

Direktmarketing in Lemgo

Ausgangssituation

- Ortsteil Lieme im Herbst 1998 an das Stadtbussystem angebunden
- Aus Kostengründen kaum Marketingmaßnahmen
- Auslastung des Linienastes nach Lieme vergleichsweise gering (nur 80% der durchschnittlich verkauften Jahreskarten/Linienast sowie der durchschnittlichen Einnahmen aus Fahrkartenverkauf/Linienast)

Stadwerke Lemgo GmbH, Mai 2003

Dipl.-Geogr. Sylvia Voß
Privatkunden Marketing

Direktmarketing in Lemgo

Haushaltsbefragung im Ortsteil Lieme

- 138 Liemer Haushalte im Juni 2002 zu Mobilitätsverhalten befragt
- 2 Nutzergruppen erneut kontaktiert:
- Gruppe „R“: „Regelmäßige Nutzer/ Zeitkarteninhaber“
- Gruppe „I“: „Interessierte/ Gelegenheitsnutzer“

Stadwerke Lemgo GmbH, Mai 2003

Dipl.-Geogr. Sylvia Voß
Privatkunden Marketing

Direktmarketing in Lemgo

Hausbesuche bei „Interessierten Nutzern“

- 30 Personen telefonisch Info-Gespräch und Testticket angeboten: 14 möchten Angebot nutzen
- Vorstellung des ÖPNV-Angebotes und Ausgabe Testticket (kostenlose Nutzung der Jahreskarte LemGoCard für einen Monat)



Stadwerke Lemgo GmbH, Mai 2003

Dipl.-Geogr. Sylvia Voß
Privatkunden Marketing

Direktmarketing in Lemgo

Präsent und Infos für Zeitkarteninhaber

35 Personen erhalten Päckchen mit:

- Persönlichem Anschreiben
- Aktuelle Informationen zu Angeboten und Tarifen
- Treuegeschenk: Taschenschild mit Stadtbuss-Logo



Stadwerke Lemgo GmbH, Mai 2003

Dipl.-Geogr. Sylvia Voß
Privatkunden Marketing

Direktmarketing in Lemgo

Erfolgsmessung nach 3 Monaten

Ende Juli 2003 Telefoninterview geplant:

- Wie häufig sind Sie im Testmonat gefahren?
- Nutzen Sie seitdem häufiger die Stadtbusse?
- Sind Sie jetzt im Besitz eines Zeittickets?
- Haben Sie den Stadtbuss weiter empfohlen?

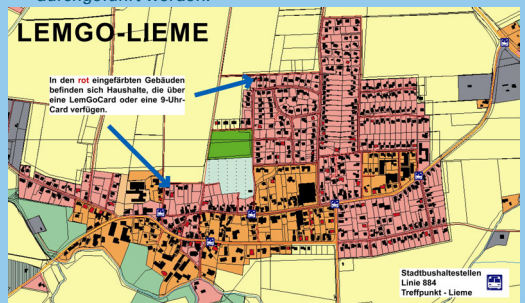
Stadwerke Lemgo GmbH, Mai 2003

Dipl.-Geogr. Sylvia Voß
Privatkunden Marketing

Direktmarketing in Lemgo

Aussichten

- Weitere orts-/stadtteilbezogene Aktionen können auf Basis eines Geographischen Informationssystems (GIS) durchgeführt werden.



Stadwerke Lemgo GmbH, Mai 2003

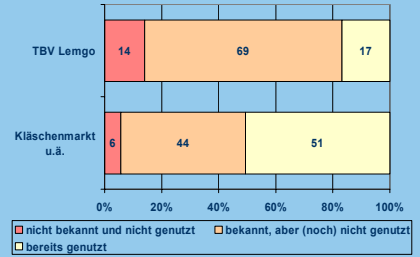
Dipl.-Geogr. Sylvia Voß
Privatkunden Marketing

Sonderverkehre in Lemgo - Ergebnisse der Erhebungen -



Bekanntheit der Sonderverkehre in Lemgo

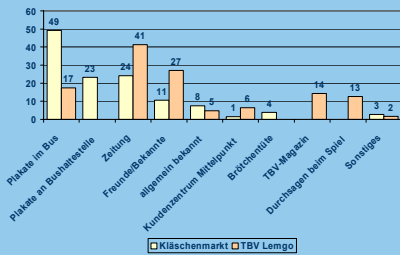
- Ergebnisse der Haushaltsbefragung -



→ Hoher Bekanntheitsgrad der Sonderverkehre in der Bevölkerung

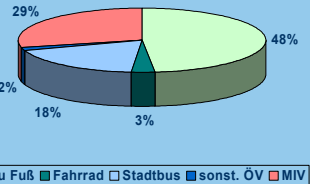
Informationsquelle der Stadtbusnutzer zu den Sonderverkehren in Lemgo

- Ergebnisse der Besucher- und Fahrgastbefragung -
(Mehrfachantworten)



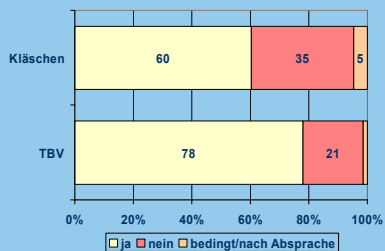
→ Plakate und Zeitung als wichtigste Informationsquelle

Modal Split der Lemgoer Besucher des Kläschenmarktes



→ Beachtlicher Anteil des Stadtbusses am Modal Split

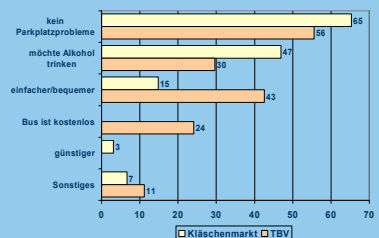
Pkw-Verfügbarkeit der Stadtbusnutzer



→ Pkw-Nutzer steigen auf den Stadtbus um

Grund für die Nutzung der Sonderverkehre (wenn Pkw vorhanden)

(Mehrfachantworten)



→ Parkplatzprobleme und Alkohol sind die wichtigsten Nutzungsgründe

Nahverkehrsverbund Paderborn/Höxter



Projektbausteine für IMAGO:

1. Informations-Center des Nahverkehrs im ländlichen Raum
2. Sonderverkehre im ländlichen Raum

Ziele und Aufgaben der nph-Center

Ziele:

- Verbesserung der Information vor Ort
- Präsenz in jeder Kommune



Aufgaben:

- Information über die aktuellen Nahverkehrsangebote
- Nachrichtenbörse in Zusammenarbeit mit Touristenbüros und dem Städtemarketing (Freizeitangebote & ÖPNV, etc.)
- Direkte Kontaktstellen zum nph
- Künftig Verkaufsstellen von Fahrausweisen



Übersicht

- Eröffnung des 1. nph-Centers am 02.05.2000 in Salzkotten
- bis Ende 2002 entstanden in allen Kommunen des Hochstifts nph-Center (Ausnahme Paderborn)
- Bestand in 2002: 20 nph-Center
- Standorte: zumeist in den Bürgerbüros der Städte, aber auch z.B. in Kurverwaltungen oder Tourist-Informationen
- In Planung: 1 bis 2 weitere nph-Center, mögliche Standorte z.B. Arbeitsamt Paderborn oder Flughafen Paderborn-Lippstadt

Aufbau

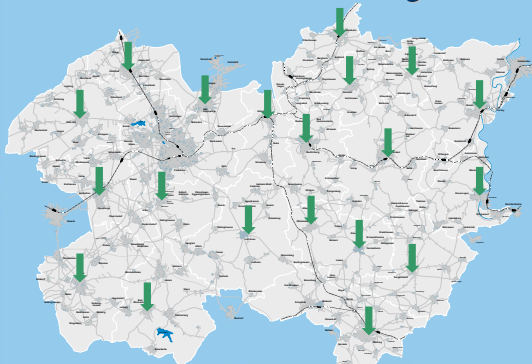


Internet-Zugang zur Homepage des nph, der Stadt und des Kreises



Fahrpläne, Tarifinformationen und aktuelle Printmedien zum Mitnehmen

Räumliche Verteilung



Gesamtübersicht Sonderverkehre im Hochstift

- 25 Sonderverkehre
- 36.449 Fahrgäste
- 2.194 Fahrten
- 16,61 Fahrgäste/Fahrt



Die vier „Großen“

Die vier Großen Sonderverkehre:

- Warburger Oktoberwoche
- Rhine-Army-Summer-Show
- Annentag in Brakel
- Libori Paderborn



