

# Potentiale einer Subjektförderung zur Finanzierung des ÖPNV

**Konferenz**

**„Kommunales Infrastruktur-Management“**

**Berlin, 29. Juni 2007**

---

Prof. Dr. Frank Fichert / Dr. Tim Sterzenbach

# Gliederung

---

- Ziele und Instrumente einer staatlichen ÖPNV-Finanzierung
- Kritik an der bestehenden ÖPNV-Finanzierung
- Reformansätze im Rahmen der Objektförderung –  
Vorteile und verbleibende Kritikpunkte
- Subjektförderung als Alternative zur ÖPNV-Finanzierung
  - Vorteile der Subjektförderung im Überblick
  - Eckpunkte eines Gesamtmodells für den ÖPNV
  - Subjektförderung in ausgewählten Bereichen
    - Beispiele aus der Praxis
    - Chancen der Subjektförderung für den ländlichen Raum
- Fazit

# Ziele einer staatlichen ÖPNV-Finanzierung

---

## Allgemeine Verlagerungsziele bzw. Modal-split-Ziele

(mit Rechtfertigung über unzureichende Internalisierung externer Effekte des MIV und/oder Infrastrukturengpässe im Bereich des MIV)

## Mobilitätsziele für spezielle Gruppen

(Mobilität auch für Menschen ohne Zugang zum MIV – sozialpolitisches Ziel i.V.m. regionalpolitischen Zielen)

## Volkswirtschaftliches Effizienzziel

(Erreichung gegebener Verlagerungs- und Mobilitätsziele mit minimalem Mitteleinsatz)

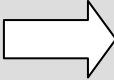
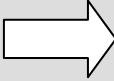
# Instrumente der staatlichen ÖPNV-Finanzierung

---

## Grundprinzip im Rahmen der ÖPNV-Objektförderung

- Defizitäre staatliche/kommunale **Eigenproduktion**  
und/oder
- **Zahlungen** an ÖPNV-Anbieter (Zuschüsse, Subventionen, ...)

## Wirkungsweise der ÖPNV-Objektförderung

- **allgemeine Tarif- und Qualitätswirkung**  
 Verlagerungsziel
- **Tarif- und Qualitätswirkungen für spezielle Gruppen**  
(z. B. behinderte Menschen, Auszubildende)  
 Mobilitätsziel

# Kritik an der bestehenden ÖPNV-Finanzierung (Überblick über wesentliche Aspekte)

---

**Intransparente und  
unkoordinierte  
„Finanzierungslandschaft“**



**hohe Transaktionskosten  
unklare  
Begünstigungseffekte**

**vielfach Kostenorientierung  
der Fördermittel**



**Anreize zu Ineffizienz  
Strategieanfälligkeit  
„Mitnahmeeffekte“**

**Wettbewerbsbeschränkungen  
durch allgemeine  
Rahmensetzung**



**negative Effizienzwirkungen**

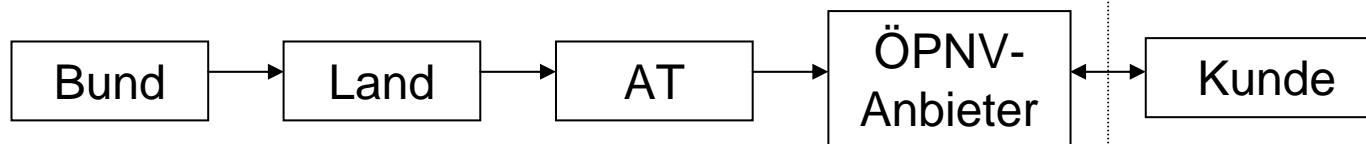
**Wettbewerbsverzerrungen,  
da Förderung nicht „neutral“**

# Reformansätze im Rahmen der Objektförderung I

## Detailreformen (z.B. § 45aPBefG) vs. umfassende Reformen

- Bündelung von Finanzierungsströmen
- stärkere Zweckbindung

Reformen innerhalb des öffentlichen Bereichs



Reformen im Verhältnis Aufgabenträger / ÖPNV-Anbieter

- Primat für Ausschreibungswettbewerb
- stärkere Output-/Erfolgsorientierung

# Reformansätze im Rahmen der Objektförderung II

## Vorteile vorliegender Reformansätze

- höhere **Transparenz**
- geringere **Transaktionskosten**
- Abbau bestimmter **Fehlanreize** und Verzerrungen
- **Wettbewerbspotentiale** zumindest teilweise genutzt

