

# Fahrgastbeiräte– Konzepte und Erfahrungen in Deutschland und Österreich

Martin Fliegel/Martin Schiefelbusch, nexus, Berlin, Deutschland

## 1 Einleitung

Öffentliche Verkehrsmittel sind in vielen Städten Teil des täglichen Lebens. Bus und Bahn sind wichtige Instrumente, um Ziele in Verkehrspolitik, Umweltschutz und Sozialpolitik zu erreichen. Angesichts der starken Rolle von Angebotsmonopolen, langfristiger Planung und politischer Einflüsse bedarf es besonderer Instrumente, um ein fahrgastfreundliches Angebot sicherzustellen.

Eines der Instrumente zur Beteiligung der Fahrgäste an angebotsrelevanten Entwicklungen sind sogenannte „Fahrgastbeiräte“. Damit sind *Gremien mit beratender Funktion* angesprochen, die *ganz oder überwiegend aus Fahrgästen und/oder Vertretern von Verbänden, die Fahrgastbelange vertreten, bestehen*.<sup>1</sup> Sie werden dauerhaft oder zumindest *für einen längeren Zeitraum einberufen*, um die *Meinung der Kunden zum ÖV-Angebot - dem gegenwärtigen Stand wie weiteren Planungen zum Ausdruck zu bringen*. Anders als die ohne jede Beteiligungsgarantie erfolgende Arbeit von Fahrgastverbänden und Bürgerinitiativen haben Fahrgastbeiräte durch ihre Zuordnung zu einem Verkehrsunternehmen oder Aufgabenträger eine gewisse *formale Absicherung*.

Ausgehend von der ersten dokumentierten Fahrgastbeirat, der 1989 bei der KVB Köln eingerichtet wurde (Bröer 1994) bestehen inzwischen ca. 100 solche Gremien im deutschsprachigen Raum.<sup>2</sup> Die einzelnen Konzepte sind dabei jedoch sehr heterogen. Dies gilt sowohl für die formalen und organisatorischen Grundlagen (z.B. institutionelle Zuordnung, Satzung) als auch für Arbeitsumfang und -methoden.

Im Rahmen des Projekts „Busrep“ haben wir daher eine Untersuchung der bisher erreichten Beteiligung in diesem Bereich durchgeführt. Der vorliegende Bericht stellt erste Ergebnisse daraus vor.

## 2 Grunddaten der Erhebung

Die Erhebung wurde als schriftliche Befragung durchgeführt, wobei jeweils die über das Internet bzw. Telefonrecherchen festgestellten Ansprechpartner - meist Vorsitzende der Beiräte, zum Teil auch Kontaktpersonen in den Verkehrsunternehmen<sup>3</sup> - kontaktiert wurden. Der Fragebogen gliederte sich in acht thematische Bereiche: Neben Fragen zur Entstehung des Beirats ist die Organisation der Beiratstätigkeit, die Struktur des Beirats sowie das zugrunde liegende Bewerbungs- und Auswahlverfahren von grundlegendem Interesse gewesen. Die Themenbereiche Aufgaben und inhaltliche Fragen des Beirats sowie die Gestaltung und Ablauf der Sitzungen zielten auf die operative Durchführung der Beiratsarbeit, während Fragen zur Öffentlichkeitsarbeit und, -wirksamkeit und zu den Erfahrungen der bisherigen Arbeit einen weiteren Ausblick ermöglichen sollen.

Ergänzend wurden Interviews mit Beiratsmitgliedern, Betreuern und weiteren Personen mit Beiratserfahrung geführt, auf die in Teil 4 eingegangen wird.

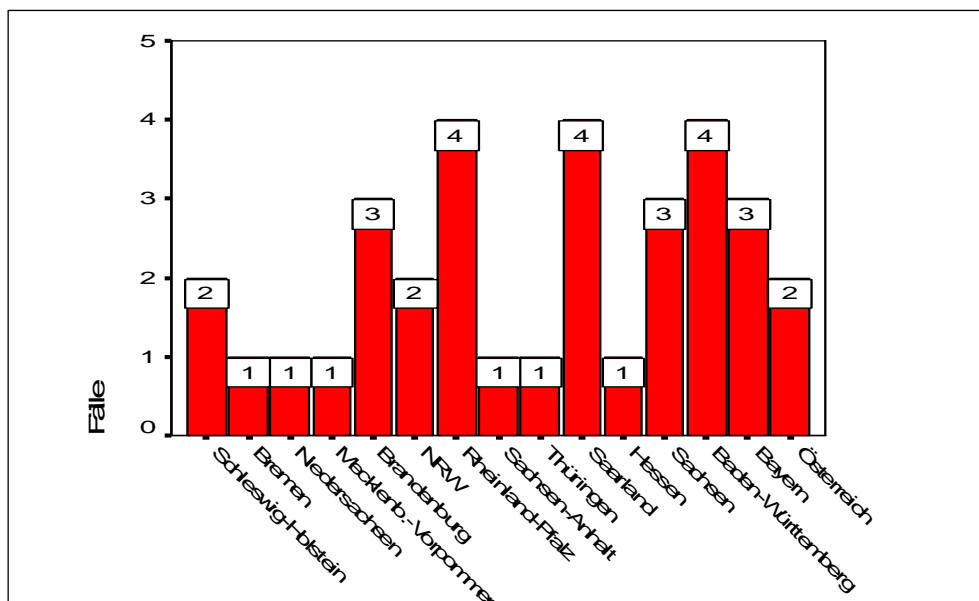
---

<sup>1</sup> Daneben sind die Bezeichnungen „Fahrgastforum“, „Kundenbeirat“, „Nahverkehrsbeirat“ gebräuchlich, werden aber auch für andere Gremien verwendet. In diesem Aufsatz wird „Fahrgastbeirat“ als häufigster Begriff verwendet.

