

SheDrivesMobility 103 - Arne Beck

Katja (0:15)

Hallo und herzlich willkommen, eine neue Folge She Drives Mobility. Mein Name ist Katja Diehl und alle 14 Tage versammle ich hier Menschen von meinem Mikro, die zusammen mit mir über die Mobilitätswende, aber viel lieber noch über die gesamthafte Mobilitätswende sprechen. Also nicht im Sinne von, was machen eigentlich Flugtaxen und Hyperloops, sondern was machen wir eigentlich morgen. Dabei habe ich durchaus mal Themen dabei, die sich eher um die gesellschaftliche Transformation drehen, denn die brauchen wir dringend, um die Mobilitätswende zu gestalten. Heute aber wird es sehr konkret. Diese Folge entstand in Zusammenarbeit mit der NaSH. Kennt ihr die? Das ist ein Verkehrsverbund ganz oben im Norden, da wo die Wellen brausen und ich war eingeladen auf einer Veranstaltung, wo ich eine kurze Keynote gehalten habe und dann auch auf dem Podium saß. Dort habe ich Dr. Arne Beck kennengelernt, der heute mein Gast ist. Er ist Geschäftsführer der NaSH GmbH und schon lange in den Themen rund um Mobilität unterwegs. Er selber kommt aus Schleswig-Holstein und hat deswegen auch die große Verbundenheit zu diesem Land. Was finde ich so spannend an NaSH? Nahr Verkehrsverbund Schleswig-Holstein heißt das übrigens. Ich finde spannend, dass erst mal, dass nur rund 80 MitarbeiterInnen sind, die da in den Bereichen Angebot, Betrieb, Fahrgastmarkt und Verbundsteuerung arbeiten. Ich finde aber auch spannend, dass die NaSH ziemlich weit vorne ist, was das Thema Haltung angeht. Sie sind mir positiv aufgefallen mit ihrer Kampagne rund um ihre Angebote. Sie sind mir positiv aufgefallen mit ihrer klaren Aussage zu Klimaschutz. Sie

sind mir positiv aufgefallen mit dem, was sie zusammen mit allen möglichen Beteiligten in Schleswig-Holstein vorantreiben wollen, nämlich ein intermodales Mobilitätssystem, das wirklich auch unabhängig vom Auto machen soll. Ich finde gut, dass es da sehr konkrete Ziele gibt. Ich finde auch gut, dass Meilensteine definiert worden sind. Denn als wir zusammen auf dem Podium saßen, hat ein Wissenschaftler geäußert, ihr wollt ja bis 2030, das steht im Koalitionsvertrag der Ampelregierung, die Fahrgastzahlen verdoppeln. Habt ihr das eigentlich jeden Tag in euren Büchern stehen? Da müsst ihr jeden Tag daran arbeiten. Das ist ein Wachstum, was nicht einfach 2030 erst passieren darf. Und ich glaube, die NaSH ist da ziemlich gut unterwegs. Worüber sprechen wir? Wir sprechen über die Haltungskampagne. Das ist das, womit sie mir aufgefallen sind, weil sie ziemlich deutlich machen, dass nach Malle fliegen und morgens Eisbären retten, so ein Plakat 2023 nicht mehr zeitgemäß ist. Wir sprechen aber auch darüber, was die Herausforderungen sind. Wir sprechen auch darüber, was das 49-Euro-Ticket an Vorteilen, aber auch an Nachteilen für Verkehrsunternehmen mit sich bringt. Wusstet ihr zum Beispiel, dass ein Teil, nämlich die Hälfte, von den Ländern getragen werden müssen? Der Bund gibt ja nicht das ganze Geld an die Länder für das Ticket und an die Verkehrsunternehmen, sondern da gibt es einen gewissen Eigenanteil. Und Dr. Arne Beck ist da ziemlich ehrlich und sagt, es kann sein, dass wir bestimmte Linien kürzen müssen, dass bestimmte Buslinien nicht so lange bedient werden, wie sie es aktuell gemacht werden können. Und das ist etwas, was immer so ein bisschen hinten überfällt in der Diskussion rund um das Deutschland-Ticket. Es sind viele noch ungelöste Fragen, über die wir gemeinsam sprechen. Deswegen freue ich mich, dass er sich die Zeit genommen hat. Ich freue mich, wenn ihr auf meine Steady-Seite geht

und meinen Newsletter abonniert. Ich freue mich, wenn ihr She Drives Mobility bekannter macht. Ich freue mich aber auch, wenn ihr denkt, dass euer Produkt oder eure Verkehrsleistung oder was auch immer ihr zur Mobilität beitragen könnt, dass das passt zu She Drives Mobility. Dann schreibt mir doch gerne an backoffice-at-katja-diehl.de. Jetzt aber ganz viel Erkenntnis und ganz viel Freude bei unserem Gespräch über die Nah-SH. Ich freue mich sehr, dass wir heute sehr, sehr konkret über Verkehrswende sprechen können. Denn ich habe einen Gast, der daran täglich arbeitet und der ganz große Pläne hat, vor allen Dingen auch für den ländlichen Raum. Herzlich willkommen, Dr. Arne Beck. Wie fanden Sie eigentlich zum Berufsfeld Mobilität?