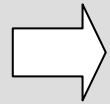
## Zentraler Kritikpunkt

„**OBJEKT FÖRDERUNG**“ mit **administrativer Angebotsplanung** durch Aufgabenträger (selbst bei Funktional-ausschreibungen), d. h. keine unmittelbare Orientierung an den Nutzern (Kunden) als **Nachfrager auf dem ÖPNV-Markt**

# Vorteile der Subjektförderung im Überblick I

---

## Subjektförderung



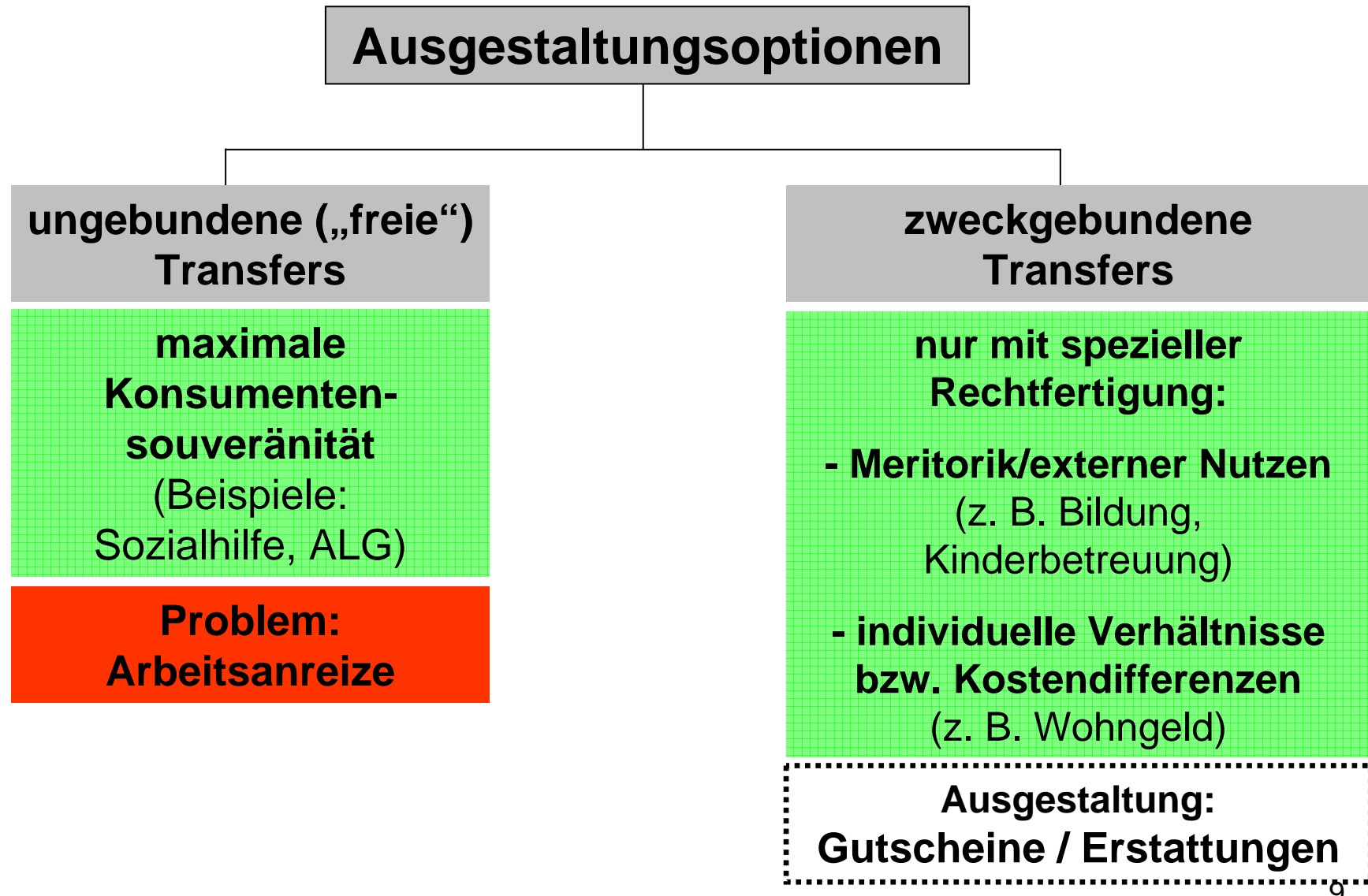
**Transfers an bedürftige Haushalte**, die dadurch in die Lage versetzt werden, Güter/Dienstleistungen am Markt zu erwerben

