

## Transkript der Audiodatei

Nächster Halt: Der Ideenzug

### Intro:

Hallo und herzlich willkommen zum Podcast der VDV-Akademie der Podcast rund um Weiterbildung und Lernen in der Mobilitätsbranche.

### Catharina Goj:

Nächster Halt: Der Ideenzug. Hallo und herzlich willkommen zum Podcast der VDV-Akademie. Ich heiße Catharina Goj und begrüßen darf ich heute Julian Fordon von der DB Regio AG. Als gelernter Produktdesigner war er mit seinem Team aus der Marketingstrategie und Kommunikationsabteilung maßgeblich an dem Projekt Ideenzug bei der DB Regio AG beteiligt. Genau darüber möchte ich heute mit ihm sprechen und ein Blick hinter das Projekt werfen und gucken, was aus dem Ideenzug geworden ist. Hallo Julian. Schön, dass du da bist.

### Julian Fordon:

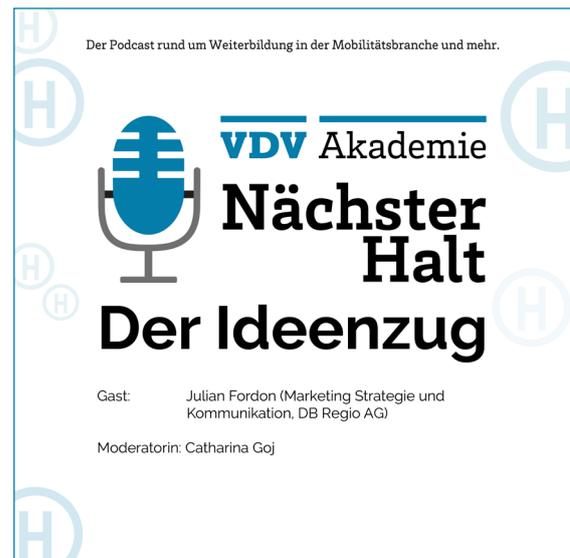
Hallo Catharina. Danke für die Einladung.

### Catharina Goj:

Wie ist die Idee zum Ideenzug entstanden?

### Julian Fordon:

Da muss man tatsächlich schon ein paar Jahre zurückgehen. Ich habe mit Erstaunen festgestellt, dass wir Ende dieses Jahres schon das Fünffährige feiern. 2017 haben wir ja präsentiert. Und entstanden ist die Idee Ende 2016. Da haben sich ein paar Vertreter von DB Regio aus der Zentrale und Kollegen ganz aus dem Süden von Deutschland, von der Südostbayernbahn in Mühldorf, zusammengetan. Zu der Zeit entstand so ein bisschen die Konkurrenz auf der Straße, weil parallel zur Bahnstrecke der Südostbayernbahn eine Autobahn gebaut wurde. Und man hatte so ein bisschen im Kopf „Oh, da könnten uns Fahrgäste abwandern. Vielleicht müssen wir mal darüber nachdenken, wie können wir denn das Reisen über das normale Fahren im Regionalzug noch ein bisschen weiter aufwerten? Wie kann man so bestimmte



Bedürfnisse? Die Fahrgäste haben halt anders erfüllen und da sind ruckzuck ganz viele Ideen zusammengekommen, sodass wir gesagt haben, da kriegen wir so viele Sachen zusammen. Wir könnten eigentlich einen ganzen Wagen mit diesen Ideen füllen. Und das wollen wir nicht nur mit Bildern machen, sondern wir wollen wirklich mal das erlebbar machen, das anfassbar machen, um einfach mal zu zeigen, wie man so eine Bahnfahrt anders gestalten kann. Und so kam das Ganze ins Laufen und wir haben knapp 14 Monate daran gearbeitet und waren dann im November 2017 fertig und hatten auf einmal einen Ideenzug da stehen.

### Catharina Goj:

Ein Ziel war es, die Fahrgäste zu behalten. Gab es noch andere Ziele des Ideenzugs?

