

Die Geburt des Verkehrsverbundes Berlin-Brandenburg (VBB)

Kurze Geschichte des VBB mit Blick in die Zukunft

Der Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg (VBB) gehört zu den Nachzügler in der Familie der Verkehrsverbände. Während sich in den alten Bundesländern Verkehrsverbände schon seit den 60er Jahren etabliert haben, konnten die Weichen für einen Verkehrsverbund in der Region Berlin und Brandenburg naturgemäß erst nach dem Mauerfall und der Wiedervereinigung gestellt werden.

Von der erstmaligen Erwähnung eines solchen zu etablierenden Verbundes im Einigungsvertrag 1990 bis zur Ein-

führung des Verbundtarifes im Land Berlin und in großen Teilen des Landes Brandenburg (1999) vergingen neun Jahre. Heute, acht Jahre nach seinem Start, sind die Notwendigkeit und der Gewinn des VBB für Fahrgäste, Verkehrsunternehmen und die Aufgabenträger unumstritten.

In Kooperation mit 42 öffentlichen und privaten Verkehrsunternehmen bietet der VBB über 6 Mio Menschen in der Metropolenregion sowie einer ständig wachsenden Zahl von in- und ausländischen Touristen täglich einen



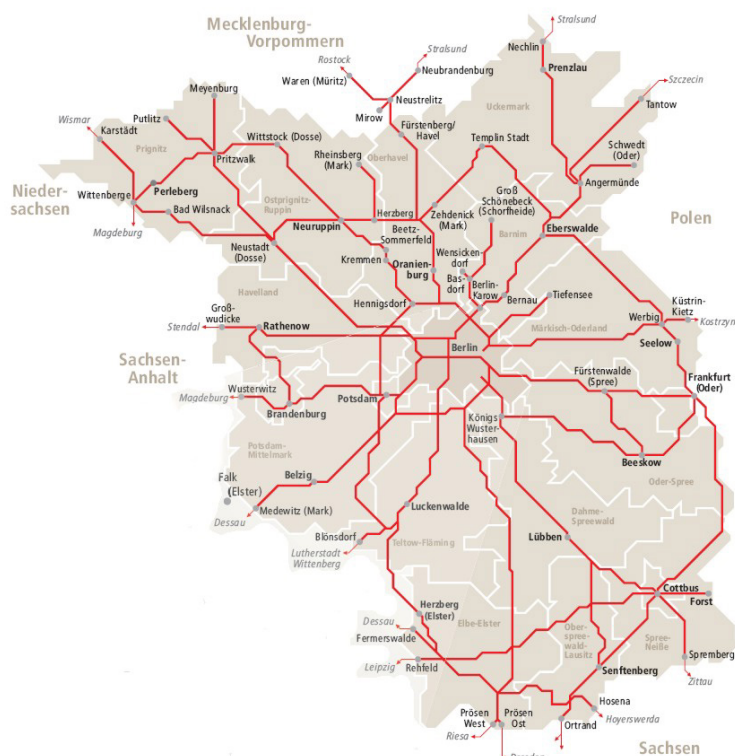
Hans Werner Franz,
Geschäftsführer,
Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg

öffentlichen Nahverkehr mit einheitlichem Tarif, aufeinander abgestimmten Fahrplänen und einer umfassenden Fahrgastinformation.

Berlinisch gesprochen könnte man sagen: „Da kann man nich meckern.“ Das ist das größte Kompliment, zu dem sich der „typische“ Berliner gewöhnlich hinreißen lässt.

Einer für alle – Die Geschichte des Verkehrsverbundes Berlin-Brandenburg

1990 sollte bekanntlich zusammenwachsen, was zusammengehört. Dazu zählte auch die durch den Mauerbau in Mitleidenschaft gezogene Eisenbahninfrastruktur und das insgesamt historisch bedingt auseinander gerissene Nahverkehrssystem in der geteilten Stadt Berlin sowie zwischen Berlin und Brandenburg. Wie dringend notwendig die Schaffung eines Verkehrsverbundes war, um für die beiden Bundesländer ein flächendeckendes ÖPNV-Angebot mit einem einheitlichen Tarif zu schaffen, manifestiert sich im Grußwort in einer der ersten VBB-Publikationen aus dem Jahre 1996. Dort schreibt der Peer Giesecke, Landrat des Kreises Teltow-



Zwei Länder, eine Metropole, ein Verkehrsverbund.

