

She Drives Mobility 25 - Lara Söhring von abellio

speaker_SPEAKER_00 (0:16)

Schön, dass ihr wieder einschaltet. Hallo. She Drives Mobility, eine neue Folge. Diesmal mit dem Schwerpunkt Vertrieb. Und zwar Vertrieb bei Abellio. Das klingt vielleicht erst mal ein bisschen langweilig, weil man bei Vertrieb, glaube ich, immer so klassisch denkt, ähnlich wie bei Marketing, was man für Bilder im Kopf hat, im Sinne von Konsumgütern und Ähnlichem. Aber ich kann euch verraten, Vertrieb und Marketing im ÖPNV, Nahverkehr, Fernverkehr ist was völlig anderes, weil wir uns in relativ strengen Rahmenbedingungen bewegen. Und aus diesen Rahmenbedingungen etwas zu machen, was neue KundInnen gewinnen lässt und was Begeisterung für die Produkte der öffentlichen Mobilität wachsen lässt, das ist Laras Aufgabe. Lara Söhring ist mittlerweile sogar Bereichsleiterin geworden in dem Segment, was sie verantwortet. Also ist noch mal eine kleine Stufe nach oben gekraxelt, was mich natürlich sehr freut. Denn Lara ist eine aktive Women in Mobility und treibt einfach voran, dass die ganze Gruppe von Menschen, die dort arbeiten, diverser wird. Was erwartet euch in dem Gespräch? Lara erzählt so ein bisschen, welche Hemmnisse sie abbauen möchte bei ihrem Arbeitgeber Abellio. Das ist eine Privatbahn, also nicht die große rote Bahn, sondern einer der kleineren Regionalanbieter, die in privater Hand sind. Und sie hat es sich zur Aufgabe gemacht, den Kunden eine möglichst bruchlose, möchte ich es mal nennen, Mobilität zu gewährleisten, indem man sich nicht ständig mit Tarifsystemen auseinandersetzen muss. Indem man einfach mal schaut, welche Rahmenbedingungen müssen wir erfüllen. Denn ja, es ist so, Papiertickets z.B. kann man, glaube ich, nicht einfach so abschaffen. Weil man immer gewährleisten muss,

dass nicht diskriminiert werden kann. Aber natürlich bieten so Systeme wie Sprachassistenten und andere auch wiederum Barrierefreiheit im anderen Sinne. Ich fand das Gespräch sehr anregend. Ich fand v.a. ihre Begeisterung anregend. Wenn man ihr zuhört, denkt man gar nicht mehr an Vertrieb, sondern eher an eine Mobilität, die für alle da ist. Wenn euch die Folge gefällt, dann freue ich mich wie immer, wenn ihr uns Sternchen dalässt. Weil ich freue mich über die Sichtbarkeit von den Menschen, die hier zu Wort gekommen sind. Dafür brauchst aber eure Hilfe. Denn She Drives Mobility wird nur sichtbar, wenn ihr uns bewertet. Also viel Spaß beim Hören. Lasst Anregungen da. Und ich freue mich auf Feedback.

Herzlich willkommen in einer neuen Folge She Drives Mobility. Ich bin in, wo noch mal?

speaker_SPEAKER_01 (2:44)

Karlshorst, dem Zentrum der Macht von Berlin, ja? Jeder kennt Karlshorst.

speaker_SPEAKER_00 (2:45)

Ich war hier noch nie. Okay, ja, aber direkter Einstieg. Denn ich sitze heute mit der Lara hier von Abellio. Stell dich doch einfach mal vor, was machst du eigentlich? Ja, erstmal vielen Dank.

speaker_SPEAKER_01 (2:59)

Erstmal vielen Dank liebe Katja, ich bin ganz begeistert und vor allem froh, dass du den Weg hierher gefunden hast, in die, wie mir gesagt wurde, Peripherie von Berlin. Ja. Nee, genau, ich bin Lara Söhring, arbeite für die Abellio Region Rhein-Mitteldeutschland im Bereich Strategie Vertrieb und kümmere mich eigentlich um, ja,

eigentlich gefühlt um alles, kann man sagen, alles, was irgendwo nicht direkt operativ, aber irgendwie, vielleicht, möglicherweise für uns wichtig ist im Vertriebsbereich, das mache ich. Und das sind eigentlich hauptsächlich die Themen Digitalisierung, Onlinebezahl, Shops, Vertriebswege, Aufstellung, was wir, wie wir uns ausrichten müssen, was wir alles dafür brauchen, was die limitierenden Faktoren sind, die wir ja eigentlich alle nur zur Genüge kennen und ja, alles, was da drumherum ist und mein Job ist eigentlich, den Weg herauszufinden und einen Weg zu finden, der eben ermöglicht, dass wir das trotzdem alles tun.

speaker_SPEAKER_00 (3:07)

Und wie bist du dorthin gekommen? Wie war dein Weg? Also warst du schon immer bei der Bahn oder den Bahnen? Oder wie hast du den Weg zur Abellio gefunden?

speaker_SPEAKER_01 (4:02)

Totaler Zufall. Also ja, ich habe ja auch schon ein paar Podcast-Folgen gehört und nein, ich bin keine Ausnahme. Es war noch nie mein, also es war nicht mein Lebenstraum unbedingt im Vertrieb bei einer Bahn zu arbeiten, sondern ich bin tatsächlich, eigentlich bin ich sogar durch unseren ehemaligen CEO, den Stefan Krenz, dazugekommen, weil ich den über Umwege, ja, sag ich mal, kennengelernt habe und dann hatte er eben erzählt, wir hatten uns eben über den Vertriebsbereich unterhalten und ich kam, ich kam damals ja aus der Öl- und Gasindustrie, also wirklich großes Rohrprojektgeschäft mit richtig Millionen, mit wirklich viel Produktion, viel Know-how dahinter und dann hat er mir immer nur erzählt, was alles nicht geht. Und dann habe ich nur gesagt, das kann doch gar nicht sein, also Vertrieb heißt ja, man hat ein Produkt, man bringt

es auf den Markt und verkauft es zu einem Preis, den der Markt akzeptiert. Und dann meinte er so, nee, nee, so funktioniert das nicht. Und dann hat er versucht, das zu erklären und dann muss man aber auch sagen, das war nicht so ganz sein Steckenpferd. Und dann habe ich irgendwie gedacht, das kann ja gar nicht sein. Es kann doch nicht sein, dass ÖPNV, ein wirklich, sag ich mal, eigentlich schon ein super attraktives Produkt, nicht einfach so den Massen, sag ich jetzt mal, zugänglich gemacht werden kann, dass es eigentlich ein Allerweltsprodukt ist. Und dann habe ich gedacht, naja, guckst du mal rein. Und so kam ich eigentlich dazu. Und dann habe ich Carmen Perino getroffen und sie hat auch gesagt, ja irgendwie, das muss doch besser gehen und schneller und schöner und bunter. Und dann habe ich gedacht, so, ja, eigentlich hat sie recht. Und dann habe ich angefangen.

speaker_SPEAKER_00 (5:44)

Wie hast du die ersten Themen gefunden? Was waren die ersten Dinge, mit denen du dich auseinandergesetzt hast?

