

# Vandalismusprävention, Sicherheit und Kundenzufriedenheit – im ÖPNV

## Idee eines Masterplanes

## ÖPNV- Akademie

- Problembeschreibung und Definition
- „Traditionelle“ Lösungsansätze
- Entwurf eines integrierten Lösungsansatzes

# Problembeschreibung

- 50 Mio. €/a Schäden bei der Bahn (46 tsd. Fälle)
- Geschätzt bundesweit weit über 100 Mio. €/a
- Schäden rund 15 Mio. € p/a im VRR
- Hohe Dunkelrate der Schäden (z. B. durch Scratching)
- Gefährliche Trends (z. B. Etching)
- Beschwerden, unzufriedene Kunden, schlechtes Image
- Beeinträchtigung des subjektiven Sicherheitsgefühls insbesondere in den Abendstunden (Angst und Vermeidungsverhalten)
- Bedrohung und Aggressionen gegen das Fahrpersonal
- Steigender Wettbewerb und definierte Anforderungen



# Definition

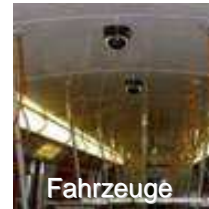
## Masterplan:

- „Ausdruck für eine Übersicht über die geplanten einzelnen Schritte und Meilensteine zur Umsetzung einer Strategie oder zur Erreichung eines Ziels“.
- „Oft ist ein Masterplan sowohl eine Diskussionsgrundlage, eine Vision als auch eine Strategie.“

Quelle: wikipedia.de



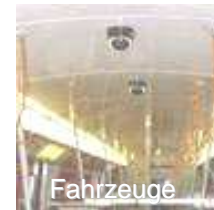
- Videotechnik
- Sicherheitspersonal
- Kunststofffolien
- Bestuhlung
- Unempfindliche Oberflächen
- Vandalismusfeste Bauweisen
- Broken-Windows-Theorie  
(Zimbardo 1969; Wilson, Kelling 1982)
- Repression/Strafverfolgung § 303 Abs. 1-3 StGB



## Provokante Hypothesen:

In der Mehrzahl und insbesondere bei kleineren Verkehrsunternehmen herrschen folgende Zustände/Einstellungen/Ziele vor:

1. Ziele im Bereich der Vandalismushöhe, der Kundenzufriedenheit (Sicherheit) oder dem Beschwerdeverhalten, die zu einem bestimmten Zeitpunkt erreicht werden sollen, sind nicht definiert.
2. Es existieren keine detaillierten Kenntnisse über Art, Höhe, räumliche und zeitliche Verteilung der Vandalismusschäden.
3. Es kommen fast ausschließlich traditionelle Maßnahmen zur Vandalismusprävention zur Umsetzung. Dies geschieht mehrheitlich nach dem „Gießkannenprinzip“ oder „aus dem Bauch“ heraus.



Polizei



Aus unzureichenden Kenntnissen folgt fast zwangsläufig:

„shit in, shit out!“

bezogen auf eine strategische, zielorientierte und effiziente Vandalismusprävention.

## Ausgangshypothesen:

In der Mehrzahl und insbesondere bei kleineren Verkehrsunternehmen herrschen folgende Zustände/Einstellungen/Ziele vor:

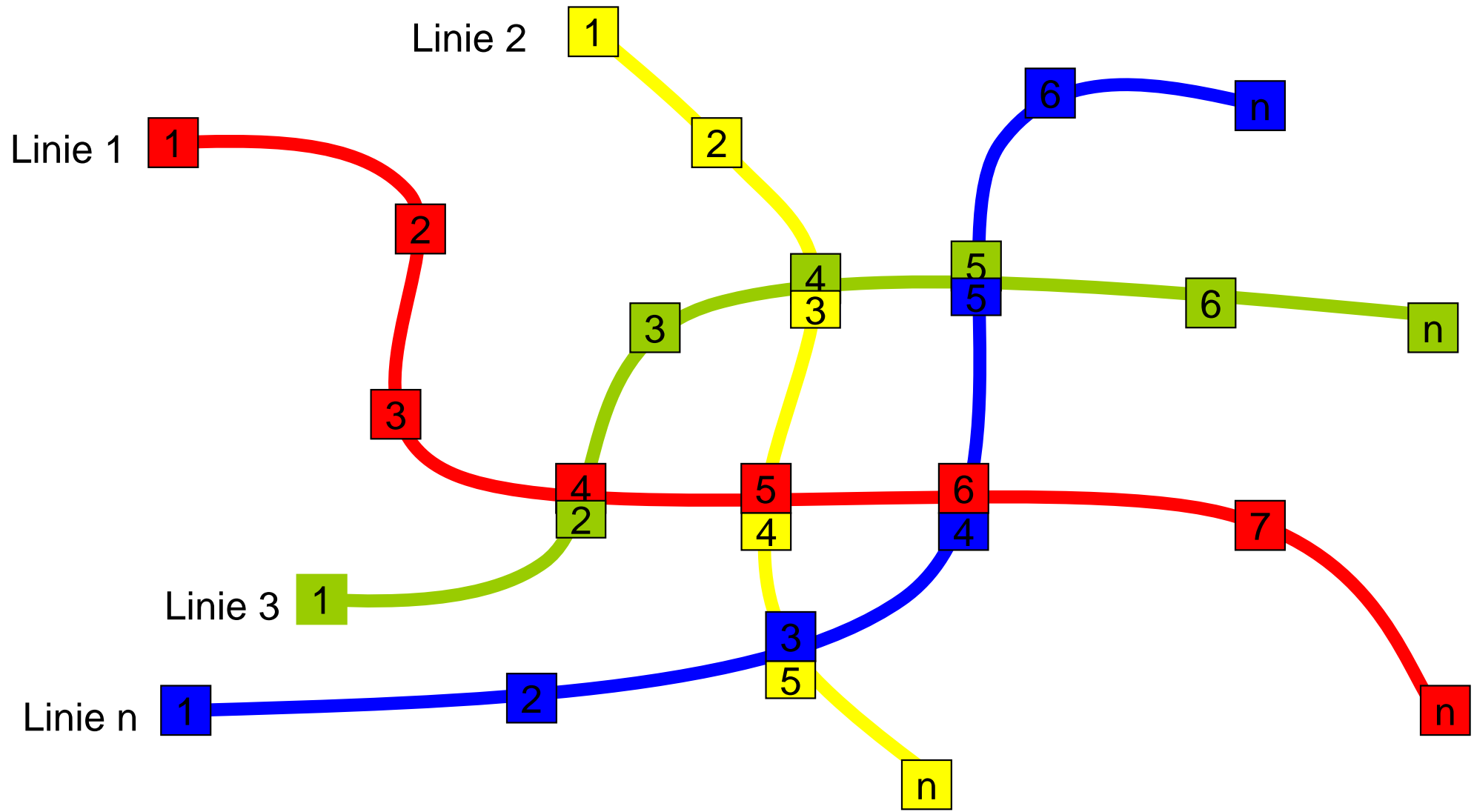
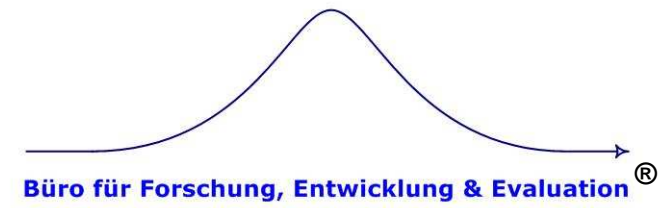
1. Etwa 70-80 % der Schäden betreffen 20-30 % der Fahrzeuge oder bauliche Anlagen und Haltestelleneinrichtungen.
2. Beschwerden kommen gehäuft und wiederkehrend aus der gleichen „Ecke“ von vergleichbaren Personen (-gruppen), dennoch artikuliert die Mehrheit der Kunden ihre Ansprüche im Bereich Security und Sauberkeit nicht.
3. Beeinträchtigungen im subjektiven Sicherheitsgefühl führen bei verschiedenen Kundengruppen zu Unzufriedenheit und zu Vermeidungsverhalten bei Fahrten mit dem ÖPNV.



