

Fahrgastrechte:

# Freiwillige Selbstverpflichtungen im Verkehrsmarkt der EU

Genügen sie, um Qualität und Recht zu sichern?

Von Holger Jansen und Nancy Neugebauer\*



Foto: Edmund Lauterbach

**Nr. 1 bei Fahrgastrechten: Großbritannien**

➤ Seit einigen Jahren wird auf nationaler und internationaler Ebene intensiv über eine Reform der Fahrgast- und Kundenrechte im öffentlichen Verkehr diskutiert. Viele Verkehrsunternehmen führten freiwillige Selbstverpflichtungen ein. Verbessern sie die Position der Fahrgäste? Diese Frage stand am Anfang einer Studie\*\*, die das Berliner Nexus Institut im Auftrag der EU-Kommission erstellte. Im direkten Ländervergleich liegt Großbritannien in puncto Fahrgastrechte auf Platz 1, Deutschland erreicht Platz 4.

## Fahrgastrechte in der Entwicklung

**E**in kurzer Blick zurück: Seit einigen Jahren arbeitet die Generaldirektion für Transport und Verkehr der EU-Kom-

mission intensiv am Thema der Kunden- und Fahrgastrechte im öffentlichen Verkehr. So hieß es im Weißbuch Verkehr (1) im Jahr 2001: „Der Reisende muss seine Rechte geltend machen können, sowohl gegenüber Verkehrsunternehmen als auch gegenüber öffentlichen Stellen. Ziel der Kommission für die nächsten zehn Jahre ist es, die Rechte der Benutzer weiterzuentwickeln und zu präzisieren, indem Verbraucher- und Benutzerorganisationen in diesen Ansatz eingebunden werden.“

In den Jahren 2001 und 2002 folgten mehrere Anhörungen in Brüssel, an denen sowohl nationale als auch Verbände auf EU-Ebene beteiligt waren. Damals ging es um eine vertiefende Problemanalyse. Anbieter- und Kundenverbände stellten ihre Positionen vor. Während Kundenverbände klare Rechtsgrundlagen forderten, plädierten Anbieterverbände für freiwillige Ver-

*Lesen Sie auf der nächsten Seite weiter.*

## \* Kontakt

Dipl.-Soz.-Wiss. Holger Jansen  
Nexus Institut für Kooperationsmanagement  
und interdisziplinäre Forschung GmbH  
Otto-Suhr-Allee 59, D-10585 Berlin  
www.nexus-berlin.com  
mail@nexus-berlin.com  
Tel. +49 30 31805463  
Fax +49 30 31805460

\*\* Die Studie besteht aus drei Teilen und kann auf den Nexus-Internetseiten heruntergeladen werden (in Englisch). Die Studie wurde durch die EU-Kommission finanziert. Weitere Internetseiten:  
Projekt „Busrep“ (www.busrep.net),  
Projekt „mobikult“ (www.mobikult.de).  
Die Autoren danken Dr. Martin Schiefelbusch (Nexus) und Alexander Schulz (Adelphi Consult) für die Unterstützung bei der Erstellung dieses Artikels.

→ einbarungen. Die Dachverbände der Anbieter erarbeiteten danach erste Vorschläge für freiwillige Verpflichtungen und führten diese schrittweise ein. Zu nennen ist hier vor allem die Luftfahrt, die 2002 ihre Selbstverpflichtungen für die Fluggesellschaften (Airline Passenger Service Commitment) und die Flughäfen (Airport Voluntary Commitment on Air Passenger Service) vorstellte. Der Dachverband der Europäischen Bahnen (CER) erarbeitete einen Vorschlag einer Charta, die ab 2004 zahlreiche Mitgliedsbahnen einführten.

### Fluggastrechte geregelt

**E**rste Veränderungen bei den Rechtsgrundlagen erfolgten bei den Fluggastrechten mit der EU-Verordnung 261/2004. Sie trat am 17. Februar 2005 in Kraft. Danach konzentrierte sich die Kommission stärker auf die Fahrgäste der Eisenbahn und des übrigen öffentlichen Verkehrs. Es stellte sich die Frage, ob die eingeführten Selbstverpflichtungen der Verkehrsunternehmen die Situation der Fahrgäste verbesserten und wie die Unternehmen mit Beschwerden und Anregungen von Kunden umgehen.

Die EU-Kommission vergab nach einer Ausschreibung den Auftrag für die Studie „Bewertung und Beobachtung von Tendenzen im Hinblick auf Fahrgastbedürfnisse in den Bereichen Fahrgastservice und -behandlung“ (2) an das Berliner Nexus Institut. In der Studie analysierten die Wissenschaftler die Situation (Stand des Jahres 2008) für die Verkehrsträger Flugzeug, Schiene, unterteilt in Nah- und Fernverkehr, übriger öffentlicher Verkehr, Fernbusse (ohne Charter-/Sonderverkehre) und Schifffahrt.

