ehrliche Kommunikation fördert in der Tat das Verständnis und senkt den Ärger. Eine gute Fahrgastinformation lässt die Kunden nicht im Stich, sondern gibt das gute Gefühl, jederzeit aufgehoben zu sein und sich um nichts kümmern zu müssen.

Mit der Customer Journey den Kunden in den Mittelpunkt stellen

Der Ansatz des Customer Journey Mappings erlaubt es, sich durch die Abbildung aller Berührungspunkte der Fahrgäste mit Fahrgastinformation in die Lage der Kunden hineinzusetzen. Dabei können nicht nur verschiedene Szenarien durchgespielt, sondern auch verschiedene Kundengruppen berücksichtigt werden. Pendler haben andere Bedürfnisse als Gelegenheitsfahrer, Touristen, Familien oder mobilitätseingeschränkte Reisende. Ab-

bildung 1 zeigt eine exemplarische Customer Journey für eine Bahnreise.

Mobilitätsbedürfnis erkennen

Eine Reise beginnt nicht erst am Bahnhof, sondern schon lange davor mit dem Erkennen eines Mobilitätsbedürfnisses, an das sich eine Verbindungssuche, die Verkehrsmittelwahl und Buchung einer Fahrkarte anschließt. Bereits in dieser Phase ist es wichtig, ausreichend Informationen zur Verfügung zu stellen und diese auch bis Reisebeginn aktuell zu halten. Um Informationsbrüche zu vermeiden, sollte die Information durchgängig vom Erstkontakt bis zum Abschluss der Reise zur Verfügung gestellt werden. Dabei sollten analoge und digitale Elemente miteinander verknüpft werden, beispielsweise über QR-Codes am Bahnhof, über die Informationen auf Mobilgeräte übertragen werden können.

Zum Startbahnhof gehen (Zubringer)

Die allerwenigsten Reisenden wohnen direkt am Bahnhof, sodass auch der Zubringer zum Bahnhof nicht unterschätzt werden sollte. Ist das beispielsweise ein Bus oder eine Straßenbahn, findet bereits hier ein erster Umstieg statt, der so einfach wie möglich sein muss. Als Reisender möchte ich informiert werden, ob ich meinen Anschluss erreiche oder ob dieser Verspätung hat. Nach dem Ausstieg aus dem Zubringer muss intuitiv vermittelt werden, welchen Weg die Reisenden wählen müssen. Neben Wegweisung können dafür auch klare Sichtachsen oder ein passendes Beleuchtungskonzept eine Rolle spielen. Grundsätzlich zu unterscheiden ist die Individualinformation (spezifisch für den einzelnen



Daniel Meurer

Verkehringenieur/Senior Expert bei der quattron GmbH
daniel.meurer@quattron.com



Daniel Scherrer

Geschäftsführer/Senior Consultant bei der quattron.ch GmbH
daniel.scherrer@quattron.com

Reisenden) von der Kollektivinformation (für viele Reisende gleichzeitig) [2]. Beide Arten müssen Hand in Hand gehen: Eine individuelle Wegeleitung auf dem Mobilgerät wird durch physische Beschilderung ergänzt, die Gewissheit verschafft, auf dem richtigen Weg zu sein.

Am Startbahnhof orientieren

Eine gute Wegweisung erleichtert die Orientierung für Reisende, die sich an einer Station nicht gut auskennen. Eine stringente, priorisierende Beschilderung und Fahrgastinformation nach immer gleichem Muster liefert Orientierung im Raum (Identification Signs, „Wo bin ich?“) und Navigation durch den Raum (Directional Signs, „Wie komme ich zu meinem Ziel?“) [2, 3]. Die Kopplung der Wegweisung mit Echtzeitinformationen wie bei der U-Bahn Wien oder an vielen Flughäfen sowie die Berücksichtigung der Wegstrecke erhöht die gefühlte Anschlussicherheit. Am Bahnsteig selbst hat die Verteilung der Reisenden einen erheblichen Einfluss auf



1: Exemplarische Customer Journey für eine Bahnreise

Quelle: Eigene Darstellung

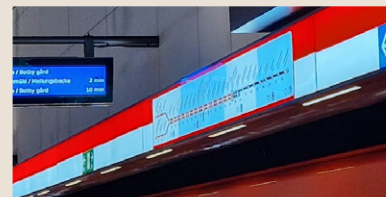
Beispiele: Orientierung für Reisende schaffen



