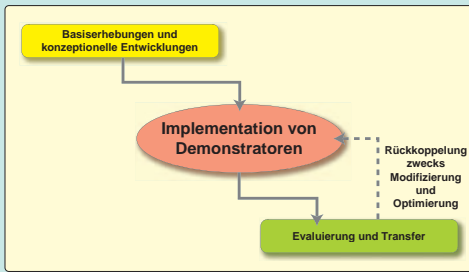


3. Infobrief

Innovative Marketing- und Angebotskonzepte in Gemeinden mit Ortsbussystemen – Ergebnisse aus Forschung und Praxis –



Das Forschungs- und Demonstrationsvorhaben IMAGO hat sich zur Aufgabe gesetzt, sowohl mittels wissenschaftlichen Methoden als auch mit konkreten Demonstrationsvorhaben auszuloten, welche Angebotsstandards und Informations- bzw. Marketinginstrumente im ÖPNV unter den raumstrukturellen und verkehrlichen Gesichtspunkten der Region zum Tragen kommen können. Im Mittelpunkt von IMAGO stehen die vielseitigen Demonstrationsvorhaben der Praxispartner, die eng verbunden sind mit intensiven wissenschaftlichen Begleituntersuchen der regionalen (Universität Paderborn und Planungshaus Südstadt AG) und sektoralen Forschungspartner (Institut für angewandte Verkehrs- und Tourismusforschung e.V. und Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie GmbH), durch die die Projekte vor und während der Implementierung eine Potenzialuntersuchung erfahren

und nach der Umsetzungsphase evaluiert werden. Ein wesentliches Forschungsziel besteht darin, bei den Demonstratoren sowohl eine Optimierung aus Sicht der Nachfrager und der Anbieter anzustreben als auch die realisierbaren regionalen und inhaltlichen Transfermöglichkeiten auszuloten. Nachdem im 2. Infobrief ausgewählte Demonstratoren präsentiert wurden, sind für den vorliegenden 3. Infobrief erste Ergebnisse aus Forschung und Praxis exemplarisch aufbereitet worden. Im 4. Infobrief wird schließlich der Schwerpunkt auf den regionalen und projektexternen fachlichen Transfer gelegt werden, so dass die im Umfeld von IMAGO gewonnenen Erfahrungen und Ergebnisse auch über das eigentliche Projektkonsortium hinaus bekannt gemacht werden.

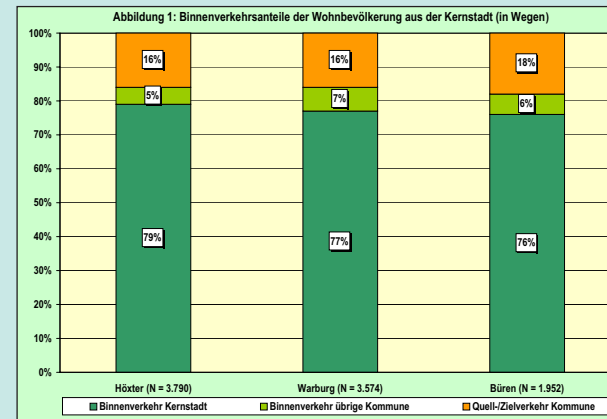


Innovative ÖPNV-Angebote im ländlichen Raum - "Good Practices" aus europäischen Nachbarstaaten

