



Gemeinsam mit den Fahrgästen will traffiQ Frankfurt den „Bus der Zukunft“ entwickeln und damit die Kundenzufriedenheit und die Nachfrage weiter steigern (Bild: traffiQ/Anja Jahn).

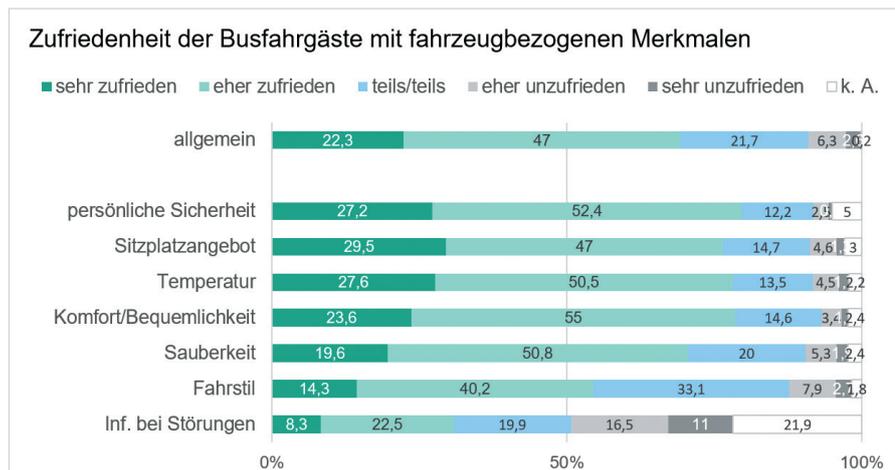
Die städtische Nahverkehrsgesellschaft traffiQ in Frankfurt gestaltet den Bus der Zukunft. Intensive Beteiligung der Fahrgäste soll ein angenehmes Reiseerlebnis sicherstellen.

Der Frankfurter „Bus der Zukunft“ soll Kundinnen und Kunden positiv überraschen und begeistern, sie davon überzeugen, dass es sich lohnt einzusteigen. Schon heute sind die Fahr-

gäste mit den Bussen zufrieden, was die regelmäßigen repräsentativen Fahrgastbefragungen belegen. Kundenanliegen, also individuell empfundene Mängel zum Fahrzeug,

wiederum haben überwiegend die Temperatur zum Thema und vermitteln den Eindruck, dass es in Frankfurt am Main nur zwei Jahreszeiten zu geben scheint: eine Heizungs- und eine Klimaanlagezeit. Die angenehme Temperatur für alle Fahrgäste scheint aus der individuellen Kundenperspektive im Bus offenbar kaum erreichbar zu sein.

Zufriedenheit der Busfahrgäste mit fahrzeugbezogenen Merkmalen (Bild: traffiQ, eigene Fahrgastbefragungen in Frankfurter Bussen, 2019).



Dass traffiQ zusätzlich neue Wege gehen muss, um die heutigen und zukünftigen Anforderungen der Kundinnen und Kunden besser kennenzulernen und ihnen gerechter zu werden, zeigt neben diesem Blitzlicht auf das Merkmal Temperatur zudem die COVID-19 Pandemie. Bedürfnisse wie eine erhöhte Sensibilität für saubere Busse, Abstand und Desinfektion werden sich eventuell auch über die Pandemie hinaus verfestigen.