Fläming und Aufsichtsratsvorsitzender: „Mit dem Öffentlichen Personennahverkehr ist derzeit nicht jedermann zufrieden: Hohe Defizite, unbefriedigende Leistungsangebote und Fahrgastenschwund an vielen Stellen machte allen Beteiligten zu schaffen, während viele potentielle Fahrgäste weiterhin per Auto die Straßen verstopfen und die Umwelt belasten.“

Im Dezember 1994 wurde eine Vorbereitungsgesellschaft gegründet, die die Grundlagen der Verbundstruktur aufbaute. Zwei Jahre später wurde am 30. Dezember 1996 der Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg (VBB) ins Leben gerufen. Der Start ins „Verbundzeitalter“ erfolgte am 1. April 1999 mit der Einführung des Verbundtarifes im gesamten Land Brandenburg und Berlin zum 1. April 1999. Mit einer Fläche von 30 000 km² gehört der VBB zu den größten Verkehrsverbänden in Europa.

Struktur und Kernaufgaben der VBB GmbH

Gesellschafter des VBB sind die Länder Berlin und Brandenburg, 14 Landkreise sowie vier kreisfreie Städte. Die wichtigsten Organe des VBB, die **Ge-sellschafterversammlung** und der **Aufsichtsrat**, vereinen Landräte, die Oberbürgermeister der kommunalen Gesellschafter sowie Vertreter der beiden Landesregierungen. Zusätzlich besteht ein **Beirat der Gesellschafter**. Im **Beirat der Verkehrsunternehmen**, einem beratenden Gremium, sind derzeit 42 kommunale sowie private Verkehrsunternehmen zusammengeschlossen.

Zu den Kernaufgaben des VBB gehören das **Tarif- und Vertriebsmanagement, die Vergabe, Planung und Bestellung des Regionalverkehrs im Schienenpersonennahverkehr, die Anschlusssicherung, die Einnahmenaufteilung und Realisierung von Verkehrserhebungen, das Qualitätsmanagement und -controlling sowie unternehmensübergreifende Marketingmaßnahmen mit dem**



Verkehrsknoten Friedrichstraße in Berlin (Bilder: VBB).

Schwerpunkt der umfassenden Fahrgastinformation. Dabei informiert der VBB seine Fahrgäste über alle Kommunikationskanäle: Von den alterhergebrachten Printmedien wie Fahrplanbüchern und Faltblättern bis hin zur modernen Fahrgastinformation per Internet und mobilen Endgeräten wie Pocket PC und Handy.

Übergreifendes Ziel des VBB ist dabei, mehr Menschen für den ÖPNV zu gewinnen und mit dazu beizutragen, das Image des ÖPNV zu verbessern.

Meilensteine des Erfolgs

Seit der Gründung des VBB nutzen kontinuierlich mehr Menschen den öffentlichen Nahverkehr. Zurzeit sind es täglich 3,3 Mio Fahrgäste. Mit seinen 38 Millionen Zugkilometern im Regionalverkehr, 1000 Verkehrslinien und 14.000 Haltestellen ist der ÖPNV wesentlich attraktiver geworden. Die Brandenburger/innen und Berliner/innen erleben heute vieles als selbstverständlich, was früher keineswegs der Fall war: Zum Beispiel dass S-Bahnen und Busse nicht mehr an der Stadtgrenze enden oder dass Fahrgastinformationen zu allen Angeboten der 42 Verkehrsunternehmen per Internet oder Hotline aus einer Hand abgerufen werden können.

Ein Meilenstein bei der Verbesserung der Infrastruktur und damit auch der

Steigerung der Attraktivität des Regionalverkehrs in Berlin-Brandenburg war im letzten Jahr die Eröffnung des Berliner Nord-Süd-Tunnels und des neuen Berliner Hauptbahnhofs. Durch erheblich kürzere Fahrzeiten auf vielen Strecken sind Berlin und Brandenburg, Stadt und Land, näher zusammengedrückt.