### Gestaltung des Kundendienstes im öffentlichen Verkehr

Der Begriff „Kundendienst“ im öffentlichen Verkehr umfasst ein weites Feld möglicher Maßnahmen aus Marketing, Angebotsplanung und anderen Bereichen, ohne dass eine genaue, allgemein anerkannte Definition besteht. Im Rahmen der Studie betrachteten die Wissenschaftler primär drei Instrumente, die Beziehungen zwischen Fahrgästen und Verkehrsunternehmen im engeren Sinne gestalten: Qualitätsversprechen, Servicegarantien und Beschwerdemanagement.

Dabei beschreibt „Beschwerdemanagement“ zunächst Vorkehrungen des Unternehmens zur Bearbeitung von Kundenkontakten (meist Beschwerden), also die personellen Ressourcen, Stellung des Beschwerdemanagements im Unternehmen, Qualitätsziele, Beschwerdekanaäle etc. Die hier bestehenden Standards und Verfahren sind jedoch in der Regel Interna der Unternehmen, während es sich bei den Qualitätszusagen um explizit nach außen kommunizierte Instrumente handelt.

Dabei kann zwischen zwei Ansätzen unterschieden werden. So lassen sich mithilfe von Qualitäts- bzw. Leistungsversprechen (auch als Charta bekannt) Standards kommunizieren, die das Unternehmen erfüllen will. Diese Leistungskriterien sollen dazu beitragen, dem Kunden das erhöhte Engagement des Unternehmens zu demonstrieren. Hierzu zählen beispielsweise das Zusichern von Freundlichkeit, Sicherheit und engagiertem Beschwerdemanagement. Bei Nichterfüllung dieser Versprechen ergeben sich jedoch keine unmittelbaren rechtlichen Konsequenzen für das Unternehmen oder den Kunden.

Dagegen werden in Servicegarantien, auch als „Kundengarantien“ bezeichnet, Qualitätsstandards definiert, für die der Kunde im Falle der Nichteinhaltung Entschädigungsleistungen erwarten kann. So wird beispielsweise Pünktlichkeit versprochen. Im Verspätungsfall erhält der Kunde sein Fahrgeld (teilweise) erstattet. In einer Weiterführung ließen sich die Regelungen der Servicegarantie in die jeweiligen Beförderungsbedingungen des Verkehrsunternehmens integrieren. Damit würden die versprochenen Entschädigungsleistungen bei Nichterfüllung der ausgeschriebenen Standards rechtlich verbindlich.

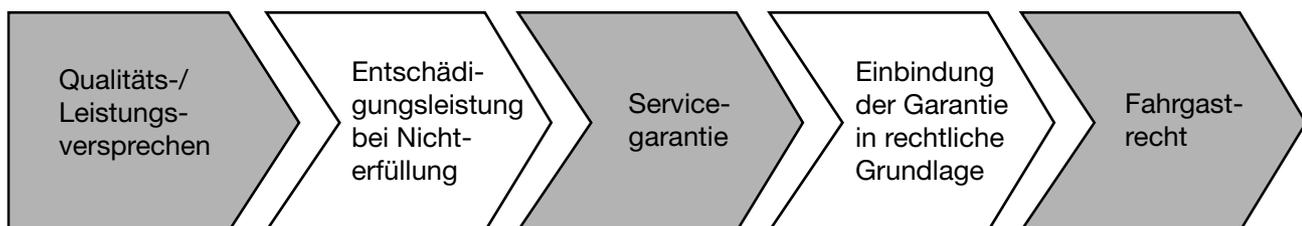
Die Untersuchung zeigte, dass die Verkehrsdienstleister oftmals ihre Pünktlichkeits- und/oder Anschlussgarantien um verschiedene Qualitätsversprechen ergänzen, wie zum Beispiel „Wir informieren Sie schnell und umfassend“ (Stuttgarter Straßenbahn) oder „Wir bemühen uns, Ihr Anliegen zeitnah und freundlich zu bearbeiten“ (Stadtbus Schwäbisch Hall). Bisher liegen jedoch den Entschädigungsleistungen nur in den wenigsten Fällen gesetzliche Vorschriften zugrunde, aus denen sich Rechtsansprüche für die Fahrgäste ergeben würden.

Worin nun liegt der Nutzen, Leistungsversprechen zu offerieren? Welche Vorteile bringen sie dem Kunden? Welche Wirkungen lassen sich aus Unternehmensperspektive damit erzielen?