### Julian Fordon:

Das sind tatsächlich mehrere Ziele, die wir da beabsichtigt haben. Natürlich wollen wir unsere Fahrgäste im Zug behalten. Auf der anderen Seite sind wir natürlich auch als Regio in einer Wettbewerbssituation. Es gibt ja andere Mitbewerber, die sich auf die gleichen Strecken bewerben wie wir und wie man so schön sagt: „Konkurrenz belebt das Geschäft.“, wollen wir natürlich auch, als sagen wir mal, als Platzhirsch, als DB zeigen, dass wir eben auch Innovation beherrschen und dass wir auch Ideen haben, wie man das Bahnfahren einfach noch attraktiver machen kann. Auch im Sinne der

Mobilitätswende wirklich Fahrgäste nicht nur im Zug zu behalten, sondern auch neue dazuzugewinnen und den Umstieg aus dem Auto leichter zu machen. Und das ist natürlich eine Sache, da müssen wir die ganze Branche so ein bisschen beeinflussen und auch begeistern.

Vor allen Dingen Ausgabenträger, die dann sehen „Hey, da kann man was machen oder wir können über den klassischen Sitz hinaus uns noch Gedanken machen, wie man so einen Innenraum ausgestalten kann. Generell auch zeigen, dass wir in der Bahnbranche eigentlich ja oftmals sehr reaktiv sind, natürlich aus den Gegebenheiten heraus auch sehr preissensitiv reagieren müssen. Aber wie einfach die starke Konkurrenz haben über das Auto und wenn man sich anguckt, wie in den letzten 20 Jahren alleine sich Auto-Innenräume weiterentwickelt haben und wir da ein bisschen langsamer unterwegs waren, das zeigt einfach, wie wahnsinnig viel Potenzial eigentlich Bahnverkehr hat.

Und eben nicht nur das Premiumreisen auf den Langstrecken, sondern eben auch die Pendlerzüge und die Regionalzüge, die ja eine unheimlich große Menge an Fahrgästen tagtäglich wegschaffen und da einfach zu zeigen: Wir wollen jetzt nicht nur im klassischen Sitzen oder Stehen denken, sondern wir wollen auch Zwischenlösungen andenken. Wir beobachten einfach ganz naiv, in Anführungsstrichen, aus Sicht des Fahrgastes mal: Wie müsste es im Zug funktionieren? Was hat man für Bedürfnisse? Was ist vielleicht auch gut gedacht im Status quo, wird aber gar nicht so angenommen und über diese Konzepte halt wirklich mal da hinzukommen zu sagen, wir konstruierenden Fahrgastraum ganz neu für unterschiedliche Szenarien, für unterschiedliche Anwendungen, Bedürfnisse. Da kam eben eine ganze Menge verschiedener Ziele zusammen. Und natürlich haben wir das Ziel, bei uns, bei Regio die Sachen auch irgendwann in die Realität weiterzuführen und damit natürlich Fahrgäste zu begeistern, mit den Zügen der DB Regio zu fahren.

**Catharina Goj:**

Das heißt, ihr habt euch während des

Projekts nicht nur Gedanken über die bestmögliche Platznutzung in den Zügen gemacht und wie ihr am meisten und komfortabelsten Fahrgäste von A nach B transportieren könnt, sondern auch darüber, wie die Kund\*innen die Fahrtzeit bestmöglich besonders gut nutzen können.

**Julian Fordon:**

Genau.

**Catharina Goj:**

Wer bei einer Internetseite geht, kann man eine Idee vom Ideenzug bekommen.

Welche Module habt ihr euch ausgedacht und welche Module sind in der Umsetzung angedacht?

**Julian Fordon:**

Genau, das sind tatsächlich sogar zwei Paar Schuhe, kann man sagen. Also wir sind so gestartet, dass wir gesagt haben: Wir wollen den Ideenzug natürlich auch an die Realität überführen.