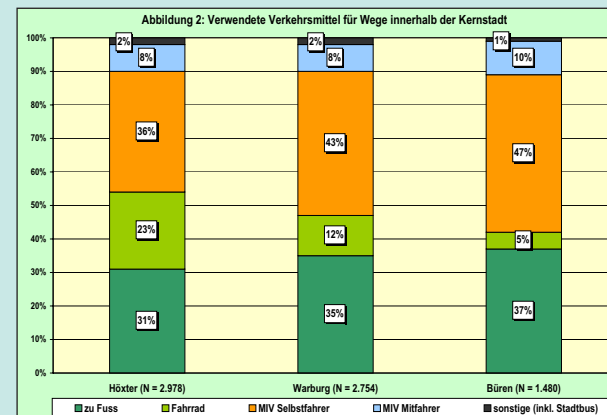
Die Finanzierung des Öffentlichen Nahverkehrs bleibt auch nach der Entscheidung des Europäischen Gerichtshofes zum "Magdeburger Urteil" vom 14. Juli 2003 ein Thema von höchster Aktualität. Im Zuge der Finanzkrise der öffentlichen Haushalte haben sich Schlagworte wie "Kostendeckungsgrad", "Zuschussbedarf" und "Defizitausgleich" zu zentralen politischen Themen entwickelt. In ländlich geprägten Gebieten, in Klein- und in Mittelstädten sind die Voraussetzungen, hohe Kostendeckungsgrade und einen geringeren Zuschussbedarf zu erzielen, deutlich schwieriger als in den Großstädten und Ballungsgebieten. In den letzten Jahren lag in den schwächer besiedelten Regionen ein Schwerpunkt in der Entwicklung neuer, flexibler, bedarfsorientierter Angebotsformen. An die Systeme waren hohe Erwartungen hinsichtlich ihrer Effizienz geknüpft. Die ersten Ergebnisse nach nunmehr mehrjährigem Betreiben zeigen, dass diese zwar im Vergleich zum konventionellen Linienbetrieb in absoluten Werten kostengünstiger sind, aber häufig einen geringen Kostendeckungsgrad aufweisen. Die zunehmende Diskrepanz zwischen dem Anspruch der öffentlichen Daseinsvorsorge und der Abnahme der Bereitstellung von Mitteln bedarf einerseits der Kreativität der Akteure vor Ort, andererseits aber besonders der politischen Bereitschaft zur zukünftigen Subventionierung. Auch wenn mittlerweile Lösungen für die Genehmigung und Zuwendungsfähigkeit von flexiblen Angebotsformen in Sicht sind, stellt sich die Frage nach den mittel- bis langfristigen Perspektiven und den Entwicklungsmöglichkeiten dieser Angebotsformen. Dazu wurden in einem Workshop am 29. September 2003 am Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie beispielhaft Angebote in den europäischen Nachbarstaaten vorgestellt. Die Ergebnisse zeigen, dass eine Bandbreite an vergleichbaren Angebotsformen in Betrieb ist, so bspw. in Form von Bürger- oder Anrufbussen. Die konkreten Ausformungen sind von den spezifischen Bedingungen vor Ort abhängig. Alle untersuchten Beispiele benötigten und benötigen für deren Entwicklung und/oder den Betrieb Formen öffentlicher Zuwendungen. Für die Kofinanzierung wurden oftmals private Gelder eingeworben: In einem Beispiel aus England (Burgess Hill, West Sussex) sind dies Gelder von Großunternehmen, die in der Erschließung ihrer Betriebsstandorte durch das System einen hohen Nutzen sahen; in einem Beispiel aus Österreich (Gemeinde Klaus, Oberösterreich) war die Identifikation mit der Dorfgemeinschaft ausschlaggebend für das Engagement der Bürger für einen Fahrdienst. Ebenfalls sind die Ziel- und Nutzergruppen der Angebote mit denen in Deutschland vergleichbar: Für Personen ohne Führerschein oder Autoverfügbarkeit und für mobilitätseingeschränkte Personen übernehmen die Angebote mit einer mehrfach hohen Kundenzufriedenheit eine wichtige soziale Funktion, indem sie für diese Personen die Teilnahme am gesellschaftlichen, aber auch wirtschaftlichen Leben verbessern. Der öffentliche Nahverkehr in ländlich geprägten Gebieten spielt somit im Rahmen der Daseinsvorsorge eine wichtige Rolle. Die Notwendigkeit staatlicher Beihilfen für die Daseinsvorsorge wurde von der EU-Kommission kürzlich nochmals unterstrichen. Festzustellen bleibt, dass die flexiblen Bedienungsformen nicht allein an ihrem betriebswirtschaftlichen Ergebnis gemessen werden dürfen, sondern in ihrer Gesamtfunktion zu betrachten sind. Eine der zentralen Aufgaben ist es dennoch, die Potenziale einer möglichst kostengünstigen Leistungserbringung voll auszuschöpfen. Damit verbunden ist die Bedeutung von Qualitätsaspekten, um eine ausreichende Nachfrage zu erzielen. Trotz des Bekenntnisses zur Zukunftsfähigkeit flexibler Bedienungsformen bleibt die Frage zu den Grenzen auch dieser Angebotsformen. Angesichts eines hohen finanziellen Aufwandes solcher Angebote, von deren Aufrechterhaltung nur noch wenige Personen wirklich profitieren, ist zukünftig zu diskutieren, ob nicht ggf. individualisierte Lösungen (z.B. Taxischeine) weitaus kostengünstiger sein könnten.