speaker_SPEAKER_01 (5:49)

Ich glaube das Erste und ich glaube das machen tatsächlich alle, die neu in diese Branche einsteigen ist, ich habe unsere Verkehrsverträge gelesen. 1200 Seiten, Prosa, Anweisungen, Regelungen, was man darf und was man nicht darf und das war wirklich so das Allererste und da steht eigentlich schon wirklich eine Menge drin, was man tatsächlich auch an Hintergrundwissen braucht, um diese ganzen Faktoren, die sich vielleicht unter dem Begriff äußere Rahmenbedingungen nachher subsumieren lassen, auch zu verstehen. Also insbesondere dieses Detaillierte, das darfst du und das darfst du nicht, fand ich äußerst faszinierend, weil ich das

überhaupt nicht kannte, dass eigentlich seitenweise nur beschrieben wird, was ich alles nicht darf. Es ist wirklich faszinierend.

speaker_SPEAKER_00 (6:40)

Und wenn du sagst, 1200 Seiten gelesen, dann war das ja wahrscheinlich auch wohl gelitten. Also es wird ja auch nicht die einfachste Lektüre gewesen sein. Ist es dann etwas, was wirklich hilft, auch bei deiner Arbeit? Also musst du immer auf das Regelwerk auch zurück gucken? Also es ist auch schon das Regularium, mit dem du arbeitest in der täglichen Arbeit?

speaker_SPEAKER_01 (6:57)

Absolut, also Verträge lesen ist einfach echt so mit das Wichtigste, was man machen kann, weil das auch, um es mal so einen großen politischen Begriff zu nennen, das setzt den ordnungspolitischen Rahmen, innerhalb dessen man sich bewegt. Und tatsächlich ist diese Branche, und da hat Herr Krenz tatsächlich recht, sehr stark reglementiert, auch wenn man das auf den ersten Blick nicht vermuten mag, weil ja irgendwie die Busse kreuz und quer fahren und die Bahn fährt auch nur, wann sie will, ne? Also das ist tatsächlich eigentlich nicht so. Und deswegen vergreife ich immer auf den Verkehrsvertrag zurück und das Schöne ist ja auch, wenn etwas nicht im Verkehrsvertrag steht, dann gibt es erstmal keine Regel. Und das sind halt vielleicht auch die weißen Flecken, die mal gefunden werden wollen.

speaker_SPEAKER_00 (7:45)

Das wäre meine nächste Frage gewesen. Das klang nach einem Perfect Match zwischen dir und Carmen. Nach dem Motto besser machen, anders machen. Dann hast du aber ein Team oder eine

Umgebung um dich herum, die das zulässt, dass du anders denkst. Dass du nicht in Leitplanken unterwegs bist, sondern kreativ an die Dinge rangehen darfst. Höre ich das richtig raus?

speaker_SPEAKER_01 (8:08)

Ja, absolut. Also eigentlich ist das auch, das ist auch so ein bisschen mein Job einfach auch. Es ist mein Job zu sagen, wo ist das Maximum? Also bis wohin können wir gehen? Was wollen wir machen? Und ich habe aber auch wirklich super tolle Kollegen um mich herum, die am Anfang, glaube ich, auch so ein bisschen, die waren halt auch so ein bisschen vorsichtig, weil ich halt eben nicht aus der Branche kam, weil ich nicht das Hintergrundwissen hatte und im Zweifelsfall immer nur gesagt habe, naja, wenn es nirgendwo steht, dann können wir es doch machen. Und die haben immer gesagt, naja, das steht aber nicht da, dass wir das dürfen, dann dürfen wir es auch nicht. Und ich habe genau andersrum gedacht. Und ich glaube, mittlerweile haben wir da echt ein super Team zusammengestellt, die dann auch sagen, ja, das steht da nicht, aber dann können wir es ja machen. Und das ist so, wo wir halt auch uns gegenseitig auch helfen, auch mal wirklich, sage ich mal, aus dieser Box, in der wir uns ja irgendwie immer nur von einer Ecke zur anderen bewegen, auch mal rauszuspringen. Also ich habe wirklich, wirklich tolle Kollegen und ich weiß, dass irgendjemand hört, die allen nur empfehlen, bei uns im Vertrieb zu arbeiten.

speaker_SPEAKER_00 (9:23)

Ihr seid ja auch ein bisschen dezentral unterwegs, also du bist ja selbst jemand, der nicht nur immer an einem Standort arbeitet. Woran liegt das in deiner Arbeit? Begründet das, dass du nicht nur

in Halle bist oder woanders, sondern dich auch ein bisschen bewegst im Konzern?

speaker_SPEAKER_01 (9:39)

Tatsächlich haben wir ja vier operative Gesellschaften, in fast jeder Himmelsrichtung eine. Und bei uns ist so ein bisschen die Philosophie, dass die regionalen Gesellschaften das regionale Geschäft führen. Und tatsächlich ist es auch so, insbesondere im Vertrieb, sind die Anforderungen, die Gegebenheiten, die Partner sind immer unterschiedlich und regional sehr, sehr kleinteilig auch. Und deswegen ist es immer besser, wenn man in die Region reingeht und sich, sag ich mal, vor Ort akklimatisiert und sich von da neue Impulse holt und die dann in eine andere Organisation einträgt. Deswegen haben wir auch bei uns im Vertrieb regelmäßige Runden, wo ich dann wirklich die Leute von A nach B schicke, mitnehme, monatlich zusammen telefoniere, damit man wirklich auch mal hört, was in den anderen Regionen los ist und da einfach auch so einen Best-Practice-Austausch etabliert, ohne dass man unnötig Reisekosten auch verursacht. Es ist ja dann auch immer Hin-und-her-Fahrerei, immer kostenseitig ist immer eine Sache, aber Zeitaufwand gehört für mich da auch dazu, Lebensqualität, weil man ja dann auch meistens über Nacht weg ist, finde ich, muss auch nicht unbedingt sein. Und da sind wir schon auf einem guten Wege auch, sag ich mal, dieses ganze Thema New Work, Remote Arbeiten und so weiter, alles mitzunehmen und gleichzeitig trotzdem den Erfahrungsaustausch so weit zu etablieren, dass es halt nicht immer einen Anlass braucht, also sprich nicht ich muss immer einladen, sondern alle Leute sollen so ein vertrauensvolles Verhältnis zueinander haben, dass sie sich gegenseitig auch anrufen, ohne dass es einen Anlass gibt.

speaker_SPEAKER_00 (11:27)

Das ist ja auch insofern ein spannendes Verhältnis, weil wir in der ÖPNV-Branche oder auch Bahnbranche ja erstmal anfangen, Kunde zu denken. Also das ist ja eine Zeit lang, glaube ich, auch ein bisschen anders gewesen. Will heißen, da war der Aufgabenträger oder wer auch immer eher im Fokus, als derjenige, der hinterher die Fahrkarte kauft. Also in der Zeit, wo du jetzt so dabei bist, wie nimmst du das jetzt wahr? Wie verändert sich da vielleicht auch was von den Kommunen, vielleicht sogar auch in der Politik, dass es einfach anders wahrgenommen wird, wer eigentlich das Geld am Ende bezahlt?