Deswegen arbeiten unsere Kolleginnen und Kollegen von der Südostbayernbahn da gerade ganz fleißig dran, einen wirklich fahrbaren, erlebbaren Ideenzug-Wagen umzubauen. Da werden wir aus dem ersten Ideenzug verschiedene Ideen drin haben. Wir werden diese Reisekomfortkabine da drin haben, z. B., wo man die Tür zu machen kann und für sich arbeiten kann.

Wir werden einen Stammtischbereich da drin haben, wo wir wirklich eine Theke haben, wo man mit mehreren Freunden oder Kollegen zusammensitzen kann. Wir werden aber auch verschiedene Sitzkonfigurationen da drin haben, was komfortableres Sitzen angeht, was Sitzmöglichkeiten angeht, die einfach einen ein bisschen mehr zur Ruhe bringen. So ein bisschen abschotten von dem Lärm, der im Fahrzeug ansonsten stattfindet.

Wir denken auch wieder in Richtung vielleicht so einem halboffenen Abteil, also wirklich so einer großen Sitzbank, wo man mit der ganzen Familie darauf sitzen kann. Dass man da einfach auch nochmal für das Familienreisen ein ganz anderes Erlebnis bietet, dass wirklich Eltern und Kind zusammen auf der Bank sitzen können, so das Wohnzimmerfeeling quasi.

Und das Ganze ist dann zusätzlich noch aufgewertet mit einem ganz anderen Erscheinungsbild, was Farben, Materialien, Oberflächen angeht, alles ein bisschen bewusster gedacht, was die Materialauswahl angeht, in Richtung Ökologie, in Richtung Nachhaltigkeit, um einfach ein anderes Erscheinungsbild hier mal zu kreieren, dass auf der einen Seite das Fahrzeug natürlich ganz anders ausfällt. Und trotzdem aber irgendwie man merkt, dass es doch die Deutsche Bahn und das passiert, aber irgendwie was ganz Neues.

Das ist die eine Seite.

Die andere Seite, die sich bei uns mittlerweile entwickelt hat, dass wir auch als Ideenzug-Team ein bisschen mehr so eine beratende Funktion bekommen. Also wir haben im Bahnkontext in der Regel, wenn Fahrzeuge beschaffen werden, 30 Jahre, die so angepeilt werden. Nach 15 Jahren gibt es dann immer ein Redesign, wo die Innenräume halt neu aufgewertet werden müssen in unterschiedlich starken Ausprägungen.

Und das ist so ein Moment, wo wir gesagt haben, das ist doch super spannend, wenn nach 15 Jahren man sowieso überlegt, die Innenraum umzubauen oder ginge auszubauen, da können wir doch genau mit reinkommen.

Und das ist z. B. was, was wir jetzt aktuell in Stuttgart bei der S-Bahn machen, weil wir dort beobachtet haben, der Bedarf an Plätzen um Fahrräder mitzunehmen, der ist in letzten Jahren wahnsinnig gestiegen. Und das können wir mit dem Status-quo-Layout eigentlich gar nicht mehr abdecken.

Deswegen haben wir da bewusst über zwei neue Mehrzweckbereiche, die explizit für Fahrräder gedacht sind, drüber nachgedacht und haben da einfach auch Konzepte entwickelt, wie man das schon außen am Fahrzeug gut kommunizieren kann. Wenn es einfährt, wenn ich sehe: Hey, da ist der Fahrradbereich. Da muss ich jetzt hin und ich da eben auch einen Platz habe, wo ich mich ganz bewusst mit dem Fahrrad hinstellen kann.

Damit wir solche Nutzungskonflikte einfach vermeiden können. Das haben wir in der

Vergangenheit ganz oft gehabt in einem Mehrzweckbereich, wenn da Rollstühle standen oder Kinderwagen und Fahrräder zusammen. Und dann man leider in Diskussion kam, wer darf denn jetzt hier an der Stelle sein. Und wer muss vielleicht Platz machen.

