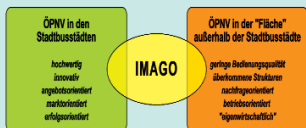


2. Infobrief

Innovative Marketing- und Angebotskonzepte in Gemeinden mit Ortsbussystemen – Demonstrationsvorhaben–

Das zentrale Leitmotiv von IMAGO ist die Frage, ob und wie die in den Großstädten etablierten Mobilitätsdienstleistungen auf die verkehrsstrukturelle Situation in Klein- und Mittelstädten übertragen werden können und welche Adaptionen notwendig sind, um bei den Verkehrsverhältnissen in klein- und mittelstädtischen sowie in ländlich geprägten Kontexten eine optimierte Arbeitsteilung der einzelnen Verkehrsmittel zu erzielen.



Aufgrund des komparatistischen Ansatzes innerhalb von IMAGO werden in den beiden siedlungsstrukturell sehr unterschiedlichen Beispielregionen Rheinland und Ostwestfalen-Lippe (OWL) vergleichbare Demonstrationsvorhaben umgesetzt, die von vorbereitenden und evaluierenden Analysen begleitet werden. Auf diesem Weg können zum einen über spezifische Einzelfälle hinaus verallgemeinerbare Ergebnisse formuliert und zum anderen projektintegriert Transferpotenziale aktiviert werden.

Im Mittelpunkt von IMAGO steht daher die Umsetzung von innovativen Angeboten in ländlich strukturierten Räumen, die nach ihrer Pilotphase umfassend evaluiert werden, um mögliche Grenzen der Angebotsgestaltung auszuloten. Entsprechend diesem Vorgehen stellt dieser 2. Infobrief die im Jahr 2002 erfolgten Umsetzungen durch die Praxispartner vor. Auf Basis dieser erfolgreichen Demonstrationsvorhaben wird dann im 3. Infobrief die Arbeit der wissenschaftlichen Begleitforschung im Vordergrund stehen. Auf den nachfolgenden Seiten wird exemplarisch und schlaglichtartig über die im Rahmen von IMAGO bereits erfolgreich implementierten Projekte berichtet. Dabei können entsprechend dem Umfang dieses Infobriefes selbstverständlich nicht alle Teilprojekte dargestellt werden. Die vorgestellte Auswahl deckt jedoch den Großteil der bearbeiteten Teilbereiche ab.



Mobilitätszentralen: Ein bundesweiter Überblick

In Deutschland bieten zur Zeit neben den Kundenzentren der Verkehrsunternehmen 37 Mobilitätszentralen verkehrsträgerübergreifende Informationen und Dienstleistungen an. Diese Angebotsform nimmt als Instrument der Kundenbetreuung der Verkehrsunternehmen seit Beginn der 90er Jahre stetig an Bedeutung zu, so dass von der Einrichtung weiterer Zentralen auszugehen ist. Auch in ländlich geprägten Räumen befinden sich mittlerweile derartige Angebote. Nach einer Recherche des Wuppertal Institutes existieren zum Oktober 2002 12 Mobilitätszentralen im ländlichen Raum. Ausgangspunkt dieser Entwicklung ist ein sich in den vergangenen Jahren neben dem klassischen, liniengebundenen öffentlichen Verkehr weiter ausdifferenzierendes Verkehrsangebot in der Fläche in Richtung bedarfsgesteuerter, flexibler Bedienungsformen (mit AST-Systemen, Schnell-, Regional-, Taxi- und Stadtbussen sowie Sonderverkehren). Damit wächst die Bedeutung zentraler Einrichtungen, die die Angebote und Informationen unterschiedlicher Anbieter bündelt und dem ÖV-Kunden vermittelt. Über zwei Drittel der Mobilitätszentralen in Deutschland befinden sich in der Trägerschaft von Verkehrsunternehmen und/oder Kommunen. Ein Workshop zu diesem Thema am Wuppertal Institut machte deutlich, dass für die IMAGO-Praxispartner der Aufbau von Mobilitätszentralen oder die Erweiterung und Optimierung bereits bestehender Informationseinrichtungen eine wesentliche Zukunftsaufgabe zur Verbesserung ihrer Servicequalität darstellt. Eine Mobilitätszentrale ist mittlerweile Bestandteil des professionellen, aktiven Marktauftritts eines modernen Verkehrsunternehmens.

So verzeichnet beispielsweise das Kundenzentrum in Detmold über 100.000 Kundenkontakte pro Jahr; teilweise werden im Monat bis zu 6.500 AST-Buchungen über die Einrichtung vorgenommen. Da wachsende Fahrgastzahlen oder Verkehrsverlagerungen nicht direkt auf das Beratungs- und Verkaufsangebot der Mobilitätszentralen zurückzuführen sind, werden diese Einrichtungen aufgrund ihrer hohen finanziellen und organisatorischen Aufwendungen regelmäßig kritisiert. Neben den meist öffentlichen Finanzierungsmodellen müssen zukünftig tragfähige, kommerzielle Modelle entwickelt werden. Die Kopplung „klassischer“ Aufgaben eines Kundenzentrums wie Kartenverkauf mit einer Buchungszentrale (für AST) allein decken den finanziellen Aufwand nicht ab. Auf Grund der räumlich-verkehrlichen Ausgangssituation und den häufig geringeren finanziellen Gestaltungsspielräumen kleinerer Kommunen und der Verkehrsanbieter im ländlichen Raum sind Modelle zur Kostensenkung bzw. Kostenbeteiligung anderer Partner von besonderem Interesse. In Regionen mit touristischen Angeboten bietet sich beispielsweise eine Zusammenarbeit mit Touristikdienstleistern an. Eine weitere Möglichkeit, über Kooperationen bspw. Raum- und Personalkosten zu senken, liegt in der Integration der Einrichtung Mobilitätszentrale in bereits bestehende Verwaltungsstrukturen; im Rahmen des IMAGO-Demonstrationsvorhabens wurde z.B. in Höxter, die Mobilitätszentrale in das Bürgerbüro eingebunden. Marketing ist ein weiteres Segment Ausgaben zu reduzieren. Auch hier können ausgewählte Maßnahmen ggf. mit regionalen Akteuren zusammen umgesetzt werden.

Eine Unsicherheit für die Betreiber einer Mobilitätszentrale besteht auf Einnahmeseite hinsichtlich der Akzeptanz von Gebühren z.B. für Informationen und Buchungen seitens der Kunden. Studien belegen eine bei den Kunden insgesamt geringe Zahlungsbereitschaft für verkehrsbezogene Dienstleistungen, die zusätzlich zu den Kernangeboten offeriert werden. Eine weitere offene Frage auf Seite der Erlöse stellt die Kostenentwicklung bei Fahrplandaten (bspw. jene aus dem HAFAS) dar, die mittlerweile wie kommerzielle Güter gehandelt werden. Eine wesentliche Aufgabe der weiteren Projektarbeit wird es sein, die wirtschaftliche Tragfähigkeit von mobilitätsbezogenen Ergänzungsangeboten für die Unternehmen vertiefend zu untersuchen.

Mobilitätszentrale Euskirchen

Die Kreisverkehrsgesellschaft Euskirchen mbH (KVE) wird voraussichtlich ab April 2003 einen umfassenden Mobilitätsservice aufbauen. Hierbei werden alle mobilitätsbezogenen Angebote und die bisher separat agierenden Anbieter von Mobilitätsdienstleistungen im Kreis Euskirchen zu einer Zentrale gebündelt und somit der Zugang zu Informationen für die Kunden wesentlich erleichtert. Als kreisweit einheitlicher Ansprechpartner bietet die Mobilitätszentrale in der Kreisstadt Euskirchen umfassende Fahrplan- und Tarifauskünfte sowie den gesamten VRS-Ticketverkauf. Darüber hinaus sollen auch Informationen zu Kultur-, Freizeit- und touristischen Angeboten bereitgestellt werden. Des Weiteren nimmt sie Aufgaben der kreisweit zentralen Disposition des TaxiBus- sowie, voraussichtlich ab dem Fahrplanwechsel 2003, des AST-Verkehrs wahr. Ab diesem Zeitpunkt wird es für die Fahrgäste angebotsübergreifend nur noch eine Service-Hotline geben. Daneben sind weitere Serviceleistungen vorgesehen. Hierzu gehören unter anderem die Vermittlung von Fahrgemeinschaften, die Bereitstellung von Informationen über vorhandene Kurierdienste oder die Übernahme von Aufgaben aus dem Bereich Fremdenverkehr und Tourismus. Aufgrund der Größe und der Struktur des Kreisgebiets wird der zentrale Mobilitätsservice durch dezentrale Einrichtungen in den jeweiligen Kreiskommunen ergänzt, die an bereits bestehende Bürgerberatungsbüros und Fahrausweisverkaufsstellen anknüpfen, um die Bürger nicht nur telefonisch, sondern auch persönlich vor Ort beraten zu können. Darüberhinaus soll ein flächendeckendes Netz an Info-Säulen das Angebot ergänzen. Diese bieten dem Kunden die Möglichkeit, Fahrplanauskünfte und Tickets im Online-Dialog zu bekommen.



Quelle: Kreisverkehrsgesellschaft Euskirchen

Mobilitätszentralen in den Kreisen Paderborn und Höxter

Der Nahverkehrsverbund Paderborn/Höxter (nph) als zuständiger Aufgabenträger für den gesamten ÖPNV in den Kreisen Paderborn und Höxter strebt die Einführung von Mobilitätszentralen im ländlichen Raum als Ergänzung zum herkömmlichen ÖPNV-Angebot an. Im Rahmen von IMAGO konnte in Form eines Pilotvorhabens bereits die erste derartige Mobilitätszentrale errichtet werden. Es ist angestrebt, mittelfristig in jeder Gemeinde der beiden Kreise ein Mobilitätsberatungsangebot vorzuhalten. Auf Grund des spezifischen Problemdrucks in Räumen geringer Nachfragedichte mussten Kooperationsformen mit bereits bestehenden Einrichtungen gesucht werden. Im Fall von Salzkotten konnte eine Angliederung an das dortige Bürgerbüro und somit eine tragfähige Lösung erreicht werden. Das Mobilitätsberatungsangebot soll sowohl über die vorhandenen elektronischen Medien als auch durch das speziell geschulte Personal des Bürgerbüros vorgehalten werden.



Quelle: Nahverkehrsverbund Paderborn/Höxter

Schnellbusverbindung im Kreis Lippe

Im Kreis Lippe werden ab dem 26.05.02 bzw. dem 15.12.02 zwei Regionalbuslinien über den ganzen Betriebstag im durchgehenden 30-Min.-Takt bedient. Ziel dieses Modellvorhabens ist es nachzuweisen, dass ein attraktives regionales Busverkehrsangebot auch in eher ländlich strukturierten Räumen zu einer Verlagerung des Modal-Split zu Gunsten des ÖPNV führen kann. Die Erfolge der Stadtbus-Systeme in Bad Salzuflen, Detmold und Lemgo haben bereits für Mittelstädte im ländlichen Raum nachgewiesen, dass ein Mix aus dichtem Fahrplan



Quelle: Eigene Aufnahme Universität Paderborn

mit qualitativ hochwertigem Angebot, einem günstigen Preis sowie einer professionellen Vermarktung geeignet ist, die Kundenakzeptanz deutlich zu steigern und auf sehr hohem Niveau zu halten. Diese Erfahrungen sollen nun auf Regionalbuslinien übertragen werden. Da die ÖPNV-Akzeptanz unter den Bürgern der drei Stadtbus-Städte besonders hoch ist, resultierte hieraus die logische Konsequenz, diese drei Stadtbus-Systeme im Kreis Lippe im 30-Min.-Takt miteinander zu vernetzen. Der 30-Min.-Takt korrespondiert mit den Grundtakten der Stadtbusverkehrs. Schienenverbindungen zwischen diesen Städten sind nicht vorhanden. Es werden sowohl die Verknüpfungspunkte Bus/Bus und Bus/Bahn als auch die jeweiligen Zentren der Städte bedient. Die eingesetzten Fahrzeuge sind moderne Niederflurfahrzeuge, die i.d.R. mit Klimaanlage und Rampe ausgestattet sind. Die Betriebszeit beginnt montags - freitags ab ca. 5:00 Uhr und endet gegen 19:00/0:00 Uhr, samstags ab ca. 6:00 Uhr bis 18:00/0:00 Uhr und sonntags ab ca. 12:00/14:00 Uhr bis ca. 19:00/23:00 Uhr. Es erfolgt in der SVZ eine Umstellung auf einen 60-Min.-Takt) Die Reisezeit zwischen den Zentren beträgt jeweils ca. 30 Minuten. Als nächste Maßnahmen erfolgen eine weitere Verbesserung der Haltestelleninfrastruktur sowie gezielte Vermarktungskampagnen. Der Erfolg und die Nutzerstrukturen werden in Kundenzählungen und -befragungen gemessen. Die entsprechenden Vorab-Erhebungen sind durchgeführt worden, die ersten Erhebungen zur Messung der Nachfrageentwicklung werden derzeit projiziert.



Quelle: Kreisverkehrsgesellschaft Lippe

TaxiBus im Kreis Euskirchen



Quelle: Kreisverkehrsgesellschaft Euskirchen

Der Regionalverkehr im Kreis Euskirchen war vor der Einführung des TaxiBus durch unattraktive und alternierende Linienwege gekennzeichnet. Geringe Fahrgastzahlen und hohe Kosten waren Anlass, in Zusammenarbeit mit der RVK und der KVE über eine Rationalisierung des ÖPNV im Kreis Euskirchen nachzudenken. Auf der Grundlage einer Haushaltsbefragung und von Fahrgastzählungen wurde für 28 Linien ein TaxiBus-Konzept erarbeitet. Seit 07. Januar 2002 ist auf 21 der 28 Linien der TaxiBus eingeführt und wird seitdem durch das Forschungsprojekt IMAGO begleitet. Es besteht nun grundsätzlich auf allen Linien ein Stundentakt ("EU-Takt!"), der teilweise durch konventionelle Busse erbracht und durch den TaxiBus ergänzt wird. Es besteht an den wichtigsten Verknüpfungspunkten im Kreisgebiet ein Übergang von (Taxi-)Bus zu (Taxi-)Bus bzw. zur Bahn. Der TaxiBus kommt auf den Linien mit geringer Nachfrage zum Einsatz. Der Betriebszeitraum des Taktangebotes auf den meisten TaxiBus-Linien besteht montags bis freitags von 06.00 bis 19.00 Uhr und samstags von 06.00 bis 14.00 Uhr. Die nachfragestarken Linien verkehren auch darüber hinaus. Das umgesetzte Angebot mit Integration des TaxiBus ist bisher auf das Kreisgebiet beschränkt. Bis Ende Oktober 2002 wurden insgesamt 76.489 Fahrtwünsche angemeldet, 47.364 disponierte Fahrten durchgeführt und 84.715 Fahrgäste befördert. Zu Beginn des Betriebes belief sich die Nachfrage des TaxiBus auf 3.691 Fahrten pro Monat. Seitdem ist die Fahrtanzahl mit Ausnahme des "Sommerlochs" durchgehend angestiegen und betrug im Oktober 2002 5.704 Fahrten pro Monat. Seit Beginn des TaxiBus wurden die Fahrten somit um knapp 55% gesteigert. Die Zahl der Fahrgäste stieg im gleichen Zeitraum um knapp 52% von anfangs 6.838 Fahrgästen pro Monat auf 10.382 Fahrgäste im Oktober 2002 an. Besonders im September und Oktober waren starke Zuwächse zu verzeichnen. Die durchschnittliche Besetzung pendelt sich derzeit etwas über 1,8 Personen pro Fahrt ein.



Quelle: Kreisverkehrsgesellschaft Euskirchen

Individualisiertes Marketing in Lemgo

Die Auslastung auf der Stadtbuslinie 884 zu verbessern, ist erklärtes Ziel des individualisierten Marketings in Lemgo. Seit die Linie im Herbst 1998 dem bereits über 4 Jahre etablierten Stadtbussystem hinzugefügt wurde, zeigt sich im Vergleich zu den übrigen Linien eine deutlich geringere Nachfrage. Die Randbedingungen der Einführung der Linie 4 stellen hier sicherlich einen wichtigen Aspekt dar. So wurde bei der Eröffnung der Linie 4 aus Kostengründen auf eine gezielte Informationskampagne verzichtet. Ganz im Unterschied dazu wurde bei der Einführung