Herr Beck (4:31)

Zu Mobilität bin ich eigentlich schon sehr früh gekommen, weil ich auf meinem Weg außerhalb von Hamburg nach Hamburg rein mir immer die Frage gestellt habe, wie kriegst du denn das hin? Diesen Weg umweltfreundlich und nicht mit dem eigenen Pkw, was im flachen Land natürlich der Maßstab ist. Da habe ich die Bahn genutzt. Das war noch die Zeit der sogenannten Silberlinge. Jüngere Leute können sich das wahrscheinlich gar nicht vorstellen. Das war fast eher Fahrgastviehtransport, zumindest wenn das in Massen bewegt wurde. Und ja, da ist für mich natürlich die Idee entstanden, da etwas anderes auf die Schiene zu setzen, was da mit dem Wettbewerb im SPNV ab Mitte der 90er Jahre ja auch Realität wurde. Und ja, das habe ich eigentlich vom Beginn meiner beruflichen Laufbahn unterstützt in verschiedenen Positionen und freue mich, dass ich jetzt als Geschäftsführer der NaSH, dem Verkehrsverbund für Schleswig-Holstein, das wirklich auch in die Tat umsetzen kann. Verkehrswende machen, das ist mein Motto.

Katja (5:35)

Und weil vielleicht nicht alle Hörenden die NaSH kennen, mögen Sie kurz erklären, welche Aufgaben werden dort betreut, wer ist dort tätig und was wird dort koordiniert?

Herr Beck (5:46)

Ja, die NaSH ist zuständig für das Land Schleswig-Holstein. Im Auftrag des Landes, aber auch der Kreise und kreisfreien Städte organisieren wir den öffentlichen Verkehr. Schwerpunkt war und ist der Schienenpersonennahverkehr, also letztendlich alle Schienenstrecken, wie wir uns unterwegs sind, natürlich insbesondere auch nach Hamburg rein, ganz klar. Wir unterstützen aber auch die Akteure vor Ort im Busverkehr und sind auch jetzt ja jüngerer Zeit unterwegs im Bereich On-Demand. Unser Ziel ist letztendlich, ein Tür-zu-Tür-Mobilitätsangebot zu organisieren, wo wir jetzt auch demnächst erste konkrete Projekte haben. Einzelne Bausteine, wie zum Beispiel On-Demand-Mobilität, auch im ländlichen Raum, wo das vermeintlich nicht funktioniert, haben wir auch bereits in die Umsetzung gebracht.

Katja (6:36)

Sie sind mir vor allem aufgefallen durch Ihre Haltungskampagne. Ich war ein paar Jahre in Verkehrsunternehmen tätig und habe festgestellt, eigentlich verkaufen wir uns dort unter Wert. Denn wir sind diejenigen, die täglich Millionen von Menschen transportieren, die möglich machen, dass auch Menschen mit wenig Gehalt unterwegs sein können. Wenn in den großen Städten Streiks erfolgen, dann wird deutlich, da ist was, was unsichtbar funktioniert. Und ohne großes Getöse. Aber die Stadt steht still, wenn Busse

und Bahnen stillstehen. Da geht die Kampagne von Ihnen weiter. Wie haben Sie diese entwickelt? Was war Ihnen wichtig? Vielleicht können Sie erzählen, was dort stattgefunden hat mit der Haltungskampagne.

Herr Beck (7:27)

Sehr gerne. Also diese Haltungskampagne ist natürlich ein bisschen mutiger angelegt. Aber das entspricht auch ein bisschen unserer eigenen Haltung. Wir hier mit unseren 80 Leuten, die wir gut sind, wollen schon etwas bewegen. Und uns ist schon bewusst, dass es mehr braucht als natürlich einen guten ÖPNV, ein gutes Angebot, was natürlich mit Blick auf Infrastruktur und Bahnverkehr auch einige Herausforderungen hat im Moment. Aber dass man auf der anderen Seite tatsächlich auch den echten Mehrwert für die Gesellschaft ein bisschen stärker darstellen muss und an eigener Aktivität appellieren muss. Die Fahrgäste, die wir heute haben, die brauchen wir weiterhin. Wir brauchen aber vor allem deutlich mehr. Wir müssen andere Menschen dazu bekommen, das System zu nutzen. Und das natürlich nicht nur aufgrund eines Fahrzeitvorteils, den wir tatsächlich auf einigen Relationen haben, aber eben nicht überall. Wir sind auch nicht diejenigen, die minütlich abfahren überall, sondern teilweise nur stündlich. Das ist nicht immer nur komfortabel verglichen mit dem Auto. Also insofern braucht es auch darüber hinaus ein anderes Argument. Wir sind der Überzeugung, unsere Verkehrsmittel leisten einen wesentlichen Beitrag. Wir haben im Mai letzten Jahres alle elektrifizierten Strecken in Schleswig-Holstein auf Ökostrom umgestellt. Wer mit uns fährt, fährt also klimaneutral. Und wir werden das weiter ausweiten mit batterieelektrischen Fahrzeugen fürs ganze Land. Dann werden wir vom letzten Platz, der wir heute sind, in den elektrifi-

zierten Strecken mit 29 Prozent auf einen der Spitzenplätze kommen, und zwar innerhalb von zwei, drei Jahren. In Deutschland.

Katja (9:07)

Das ist richtig cool. Ich habe ja auch in der Nordwestbahn gearbeitet. Als ich dort begonnen habe, das war die erste Privatbahn, für alle, die noch nicht so tief in der Materie vielleicht sind. Die Regionalverbindungen in der Bahnlandschaft waren nicht immer offen und durch Ausschreibungen konstituiert, sondern es war damals ein Privileg, der Bahn auch hier, der Deutschen Bahn auch hier anzubieten. Das wurde aufgebrochen. Da war die Nordwestbahn, die heute im Besitz von Transdev ist, einem französischen Konzern, die erste Bahn, die da tätig wurde im Norden. Am Anfang hatten wir riesige Budgets, konnten Kinderabteile und Streifzüge, also touristische Angebote an die See etablieren. Aber innerhalb von der sehr kurzen Zeit, die ich dort tätig war, hieß es irgendwann, der Billigste gewinnt. Damit hat man natürlich nicht mehr unbedingt ein Produkt, was hohe Qualität verspricht, sondern das Pony springt nur so hoch, wie es muss. Hier würde ich mal ein bisschen reingehen wollen. Weil Haltung und damit die Kampagne, die muss man sich ja leisten können. Oft wird diese zwar versprochen, aber nicht gehalten, weil es ist mittlerweile so ein bisschen wie Greenwashing. Man kann sich das toll auf die Webpage schreiben und wird vielleicht auch gar nicht daran gemessen. Wie haben Sie die Kampagne intern und extern entwickelt?

speaker_SPEAKER_01 (10:31)

Tatsächlich haben wir das intensiv intern diskutiert, selbstverständlich, und auch kontrovers. Bloß im Team, muss ich sagen, hat sich sehr schnell gezeigt, dass bei uns, die Kolleginnen und Koll-

gen, wir sehr gut eine sehr klare Haltung haben, auch pro öffentlichem Verkehr. Wir nutzen den sehr intensiv, ganz klar, auch weil uns selber interessiert, wie der Verkehr da draußen tatsächlich im echten Leben ist. Wir müssen aber natürlich diejenigen überzeugen, die die Wahlfreiheit haben. D.h. wenn wir auf einer Strecke, einem Tür-zu-Tür-Weg einer Person, für die Bürgerinnen und Bürger bei uns in Schleswig-Holstein, wenn wir da ein Angebot haben, was jetzt nicht total schlecht ist, stellt sich natürlich die Frage, warum nutzt diese Person nicht unser System? Da gehört manchmal fehlende Informationen darüber, über die Fahrtmöglichkeit, dass sie eigentlich gar nicht weiß, wie gut wir sind, vielleicht auch, wie schnell wir sind, wie günstig. Da gehört aber natürlich auch Überzeugung dazu. Wir müssen aus dem Schmuddel-Image hin zu unserem eigentlichen Mehrwert, den wir auch für die Gesellschaft liefern. Das ist nicht nur Daseinsvorsorge im Sinne von Mobilität für diejenigen, die sich möglicherweise kein 2. oder 3. Wagen, vielleicht nicht mal einen Erstwagen leisten können, sondern das ist mehr. Das ist ein Beitrag zum Klimaschutz. Und genau den, zusammen mit vielen anderen Aspekten, auch sozialen, wollen wir den Menschen näher bringen und denen eine konkrete Möglichkeit geben jeden Tag aufs Neue einen Beitrag zu leisten für den Klimaschutz insgesamt.

speaker_SPEAKER_00 (12:13)

Mit der Agentur BEUY, die in diesem Segment sehr umtriebig ist und sehr viel in Sachen Verkehr, Nahverkehr nach vorne bringt, auch in kommunikativer Hinsicht, haben Sie besprochen, wie weit können wir gehen? Sie wagen sich da ein bisschen weiter raus als viele andere. Viele Kampagnen informieren nur über tarifliche An-

gebote und Ähnliches. Wie haben Sie diesen neuen Fokus definiert und was war Ihnen wichtig?

speaker_SPEAKER_01 (12:41)

Ja, wir haben uns als Ziel gesetzt, deutlich zu machen, dass Verkehrswende nur gemeinsam gelingt. Es hilft ja nichts, wenn wir uns tolle Angebote überlegen. Wichtig ist ja, dass die Menschen unsere Angebote auch nutzen. Und daran wird auch ÖPNV am Ende gemessen, logischerweise. Wir fahren ja nicht Eisenbahnzüge, um Eisenbahnzüge zu fahren, sondern um den Menschen ein Angebot zu machen, das sie nutzen können, um ihren Weg, den sie sowieso vorhaben, möglichst klimaschonend zurückzulegen und vielleicht auch überhaupt anzukommen. In dieser Situation standen wir, das deutlich zu machen. Unser Motto ist, ihr fahrt, wir bewegen euch. Und das versuchen wir auch zusammen mit allen Partnern, auch den Aufgabenträgern, also Kreisen, kreisfreien Städten und dem Land, aber auch den Verkehrsunternehmen, als Teil der Bewegung zusammen mit den Fahrgästen umzusetzen. Und wir verstehen uns da als der Mittel(?), um Haltung zeigen zu können, ein Signal setzen zu können. Das ist ja auch manchmal bei Diskussionen im Freundeskreis der Punkt. Wer fährt mit dem ÖPNV? Wer vielleicht mit dem Dienstwagen? Unsere Vision war dabei, über einen längeren Zeitraum dieses Thema zu spielen und die Vision zu verfolgen, das Land Schleswig-Holstein als Vorreiter in Sachen klimafreundliche Mobilität zu machen. Wir haben eine unglaubliche Menge an Strom. Warum diesen nicht auch nutzen? Klimafreundlichen Strom, dafür ist Schleswig-Holstein bekannt. Und insofern unser Ziel, den öffentlichen Verkehr zur bevorzugten Wahl der Menschen zu machen, die eine entsprechende Haltung auch an den Tag legen.

speaker_SPEAKER_00 (14:15)

Haben Sie persönlich, Herr Beck, ein Highlight, was Sie benennen können? Was hat Ihnen an der Kampagne besonders gut gefallen?

speaker_SPEAKER_01 (14:23)

Naja, es gibt ja verschiedene Elemente, die wirklich klasse sind. Und wir versuchen ja auch nah an den Menschen dran zu sein, gar nicht so sehr nur vom Schlipsträger aus zu gehen. Den hätten wir natürlich auch gerne. Aber von der ersten Kampagne im Frühjahr 22, wo wir den Anspruch hatten, „Zeigt Haltung - fahrt, Bahn und Bus“ sind wir jetzt über die Herbstkampagne gegangen. „Ich fahre“ - also auf die Menschen persönlich und werden jetzt nach vorne raus in eine gemeinsame Aktivität kommen, wo es darum geht, wir fahren. Das als gemeinsames Erlebnis mit positiver Stimmung auch zu verbreiten. Und ja, eine Liebeserklärung letztendlich auch an das System. Wir geben da eine Haltung. Das ist unser Dank zurück. Und dabei fand ich eigentlich ganz klasse, das YouTube-Video, was wir kürzlich gedreht hatten im TikTok-Style, wo es darum ging, die Haltungsstellen zu zeigen. Nicht die Haltestelle, sondern die Stelle, wo man sich hinstellt, wenn man Haltung hat. Und zeigt, dass man seine Wahl getroffen hat. Und ich finde, das ist wirklich ein tolles Commitment. Und hat auch etwas mit Überzeugung zu tun.

Katja (15:36)

Viele nutzen aktuell schon Rad und ÖPNV. 30 Millionen Menschen in Deutschland fahren täglich oder mehrfach die Woche Fahrrad. Es sitzen Menschen in Bussen und Bahnen. Aber irgendwie werden diese Menschen, die schon gut unterwegs sind, immer wieder

vergessen. Es wird sich drauf verlassen, dass sie sitzen bleiben im wahrsten Sinne des Wortes. Vielleicht haben auch viele von ihnen keine Wahl, weil der Nahverkehr das Einzige ist, was sie sich leisten können. Sie verdienen mehrere 100 Euro im Monat. Es ist für mich wichtig, die schon zu bestärken, die gut unterwegs sind. Im Ländlichen wird das meist als unmöglich erachtet. Da fährt kein Bus, da wird kein Angebot geboten, was vom Auto auch befreien kann. Dabei wird aber auch oft vergessen, dass es mal ein gutes Angebot gab. Und dass 50 Prozent der Wege im ländlichen Raum im Auto unter 5 Kilometern sind. Und zehn Prozent der Wege sogar unter einem Kilometer. Für mich gilt es, die Balance zu halten. Einerseits zwischen der Ehrlichkeit, die die Bequemlichkeit adressiert, die ins Auto führt. Aber auch mit den Angeboten. Wie sehen Sie diesen Spagat?

speaker_SPEAKER_01 (16:53)

Ja, selbstverständlich. Also befördern, glaube ich, an der Stelle übrigens auch gesamtgesellschaftlich, aber politische Entscheidungsträger in Spitzenpositionen haben auch Vorbildfunktion. Wollten wir auch mit unserer Haltungskampagne unterstützen, dass man sich mindestens mal nicht schämen muss, im ÖPNV unterwegs zu sein, sondern dass das ein selbstverständliches Gut ist, was es in der Schweiz, in Österreich im Übrigen ja ist. Und da sind wir in Deutschland doch noch ein bisschen weg von. Und gerade im ländlichen Raum auch, wobei wir mit der Qualität inzwischen in vielen Stellen, wenn ich mir die Busse mit deren Ausstattung, die Züge mit deren Ausstattung angucke, schon auf einem ganz anderen Niveau sind. Und wo wir noch nachziehen müssen, ist ja das Angebot an sich, also die Fahrtmöglichkeit. Und da wollen wir jetzt mit unserem Projekt, was wir jetzt starten, Pilotprojekt in der

Schley-Region, das ist in der Nähe von Schleswig an der Ostseeküste, versuchen, Mobilität im ländlichen Raum, öffentliche Mobilität, auch Wirklichkeit werden zu lassen. Mobil ohne Auto im ländlichen Raum mit einer Mobilität, ähnlich der in der Stadt. „Du brauchst kein Auto“. Das ist unsere Botschaft. Wenn du uns nutzen möchtest, sind wir für dich da. Und das wird natürlich kein Angebot sein im Sinne eines Drei-Minuten-Taktes auf einer dichten U-Bahn- oder Metrobuslinie in Hamburg meinetwegen. Das ist ganz klar, aber die Zielsetzung, jeden Ort in dieser Region stündlich, 24 Stunden, sieben Tage die Woche, 365 Tage im Jahr anzubinden im Sinne einer Mobilitätsgarantie. Wir garantieren dir, du kommst hin und du kommst weg. Du musst dir nicht Gedanken machen, wenn du dann doch spontan abends ein bisschen länger bleiben möchtest, dass du nicht mehr nach Hause kommst. Das ist ja die Wirklichkeit heute. Deswegen komme ich ja gar nicht auf die Idee, den Bus zu nutzen, weil ich gar nicht weiß, komme ich denn überhaupt noch nach Hause. Mit zwei Busabfahrten pro Tag nur in eine Richtung, morgens um 7.15 Uhr und 8 Uhr nur zur Schulzeit, wird das schwierig. Und insofern kann ich natürlich die Menschen verstehen, die aus diesen Gründen ein eigenes Auto haben. Wir wollen dem etwas entgegensetzen und eben in diesem Pilotprojekt auch natürlich für uns herausfinden, wie man ein attraktives Angebot schafft, das verschiedene Verkehrsträger kombiniert. Bus, Schiene, natürlich On-Demand, natürlich auch Bike-Sharing, Bike-and-Ride etc. Also eine echte Vollverknüpfung der Multimodalität mit einer App im Zielzustand. Wie weit kommen wir damit? Wir werden keine 100 Prozent erreichen. So ehrlich muss man glaube ich auch sein. Aber den Marktanteil deutlich zu steigern, das sollte unser Ziel sein. Nicht nur die Anzahl der Fahrgäste.