speaker_SPEAKER_01 (11:56)

Ja, das ist eigentlich ganz spannend, weil ich glaube, das war relativ am Anfang meiner Zeit. Da bin ich auch mit einer anderen Kollegin aufeinander getroffen und die sagte, weil ich halt immer gesagt habe, für mich ist der Fahrgast der Kunde. Punkt. Und dann war für mich eigentlich schon völlig klar, wo eigentlich der Hase lang läuft. Und dann sagte halt diese Kollegin zu mir, ja, Lara, nicht ganz falsch, aber auch nicht ganz richtig, denn das Mantra in dieser Branche ist, wer bestellt, der bezahlt, der bestimmt. In dieser Reihenfolge. Und da habe ich nur gedacht, ja, aber der Kunde, der Fahrgast, der bezahlt uns doch, der bezahlt doch sein Fahrticket. Also ja, er bestellt zwar nicht unbedingt, aber er bezahlt halt. Und dann meinte sie, nee, weil tatsächlich der ordnungspolitische Rahmen, also das Minimum und das Maximum steht in dieser Bibel namens Verkehrsvertrag. Und alles, was darüber hinausgeht, ist eigentlich nicht Teil unseres Jobs. Und da habe ich dann gedacht, das kann es ja irgendwie noch nicht gewesen sein. Und tatsächlich

merkt man jetzt auch, und ich glaube, das ist auch ein Trend jetzt aus diesen neueren Verkehrsverträgen, dass man sich teilweise halt auch nicht unbedingt einen Gefallen damit getan hat, alles so dezidiert zu regeln, weil der Handlungsspielraum ist eigentlich gleich null. Also es ist wirklich teilweise so, dass dann man mit den Aufgabenträgern, mit den Kommunen, mit den Verbänden da sitzt und sagt, eigentlich wollen wir das alle und wir würden es auch auf unsere Kappe nehmen, aber steht nicht im Verkehrsvertrag und ist damit vergaberechtlich widrig. Und dann packt man sich einfach nur an den Kopf und sagt, kann ja jetzt irgendwie nicht wahr sein, dass wir dem Fahrgast was vorenthalten, was alle wollen, nur weil das Vergaberecht im Zweifelsfall das ganze Ding angreifbar macht. Und ja, ich sehe schon die Bemühungen der Kommunen, das ganze aufzubrechen, aber letzten Endes, ich meine, wenn du Gefahr läufst, deinen Verkehrsvertrag zu verlieren, da weißt du aber schon, was du machst, ne? Da lehnst du dich nicht so weit aus dem Fenster. Genau.

speaker_SPEAKER_00 (12:39)

Das ist ja eine Beobachtung, die du wahrscheinlich auch machst. Man steigt in die Bahn ein und dann ist es halt mal ein Feiertag oder wie auch immer und dann wird gesagt, warum haben sie nicht einen Waggon mehr dran gemacht und so weiter. Also es ist ja wirklich manchmal so ein Spannungsfeld, auch weil das einfach ein sehr kompliziertes Geschäft ist und was nicht so fluide reagieren kann, wie es sicherlich auch beiden Seiten manchmal gut täte. Wie haltet ihr dann eure Frau und Mannschaft da auch vor Ort motiviert? Also es ist ja eine Sache, die Kommune zu befriedigen, aber es sind ja auch die Menschen in den Zügen, die da ihren Dienst tun und das alles so ein bisschen abbekommen. Habt ihr da auch Kon-

takte, dass man da so ein bisschen noch einen Seismografen hat in denen, dass sie was zurückmelden als Feedback?

speaker_SPEAKER_01 (14:15)

Ja, haben wir auf jeden Fall. Ich bekomme nur am Rande mal was mit, wenn ich mit den Leuten tatsächlich direkt spreche oder wenn wir irgendwelche Vertriebsprojekte haben und unsere Kundenbetreuer so nett sind und sich als freiwillige Tester zur Verfügung stellen. Da bin ich immer sehr dankbar für und auch froh über alles, was sie uns zurückmelden können. Und klar, die fangen natürlich eine Menge ab. Die fangen vor allem den Ärger ab, der Fahrgäste, den Frust. Aber was auch schön ist, viele von denen bekommen halt auch wirklich genau die Anerkennung, die sie auch verdienen, weil die auch einfach einen tollen Job machen. Und ja, du hast das Geschäft angesprochen über den Feiertag. Ich muss ganz ehrlich sagen, ich verstehe es ja manchmal auch nicht. Also, wenn man dann genau im Betrieb nachhakt, dann entweder ist irgendwas nicht aus der Instandhaltung wiedergekommen oder der Umlauf kann nicht anders geplant werden oder auf irgendeinem Zwischenhalt ist der Bahnsteig zu kurz und dann kann halt an diesem einen einzigen Halt dieser Zug nicht aufgemacht werden. Deswegen wird halt für alle Halte kein Waggon angehängen. Also, es ist ja teilweise echt einfach nur wahnsinnig, was da für Gründe sind, weshalb das dann irgendwie nicht geht. Und deswegen das ganze Thema agiles Mindset und, sag ich mal, Leben und Leben lassen. Das ist ja vielleicht auch so ein Thema, das ist jetzt noch nicht so flächendeckend verbreitet.

speaker_SPEAKER_00 (15:20)

Und du hast gerade erwähnt, Vertriebsprojekte. Das klingt jetzt natürlich ganz groß und man kann sich da alles Mögliche darunter vorstellen. Aber was ist es denn jetzt eigentlich? Was testet ihr? Was sind Projekte, wo ihr sagt, da gehen wir jetzt auch mal vielleicht in Vorleistung, weil wir glauben, das ist der richtige Weg? Hast du da bestimmte Dinge, die du so ein bisschen highlighten kannst, mit was ihr euch so beschäftigt?

speaker_SPEAKER_01 (16:29)

Ich habe da so meine zwei, drei Lieblingsprojekte, muss ich ehrlicherweise sagen. Wir haben das Thema, dass wir auf jeden Fall in die digitalisierten Vertriebsbereiche weiter rein müssen, weil das auch einfach der Kundennachfrage entspricht. Und der ÖPNV, muss man ehrlicherweise sagen, ist echt richtig weit davon entfernt, so einen guten Kundenservice zu haben, wie Kunden ihn beispielsweise von Amazon gewohnt sind. Und wenn man sich halt nicht auf den Weg macht, wird man halt auch nie dahin kommen, dass man auch nur halbwegs da ran reicht. Also irgendwann muss man halt, sag ich mal, in den sauren Apfel beißen und sagen, okay, ich gehe jetzt diesen Weg, auch wenn er hart und steinig ist, und mache das jetzt und wir gehen jetzt die ersten Schritte. Wir haben jetzt seit dem 1. Februar unseren Webshop online, über den ich zumindest sehr glücklich bin, dass er jetzt endlich mal da ist, weil wir lange und hart dafür gearbeitet haben. Und er hat immer noch, also wie das halt in allen IT-Projekten ist, er hat immer noch seine Tücken und ein Tag läuft er super und den anderen Tag ist irgendwie was, wo wir gedacht haben, wo kommt das denn jetzt her? Und ja, aber eigentlich, muss man sagen, sind wir sehr froh darüber. Und die Kunden finden den auch, sie finden ihn auch gut, sie können damit arbeiten, auch wenn wir nicht das volle Produktsorti-