### Versprechen aus Kunden- und Unternehmenssicht

Kunden stehen vor dem Problem, dass sie die Qualität einer Dienstleistung nicht eindeutig vor ihrer Inanspruchnahme

# FahrgastRechte



Abgrenzung der Verbindlichkeit von Qualitätszusagen (Quelle: eigene Darstellung)

beurteilen können. Fahrgäste wissen vor Fahrtantritt nicht, ob sie ihr Ziel pünktlich erreichen werden. Mithilfe von Leistungsversprechen lassen sich definierte Qualitätsstandards kommunizieren, die Kunden erwarten dürfen, sodass sich ihre Unsicherheit verringert. Die Aussicht auf Entschädigung im Falle der Schlechtleistung mindert das wahrgenommene Kaufrisiko. Zudem erhält der Kunde mit der Inanspruchnahme der Garantie die Möglichkeit, dem Unternehmen seinen Unmut mitzuteilen. Damit wird ihm das Gefühl vermittelt, dass dem Unternehmen die Kundenmeinung wichtig ist.

Aus Unternehmenssicht bildet eine Servicegarantie ein wesentliches Element im aktiven Beschwerdemanagement. Es gilt, die Kunden zur Kommunikation ihrer Unzufriedenheit zu motivieren, ergibt sich doch aus dem Wissen um Schwachstellen des Unternehmens die Chance, diese zu beheben. Die Servicegarantie wird so zum Kontrollinstrument im Qualitätssicherungssystem. Dabei sind die Kunden „die permanente Kontrollinstanz über die Servicequalität“ (3) und ergänzen bürokratische und aufwendige Qualitätssicherungssysteme.

### Nutzen der Garantien für Unternehmen und Kunden?

Welche Aspekte müssen gegeben sein, damit die Servicegarantie für den Kunden attraktiv ist und gleichzeitig dem Unter-

nehmen als Kontrollinstrument dienen kann?

**D**amit eine Servicegarantie ihre Funktion der Erhöhung bzw. Wiederherstellung der Kundenzufriedenheit erfüllt, sollten dem Kunden die garantierten Leistungen wichtig sein. Der Sicherung der Reisekette kommt im öffentlichen Verkehr die tragende Rolle zu. Pünktlichkeit, Direktverbindungen, Anschlusssicherung bzw. „nahtloses“ Umsteigen zählen zu den Basisanforderungen im öffentlichen Verkehr (4).

Gemäß den Eurobarometerstudien (5) beeinflussen neben dem Zeitaspekt Kriterien wie

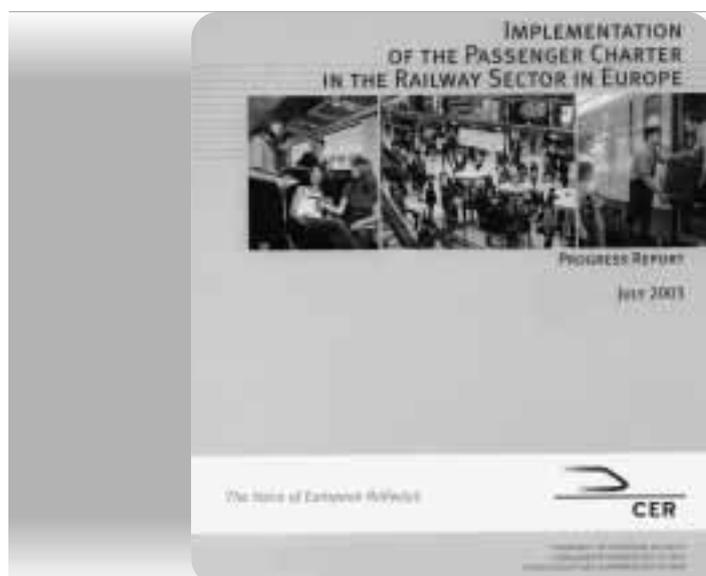
- Zugänglichkeit (z. B. Netz- und Haltestellendichte, Zugänglichkeit bei Mobilitätsbeschränkungen),
- Verfügbarkeit von Informationen (z. B. Echtzeitinformationen im Falle von Störungen),
- Sicherheit (z. B. Präsenz von Personal, Videoüberwachung, einwandfreier technischer Zustand der Fahrzeuge),
- Komfort (z. B. Sauberkeit, Verfügbarkeit von Sitzplätzen) und
- Kundenservice (z. B. Freundlichkeit des Personals, Beschwerdemanagement),
- das Qualitätsempfinden der Fahrgäste.