## Vorteile im Vergleich zur Objektförderung

- sozialpolitische **Treffgenauigkeit**
- **keine Ineffizienzen/Wettbewerbsverzerrungen**, da
  - keine staatliche/öffentliche Produktion
  - keine Subventionen an private Anbieter
- **Wettbewerb *im* Markt** um zahlungskräftige Nachfrager



# Vorteile der Subjektförderung im Überblick II



# Subjektförderung im ÖPNV - Eckpunkte eines Gesamtmodells I

## Elemente eines Gesamtmodells

- Umstellung der ÖPNV-Finanzierung von Objekt- auf Subjektförderung
  - **Dezentrale politische Entscheidung** über Transferhöhe und Kreis der Transferempfänger
  - **Gebundene Transfers**, da Preisrelationen auf dem Markt verzerrt (fehlende Internalisierung externer Effekte)
  - **Gutscheine ohne Personenbindung** (d. h. Übertragbarkeit), da
    - gesamtes Fördervolumen dem ÖPNV zukommt
    - geringere Administrationskosten
- ⇒ Vollständige Nutzerfinanzierung durch Entgelte u. Gutscheine

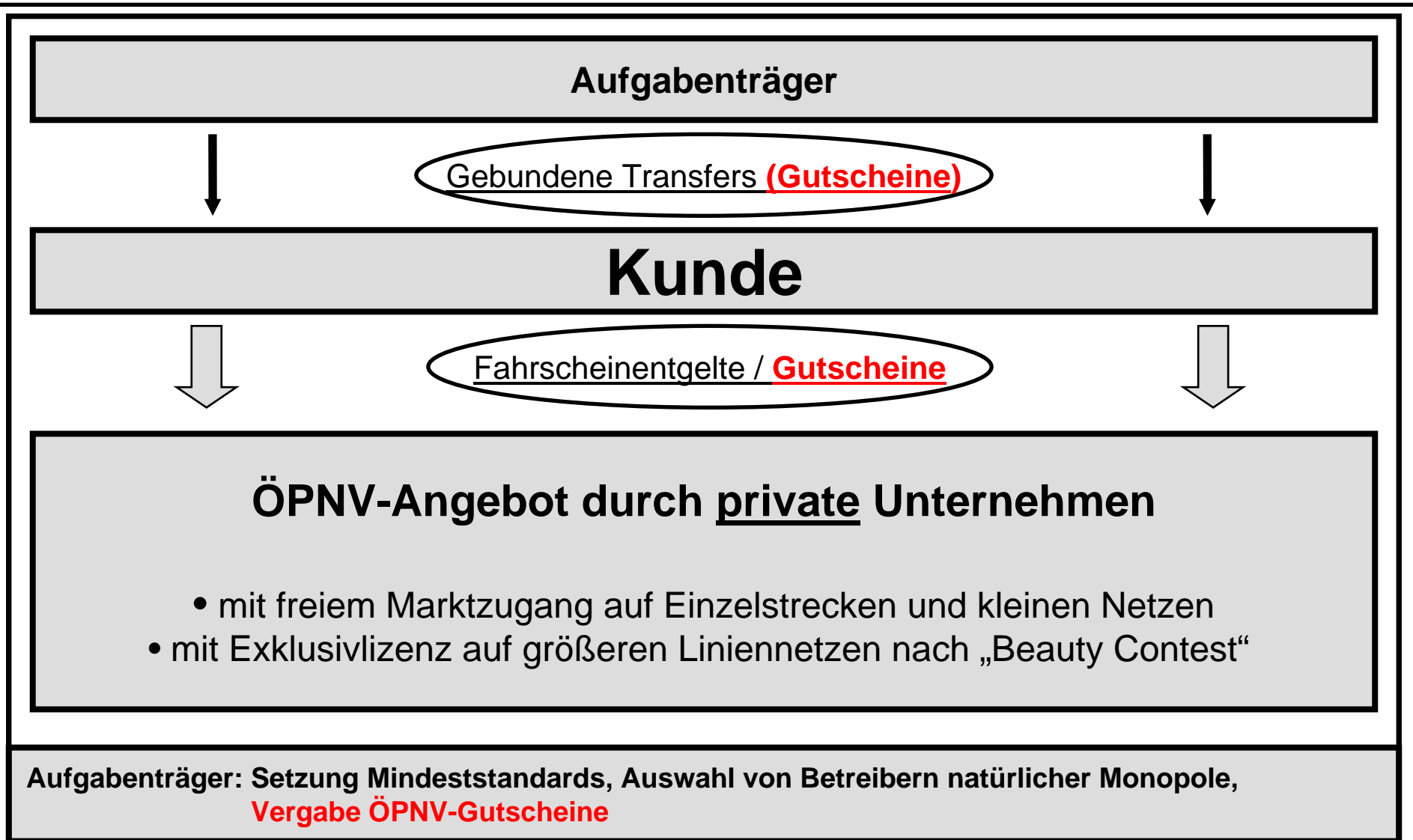
# Subjektförderung im ÖPNV - Eckpunkte eines Gesamtmodells II