Räumliche Orientierungen und Verkehrsmittelwahl der Wohnbevölkerung in ausgewählten Kleinstädten Ostwestfalens

Im Jahr 2002 sind von der Universität Paderborn sowohl zur Evaluierung des Ist-Zustandes im intrakommunalen Öffentlichen Personennahverkehr als auch zur Potentialabschätzung für Angebotsmodifizierungen schriftlich-postalische Haushaltsbefragungen mit telefonischer Unterstützung in folgenden drei Mittelzentren Ostwestfalens durchgeführt worden: Höxter (Kernstadt ca. 16.850 Einw.), Warburg (Kernstadt ca. 10.650 Einw.) und Büren (Kernstadt ca. 8.925 Einw.). Die Erhebungen umfassten sowohl Wahrnehmung und Bewertung des Angebots im Öffentlichen Personennahverkehr als auch die aktionsräumlichen Orientierungen an einem durchschnittlichen Werktag, die mit Hilfe eines Wegebogens im KON-TIV-Design dokumentiert wurden. Zum Zeitpunkt der Erhebung verkehrte in allen drei Kernstadtbereichen eine Stadtbuslinie im Stundentakt. Abbildung 1 lässt erkennen, dass sich die räumlichen Orientierungen der in der Kernstadt wohnhaften Bevölkerung über 6 Jahren nur relativ gering unterscheiden: Über Dreiviertel aller Wege werden innerhalb der jeweiligen Kernstadt zurückgelegt. Die durchschnittlichen Wegelängen



dort liegen zwischen 1,9 km (Büren) und 2,1 km (Höxter). Die dabei verwendeten Verkehrsmittel sind in Abbildung 2 wiedergegeben. Obwohl die Verkehrsmittelwahl „MIV Selbstfahrer“ in allen Beispielkommunen mit 36 % bis 47 % die höchsten Werte erreicht, so benutzen bei einer zusammenfassenden Betrachtung beispielsweise die Bürger in der Kernstadt von Höxter zu über der Hälfte den NMIV. Der ÖPNV und somit die Stadtbuslinien finden sich mit 1 % bis 2 % bei den sonstigen Verkehrsmitteln wieder. Vorhandene Fahrgastpotentiale für einen rein innerstädtischen ÖPNV sind somit prinzipiell vorhanden, können jedoch nur mit einem maßgeschneiderten Angebot adäquat aktiviert werden. Die grundsätzliche Frage bleibt, ob ein



Stadtbusangebot für den Kernstadtbereich einer Kleinstadt im Stundentakt eine solche verkehrliche Wirkung entfalten bzw. eine ausreichende Verkehrsnachfrage binden kann, um ein ÖPNV-Angebot in dieser Form insbesondere unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten langfristig aufrecht zu erhalten. Alternativen wären bspw. eine Integration in den Regionalbusverkehr oder die Einführung bedarfsgesteuerter, alternativer Bedienungsformen.