Daher identifizierte das Projektteam die folgenden 13 Kriterien, die dem Kunden idealerweise über Qualitätsversprechen kommuniziert werden sollten:

1. Eigenständiger Name für das Charta-Dokument, der einfach zu merken sein sollte und einen hohen Wiedererkennungseffekt hat
2. Zugänglichkeit, differenziert nach Netzdichte, Fahrplangestaltung und Zugänglichkeit bei Mobilitätsbeschränkungen
3. Reiseinformationen über Pünktlichkeit
4. Allgemeine Reiseinformationen
5. Serviceinformationen
6. Sicherheit
7. Tarifgestaltung und Fahrkarten
8. Sauberkeit
9. Komfort
10. Personal (Freundlichkeit, Hilfsbereitschaft, Erreichbarkeit)
11. Beschwerdemanagement
12. Gepäckabfertigung
13. Sonstiges

Servicegarantien sichern bei Schlechtleistung eine Entschädigung zu: Die Fahrgäste erhalten beispielsweise für Verspätungen, Anschlussverluste oder verlorenes Gepäck Ausgleichsleistungen. Die Ausgestaltung der Garantien kann die o. g. Kriterien der Qualitätsversprechen umfassen, darüber hinaus ist eine Ergänzung um folgende Punkte denkbar:

1. Anschlusssicherung
2. Zuverlässigkeit der Informationen
3. Garantierte Sitzplatzreservierung
4. Kundenservice
5. Sonstiges



*Nach dem Vorbild der Deutschen Bahn AG wollte der Dachverband der Europäischen Bahnen mit einer „Kundencharta“ eine gesetzliche Regelung der Fahrgastrechte verhindern.*

Um die Kunden mit den Qualitätsversprechen und Servicegarantien zu erreichen, ist es unumgänglich, die zugesicherten Standards und garantierten Leistungen regelmäßig und unter Einsatz diverser Medien (Tagespresse, Lokalzeitungen, Radio, Fernsehen, eigene Medien des Unternehmens oder Verbundes) zu kommunizieren. Nur dann wissen Kunden, was sie erwarten können, und das Unternehmen erhält umfangreiche Rückmeldungen auf seine Leistungsqualität, um daraus Erkenntnisse über mangelnde Betriebsabläufe ableiten und gleichzeitig durch Kompensationsmaßnahmen die Kundenzufriedenheit erhöhen zu können (6).

### Methodik

In jedem Bereich (Verkehrsträger) und jedem der damals 25 EU-Mitgliedsstaaten wurde eine Auswahl von Verkehrsunternehmen kontaktiert und zu Art und Ausgestaltung ihrer Kundendienstaktivitäten befragt. Das Vorgehen gliederte sich in folgende Hauptschritte:

- Festlegen der Stichprobe, Recherche der angebotenen Kundendienstmaßnahmen und ihrer inhaltlichen Gestaltung
- Einschätzungen zu den angebotenen Maßnahmen und dem Kundendienst im Verkehr allgemein durch Experten/Akteure vor Ort
- qualitative Bewertung der angebotenen Standards und ihrer Umsetzung
- länder- und bereichsbezogene Analyse
- Ranking der angebotenen Kundendienstmaßnahmen

Für die Studie wurden europaweit 500 Verkehrsunternehmen befragt, 115 Verbände, Organisationen und Schlichtungsstellen interviewt und rund 300 Kundencharts und Servicegarantien bewertet. Dabei waren Kunden- und Verbraucherverbände in den einzelnen Mitgliedsstaaten und auf EU-Dachverbandsebene einbezogen. Analog erfolgte die Befragung der Anbieterverbände. Außerdem wurden die bestehenden Regelungen auf Konformität mit dem Verbraucherrecht der EU überprüft. Diese

Aufgabe übernahm Prof. Dr. Ansgar Staudinger, Forschungsstelle für Reiserecht an der Universität Bielefeld.

### Ergebnisse

**O**ftmals geht die Einführung von Leistungsversprechen der Verkehrsunternehmen auf Initiativen der Dachverbände der jeweiligen Verkehrsträger zurück. Hier gaben sowohl die europäischen Dachverbände wie auch die nationalen Organisationen den Rahmen vor. Im Flugverkehr unterzeichneten viele Unternehmen, die der European Civil Aviation Conference (ECAC) angeschlossen sind, im Jahr 2002 eine Charta (7) mit zwölf Selbstverpflichtungen. Im Bahnverkehr veröffentlichten die Organisationen „Community of European Railway and Infrastructure Companies (CER)“, „International Rail Transport Committee (CIT)“ und „International Union of Railways (UIC)“ ein Charta-Dokument, dem sich viele europäische Bahnunternehmen verpflichteten.