U-Bahn Wien: Echtzeitanzeige der Ausstiegslinien über den Ausstiegstüren



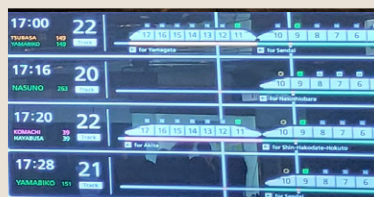
Wien Hauptbahnhof: Umgebungspläne zur Orientierung nach der Ankunft



U-Bahn Helsinki: Überkopf-Perlschnur am Bahnsteig



Japan: Perlschnurdarstellungen bei Betriebsstörungen



Japan: Farbige Kennzeichnung von Flügelzügen



U-Bahn Barcelona: Bodenmarkierungen für bessere Verteilung der Reisenden am Bahnsteig

2: Orientierung für Reisende schaffen

Quelle: Eigene Fotos

die Fahrgastwechselzeit und damit auf die betriebliche Stabilität. Durch eine Kommunikation der genauen Halte- und Türpositionen des Zuges können sich einsteigende Fahrgäste bereits vor der Einfahrt des Zuges an der richtigen Stelle positionieren. Um zusätzlich Pulkbildung zu vermeiden, sollten sich die Reisenden möglichst gleichmäßig über die gesamte Zuglänge verteilen und bereits gut gefüllte Wagen vermeiden. Dies gilt für den Nah- wie für den Fernverkehr. In Barcelona wird dies an ausgewählten Stationen über Bodenmarkierungen gelöst. Abbildung 2 zeigt einige internationale Beispiele zur Orientierung.

nen über Bodenmarkierungen gelöst. Abbildung 2 zeigt einige internationale Beispiele zur Orientierung.

Fahrt erleben und Umsteigen / Aussteigen

Ähnlich wie beim Zubringerverkehrsmittel möchte der Reisende auch während seiner Fahrt über den Fahrtverlauf informiert werden, insbesondere, wenn es einen Anschluss zu erreichen gilt. Umsteigen bedeutet Stress für die Reisenden, dem mit

klaren Instruktionen („hier entlang zum Anschluss“) und einer Vermittlung von Sicherheit („Anschluss wartet“) entgegenwirken kann. Sollte der geplante und gebuchte Anschluss verpasst werden, ist eine hochwertige Alternativverbindung von großer Bedeutung. Gerade in diesem Themenfeld kann mit einer professionellen Führung der „gestrandeten“ Kunden einiges wieder gut gemacht werden. Abbildung 3 zeigt eine reale Situation aus dem ländlichen Raum – der Umstieg vom Zug

Beispiel: Kommunikation der verkehrsträgerübergreifenden Anschlussicherung ausbauen

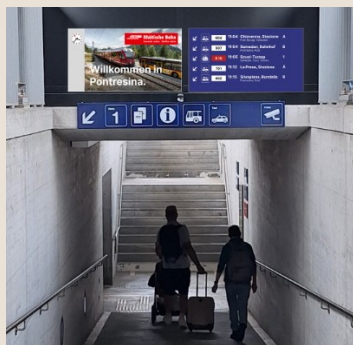
Heute: Ungewissheit über Anschluss Besser: Darstellung der Anschlussicherung im Fahrzeug

3: Kommunikation der verkehrsübergreifenden Anschlussicherung ausbauen

Quelle: Screenshot DB Navigator / Eigene Darstellung auf Basis von [4]

Beispiel: Mockup für Anschlussmonitore im Netz der Rhätischen Bahn

An Knotenbahnhöfen mit vielen Umsteigern sind Monitore sinnvoll, die nach dem Ausstieg Anschlüsse (Bahn und Bus) darstellen.



Im Störfall können diese Monitore auch Hinweise anzeigen, beispielsweise zu Ersatzverkehr. Textliche Hinweise sollten unbedingt durch grafische Elemente wie Piktogramme und Karten zur Wegeleitung ergänzt werden.

4: Mockup für Anschlussmonitore im Netz der Rhätischen Bahn

Quelle: Eigene Darstellung

Traffic right now

5: Fintraffic stellt die Verkehrslage in Finnland kartenbasiert für alle Verkehrsträger dar

Quelle: Screenshot fintraffic.fi

Wenn wir mehr und eine zuverlässigere Bahn wollen, dann müssen wir sie konsequent als Gesamtsystem betrachten.

zum letzten Bus des Tages. Es fehlt die Echtzeitinformation über die Abfahrtszeit des Busses und es erfolgt keine verkehrsträgerübergreifende Anschlusssicherung.