Katja (19:45)

Ich sehe das ja, weil ich viel Zeit im ländlichen Raum verbringe. Auch wenn mir das Menschen immer wieder abschreiben wollen. Ich bin ja im Emsland unterwegs bei meinen Eltern. Da sehe ich, meine Eltern sind schon fast die Ausnahme mit nur einem Auto. Eigentlich sind die Haushalte um sie herum so gestrickt, dass jede Person, die im Haushalt wohnt, auch ein Auto hat. Ich würde nicht behaupten, dass alle Autos abgeschafft werden sollten. Aber es gäbe bestimmt die Möglichkeit, den Zwei-, dritt-, Viertwagen zu hinterfragen. Da auch neue Produkte zu gestalten. Sehen Sie, dass da eine Bereitschaft im Ländlichen entsteht, solche Produkte zu nutzen? Sie machen ja auch nicht alles selbst. Sie haben ja gerade schon beschrieben, welche Produkte es bei der NaSH im Angebot gibt. Ich nehme mal an, Sie machen das Sharing von Fahrrädern nicht selber, oder?

Herr Beck (20:39)

Das ist richtig. Das müssen wir auch gar nicht. Darauf kommt es auch gar nicht an. Wichtig ist, dass es einen öffentlichen Verkehr aus einem Guss gibt, dass der Fahrgast einen Zugang hat, möglichst einfach aufs System zugreifen kann. Letztendlich ist das ja genau das, was viele der Web-Anbieter in anderen Branchen auch machen. Und unsere Rolle ist da eher die eines Integrators, eines Organisators, jemand, der die Dinge koordiniert und vorantreibt. Als Verkehrsverbund ist das unsere originäre Rolle. Für den eigentlichen Betrieb gibt es Spezialisten, die das sehr gut können, besser als wir. Und die zusammenzubringen an einen Tisch, das ist unsere Aufgabe. Das machen wir auch schon und hoffen dann, den Menschen draußen ein ÖPNV-Angebot aus einem Guss anbieten

zu können. Tür zu Tür, möglichst einfach, quasi mit One-Click-Buy und One-Click-Write-Funktion. Das wäre eigentlich das Ideale.

Katja (21:40)

Mir ist wichtig, dass regionale Verankerung stattfindet. Ich will nicht mit Konzernen wie Uber oder Google unterwegs sein, sondern mit den Verkehrsunternehmen vor Ort. Es geht mir um Daseinsvorsorge. Die findet nicht statt, da müssen wir auch mal ehrlich sein, wenn wir nur wirtschaftlich agieren. Weil da oftmals gerade Personen mit bestimmten Behinderungen oder mit einem geringeren Einkommen keine Rolle spielen, sondern geschaut wird, wo kommt das Geld denn her. Das 9-Euro-Ticket hat gezeigt, dieser Preis hat einen... Da, wo natürlich auch ÖPNV stattfindet, also nicht dort, wo es keinen ÖPNV gibt. Aber das 9-Euro-Ticket hat dafür gesorgt, dass Menschen ausprobiert haben. Es gab auch Feedback. Ou Katja, ich dachte immer, ich brauch eine halbe Stunde zum Job. Ich hab das ausprobiert mit dem 9-Euro-Ticket. Das ist gar nicht so langsam. Da waren vielleicht noch ein paar Informationen von vor 15 Jahren im Kopf. Aber auch, dass bisher nicht ausprobiert wurde. Die Einladung war also da, wo das Angebot vorhanden ist. Und sie wurde auch angenommen. Wir schauen Sie auf diese drei Monate 9-Euro-Ticket zurück?

Herr Beck (22:49)

Na ja, mit einem lachenden, um einen weinenden Auge, würde ich mal sagen. Lachend insofern, als dass man natürlich feststellen muss, dass es ein Erfolg war. Einfacher Zugang, das ist der Kern letztendlich des 9-Euro-Tickets gewesen, nicht der Preis. Das zeigen alle Marktforschungen. Und natürlich das Verbunden mit einer unglaublichen Marktdurchdringung im Bekanntheitsgrad.

Durch die Presse, durch die Medien, durch die Politik. Das hätten wir ja mit keiner Werbekampagne der Welt erreicht. Das ist natürlich etwas gewesen, wovon wir profitiert haben, das gleichzeitig aber auch, und da komme ich zum weinenden Auge, auch Spuren hinterlassen hat. Es hat aufgezeigt, wo das System an seine Grenzen kommt. Da wissen wir, da müssen wir nachsteuern. Es hat aber natürlich auch dazu geführt, dass wir teilweise sehr schwierige Situationen hatten, auch für die Fahrgäste, die dann eben in solchen überfüllten Zügen waren. Also wir räumen ja wirklich erst dann den Zug, wenn da wirklich keiner mehr reingeht, auch nicht mit Stopfen. Und wenn dann auf dem Bahnsteig eine Frau mit dem Kinderwagen stehen bleibt oder ein Mann mit Kinderwagen, ein Rollstuhlfahrer, wie auch immer. Das ist natürlich dann schwierig, wenn wir dann tatsächlich körperliche Auseinandersetzungen haben im Zuge dessen, weil die Menschen abends nicht mehr zurückkommen. Und wenn wir dann in Situationen kommen, na ja, wo das dann auch nicht nur einmal pro Monat, nicht einmal pro Woche, nicht einmal pro Tag, sondern mehrmals täglich in Schleswig-Holstein passiert und man auch Bahnsteige sperren muss, dann werden die Menschen nicht ins Gleis fallen, weil das doch teilweise sehr plötzlich kam und sich das System nicht vorbereiten konnte. Das finde ich dann natürlich schwierig. Dann haben die Menschen das natürlich einmal ausprobiert. Gut. Das war aber das erste und das letzte Mal. Und sie sind bestätigt worden in ihrer Erkenntnis, dass das nichts für sie ist. Das finde ich schade. Ich glaube, da kann man mit ein bisschen mehr Vorbereitung, mit einer etwas koordinierteren Aktivität mehr erreichen. Nichtsdestotrotz will ich den Erfolg nicht schmälern. Denn das hat ja gezeigt, dass eine kleinteilige Struktur aus Kundensicht nicht das ist, was man wünscht, sondern einen einfachen Zugang, auch damit wir im Wettbewerb mit