So wollen wir das etwas deeskalieren und es für die Fahrgäste einfacher machen.

Das war z. B. eine Sache, die wir im Ideenzug noch nicht gesehen haben, die wir dann erst später einem Projekt einfach gemerkt haben. Und deswegen verstehen wir uns da auch so ein bisschen jetzt in so einem beratenden Moment. Dass wir wirklich mit Regionen drauf schauen: Was kann man denn verbessern? Was es so genau das Problem was in der Region herrscht? Sei es Mehrzweckbereich für Fahrräder oder mehr Sitzplätze oder andere Sitzplätze und da dann einfach zusammen auch neue Komponenten entwickeln, die dann aber irgendwie auch mit dem Thema Ideenzug zu tun haben, weil wir als Projektteam, das ja gemeinsam entwickelt haben.

#### **Catharina Goj:**

Da durftest du beim Außendesign sogar selber Hand anlegen. Natürlich eine besondere Ehre, denke ich, als Designer. Und dadurch finden jetzt die Fahrgäste schneller zu ihren Abteilen und können sich schon so am Gleiß dann positionieren, wo sie hinterher hin müssen.

#### **Julian Fordon:**

Genau das ist jetzt tatsächlich bei der S-Bahn Stuttgart passiert. Da sind wir auch wirklich sehr stolz drauf, weil wir jetzt sogar den German Design Award gewonnen haben. Und da ging es eben darum, Farbe und Farbkennzeichnung ist ja zum einen sind sehr emotionales Thema. Da hat jeder einen gewissen Geschmack oder eine Meinung und es ist natürlich auch einfach ein Thema, wie sich ein Unternehmen hier präsentiert.

Also es gibt immer eine Farbe. Denkt man die Deutschen Bahn, denkt man natürlich direkt am Rot, und wir haben einfach gesagt wir gehen das jetzt mal von einer ganz analytischen Seite an an der Stelle und wir gucken uns einfach mal an, wie finden den

die Fahrgäste am Bahnsteig eigentlich intuitiv den Einstieg, was die erste Klasse angeht, was die Fahrrad-Bereiche angeht und so weiter und haben festgestellt, dass es Moment noch nicht ganz optimal gelöst ist, im Status quo, und dass man da Hand anlegen kann.

Und hier haben wir dann gesagt wir machen jetzt ein ganz reduziertes Erscheinungsbild mit einem hellen Fahrzeug und wir kennzeichnen mit Farbe tatsächlich nur die Funktionsbereiche, sodass man die ganz intuitiv lernen kann, wenn der Zug einfährt, direkt sieht, da ist der gelbe Bereich, erste Klasse, da gehe ich hin. Oder hier ist der blaue Bereich. Das ist dann ein Fahrradbereich oder ein Bereich für Kinderwagen. Und ich lerne das eigentlich beim zweiten, dritten Mal des Nutzens.

Ich kann das auch ohne Sprachbarriere nutzen, weil wir das nur über Piktogramme kommunizieren. Und das sorgt einfach dafür, dass der Verkehrsfluss sich beschleunigt. Die Leute müssen wissen schneller, intuitiver, wo sie hin müssen. Das heißt, wir können Haltezeiten reduzieren. Auch die Gesamtleistung des Tages reduzieren wir dadurch einfach Gesamthalte und optimieren einfach die Pünktlichkeit. Und so gewinnt das ganze System einfach nur dadurch, dass wir das Fahrzeug eines angestrichen haben.

**Catharina Goj:**

Du hast es gerade schon so ein bisschen angedeutet. Das wird in Stuttgart umgesetzt werden. Bis es so weit ist, kann ich den Ideenzug ausprobieren und testen irgendwo?

**Julian Fordon:**

Ja und nein. (lacht) Also wir haben den ersten Ideenzug, ja 2018 auf der Innotrans präsentiert. Das ist natürlich eine Fachbesuchermesse, wo aber auch Publikumszugang gegeben ist an den Wochenenden. Da gab es die Möglichkeit, eben auch Kunden und Kundinnen das einfach mal auszuprobieren und sich das anzuschauen.