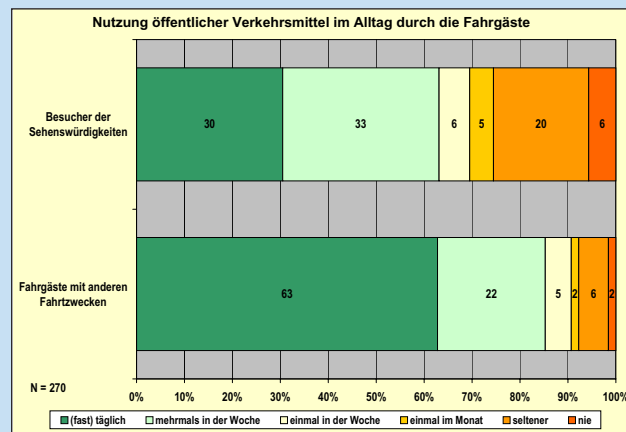
Fahrgasterhebung auf der Touristiklinie 792 im Kreis Lippe

Die Buslinie 792 verkehrt im Stundentakt an Samstagen, Sonn- und Feiertagen von Anfang April bis Ende Oktober zwischen der Kreisstadt Detmold, dem Kurort Horn-Bad Meinberg und dem Emmerstausee bei Schieder. Unabhängig vom Pkw können somit interessante touristische Einrichtungen im Kreis Lippe besucht und Wanderungen im Gebiet des Teutoburger Waldes unternommen werden. Neben dieser touristischen Funktion ergänzt die Touristiklinie auch das Angebot des normalen Linienverkehrs; es liegt eine volle Integration in den Verkehrsverbund vor. Erste Fahrgasterhebungen durch die Universität Paderborn im Juli 2002 bestätigten den Erfolg des Konzeptes. So konnten pro Fahrt durchschnittlich 9 Fahrgäste gezählt werden. Dabei setzte sich das Publikum in etwa zu gleichen Teilen aus Ausflüglern, die die Touristiklinie als Anreisemittel zum Besuch der touristischen Sehenswürdigkeiten entlang der Strecke in Anspruch nahmen, sowie aus sonstigen Fahrgästen zusammen, die zu anderen Freizeitzielen unterwegs waren.

Durch Verkehrsangebote wie der Touristiklinie 792 können auch Menschen für den ÖPNV gewonnen werden, die im Alltag nur selten oder gar nicht öffentliche Verkehrsmittel nutzen. Dies wird besonders beim Vergleich der Nutzergruppen deutlich. So fährt die eigentliche Zielgruppe der Touristiklinie, die Gruppe der Ausflügler, im Alltag wesentlich seltener mit öffentlichen Verkehrsmitteln als die Gruppe der übrigen Fahrgäste. Dass die Touristiklinie einen brauchbaren Ansatz zu einer –

wenn auch größenordnungsmäßig nur geringen – Verlagerung des motorisierten Individualverkehrs im Ausflugsverkehr auf öffentliche Verkehrsmittel liefern kann, zeigt auch eine Betrachtung des Führerscheinbesitzes bzw. der Pkw-Verfügbarkeit der Fahrgäste. Insbesondere bei den Fahrgästen zu den Sehenswürdigkeiten verfügt weit über die Hälfte über einen Führerschein bzw. mindestens gelegentlich über einen Pkw. Dass die Touristiklinie andere Verkehrsmittel teilweise ersetzt hat, wird auch an der Aussage deutlich, dass fast die Hälfte der befragten Fahrgäste, die die angefahrenen Einrichtungen in der Vergangenheit schon einmal besucht hatten, diese bei ihrem letzten Besuch mit dem Auto erreicht hatten.