<sup>2</sup> nach einer Internetrecherche im Sommer 2004. In der Schweiz konnten dabei keine Beiräte identifiziert werden. Die genaue Zahl ist schwer feststellbar, da auch Gremien, die nicht unserer Definition entsprechen, teilweise mit „Fahrgastbeirat“ bezeichnet werden.

<sup>3</sup> bzw. bei den verantwortlichen Aufgabenträgern oder Gebietskörperschaften. Zur Vereinfachung ist im Folgenden meist nur von Verkehrsunternehmen als „Träger“ die Rede.

Es sind 98 Fahrgastbeiräte, Nahverkehrsbeiräte und Streckenbeiräte angeschrieben worden. 37 ausgefüllte Fragebögen wurden ausgewertet, entsprechend einer Quote von ca. 40%. Diese Beiräte verteilen sich räumlich wie folgt:

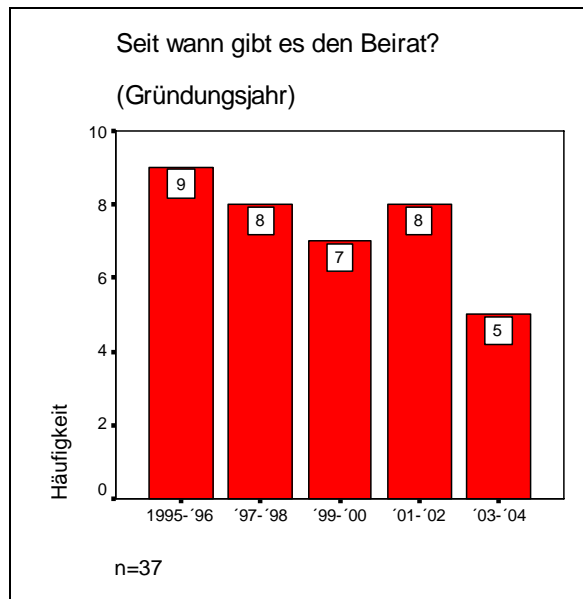


**Abb. 1: Räumliche Verteilung der Beiräte**

### 3 Fahrgastbeiräte in Deutschland und Österreich

#### 3.1 Initiierung des Beirats und konstituierende Faktoren

Die Betrachtung des *Gründungszeitraums* zeigt eine ausgewogene Verteilung über den Zeitraum der letzten zehn Jahre. Der erste Beirat (1989 in Köln gegründet) blieb längere Zeit ein Vorläufer. Der schwächere Rücklauf der Jahre 2003-04 könnte auf geringere Öffentlichkeitsarbeit von Beiräten in Gründung zurückgeführt werden. Er wäre ansonsten als eine Sättigungstendenz wertbar.



**Abb. 2: Gründungszeitraum der Beiräte**

Die Anzahl der Bewerbungen lag durchschnittlich bei 109 Personen bei einer Streuung zwischen 10 und 600 Personen.<sup>4</sup> Ein Vergleich mit einer Erhebung des VCD (Meyer-Liesenfeld 1997)<sup>5</sup> aus dem Jahr 1997 zeigt große Ähnlichkeiten bei etwas geringeren Wertespannweiten. Zwischen 40 und 500 Bewerbungen wurden in dieser Befragung festgestellt.

Bei der Anwerbung von Mitgliedern wurde in der VCD-Erhebung weitgehend auf Artikel in der örtlichen Tageszeitung und einen Aufruf durch das Verkehrsunternehmen zurückgegriffen. Die Busrep-Erhebung zeigt bereits ein differenzierteres Bild. Presseartikel prägen zwar weiterhin das Anwerbungsverfahren (26), jedoch werden auch Aushänge (15), Handzettel (14), das Internet (13) Kundenmagazine und eigene Anzeigen (6) als Kanäle verwendet.

Gruppen, von denen *überproportional viele Bewerbungen* eingingen wurden in neun Fällen bemerkt. So sind Männer in 6 Fällen überrepräsentiert, so wie es bereits in der VCD-Erhebung mit einem unterdurchschnittlichen Frauenanteil von 30 – 50% deutlich wurde. Weitere Merkmalsgruppen sind Berufstätige (3), Senioren (4) und die Altersgruppe zwischen 30 und 50 Jahren (4). 17 Beiräte haben keine Unausgewogenheit beobachtet. Trotz dieser Differenzen betrachten 89% der Beiräte (31) die tatsächliche Struktur als übereinstimmend mit der angestrebten Struktur.

Als Ergebnis der Bewerbungen wurden meist Beiräte gebildet, die zwischen 20 und 30 *Mitglieder* hatten. Die durchschnittliche Zahl der Mitglieder in dieser Erhebung beträgt 17 Personen. Kleinere Gremien scheinen demnach stärker vertreten zu sein.

Die *Initiierung* des Beirats ging in 41% der Fälle vom Verkehrsunternehmen oder –verbund aus. Verwaltungsinitiativen sind in 22% der Fälle verantwortlich. Die übrigen Fälle sind auf gemischte Initiativen, politische Beschlüsse und Fahrgastinitiativen zurückzuführen.

<sup>4</sup> Für den Kundenbeirat des Fernverkehrs der DB wurde nach einem bundesweiten Aufruf von vierstelligen Bewerberzahlen berichtet. Dieses Gremium ist in unserer Erhebung jedoch nicht enthalten.

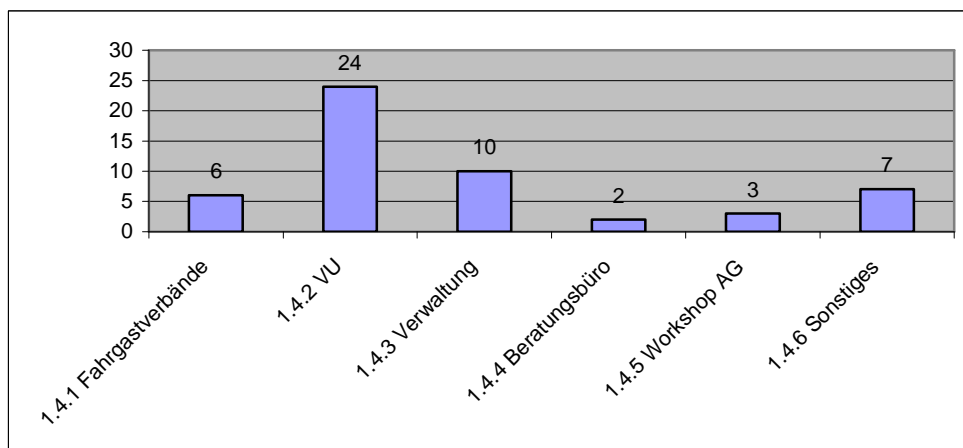
<sup>5</sup> Im Folgenden auch als „VCD-Erhebung“ bezeichnet.



**Abb. 3: Verantwortlichkeit für Beiratsgründung**

### 3.2 Konzepte und Strukturen

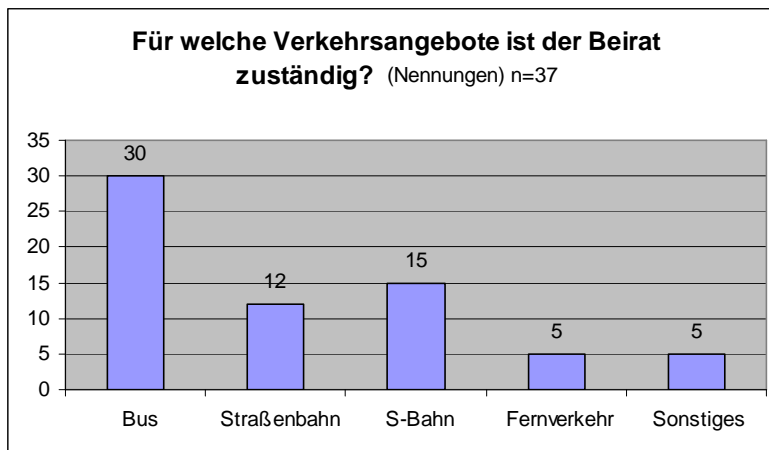
Die *Erarbeitung des Konzepts* wurde, wie es die Angaben zur Beiratsinitiierung bereits nahe legen, mehrheitlich (24 Fälle) durch das Verkehrsunternehmen (VU) durchgeführt. Weitere Hauptakteure sind kommunale Verwaltungen und Fahrgastverbände und –beiräte als Kundenorgane.



**Abb. 4: Erarbeitung des Beiratskonzepts**

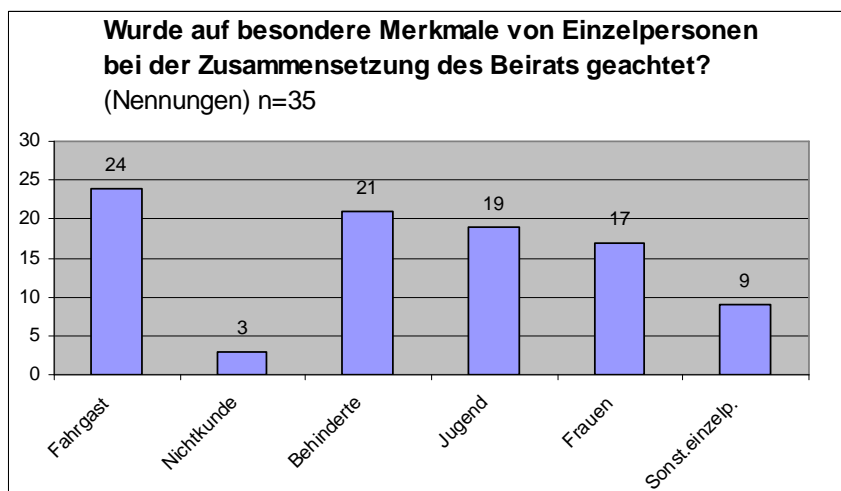
Bei der *räumlichen Zuständigkeit* dominieren Landkreise (35%) und Bedienungsgebiete von Verkehrsunternehmen (27%). Stadtgebiete sind die räumlichen Grenzen für 16% der befragten Beiräte. Verbundgebiete (8%) und Bundesländer (8%) sind seltener mit einem Beirat vertreten.