ment anbieten können, aus den diversesten Gründen. Und das finde ich ehrlicherweise schade, aber das ist das große Thema Digitalisierung, das machen wir vielleicht gleich noch. Und was wir natürlich auch noch haben, ist unser Check-in, Check-out. Katja, ich bin so glücklich darüber. Nein, ehrlich, weil es ist, wir haben jetzt den ersten Piloten in der Rail Mitteldeutschland gefahren, das war von Anfang an als Abellio-Konzern-Projekt aufgesetzt. Gerade läuft der Pilot bei unseren Kollegen von der Westfalenbahn. Auch da ist die Resonanz gut. Wir haben schon einige, sag ich mal, Learnings aus dem Piloten in Mitteldeutschland jetzt bei der Westfalenbahn umgesetzt. Und ja, also eigentlich sind wir total glücklich damit und unsere Fahrgäste finden das auch toll. Aber wir haben jetzt halt echt so ein paar Themen, wo man einfach sagt, die alte ÖPNV-Welt passt nicht auf diesen neuen Vertriebskanal. Und da kommen wir jetzt an das ganze Thema Digitalisierung im ÖPNV. Es tut mir echt leid, aber viele Leute, ich weiß nicht, was sie darunter verstehen, aber es ist halt nicht die Digitalisierung der analogen Welt, sondern man müsste vielleicht auch mal ein paar Zöpfe abschneiden und wirklich mal von vorne anfangen. Aber mein Lieblingsprodukt ist diese dusselige Vierfahrtenkarte, wie ich diese Vierfahrtenkarte einfach nicht leiden kann. Das ist wirklich, vertrieblich ist das das schrecklichste Produkt. Wirklich. Ja, du hast ja, ne, Vierfahrtenkarte kennst du ja, ne? Ja, klar. Diesen Wisch wo du dann an vier Ecken abstempelst, macht in der analogen Welt total Sinn, weil du Papier sparst. Ja, ja. Jetzt versuch mal, diesen dusseligen Fahrschein in eine digitale, abgestempelte, vierfach vorhandene Version umzumünzen, ohne dass der Barcode dabei ungültig wird, die Gültigkeiten überschritten werden oder der Fahrgast aus Versehen zu viel entwertet.

speaker_SPEAKER_00 (16:59)

Viel Platz für Fehler. Aber vielleicht erklärst du nochmal, Check-In, Check-Out für Menschen, die das jetzt noch nicht, also wir ahnen glaube ich alle, was es ist. Es sind auch da ja wieder verschiedenste Ansätze. Wie habt ihr euch jetzt entschieden, wie wird das bei euch abgebildet technisch?

speaker_SPEAKER_01 (20:01)

Also wir haben uns jetzt für einen Anbieter entschieden. Also vielleicht erst mal zum Grundsätzlichen, da hast du natürlich recht. Also Check-In, Check-Out heißt im Wesentlichen eigentlich nur, dass ich irgendwo am Bahnhof, an der Haltestelle oder kurz davor stehe und quasi eine App habe, vielleicht ist es demnächst auch nur sprachgesteuert, kann ja auch sein, und quasi in dieser App elektronisch bestätige, dass ich mich an der Haltestelle, wo er mich ortet, auch tatsächlich befinde. Also die App ortet oder das Handy ortet die GPS-Position, das wird auf die Haltestelle gematcht, die dem vom Signal her am nächsten ist und ich bestätige einfach nur, dass ich mich genau da befinde. Dann steige ich in irgendein Verkehrsmittel ein und auf meinem Weg zur nächsten Haltestelle, wo auch immer ich aussteige, wird quasi mein GPS-Signal nachverfolgt und das wird abgeglichen mit einem dahinter elektronisch eingelesenen Fahrplan. Das heißt, es wird quasi nur ein Abgleich gemacht zwischen meinen GPS-Koordinationspunkten und den Fahrplanschräger, den Haltestellen-GPS-Punkten, so rum. So, dann steige ich aus, bestätige quasi wieder auf der App, dass ich wirklich ausgestiegen bin und dann ermittelt die App wieder meine End-GPS-Position mit der entsprechenden Haltestelle und dann wird genau der Abschnitt dazwischen tarifiert, damit der Fahrgast

halt wirklich immer nur das für ihn günstigste Tarifprodukt kauft und zwar immer transparent.

speaker_SPEAKER_00 (20:49)

Will heißen Hemmschwellen auch zu senken in der Nutzung. Also wenn Leute vor Fahrplänen stehen oder manche das gar nicht merken.

speaker_SPEAKER_01 (21:55)

Ich verzweifle da doch auch. Sind wir mal ehrlich, diese Plakate mit diesen gelben Abfahrtstafeln, da wird mir ja auch schon mal ganz schwummrig bei. Und das ist halt auch genau das Thema. Bisher hat sich im ÖPNV eigentlich alles darauf konzentriert, für jede Nische ein Tarifprodukt zu entwickeln. Das Problem ist nur, die Zielgruppen für diese Tarifprodukte finden diese Tarifprodukte gar nicht, weil die Übersicht so unfassbar komplex ist. Und tatsächlich müsste man eigentlich den umgekehrten Weg gehen und ein ganz einfaches Tarifsysteem aufsetzen, eigentlich nur mit einem digitalisierten Hilfsmittel, dass der Kunde gar kein Tarifwissen mehr braucht. Man muss ihm eigentlich diese Bürde, der Auswahl des Produkts eigentlich abnehmen. Der Kunde muss sich dafür auch im Gegenzug auch darauf verlassen können, dass für ihn immer das günstigste Tarifprodukt abgebucht wird. Und zwar entsprechend seines Nutzungsverhaltens. Und das ist halt ein völliger Paradigmenwechsel, weil bisher wird im ÖPNV-Vertrieb eigentlich die Verantwortung für die Auswahl des Tarifprodukts immer auf den Fahrgast abgelegt. Das kann man schon sagen. Und wenn der Fahrgast halt zu viel bezahlt, sein Pech, so blöd gesagt. Und deswegen finden, glaube ich, auch viele Fahrgäste den ÖPNV zu teuer. Weil im Zweifelsfall, und das verstehe ich auch, nehmen die halt

irgendein Pauschalpreisticket und sagen sich dann, ach komm, ob ich jetzt drei Fahrten mache oder fünf, das weiß ich jetzt noch nicht. Aber wenn ich halt, wenn ich nur drei mache, bezahle ich zu viel. Und wenn ich auf einmal doch sechs mache, dann habe ich eigentlich, wenn ich nur Einzelfahrkarten kaufe, zu viel bezahlt. Und das ist halt, ehrlicherweise finde ich,...Es ist einfach kein zeitgemäßes Konsumenten..

speaker_SPEAKER_00 (23:49)