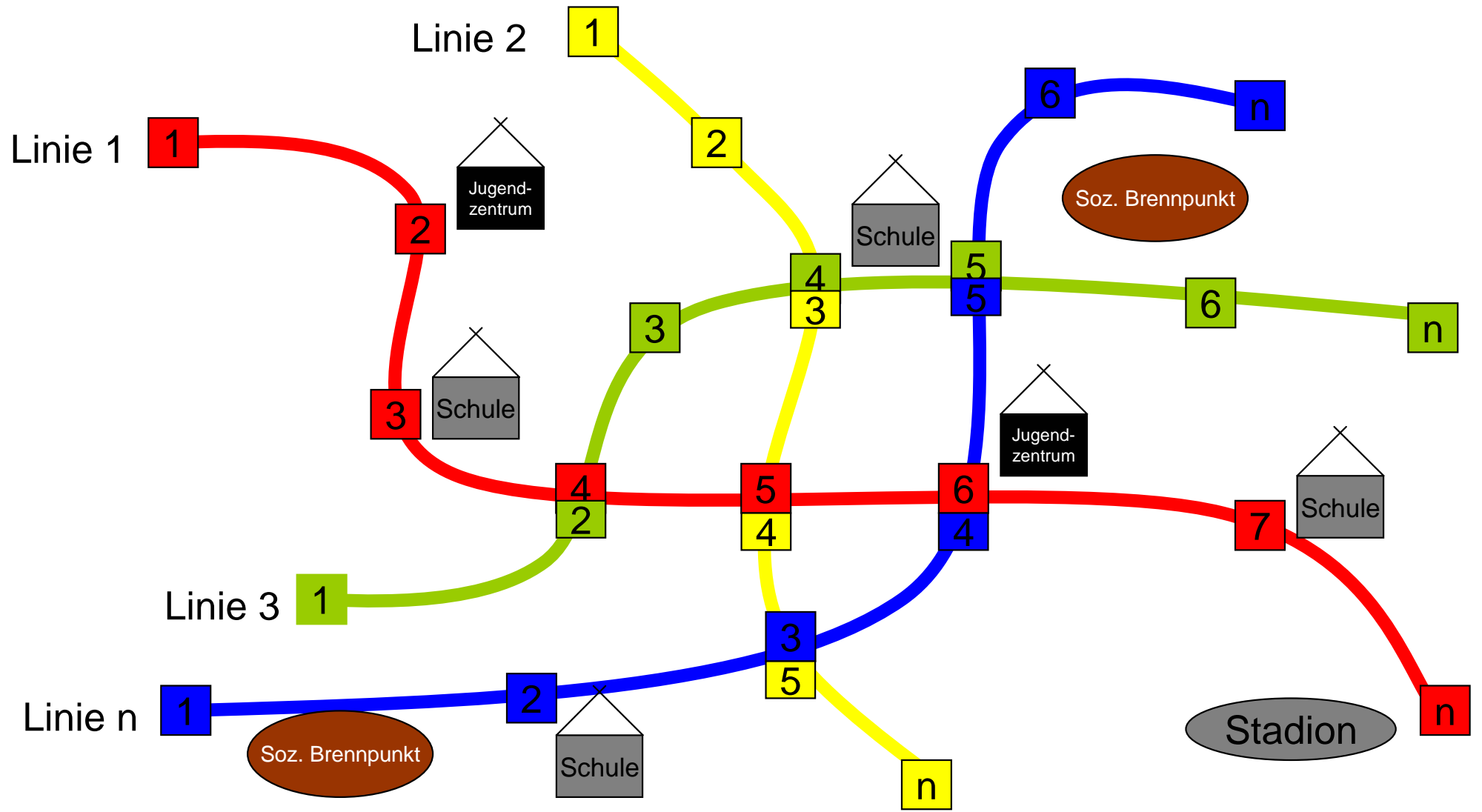
## Eine klassische Strategie:

1. Erkennen und Analysieren
2. Entscheiden und Auswählen
3. Umsetzen und Kontrollieren

# 1. Netz- und Haltestellenkataster



# 1. Netz- und Haltestellenkataster



„Wer Zeit und Mühe scheut, seine Schäden zu erfassen, wird noch mehr Zeit und Mühe aufwenden müssen, um seine Schäden zu beseitigen!“

