

# Inhalt

© 2014 by Deutscher Fachschriften-Verlag, Wiesbaden

|                                                                                       |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Vorworte                                                                              | 10  |
| Der ÖPNV-Markt in Deutschland:<br>Politische und wirtschaftliche<br>Rahmenbedingungen | 14  |
| Innovative Produkte und Komponenten                                                   |     |
| Schienenfahrzeuge – das Rückgrat<br>des Nahverkehrs in Deutschland                    |     |
| <i>U-Bahn</i>                                                                         | 28  |
| <i>S-Bahn</i>                                                                         | 42  |
| <i>Regionalbahn</i>                                                                   | 56  |
| <i>Stadtbahn</i>                                                                      | 68  |
| <i>Straßenbahn</i>                                                                    | 76  |
| Fahrgastfreundliche und schadstoffarme<br>Busse erbringen größte Verkehrsleistungen   |     |
| <i>Stadtlinienbus</i>                                                                 | 90  |
| <i>Überlandlinienbus</i>                                                              | 100 |

|                                                                                                    |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Moderne, kundenfreundliche Haltestellen und Verknüpfungspunkte – die Visitenkarten des Nahverkehrs | 120 |
| Separate Fahrwege – Voraussetzung für Leistungsfähigkeit und Umweltverträglichkeit                 | 134 |
| Werkstätten und Betriebshöfe – die „unsichtbaren“ Dienstleister für den störungsfreien Betrieb     | 146 |
| Informationsverarbeitung – das unverzichtbare unternehmerische Steuerungsinstrument                | 152 |
| Telematik für ÖPNV-Vorrang und Fahrgastinformation                                                 | 158 |
| Bargeldloses Zahlen und elektronische Fahrausweise – der optimierte Kundennutzen                   | 170 |

# Contents

---

|          |    |
|----------|----|
| Prefaces | 10 |
|----------|----|

|                                                                                           |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| The public transport market<br>in Germany: political and economic<br>framework conditions | 14 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|----|

## Innovative products and components

### Railway vehicles – the backbones of public transport in Germany

|              |    |
|--------------|----|
| <i>Metro</i> | 28 |
|--------------|----|

|                                    |    |
|------------------------------------|----|
| <i>Rail rapid transit (S-Bahn)</i> | 42 |
|------------------------------------|----|

|                      |    |
|----------------------|----|
| <i>Regional rail</i> | 56 |
|----------------------|----|

|                   |    |
|-------------------|----|
| <i>Light rail</i> | 68 |
|-------------------|----|

|                |    |
|----------------|----|
| <i>Tramway</i> | 76 |
|----------------|----|

### User-friendly and low emission buses produce highest performance

|                           |    |
|---------------------------|----|
| <i>Urban bus services</i> | 90 |
|---------------------------|----|

|                               |     |
|-------------------------------|-----|
| <i>Regional service buses</i> | 100 |
|-------------------------------|-----|

---

|                                                                                                  |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Modern, customer-friendly stops<br>and transfer points: the business cards<br>of local transport | 120 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|

|                                                                                               |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Separate rights-of-way – a prerequisite<br>for performance and<br>environmental acceptability | 134 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-----|

|                                                                                                  |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Maintenance shops and depots:<br>the “invisible” service providers<br>for problem-free operation | 146 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|

|                                                                        |     |
|------------------------------------------------------------------------|-----|
| Information processing: the essential<br>management control instrument | 152 |
|------------------------------------------------------------------------|-----|

|                                                               |     |
|---------------------------------------------------------------|-----|
| Telematics for PT prioritisation and<br>passenger information | 158 |
|---------------------------------------------------------------|-----|

|                                                                            |     |
|----------------------------------------------------------------------------|-----|
| Cashless payment and electronic tickets<br>for optimized customer benefits | 170 |
|----------------------------------------------------------------------------|-----|

# Inhalt

## Innovative Systeme und Modelle

|                                                                                                                                      |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Die Verbindung Eisenbahn/Stadtbahn –<br>Zweisystemfahrzeugkonzept schafft<br>umsteigefreie Anbindung der Region<br>an die Innenstadt | 180 |
| Die Verbindung Stadtbahn/Niederflur-<br>Straßenbahn – zwei Netze, ein Angebot                                                        | 200 |
| Differenzierte Bedienungsweisen im ÖPNV –<br>vom Taxieinsatz zur<br>Mobilitätsdienstleistung                                         | 210 |
| Verbesserte Angebote – die Eisenbahnen<br>nutzen die Regionalisierung                                                                | 216 |

Reisezeitreduzierung – Erfüllung des  
wichtigsten Kundenwunsches 224

Zielgruppenorientierte Tarifangebote –  
der Tarif wird zum bedeutenden  
kundenorientierten Marketinginstrument 234

Automatische Systeme – optimale  
Anpassung an die Nachfrage 246

Know-How-Export – Deutsche Leistungen  
für den ÖPNV im Ausland 254

Bildquellen 268

Mitglieder des VDV-Förderkreis e.V.      Vorsatz

## Innovative systems and models

Interconnections between conventional rail and light rail – where a dual-system vehicle concept provides transfer-free links from the region to the downtown area 180

The light rail/low-floor tram connection – two networks, one service 200

Differentiated public transport services: from taxis to mobility services 210

Improved services: the railways make the most of regionalization 216

|                                                                                                             |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Reducing journey time – fulfilling the customer's dearest wish                                              | 224 |
| Fare offers directed at target groups – making the fare the key instrument of customer-orientated marketing | 234 |
| Automatic systems – optimal adaptation to demand                                                            | 246 |
| Exporting know-how – German PT performance abroad                                                           | 254 |
| Sources of figures and fotos                                                                                | 268 |
| Members of the VDV-Förderkreis e.V. Endpaper                                                                |     |