Roland Berger

15.04.2019 08:54 CEST

Öffentlicher Nahverkehr kann durch neue Technologien deutlich rentabler werden

- **Im Schnitt deckt der öffentliche Nahverkehr nur rund drei Viertel seiner Kosten selbst, der Rest kommt aus öffentlichen Zuschüssen**
- **Neue Technologien wie Echtzeitdaten, autonome Fahrzeuge und Elektrifizierung können die Kostendeckung auf bis zu 110 Prozent steigern; in Metropolen bis zu 390 Millionen Euro Einsparungen jährlich möglich**
- **Verkehrsbetriebe, Politik, Hersteller und Anbieter von Mobilitätslösungen sollten ein gesamtheitliches System aus öffentlichen Verkehrsmitteln aufbauen**

München, April 2019: Der Öffentliche Personennahverkehr (ÖPNV) gilt bisher als Zuschussgeschäft: Jedes Jahr erhalten die Betreiber mehr als 3 Milliarden Euro aus öffentlichen Kassen, um ihre Kosten zu decken. Der aktuelle Kostendeckungsgrad liegt im Schnitt bei 76 Prozent. Doch das könnte sich mithilfe neuer Technologien bald ändern. In Metropolen ist sogar ein gewinnbringender Betrieb möglich, so das Ergebnis der neuen Roland Berger-Studie *„Nahverkehr rechnet sich – Wie Verkehrsbetriebe durch neue Technologien rentabler wirtschaften können“* (Download).

„Es gibt eine Vielzahl von Möglichkeiten, den öffentlichen Nahverkehr rentabler und gleichzeitig für die Kunden attraktiver zu gestalten“, erklärt Tobias Schönberg, Partner von Roland Berger. Das reicht von der Automatisierung und Elektrifizierung der Fahrzeugflotte über den Einsatz von Robo-Shuttles und Ride-Pooling bis hin zur Nutzung von Echtzeitdaten, etwa zur Reparatur- und Wartungsplanung.

„Nicht alles ist schon einsatz- und marktreif“, sagt Schönberg, „aber die

Entwicklung schreitet schnell voran und die neuen Technologien eröffnen dem öffentlichen Nahverkehr große Chancen, seine Effizienz zu steigern.“ Der Einsatz neuer Technologien könnte in Metropolen zu Kosteneinsparungen von bis zu 390 Millionen Euro führen.

Sieben Ansätze, um Kosten zu senken

Die Roland Berger-Experten haben sieben Ansätze identifiziert, die zu mehr Effizienz in drei zentralen Bereichen des ÖPNV-Betriebs führen können: Fahrzeugbeschaffung, Betrieb und Verkehrssteuerung sowie Marketing und Vertrieb. Jeder Ansatz hat ein unterschiedliches Effizienzpotenzial: Am rentabelsten ist der Einsatz von Echtzeitdaten. Dabei werden technische Fahrzeugdaten direkt an die Verkehrsbetreiber übermittelt, um Probleme schnell zu beheben und lange Wartungsintervalle zu vermeiden (Predictive Maintenance). Allein dadurch lässt sich die Kostendeckung in Metropolen um 7 Prozentpunkte steigern.

Ebenso rentabel ist der Einsatz von flexiblen Robo-Shuttles, etwa auf schlecht ausgelasteten Strecken; dadurch kann sich die Kostendeckung in Großstädten um 5 Prozentpunkte verbessern. Weitere Möglichkeiten bieten die Automatisierung der Flotte, Elektrobusse, Ride-Pooling- und Mobility-as-a-Service-Angebote sowie eine bessere Steuerung der Kapazitäten und der Nachfrage. „Setzen Städte alle vorgeschlagenen Ansätze zeitgleich um, könnte sich die Kostendeckung je nach Größe der Stadt um 10 bis 30 Prozentpunkte verbessern", prognostiziert Andreas Schwilling, Partner von Roland Berger. „Damit ließe sich der öffentliche Verkehrsbetrieb zumindest in den Metropolen rentabel betreiben – ohne Nachteile für die Kunden.“

Dies setzt allerdings ein Umdenken voraus. Die Städte sollten ein klares übergeordnetes Ziel haben: ein möglichst effizientes Gesamtsystem für urbane Mobilität. „Sämtliche öffentliche Verkehrsmittel sollten weiterhin gesamthaft gedacht und als ein vernetztes System gestaltet werden“, sagt Schönberg. „Dann profitieren alle: sowohl die Betreiber, egal ob öffentlich oder privatwirtschaftlich, als auch die Nutzer.“

Roland Berger, 1967 gegründet, ist die einzige der weltweit führenden Unternehmensberatungen mit deutscher Herkunft und europäischen Wurzeln. Mit

rund 2.400 Mitarbeitern in 35 Ländern ist das Unternehmen in allen global wichtigen Märkten erfolgreich aktiv. Die 52 Büros von Roland Berger befinden sich an zentralen Wirtschaftsstandorten weltweit. Das Beratungsunternehmen ist eine unabhängige Partnerschaft im ausschließlichen Eigentum von rund 230 Partnern.

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Roland Berger

Claudia Russo

Head of Marketing & Communications

Germany, Austria and Switzerland

Tel.: +49 89 9230-8190

E-Mail: Claudia.Russo@rolandberger.com

www.rolandberger.com

Kontaktpersonen

Kerstin Hoppe
Pressekontakt
Head of Global Marketing and Communications
kerstin.hoppe@rolandberger.com
+49 89 9230 8575

Raphael Dörr
Pressekontakt
Head of Corporate Communications & PR
raphael.doerr@rolandberger.com
+49 89 9230 8792

Silvia Constanze Zösch
Pressekontakt
Press Contact Global PR
silvia.zoesch@rolandberger.com
+49 89 9230 8750