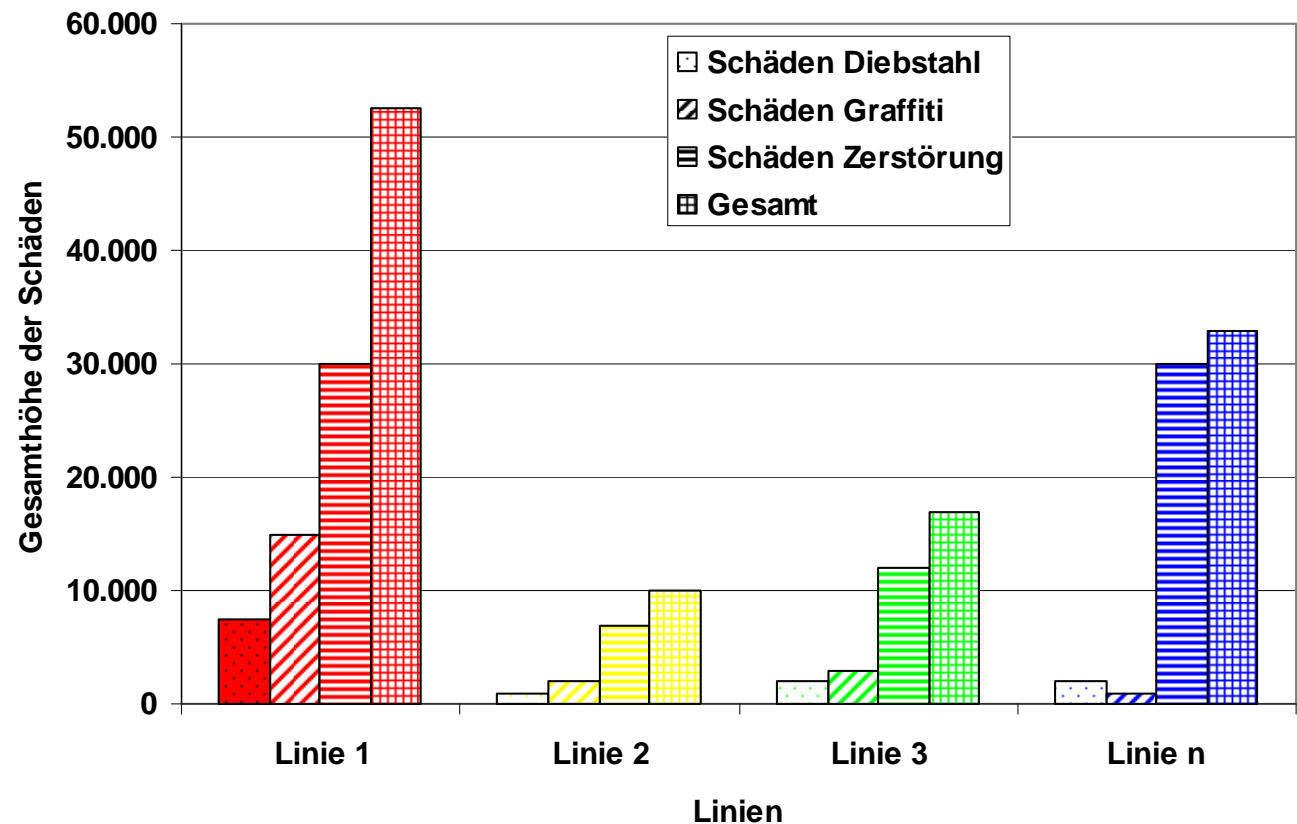
- Erfassung der Schäden möglichst täglich in einer Datenbank
  - Linien
  - Kurs
  - Haltestellen
  - Art
  - Höhe
  - Richtung
  - Sonderverkehre
  - E-Wagen
  - Wagennummer
  - Längsschnitterhebung
- Erfassung der Rahmendaten
  - Fahrgastzahlen und Ganglinien
  - Schülerverkehrsanteil
  - Möblierung Hst.
  - Ausstattung Hst./Fz
  - Video/Folien etc.
  - Besonderheiten im Umfeld

Auswertung z.B. nach:

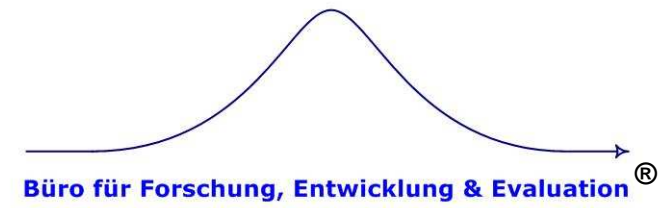
- Linien
- Kursen
- Tags/Nachts
- Jahresganglinien
- Kennz. Schäden/km
- Kennz. Schäden/FG
- Haltestellen
- Fahrzeugtypen
- Fahrzeugausstattung
- Schadenarten
- Schadenhöhe
- Beschwerden/Linie
- Fahrgastzahlen
- Ausfallzeiten €
- Jahresvergleiche