## Europa – Motor für mehr Rechte

■ Sicher kennen Sie das Vorurteil, dass die Europäische Union vor allem Papier und Bürokratie produziere. Bei manchen Dingen ist die EU aber der Motor für nationale Entwicklungen. Mit der neuen Verordnung 1371/2007 ändert sich im nationalen Bahnfernverkehr einiges zugunsten der Fahrgäste. Die Kundenrechte im öffentlichen Verkehr werden verbessert, viele Verkehrsunternehmen müssen ihre Regelungen anpassen. Es war **der Fahrgast**, der im Februar 1996 unter der Überschrift „Lotterielos Fahrkarte“ die Situation bei den Fahrgast- und Kundenrechten anprangerte. Die damals kurz zuvor privatisierte Deutsche Bahn wies bei Kundenbeschwerden gerne auf den Paragraphen 17 der Eisenbahn-Verkehrsordnung hin, der eine Haftung für Verspätung oder Zugausfälle ausschloss. Etwas Geduld brauchen alle Beteiligten noch: Die neue EU-Verordnung tritt am 3. Dezember 2009 in Kraft. Jetzt muss sich auch der deutsche Gesetzgeber mit den Rechten der

Fahrgäste befassen – ohne den Druck der EU hätte er es nicht getan. Zuletzt vor 70 Jahren hatte er das Thema Fahrgastrechte angefasst: Am 4. September 1938 setzte Adolf Hitler seine Unterschrift unter eine entsprechende Ermächtigung zum Erlass der Eisenbahn-Verkehrsordnung. Viele Jahrzehnte änderte der demokratische Gesetzgeber daran nichts. Bei der Bahnreform 1993 in Deutschland wollte das Parlament das Thema Fahrgastrechte nicht anpacken. So blieb bis heute fast alles beim Alten. Hier und da gab es ein wenig Kosmetik an internationalen Vereinbarungen im Eisenbahnverkehr. Wer nach Mitternacht am Bahnhof strandet – dem muss geholfen werden. Im Tagesverkehr hat sich indes wenig geändert. Fahrgastrechte heißt aber in Zukunft mehr als nur Entschädigung bei Verspätung oder Zugausfällen. Die Unternehmen müssen Qualitätsberichte erstellen und veröffentlichen. Das beharrliche Schweigen auf die Frage, wie viele Beschwerden eingehen und wie damit

umgegangen wird, ist künftig nicht mehr zulässig. Pünktlichkeit, Sauberkeit, Informationen über Verspätungen und Zugausfälle, Befragungen zur Kundenzufriedenheit und Beschwerdemanagement sind nur einige Punkte, für die Unternehmen künftig Qualitätsstandards erstellen müssen. Die Akteure im Verkehrsmarkt werden also manches „über Bord werfen“ müssen, was über Jahrzehnte für sie normal war. Und wie verhält sich die deutsche Politik? Derzeit diskutiert die Politik intensiv über mögliche Wege für neue Fahrgastrechte in Deutschland. Sollen die nationalen Gesetze zum EU-Mindeststandard geringfügig angepasst werden? Das will Justizministerin Brigitte Zypries (SPD). Soll es deutlich bessere Lösungen als den EU-Mindeststandard geben? Dafür steht Verbraucherschutzminister Horst Seehofer (CSU). Schon jetzt zeichnen sich lebhafte Diskussionen in der Bundesregierung sowie zwischen Bund und Ländern ab.

Rainer Engel

➔ Im Gegensatz zu den Initiativen im Flug- und Bahnfernverkehr finden sich im öffentlichen Nahverkehr unterschiedlichste Qualitätsversprechen und Servicegarantien, meist entwickelt vom jeweiligen Verkehrsanbieter der Region. Damit ergeben sich diverse Ausgestaltungsvarianten der Leistungsversprechen und ein höchst unterschiedlicher Entwicklungsstand in den europäischen Mitgliedsländern. Insbesondere in Deutschland, Schweden und Dänemark bieten bereits viele Nahverkehrsunternehmen Servicegarantien an. In Italien und Griechenland bestehen landesgesetzliche Verpflichtungen zur Erstellung einer Charta. Daher sind solche Selbstverpflichtungen dort weit verbreitet, enthalten aber meist keine oder nur sehr eingeschränkte Garantieregelungen. Dagegen finden sich in nahezu der Hälfte der europäischen Mitgliedsstaaten keine Leistungsversprechen im öffentlichen Nahverkehr. Erst Ende 2006 entwickelte die Branchenorganisation UITP (International Association of Public Transport) einen Vorschlag für eine Charta. Inwieweit diese europaweit durch die Nahverkehrsunternehmen übernommen wird, bleibt abzuwarten.

