

**Überlandbusse** bieten den Fahrgästen wegen der längeren Fahrzeiten im Regionalverkehr mehr und bequemere Sitzplätze. Dafür sind die Türen schmaler und es gibt weniger Stehplätze.

Folgende Bauformen unterscheidet man bei den **Überlandbussen**:

- Niederflurbusse mit stufenlosem Einstieg wie bei Stadtbussen, aber mit schmälere Türen und mehr Sitzplätzen;
- Hochbodenbusse mit mehreren Einstiegsstufen und reisebusähnlichem Komfort;
- Low-Entry-Busse, die im vorderen Wagenteil in Niederflurbauweise ausgeführt sind. Kurz vor der Hinterachse steigt dann der Wagenboden in mehreren Stufen an. So kann der Motor wie bei einem Hochbodenfahrzeug angeordnet werden. Diese Busse stellen daher eine Kombination aus Niederflur- und Hochbodenfahrzeug dar.



Normalbus in Überlandausführung

Übliche Fahrzeugbauarten sind bei den **Linienbussen**:

- |               |  |
|---------------|--|
| Minibus:      | Transporteraufbau mit Frontmotor, Fahrzeuglänge zwischen 7,0 und 8,5 m, zwei (drei) Achsen, eine oder zwei Türen, (Teil-) Niederflur- oder Hochbodenbauweise |
| Midibus:      | Fahrzeuglänge zwischen 8,5 und 10,5 m, zwei Achsen, zwei Türen, Niederflurbauweise   |
| Normalbus:    | Fahrzeuglänge zwischen 10,5 und 13,0 m, zwei Achsen, zwei oder drei Türen, Niederflur-, Low-Entry- oder Hochbodenbauweise                                    |
| Großraumbus:  | Fahrzeuglänge zwischen 13 und 15 m, drei Achsen, zwei oder drei Türen, Niederflur-, Low-Entry- oder Hochbodenbauweise  |
| Gelenkbus:    | Fahrzeuglänge zwischen 18,0 und 18,75 m, drei Achsen, Gelenk nach der zweiten Achse, drei oder vier Türen, Niederflur- oder Low-Entry-Bauweise               |
| Doppeldecker: | Fahrzeuglänge zwischen 11,8 und 13,7 m, zwei oder drei Achsen, zwei Ebenen, zwei oder drei Türen   |



Minibus



Gelenkbusse

Neben diesen handelsüblichen Fahrzeugtypen werden für spezielle Beförderungsaufgaben auch besondere Fahrzeuggrößen eingesetzt. Für den Einsatz dieser Fahrzeuge ist eine **Sondergenehmigung** erforderlich:

- |                  |  |
|------------------|--|
| Lang-Gelenkbus:  | Fahrzeuglänge etwa 21 m, vier Achsen (zweiachsiger Nachläufer), vier Türen, Niederflurbauweise |
| Doppelgelenkbus: | Fahrzeuglänge etwa 25 m, vier Achsen, zwei Gelenke, vier oder fünf Türen, Niederflurbauweise   |

Die Arbeitszeit eines Omnibusfahrers darf grundsätzlich nicht länger als 48 Stunden pro Woche sein. Allerdings darf sie auf bis zu 60 Stunden verlängert werden, wenn sichergestellt ist, dass innerhalb von vier Monaten oder 16 Wochen im Durchschnitt 48 Stunden pro Woche nicht überschritten werden.

Die EU-Sozialvorschriften gelten grundsätzlich für alle Arten des gewerblichen Omnibusverkehrs, außer für den innerdeutschen Linienverkehr bis 50 km Länge. Für diesen Sonderfall gibt es einige wichtige Ausnahmen. Obwohl die Sozialvorschriften Gegenstand von Verordnungen der Europäischen Union sind, gelten sie nicht nur innerhalb der EU, sondern auch im grenzüberschreitenden Verkehr in die Schweiz sowie nach Liechtenstein, Norwegen und Island.

### 3.4.1 Vorschriften für alle Verkehrsarten (außer Linienverkehr bis 50 km)

Die betreffenden Vorschriften finden sich in den EU-Verordnungen 561/2006 und 1073/2009. Eigentlich hat die Verordnung 1073 gar nichts mit den Sozialvorschriften zu tun. Aber sie enthält in Artikel 29 eine Ergänzung der Verordnung 561.

#### 3.4.1.1 Lenkzeiten und Lenkzeitunterbrechungen

Ein Omnibusfahrer darf höchstens 4 ½ Stunden am Stück lenken. Danach muss er eine Fahrtunterbrechung einlegen. Eine **Fahrtunterbrechung** definiert die Verordnung als einen

„(...) Zeitraum, in dem der Fahrer keine Fahrtätigkeit ausüben und keine anderen Arbeiten ausführen darf und der ausschließlich zur Erholung genutzt wird (...)“.