Diese Verteilung spiegelt sich auch in der Zuständigkeit der Beiräte nach *Verkehrsangeboten* wider. Es dominiert mit 81% der Busverkehr (Mehrfachnennungen), typisch für Landkreise und monopolistische Bedienungsgebiete. 41% gaben eine Zuständigkeit für Vorortverkehre mit S- und U-Bahn an, wie sie in Städten und Verbundgebieten, d.h. Ballungsräumen verkehren. Lediglich 14% waren für Fernverkehrsangebote zuständig, korrespondierend mit der genannten Zuständigkeit für ein Bundesland.



**Abb. 5: Zuständigkeit der Beiräte nach Verkehrsangeboten**

Eine Beachtung struktureller Merkmale bei der Zusammensetzung des Beirats gehört zu den vordringlichsten Aufgaben des Beirats um eine ausgewogene Interessenvertretung zu bilden. Neben demographischen Grundmerkmalen ist die Benutzung des ÖV grundlegendes Kriterium der Auswahl. Es werden darüber hinaus oft Menschen mit Behinderungen und Jugendliche gezielt. Allerdings treten durch die Bewerberlage teilweise Überrepräsentierungen einiger Gruppen auf.



**Abb. 6: Auswahlmerkmale von Einzelpersonen**

Insbesondere ist bei Beiräten zwischen *Laien* und *Fachgremien* (auch als „Verbandsbeiräte“ bezeichnet) zu unterscheiden. Die Untersuchung ergab nur elf Beiräte ohne Verbandsangehörige, bzw. fachliche Beratung. Dies zeigt einen deutlich niedrigeren Anteil als es die VCD-Erhebung (Meyer-Liesenfeld 1997) vor acht Jahren ergab.<sup>6</sup> Hierbei muss allerdings zunächst offen bleiben, ob die Verbandsmitglieder als solche ernannt oder zunächst als Privatpersonen berufen wurden. Beides ist möglich (vgl. Teil 4).

Anders das Bild bei der Frage, ob eine *Satzung* oder andere schriftliche Arbeitsgrundlage vorhanden ist. So wies die VCD-Erhebung nur einen Beirat ohne eine solche aus. Das Bild in dieser Erhebung ist jedoch paritätisch: 18 geben eine schriftliche Fixierung an, 17 Beiräte verneinen dies. Der Trend zu einem offenen, nicht institutionalisierten Gremium, bzw. Beschwerdeforum scheint hier angedeutet. Siehe auch die Teilnahme der Öffentlichkeit an Sitzungen und Teilnahme von Verbandsvertretern. Dieser Aspekt bedarf jedoch noch näherer Untersuchung.

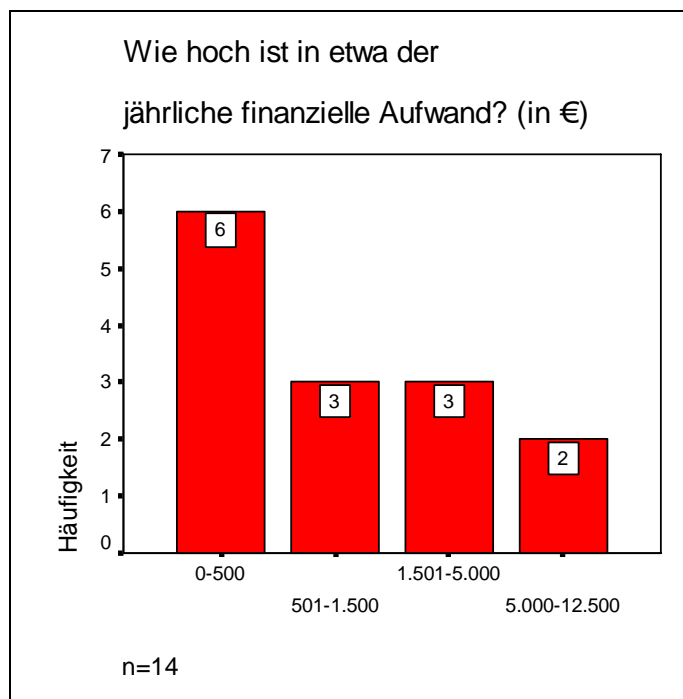
Eine Zweiteilung der Arbeitsweise zeigt sich auch im Vorhandensein einer Zeitvorgabe für *Rückmeldungen durch das Verkehrsunternehmen*. 15 Beiräte nennen eine Zeitvorgabe, die im Schnitt 50 Tage beträgt und überwiegend eingehalten wird. 20 Beiräte haben keine Vorgabe. Die Dauer der

<sup>6</sup> Dort waren vier von elf Beiräten als Laienbeirat eingestuft worden, entsprechend 36%.