## Beispiel: Schäden nach Linie

Auswertung der Schäden in den Fahrzeugen nach Linien



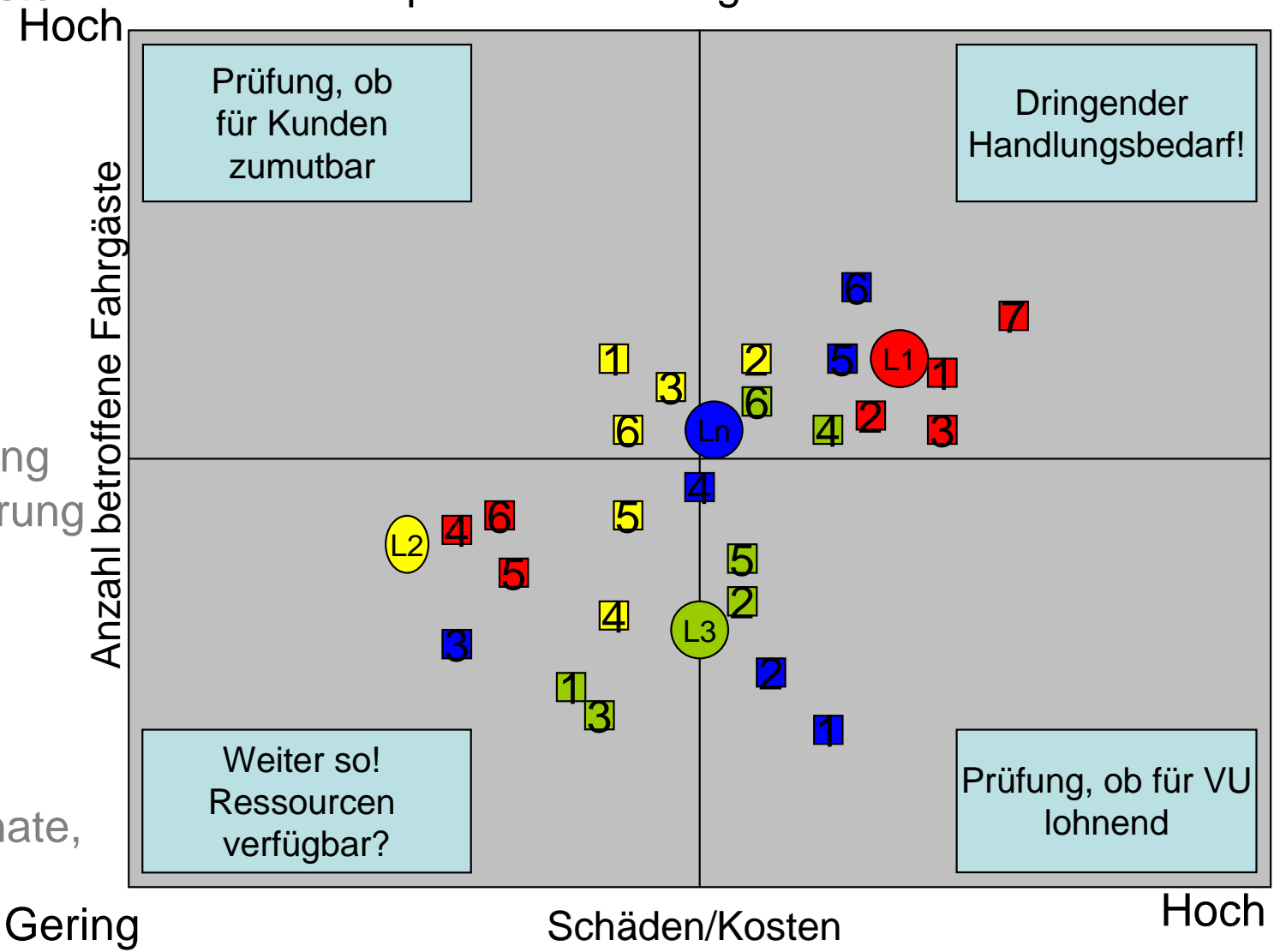
# 1. Analysieren und Bewerten



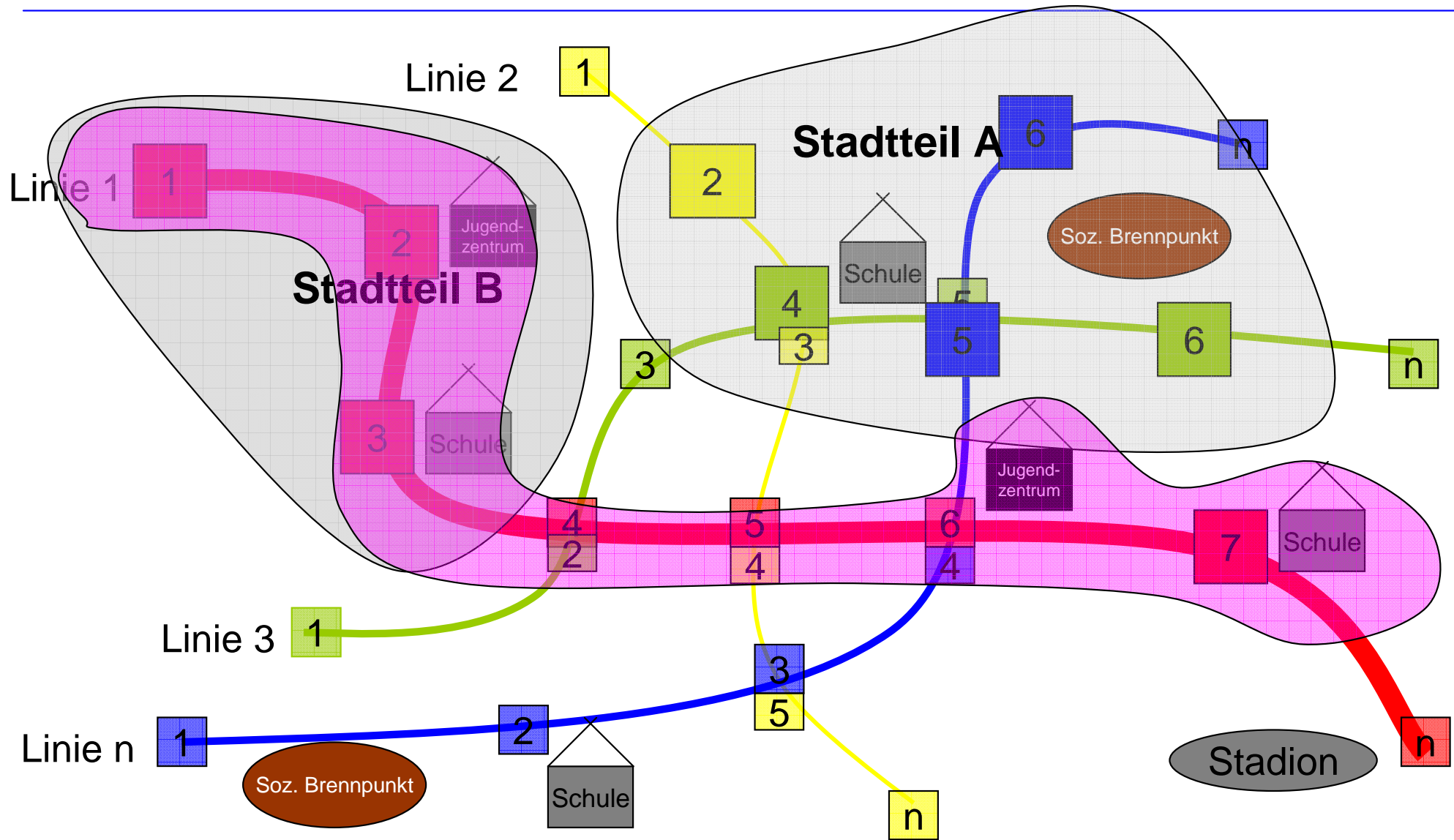
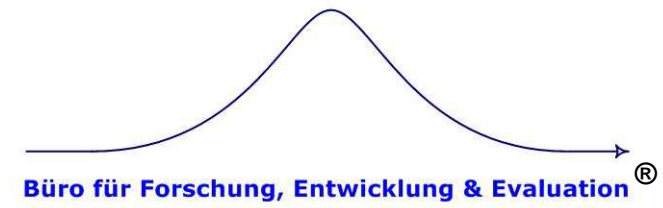
Auswertung der Kosten:

Beispiel: Auswertung Linien und Hst.

- Linien
- Haltestellen
- Tags/Nachts
- Kennzahlen  
Schäden/km
  
- Fahrzeugtypen
- Fahrzeugausstattung
- Haltestellenmöblierung
- Schadenarten
- Besonderheiten
  
- Schadenhöhe ges.
- Ganglinien  
(Wochentage, Monate, Jahr)