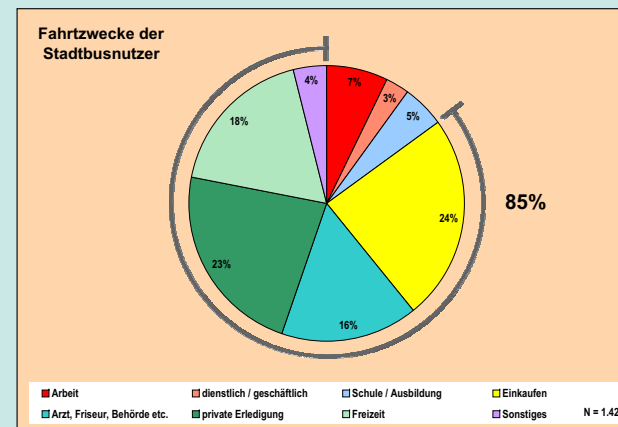
Die wichtigsten touristischen Ziele der Fahrgäste stellten das Hermannsdenkmal, die Externsteine, der Emmerstausee sowie das Westfälische Freilichtmuseum dar. Die ebenfalls angefahrne Adlerwarte in Detmold-Berlebeck und der Vogel- und Blumenpark Detmold-Heiligenkirchen wurden an den Erhebungstagen dagegen nur verhältnismäßig selten von den Fahrgästen besucht. In diesem Zusammenhang könnte das im Frühjahr 2003 im Rahmen von IMAGO eingeführte bzw. erweiterte Kombiticket „Der fliegende Hermann“ zu höheren Besucherzahlen bei diesen Einrichtungen sowie auch zu höheren Fahrgastzahlen auf der Touristiklinie beitragen. So wurde in Kooperation mit dem Vogel- und Blumenpark, der Adlerwarte und dem Hermannsdenkmal ein bereits etabliertes Kombiticketangebot um eine Tageskarte für die Touristiklinie 792 ergänzt.



Ergebnisse einer Haushaltsbefragung zum Stadtbus Hürth

Der Stadtbus Hürth, seit 1997 in Betrieb, stellt für die Mittelstadt mit ihren rd. 52.000 Einwohnern inzwischen eine feste Institution dar. Neun der insgesamt zwölf Stadtteile werden durch vier Stadtbus-Linien (zumeist im 15-Minuten-Takt) erschlossen; zwei weitere Linien bedienen zwei kleinere Stadtteile im Schülerverkehr. Der Stadtbus erschließt somit etwa 95 % der Einwohner Hürths. Bewusst als „Einkaufsbus“ konzipiert, finden die Linien ihre gemeinsame Verknüpfung am neuen zentralen Busbahnhof am Einkaufszentrum „Hürth-Park“. Die Nutzung des Stadtbusses, die Abschätzung weiterer Kundenpotenziale sowie die Bewertung des Stadtbusse aus der Sicht der Kunden war Gegenstand einer schriftlichen Haushaltsbefragung mit telefonischer Unterstützung, die von der Planungshaus Südstadt AG im September 2002 durchgeführt wurde.

Aufgrund seiner Präsenz erfreut sich der Stadtbus eines hohen Bekanntheitsgrades von über 90 %. Über Dreiviertel der Befragten haben diesen bereits genutzt. Bei dem Modal Split im Binnenverkehr entfallen immerhin 9 % der zurückgelegten Wege auf den Stadtbus, wobei rund ein Viertel dieser Wege auf das Einkaufszentrum „Hürth-Park“ orientiert sind. Eine herausragende Funktion hat der Stadtbus vor allem im Einkaufs-, Besorgungs- und Freizeitverkehr mit insgesamt 85 % der angegebenen Fahrtzwecke (Mehrfachnennungen enthalten). Dies bedeutet, dass der Stadtbus auch außerhalb der Spitzenzeiten des Berufs- und Ausbildungsverkehrs eine gleichmäßige Auslastung erfährt.