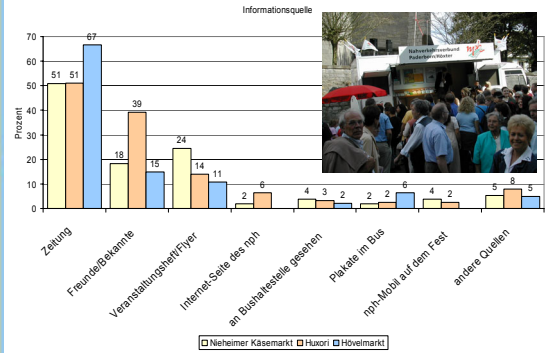
Die vier größten in Summe: 27.938 Fahrgäste (≈ 76,65%)

Die vier größten in Summe: 1.565 Fahrten (≈ 71,33%)

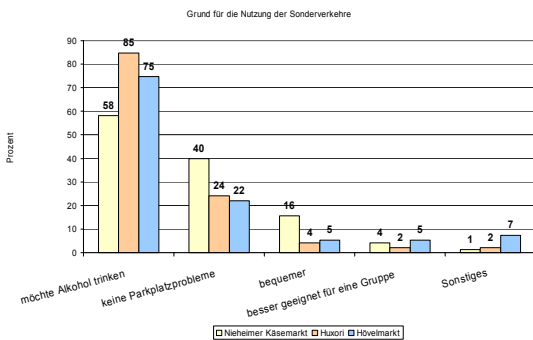
Höchster Besetzungsgrad

Annentag in Brakel: 38 Fahrgäste pro Fahrt

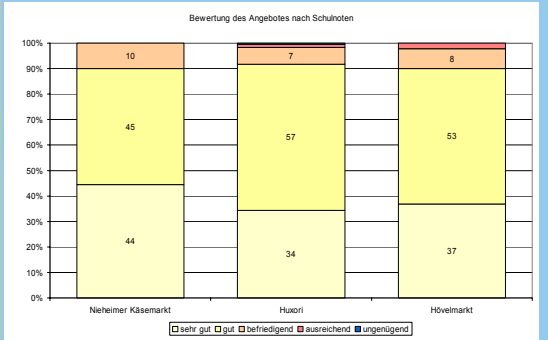
Informationsquellen



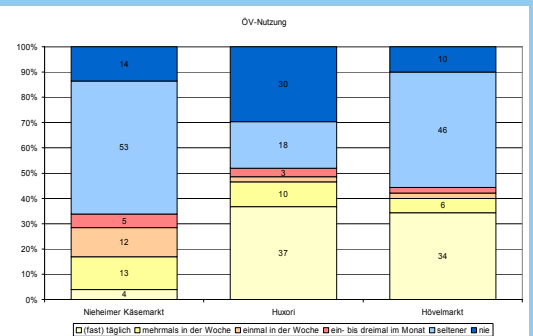
Gründe für die Nutzung



Bewertung der Sonderverkehre



ÖV-Nutzung



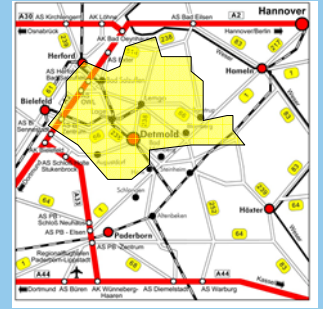
Ergebnisse

- ➔ Insbesondere traditionelle Volksfeste (z.B. Annentag in Brakel oder Huxori in Höxter) bieten eine gute Grundlage für Sonderverkehre.
- ➔ Verkehre zu kulturellen Veranstaltungen (Eventverkehre) sind im Regionalverkehr schwächer nachgefragt.
- ➔ Je öfter ein Sonderverkehr durchgeführt wurde, desto stabiler sind die Fahrgastzahlen.
- ➔ Das Marketing bzw. der Informationstransport ist entscheidend für den Erfolg der Sonderverkehre. Veröffentlichungen in Tageszeitungen sind ein äußerst wichtiger Bestandteil des Marketings

Projekt: Expressbus 790

Projekt: Expressbus 790

Kreis Lippe



Projekt: Expressbus 790

Linienverlauf



Projekt: Expressbus 790

Vorhandene Infrastruktur



Projekt: Expressbus 790

Maßnahmen I

- Wetterschutz
- Information
- Taktverdichtung



Projekt: Expressbus 790

Maßnahmen II

- Angebotsverknüpfung
- Fahrzeuge
- Service

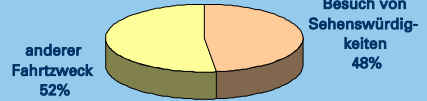


Die Touristiklinie 792



Universität Paderborn
Elke Freitag, M.A.
Angewandte Anthropogeographie und Geoinformatik

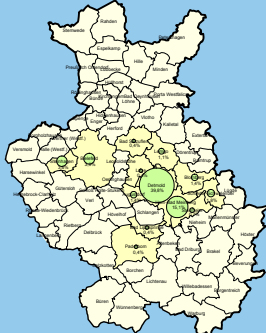
Touristiklinie 792 Fahrzweck



→ Sowohl touristische Funktion als auch Ergänzung zum „Normalverkehr“

Universität Paderborn
Elke Freitag, M.A.
Angewandte Anthropogeographie und Geoinformatik

Das Einzugsgebiet der Touristiklinie 792

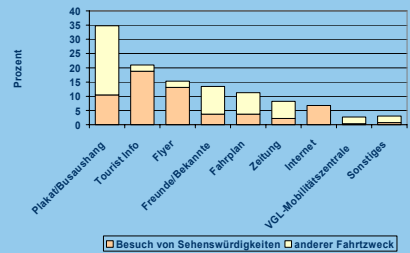


Sonstige Kreise in NRW 7,6%
Sonstiges Deutschland: 19%
Ausland: 2,5%

→ Kreis Lippe als wichtigstes Quellgebiet

Universität Paderborn
Elke Freitag, M.A.
Angewandte Anthropogeographie und Geoinformatik

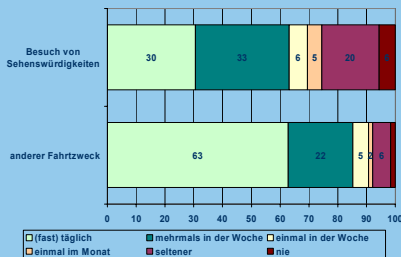
Touristiklinie 792 Informationsquelle (Mehrfachantworten)



→ Für Touristen sind Tourist Information und Flyer die wichtigsten Informationsquellen

Universität Paderborn
Elke Freitag, M.A.
Angewandte Anthropogeographie und Geoinformatik

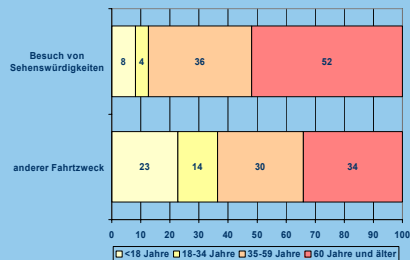
Touristiklinie 792 Nutzung des ÖPNV



→ Verlagerungspotentiale zugunsten des ÖPNV durch die Touristiklinie

Universität Paderborn
Elke Freitag, M.A.
Angewandte Anthropogeographie und Geoinformatik

Touristiklinie 792 Alter der Fahrgäste



→ Es wird ein überdurchschnittlich altes Publikum angesprochen

Universität Paderborn
Elke Freitag, M.A.
Angewandte Anthropogeographie und Geoinformatik

Ausgewählte Ergebnisse der Haushaltsbefragung in Hürth (September 2002)

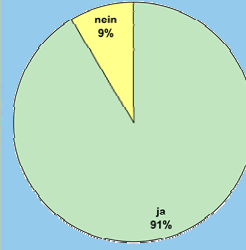


Rücklauf:

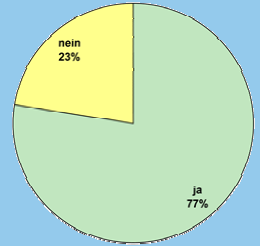
- 493 verwertbare Haushaltsbögen
Rücklaufquote 20%
- 943 verwertbare Personenbögen



Kenntnis Stadtbus

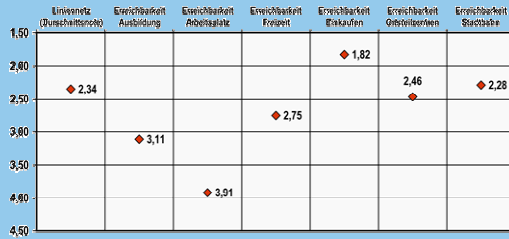


Nutzung Stadtbus

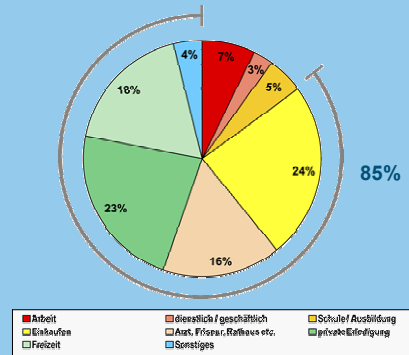


Bewertung des Stadtbusangebotes

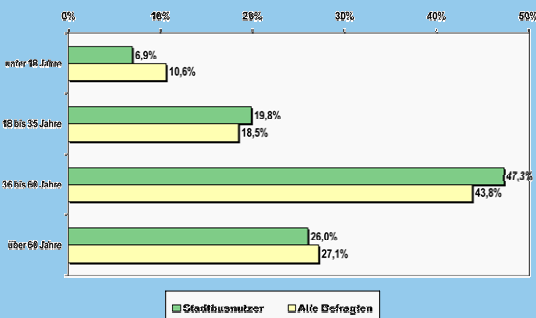
Linienetz / Erreichbarkeit



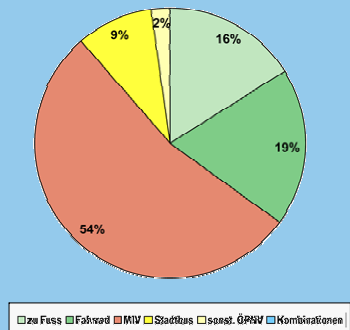
Fahrtzwecke der Stadtbusnutzer



Altersstruktur der Stadtbusnutzer



Modal Split im Binnenverkehr



Kreisverkehrsgesellschaft Euskirchen mbH

ÖPNV im Kreis Euskirchen TaxiBus - Bewegung die ankommt



ÖPNV im Kreis Euskirchen

TaxiBus Anlass und Umsetzung

- Anlass
Zielsetzung: Durchbrechung der "Abwärtsspirale im ÖPNV" und Verbesserung der Wirtschaftlichkeit ("Kostenneutralität") ohne radikale Angebotsrücknahme
- Einführung am 7. Januar 2002
- Grundlagen
Fahrgastzählungen und Haushaltsbefragung 2000
- Planungsgrundsätze zur Einführung TaxiBus
 - Busfahrten mit weniger als 5 Fahrgästen ersetzen
 - zum Stundentakt ergänzen
 - montags-freitags 6-19 Uhr, samstags bis 14 Uhr

ÖPNV im Kreis Euskirchen

TaxiBus Systemmerkmale

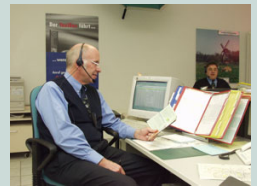
- fährt nach Fahrplan von Haltestelle zu Haltestelle
- fährt nur nach Bestellung (30 Minuten vorher)
- PKW oder Kleinbusse
- auf 21 Linien der RVK (Regionalverkehr Köln GmbH)



ÖPNV im Kreis Euskirchen

TaxiBus Dispositionszentrale

- geöffnet von 6.45-19 Uhr, samstags bis 14 Uhr
- Servicetelefonnummer 01804-151515 (0,24 €/Anruf)
- 2 Arbeitsplätze mit Dispositionssoftware AnSaT
- automatischer Auftragsversand an Taxiunternehmer



ÖPNV im Kreis Euskirchen

TaxiBus Marketing zur Einführung und Anschlussmarketing

- umfangreiche Maßnahmen von RVK und KVE, z.B.
 - Entwicklung TaxiBus-Logo
 - Flyer "Der TaxiBus fährt..." (Auflage 170.000)
 - 500 Plakate, 20.000 Servicekärtchen
 - Kundenzeitschrift Kreuz & KVEr (Auflage 55.000)
 - Radiogewinnspiel, Anzeigenkampagne
 - Pressekonferenz, Eröffnungsfeier
 - Infostände vor Ort



ÖPNV im Kreis Euskirchen

TaxiBus Entwicklung der Fahrgast- und Fahrtenzahlen 2002