Weil wir auch andere Dinge gewöhnt sind mittlerweile, wie Flatrates und ähnliches. Also du meinst quasi, was du eben so herrlich witzig erzählt hast, was aber gar nicht so witzig ist, wo du sagst, man kann analoge Dinge manchmal auch nicht digitalisieren. Du meinst also eigentlich kommt es darauf zu, dass man wirklich mit diesen GPS-Daten arbeitet und gar keine Tarife, wie man sie jetzt kennt, sondern eher, was ist es dann, Zeit, Entfernung oder was?

speaker_SPEAKER_01 (24:13)

Es kann eine Kombination aus völlig unterschiedlichen Sachen sein. Ich meine, ich erinnere mich noch sehr gut, letztes Jahr gab es ja diese Klage der EU gegen Deutschland, wo dann halt auch die Deutschland sich ganz, ganz fix noch irgendwas überlegen musste, um diese mögliche Klage abzuwenden und dann die große Koalition von heute auf morgen reingeworfen hat, ja, sie würde ja überlegen, den Nahverkehr kostenlos zu machen. Wo alle Fachleute gesagt haben, um Gottes willen, seid ihr jetzt völlig jeck? Und die Fahrgäste und die Allgemeinbevölkerung gedacht hat, naja, ist eigentlich auch okay. So, und wenn man einfach, sag ich mal, einfach nur ein System hätte, wo man Tarife entsprechend agil auch einpflegen kann, dann bräuchte man dieses Buzzword kostenloser

Nahverkehr nicht, sondern man könnte tatsächlich Cluster-artige Tarife aufsetzen, ohne dass der Kunde jedes Mal ein halbes Jahr Vorlauf braucht, dass man den informiert, dass die Tickets dann irgendwann nicht mehr gültig sind, wenn die im Vorverkauf gekauft werden und so weiter und so fort. Sondern was der ÖPNV in Deutschland bisher noch nicht verstanden hat, ist, dass ÖPNV eigentlich ein fast moving consumer good wird und der Kunde bewegt sich deutlich schneller als das, was wir bisher haben. Und dieses ganze Thema, dass Leute im Vorverkauf kaufen und so weiter, das ist im Nahverkehr kein Thema. Nahverkehr ist ein, ist ein Junkfoodprodukt. Es wird dann konsumiert, wenn es gebraucht wird. Und da muss sich eigentlich der Vertrieb deutlich stärker hinbewegen. Und das heißt aber auch, dass man bestehende Regelungen einfach auch mal auf den Müll kippen muss. Und das, das ist so das, was ich ehrlicherweise überhaupt, auch überhaupt noch nicht verstehe. Da tut man sich extrem schwer mit. Einfach mal Dinge sein zu lassen, ohne, ohne das jahrzehntelang mitzuschlüren, sondern einfach mal zu sagen, okay, das hatte seine Berechtigung, die Zeit ist vorbei, jetzt machen wir was anderes und gut ist.

speaker_SPEAKER_00 (25:21)

Mit wem schmiedest du denn da Allianzen? Weil du als Lara im Abellio Konzern schön und gut. Aber es braucht ja doch noch ein bisschen mehr, als dass du eine gute Idee hast. Will heißen, du brauchst ja Leute, die es erstens verstehen, wo die Vision von euch auch hingeht und Leute, die auch sagen, wir machen jetzt wirklich einfach mal. Also auch Leute, die ihren Rahmen wiederum verlassen müssen, den sie so gekannt haben bisher und die vielleicht auch eine gewisse Sicherheit da empfunden haben. Wie funktioniert das? Wie überzeugst du oder mit wem sprichst du? Oder

hast du Politiker, die sagen, nimm das jetzt mal auf meine Kappe?
Also wie hat man sich das einfach ganz praktisch vorzustellen,
wenn du mit so einer Idee kommst?

speaker_SPEAKER_01 (26:27)

Ja. Ja, das ist tatsächlich der richtig harte Teil, so die gläubigen Bekehr, so ungefähr, dass es auch noch andere Wege gibt. Ja, also tatsächlich muss man sagen, wenn man mit den wirklichen Fachleuten spricht, die richtig tief in der Materie festhängen, dann gibt es eigentlich nur zwei Arten. Die einen sagen, das haben wir schon immer so gemacht, das machen wir auch weiter so. Und die anderen sagen, ja, eigentlich hast du recht, eigentlich passt das gar nicht mehr. Irgendwie müssen wir was anderes machen. Und die muss man eigentlich zu einer Koalition der Willigen eigentlich zusammenschmieden. Und da muss man halt auch, also muss ich ehrlicherweise auch sagen, da gibt es gar keine Unternehmensgrenzen, weil die Leute gibt es überall. Und die gibt es auch, und das sage ich jetzt mal ganz explizit, die gibt es auch bei der DB. Das sind nicht alles nur Bohrköpfe. Da sind auch wirklich viele Leute dabei, die echt gute Ideen haben. Und die brauchen manchmal einfach auch den Impuls von außen, so wie wir das alle haben. Wenn man nur in seinem eigenen Silo sitzt, dann merkt man gar nicht, dass es relativ viele Leute gibt, denen das eigentlich genauso geht. Und da, ja, auf jeden Fall kommen dann natürlich die Wim, sind ganz vorne mit dabei. Aber ich bin auch noch, sage ich mal, im ganzen Thema New Work und Innovationsentwicklung auch noch unterwegs. Da gibt es auch viele Leute, die im ÖPNV arbeiten und echt einen guten Job machen, mit denen man zusammenkommt. Und letzten Endes, wenn man am Inhalt orientiert ist, dann trennt

sich die Spreu sowieso super schnell vom Weizen und die Leute finden sich auch einfach.

speaker_SPEAKER_00 (27:08)

Was ich gerade so ein bisschen auch grinsen erinnere, ist ein Hilferuf morgens am Telefon. Katja, kannst du für mich mal Sketch Notes machen? Ich glaube, wenn ich das ohne, du wolltest es ja, glaube ich, mündlich machen, in so einem gewissen Bereich, deine Ideen so vorzustellen, wie ist das eigentlich? Also erst mal erzähl mal, um was es da ging und wie ist es denn ausgegangen? Da haben wir uns doch gar nicht drüber unterhalten.

speaker_SPEAKER_01 (29:06)

Das war tatsächlich für die BAG-Jahrestagung. Also die Jahrestagung unserer Aufgaben- und Auftraggeber, wo ich einen Vortrag zum Thema Digitalisierung im Vertrieb gehalten habe. Und tatsächlich ging das quasi darum, also ich habe dich quasi angerufen, weil ich diese typischen, diese typischen Powerpointfolien nach diesen Veranstaltungen, da sieht man nichts drauf. Man kriegt auch nichts mit von dem Spirit, der da irgendwie einfach auch eigentlich rüberkommen sollte. Weil entweder, und da bin ich halt wieder bei der Methodik, also entweder man macht Folien, wo im Prinzip relativ wenig draufsteht, wo nur die Storyline irgendwie runter erzählt wird, dann braucht man die aber nachher eigentlich auch nicht rum schicken, man hat ja nur Bilder drauf oder man muss halt wirklich Input drauf packen und das am besten in einer, sag ich mal, grafisch ansprechenden Form. Und du machst das so schön und dann fiel mir das ein und dann habe ich gedacht, das ist nämlich auch so ein Punkt, wenn man halt, sag ich mal, Allianzen hat, dann muss man die halt auch nutzen. Und deswegen habe ich

dich angerufen und dann habe ich dir ja quasi meinen Vortrag erzählt und du warst so nett und hast total spontan diese Folien noch fertig gemacht.