anderen Industrien, die von Kunden natürlich auch wahrgenommen werden, überhaupt noch bestehen können.

Katja (24:59)

Jetzt kommt das Deutschland-Ticket. Es ist angekündigt für den 1. Mai 2023. Es heißt Deutschland-Ticket, wo auch, weil die 49 Euro, die es zur Einführung kosten wird, nicht gehalten werden können. Auch da ist eine gewisse Unsicherheit im Preis. Ich muss sagen, ich finde es klasse, weil ich vor 5 Jahren nicht gedacht hätte, wir kriegen es hin, dass wir eine Flatrate haben für Deutschland. Andererseits ist es immer so, dass Katja auch kritisieren muss, wenn Dinge vergessen werden. Das Ticket zu schaffen, setzt am Ende von Nahverkehr an. Ein Ticket, eine Flatrate zu machen, ist toll, aber sie bedeutet auch, das ist kein Ausbau von Angebot. Zudem, und Sie können ergänzen, ist mir aufgefallen, dass Dinge wie Sozialtickets auf Bundesländerebene zurückdelegiert worden sind. Also nicht von Bundesebene aus gleichheitlich gestaltet werden, sondern hier wurde der Drive ein bisschen gebremst, den Schwung, den das 9-Euro-Ticket brachte, auch in die Zukunft zu führen. Wie schauen Sie persönlich auf das Deutschland-Ticket?

Arne Beck (26:26)

Das Deutschland-Ticket wird ja letztendlich die Logik fortsetzen. Das ist gut. Natürlich wird es eine Herausforderung, das so schnell umzusetzen, der wir aber erfolgreich begegnen. Wir könnten auch schon deutlich früher umsetzen. Das liegt ja auch im Moment nicht an den Verkehrsunternehmen oder Verkehrsverbänden, sondern am Gesetzgeber, verbunden mit den Fragen, die auf EU-Ebene zu klären sind. Wir sind startbereit. Bei uns braucht man bloß jetzt auf den Knopf drücken. Aber gut, diese Dinge müssen

geregelt werden. Natürlich zeigt sich da die Herausforderung der Umsetzung von so etwas in einer föderalen Struktur. Das ist jetzt erst mal nichts, was ÖPNV-spezifisch ist, sondern eine generelle Thematik. Gleichzeitig wissen wir auch darum, dass es natürlich Unterschiede gibt in Deutschland. Und vielleicht ist die Kaufkraft in München, das, was man in München verdient, auch etwas anders zu sehen als in anderen Regionen von Deutschland. Und das dann mit einem einheitlichen Ticketpreis zu versehen, okay, das sei dann so. Ich weiß gleichzeitig aber auch, dass natürlich viele Probleme ungelöst sind. Wir würden gerne das Angebot ausbauen. Wir sehen aber, dass das Geld jetzt ins Deutschland-Ticket gesteckt wurde. Und wir fürs Bestandsangebot Sorge haben, nicht genug Geld zu haben. Die Konsequenz wäre dann eine Abstellung von Verkehren. Weniger Angebot. Das wäre natürlich das falsche Signal. Bund und Länder sprechen da noch drüber. Es gibt den ÖPNV-Mobilitätspakt, der bald final besprochen werden soll. Wir hoffen, dass damit endlich mal ein klares Signal kommt. ÖPNV ist langfristig. Wenn wir heute anfangen wollen, eine Bahnstrecke zu bauen, haben wir lange Genehmigungsverfahren. Selbst wenn wir die deutlich beschleunigt bekommen, es braucht schon ein bisschen, die Dinge zu planen, die Bauunternehmen zu beauftragen, eine Schienenstrecke hinzulegen, einen Betrieb aufzunehmen. Das ist nicht etwas, was Sie auf der Shelf im Regal kaufen können. Das sind Spezialanfertigungen, genau wie Flugzeuge übrigens. Jedes Flugzeug ist individuell. Ich hoffe, dass Sie das bei Airbus im Regal kaufen. Dieser zeitliche Vorlauf und die Planungssicherheit, die es da auch braucht, ist etwas, was sehr entscheidend sein wird, um eine Verkehrswende erfolgreich zu gestalten.

speaker_SPEAKER_00 (28:56)

Und hier gibt es die Chance, mit Dr. Arne Beck auf ein Jahr Ampel zu schauen. Etwas mehr als ein Jahr haben wir die Regierung, etwas mehr als ein Jahr die Verkehrspolitik unter Volker Wissing. Welche Lowlights sehen Sie hier? Was möchten Sie besonders herausstellen?