---

## Voraussetzungen für Umstellung auf Subjektförderung

- ⇒ Umfassende **Nutzung *marktwirtschaftlicher Anreize*** und wettbewerblicher Potenziale im ÖPNV, d. h.:
- **Privatisierung** von Verkehrsdienstleistern
  - diskriminierungsfreier **Infrastrukturzugang**
  - **freier Marktzugang** bei isolierten Linien und kleineren Liniennetzen (als „**bestreitbarer**“ Markt)
  - zeitlich befristete **Exklusivrechte** in natürlichen **Monopolmärkten** mit wettbewerblichem Vergabeverfahren gemäß Angebotsqualität („**beauty contest**“)

# Mittelflüsse im System der Subjektförderung



Quelle: Sterzenbach (2007)

# Subjektförderung im ÖPNV - Erste Ansätze in der Praxis

---

## Deutschland

- Gutscheine für **Schüler** für Fahrten mit Schulbus
- **Frauen-Nacht-Taxi** (z. B. in Halle/Saale)

## Großbritannien

Gutscheine für **Taxi-Fahrten** für Menschen ohne Zugang zum MIV in einer Region (Tandridge Taxi Voucher) seit 1997 – mittlerweile über 600 Teilnehmer

# Subjektförderung im ÖPNV - Potentiale für den ländlichen Raum I

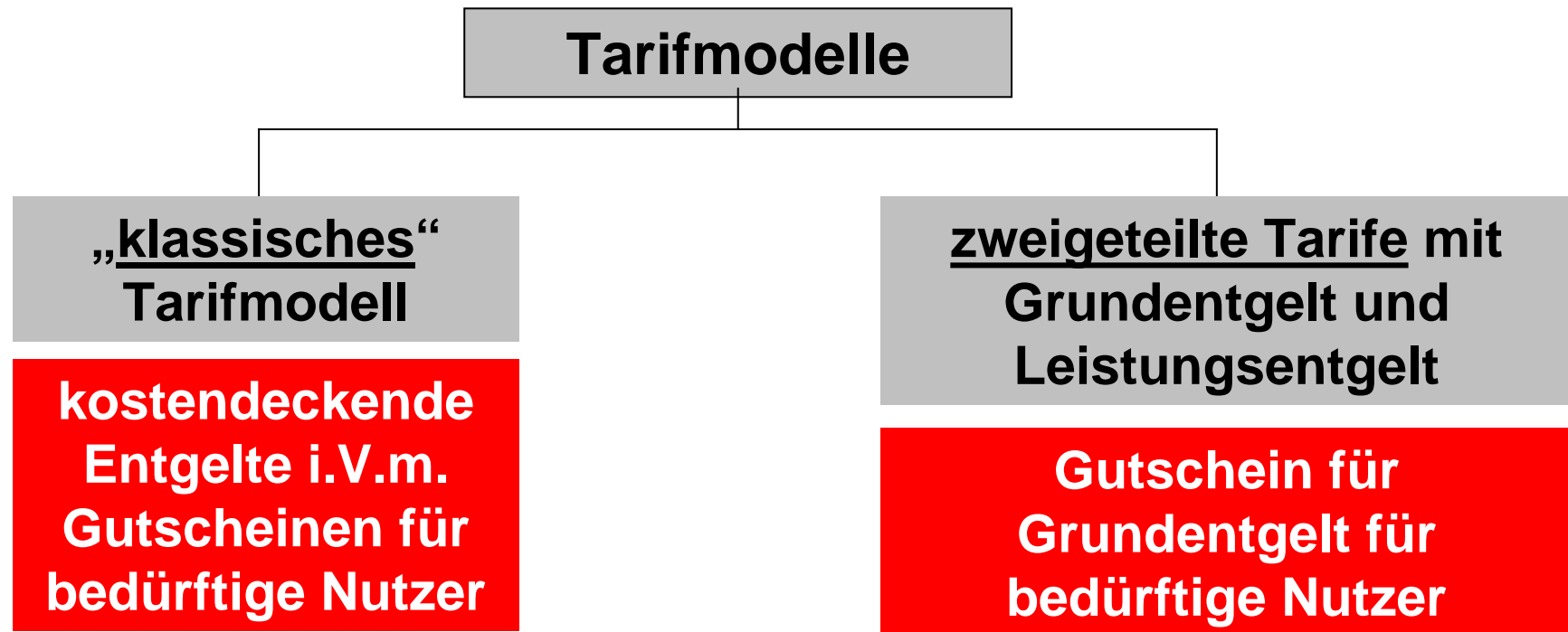
---

## Merkmale des ÖPNV im ländlichen Raum

- **Dominanz des Mobilitätsziels** gegenüber dem Verlagerungsziel
- zunehmende Bedeutung **flexibler Bedienformen** (demographischer Wandel)
- **hoher Zuschussbedarf** pro Fahrt/Kopf
- **geringer** Anteil des **ÖPNV** am modal-split