Vorgabe ergibt sich unter anderem aus der durchschnittlichen *Tagungshäufigkeit* von vier Terminen jährlich, so dass bis zum nächsten Termin eine Rückantwort erwartet wird. Die VCD-Erhebung ergab geringfügig höhere Werte von durchschnittlich fünf Terminen.

Die Durchführung dieser Termine ist mit einem *finanziellen Aufwand* verbunden, die 1997 jedoch als gering eingestuft wurden und meist aus dem Etat für Öffentlichkeitsarbeit des Trägers abgewickelt werden. Diese Einschätzung deckt sich mit den hier erhobenen Daten, bei allerdings relativ wenigen Antworten. 43% der Antworten geben Kosten von maximal 500€ jährlich für die Beiratsarbeit an (vgl. Abb.7). Nur zweimal wurden Kosten von über 5.000€ pro Jahr geschätzt. Zu beachten ist hier, dass sich teilweise eine Kostenperspektive des VU oder Verbundes und eines Beiratsprechers mischen. Hohe Werte können insbesondere durch eine Anrechnung der von Angehörigen des VU in den Sitzungen verbrachten Arbeitszeit als Kosten des Beirats entstehen. Dies bedarf noch näherer Untersuchung.

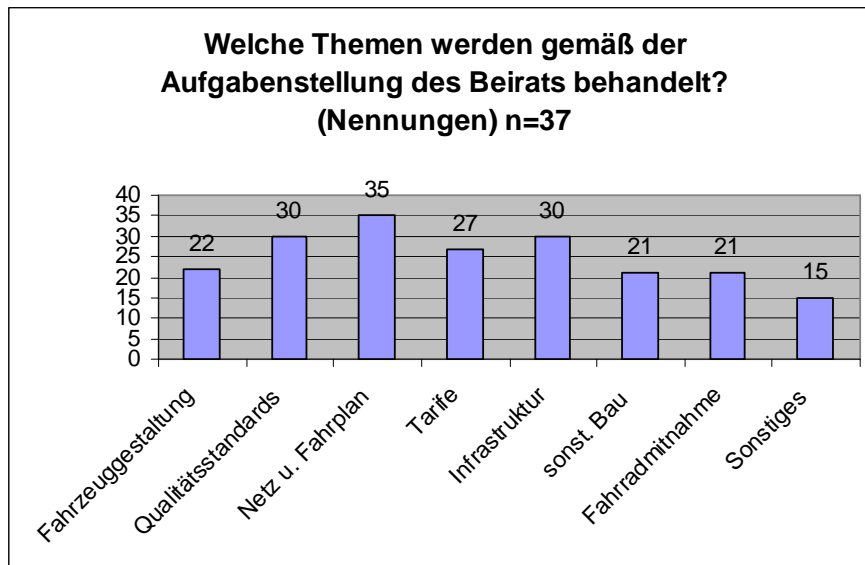
Der *Zeitaufwand* für Vor- und Nachbearbeitung der Sitzungen, Protokollerstellung, versand, etc. wird durchschnittlich mit 66h jährlich angesetzt. Dies gibt die Perspektive eines/r Beiratsprechers/-in wider. Für einfache Mitglieder darf mit niedrigeren Werten gerechnet werden.



**Abb. 7: Jährlicher finanzieller Aufwand**

### 3.3 Aktivitäten und Außenbeziehungen

Das *Aktivitätsspektrum*, das sich gemäß Aufgabenstellung ergibt ist groß. Geprägt werden die Sitzungen von den Themen Netz- und Fahrplan. 95% der Beiräte bearbeiten dieses Thema. Infrastruktur (Haltestellen), Qualitätsstandards und Tarife werden von  $\frac{3}{4}$  der Beiräte benannt. Die Fahrzeuggestaltung, Fahrradmitnahme und sonstige Bauvorhaben werden noch von über der Hälfte der Beiräte als Aufgabe benannt. Die Betrachtung der VCD-Erhebung ergibt für die Themen Fahrplan, Tarife und Info, Service (Qualitätsstandards) ebenfalls häufige Nennungen. Das Thema Infrastrukturgestaltung ist jedoch nicht vertreten. Interessant ist die Betrachtung des Erfolgs/Scheiterns bei bestimmten Themen, siehe hierzu Kapitel 3.4.



**Abb. 8: Themen gemäß Aufgabenstellung des Beirats**

Neben der thematischen Perspektive ist der *Stellenwert von Einzelproblemen* von Fahrgästen - d.h. von den Mitgliedern selbst erlebte oder ihnen berichtete Fälle von Servicemängeln - beachtenswert. Der VCD gab an, dass durchschnittlich bis zu 50% der Sitzungszeit hierfür in Anspruch genommen wird. Auch die Busrep-Erhebung ergibt hierfür einen hohen Stellenwert: 32 Beiräte befassen sich mit Einzelproblemen von Mitgliedern oder Fahrgästen. Nur fünf Beiräte schließen dies generell aus. 20 geben an kein besonderes Verfahren für die Behandlung von Einzelproblemen zu haben, nur 9 Beiräte nutzen aktuelle Fragestunden, bzw. Viertelstunden oder Beschwerdewege via Telefon und Internet.

Der *Umfang von Einzelproblemen* wird häufig als hoch oder gleichwertig mit allgemeinen Problemen angegeben. Prozentangaben von 40% und mehr wurden dieser Kategorie zugeordnet. Ein mittlerer Stellenwert ist für acht Beiräte kennzeichnend. Einen geringen Stellenwert notieren nur fünf Beiräte.