# 1. Analysieren und Bewerten





## 2. Entscheiden und Auswählen

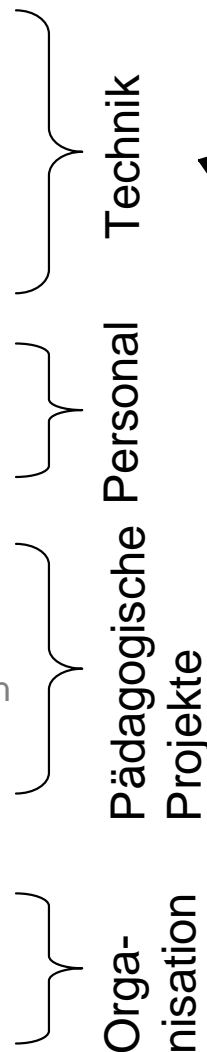
### • Markt der Möglichkeiten (i)

- Videotechnik
- Folieneinsatz
- Bauliche Gestaltung
- Vandalismustfeste Bauteile
- Rückbau von Unterständen
- Städtebauliche Integration
- Notrufsäulen

- Security-Personaleinsatz
- Fahrausweisprüfer
- Polizeikontrollen

- **Fahrzeugbegleiter**
- Busschule
- Projekt Gestalten statt zerstören
- Projekt Haltestellenpatenschaften
- Projekt Jugend und Graffiti
- Fanprojekte (Fußball)

- Wageneinsatzplanung
- Abstimmung Schulanfangzeiten
- Soziale Kontrolle (Taxistände, Bebauung)