Auf einer Notenskala von 1 bis 6 erhält das Gesamtsystem „Stadtbus Hürth“ eine Note von 2,6. Im Durchschnitt weisen auch andere Leistungsmerkmale des Stadtbusse gute Werte auf. Deutlich unzufrieden waren dagegen die Befragten an Samstagen mit dem Fahrtenangebot sowie mit dem frühen Betriebsschluss. Inzwischen wurde die Betriebszeit verlängert. Die breite Akzeptanz des Stadtbusse in der Bevölkerung spiegelt sich auch in der Struktur der Stadtbusnutzer wider. Der Stadtbus ist

mehrheitlich weder ein „Schülerbus“ noch ein „Rentnerbus“, das Angebot wird auch von den weniger ÖPNV-affinen Personen in den Altersklassen 18 bis 60 Jahre gleichermaßen nachgefragt. Auch sind die Nutzer überwiegend wahlfrei, 73 % verfügen ständig und weitere 21 % bedingt bzw. nach Absprache über einen Pkw. Dass der Stadtbus noch weitere Kundenpotenziale in sich birgt, zeigt sich an dem hohen Anteil der Gelegenheitsnutzer mit rd. 60 %, die höchstens wöchentlich und seltener mit dem Stadtbus fahren. Ansatzpunkte zur Gewinnung weiterer Kunden liegen zum einen in der Entwicklung innovativer Formen von Marketingaktivitäten, wie dies in Form des Direktmarketings in Hürth in den einzelnen Ortsteilen bereits praktiziert wird, zum anderen in der stärkeren Vermarktung des Job-Tickets. Die Ergebnisse der Befragung zeigen dabei, dass hier Chancen weniger bei den gewerblich Beschäftigten, sondern vielmehr bei den Mitarbeitern des Einkaufszentrums „Hürth-Park“ sowie bei der Stadtverwaltung bestehen.

Mobilitätszentrale der Stadtverkehr Hürth GmbH

Seit April 1998 betreibt die Stadtverkehr Hürth GmbH im Einkaufszentrum „Hürth-Park“ das SVH-ServiceCenter, eine Mobilitätszentrale rund um Bus und Bahn. Derzeit sind dort vier Vollzeitkräfte und zwei Aushilfen (Urlaubsvertretung) in den Zeiten Montag bis Freitag von 9.00 bis 20.00 Uhr und Samstag von 9.00 bis 18.00 Uhr tätig.

Das Serviceangebot wurde, ausgehend von der herkömmlichen Beratung sowie dem Verkauf von Stadtbus-Tickets und VRS-Tickets, in den letzten Jahren stetig erweitert. Bereits im Sommer 1998 kam das KölnTicket – der Kartenvorverkauf für Kulturveranstaltungen im Raum Köln – zur Angebotspalette hinzu. Inzwischen können Karten für Veranstaltungen im gesamten Bundesgebiet über das CTS-System im ServiceCenter gebucht werden. Mit der zusätzlichen Einrichtung einer DB-Agentur im August 2000 haben die Kunden inzwischen auch die Möglichkeit, Fahrkarten und Informationen für Reisen mit der Deutschen Bahn zu erhalten sowie AMEROPA-Städtereisen (seit Mai 2002) zu buchen.

Das Institut für angewandte Verkehrs- und Tourismusforschung e.V. Heilbronn/Mannheim (IVT) führte im Juni und Juli 2003 eine Evaluation des ServiceCenters durch. Hierbei erfolgte über einen Zeitraum von einem Monat eine Vollerhebung des Kundenaufkommens und eine detaillierte Befragung der Nutzer des ServiceCenters mittels einer zeitgleich durchgeführten schriftlich-postalischen Erhebung. Ermittelt wurde hierbei vor allem die Bereitschaft zur Nutzung der jeweiligen Dienste sowie eventuell daraus folgende Änderungen des Verkehrsverhaltens. Daneben wurden die Zufriedenheit mit den angebotenen Dienstleistungen und weitere "interne" Faktoren erhoben.