Die vermittelnde Tätigkeit und Interessenvertretung macht es nötig auch *über den Rand des Beirats hinaus* zu schauen. Diesen Einblick gewinnen einzelne Mitglieder in 3 von 4 Beiräten (72%) über eigene Aktivitäten in Verbänden und Vereinigungen(12) oder Initiativen und Vereinen (9). Politische Tätigkeit (in Parteien und/oder Parlamenten) ist immerhin in acht Fällen verzeichnet, obwohl diese z.T. sogar als Ausschlusskriterium für eine Beiratsmitgliedschaft gilt. Dies unterstreicht die offensichtlich gewachsene Bedeutung des „Verbandsbeirats“-Konzepts (vgl. 3.2).

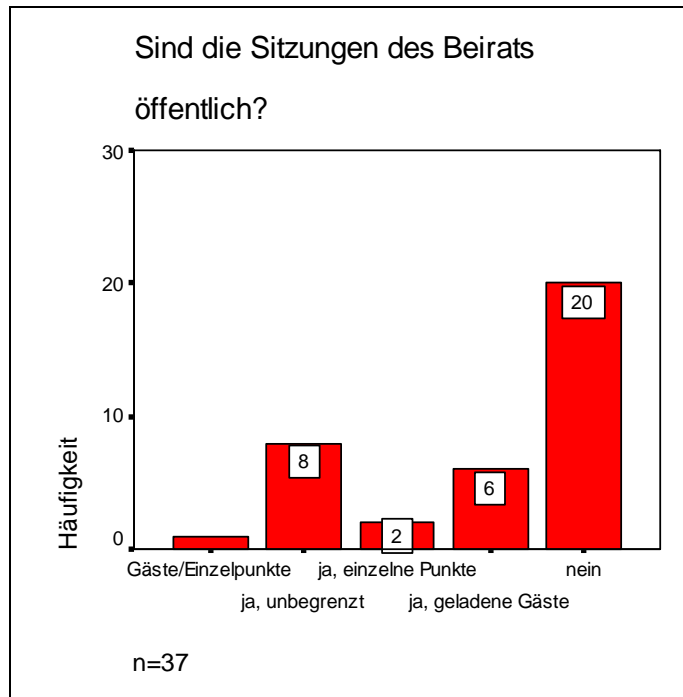
Die *Gremien- und Verfahrensbeteiligungen* der Beiräte sind ein weiteres Mittel um Einfluss auf Entscheidungen auszuüben. Stellungnahmen der Beiräte im Rahmen öffentlich-rechtlicher Verfahren, die den öffentlichen Verkehr betreffen sind jedoch selten. 17% oder 6 Beiräte gaben an in diesem Rahmen Stellung zu beziehen. Dies betrifft Nahverkehrspläne und den Infrastrukturausbau (Haltestellen). Die große Mehrheit von 83% der Beiräte (30) wird jedoch als Institution nicht einbezogen.

Ähnlich zeigt sich das Bild der Beiratsvertretung in anderen Gremien. Nur vier Beiräte (11%) sind bspw. in einer Verbandsversammlung oder einem übergeordneten Beirat vertreten.

Kontakte und/oder *Zusammenarbeit mit Gremien angrenzender Regionen* bzw. auf anderer Ebene gibt es jedoch häufiger. 15 Beiräte haben derartige Außenbeziehungen, 18 hingegen nicht. Konkrete Absprachen gibt es aber nur in fünf Fällen, hier vorwiegend mit anderen Fahrgastbeiräten. Politische Absprachen und kreisübergreifende Linien werden als Themen genannt.

Gemeinsame *Öffentlichkeitsarbeit* mit anderen Institutionen (inklusive der Verkehrsunternehmen) zur Vertretung bestimmter Themen betreiben zehn Beiräte. Es gibt also mehrfache Anknüpfungspunkte für Kooperationen und Vernetzung, allein der Umfang ist noch bescheiden. So konstatiert der VCD für die schwach ausgeprägten Kontakte zwischen Beiräten ein fehlendes Netz und fehlende Informationen als Grund. Hier mögen als weitere Gründe das ehrenamtliche Engagement und seine Grenzen sowie ein teilweise geringes Engagement der Mitglieder angeführt werden.