Kurze Umsteigezeiten wirken auch betrieblich auf die Haltezeiten in häufig stark belasteten Knoten. Die Ausrüstung von Türöffnungstastern mit Memoryfunktion (und Erklärung dieser) kann hier Sekunden zwischen Türöffnung und Fahrgastwechsel sparen. Unterstützend wirken kann hier auch die geschickte Positionierung von Bahnsteigausstattung. Von Seiten des Fahrzeugdesigns sollten die Türen so angeordnet sein, dass sie den Fahrgastfluss bestmöglich unterstützen. Ein- und Ausstiegsbereiche müssen so gestaltet sein, dass der Fahrgastwechsel schnell ablaufen kann. Dies kann durch ebenerdigen Einstieg wie beim Shinkansen in Japan, aber auch durch breite und schnellöffnende Türen wie beim FV- und IR-Dosto in der Schweiz ermöglicht werden. Abbildung 4 zeigt ein Mockup für Anschlussmonitore, die den Fahrgastfluss in Bahnsteigabgängen unterstützen.

Bei der Ankunft am Zielort dient eine attraktive Verkehrsstation auch als Aushängeschild der Städte und des öffentlichen Verkehrs. Bahnhöfe müssen Orte sein, an denen man sich gerne aufhält. Das gelingt durch eine gute Einbindung in die städtebauliche Struktur samt intermodaler Funktion, Raum für Kommunikation und ein attraktives Begrünungs- und Beleuchtungskonzept. Gute Beispiele finden sich z.B. in den Niederlanden (Rotterdam, Utrecht) oder Österreich (Lienz). Endpunkt der gedanklichen Reise ist nicht die Ankunft am Zielort, sondern auch das Revue passieren lassen der Reise, das zu einer Wiederholung führen sollte. Damit wird zudem deutlich, dass Fahrgastinformation sehr stark mit dem Image von Verkehrsunternehmen und Branche verknüpft ist.

Fünf Ansätze für eine bessere Fahrgastinformation

Standardisierung vorantreiben und nutzen

Das Wiener Übereinkommen über den Straßenverkehr regelt nahezu weltweit das Aussehen unserer Verkehrszeichen auf der Straße. Auch im Luftverkehr gibt es Richtlinien für Signalik beispielsweise von der Arbeitsgemeinschaft Deutscher Flughäfen [3]. Bahnreisende dagegen müssen sich heute oft umgewöhnen, wenn sie das Fahrzeug eines anderen Betreibers betreten. Die Anordnung der nächsten Halte oder der Informationsgehalt der Darstellung (Echtzeitdaten, Anschlüsse) variiert

häufig. Ein einheitlicher Branchenstandard für die Anwendung von Fahrgastinformation würde dafür sorgen, dass der Reisende mit der Nutzerführung und Darstellung im ganzen Land vertraut ist. Zudem ist davon auszugehen, dass die Kosten für Verkehrsunternehmen sinken, wenn diese keine eigenen Konzepte entwickeln müssen, sondern lediglich den Standard anwenden bzw. adaptieren. In der Schweiz gibt die Alliance SwissPass als Zusammenschluss von über 250 Verkehrsunternehmen und Verbänden gemeinsam mit der Nationalen Kommission Kundeninformation, in der Vertreter von Verkehrsunternehmen in Arbeitsgruppen organisiert sind, einen solchen Branchenstandard aus, der nicht nur für schienengebundene Verkehrsmittel, sondern auch für Busse oder Seilbahnen gilt. Dies stärkt gleichzeitig das unternehmensübergreifende Auftreten und die Wiedererkennbarkeit im öffentlichen Verkehr. In Deutschland gibt es seit vergangem Jahr das „Standarddesign Fahrgastinformation“, das unter anderem von der Deutschen Bahn, dem VDV sowie dem Bundesverband Schienennahverkehr initiiert wurde und in einer VDV-Schrift dokumentiert ist [4, 5].

Es sollte jedoch überlegt werden, ob die nationale Standardisierung auch zu einer internationalen Standardisierung weiterentwickelt werden kann. Als Beispiel sei die Darstellung der Verspätung genannt, die in Deutschland als Uhrzeit empfohlen wird, während in der Schweiz die Darstellung als Verspätungsminuten geboten ist.