Die Kundenzählungen, bei denen die Zahl der Kundenkontakte nach Kontaktart und -zeit von den MitarbeiterInnen des ServiceCenters an den jeweiligen Verkaufschaltern erfasst und an das IVT weitergeleitet wurden, ergaben eine durchschnittliche Nutzung des SVH-ServiceCenters von 13 Kunden pro Stunde. Eine Aufgliederung nach Wochentagen ergab, dass der Montag der am stärksten frequentierte Wochentag ist. Die Tagesganglinie zeigt die erwarteten Ausschläge zwischen 10 und 11 Uhr (überwiegend Hausfrauen und Rentner) und zwischen 16 und 17 Uhr (überwiegend Berufstätige auf dem Heimweg). Eine Aufschlüsselung nach den erbrachten Dienstleistungen ergab, dass 67 % der in Anspruch genommenen Services auf die SVH-Schalter, 17 % auf den DB-Schalter und 16 % auf den Köln-Ticket-Schalter entfallen.

Erste Trend-Auswertungen der schriftlichen Kundenbefragung zeigen akzeptable Kundenzufriedenheitskennziffern, aber auch mehrere Ansatzpunkte für weitere Optimierungen.

Es ist geplant, die gewonnenen Erkenntnisse zu nutzen, um das ServiceCenter in Hürth noch besser an den Wünschen der Kunden ausrichten zu können. Darüber hinaus sollen die in diesem mittelstädtischen Kontext gemachten Erfahrungen zur Verbesserung der Situation in Bezug auf neue Mobilitätsdienstleistungen in kleinen Gemeinden des ländlichen Raums genutzt werden.



Quelle: Stadtverkehr Hürth GmbH (SVH)

Wahrnehmung und Akzeptanz des Direktmarketings in Lemgo

Die im Rahmen einer Haushaltsbefragung zum Direktmarketing der Stadtwerke Lemgo im Stadtteil Lieme identifizierten Interessenten wurden in einem persönlichen Gespräch im häuslichen Umfeld über den Stadtbus im Allgemeinen sowie über die besonderen tariflichen Bestimmungen und Angebote aufgeklärt. Grundsätzlich war die Reaktion der Probanden auf die intensive Betreuung durch die Stadtwerke in Form des persönlichen Gespräches vor Ort durchweg sehr positiv. Sie schätzten besonders die Möglichkeit, individuelle Hindernisse und Probleme bei der Nutzung des Systems anzusprechen und sich etwaige Lösungen individuell aufzeigen zu lassen.

Im Rahmen der Gespräche fielen vor allem der geringe Kenntnisstand bezüglich der Tarifstruktur sowie der mit der LemGoCard verbundenen Bestimmungen auf. Im Hinblick auf die Struktur des Liniennetzes zeigte sich teilweise eine stark abstrakte Wahrnehmung, die gelegentlich zum Nachteil für das System ausfiel: So war das Netz zwar überwiegend bekannt, die Bedeutung der direkten Umsteigemöglichkeiten am Treffpunkt aller Stadtbuslinien ohne Aufwand und Zeitverlust wurde jedoch häufig nicht erkannt. So galt der Bahnhof bspw. immer wieder als „von Lieme aus nicht erreichbar“, obwohl bei einem direkten Umstieg in die Linie 1 am Treffpunkt der Bahnhof in 3 Minuten erreicht werden kann. Hier blockiert falsche Wahrnehmung die Nutzung – eine Hemmschwelle, die so lange fortbestehen wird, ehe nicht tatsächliches Praktizieren eines Umsteigevorgangs den "Aha-Effekt" bringt. Das Beispiel zeigt, wie vergleichsweise einfach auszuräumende Unsicherheiten aufgrund von Informationsdefiziten eine hohe Hemmschwelle aufbauen, die die Busnutzung mit verhindert. Durch das persönliche Informationsgespräch und das Ausstellen einer kostenlosen Monatskarte sollte erreicht werden, dass durch eigene „Erfahrung“ des Stadtbus-Systems Hemmschwellen abgebaut und eine positivere Einstellung in Bezug auf die Alternative „Stadtbus-Fahren“ erreicht wird. Die Probanden sollten nicht gleich zum Erwerb einer Jahreskarte bewogen werden, in jedem Fall aber zum häufigeren Nutzen der Stadtbusse mit Einzel- und Viertickets.