In der Praxis verwendet man häufig auch den Begriff **Lenkzeitunterbrechung**, abgekürzt LZU. Die Unterbrechung muss mindestens 45 Minuten dauern. Während dieser Zeit darf der Fahrer nicht arbeiten, also beispielsweise auch keinen Kaffee für seine Fahrgäste kochen.

Bei einer **Mehrfahrerbesatzung** (siehe S. 87) kann die Fahrtunterbrechung auf dem Beifahrersitz im fahrenden Bus stattfinden. Aber auch dann gilt: Der freihabende Fahrer darf nicht arbeiten!

Die vorgeschriebene Fahrtunterbrechung kann aufgeteilt werden. Dabei muss der erste Teil mindestens 15 Minuten und der zweite Teil mindestens 30 Minuten dauern. Die 30-minütige Fahrtunterbrechung muss spätestens nach 4 ½ Stunden Lenkzeit eingelegt werden. Wann die 15-minütige Unterbrechung stattfindet, ist gleichgültig – sie muss nur vor der 30-minütigen Pause liegen.

Theoretisch könnte der Fahrer beispielsweise schon nach zehn Minuten Fahrt den ersten Teil seiner Fahrtunterbrechung einlegen. Der zweite Teil folgt dann nach spätestens 4 ½ Stunden Lenkzeit.

Wichtig ist: Sobald 45 Minuten Lenkzeitunterbrechung eingelegt wurden, beginnt ein neuer Lenkzeitblock. Ab dieser Fahrtunterbrechung wird wieder neu gerechnet. Der Fahrer kann nun also abermals bis zu 4 ½ Stunden ununterbrochen am Steuer sitzen.

#### Tägliche Lenkzeit

Pro Tag darf ein Omnibusfahrer höchstens neun Stunden lenken. Zweimal pro Woche kann die Tageslenkzeit auf zehn Stunden erhöht werden. Auch der Begriff Woche ist in der Verordnung beschrieben. Dieser bezeichnet „(...) den Zeitraum zwischen Montag 00.00 Uhr und Sonntag 24.00 Uhr (...)“.

#### Wöchentliche Lenkzeit

Die wöchentliche Lenkzeit ist auf 56 Stunden beschränkt. In zwei aufeinanderfolgenden Wochen beträgt die zulässige Lenkzeit maximal 90 Stunden.

#### 3.4.1.2 Tägliche Ruhezeiten

Die tägliche Ruhezeit steht in engem Zusammenhang mit der zulässigen Länge einer Arbeitsschicht. Dabei geht die Verordnung von einem 24-Stunden-Zeitraum aus, in dem die Arbeitsschicht und die tägliche Ruhezeit liegen müssen. Der Begriff **Ruhezeit** bezeichnet einen „(...) ununterbrochenen Zeitraum, in dem der Fahrer frei über seine Zeit verfügen kann (...)“.

#### Regel-Tagesruhezeit

Aus der Verordnung ergibt sich, dass die Arbeitsschicht eines Omnibusfahrers grundsätzlich höchstens 13 Stunden betragen darf. Spätestens dann muss er eine Ruhezeit von mindestens elf Stunden einlegen.

	Arbeitsschicht	Ruhezeit
vorhergehende Ruhezeit	< höchstens 13 Stunden >	< mindestens 11 Stunden >
	24-Stunden-Zeitraum	

In der Praxis wird dieser Zielkonflikt so klein wie möglich gehalten, indem über den Tag hinweg nur zwei, höchstens drei verschiedene Fahrzeitprofile angelegt werden.

### Wendezeit

Wendezeiten sind Aufenthaltszeiten an Endstationen. Sie werden zum Ausgleich von Verspätungen und für Pausen des Fahrpersonals genutzt. Verspätungsanfällige Linien brauchen ausreichende Wendezeiten, damit der Fahrer aufgelaufene Verspätungen nicht auf die nächste Fahrt mitnimmt.

### Wagenumlaufzeit

Die Wagenumlaufzeit gibt an, welche Zeit ein Bus für die **Hin- und Rückfahrt einschließlich der beiden Wendezeiten** an den Endstationen benötigt. Die Wagenumlaufzeit geteilt durch den Fahrplantakt ergibt (aufgerundet) die Anzahl der mindestens für den Betrieb der betreffenden Linie notwendigen Fahrzeuge.