### Qualität des Kundendienstes im europäischen Verkehr

**S**owohl das Verständnis von Kundendienst als auch die ergriffenen Maßnahmen sind europaweit sehr unterschied-

lich. Eindeutige Definitionen fehlen. Daher waren mehrere Aggregations- und Analyse-schritte nötig, um zu einem zusammenfassenden Urteil über den „Standard des Kundendienstes“ zu kommen. Die wesentlichen Schritte und Annahmen dabei waren:

- Konkretisierung von „Kundendienst“ durch die drei Maßnahmen Beschwerdemanagement, Leistungsversprechen und Servicegarantien
- Festlegen der Bewertungsrichtung „aus Fahrgastsicht“, d. h. Nützlichkeit, Leistungsumfang und Transparenz der Maßnahmen aus Sicht der Nutzer. Operationalisiert wurde dies durch die beschriebenen Merkmale einer „idealen Charta“ (bzw. Garantie) als „Messlatte“ für die konkreten Fälle:
  - Die Maßnahmen wurden einer Inhaltsanalyse unterzogen, bei der Punkte für jeden thematisierten Aspekt vergeben wurden. Je umfangreicher also die Aussagen einer Charta bzw. Garantie waren, desto besser wurde sie bewertet.
  - Garantien wurden zusätzlich hinsichtlich ihrer Leistung bewertet (Geltungsbereich, angebotene Entschädigung, Bedingungen und Formalitäten).

Diese Bewertung gibt jedoch allein die Qualität von Chartas und Garantien „auf dem Papier“ wieder. Für eine Gesamtbewertung des Kundendienstes sind jedoch

weitere Aspekte zu berücksichtigen. Zum einen sind dies die Standards im Beschwerdemanagement, zum anderen die Einschätzung des Kundendienstniveaus auf Verbraucherseite und die tatsächliche Umsetzung der betrachteten Instrumente, deren Nutzen vor allem durch unzureichende Bekanntmachung stark eingeschränkt sein kann. Hierzu wurden die im Rahmen der Recherchen gewonnenen qualitativen Informationen von Unternehmen, Verbänden, Schlichtungseinrichtungen und Verbraucherorganisationen herangezogen. Mittels qualitativer Datenanalyse wurden zu jedem Thema Ländersynthesen erstellt, die zunächst durch mehrere Gutachter unabhängig bewertet und anschließend zu abgestimmten Punktwerten verdichtet wurden. In der Gesamtbetrachtung finden so fünf Kriterien mit je maximal drei Punkten Berücksichtigung:

1. Reichweite und inhaltlicher Umfang von Kundenchartas
2. Reichweite und Leistung von Servicegarantien
3. Standards im Beschwerdemanagement
4. Einschätzungen der Umsetzung von Chartas und Garantien
5. Allgemeine Wahrnehmung des Kundendienstes aus Nutzersicht

In der Gesamtbewertung erzielt Großbritannien das beste Ergebnis, gefolgt von Schweden, Frankreich und Deutschland



*Nachlässig und gedankenlos aufgehängte Fahrpläne lassen daraufschließen, dass es mit dem Qualitätsmanagement der Unternehmen nicht weit her ist: Fahrplan an der Haltestelle Königssee in Oberbayern. Zur Qualität des öffentlichen Verkehrs gehört auch ein angemessener Zugang zu Fahrplaninformationen. Servicegarantien können eine Änderung des Bewusstseins fördern.*

## Quellen:

- (1) KOM 2001/370
- (2) TREN/A5/25-364/2005
- (3) Vgl. Probst/Bockholt, 2003, S. 25.
- (4) Topp, 2006, S. 25 und FGSV, 2004, S. 12.
- (5) Vgl. hierzu Eurobarometerstudien EB 219, 226, 228 unter [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/eb\\_special\\_en.htm](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb_special_en.htm) (zuletzt Feb. 2007) und EUSG-Konsortium (2006), S. 83 f.
- (6) Vgl. Hart (1988), S. 56 und Wirtz (1998), S. 840.
- (7) ECAC Airline Passenger Service Commitment