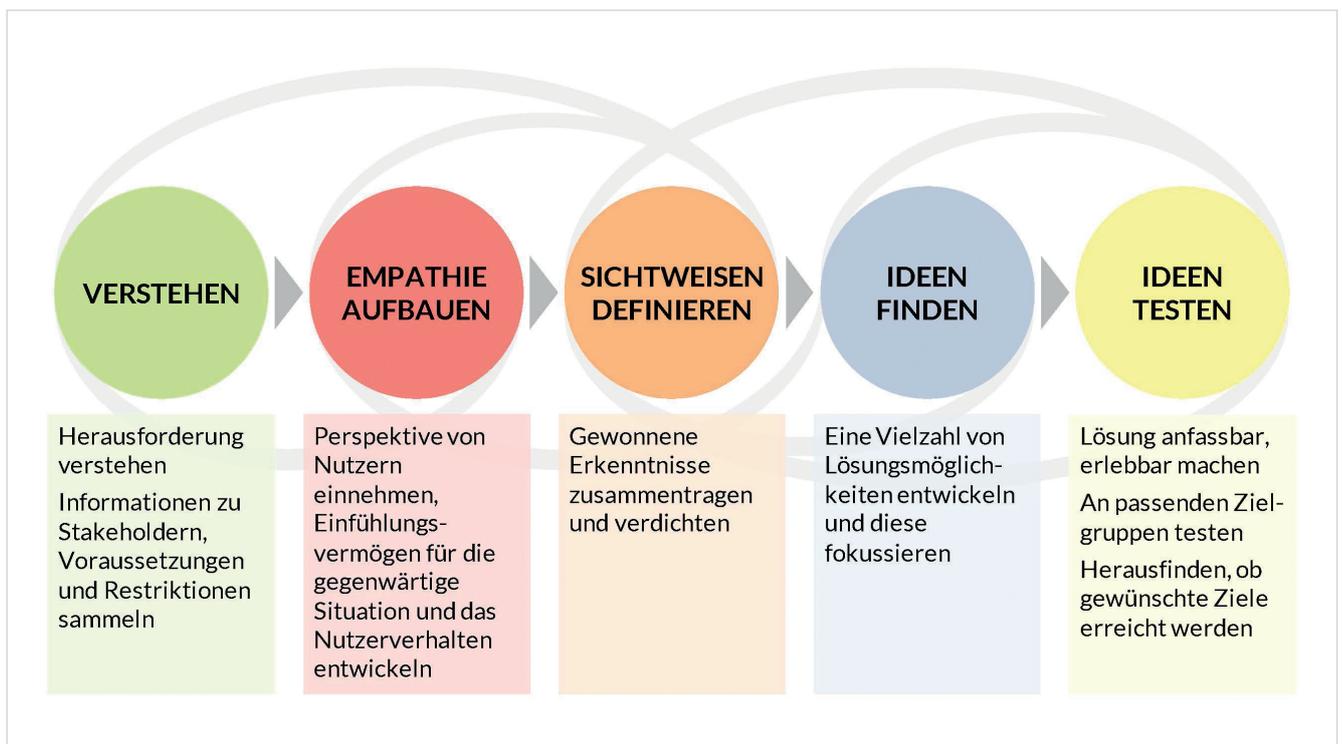
Vor diesem Hintergrund hat traffiQ in der Funktion als Auftraggeberin von Busverkehrsleistungen und Gestalter der Fahrzeuganforderungen das Projekt „Der kundenfreundliche und innovative Bus“ ins Leben gerufen, um mit methodischen Ansätzen wie Design Thinking den Kundinnen und Kunden besonders nahe zu kommen und ein Fahrzeug zu entwickeln, das nicht nur für sie, sondern in diesem Sinne auch mit ihnen „gemacht“ ist. Hierzu wurde in Zusammenarbeit mit dem Projektpartner Mobility Institute Berlin (mib) das Vorgehen in vier Arbeitspakete unterteilt.

Autorinnen:

Christina Gaiser,
Projektleitung Bus der Zukunft,
Rita Machold,
Qualitätsmanagement,
traffiQ Frankfurt am Main

Fahrgäste ins Boot holen: Das zentrale Modul im Projekt

Arbeitspaket 2: Im Kontext der kundenfreundlichen Busgestaltung erweist sich das zweite Arbeitspaket als wichtigster Baustein. Hier werden im Zuge der verschiedenen qualitativen und quantitativen Analysen sowohl Fahrgäste des Frankfurter Nahverkehrs als auch Bürgerinnen und Bürger im Allgemeinen in den Gestaltungsprozess einbezogen. Eine Komponente der erwähnten qualitativen Analyse bildet die teilnehmende



Das Modell des Design Thinking (Bild: mib verändert nach HPI Academy).

Basis für das Projekt: Die aktuellen Anforderungen an Fahrzeuge

Arbeitspaket 1: Im ersten Arbeitspaket werden zunächst die Grundlagen der bisherigen Ausschreibungsunterlagen untersucht und auf deren Veränderungsmöglichkeiten hin überprüft.

Beobachtung, die bereits wichtige Erkenntnisse u.a. zur präferierten Platzwahl liefert.

Neben der teilnehmenden Beobachtung, die durch Mitarbeiter des Projektteams durchgeführt wurde, dienen insbesondere die Erhebung von Reisetagebüchern sowie der angestrebte „Experience Day“ der intensiven Beteiligung der Fahrgäste.

❑ Erhebung von Reisetagebüchern:

Sie hat zum Ziel, mittels der gewonnenen Erkenntnisse aus den beschriebenen Reiseerlebnissen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer erste Problemstellungen und daraus folgende Anforderungen an die Fahrzeuggestaltung zu identifizieren und zu diskutieren. Zur Dokumentation der Busfahrt dient ein Reisetagebuch, das unter Beteiligung verschiedener Experten entwickelt wurde und für die Teilnehmerinnen und Teilnehmer während des Erhebungszeitraums in analoger und digitaler Form zu Verfügung steht.