Normalerweise ist er, sagen wir mal, hinter

verschlossenen Türen in unserem Labor in Frankfurt, weil wir einfach das Fahrzeug auch nutzen, um weitere Tests zu machen oder eben auch Bereiche umzubauen und zu optimieren.

Wir werden aber auch dieses Jahr auf der Innotrans mit unserem IdeenzugCity vertreten sein. Ich habe leider gehört, dass die Besuchertage dieses Jahr abgesagt worden sind, dass wir da also eine reine Fachmesse haben.

Also für Fachpublikum gibt es die Möglichkeit, sich das Fahrzeug anzugucken. Wir schauen mal im Nachgang haben, ob wir auch eine Möglichkeit haben, das dann dem „normalen Publikum“ zugänglich zu machen.

Wobei es da aber jetzt im Juni die Möglichkeit gibt: Wir sind auch auf dem Greentec Festival in Berlin und das ist ein Festival für nachhaltige Mobilität. Und da ist es tatsächlich auch den, böse gesagt, Normalos zugänglich.

**Catharina Goj:**

Den Werbeblock nehmen wir gerne mit auf. Es gibt ja zwei verschiedene Modelle des Ideenzugs, einmal den IdeenzugRegio und, du hast es auch schon angesprochen, den IdeenzugCity. Wo liegt da der Unterschied?

**Julian Fordon:**

Genau. Wir haben, wenn man es ganz genau nimmt, sind es sogar drei.

Weil es theoretisch zum Regio noch eine kleine Ergänzung gibt.

Aber wir kommunizieren es in diesen beiden Blöcken und der IdeenzugRegio war bei der erste Ideenzug, der 2017 vorgestellt wurde.

Da ging es eben um Ideen explizit für den Regionalverkehr, dass wir mal anhand eines Doppelstockwagens, weil es unser gängiges Fahrzeug ist, gezeigt haben, was kann man denn überhaupt alles im Bahnkontext denken? Und da haben wir uns wirklich sehr weit aus dem Fenster gelehnt.

Wir haben ja auch eine Sportkabine dadrin, einen Massagesessel, eine Ecke zum Schlafen und wir haben wirklich mal über alles nachgedacht, was denn Reisende vielleicht benötigen können oder was auch einfach so wert wäre, eine Diskussionsgrundlage zu schaffen.

Das hat ziemlich polarisiert, hat aber dafür gesorgt, dass wir auf einmal einen gewissen Bekanntheitsgrad bekommen haben.

So „Huch, was ist denn da los? Ein paar junge Wilde von der Bahn denken irgendwie Bahnfahren neu.“

Und das hat uns an dieser Stelle sehr geholfen. Und wir sind dadurch eben in viele Gespräche reingekommen und der nächste logische Schritt war dann darüber nachzudenken, es gibt ja bei Regio eben nicht nur die Regionalzüge, sondern es gibt eben auch die S-Bahnen.

Also sprich unseren Metropolenverkehr, der ja ganz andere Voraussetzungen hat. Da schaffen wir wirklich wahnsinnig viele Fahrgäste pro Tag weg. Also ich glaube, allein in München sind es am Tag 800.000 Fahrgäste, die irgendwie die S-Bahn nutzen. Das sind dann teilweise nur 40, 50 Sekunden, die sie im Fahrzeug sind, aber es sind eben Menschen, die wir im Zug haben und da gibt es vor allen Dingen diese unterschiedlichen Szenarien einer Nebenverkehrszeit, wo genug Platz ist, man sich hinsetzen kann und eben auch der Hauptverkehrszeit, wo jeder Quadratzentimeter wertvoll ist auf einmal, wo man eigentlich dann froh ist, wenn man überhaupt noch mitfahren kann.