### • Wirkungsfelder (j)

- **Vandalismus**
- Sauberkeit
- Subjektive Sicherheit
- Kundenzufriedenheit
- Schulwegsicherheit
- Image
- Mobilitätsverhalten
- Fahrscheinverkauf
- Beschwerdeverhalten
- Marketing
- Strafverfolgung

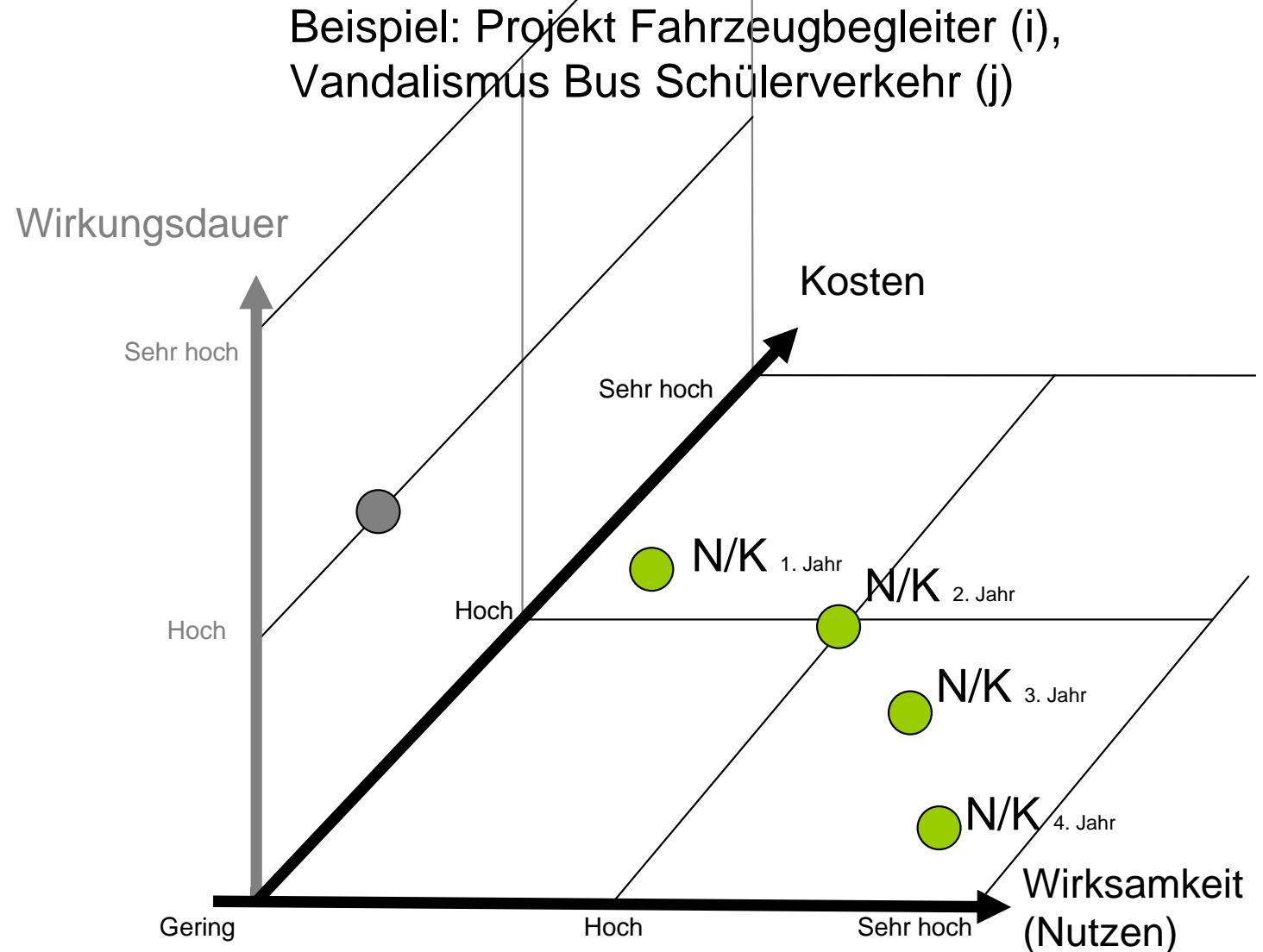
Wesentlicher Mehrwert i

- Peers/Zielgruppen
- Kenntnisse/Einstellungen
- Mobilitätskompetenz
- Bürgerschaftliches Engagement
- Zivilcourage
- Akzeptanz