Quelle: Stadtwerke Lemgo GmbH (SWL)

Die Reaktionen der Probanden im Gespräch schienen diesbezüglich oft viel versprechend. Nahezu alle Probanden sahen für sich grundsätzlich die Möglichkeit, den Stadtbus häufiger zu nutzen. Dies war insbesondere der Fall, wenn ein Wechsel der persönlichen Lebenssituation bevorstand, wie Arbeitsortwechsel, Eintritt ins Rentenalter oder Familiennachwuchs. Offenbar ist die Bereitschaft höher, mit dem neuen Lebensabschnitt auch eingefahrene Verhaltensweisen wie die Pkw-Nutzung in Frage zu stellen.

Nicht so leicht auszuräumen ist dagegen die subjektive Einschätzung, dass die Fahrten mit dem Bus zu teuer seien. Auch Viertickets wurden im Vergleich zum ohnehin vorhandenen Auto als zu teuer eingeschätzt. Über die Abschaffung des Zweit-Pkws und das Umsteigen auf den Bus wurde lediglich in einem Haushalt nachgedacht. Vor diesem Hintergrund erscheint das persönliche Beratungsgespräch umso wichtiger. Es ist die Chance, die Wahrnehmung des ÖPNV durch die Probanden positiv zu beeinflussen. Das kostenlose Monatsticket als Schnupperticket erhöht die Bereitschaft der Probanden, sich tatsächlich mit dem ÖPNV zu befassen. Da das K.O.-Kriterium „zu teuer“ für einen Monat entfällt, ist der Blick offen für die Vorteile des Busfahrens.

Die IMAGO-Partner

Projektpartner für die wissenschaftliche Begleitforschung:



Universität Paderborn
Angewandte Anthropogeographie und Geoinformatik
Ansprechpartner:
Prof. Dr. Andreas Kagermeier
E-Mail: andreas.kagermeier@uni-paderborn.de

Südstadt AG

Planungshaus Südstadt AG
Ansprechpartner:
Dipl.-Ing. Harald Werner
E-Mail: harald-werner@suedstadt-ag.de



Institut für angewandte Verkehrs- und
Tourismusforschung e.V. (IVT)
Ansprechpartner:
Dipl.-Stat. Marcus Bäumer
E-Mail: baeumer@ivt-mannheim.de



Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie GmbH
Ansprechpartner:
Dipl.-Ing. Susanne Böhler,
Dipl.-Geogr. Holger Dalkmann
E-Mail: s.boehler@wupperinst.org

Die Praxispartner der IMAGO-Beispielregion Ostwestfalen-Lippe:



Kommunale Verkehrsgesellschaft
Lippe mbH (KVG)
Ansprechpartner:
Dipl.-Ing. Achim Oberwörhmeier
E-Mail: kvg@lippe.de



Nahverkehrsverbund Paderborn/Höxter (nph)
Ansprechpartner:
Dipl.-Ing. Klaus Czuka
E-Mail: info@nph.de

Stadtwerke Lemgo

Stadtwerke Lemgo GmbH (SWL)
Ansprechpartnerin:
Dipl.-Geogr. Sylvia Voss
E-Mail: voss@stadtwerke-lemgo.de

Die Praxispartner der IMAGO-Beispielregion Rheinland:



Kreisverkehrsgesellschaft Euskirchen mbH (KVE)
Ansprechpartner:
Dipl.-Geogr. Roland Schmidt
E-Mail: schmidt@kve-euskirchen.de



Stadtverkehr Hürth GmbH (SVH)
Ansprechpartner:
Dipl.-Geogr. Jürgen Wiethüchter
E-Mail: jwiethuechter@svh-direkt.de