#### Beispiel

Endstation A	ab	08:05	08:20	08:35	08:50	09:05	09:20	09:35
Endstation B	an	08:29	08:44	08:59	09:14	09:29	09:44	09:59

Endstation B	ab	08:35	08:50	09:05	09:20	09:35	09:50	10:05
Endstation A	an	08:59	09:14	09:29	09:44	09:59	10:14	10:29

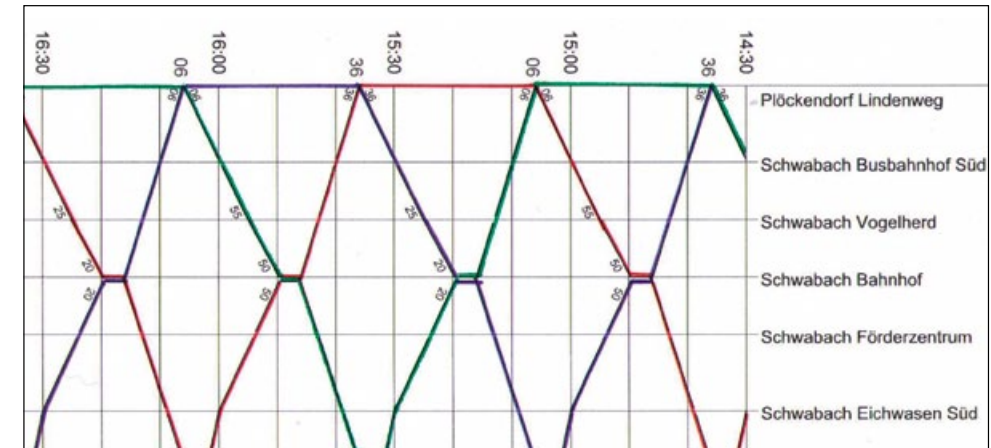
Die Wagenumlaufzeit beträgt in diesem Fahrplan 60 min. Die Busse verkehren im Abstand von 15 min. Der Wagenbedarf berechnet sich wie folgt:  
 Wagenumlaufzeit 60 min : Fahrplantakt 15 min = 4 Fahrzeuge

### Grafischer Fahrplan

Ein wichtiges Hilfsmittel bei der Gestaltung von Fahrplänen ist der **grafische Fahrplan**. Er ist als Weg-Zeit-Diagramm angelegt und bietet den Vorteil, dass der Bearbeiter beide Fahrtrichtungen gleichzeitig überblickt. (*Grafik Seite 103*).

### 3.7.2 Dienstplangestaltung

Bevor der Planer die Dienstpläne für die Fahrer erstellen kann, muss er die einzelnen Fahrten des Fahrplans zu einem **Wagenumlaufplan** verknüpfen. Dabei verfolgt er das Ziel, mit möglichst wenigen Fahrzeugen auszukommen. Als Wagenumlauf bezeichnet man die Summe der Fahrten, die ein Omnibus vom Ausrücken bis zum Einrücken auf den Betriebshof



Graphischer Fahrplan

absolviert. Werden bei der Gestaltung des Umlaufs Fahrten von nur einer Linie verknüpft, dann spricht man von einem **linienreinen Wagenumlauf**. Es ist aber auch möglich, Fahrten verschiedener Linien zu einem Wagenumlauf zu verknüpfen. Dann handelt es sich um einen **linienübergreifenden Wagenumlauf**.

Im Stadtverkehr mit einem dichten Taktfahrplan setzt der Planer die Fahrer auf einem bestimmten Zeitabschnitt des Wagenumlaufs ein und löst sie ab, wenn sie ihre zulässige Lenkzeit erreicht haben (fliegender Wechsel). So kann es sich ergeben, dass ein Fahrer während eines Dienstes mehrere Fahrzeuge steuert.

Im Regionalverkehr werden die Wagenumläufe hingegen so angelegt, dass sie als ein Dienst gefahren werden können. Der Fahrer rückt also mit dem Bus aus und nach Dienstende auch wieder ein.

Bei der Gestaltung der Dienstpläne sind selbstverständlich die Vorgaben der Fahrpersonalverordnung und des Arbeitszeitgesetzes einzuhalten.

### 3.7.3 Fahrgastinformation

Klassische Informationsmittel für den Fahrgast sind der **Aushangfahrplan**, der die Abfahrten an einer bestimmten Haltestelle angibt, sowie das **Fahrplanbuch**, in dem die Abfahrtszeiten ganzer Linien dargestellt werden.

Mittlerweile bieten elektronische Fahrpläne die Möglichkeit, individuelle Transportketten zusammenzustellen (**persönlicher Fahrplan**). ITCS-Systeme (siehe Kapitel 3.6) liefern ergänzende Informationen über Fahrplanabweichungen und Wartezeiten.

