

## PRESSEMITTEILUNG Nr. 11/2022

---

### **Die UIC, der Internationale Eisenbahnverband, veröffentlicht eine Studie zum Thema “Boosting passenger preference for rail”**

*Neue Tendenzen zeichnen sich ab, denen zufolge die Schiene in der Lage wäre, sich als bevorzugtes Transportmittel der Zukunft zu positionieren und so zur Lösung vieler seit Langem bestehender Herausforderungen im Personenverkehr beizutragen. Der Bericht untersucht den aktuellen Stand des Schienenpersonenverkehrs sowie die von den Bahnunternehmen getroffenen Maßnahmen, um Reisen mit der Bahn wieder auf das Niveau vor der Pandemie zu bringen. Er enthält außerdem eine Liste der möglichen Hebel, die die Bahnunternehmen in der Hand haben, um die während der Pandemie verlorenen Fahrgäste wieder an Bord zu bringen, neue Fahrgäste zu gewinnen und die Bahn als wirkliche Alternative zu Straße und Flugverkehr zu entwickeln.*

(Paris, 13. Juli 2022) Im Anschluss an das Weißbuch zur Wiederaufnahme der Geschäfte nach der Corona-Pandemie mit Empfehlungen für den Sektor (Schwerpunkt Personenverkehr) und aufgrund der kontinuierlichen Arbeit an der „Neuen Normalität“ hat sich die Wiederherstellung des Vertrauens in Reisen mit der Bahn als prioritär herauskristallisiert. Die Arbeiten zur Erstellung des Berichtes haben im Oktober 2021 mit Beiträgen der UIC-Mitglieder begonnen. Zwischen November 2021 und April 2022 wurden ca. 20 Interviews mit UIC-Mitgliedern in Europa, Nordamerika, Asien und dem Nahen Osten geführt - darunter Infrastrukturbetreiber, Bahnunternehmen und Verkehrsbehörden, die um die 75% des Eisenbahnpersonenverkehrs weltweit ausmachen.

#### **Aktueller Stand des Schienenpersonenverkehrs**

Laut des Berichts hat sich der Schienenpersonenverkehr auf der Welt nicht einheitlich erholt. Der durch die Corona-Pandemie schwer betroffene Schienenpersonenverkehr, der vor der Aufhebung der Reisebeschränkungen einen erheblichen Nachfragerückgang verzeichnet hatte, scheint sich in einigen Regionen wie in Teilen von Asien und Osteuropa gänzlich erholt zu haben, während dies in Nordamerika und Westeuropa noch nicht der Fall ist. Bei den Präferenzen der Kunden steht Komfort an erster Stelle für die Wahl der Bahn: die Kunden bevorzugen die Bahn, weil es schnell geht, sie einfach zugänglich ist, und die Preise im Vergleich zu anderen Transportmitteln attraktiv sind. Darüber hinaus hat sich das Reiseverhalten grundsätzlich geändert. Auch wenn die allgemeine Nachfrage gleichbleibt, haben sich die Reisegewohnheiten und -routen aufgrund von Telearbeit sowie neuen Pendlern und dem gestiegenen Bewusstsein für Nachhaltigkeit

gewandelt. Diese Veränderungen werden wohl auch in Zukunft weiterbestehen, so dass Bahnunternehmen ihre Systeme anpassen müssen.

### **Erwartungen der Kunden für 2022**

Untersuchungen zeigen, dass Preise, Sicherheit und das Hauptproduktangebot die maßgeblichen Faktoren für der Auswahl des Transportmittels der Reisenden bleiben. Andere wichtige Faktoren beziehen sich hauptsächlich auf die insgesamt benötigte Zeit, die Reisezeit an sich sowie die Zeit zum Bahnhof, besonders auch die Häufigkeit der Verbindungen. Interessant ist, dass neue Trends wie Nachhaltigkeitsfaktoren nur eine geringe Rolle bei der Auswahl des Reisemittels zu spielen scheinen. Damit Reisende auf die Bahn umsteigen, müssen die Bahnunternehmen sich auf ihr Kernangebot besinnen und einige grundsätzliche Serviceangebote garantieren. Dazu gehören ein flächendeckendes Bahnnetz, das sichere, praktische und zuverlässige Zugverbindungen mit Hochgeschwindigkeit erlaubt.

### **Drei Perspektiven zur Steigerung des Modalanteils der Bahn**

Ausgehend von der Studie gibt es eine Reihe von Maßnahmen, um der Bahn gegenüber den Reisenden den Vorzug zu geben und sie als das Transportmittel der Zukunft zu etablieren.

Zuerst kann das Reisen mit der Bahn wieder auf das Niveau vor der Corona-Pandemie kommen, wenn der Service vollständig und zuverlässig wiederhergestellt wird, wenn das Angebot auf die neuen Kundenanforderungen und -verhaltensweisen angepasst wird und wenn die Kunden über diese Veränderungen durch eine klare und deutliche Kommunikation informiert werden.

Weiterhin können Bahnunternehmen den Personenverkehr steigern, indem sie neue Angebote und differenzierte Preise machen, die Reiseerfahrung durch innovative Technologien und Anwendungen verbessern und integrierte Lösungen für Ticketing und Fahrgastinformationen anbieten. Züge können auch als ein alternatives, umweltfreundliches und leistungsfähiges Transportmittel angeboten werden, insbesondere für kürzere Entfernungen, auf denen sie im Vergleich zum Flugzeug in Bezug auf Zeit und Preis wettbewerbsfähig sind.

Drittens kann der Schienenpersonenverkehr durch strukturelle Maßnahmen gefördert werden, zum Beispiel durch gesteigerte Investitionen in die Infrastruktur und ausgezeichnete Servicequalität, so dass die Schiene eine wirkliche Alternative zu Straße und Flugverkehr wird. Dazu werden wahrscheinlich Investitionen in ein Schienennetz nötig sein, das sich durch eine hohe Streckennetzdichte, Hochgeschwindigkeit und kurztaktige Verbindungen auszeichnet. Kapital muss investiert werden, um Kapazitäten und Servicestandards zu erhöhen, sowohl bei Fahrzeugen als auch bei Infrastruktur und digitalen Technologien.

Die Möglichkeiten für die Bahnunternehmen bestehen, um das Vertrauen der Fahrgäste auf das Niveau vor der Corona-Pandemie wiederherzustellen und Marktanteile zu gewinnen. Bahnunternehmen, die sich auf die Wiederherstellung und Steigerung der Basis ihrer Fahrgäste konzentrieren, die Reisemöglichkeiten fördern und echte Alternativen bieten, haben das Potential zum Erfolg.

Die Studie ist hier erhältlich:

[https://uic.org/IMG/pdf/20220629\\_uic\\_mckinsey\\_boosting\\_passenger\\_preference\\_for\\_rail\\_report.pdf](https://uic.org/IMG/pdf/20220629_uic_mckinsey_boosting_passenger_preference_for_rail_report.pdf)

## KONTAKT

UIC-Abteilung Personenverkehr:

Philippe Lorand, Fachreferent Personenverkehr: [lorand@uic.org](mailto:lorand@uic.org)

UIC-Abteilung Kommunikation: [com@uic.org](mailto:com@uic.org)