speaker_SPEAKER_00 (29:33)

Und hast du dich überzeugt?

speaker_SPEAKER_01 (29:33)

Ich denke schon. Also tatsächlich waren die Gespräche danach und auch das, was ich jetzt mitbekomme von den Aufgabenträgern, viele von denen haben genau diese Gedanken gehabt, nur haben sie immer nur still und heimlich für sich alleine, sag ich mal, gedanklich gewälzt. Und dann stand ich da halt als VU-Vertreterin und habe genau das auch gesagt, dass ich gesagt habe, wir müssen irgendwie agiler werden, wir müssen halt auch mal die Kirche im Dorf lassen und wir müssen halt auch tatsächlich mal als VUs in Vorleistung gehen. Aber wir brauchen dann auch das Backup der Aufgabenträger. Und das hat, glaube ich, viele wirklich auch einerseits beruhigt, weil sie gemerkt haben, dass sie mit diesem Gedankengut nicht alleine sind. Und andererseits aber auch angespornt zu sagen, ja, die wenigen VUs, die dann selber auch proaktiv werden, die müssen wir dann auch unterstützen, weil ansonsten wird das nie eine Massenbewegung werden. Und dann ist es immer oder mufti. Wenn der Aufgabenträger nicht bestellt, dann bestimmt er auch nicht und dann bezahlt er halt auch nicht.

speaker_SPEAKER_00

Gibt's denn jetzt so ein leises Vortasten? Also merkst du das, wenn du jetzt so aktuelle Ausschreibungen hast oder so, dass zumindest die ersten Baby-Steps gemacht werden, auch in Ausschreibungen

flexiblere Dinge mit reinzunehmen? Das kannst du vielleicht auch nochmal berichten. Ihr legt euch ja nicht auf drei Jahre fest. Das sind halt, denke ich, Geschwindigkeiten, die keiner außer uns vielleicht mehr kennt. Also ich wüsste jetzt, jetzt grübel ich selber gerade, welche Branche sich noch so binden muss. Aber tatsächlich ist das ja schon etwas, was einfach auch nicht mehr zeitgemäß ist, aber auch nicht losgelassen wird. Natürlich ist es auch eine andere Masse, wenn eine Ausschreibung gemacht wird für ein gewisses Netz oder so, das kann man auch nicht alle zwei Jahre machen oder so. Aber merkst du, dass da zumindest Dinge reinkommen, Kapitel oder ich weiß nicht, was man sich als Laie da vorstellen muss, wo man merkt, okay, da werden jetzt schon mal wieder ein bisschen die Türen geöffnet, dass man sagt, man kommt nach drei Jahren nochmal zusammen. Irgendwie muss es ja was an Bewegung geben, weil sonst kommen die ganzen guten Ideen ja gar nicht auf die Straße oder auf die Schiene.

speaker_SPEAKER_01 (32:01)

Ja, also auf dem Spannungsfeld, auf dem wir uns quasi bewegen, ist einerseits Planbarkeit, das ist halt ein hohes Gut, damit halt auch Berechenbarkeit, was die finanzielle Mittelausstattung eben angeht. Was wir quasi auch positioniert haben, was wir halt denken, was sinnvoll ist, ist das sogenannte Innovationsbudget. Also wirklich, dass einfach ein Block an Geld da ist, die jedes VU, das anbietet, Verkehrsunternehmen übrigens. Ja, Verkehrsunternehmen, sorry. Bereitstellen muss oder einkalkulieren muss, um eben Innovationsprojekte, die halt normalerweise einen deutlich kürzeren Zyklus haben als 15 Jahre, auch wirklich zu finanzieren. Was ich sehe, ist, dass die Aufgabenträger sehr bemüht sind, neue Anforderungen zu stricken, die eben in diese, sage ich mal, in diese ord-

nungspolitische Richtung der Agilität abzielen. Das sehe ich definitiv schon. Nur ehrlicherweise dem Ganzen sind auch irgendwo Grenzen gesetzt, weil das Vergaberecht einfach leider genauso starr ist, wie es ist. Was jetzt tatsächlich noch ein Ausspruch war auf einer der letzten Veranstaltungen, war halt auch das ganze Thema, naja, wenn die EVUs halt nicht gegenseitig sich immer, nicht immer rügen oder klagen würden, dann hätten halt auch alle insgesamt mehr davon. Und da muss ich sagen, war der Aufgabenträgervertreter, der musste ich ehrlicherweise auch zustimmen, weil es muss dann auch so eine Art Gentleman's Agreement geben. Das ist halt bisher noch nicht wirklich, sage ich mal so, common sense, definitiv auch noch nicht. Also ich hoffe eigentlich, also bei den jetzigen Ausschreibungen, die ich gesehen habe, war das noch nicht so stark ausgeprägt. Ich hoffe eigentlich, dass da die Aufgabenträger nochmal richtig kreativ werden und nochmal neue Regelungen finden. Persönlich fand ich auch den Ansatz zu sagen, es gibt ein bestimmtes Budget pro Jahr, das sieht halt, keine Ahnung, x Millionen oder Milliarden vor. Und derjenige, der mir das beste qualitative Konzept dafür strickt und das über zwei Jahre eben halt auch, sage ich mal, beweist, dass er es umsetzen kann, der kriegt den Auftrag. Das wiederum, muss ich sagen, fand ich echt einen richtig krass guten Ansatz, weil man dann eben als Verkehrsunternehmen auch die, sage ich mal, die lange Wertschöpfungskette behalten kann. Weil das, im Moment haben wir ja das Thema, dass der Trend dahin geht, dass alle Leistungen separat ausgeschrieben werden, also Betrieb, Instandhaltung, Fahrzeugbeschaffung, Vertrieb auch nochmal extra, manchmal sogar, sage ich mal, verschiedene Vertriebswege aufgeteilt in verschiedene Vertriebsdienstleisterverträge. Und tatsächlich, wenn das dann alles an unterschiedliche Unternehmen geht, dann ist es vielleicht

kostenoptimiert, aber nicht qualitätsoptimiert. Weil die Verkehrsunternehmen können sich nicht so krass untereinander abstimmen. Das merkt man halt leider auch an der einen oder anderen Stelle. Und ich glaube auch nicht, dass es, also es war jetzt, glaube ich, ein guter Ansatz. Man muss jetzt gucken, wie die Erfahrungen sich da, sage ich mal, zusammenrütteln und schütteln. Und das wird man sicherlich in zehn Jahren auch nochmal anders bewerten als heute. Vielleicht läuft es bis dahin auch total gut. Aber ich glaube, was das ganze Thema Verträge und Vertragsgestaltung angeht, muss man wirklich, sage ich mal, auch verschiedene Geschwindigkeiten in so einem Vertragskonstrukt mit verschiedenen Leistungen auch tatsächlich auch berücksichtigen. Und gerade das Thema Kundenkontakt, also ja, Kundensupport, Kundenanfragen, Vertrieb, das sind alles Themen, auch Marketing. Die haben eine völlig andere Dynamik und Agilität oder beziehungsweise brauchen eine ganz andere Dynamik und Agilität, als das bisher überhaupt möglich ist oder auch verkehrsvertraglich gewollt. Das muss man ehrlicherweise auch sagen.