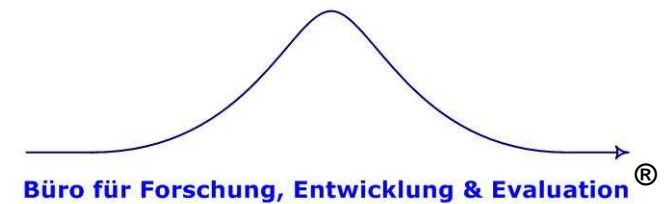


## 2. Klassifizieren der Möglichkeiten

- Abschätzung der Wirksamkeit (Nutzen) der Maßnahme (i) bezogen auf ein definiertes Wirkungsfeld (j) unter Berücksichtigung der Kosten und der Wirkungsdauer (t)



## 2. Ziele formulieren keine Visionen



- Wir werden die Kosten im Bereich Vandalismus bis zum Jahr ... auf ... senken.
- Wir werden bis zum Jahr ... die Schäden um ...% senken.
- Wir werden bis zum Jahr ... auf der Linie ... die Schäden auf ... reduzieren.
- Wir werden die Beschwerden in dem Bereich ... bis zum Jahr ... auf ... senken.
- Wir werden bis zum Jahr ... die Unfälle in den Bussen und Bahnen auf ... senken.
- Wir werden die subjektive Sicherheit bei Personengruppe ... bis zum Jahr ... um ... Punkte verbessern.

## 2. Auswählen

Abschätzung/  
Berechnung der  
Zielerreichung für  
alle sinnvollen und  
möglichen  
Maßnahmen.

Maßnahmen sind  
nur dann sinnvoll,  
wenn sie ein  
positives  
Nutzen/Kosten-  
Verhältnis  
aufweisen oder  
einen besonderen  
sozialen Nutzen für  
die Gesellschaft  
aufweisen.

**Beispiel: Potenzial  
für eine Maßnahme  
(Videotechnik) mit  
fiktiven Zahlen.**

Analyse:	Linie 1					
<b>V-Schäden</b>	Vormittags	Abends	WT	WE/FT	Häufung Kurs	Sonstiges
Klassifiziert	sehr hoch	sehr hoch	sehr hoch	gering	ja	
Quantifiziert € / Jahr	25.000	25.000	40.000	10.000	7	
<b>Schadensarten</b>	<b>Diebstahl</b>	<b>Graffiti etc.</b>	<b>Vandalismus</b>	<b>Besonderheiten</b>		
Angaben in % von Gesamt	30	10	60	keine		
<b>Ziel:</b>	Die V-Schäden werden auf der Linie 1 bis 20xx auf 25.000 €/a gesenkt.					
Quantifiziert/a:	12.500	12.500	20.000	5.000		
Ziel Einsparung/a:	12.500	12.500	20.000	5.000		
<b>Bestandsaufnahmen:</b>	<b>Maßnahme A (Videotechnik)</b>	<b>Maßnahme B</b>	<b>Maßnahme C</b>	<b>Maßnahme N</b>	<b>Fahrzeugbegleiter</b>	...
Klassifiziert	ja	ja	ja	nein	nein	
Quantifiziert %	80	100	90	0	0	
<b>Maßnahmentaughlichkeit (isoliert)</b>	Videotechnik					
Beschreibung:	Fahrzeuge der Wagennummern ... werden mit Videotechnik ausgestattet.					
Maßnahmenwirkung (Klassifiziert)	sehr hoch					
Maßnahmenwirkung (Quantifiziert) %	70					
Wirkungsdauer (klassifiziert)	hoch					
<b>Maßnahmen Kosten €</b>	10.000	10.000	15.000	5.000		
Maßnahmenwirkung %	70	70	70	70		
Deckung mit Maßnahme %	80	80	80	80		
Maßnahmenwirkung neu %	14	14	14	14		
<b>Maßnahmen Einsparung €/a</b>	1400	1400	2800	700		
Maßnahmenempfehlung:	Die Maßnahmen erreichen das vorgegebene Ziel kurzfristig nicht vsl. nicht im vollen Umfang.					
<b>Zielerreichungsgrad (ohne Verzinsung der Investition) %:</b>	9	9	14	14		

- Die Auswahl der jeweiligen Maßnahme soll dann erfolgen, wenn
  - das N-K-Verhältnis positiv ist oder
  - bei gleichen Kosten ein ggf. nicht monetarisierbarer „Mehrwert“ gegeben ist.

- Das Rad nicht neu erfinden!
- Netzwerke bilden!
- Erfolgskontrollen legitimieren die eigene Arbeit!



---

***Danke für Ihre Aufmerksamkeit!***

**Jens Leven**  
Inh.

Nordstraße 5  
D-42105 Wuppertal

Telefon 0202.4297 935  
Telefax 0202.4297 995  
Mobil 0163.7091271

info@bueffee.de  
www.büffee.de



**Büro für Forschung, Entwicklung & Evaluation**

---