Arne Beck (29:16)

Ja, also das Lowlight hatte ich, glaube ich, gerade eben skizziert. Da hätte ich mir tatsächlich von der Bundesregierung am Ende mehr Commitment, also mehr Zuwendung in Richtung der Mobilitätswende gewünscht. Wir brauchen an der Stelle nicht nur einzelne Projekte. Das Mai bis 24, unser Schlei-Region-Projekt, was ich eben skizziert habe, ist ja auch ein dankenswerterweise vom Bund erheblich gefördertes Projekt. Das sind aber einzelne Maßnahmen, die nur wenige Jahre Dauer haben. Wir brauchen eine langfristig stabile Finanzierung. Wenn wir heute Bahnverkehr bestellen bei Unternehmen, sind das Verträge, die zwölf Jahre Laufzeit haben, wo wir 15 Jahre Gesamtzeit haben, inklusive Vergabe. Und da wäre es schon gut, wenn wir wissen, dass wir die Züge die ganze Zeit auch wirklich finanzieren können. Sonst können wir uns keine mutigen Ausbauentscheidungen erlauben. Den Unternehmen kalkulieren wir natürlich mit berechtigter Weise. Wir brauchen an der Stelle einen Sprung nach vorn. Highlight war natürlich gleichzeitig aber das Deutschland-Ticket mit der Erkenntnis, dass es in diese Richtung geht. Auch dem klaren Commitment der Bundesregierung muss ich sagen, die Digitalisierung auch im Vertrieb massiv voranzutreiben. Und ja, Papiertickets wird es geben. Wir brauchen eine Lösung auch für diejenigen, die Schwierigkeiten haben im digitalen Zugang, sei es ältere oder die aus anderen Gründen, Datenschutzgründen, wie auch immer, das nicht begrü-

ßen. Wir werden aber auch mit der Zeit gehen müssen. Und die Zeit ist eine digitalisierende. Wenn wir da nicht den Anschluss nicht verpassen wollen, ist jetzt allerhöchste Eisenbahn.

Katja (31:02)

Damit haben wir hoffentlich ein bisschen Rückblick und Status quo thematisiert. Ich würde jetzt gern noch den Ausblick nutzen. Wir saßen ja zusammen auf dem Podium, wo ein Wissenschaftler ganz klar hervorgehoben hat, hey, ihr habt euch bis 2030 die Verdopplung von Fahrgastzahlen ins Buch schreiben lassen. Das bedeutet, jeden Tag an diesem Ziel zu arbeiten, denn das ist exponentielles Wachstum. Daher würde ich mich freuen, wenn Sie mal zeigen, was die nächsten Meilensteine sind, auf die alle im Rahmen der NaSH sich freuen können. Aber auch, was Teil von der Diskussion war, als wir uns kennengelernt haben, wie begegnen Sie dem Fachkräftemangel? Denn das hat ja doch sehr viel im Publikum umgetrieben, dass wir ein Problem aktuell haben, weil wir zu wenig FahrerInnen zum Beispiel in der Branche haben. Wie schauen Sie auf die Meilensteine, aber auch auf den Fachkräftemangel?

Arne Beck (32:00)

Die Leute bei uns können sich natürlich auf das Deutschlandticket freuen und auf die Möglichkeit, an unsere Küsten zu fahren. Ich glaube, da wird es viele geben, die aus Hamburg, aber auch aus den anderen Städten ein ganz anderes Erlebnis von Freizeit, von Mobilität genießen werden. Denn lange Reiseweiten kosten ja nichts zusätzlich. Das ist ein Vorteil. Wir hoffen an der Stelle auch die Fahrzeuge, die wir bereits neu einsetzen, zum Beispiel zwischen Lübeck und Kiel mit einer ganz neuen Komfortqualität, mit einer Verdoppelung des Taktes in Teilen - halbstündlich fahren wir

da jetzt auch bis Travemünde Strand teilweise, dass wir da auch wirklich andere Kundengruppen erschließen können. Mehr Verbindungen werden wir anbieten auf vielen Relationen und auch neue Fahrzeuge. Wir werden mit den Akkuzügen, die ich angesprochen habe, deutlich die CO₂-Ziele schneller erreichen. Wir hoffen mit diesem Projekt der Akkuzüge, 55 neue Akkuzüge werden wir einsetzen, auf elf Bahnlagen 10 Millionen Liter Diesel einzusparen und 26.000 Tonnen CO₂. Das wird wirklich etwas sein, was nach uns, auch nach außen hin, glaube ich, sehr zuträglich ist, weil es auch aufzeigt, der ÖPNV ist auch Lösung. Und zwar nicht nur in dem Sinne, dass man ihn direkt nutzt, auch dadurch, dass wir dort mit wenigen Entscheidungen, mit wenigen Fahrzeugen enorm viel CO₂ einsparen können. Und es auch gar nicht so kompliziert sein muss. Wir müssen nicht überall eine Hochspannungsleitung hinbauen beziehungsweise bei uns jetzt auch eine Elektrifizierung, was natürlich auch immer Aufwand ist. Wir elektrifizieren tatsächlich nur ein paar ganz kleine Streckenabschnitte, zusätzlich wenige Kilometer. Und das reicht. Wir werden große Projekte weiter vorantreiben, wie den S-Bahn-Ausbau. Bei uns ist das die S21 zwischen Hamburg und Schleswig-Holstein. Und natürlich im Wesentlichen dieses Mal 24 Projekt vorantreiben. Eine Riesenchance als Reallabor Verkehrswende eigentlich im ländlichen Raum. Dazu gehört diese Mobilitätsgarantie, die ich eben genannt habe. Dazu gehört aber auch die Zielsetzung, eine Pünktlichkeitsgarantie perspektivisch aufzunehmen. Fünf Minuten Verspätung maximal am Zielort, egal wo in Schleswig-Holstein. Das Ganze digital zu gestalten, informieren, buchen und zahlen in Echtzeit. Wir wollen eine NaSH-Plus-App einführen, inklusive Check-in, Be-out. Also, dass man da kaum noch was machen muss. Man checkt sich nur einmal ein, einmal klicken auf dem Handy und das war's. Den Rest macht

die Technik. Fürs Klima wollen wir unterwegs sein emissionsfrei. Das hatte ich bereits skizziert und zwar bis 2030 im Übrigen - das ist auch gesetzlich bei uns festgeschrieben in Schleswig-Holstein - bis 2030 den gesamten Schienenpersonennahverkehr klimaneutral zu kriegen. Da haben wir eine harte Verpflichtung, der wir uns aber auch widmen. Das Ganze im Übrigen in unserer Zielsetzung mit regional erzeugtem Strom. Also nicht irgendwoher, um das Thema Nachhaltigkeit da auch noch mal ein bisschen weiter zu treiben. Und barrierefrei wird viel zu wenig beachtet. Wir sind bereits in Schleswig-Holstein bundesweit das Land mit der höchsten Barrierefreiheit im öffentlichen Personennahverkehr in den Schienenstationen. Wir werden das in Richtung 100 Prozent bringen und neben dem Thema Barrierefreiheit der Infrastruktur auch weitere Elemente integrieren im Bereich Information, Orientierung, auch Blindenleitsysteme etc. Das gilt ja im Übrigen auch nicht nur für Menschen mit dem Rollstuhl mobilitätseingeschränkte, sondern natürlich auch für Menschen, die mit dem Kinderwagen unterwegs sind, mit schweren Gepäck. Kreuzfahrer spielen interessanterweise in Kiel als Top-Kreuzfahrt-Destination in Deutschland eine sehr große Rolle in unserem Verkehr.

Katja (35:50)

Und auch da wäre natürlich meine Frage, woher nehmen Sie das Personal?

Arne Beck (35:54)

Wo ich das Personal hernehme ... viele Menschen hoffentlich, wird es nach Schleswig-Holstein ziehen, die werden den echten Norden stärker in den Blick nehmen. Nein, tatsächlich ist das ein bundesweites Problem und wir brauchen an der Stelle andere Lösungen.

Der ÖPNV als solches, deswegen auch Haltungskampagne, muss ein positives Image haben, eine Attraktivität. Sinnstiftende Arbeit ist das, was wir bieten können. Es wäre schön, wenn wir das auch mit anderen Elementen unterstreichen können, um den Abstand zum Beispiel zur Rüstungsindustrie oder zu anderen Industrien, Automobilindustrie ein bisschen kleiner zu machen. Wir müssen natürlich auch darüber hinaus, das ist aber ein gesamtgesellschaftliches Thema, darüber sprechen, wie wir mehr Arbeitskräfte im System bekommen. Bei einer sehr hohen Arbeitskräftenachfrage ist es natürlich schwierig, wenn das Arbeitskräfteangebot aufgrund der Baby-Boomer-Jahre in Führungsstrichen jetzt zurückgeht. Und da sind wir im Gespräch mit vielen Akteuren, aber auch wir als ÖPNV werden uns da deutlich strecken müssen. Ich hoffe, dass uns da Dinge gelingen. Wir müssen aber auch flexibler werden, denn im Abgleich mit anderen Branchen nicht nur attraktiv zu sein, sondern auch Rahmenbedingungen zu schaffen, die dann, wenn man Arbeitskräfte hat, die optimal einsetzen zu können, gehört eben auch dazu. Und ich glaube, da sind wir an vielen Dingen auch schon gut unterwegs, aber das wird ein Kraftakt. Da muss man sich keinen falschen Ideen hingeben.

Katja (37:38)

Lieber Dr. Beck, ich danke Ihnen für das Gespräch und die Wertschätzung. Das gefiel mir am Ende besonders gut für die echte Schlüsselindustrie. Denn mir missfällt in, ja, mittlerweile viertem Jahr der Pandemie, dass wir da immer noch die Autoindustrie so bezeichnen. Ja, diese ist wichtig für unsere wirtschaftliche Daseinsvorsorge. Wir haben uns sehr abhängig gemacht von dieser Industrie. Aber ich muss sagen, in meiner Zeit in den Verkehrsunternehmen, ich habe unfassbar gerne in den Leitstellen gesessen

und bewundert, wie die Menschen dort, ja, backen ohne Mehl, haben sie es genannt. Also sechs Krankmeldungen morgens um vier und trotzdem fahren die Busse. Das merken die Fahrgäste ja manchmal gar nicht, was da gezaubert wird, damit dieser Service auch bestehen bleibt. Besonders berührt hat mich auch, dass Fridays for Future jetzt zusammen mit den Beschäftigten im Nahverkehr auf die Straße gehen wird, dass dieser Klimastreik zusammengestaltet werden wird. Das ist ein starkes Signal für diese Zukunftsindustrie. Und ich wünsche Ihnen, dass alle Meilensteine erreicht werden und dass vor allen Dingen auch eine Wertschätzung für die Produkte der NaSH entsteht. Danke für das Gespräch.

Arne Beck (38:51)

Vielen, vielen Dank, Frau Diel. Ihnen weiterhin auch gutes Gelingen beim Vorantreiben der Mobilitätswende. Bis dahin.

Katja

Dankeschön.