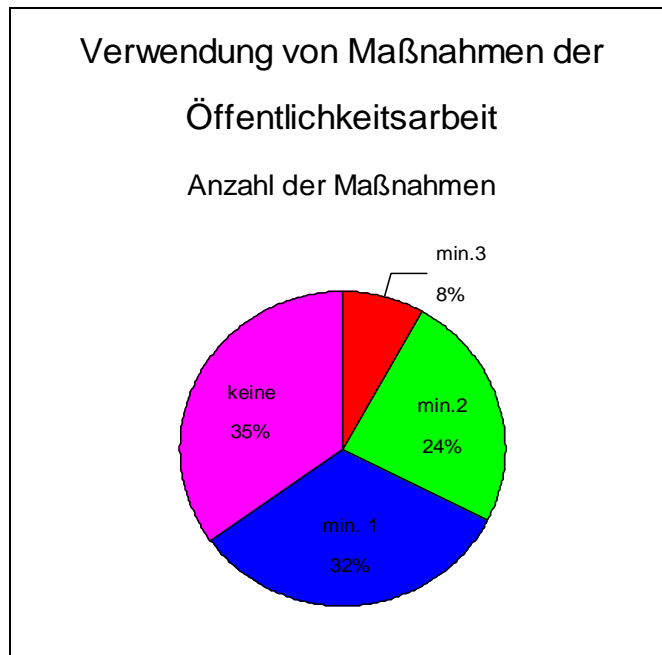
Die Außenbeziehungen des Beirats wirken durch die Teilnahme anderer Institutionen oder Personen an den Sitzungen auch in das Gremium hinein. Die *Öffentlichkeit* ist zunächst in acht Beiräten unbegrenzt zugelassen, in weiteren neun Fällen teilweise. 20 Beiräte schließen öffentliche Teilnahme ganz aus (vgl. Abb.9). Auch bei den nicht-öffentlichen Beiräten gibt es jedoch zeitweilige Teilnahme von *Verbands- und Behördenvertretern* als Gäste, die Hintergrundinformationen liefern oder Themen vorstellen. Die Öffentlichkeitsarbeit ist bereits in der VCD-Erhebung 1997 als defizitär bezeichnet worden.



**Abb. 9: Öffentlichkeitsbeteiligung an Sitzungen**

Die Dokumentation und *Außendarstellung* des Beirats zeigt die Verwendung ähnlicher Kanäle wie für die Mitgliederwerbung. Der VCD weist in seiner Erhebung nach, dass neben Presseerklärungen als Außendarstellung keine weiteren Mittel verwendet werden. Abb. 10 zeigt, dass sogar 35% der Beiräte auf eine Außendarstellung ganz verzichten und 32% nur eine Maßnahme durchführen. Aber bereits ein Drittel der befragten Beiräte verwendet zwei und mehr Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit (etwa Internetpräsenz, Veröffentlichungen in Kundenzeitschriften oder Pressemitteilungen). Die Dokumentation ist durch Sitzungsprotokolle und Jahresberichte immer ausreichend gewährleistet.





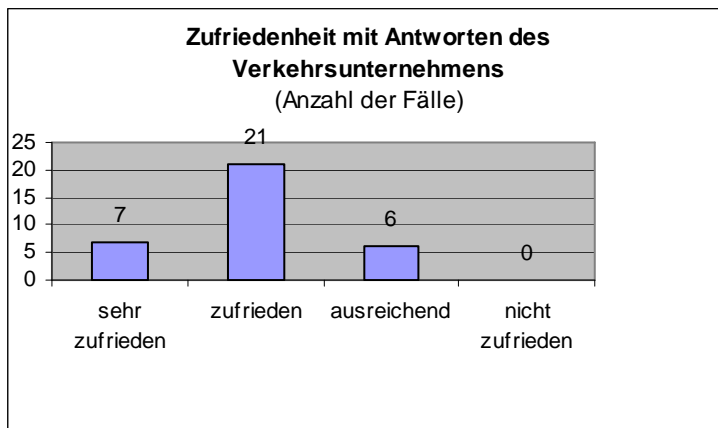
**Abb.10: Anzahl der Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit**

### 3.4 Erfahrungen und Ausblick

Die umfangreichen Arbeiten der Fahrgastbeiräte in den letzten Jahren gestatten eine rückblickende Einschätzung der Wirksamkeit des Organs und seines Einflusses auf das VU. Eine positive *Entwicklung der Zusammenarbeit* seit Einführung des Beirats konstatieren 15 Beiräte. Es wird insbesondere der kurze Weg zur Kundenmeinung auf der einen und das gewachsene Verständnis für Unternehmenszwänge auf der anderen Seite betont. Allgemein wird die wachsende Vertrautheit und die permanente Kommunikation gelobt. Die Mehrheit der Beiräte (19) gibt an keine Veränderung zu bemerken.

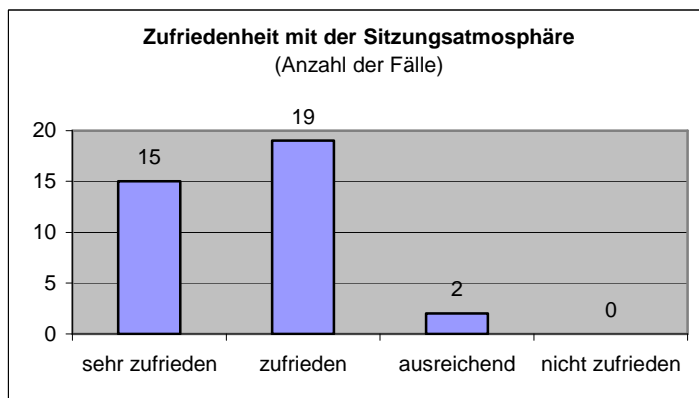
Die Beiräte werden nach ihrem Empfinden auf Seiten des Verkehrsunternehmens überwiegend positiv *wahrgenommen* (9). Sie werden als wichtig erachtet (4) und ernst genommen (2). Weitere Einschätzungen sind die eines hilfreichen (2), notwendigen (2) und unterstützenden/unterstützten (2) Gremiums, das wahrgenommen wird (4). Nur in drei Fällen ist die Wahrnehmung durch das Unternehmen als unzureichend (3) eingestuft worden.