## 5 Marketing

Das Marketing ist eine zentrale Säule der Unternehmensführung. Es geht dabei darum, das Unternehmen auf die Interessen des Marktes auszurichten. Aufgabe des Marketings ist es also Wünsche, Erwartungen oder Bedürfnisse der Kunden zu erkennen und zu bedienen. Dazu bedarf es einer ständigen Marktbeobachtung, um Veränderungen frühzeitig erkennen zu können. Vorlieben und Wünsche der Kunden unterliegen einem konstanten Wandel. Wer sich als Unternehmen rechtzeitig anpasst, verschafft sich einen Wettbewerbsvorteil gegenüber der Konkurrenz.

Erfolgreiches Marketing orientiert sich an Zielen. Es bedarf einer Strategie, die mithilfe verschiedener Werkzeuge (**Marketinginstrumente**) in die Tat umgesetzt wird. Diese Werkzeuge (die „vier P“) sind

- Produktpolitik (**P**roduct),
- Preispolitik (**P**rice),
- Kommunikationspolitik (**P**romotion),
- Distributionspolitik (**P**lace).

### 5.1 Produktpolitik

Die Produktpolitik beschreibt alle Entscheidungen, die die Gestaltung der Produkte beziehungsweise Dienstleistungen des Unternehmens betreffen.

Im **Omnibusreiseverkehr** geht es um die Gestaltung einer Busreise. Die relevanten Merkmale sind Fahrzeugqualität, Zielgebiete, Unterkunft, Fahrtstrecke, Bordservice etc. Im **Linienverkehr** wird das Produkt mehr durch den Transportprozess beschrieben. Dabei sind Beförderungsdauer, Komfort und Zuverlässigkeit entscheidende Merkmale.

Die wesentlichen Elemente der Produktpolitik sind

- die Eigenschaften des Produkts (Qualität),
- die Ausstattung des Produkts (Design),
- die Ausprägung einer Marke,
- die Einordnung eines Produkts in ein Sortiment sowie
- Service und Dienstleistungen, die mit dem Produkt verbunden sind.

### 5.2 Preispolitik

Im Rahmen der Preispolitik geht es darum, den optimalen Preis für die Produkte und Dienstleistungen eines Unternehmens zu finden. Der optimale Preis ist der Preis, den der Kunde gerade noch bereit ist zu bezahlen. Die wichtigsten Einflussfaktoren für die Bildung des Preises sind die Selbstkosten und der Wettbewerb.

Der Preis hat den Vorteil, dass er ein direkt erkennbares Merkmal des Produkts ist. (Anders als etwa die Qualität, die der Kunde erst hinterher beurteilen kann). Er dient dem Kunden als Orientierungshilfe.

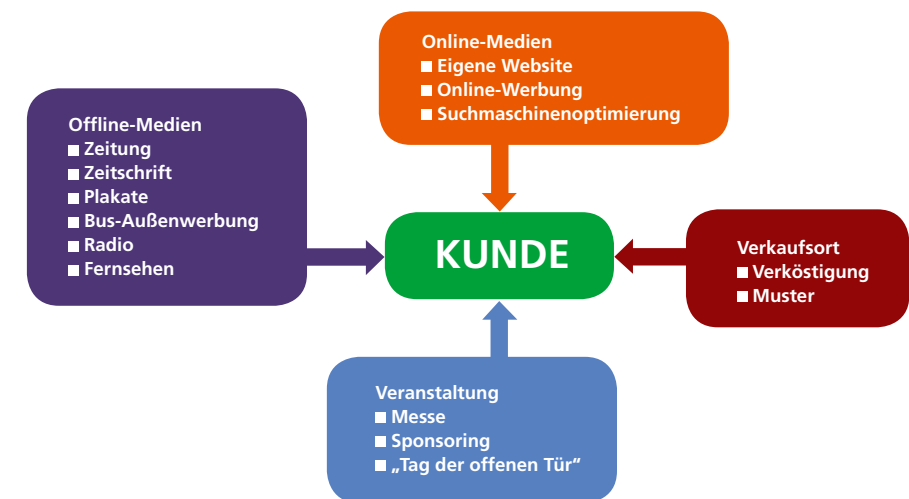
Die Preispolitik bietet viele Gestaltungsmöglichkeiten, wie beispielsweise Saisonpreise im Mietomnibusverkehr oder Rabatte für Firmenkunden.

### 5.3 Kommunikationspolitik

Die entscheidenden Elemente der Kommunikationspolitik sind

- Werbung,
- Verkaufsförderung und persönlicher Verkauf,
- Messen und Veranstaltungen,
- Sponsoring und
- Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations).

Die Kommunikationspolitik muss sich auf die Frage ausrichten, wie und warum die Zielkunden eine Kaufentscheidung treffen und wer oder was die Entscheidung positiv oder negativ beeinflussen kann



Kommunikationswege