



Bayerische Eisenbahngesellschaft mbH
Boschetsrieder Straße 69
81379 München
Tel.: +49 (89) 748825-0
www.bahnland-bayern.de

Sehr geehrte Damen und Herren,

es ist mir eine große Freude, Sie heute hier in München beim 6. Bayerischen Nahverkehrskongress der Bayerischen Eisenbahngesellschaft willkommen zu heißen.

Mit der Wappenhalle haben wir einen neuen Ort für unseren Kongress gefunden. Ich hoffe, Sie fühlen sich hier genau so wohl, wie in der Universität. Die Wappenhalle steht wie nur wenige Gebäude in München für Verkehr und Mobilität. In den 30er Jahren erbaut und im Krieg zerstört, diente dieses Haus dann für rund vier Jahrzehnte als repräsentatives Empfangsgebäude des Münchner Flughafens. Bis heute ist die Wappenhalle ein Wahrzeichen der Stadt München.

Unser Kongress steht unter dem Titel: „Bahnverkehr in Deutschland – Wo kneifts?“

Wir stehen im Eisenbahnverkehr vor großen Herausforderungen. Es gilt jetzt, die Weichen für die Zukunft zu stellen. Darum wollen wir uns auf diesem Kongress in Vorträgen und in Diskussionsforen konkret fragen: Wo kneift es im deutschen Eisenbahnverkehr? Welche Probleme gibt es? Welche Lösungen sind denkbar? Wie Sie wissen, lieferte der Eisenbahnverkehr in Deutschland in den letzten Wochen und Monaten zahlreiche Negativschlagzeilen. Alle sprachen vom Wetter! Die Verspätungen aufgrund von Eis und Schnee stellten vielerorts die Geduld der Fahrgäste auf eine harte Probe. Gleichzeitig traten Fahrzeugprobleme in einem bisher nicht gekannten Ausmaß auf. Angefangen von den Achsen der ICE mit Konsequenzen für die Pünktlichkeit – nicht nur im Fernverkehr- bis hin zu dem Drama mit den neuen Fahrzeugen. Während fast eine Jahresproduktion der deutschen Fahrzeugindustrie mangels Zulassung auf dem Hof stand und die letzten Reserven mobilisiert wurden, gingen ganze Fahrzeugbaureihen wie die Neigetechnikfahrzeuge in die Knie. Und wieder: Fahrpläne Makulatur, Verspätungen, verpasste Anschlüsse, abgehängte Städte. Wer kann sich da über eine schlechte Presse noch wundern. Und leider lässt auch noch die Qualität zu wünschen übrig. Von den sogenannten Komfortmerkmalen wie Sauberkeit bis hin zu mangelhaften oder fehlenden Durchsagen – es fehlt nichts im breiten Spektrum der Beschwerdeschreiben, die die BEG erhält. Dabei liegen manche Ursachen der Probleme noch tiefer. Hätten wir nicht einen drastischen Einbruch im Güterverkehr erlebt, die Engpässe auf unseren Schienen hätten die ohnehin schon schlechten Pünktlichkeitswerte weiter beeinträchtigt. Wir brauchen dringend den Ausbau der Infrastruktur, um nachhaltig den Bahnverkehr in Deutschland zu stärken.

So wird weiterhin das Thema Finanzierung des Systems im Mittelpunkt stehen. Die Begrenzung des Zuwachses der Mittel auf 1,5 % bei dauerhaft stärker steigenden Kosten und Preisen kann auf Dauer nicht funktionieren.

Sie alle, meine Damen und Herren, sind Weichensteller in unserem System Bahn. Wir alle sind aufgefordert, unseren Beitrag zur Optimierung des Gesamtsystems Bahn zu leisten. Jeder muss bereit sein, neue Wege zu suchen und neue Wege zu gehen. Wir müssen die Weichen in Richtung Zukunft stellen. Nur dann können wir unser gemeinsames Ziel erreichen: den Eisenbahnverkehr auf das notwendige Qualitätsniveau zu bringen und die Attraktivität der Bahn zu erhöhen. Das sieht auch die Deutsche Bahn so. Deshalb sagt Bahn-Chef Rüdiger Grube: „Wir müssen und werden unser Stammgeschäft in Ordnung bringen!“ Die Verbesserung von Service und Verlässlichkeit sollen wieder Vorrang haben. Diese Neuausrichtung begrüßen wir. Offensichtlich teilt auch Bundesverkehrsminister Ramsauer diese Einschätzung, wenn er im Hinblick auf den Börsengang der Bahn anmerkt: „Wer als Quasi-Monopolist nur auf das Börsenparkett schießt, lässt die Qualität links liegen.“ Eine alleinige Ausrichtung auf kurzfristige kaufmännische Ziele kann nicht funktionieren. Deshalb freuen wir uns über die offensichtlich geplante Neuausrichtung im Zielsystem der Deutschen Bahn.

Nicht zu verkennen sind Chancen und Risiken des Wettbewerbs für Qualität und Angebot der Bahnen. Wir – die Bayerische Eisenbahngesellschaft – haben in den letzten Jahren die Erfahrung gemacht, dass es erst durch Wettbewerb möglich war, das Angebot aufrecht zu erhalten und in vielen Bereichen sogar deutlich auszuweiten.

Wir haben aber auch dank des Wettbewerbs in Richtung Qualität neue Maßstäbe gesetzt. Neu klimatisierte Fahrzeuge, eine verbesserte Fahrgastinformation und strenge Qualitätsmesssysteme wären ohne Wettbewerb nicht möglich gewesen. Dennoch: Der Wettbewerb bringt neue Herausforderungen für alle Beteiligten zur Erhaltung der Integration des Systems, zur Koordination der unterschiedlichen Akteure. Schließlich soll auch beim Fahrgast das System Bahn als ein Gesamtsystem verstanden werden. Dieser Aufgabe wollen wir uns nicht nur fachlich stellen, sondern auch in unserer Darstellung nach Außen – in unserer Kommunikation. Zu diesem Zweck wollen wir die Aktivitäten des Freistaats in der Darstellung gegenüber den Fahrgästen unter einem Dach zusammenführen.



Ein Dach, unter dem wir den Menschen in Bayern den SPNV noch näherbringen. Unter dem wir Lust auf's Bahnfahren machen wollen. Ein Dach, unter dem wir die Öffentlichkeit über das komplexe System des bayerischen SPNV informieren und den Freistaat als Weichensteller und Finanzier positionieren wollen.

Unsere neue Dachmarke soll auch die unterschiedlichen Verkehrsunternehmen sowie sämtliche Akteure im bayerischen SPNV im Sinne des Fahrgasts näher zusammenrücken. Unsere neue Dachmarke soll eine emotionale Verbindung zum Freistaat und zum bayerischen Selbstverständnis schaffen. In diesem Sinne wollen wir mit der Dachmarke „Bahnland Bayern“ Bayern als sympathisches Bundesland präsentieren. Als ein Bundesland, in dem die Bahn einfach dazugehört. Und in dem man mit der Bahn so gut wie überall hinkommt. Unsere Vision: Alle Akteure im bayerischen SPNV ziehen im Sinne der Fahrgäste an einem Strang für ein starkes Bahnland Bayern. Unsere bisherigen Marken wie den „Bayern-Takt“ oder das „Bayern-Ticket“ schaffen wir damit jedoch nicht ab. Sie bleiben weiterhin wesentliche Bestandteile des Bahnlands Bayern. Gerade der Bayern-Takt steht ja für die Verknüpfung von Bus und Bahn. Zu diesem Zweck wurde auch zum Start der Dachmarke jeweils eine spezielle Werbe- und PR-Kampagne entwickelt. So richtet sich die Werbekampagne der BEG mit dem Motto „Bahnland Bayern – Zeit für Dich“ mit unterhaltenden Anzeigen- und Plakatmotiven direkt an die Bahnfahrer in Bayern. Das Ziel: die Menschen in Bayern für das Bahnfahren zu begeistern. In gleicher Weise lehnt sich auch die aktuelle PR-Kampagne an die neue Dachmarke an. Unter dem Motto „Wir bewegen das Bahnland Bayern“ werden wir gezielt den persönlichen Dialog mit der Presse, Meinungsbildnern und all unseren Partnern wie Ihnen pflegen.

Meine sehr geehrten Damen und Herren, ich bin mir sicher: Mit dem „Bahnland Bayern“ machen wir einen wichtigen Schritt in die richtige Richtung. Aber wir sind noch lange nicht am Ziel.

Wir sind uns der Herausforderungen bewusst – sowohl in Bayern als auch bundesweit: Nicht alles ist perfekt. Aber gemeinsam können wir es besser machen. Und gemeinsam mit allen Beteiligten arbeiten wir daran.

Und ich glaube, genau darauf kommt es nun an. Denn wie sagte schon der große Thomas von Aquin: „Für Wunder muss man beten. Für Veränderungen muss man arbeiten.“

In diesem Sinne – lassen Sie uns mit der Arbeit beginnen!