

Inhaltsverzeichnis

Einführung in das Handbuch	9
1 Ausgangssituation	17
1.1 Ziele und Motive für die Einführung von flexiblen Bedienungsformen	18
1.2 Analyse der Einsatzmöglichkeiten von flexiblen Bedienungsformen	19
1.2.1 Analyse der Mobilitätsbedürfnisse im potenziellen Bedienungsgebiet	19
1.2.2 Analyse des Fahrgastpotenzials im potenziellen Bedienungsgebiet	21
1.2.3 Analyse der Nutzergruppen und deren Wegezwecke im Bedienungsgebiet	21
1.3 Eignung der Region für die Einführung flexibler Bedienungsformen (Auswahlraster)	25
2 Angebotsformen	30
2.1 Möglichkeiten der Flexibilisierung des ÖPNV	30
2.2 Räumliche Flexibilisierung	31
2.2.1 Die Flexibilisierung der Route zwischen Quelle und Ziel	32
2.2.2 Die Flexibilisierung von Zu- und Abgang (Haustür- oder Haltestellenbedienung)	35
2.3 Zeitliche Flexibilisierung	36
2.4 Funktion, Einsatzfelder, Stärken und Schwächen der Angebotsformen	37
2.5 Das Auswahlraster: Die Eignung der Angebotsformen	38
3 Planung	43
3.1 Abschätzung der potenziellen Fahrgastnachfrage	43
3.1.1 Notwendigkeit und Schwierigkeit der Nachfrageschätzung	44
3.1.2 Grobabschätzung des Fahrgastaufkommens	45
3.1.3 Räumliche Verteilung der Nachfrage	47
3.2 Planerische Ausgestaltung flexibler Bedienungsformen	47
3.2.1 Überblick	48
3.2.2 Räumliche Erschließung des Bedienungsgebietes	49
3.2.3 Zeitliche Verfügbarkeit und Bedienungsqualität	51
3.2.4 Möglichkeiten zur Fahrtwunschbündelung	54
3.2.5 Verknüpfung der flexiblen Bedienungsform mit dem regionalen ÖPNV	55
3.2.6 Spezielle Aspekte bei der Integration des Schülerverkehrs in flexible Bedienungsformen	56
3.3 Das Verkehrsmengengerüst	57
4 Rahmenbedingungen	60
4.1 Die gesetzlichen Vorgaben des ÖPNV auf europäischer und nationaler Ebene	61
4.1.1 Die Europäische Ebene	61
4.1.2 Die Bundesebene	61
4.1.3 Die Länderebene	62
4.2 Die Integration flexibler Bedienungsformen in die Nahverkehrspläne	65
4.3 Die Genehmigung von flexiblen Bedienungsformen	67
5 Organisation	76
5.1 Akteure bei der Planung, Leistungsbestellung und -erbringung	77
5.1.1 Die Genehmigungsbehörde	77
5.1.2 Der Auftraggeber	78
5.1.3 Die Betreiber	78
5.2 Die betriebliche Organisation	79
5.2.1 Ausstattung der Fuhrparke	79
5.2.2 Die Organisation und die Durchführung der Fahrten	81
5.2.3 Die Vergütung	84

6	Wirtschaftlichkeit und Finanzierung	88
6.1	Wirtschaftlichkeit von flexiblen Bedienungsformen	88
6.1.1	Wirtschaftliche Optimierungsmöglichkeiten flexibler Bedienungsformen	88
6.1.2	Wirtschaftlichkeit des Gesamtsystems	90
6.1.3	Grenzen der Finanzierbarkeit	91
6.1.4	Einflussfaktoren auf die Wirtschaftlichkeit von flexiblen Bedienungsformen	91
6.2	Abschätzung des Zuschussbedarfs für die öffentliche Hand	93
6.2.1	Weg I zur Abschätzung des Zuschussbedarfs: Auf der Basis empirischer Daten	93
6.2.2	Weg II zur Abschätzung des Zuschussbedarfs: Kosten- und Erlösschätzung bei flexiblen Bedienungsformen	95
6.3	Finanzierungsmodelle und Fördermöglichkeiten	100
7	Kundenorientierte Kommunikation	104
7.1	Die Bedeutung des Marketings im ÖPNV	105
7.2	Die Produkt- und Preispolitik	106
7.3	Der Einsatz von Marketingstrategien und -instrumenten	107
7.3.1	Marketinginstrumente in der Planungs- und Implementierungsphase	108
7.3.2	Marketinginstrumente im laufenden Betrieb	110
7.3.3	Das Monitoring	113
7.4	Zielgruppenspezifisches Marketing	114
7.5	Digitalisierung im Marketing und Bestellprozess	115
8	Alternativen zu flexiblen Bedienungsformen	120
8.1	Multifunktionale Bedienungsformen	120
8.2	Motivation zur selbstorganisierten Mobilität	121
8.2.1	Bürgerbus	121
8.2.2	Privat organisierte Verkehre	124
8.2.3	Weitere Formen alternativer flexibler Bedienungsformen	125
8.3	Das Angebot kommt zur Nachfrage	127
8.4	Serviceplattformen	129
	Literatur	133
	Abbildungsverzeichnis	140
	Tabellenverzeichnis	143
	Glossar	145
	Schlagworte	153
	Anhang	157