❑ „Experience Day“:

Im Gegensatz zur Analyse über Reisetagebücher, bei der nur eine begrenzte Anzahl an Personen mitwirkt, stehen mit dem angestrebten „Experience Day“ die Möglichkeiten zur Verfügung, das Meinungsbild über die Fahrzeug(innen)gestaltung über eine größere Masse an Nutzern und Nicht-Nutzern des Nahverkehrs abzufragen. Umgesetzt werden soll dies durch die Ausstellung eines Busses aus der neuesten Frankfurter Busgeneration, aber auch von innovativen und andersartigen Fahrzeugmodellen anderer Hersteller in der Frankfurter Innenstadt. Folglich steht nicht nur die Bewertung der eigenen Fahrzeuge durch Passanten im Fokus des „Experience Days“, sondern ebenso die Identifikation positiver als auch negativer Gestaltungselemente aus den Vergleichsfahrzeugen.

Begleitend aufgearbeitet werden die Ergebnisse der qualitativen Analysen in mehreren internen und externen Workshops. In diesen werden in einem iterativen Prozess, aufbauend auf den für das Projekt stereotypisierten Nutzertypen (z.B. ad-hoc Nutzer Bernd, Seniorin Hildegard), User Journeys entwickelt und geschärft. Die User Journeys dienen dazu, die Erkenntnisse verschiedenen Phasen des Reise-erlebnisses zuzuordnen. Zentral sind hier die Phasen des Ein- und Aussteigens, der Sitz- oder Stehplatzsuche sowie das Fahren im Bus. Mithilfe der User Journeys werden Ideen und Hypothesen u.a. auf Basis der Analyseergebnisse gesammelt und in einem „ungefilterten“ Anforderungskatalog zusammengefasst.

Mittels einer sich anschließenden Online-Umfrage, bei der erneut der Fokus auf eine intensive Kundenbeteiligung gelegt wird, werden die gesammelten Anforderungen durch Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Umfrage in Bezug auf deren Wichtigkeit geordnet. Die Ergebnisse dienen im finalen Workshop dazu, einen „gefilterten“ Anforderungskatalog zu formulieren, der die Priorisierung je Anforderung berücksichtigt und Anforderungen am unteren Ende des Rankings exkludiert. Dieser Katalog bildet im weiteren Verlauf die Grundlage für die Markterkundungsphase.

Beteiligung von Fahrzeugherstellern:

Prüfung der formulierten Anforderungen

Arbeitspaket 3: Um im weiteren Verlauf die Machbarkeit der Anforderung zu verstehen, setzt das dritte Arbeitspaket den Schwerpunkt auf die Zusammenarbeit mit den Fahrzeugherstellern. Konkret geht es um drei Aspekte: Zunächst soll die Umsetzbarkeit der formulierten Anforderungen gemeinsam verifiziert werden. Parallel sind Anforderungen, die noch nicht auf dem Markt verfügbar sind, auf deren Realisierung bzw. Markteinführung hin zu prüfen. Abschließend erfolgt für die relevantesten Anforderungen eine Bepreisung durch mehrere Hersteller. Dies ermöglicht für die Gestaltung des finalen Anforderungskatalogs, die in Arbeitspaket 2 erfassten prioritären Anforderungen einem Preis gegenüberzustellen.

>> Die Vorschläge, Ideen und Anforderungen der Fahrgäste an ein Fahrzeug der Zukunft erhalten einen hohen Stellenwert <<

Auf die Zielgerade einbiegen:

Der neue Anforderungskatalog steht

Arbeitspaket 4: Zuletzt wird über die finale Anforderungsliste entschieden. Grundfragen bilden hier: Welche Anforderungen werden übernommen, welche werden verworfen und über welche muss eine Detailentscheidung getroffen werden?

Abschluss des Projekts bildet schließlich die Ausarbeitung eines finalen Anforderungskatalogs, die sich in einer Aktualisierung der Vergabeunterlagen für die Busleistungen widerspiegelt.

Fazit

Die Vorschläge, Ideen und Anforderungen der Fahrgäste an ein Fahrzeug der Zukunft erhalten einen hohen Stellenwert. traffiQ gestaltet damit für die Menschen in Frankfurt am Main einen Bus, der allen eine angenehme und sichere Fahrt bieten wird.

Das Projekt soll noch im Jahr 2021 zum Abschluss gebracht werden.