Arbeitsschwerpunkte und zukünftige Projekte

Für den VBB ist die Information der Öffentlichkeit über zukünftige Planungen sowie die Einbeziehung von Kundeninteressen von zentraler Bedeutung. Deswegen finden einmal im Jahr in Brandenburg **Regionalkonferenzen** mit den Landkreisen, den Verkehrsunternehmen, Verbänden sowie Vertretern aus Politik und Tourismus statt. Auch in Berlin finden seit 2006 solche Informations- und Diskussionsveranstaltungen statt. Seit Sommer 2005 sorgt das **Fahrgastforum** des VBB für einen intensiveren Dialog zwischen dem VBB, den Fahrgästen sowie Verkehrs- und Umweltverbänden. Mit der jährlich stattfindenden Großveranstaltung **„Tag für die Fahrgäste“** in der Hauptstadt sowie in einer ausgewählten Stadt in Brandenburg hat der VBB eine Art länder- und unternehmensübergreifenden „Tag der offenen Tür für den ÖPNV“ realisiert. Mit einem bunten Bühnenpro-

gramm, Diskussionen und vielen Informationsständen der Mobilitätsverbände und Verkehrsunternehmen lockt der VBB jährlich Tausende von Fahrgästen an. Auf besonders großes Interesse stößt das im Frühjahr 2005 gestartete Projekt **Qualitäts Scouts**, an dem sich über 350 Bürgerinnen und Bürger aus Berlin und Brandenburg beteiligen. Sie informieren den VBB über ihre Beobachtungen in ihrem ÖPNV-Alltag auf ihren privaten und beruflichen Fahrten. Gemeinsam mit den Verkehrsunternehmen werden diese Beobachtungen ausgewertet und

förderten Projekt IMPULS engagiert und Konzepte für alternative Bedienformen entwickelt.

Blick in die nahe Zukunft: Grenzverkehre, Sicherheit und Marketingkampagne

2007 wird der VBB gemeinsam mit seinen Partnern verstärkt Maßnahmen ergreifen, um die Bedürfnisse mobilitätseingeschränkter Menschen bei der VBB-Fahrgastinformation zu berücksichtigen. Das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) hat im

über den ÖPNV informierten, engagiert sich der VBB für ein Pilotprojekt mit Langzeitarbeitslosen, die zu Servicekräften im ÖPNV geschult werden. Weitere zukünftige Arbeitsschwerpunkte des VBB werden die Verbesserung des deutsch-polnischen Eisenbahngrenzverkehrs, die Anbindung des Großflughafens Berlin-Brandenburg International (BBI) sowie eine Marketingkampagne für den ÖPNV sein.

Nachdem das derzeitige VBB-Tarifsystern bald eine Dekade in Kraft ist, steht in der kommenden Zeit eine grund-



Der erste ostdeutsche Bürgerbus fährt in Gransee und Umgebung (Bilder: VBB).

Maßnahmen zur Qualitätsverbesserung ergriffen.

Angesichts des demographischen Wandels und der sinkenden Einwohnerzahlen in Brandenburg entwickelt der VBB alternative Mobilitätsangebote in dünn besiedelten Gebieten. 2005 startete der erste **BürgerBus** Ostdeutschlands in Gransee, ein zweiter folgte 2006 in Belzig. Aufgrund des großen Interesses gab der VBB im Februar 2006 das Handbuch BürgerBus heraus. Der Leitfaden informiert darüber, was bei der Gründung eines BürgerBus-Vereins unbedingt zu beachten ist. Bereits in den vorangegangenen Jahren hatte sich der VBB in einem bundesweit ge-

Jahr 2005 das Forschungsprojekt **„Barrierefreie ÖV-Informationen“ (BAIM)** ins Leben gerufen, an dem sich auch der VBB beteiligt. Es hat eine Laufzeit von drei Jahren und ist insgesamt mit 2,7 Mio ausgestattet. Ziel ist es, dass behindertenrelevante Reisedaten zukünftig bequem per Internet, später auch über mobile Geräte, wie zum Beispiel Handys, abgefragt werden können.

„Service und Sicherheit im ÖPNV“ ist ein weiteres wichtiges Thema für den VBB. In Anlehnung an das zur Fußball-WM gestartete erfolgreiche Projekt der „City Volunteers“, die Touristen und Einheimischen an Verkehrsknotenpunkten

gende Überarbeitung an. Ansonsten wird der VBB genau wie alle anderen Verkehrsverbänden zukünftig mehr denn je mit der Frage befasst sein, wie mit immer weniger Mitteln ein attraktiver ÖPNV finanziert werden kann. Da die Hauptstadt ja bekanntlich zwar sexy, aber arm ist und die Bevölkerung über ein wesentlich niedrigeres Nettoeinkommen verfügt als in den alten Bundesländern, bleibt die spannende Frage, wie der ÖPNV in der Metropolenregion neue Fahrgäste gewinnt und seine Position gegenüber dem Individualverkehr ausbaut.

e-mail: franz@vbb-online.de