Dieses Bild findet sich wieder in der Frage nach der *Zufriedenheit mit Antworten* des VU (vgl. Abb.11) Es überwiegt Zufriedenheit, wobei ca. 18% die Antwortqualität nur als ausreichend empfinden. Die Antworten sind evtl. dadurch zu relativieren, dass bei einer Zuordnung des Beirats zum VU nicht mit starker Kritik zu rechnen ist.



**Abb. 11: Zufriedenheit mit Antworten auf Vorschläge des Beirats**

Ein durchweg positives Bild zeigt sich bei der Betrachtung der *Sitzungsatmosphäre*. 95% der Beiräte sind zufrieden bis sehr zufrieden mit der Atmosphäre.



**Abb. 12: Zufriedenheit mit der Sitzungsatmosphäre**

Hieran mag auch die grob geschätzte durchschnittliche Höhe des Anteils umgesetzter Vorschläge von 51% nicht unschuldig sein. Die Umsetzungsquote ist damit beachtlich und scheint höher zu liegen als 1997. Sie weist allerdings deutliche Schwankungen zwischen 10 und 100% auf. Auffälligerweise sind die Bereiche häufiger Misserfolge auch die Kernbereiche der Beiratsarbeit. So sind Anfragen zur Tarifgestaltung (8), Infrastruktur und ÖV-Bauvorhaben (9), zum Liniennetz und Fahrplangestaltung (8) sowie Kapazitätserweiterungen (5) häufig abgelehnt worden. Der Grund für die Ablehnung wird nicht immer deutlich, jedoch kann angenommen werden, dass, wie es bereits die VCD-Erhebung anführt, finanzielle Gründe oft ausschlaggebend sind.

Die *Erwartungen* an die Zukunft sind getragen von dem Wunsch nach mehr Aktivität (12) des Beirats. Zufriedenheit mit dem Erreichten und Kontinuität kennzeichnen bei weiteren zwölf Beiräten die Entwicklung. Sie wünschen sich eine Weiterführung der Arbeit. Stärkeres Engagement der Mitglieder, eine stärkere Fahrgastbeteiligung allgemein wünschen sich sieben Beiräte. Das bereits angesprochene Problem mangelnder Öffentlichkeitswirksamkeit ist für vier Beiräte Kernproblem der weiteren Arbeit. Weitere vier Beiräte haben ein konkretes Projekt oder Programm in den Mittelpunkt gestellt. Der Wunsch nach mehr Öffentlichkeitsarbeit ist bereits 1997 deutlich geworden.

## 4 Ausblick

Diese erste Auswertung zeigt, dass sich Fahrgastbeiräte als institutionalisierte Form der (Anhörungs-)Beteiligung etabliert haben und einen Beitrag zu konstruktivem Dialog zwischen Anbieter- und Kundenseite leisten können. Die häufige Initiierung durch das Unternehmen selbst ist jeweils als Zeichen einer Veränderung des eigenen Selbstverständnisses zu sehen. Die Beiratsmitglieder empfinden ihre Arbeit als sinnvoll und wünschen sich in der Regel eine Weiterführung.

Die weiteren Auswertungen und der künftige Umgang mit diesem Instrument wird sich jedoch auch einigen zumindest ambivalenten Erfahrungen widmen müssen, die in den von uns geführten Interviews angesprochen wurden:

Die „Anbieterseite“ erwartet sich von einem Beirat vor allem Rückmeldung von der „Basis“. Daher wird die Mitwirkung von Verbandsmitgliedern mit „Expertenambitionen“ zum Teil kritisch gesehen, lässt sich aber - wie auch unsere Erhebung zeigt - nicht dauerhaft ausschließen. Aus demselben Grund ist auch eine langfristige Mitwirkung derselben Personen ambivalent zu beurteilen, da mit zunehmender Dauer ebenfalls die Entwicklung einer „Expertenperspektive“ zu beobachten ist. Andererseits ist es schon heute nicht immer einfach, genug Mitglieder für ein solches Gremium zu rekrutieren. Ähnlich wie andere Formen des bürgerschaftlichen Engagements muss auch in diesem Bereich neu über künftige Möglichkeiten der Motivation nachgedacht werden.

Schließlich kann Beiratsarbeit bei identischen Randbedingungen mehr oder weniger produktiv und befriedigend gestaltet werden. Ob sich ein solches Gremium zu einem „harmlosen Kaffeekränzchen“ entwickelt oder die Fahrgastperspektive dauerhaft und effektiv vertreten kann, ist nur zum Teil durch die formalen Voraussetzungen zu beeinflussen, sondern bedarf einer umfassenderen Perspektive und kontinuierlicher Aufmerksamkeit.

## Literatur

Bröer, Guido 1994: Volkes Stimme gegen Betriebsblindheit, in: fairkehr 6/94, S. 44-46

Meyer-Liesenfeld, Susanne 1997: Initiierung von Fahrgastbeiräten im Saarland. Saarbrücken: VCD Landesverband Saarland (Projektbericht, 2. Auflage)

dies: Initiierung von Fahrgastbeiräten im Saarland, in: Verkehrszeichen 1/97, S. 19-22.