speaker_SPEAKER_00 (36:57)

Und wenn du jetzt so ein bisschen auf deine berufliche Laufbahn, auch du Quereinsteigerin, zurückguckst, was glaubst du denn sind auch die Vorteile gerade von Quereinsteigerin für die Branche? Also wo stellst du für dich fest, ist es gut mal was anderes gesehen zu haben und nicht diese Pflanze zu sein, die einfach nur in einem Konzern, was auch nicht schlecht sein muss. Aber ich glaube tatsächlich, du bringst ja einen recht offenen Blick auch für die Dinge, also gerade weil du sagst, da steht's nicht, warum machen wir es nicht, hast du das für dich schon mal reflektiert, was dir da ge-

holfen hat, vielleicht auch schon mal ganz woanders gewesen zu sein beruflich?

speaker_SPEAKER_01 (37:33)

Ja, also ich glaube, man lernt einfach zu schätzen, was man hat oder halt auch, was man nicht hat. Das ist halt, ja, das ist eigentlich ganz witzig. Das ist so ein totales Spannungsfeld. Die ÖPNV-Branche selber ist eine sehr gesetzte, sehr stark reglementierte Branche. Abellio selber ist aber eigentlich ein total junges Unternehmen. Also ich meine, gut, die Mitteldeutschland hat jetzt im letzten Jahr mit der Betriebsaufnahme dieser ihre Mitarbeiteranzahl verdoppelt. Also quasi über ein halbes Jahr verteilt waren wir auf einmal doppelt so viele Leute. Das zieht natürlich auch extreme Wachstumsschmerzen auch nach sich. Und in dem Sinne sind wir vielleicht auch eher noch so ein Start-up. Aber gleichzeitig mit Leuten eben besetzt, die eigentlich diese alte, tradierte Denke mitbringen. Ich glaube, was mir am meisten hilft, ist, dass ich schon mal in einem Großkonzern gearbeitet habe, was viele Leute, die originell aus der ÖPNV-Branche kommen, noch nie gemacht haben. Und denen ist das irgendwie völlig schräg, dass dann halt gesagt wird, naja, dann gibt es hier jetzt so ein Manual und dann gibt es hier so einen Prozess-Owner und weiß der Geier was. Und ich sage immer nur so, ja, ja, ist okay, ist okay. Dann hier Aufgabe, zack, zack, zack, zack, weil ich genau mit diesen Begrifflichkeiten eben was anfangen kann. Und wenn du halt dein ganzes Leben lang in einer 30-Mann-Bude gearbeitet hast, sagen wir mal verwaltungstechnisch, dann ist dir das halt völlig fremd. Und deswegen macht es Sinn, wenn man mal von der anderen Seite kommt, weil auf der einen Seite erkennt man viele Prozesse gerade aus der produzierenden Industrie, aus Großkonzernen erkennt man wieder, die

entweder noch gar nicht da sind, dringend gebraucht werden
oder auch an der einen oder anderen Stelle, wo man sich denkt,
so, boah, Gott sei Dank gibt es das nicht.

speaker_SPEAKER_00 (38:15)

Klingt so ein bisschen, als wenn Abellio von dir auch so im positiven
Sinne als noch ein bunter Haufen, also hast du das Gefühl, da-
durch, dass ihr noch relativ jung seid, also ihr seid ja auch nicht
deutsch, sondern habt eure Wurzeln ja auch in einem anderen
Land, also merkt man so etwas vielleicht auch, dass das so ein Un-
ternehmen ist, was relativ große Fläche auch an Kulturen ein Stück
weit ja bedeckt mit seiner Verkehrsleistung. Merkt man das im All-
tag, dass das in einem Konzern geprägt ist?

speaker_SPEAKER_01 (39:41)

Ja, absolut. Ich kannte, ganz ehrlich, bevor ich bei Abellio gearbei-
tet habe, kannte ich Deutschland echt schlecht, ist mir jetzt aufge-
fallen. Also mittlerweile kenne ich mich in Deutschlands Regionen
wirklich gut aus und ich kenne jetzt auch die Type, die da auf der
jeweiligen Ecke eben leben. Und also ja, Abellio ist definitiv bunt.
Vielleicht nicht auf den ersten Blick bunt, weil das jetzt nicht so ty-
pisch ist wie beim Berliner Startup, wo irgendwie die Hälfte der
Mannschaft aus Übersee kommt und ein Zwanzigstel aus Deutsch-
land und der Rest aus Europa oder so. So bunt und divers sind wir,
meiner persönlichen Meinung nach, leider noch nicht. Aber wir
haben schon die unterschiedlichsten Charaktere, Altersgruppen,
berufliche Hintergründe. Wir haben extrem viele Quereinsteiger,
auch aus anderen Branchen, die gesagt haben, boah, ich wollte
immer schon mal Zug fahren und jetzt kommt hier Gott sei Dank
ein Verkehrsunternehmen, das Leute ausbildet. Super, jetzt kann

ich endlich zu Hause wohnen bleiben und trotzdem meinen Traum vom Lokführer ausleben. Und das ist natürlich auch total witzig, wenn du dann mit den Leuten sprichst und die dann einfach fragst, hey, wie bist du denn hier gelandet? Und klar, ich meine, ich bin halt Superpendlerin, kann man schon sagen. Ich wohne in Berlin, ich arbeite in Halle, mal in Bielfeld, fahre nach Stuttgart, treffe Kollegen aus anderen Verkehrsunternehmen in ganz Deutschland. Also man kommt schon viel rum und das hätte ich auch nicht erwartet. Ich glaube, das ist auch so ein Asset, ich glaube, das sieht die Branche gar nicht so. Dass es eigentlich echt cool ist, um mal mit Leuten in Deutschland zusammen zu kommen und wirklich auch mal Deutschlandkultur kennenzulernen, ist total witzig eigentlich. Wusste ich vorher auch nicht.

speaker_SPEAKER_00 (40:36)

Das reflektiert man vorher auch vielleicht so gar nicht. Heißt aber auch, du bist jetzt natürlich als Frau im Vertrieb bei einem Bahnunternehmen. Und da wahrscheinlich ja nicht unbedingt in der Mehrheit. Wie hast du diesen Weg für dich auch so gestaltet, den Austausch zu suchen, Netzwerken zu machen? Haben dir andere Frauen oder Männer geholfen auch mal, ja keine Ahnung, Women und Men, also Flügelmenschen zu sein, die auch mal sagen, komm, das hat die Branche jetzt noch bei sich, das ändern wir zusammen. Also was sagst du Frauen, die vielleicht auch ein bisschen abgeschreckt werden von den üblichen Bildern, die wir so kennen aus unserer Branche, was kann man hier aber auch finden und wie kann man vielleicht auch mal so Durststrecken überwinden?

speaker_SPEAKER_01 (42:43)