9. EURAILPRESS-FORUM

ALTERNATIVE ANTRIEBE im SPNV

20. Mai 2026 | Hamburg

Empire Riverside Hotel

NEUER TERMIN

Sichern Sie sich die besten Kontakte - garantiert!

Werden auch Sie Sponsor und machen Sie die Veranstaltung zu IHREM Auftritt!

Das exklusive Präsentationspaket wartet schon auf Sie - profitieren Sie von dem Frühbucher bis zum 31.03.2026!

Melden Sie sich einfach bei mir.

Kontakt: Silvia Sander

E-Mail: silvia.sander@dvvmedia.com

Telefon: +49/40/237 14 - 171

In Kooperation mit:

VDV Die Verkehrsunternehmen

Veranstalter:

Eurailpress
ZfB ETR BfW
DER NAHVERKEHR

Medienpartner:

NaNa
NaNa-Brief
DER NAHVERKEHR

Beispiel: Mockup für Weiterentwicklung der Informationsstelen im Netz der Rhätischen Bahn

Digitale Anzeige der nächsten Abfahrten mit Perlschnur, Halteposition, Wagenreihung, Fahrzeugausstattung, Auslastung

QR-Code für Abruf und mobile Mitnahme weiterer Informationen



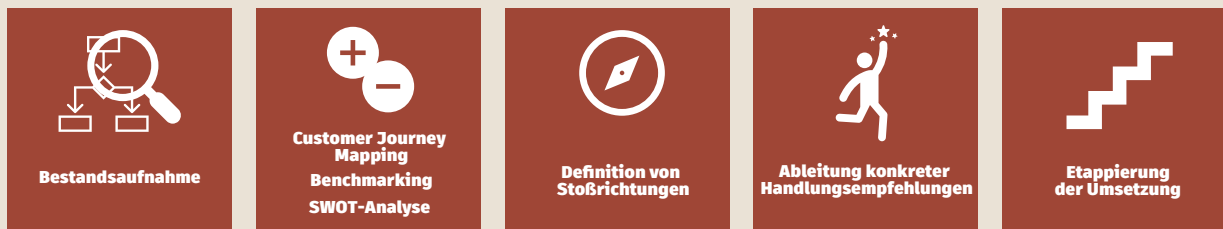
Linienetzplan für einfache Orientierung im Netz auch für ortsunkundige Fahrgäste

Umgebungsplan für einfache Orientierung, das Auffinden von Bahnhofsausstattung, Abfahrtsorten anderer Verkehrsmittel oder des Ersatzverkehrs

6: Mockup für Weiterentwicklung der Informationsstelen im Netz der Rhätischen Bahn

Quelle: Eigene Darstellung

Der Weg zu einem Zielbild "Fahrgastinformation"



7: quattron-Ansatz für die Zielbildentwicklung

Quelle: Eigene Darstellung

Klare Verantwortlichkeit für Information aus einer Hand

Fahrgastinformation ist derzeit über viele Stakeholder verteilt. Der Fahrgast kommt in Deutschland mit Verkehrsunternehmen, Infrastrukturunternehmen, Verkehrsverbänden, Aufgabenträgern und privatwirtschaftlichen Akteuren in Berührung. Dies birgt nicht nur das Risiko von Mehraufwänden seitens der Informationsbereitstellung, sondern auch von Inkonsistenzen der Informationsinhalte. In Schweden werden beispielsweise Informationen zur Verkehrslage bei der Bahn und im Straßenverkehr von der staatlichen Verkehrsbehörde Trafikverket bereitgestellt. Abbildung 5 zeigt, wie in Finnland Zugverspätungen gemeinsam mit Verkehrsbehinderungen auf der Straße, an Flughäfen und bei Fährverbindungen auf einer Karte dargestellt werden.

Konsistenz sicherstellen

Es ist wichtig, durchgehende, einheitliche und widerspruchsfreie Informationen über sämtliche Kanäle für die gesamte

Reisekette bereitzustellen. Neben der Kollektivinformation über Anzeigesysteme am Bahnhof und in den Zügen gewinnt die Individualinformation jedes einzelnen Reisenden zunehmend an Bedeutung. Weil die Vielfalt an Geräten und Plattformen, die Fahrgastinformationen weiterverbreiten, wächst, wird das einheitliche Aussehen und der identische Inhalt auf allen Kanälen wichtiger, egal ob es sich um die Applikation eines Infrastrukturbetreibers, Verkehrsunternehmens oder sonstigen privaten Anbieters handelt. Dies erfordert entsprechende Schnittstellen und eine gemeinsame Datenbasis. Der VDV gibt hier entsprechende Standards heraus, die auch teilweise international Anwendung finden. Idealerweise wird so eine internationale Durchgängigkeit gewährleistet.