Und das hat uns dazu geführt zu sagen: Hey, da könnten wir auch noch einmal ansetzen. Da sollten wir auch noch mal einen Ideenzug oder ein Mock-up aufbauen.“

Vor allen Dingen eines, das eben Flexibilität mitbringt. Also wie kann ich diese Haupt- und diese Nebenverkehrszeit mit einem Fahrzeug gut bedienen?

Wenn ich die Sitzplätze brauche, kann ich die anbieten. Wenn ich reinen Platz brauche, kann ich aber auch den irgendwie bieten und haben dann noch mal über ein Konzept nachgedacht, was denn durchgängig, quasi wie ein Zug aussieht, wo aber auch noch mal unterschiedliche Ideen drin sind, wie man Sitze wegräumen, zusammenklappen, zusammenschieben, was auch immer machen kann, um einfach reine Kapazitätsfläche zu ermöglichen.

Und deswegen haben wir diese beiden unterschiedlichen Züge.

Beim IdeenzugCity kommt auch noch einmal dazu, dass wir dem jetzt auch mal ein ästhetisch ansprechendes

Außenerscheinungsbild verpasst haben.

Da war der erste Ideenzug ein bisschen funktionaler und bei dem jetzt haben wir aber auch wirklich ein Zugfront dabei und auch eine andere Farbgestaltung.

Ist da aber auch nicht aus Selbstzweck, sondern auch hier nutzen wir die Front und Farbgestaltung und vor allen Dingen Beleuchtung ganz bewusst zur Wegeleitung, zur Kommunikation für die Fahrgäste, dass man sofort versteht, welche Linie fährt in der eigentlich ein? Ist das die grüne, die rote, die blaue und wo ist eigentlich der beste Einstieg, wo ist es schon voll, wo ist es leer?

Also wir haben grundsätzlich nie das Thema Design genutzt, um irgendwie, um einen Selbstzweck zu erfüllen, irgendetwas schick zu machen, sondern es geht immer von der Funktionalität aus, wie wir die verbessern können und die aber mit einer ästhetischen Qualität aufzuwerten, weil man es so eben auch aus dem Automobilbereich kennt. Weil das einfach ganz viel ausmacht auf der psychologischen Ebene, ob ich mich in so einem Fahrzeug wohlfühle oder nicht.

#### **Catharina Goj:**

Auf jeden Fall gut zu wissen, wo man am meisten Platz hat, wenn man einsteigt. Und auch, der Unterschied, ich erinnere mich noch an ein Modul, die Zuhörer\*innen können es gerne auch nochmal auf eurer Website nachschauen, dass ihr auch ein Gaming-Modul beispielsweise drin habt und so ein Spiel in 40 bis 50 Sekunden wird vermutlich dann eher schwierig.

Da ist es glaube ich ganz gut, dass man den Fokus noch mal getrennt hat. Jetzt kommen wir vom Prototyp zur tatsächlichen Nutzung. Du hast es gerade schon angedeutet. In Stuttgart wird einiges zum IdeenzugCity geplant, Umgestaltung der S-Bahn und im anderen Teil von Süddeutschland ist der IdeenzugRegio mehr im Fokus. Wie kommt denn jetzt der Ideenzug - egal, welches Modell - auf die Schiene?

### **Julian Fordon:**

Das ist tatsächlich der richtig spannende Teil, wo wir gerade auch merken, da betreten wir echt Neuland. Wir haben ein natürlich sehr gut durchorganisierten Produktions- und Fahrzeugumbauprozess, der das seit Jahrzehnten schon so macht.

Und jetzt kommen wir quasi um die Ecke und stellen das alles ein bisschen auf den Kopf. Und da merken wir auch, dass wir natürlich erstmal zusammenfinden müssen an den Stellen.

Da geht es einfach darum, dass man in einem guten Schulterschluss zusammenarbeitet. Wir müssen das auf der einen Seite den Aufgabenträgern schmackhaft machen. Das heißt also, die Besteller müssen den Ideenzug sehen. Die müssen verstehen, was die Mehrwerte sind, und müssten eine eigene Motivation bekommen, dass sie so etwas umsetzen wollen. Und das ist auch ein ganz spannender Aspekt.

