

Ausgangspunkt:

Die Fahrgäste im grenzüberschreitenden Verkehr zwischen Deutschland und Polen haben durch den pilothaft eingeführten digitalen Vertrieb im Rahmen des Projektes RailBLu eine zeitgemäße und innovative Vertriebsform zur Verfügung gestellt bekommen.

Vorbemerkungen:

Aufgrund von äußeren Einflüssen wie z.B. der SARS-CoV-2-Pandemie und der damit einhergehenden wachsenden Anzahl an Beschäftigten, die sich im Homeoffice befinden oder der Baumaßnahmen im Grenzverkehr der RB26 inkl. SEV (Schienenersatzverkehr) zwischen Küstrin-Kietz und Kostrzyn sowie eines Datenfehlers in der App, wurde die Entwicklung der Verkaufszahlen bedeutend beeinträchtigt. Des Weiteren ist der pilothafte Betrieb mit einer Laufzeit von sechs Monaten zu kurz, um eine fundierte Bewertung zu ermöglichen, hier wäre ein Zeitraum von zwei Jahren empfehlenswert. Demzufolge ist eine Übertragbarkeit der Evaluationsergebnisse auf andere Projekte und Regionen nur bedingt gegeben. In einem Zeitraum außerhalb der o.g. Beeinträchtigungen und durch einen verstärkten Marketingeinsatz wären weitere Steigerungen der Verkaufszahlen denkbar.

Auswertung der Befragungen:

Die durchgeführte Befragung im Rahmen dieser Evaluation kann aufgrund des geringen Fahrgastaufkommens und der geringen Anzahl an Erhebungstagen nicht als repräsentativ angesehen werden, sondern eher als Stimmungsbild. Insgesamt wurden 787 Fahrgäste befragt, davon gaben 114 Fahrgäste an, eine gewisse Affinität zur Ticketnutzung mit dem Smartphone zu besitzen. Hiervon gaben wiederum 12 Fahrgäste an, den VBB-Anschlussstarif im DB Navigator (eine mobile App der Deutschen Bahn) genutzt zu haben.

Fazit der Ergebnisse:

Es kann festgehalten werden, dass der pilothaft eingeführte digitale Vertrieb auf der Relation der Linie RB26 nur eine schwache Nachfrage nach dem VBB-Anschlussstarif in digitaler Form und hingegen auf der Linie RB91 eine wachsende Nachfrage generieren konnte. Die steigende Nachfrage für das digitale Ticket lässt sich hierbei aus der Analyse der Entwicklung der Verkaufszahlen sowie der Befragungen ableiten. Um diesen Trend weiter zu fördern könnten folgende Maßnahmen ergriffen werden: Stärkere Fahrausweiskontrollen im Grenzverkehr, Preise des grenzüberschreitenden VBB-Tarifs (VBB - Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg GmbH) an die ermäßigten Angebote auf polnischer Seite anpassen, Werbemaßnahmen intensivieren, Vertriebsangebot im DB Navigator um Zeitkarten sowie weitere Relationen erweitern und Polnisch als Nutzersprache in einer mobilen App anbieten.

Zusammenfassung:

Die wichtigsten Beobachtungen dieser Evaluierung werden im Folgenden erneut kurz aufgelistet und in den weiteren Kapiteln näher erläutert:

- Es wurde eine umfangreiche Evaluation durch Befragungen durchgeführt
- Rahmenbedingungen äußerst schwierig (z. B. auf der RB26, unterbrochener Grenzverkehr wegen Brückenbau)
- Niedriger Bekanntheitsgrad des digitalen grenzüberschreitenden VBB-Tarifs im DB Navigator
- Kannibalisierung durch bereits vorhandene Abonnements der Fahrgäste
- Vergleichbarkeit gering, da Evaluation zu anderen Angeboten in ähnlichem Umfang nicht vorliegen



EUROPÄISCHE UNION
Europäischer Fonds für
regionale Entwicklung



UNIA EUROPEJSKA
Europejski Fundusz
Rozwoju Regionalnego



BB-PL
INTERREG V A
2014-2020