## Literatur

- Probst, Gerhard; Bockholt, Thorge (2003): Kundengarantien im ÖPNV. In: Der Nahverkehr, Jg. 21, Heft 3, S. 23-30.
- Topp, Hartmut H. (2006): Perspektiven des Nahverkehrs in einer wachsenden Metropolregion. In: Der Nahverkehr, Jg. 24, Heft 1-2, S. 21-26.
- FGSV (Hrsg.) (2004): Verlässliche Bedienung im öffentlichen Personenverkehr. Empfehlungen zur Vermeidung von Verspätungen, Anschlussverlusten und deren Auswirkungen, Köln. (= FGSV-Arbeitspapier Nr. 64).
- Hart, Christopher (1988): The Power of Unconditional Service Guarantees. In: Harvard Business Review, Vol. 66, Heft 4, S. 54-62.
- Wirtz, Jochen (1998): Dienstleistungsgarantien als wirksames Mittel, um bessere Servicequalität zu erreichen, zu erhalten und zu vermarkten. In: Meyer, Anton (Hrsg.): Handbuch Dienstleistungsmarketing, Band 1, Stuttgart, S. 828-845.
- Neugebauer, Nancy (2007): Servicegarantien im ÖPNV. Analyse der bisherigen Angebote auf dem deutschen Verkehrsmarkt und Potenziale der Optimierung. In: Der Nahverkehr, Jg. 25, Heft 6, S. 36 f.
- EUSG-Konsortium [nexus, Adelphi Consult, Forschungsstelle Reiserecht der Universität Bielefeld u. a.] (2006): Evaluation and monitoring of trends with regard to passenger needs on the level of service and treatment of passengers (short „EU Service Guarantees – EUSG“). Final Report December 2006, Berlin (Endbericht und Länderberichte verfügbar unter <http://www.nexus-berlin.com/Nexus/Bereiche/Mobilitaet/fahrgastbeduerfnisse.html>.)

Rang	Punkte	Land/Länder
1	12,5	Großbritannien
2	11,5	Schweden
3	10,5	Frankreich
4	10,0	Deutschland
5	9,5	Niederlande
6	9,0	Finnland (x), Irland
8	8,5	Belgien, Dänemark, Spanien
11	6,5	Estland (x), Litauen (x), Portugal (x), Slowenien (x)
15	6,0	Griechenland, Italien
17	5,5	Ungarn (x), Polen (x), Luxemburg, Zypern (x)
21	5,0	Österreich
22	4,5	Tschechien, Lettland (x)
24	4,0	Slowakei, Malta (x)

(x) = Bewertung unter Vorbehalt (Zu mindestens einem Bewertungskriterium lagen keine oder nur wenige Informationen vor. Hier wurden jeweils 1,5 Punkte vergeben.)  
Tabelle 1: Ergebnisse Gesamtbewertung Kundendienststandards

→ (vgl. Tabelle 1, linke Spalte auf dieser Seite). Zahlreiche Länder erzielen dagegen weniger als die Hälfte der möglichen 15 Punkte.

In Großbritannien müssen sich alle Eisenbahnverkehrsunternehmen den auf nationaler Ebene festgelegten Beförderungsbedingungen unterordnen. In den Bedingungen sind Chartas, Servicegarantien, Beschwerdemanagementstandards und eine Schlichtungsstelle verbindlich festgelegt. Für Kompensationszahlungen bestehen eindeutige Rechtsgrundlagen. Verbraucherorganisationen arbeiten als „Watchdogs“ („Wachhunde“, d. Red.) und versuchen in der Rolle eines Verbrauchers – weniger im Sinne einer Gerichts- denn einer Vertragsverhandlung – die Interessen der Kunden direkt mit den Verkehrsunternehmen zu verhandeln. Ergänzend zum Ländervergleich seien an dieser Stelle noch einige Beispiele genannt. In der Einzelbetrachtung von Charta- und Servicegarantien erreichte der Nordhessische Verkehrsverbund (NVV) den ersten Platz. Die in Nordhessen angebotene „5-Minuten-Garantie“ ist europaweit einmalig. Andere flächendeckende Verkehrs-

verbünde, beispielsweise in Schweden, schneiden vom Regelungsumfang der Servicegarantie ähnlich gut ab, bieten aber erst ab einer Verspätung von 20 Minuten Ersatzleistungen an.

Beim Hochgeschwindigkeitszug der Bahngesellschaft RENFE in Spanien erhalten Fahrgäste auf der Strecke Madrid – Sevilla bei einer Verspätung ab fünf Minuten den kompletten Fahrpreis zurück. Bei der Verbindung von Stockholm zum Flughafen reichen drei Minuten Verspätung, um den kompletten Fahrpreis (als Gutschein) erstattet zu bekommen.

In Dänemark führten die Dänischen Staatsbahnen (DSB) und die private Bahngesellschaft Arriva Ende 2006 und 2007 Servicegarantien ein. Vier von sechs regionalen Busgesellschaften haben inzwischen eine Servicegarantie, sodass Dänemark im Ländervergleich aktuell besser abschneiden würde als zum Zeitpunkt der Studie. Erwähnenswert sind auch die Bahnen in den Niederlanden (NS), die bei einer Verspätung im nationalen Bahnverkehr ab 30 Minuten 50 Prozent des Fahrpreises, bei einer Verspätung von 60 Minuten den kompletten Fahrpreis erstatten. Dies erfolgt unabhängig von der Verspätungsursache.