Visualisierung konsequent anwenden

Kartendarstellungen oder Perlschnüre sollten textlichen Beschreibungen immer vorgezogen werden, da sie international und auch für Gelegenheitsreisende verständlicher sind. Ein Beispiel für die digitale und

analoge Anwendung ist in Abbildung 6 zu sehen. Die SBB-Richtlinie zur Signaletik definiert den Grundsatz „So viel Beschriftung wie nötig, so wenig wie möglich“ und empfiehlt den Einsatz von Piktogrammen anstelle von Text [6]. Piktogramme sind sprachunabhängig, platzsparend und ermöglichen eine rasche Übertragung und Erfassung von Information [3]. Neben der VDV-Schrift 724 sind in der ISO 7001 Piktogramme standardisiert, deren Verwendung auch von der Forschungsgesellschaft für Straßen- und Verkehrswesen für die wegweisende Beschilderung im Fußgängerverkehr empfohlen wird [7]. Eine eindeutige farbliche Kennzeichnung von Linien in der gesamten Informationskette ist ebenfalls sinnvoll, insbesondere, wenn Züge auf ihrem Laufweg geteilt werden (vgl. Beispiel aus Japan in Abbildung 2).

Zielbild entwickeln

Verkehrsunternehmen wird empfohlen, aufgrund der vielen Abhängigkeiten und erforderlichen Durchgängigkeit sorgfältig ein Zielbild für Fahrgastinformation zu

entwickeln, bevor Investitionen getätigt werden. Unser Ansatz bei quattron beruht dabei wie in Abbildung 7 dargestellt auf den fünf Stufen Bestandsaufnahme, SWOT-Analyse, Ableitung von Stoßrichtungen und Informationsgrad sowie Handlungsempfehlungen und Priorisierung für eine etappierte Umsetzung. Customer Journey Mapping bringt die Kundenperspektive ein, Mockups können Ideen vor der Umsetzung veranschaulichen. Bei der Entwicklung des Zielbilds für die Rhätische Bahn konnten wir im Schritt der SWOT-Analyse verschiedene Blickwinkel einbringen: Neben einer objektiven Betrachtung von außen und dem Einbringen internationaler Best Practices wurde über Interviews mit allen Geschäftsbereichen und Hierarchieebenen der Blick von innen und über die Auswertung von Kundenrückmeldungen die Perspektive des Kunden eingebracht.

Ausbleibende Fahrgastinformation sorgt für Frust bei Reisenden und Personal, eine transparente Kommunikation

von situationspezifischen Informationen und Reisealternativen dagegen erhöht das Verständnis. Ein gutes Zusammenspiel aus Fahrgastinformation, Fahrzeugdesign und Stationsgestaltung erhöht die Akzeptanz des öffentlichen Verkehrs, aber auch die Stabilität des Verkehrs. Wenngleich einfache und genaue Fahrgastinformation ein wichtiges Kundenbedürfnis ist, löst eine Verbesserung allein natürlich nicht alle Probleme. Es unterstreicht aber den Qualitätsanspruch, den eine Bahn haben sollte und setzt den Reisenden an erster Stelle. •