Da wird man auf einmal dann fast so ein bisschen zum Verkäufer, wobei wir natürlich weiterhin hoffen, dass die Ideen einfach für sich selber sprechen. Und wir haben jetzt auch so viele Gespräche in allen möglichen Regionen schon geführt und merken auch, da ist wirklich Begeisterung und Motivation da. Daran mangelt es nicht. Es ist oftmals das Problem, das natürlich auch der Preis einfach eine sehr entscheidende Rolle spielt und wir da aber auch dafür appellieren, zu sagen, es geht ja nicht darum, einen kompletten Zug jetzt irgendwie so umzubauen, wie wir unsere Ideenzüge konzipiert haben.

Wir sagen immer so ein bisschen, das ist wie ein Ideenbuffet.

Man geht dadurch und nimmt sich die Häppchen raus, die einem für zu seine Region am besten passen. Man muss aber nie das ganze Buffet leerfräsen.

Und das ist auch unrealistisch, sondern es gibt bestimmte Komponenten oder bestimmte einzelne Sitze oder Funktionen, die genau in irgendeine Region passen.

Und die sucht man sich aus, und da spricht man dann darüber, wie man das vielleicht in einem Bestands- oder Neufahrzeug einbringen kann.

Wir finden es immer total spannend, das eben in Bestandsfahrzeugen auch umzubauen, weil das so ein Fahrzeug oftmals eben auch so aufwertet, dass es noch einen längeren Zeitraum unterwegs sein kann, was natürlich aus Sicht der Nachhaltigkeit einfach der beste Weg ist, wenn ich Fahrzeuge nutze, die sowieso schon unterwegs sind und die eigentlich möglichst langlebig weiter betreiben kann.

Und wenn wir das erledigt haben. Und wenn wir dann eben auch sehen, da ist eine Bereitschaft da, in der Branche in die Richtung zu denken. Dann geht es eben darum, wie kommen wir in den Umbau rein und machen das eben dann zusammen mit unseren Partnern, das für die Fahrzeuge entsprechend, dann auch umbauen und ausgestalten. Das ist alles ein relativ langwieriger Prozess, weil wir natürlich auch die Frage bekommen: „Mensch, ihr habt doch 2018 jetzt schon den ersten Zug vorgestellt. Wann kommen denn letztendlich die Züge auf die Schiene? Und siehe da wir haben tatsächlich jetzt die vier Jahre gebraucht.“

Da spielte natürlich auch die Pandemie mit rein, die alles noch mal zusätzlich verzögert hat. Aber wir sehen halt jetzt schon, dass wir jetzt an einigen Stellen da irgendwie die Schrauben ansetzen können. Und wir finden es natürlich besonders spannend, wenn wir so etwas wie die S-Bahn Stuttgart haben, wo wir dann eben gleich mal über 200 Züge reden, in denen Komponenten eingebaut werden und das dann auch wirklich erlebbar wird für eine ganze Metropole. Und so viel kann ich, glaube ich, verraten. Wir arbeiten uns mit den Komponenten so langsam von Süd- nach Norddeutschland hoch. Und es wird also auch noch weitere Projekt gegeben, an denen wir gerade dran sind. Und da wird es auch noch einiges Spannendes passieren.

Und ich hoffe wirklich, dass wir damit so ein Mindset-Change, nenne ich es jetzt mal, in der Branche irgendwie erzeugen können, dass man sagt, wir machen das eben nicht nur mit Komponenten schon der Stange, sondern Bedenken, jetzt vielmehr aus der Sicht des Fahrgastes und versuchen vielmehr es zu etablieren, zu verstehen,

warum wollen Fahrgäste bestimmte Sachen nutzen? Oder wie fühlen Sie sich eben in diesem Fahrzeug wohl und vor allen Dingen immer im Hinterkopf zu haben: Wie muss so ein Produkten, wie ein Zug auch einfach emotionalisieren, damit ich einfach aus Überzeugung mich dareinsetze und mich eben nicht ins Auto setze?

