

Es gilt das gesprochene Wort**Rollmaterial als zentraler Erfolgsfaktor der Zukunft****Neues Rollmaterial für die Regionalverkehr SBB – nur ein „Flirt“?***Paul Blumenthal, Leiter SBB-Personenverkehr*

Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Medienschaffende

Die Eisenbahn ist eine Welt der Abkürzungen. Die Abkürzung „Flirt“ ist da ein weiteres Beispiel in einer langen Reihe von zum Teil kryptischen Bezeichnungen, die nur von Bahninsidern entziffert werden können. Da kann das Kürzel „Flirt“ geradezu als Glücksfall bezeichnet werden. Sicher, unsere zukünftigen Fahrgäste werden nicht das Rätsel lösen und vom „Flinken leichten innovativen Regional-Triebzug“ sprechen. Für sie wird es einfach ein Flirt sein. Ein modernes, bequemes Fahrzeug für den öffentlichen Verkehr, das ab Dezember 04 schrittweise das Gesicht der Stadtbahn Zug und der Regio S-Bahn Basel prägen wird. Und ganz schnell werden sie sich an den neuen Standard gewöhnen und bald macht die anfängliche Begeisterung nach und nach den Alltagsgefühlen Platz. Wenn Sie jetzt glauben, gewisse Parallelen zum eigentlichen „Flirt“ festzustellen, ist das gut so. Denn Emotionen sind ständiger Begleiter bei der Einführung von neuem Rollmaterial. Da liegen bei Fahrgästen und Bahnprofis Lust und Frust ganz nahe beisammen. Ganz genau gleich, wie am Anfang einer romantischen Bekanntschaft.

Sie können sich vorstellen, dass für mich als Verantwortlicher der Division Personenverkehr neben Emotionen auch die Faktenebene eine zentrale Rolle spielt. Die Evaluation von Rollmaterial für den Fern- und Regionalverkehr ist ein äusserst komplexer Vorgang. Die Wahl der Fahrzeuge muss einerseits den tatsächlichen Kundenbedürfnissen entsprechen und andererseits die mittelfristige Unternehmensstrategie der Unternehmung abbilden. Beide Anforderungen erfüllt der Flirt.

Die gestaffelte Inbetriebnahme der Flirts findet in einer Zeit statt, die durch steigende Kundenanforderungen bezüglich Komfort und Leistungsfähigkeit geprägt sind. Zusätzlich sehen sich Kantone und Gemeinden - als Besteller von Regionalverkehrsleistungen - mit wachsendem Spardruck konfrontiert, der sämtliche Bereiche des Kantons- und Gemeidewesen erfasst. Damit wird auch der finanzielle Spielraum für den Regionalverkehr auf der Schiene stark eingeschränkt.

Pressekonferenz Roll-Out FLIRT

Bussnang, 4. Juni 2004

Zwischen 2001 und 2003 hat sich die Abgeltung (CHF pro Zugskilometer) von CHF 9.35 auf 8.29 reduziert.

Es ist klar, dass sich die SBB mit diesen erschwerten Rahmenbedingungen intensiv befasst und die Konzepte entsprechend ausrichtet. Grundsätzlich basiert die Strategie des Regionalverkehrs SBB auf den folgenden drei Säulen.

- Produktivität
- Wachstum
- Qualität

Bedingt durch den steigenden Kostendruck, rückt jedoch die Produktivität mehr und mehr ins Zentrum der Aufmerksamkeit. Nur wenn es uns gelingt, die sinkenden Abgeltungen mit mehr Effizienz zu kompensieren, hat der Regionalverkehr auf der Schiene eine Zukunft und nur so können grössere Angebotsreduktionen verhindert werden. Die konsequente Kostenorientierung betrifft sämtliche Bereiche des Regionalverkehrs SBB. Von der Beschaffung, über die Wartung bis zur Distribution werden alle Prozesse durchleuchtet und angepasst.

Beim kostengünstigen Unterhalt und dem optimalen Verhältnis zwischen Investitionen und Nutzfläche weist der Flirt klare Vorteile auf. Diese Optimierungspotenziale werden konsequent ausgeschöpft – davon profitieren auch die bestellenden Kantone. Die Einführung der ersten Etappe von Bahn 2000, sorgt neben den Produktivitätsüberlegungen für den nötigen Wachstumsschub im Fern- und Regionalverkehr. Ab dem 12. Dezember 2004 setzt die SBB ein neues Angebotskonzept um, das auf einen Schlag im Personenverkehr 14% mehr Zugskilometer und 12% mehr Züge bringen wird. Gesteuert wird dieser Quantensprung im öffentlichen Verkehr durch einen Fahrplan, der zu 90% umgestaltet und weitreichend verbessert wurde.

Der Flirt muss sich also rasch in die Regionalfahrzeugflotte der SBB integrieren und die hohen Erwartungen von Fahrgästen, Bestellern und Management erfüllen – keine leichte Aufgabe. Zusammen mit Ihnen und unseren Kunden freue ich mich auf die neuen Fahrzeuge.

Der „Flirt“ ist also keine flüchtige Bekanntschaft – es ist eine langfristige Beziehung mit Zukunft.

Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit.