

Themenfeld: Verkehr

### **Bundesweite Tagung der Fahrgastbeiräte in Leipzig**

Kooperation und Zusammenarbeit sind zwei Grundpfeiler der Arbeit des LVB-Fahrgastbeirates. Erste Grundlagen im länderübergreifenden Informationsaustausch zwischen den ehrenamtlichen Sprecherinnen und Sprechern von Fahrgastbeiräten initiierten 2015 die Frankfurter Kollegen in Zusammenarbeit mit der Frankfurter Nahverkehrsgesellschaft traffiQ. In diesem Sinne führte der LVB-Fahrgastbeirat in diesem Jahr als Gastgeber mit Unterstützung der Leipziger Verkehrsbetriebe (LVB) und den Frankfurter Kollegen die Idee einer bundesweiten Vernetzung fort. Unter dem Stichwort „Kommunikation und Relevanz“ war es das Ziel, zusammen mit den anwesenden Fahrgastbeiräten konkrete Handlungsempfehlungen im kommunikativen Umgang mit einem „Kundenbeirat“ zu erarbeiten und einen deutschlandweiten Konsens zu erreichen. 25 Teilnehmer von 16 Verkehrsunternehmen und -verbänden von Frankfurt über Hamburg und Berlin bis nach Mühlendorf (Inn) nutzten diese Gelegenheit.

Ein Eckpfeiler der Tagung war der Impuls-Vortrag von Nina Reicke (Sasserath Munzinger Plus, Berlin) über Handlungsfelder und Möglichkeiten in der Ausgestaltung der Kommunikation von Beiräten. Sie stellte dabei die Rolle von Kundenbeiräten innerhalb des Unternehmens in den Fokus und gab einen Einblick, wie sich die Zusammenarbeit zwischen Fahrgastorganisationen und Verkehrsunternehmen gestalten soll. Auch die Leipziger Verkehrsbetriebe stellten ihre vielfältigen Bemühungen in der Kommunikation ihres Fahrgastbeirates den Teilnehmern vor. Anschließend erarbeiteten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer in einem intensiven Austausch verschiedene Vorschläge für eine angemessene Kommunikation nach innen und außen. Die Ergebnisse können grundlegend als Gerüst eines abgestimmten Kommunikationskonzepts verstanden werden, das mit dem eigenen Verkehrsunternehmen individuell angepasst werden kann.

Die Qualität der Kommunikation zwischen Fahrgastbeiräten und Unternehmen stellt sich unterschiedlich dar. Konstruktive Zusammenarbeit, Gespräche bzw. Verhandlungen auf „Augenhöhe“ und damit gegenseitigen Akzeptanz ist der wünschenswerte Zustand. Einige Fahrgastbeiräte sind von dieser optimalen Zusammenarbeit (noch) weit entfernt. Daher war die Verbesserung der Einflussnahme zentrales Thema der ersten Arbeitsgruppe zum Thema Innenkommunikation. Neben der tatsächlichen Beteiligung spielt die Unternehmenskultur eine maßgebliche Rolle. Sie ist der Spiegel der Zusammenarbeit. Um diese zu verändern ist der administrative Rahmen (z.B. Satzung) zu analysieren, Anhörungs- und Informationsrechte sind ebenso zu klären wie Zuständigkeiten. Einig waren sich die Mitglieder der AG darin, dass die Diskussion und die Entwicklung eigenständiger Ziele und Aufgaben notwendig sind. Eine konsequente Arbeit daran bietet die Chance, die Zusammenarbeit grundlegend zu verbessern. Unter Umständen könnte hier die Unterstützung durch andere Organisationen, die im Nahverkehrswesen Verantwortung tragen hilfreich sein.