Und wir haben ihm auch festgestellt, also die die Kosten für den Innenraumumbau eines Fahrzeugs, die sind im Vergleich zur gesamten Beschaffung von einem Zug relativ minimal, machen aber in der Wahrnehmung der Fahrgäste halt ein wahnsinnig großen Anteil aus. Und da wollen wir einfach auch appellieren zu sagen: Wir dürfen nicht gucken, wenn wir irgendwie am Fahrzeug sparen müssen, dass es dann immer der Innenraum ist, sondern dass wir da eben sogar eher auswerten und man das auch mit kleinen Mitteln machen kann und wirklich viel Wirkung erzeugt.

**Catharina Goj:**

Also wenn die Zuhörer\*innen jetzt genauso Feuer und Flamme sind wie ich, die neuen Züge auszuprobieren, müssen wir Ende nächsten Jahres nach Stuttgart fahren.

Meine Frage wäre jetzt noch, was ist denn dein favorisiertes Modul aus diesem Ideenbuffet, welches unbedingt in jedem neuen Nahverkehrszug zu finden sein sollte? Wenn du es dir wünschen dürftest.

**Julian Fordon:**

Das ist tatsächlich eine ganz schwierige Frage, da ich ja in jeder Komponente mit drinstecke und da überall auch Herzblut für hab, habe ich es natürlich eine ganze Menge zu bieten.

Ich mag tatsächlich aus dem ersten Ideenzug diese Premiumkabine kann man sich einen nennen.

Also die sogenannte mycabin, wo ich mich wirklich mal zurückziehen kann, die zu machen kann und für mich sein kann bzw. ja dann das Ganze zum Arbeiten oder Telefonieren nutzen kann, damit ich andere Reisende auch einfach nicht störe.

Das hat schon so eine ganz eigene Komfort-Qualität. Ich mag aber auch so ganz simple Lösungen, wie Anlehn-Stützen, die wir an

verschiedenen Stellen drin haben, weil es nicht nur mir es so geht.

Sondern, weil wir auch in Interviews von vielen Fahrgästen gehört haben, es passt eigentlich auch, wenn ich nicht mal irgendwo zehn Minuten bequem anlehne. Ich muss gar nicht immer festsitzen und die Möglichkeit zu haben, da anders darüber nachzudenken.

Also sitzen heißt nicht gleich sitzen, sondern es gibt ganz viele Interpretationen, irgendwie Halt zu finden. Das finde ich total spannend. Und das sind Komponenten, die ich sehr gerne mag. Im IdeenzugCity bin ich einfach immer noch begeistert von diesem Sitz-Ballett, was wir da haben.

Also sprich man drückt irgendwo auf den Knopf und die Sitze fahren sich zusammen und drehen sich oder klappen sich an die Wand. Das ist, wenn man das mal live erlebt oder das auf den Videos auf der Website mal anguckt. Das ist einfach total spannend, wie man das ganz anders denken kann und das sind auch Bereiche, die ich dich unglaublich spannend. Also ich kann gar nicht sagen, dass ich einen Liebling habe, weil daa wirklich so viele Ideen, die einfach Potenzial bieten und die auch einfach wirklich begeistern. Und ich hoffe, dass wir möglichst viel davon auch in die Realität überführt bekommen.

**Catharina Goj:**

Ich bin schon ganz gespannt, vielen Dank für die Einblicke und das uns heute so viel zum Ideenzug erzählt hast.

**Julian Fordon:**

Vielen Dank für die Einladung. Ich freue mich auch drauf und vielleicht sehen wir uns ja auf der InnoTrans.

**Catharina Goj:**

Bis dann.

**Outro:**

Bei Fragen und Anmerkungen sind wir unter [podcast@vdv-akademie.de](mailto:podcast@vdv-akademie.de) erreichbar.