Literatur

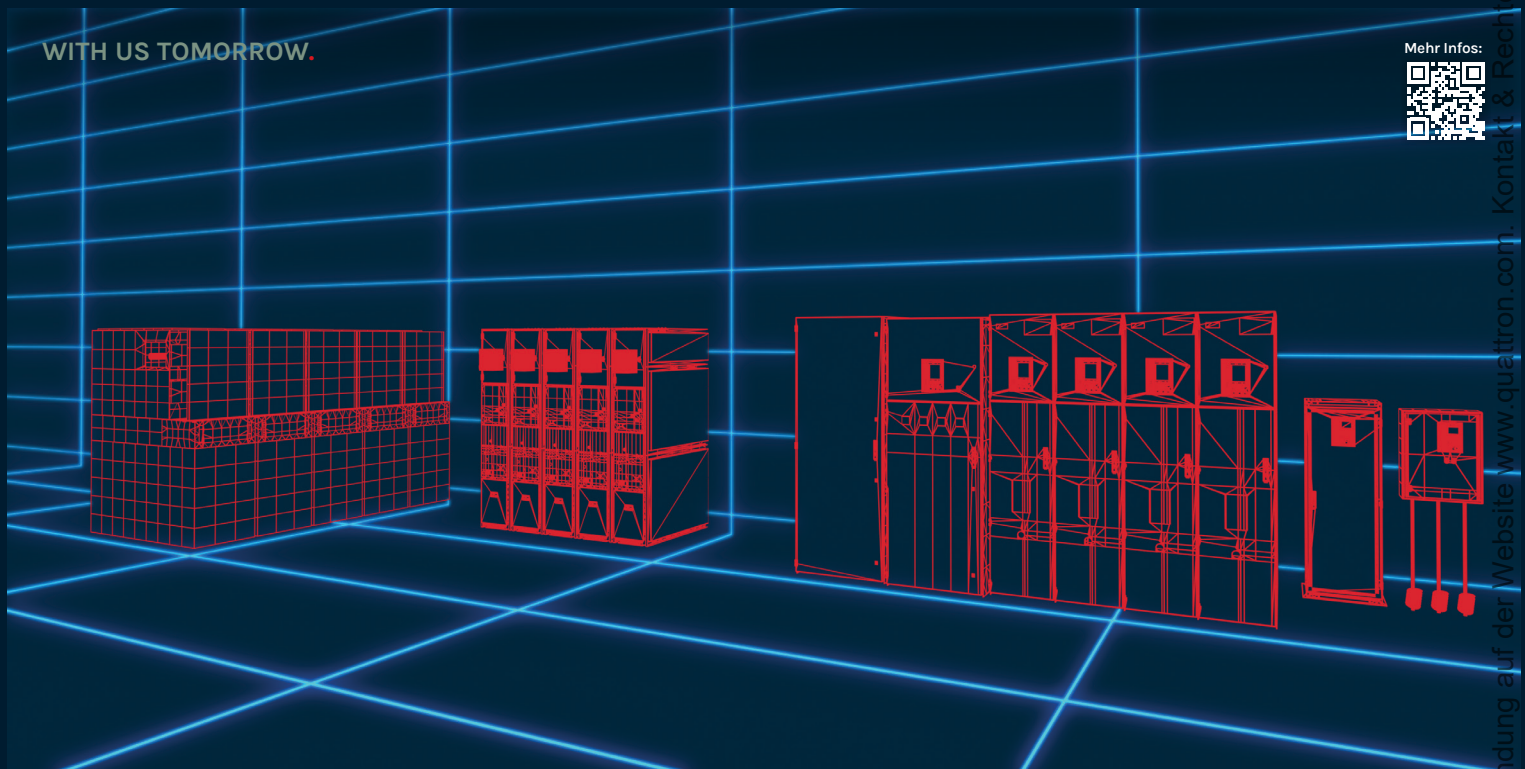
- [1] BMV: Agenda für zufriedene Kunden auf der Schiene. September 2025.
- [2] Alliance SwissPass: Nationaler Branchenstandard Kundeninformation. Übergangsdokument. November 2024.
- [3] Nehl, H.; Schlaich, S.: Airport Wayfinding. Niggli, 2021.
- [4] Deutsche Bahn AG: Standarddesign Fahrgastinformation (Online: <https://www.standarddesign-fahrgastinformation.de/>).

- [5] VDV-Schrift 713-3-0: Kollektive dynamische Fahrgastinformation im öffentlichen Nahverkehr
- [6] Richtlinie SBB Signaletik. Januar 2024.
- [7] Forschungsgesellschaft für Straßen- und Verkehrswesen: Merkblatt zur wegweisenden Beschilderung für den Fußgängerverkehr. 2007.

Summary

Achieving greater acceptance and better operations through a more passenger-centric approach

If we want more and more reliable rail services, we must consistently view them as a complete system. Consistent, cross-modal passenger information throughout the entire journey, sophisticated vehicle design and customer-oriented station design have a positive effect on the acceptance of rail as a mode of transport. They also influence stopping times through better control of passenger flow, which has a direct impact on operational quality and capacity.



UNSER PROJEKT: ENERGIE, DIE ALLE BEWEGT.

Vertrauen Sie auf 135 Jahre Erfahrung in der Bahnelektrifizierung.
Erfahren Sie mehr unter rail-ps.com/bev