Ja, also das stimmt schon. Es sind halt hauptsächlich auf diesen Veranstaltungen, also immer wenn man auf Branchenveranstaltungen ist, dann ist man a) schon super interessant und wenn man nur eine Frau ist, das ist schon ein Knaller. Und wenn man keinen schwarz an hat, das ist auch schon echt richtig schräg. Und wenn man dann auch noch irgendwie was unter, sag ich mal Mitte 30 ist, dann ist das irgendwie auch schon mal total spannend und wenn man dann auch noch sagt, dass man nicht Verkehrswirtschaft studiert hat, dann ist man ja schon das bunte Einhorn eigentlich. Also man, es braucht eigentlich relativ wenig, um aufzufallen, das ist vielleicht auch positiv, kann man schon so sagen. Und was mir tatsächlich geholfen hat, sind eigentlich die Leute, die man dann auf diesen Veranstaltungen trifft, die dann zu dir ankommen und sagen, hey, du bist ja auch unter 30, ist ja super, was machst du denn? Und das sind wirklich die besten Unterhaltungen, weil klar, du bewegst dich dann halt auch nur in deiner Altersblase, ganz blöd gesagt, aber gefühlt haben auch junge Männer genau das gleiche Thema wie junge Frauen. Man ist halt jung, also das ist auch schon so eine Splittergruppe für sich. Und tatsächlich geholfen, also meine Chefin, die Frau Parino, ist natürlich jemand, die pusht mich halt auch wirklich, also die unterstützt mich, die fördert mich, aber die fordert mich auch. Und die merkt immer ganz genau, wenn ich anfangen, so in meiner Komfortzone mich so ein bisschen einzuigeln und dann dieses Gefühl bekomme, wo ich sage, ach nee, nein, jetzt heute nicht. Und dann motiviert sie mich aber auch und sagt halt, hey, es ist jetzt temporär, es ist jetzt echt nicht so schlimm. Es ist auch nicht so ein Riesenschritt, wie du denkst, du baust die Mauer halt gerade eigentlich nur für dich selber auf. Und das habe ich aber auch mit extrem vielen Kolleginnen und Kollegen, die, sag ich mal, im gleichen Altersspektrum sind. Und also

man hat, also ich habe das nicht nur intern, ich habe das auch viel von den Fachkolleginnen und Kollegen aus den ganzen Vertriebsbereichen aller Verkehrsunternehmen gefühlt kreuz und quer rauf und runter, weil man dann halt auch merkt, dass man echt nicht alleine ist mit dem Thema, sondern eigentlich gibt es echt viele Leute, die das gleiche Thema haben. Und man muss halt nur einmal einen guten Augenblick gehabt haben, wo jemand gesagt hat, hey Lara, das ist der oder die, hast du nicht, die macht genau das Gleiche wie du, willst du nicht einfach mal mit ihr, ihm quatschen?

speaker_SPEAKER_00 (43:49)

Und was würdest du Frauen sagen, die jetzt so ein bisschen angefangen haben, darüber nachzudenken, in diese Branche vielleicht doch ein bisschen einen tieferen Blick zu werfen, was fasziniert dich so? Also was, weil das strahlt sich ja jetzt auch ein wenig, mein ganz ehrlicher Vertrieb...

speaker_SPEAKER_01 (45:46)

Ey, komm! Das ist super cool!

speaker_SPEAKER_00 (45:48)

Das ist ja immer das Spannende, finde ich, dass es so viele Facetten gibt. Ich habe jetzt, keine Ahnung, eine Handvoll Folgen erst online. Ich bin auch erst gerade gestartet. Aber wenn du dann guckst, was da schon so, also wie vielfältig Mobilität einfach ist, um jetzt mal wieder ernst zu werden. Und alle sagen aber, hätte ich nie gedacht. Das ist irgendwie von allen die Aussage. Was hättest du denn nie gedacht? Also was hat dich positiv überrascht und was hält dich auch und was reizt dich auch?

speaker_SPEAKER_01 (46:09)

Also was man auf jeden Fall, also anders, vielleicht ist es auch, weil ich da so eine Type für bin. Also wenn man so ein Fable hat für fast unlösbare Aufgaben, also wirklich wo man sagt, ich darf dieses, jenes, welches nicht und man hat nur ganz wenig zur Hand und ich bin wirklich so ein Machertyp ist, der dann sagt...

speaker_SPEAKER_00 (46:41)

.. Meine Leitstellenkollegen sagen immer „backen ohne Mehl“.

speaker_SPEAKER_01 (46:43)

Genau, ganz genau. Genau so ist es im Prinzip auch. Dann ist das genau das Richtige, weil da kann man sich wirklich mental, geistig richtig dran abarbeiten. Das wird einem halt nicht so vor die Füße geworfen, das ist auch nicht leicht, sondern man hat immer irrsinnig viele Leute, mit denen man irgendwie sich abstimmen muss. Aber es geht was und man kann vor allem in dieser Branche mit guten Konzepten noch überzeugen. Und das unabhängig von Alter und auch unabhängig von, sag ich mal, von Fachwissen, weil das kann man sich aneignen oder man kann auch neue Schwerpunkte setzen. Die meisten Fachkollegen sind irrsinnig froh, wenn man auch neue Ideen, gerade was diesen ganzen Technologiebereich, wenn man da neues Wissen reinbringt, dann sind alle total dankbar. Und das habe ich echt nicht so erlebt, weil gut, ich komme halt auch aus der Metallbranche. Das Verfahren für die Walzen, ehrlicherweise für diese Röhren, für diese nahtlos gewalzene Stahlröhren, das ist von 1890. Also das Verfahren hat sich nie geändert, sondern nur die Metallzusammensetzung. Und es gibt halt in der ÖPNV-Branche und gerade was das ganze Thema Mobilität, auch vor dem Hintergrund der Klimadebatte, der überfüllten Innenstäd-

te, dem ganzen Trend zur Urbanisierung, aber auch Dekarbonisierung, Umweltbewusstsein, das hat einen völlig anderen Drive und es bietet vor allem noch genug Raum für Leute, die halt auch echt sich, also sich wirklich auch verwirklichen wollen und wirklich eigene Schwerpunkte setzen möchten. Und das hat diese ÖPNV-Branche bisher noch niemandem erzählt, ehrlicherweise. Das kriegt man auch sonst einfach nicht mit, also das heißt, es braucht auch wirklich gute Promotoren für diese Branche, um wirklich die besten Talente da reinzuziehen, weil Mobilität, sorry, aber Mobilität ist ein Grundrecht, ein Grundbedürfnis und ganz ehrlich, es kann halt auch echt ein sexy Produkt sein. Das haben auch noch viele noch nicht verstanden.

speaker_SPEAKER_00 (47:49)

Alleine deswegen super Schlussappell, weil draußen geht die Welt gerade um. Also es donnert hier gerade richtig zu Laras abschließenden Worten. Ich danke dir für deine Zeit, es war enorm kurzweilig.

speaker_SPEAKER_01 (49:02)

Danke dir liebe Katja.

speaker_SPEAKER_00

Danke, dass ich zu Gast sein durfte und dir noch einen schönen Abend.

speaker_SPEAKER_01

Dir auch.