## Diskussion und Handlungsempfehlungen

Die Ergebnisse der Studie zeigen das sehr unterschiedliche Entwicklungsniveau des Kundendienstes und einen deutlichen Nachholbedarf mancher Länder auf. Natürlich ist die Aggregation quantitativ und qualitativ so unterschiedlicher Daten zu einem „Gesamtindikator“ stets problematisch, da damit das Risiko einer oberflächlichen Interpretation und falscher Schlussfolgerungen verbunden ist. Um den konkreten Handlungsbedarf zu erkennen, ist daher der Blick auf die vorgelagerten Auswertungsschritte und die entsprechend differenzierten Daten erforderlich. Andererseits erlaubt das hier skizzierte Vorgehen, das in der verkehrsplanerischen und politischen Diskussion lange vernachlässigte Thema „Kundendienst“ erstmals raum- und bereichsübergreifend zu betrachten und mit begrenztem Aufwand Informationen vergleichend zu bewerten. Aus den Ergebnissen lassen sich folgende zentrale Handlungsfelder ableiten:

- Die Information über freiwillige Selbstverpflichtungen muss verbessert werden. Alle im jeweiligen Transportsektor beteiligten Unternehmen müssen ihre Kunden über die bestehenden Regelungen informieren. Hier bietet sich eine regelmäßige Verbreitung von Wissenswertem über die Medien an (z. B. Informationsbroschüren, Internet, Artikel in Kundenzeitschriften oder Tageszeitungen).

- Qualitätsstandards definieren die Zugänglichkeit zum Netz, zu Informationen, zu den Fahrzeugen und weiteren relevanten Punkten. Garantien beziehen sich bisher überwiegend auf Pünktlichkeit und lassen andere Qualitätsaspekte unregelt.
- Freiwillige Verpflichtungen allein haben in vielen Ländern bisher keine Verbesserungen gebracht.
- Forderungen nach Verbesserungen gab es vor allem von den Verbraucher- und Kundenverbänden. Sie verlangen verbesserte Rechtsgrundlagen, eine bessere Verständlichkeit und eine bessere Überwachung der Umsetzung der Rechtsgrundlagen.
- Die Rechtsgrundlagen für Verbraucherschutz im öffentlichen Verkehr sind zu verbessern. In vielen Ländern wird dies diskutiert.
- Die außergerichtliche Streitbeilegung, z. B. durch Schlichtungsstellen, sollte in allen Ländern für den Kunden nachvollziehbar sichergestellt sein.
- Besonderes Augenmerk sollte auf das Personal gerichtet werden, das im täglichen Dienst am Kunden die Qualität direkt beeinflussen kann. Regelmäßige Schulungen oder Weiterbildungen sollten hier zum Standard gehören.

- Die bisherigen Initiativen der EU-Kommission werden in vielen Ländern positiv gesehen, vor allem weil dadurch Bewegung in die nationale Situation gebracht wird.

## Ausblick

Im Dezember 2007 veröffentlichte die EU-Kommission die Verordnung 1371/2007. Sie tritt zwei Jahre nach Veröffentlichung in Kraft und wird Bahnfahrern bessere Rechte bringen. So erhält der Fahrgast bei einer Verspätung ab 60 Minuten 25 Prozent des Fahrpreises zurück, bei einer Verspätung ab 120 Minuten 50 Prozent. Die weitverbreitete Regelung, den Fahrgast mit Reise-gutscheinen zu entschädigen, wird künftig nicht mehr zulässig sein. Auf Wunsch muss der Fahrgast Bargeld erhalten. Auf nationaler Ebene laufen derzeit die Beratungen für die Anpassung der bestehenden Rechtsgrundlagen. Federführend ist das Bundesministerium für Justiz, das derzeit mit den anderen Ministerien der Bundesregierung über die Änderung des bestehenden Fahrgastrechts berät. Für Fluggäste und Bahnfahr-gäste haben sich somit Verbesserungen ergeben. Für Schiffspassagiere und Kunden von Fernbussen werden als Nächstes bessere Rechte erarbeitet.

# FahrgastRechte



*Fahrzielanzeige an einer Bahnstation des Nordhessischen Verkehrsverbundes: Mit seiner „5-Minuten-Garantie“ sichert der Verbund seinen Fahrgästen zu: „Schon ab 5 Minuten Verspätung erstatten wir Ihnen bei einer Fahrt im NVV mit NVV-Ticket Ihr Geld zurück.“ Es ist eine der besten freiwilligen Garantien in Deutschland – aber freiwillige Garantien können gesicherte Mindestrechte nicht ersetzen, denn viele Unternehmen bieten keine freiwillige Garantie.*