In der Außenkommunikation waren sich alle einig, dass die Kommunikation über soziale Netzwerke oder die Einarbeitung der Arbeit des Fahrgastbeirats auf der Webseite des Unternehmens/ Verbunds oder auf einer eigenen Webseite mindestens genauso wichtig ist wie eine regelmäßige mit dem Träger abgestimmte Pressearbeit der inhaltlichen Schwerpunkte aus dem Gremium. Eine inhaltliche Auseinandersetzung mit Themen, die den Kunden bewegen, über geeignete Kommunikationsmittel wie eine Webseite oder/ und in Mitarbeiter- und Kundenzeitschriften verschafft dem Beirat eine hohe Glaubwürdigkeit. Dazu gehört auch die Einbindung von Themen des Beirats in Text und Bild in eigene oder gemeinsame E-Mail-Verteiler wie Newsletter. Der Kunde sollte Online über eine E-Mail-Adresse wie Offline über ein Postfach unterschiedliche Möglichkeiten haben, dem Fahrgastbeirat sein Anliegen mitzuteilen, wobei vorab die Handhabung solcher Anfragen gemeinsam mit dem Kundenservice abgestimmt werden sollte. Alle waren sich einig, dass der Umgang mit diesen Kundenanfragen darüber entscheidet, ob der Kunde die Arbeit des Fahrgastbeirats ernst nimmt. Deshalb sollte ein Fahrgastbeirat in möglichst allen verfügbaren Kommunikationsmittel der Verkehrsunternehmen entsprechend eingebunden werden. Dabei ist es notwendig gemeinsam mit dem Unternehmen ein Kommunikationskonzept zu erarbeiten, das auch den Umgang mit Beschwerden regelt und Kommunikationsregeln in der Zusammenarbeit mit dem Fahrgastbeirat im Umgang mit den Anliegen der Kunden aufstellt. Dies könnte auch als weiterer Qualitätsstandard wahrgenommen werden und in die eigene Satzung des Beirats miteinfließen. Die Veröffentlichung

interner Dokumente von der Satzung über Sitzungsprotokolle bis hin zur Beantwortung bereits gestellter Kundenanfragen (FAQ) hilft dem Beirat dabei, seine Arbeit dem Kunden gegenüber zu dokumentieren. In jedem Fall sollte alle Informationen eine Relevanz im Kundendialog aufweisen.

Die Ergebnisse der 2. bundesweiten Tagung der Fahrgastbeiräte sind nach Ansicht der Teilnehmer eine gute Grundlage zukünftiger Kommunikationskonzepte und Handlungsempfehlungen worauf die Fahrgastbeiräte in ihrer Kommunikation Wert legen. „ein kundenorientiertes Unternehmen tut gut daran, mit seinem Beirat konstruktiv zusammenzuarbeiten“, hält Mike Demmig, Sprecher des Leipziger Fahrgastbeirats fest. „Es sollte ihn ernst nehmen, eine offene Kommunikation pflegen, in die betrieblichen Abläufe einbinden und sie an der Produktentwicklung beteiligen.“

Den regen und intensiven Informationsaustausch bewerteten alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer sehr positiv. Das gegenseitige Interesse füreinander zeigt eines: Wir wollen voneinander lernen. Eine Fortsetzung der bundesweiten Tagung im nächsten Jahr wird angestrebt. Ort und Inhalt sind derzeit aber noch völlig offen.

Harald Wagner, Sprecher des Fahrgastbeirats Frankfurt am Main, zog sehr zufrieden Bilanz: „Die bundesweite Vernetzung der Fahrgastbeiräte ist gelungen. Und die Ergebnisse der jetzigen Tagung zeigen, wie wertvoll der Austausch von uns Ehrenamtlichen untereinander ist“.

Demmig und Wagner gehen fest davon aus, dass sich die Tagung jetzt etabliert hat. Sie sind überzeugt, dass auch weitere Verkehrsunternehmen ihre Fahrgastbeiräte zur nächsten Tagung entsenden werden - profitieren sie doch selbst am meisten von einem informierten und kompetenten Beirat.

Bei ihren Verkehrsgesellschaften stoßen die beiden Sprecher auf klare Unterstützung. „Kunden- oder in unserem Fall Fahrgastbeiräte sind keine Selbstverständlichkeit in Dienstleistungsunternehmen. Die Verkehrsbranche ist hier Pionier und Vorreiter. Bereits seit 1997 haben die Leipziger Verkehrsbetriebe einen Fahrgastbeirat. Dieser ist bei wichtigen Fragen Partner, kritischer Begleiter und Berater des Unternehmens“, so Ulf Middelberg, Sprecher der Geschäftsführung der Leipziger Verkehrsbetriebe. Sein Frankfurter Kollege, *traffiQ*-Geschäftsführer Dr. Hans-Jörg v. Berlepsch, ergänzt: „Der Fahrgastbeirat ist manchmal unbequem - aber genau das ist seine Aufgabe. Für uns ist er ein wichtiges Gremium, das *traffiQ* mit kritischer Reflektion und konstruktiven Anregungen hilft, den Frankfurter Nahverkehr im Sinne der Kunden zu gestalten.“