# Subjektförderung im ÖPNV - Potentiale für den ländlichen Raum II

---



## Vorteile

- Sozialpolitische **Treffsicherheit**
- Chancen für **Wettbewerb** im Markt bzw. „Bestreitbarkeit“
- **Angebotssteuerung** durch Nachfrager am Markt

15

# Diskussionpunkte und Ausblick I

---

- Subjektförderung bietet **Vorteile** – auch für den ÖPNV
  - sozialpolitische Treffsicherheit und Transparenz
  - keine Ineffizienz in der Bereitstellung
  - Angebotssteuerung durch Kunden / Nachfrager
  
- Komplementarität zu **wettbewerblicher Rahmensetzung** (umfassender Reformbedarf, d. h. langfristige Option)



## Diskussionspunkte und Ausblick II

---

- Zahlreiche **Ausgestaltungsoptionen** von Gutscheinmodellen:
  - Empfängerkreis und Transferbetrag
  - Zweckbindung (solange Preisrelationen „verzerrt“)
  - Personenbindung vs. Übertragbarkeit
  - zeitliche und räumliche Gültigkeit
  - „technische“ Umsetzung (Papiergutschein, E-Ticket, etc.)
  
- **Verteilungswirkungen** evtl. hemmend für politische Durchsetzbarkeit, da Veränderung zu Status-quo
  
- **Ländlicher Raum** geeignet für Modellversuche

# Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Prof. Dr. Frank Fichert  
Hochschule Heilbronn  
Fachbereich Wirtschaft und Verkehr  
Max-Planck-Str. 39  
D-74081 Heilbronn

Fichert@hs-heilbronn.de

Dr. Tim Sterzenbach  
SZ-VTM  
An den Buchen 7  
D-56307 Dernbach

TimSterzenbach@hotmail.com