des Stadtbussystems in Lemgo bereits lange im Vorfeld der Einführung mit Hilfe regelmäßiger Postwurfsendungen Interesse am Stadtbussystem geweckt. Dies führte dazu, dass die Bürger und Bürgerinnen den Stadtbus mit Spannung erwarteten. Für die Bewohner des Ortsteils Lieme waren der Stadtbus und Informationen darüber jahrelang uninteressant - die Möglichkeit zur Nutzung des Systems war nicht unmittelbar gegeben. Die Nutzung des Pkw ist stattdessen zur jahrelang praktizierten Routine geworden. Diese Gewohnheit lässt sich nicht allein durch die Ausweitung des Stadtbussystems und damit verbundene Errichtung weiterer Haltestellen durchbrechen. Der ÖPNV ist immer ein erklärungsbedürftiges Produkt. Auch wenn das System noch so einfach und nutzerfreundlich funktioniert - der Nutzer muss dies zunächst einmal wissen! Dabei muss die Information zu ihm kommen und sie muss so überzeugend sein, dass der erste Schritt – der Schritt in den Stadtbus hinein – auch tatsächlich unternommen wird. Um das Informationsdefizit abzubauen und Fahrgäste für den Stadtbus im Ortsteil Lieme zu gewinnen, setzen die Stadtwerke Lemgo GmbH in IMAGO auf das individualisierte Marketing. Hierzu wurden 138 Liemer Haushalte zu ihrem Mobilitätsverhalten und Grundeinstellungen zu den verschiedenen Verkehrsmitteln befragt. Die Auswertungen ermöglichen eine Eingrenzung auf potentielle Stadtbuskunden im Umfeld der Linie 884. Diese als mögliche bzw. tatsächliche Nutzergruppe identifizierte Gruppe wird in einem weiteren Schritt durch die Stadtwerke Lemgo direkt kontaktiert. Hierbei handelt es sich zum einen um selten bis regelmäßig Stadtbus-Nutzer. Diese sollen in ihrem Verhalten bestätigt und so als Werbeträger für den Stadtbus gewonnen werden. Fragen zum ÖPNV werden beantwortet und als Dankeschön für die bisherige Treue wird ein kleines Präsent überreicht. Ausgewählt wurde hierfür ein Knirps in der himmelblauen Markenfarbe des Stadtbusses mit Stadtbus-Logo-Aufdruck und dem sympathischen Slogan „Schön, dass es Dich gibt...“. Zum zweiten wird die Gruppe der potenziellen Stadtbus-Nutzer kontaktiert. Diese zeigte in der Befragung, dass sie eine schwach ausgeprägte Affinität zum ÖPNV hat, ihr jedoch noch Information oder Motivation fehlt, den Stadtbus zu nutzen. Um diese Hemmschwelle zu überwinden, werden in einem persönlichen Gespräch die fehlenden Informationen vermittelt sowie ein Testfahricket überreicht, mit dem das einmonatige kostenfreie Benutzen des Stadtbusses möglich ist. Damit ist ein unmittelbarer Anreiz zum „Erfahren“ des Systems gegeben. Individualisiertes Marketing geht gezielt auf die Bedürfnisse der jeweiligen Kunden ein. Streueffekte, wie sie bei der Versorgung aller Haushalte mit Informationen die Folge wären, bleiben aus.

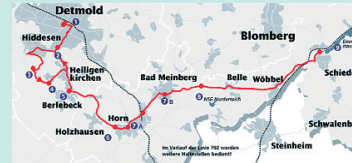


LemGoCard Quelle: Stadtwerke Lemgo



Marketingprodukt Schirm Quelle: Stadtwerke Lemgo

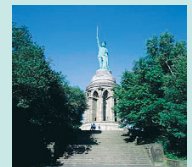
Freizeitbezogene Sonderverkehre im Kreis Lippe



Quelle: Kreisverkehrsgesellschaft Lippe

Die Freizeitlinie 792, eine Aktivität im Bereich der Sonderverkehre innerhalb des Projektes IMAGO, verbindet die wichtigsten touristischen Ziele und Sehenswürdigkeiten im Teutoburger Wald zwischen Detmold, Horn-Bad Meinberg und Schieder. Sie bietet die Möglichkeit, unabhängig vom PKW attraktive Besichtigungstouren und Wanderungen zwischen den bedeutendsten touristischen Zielen

im Teutoburger Wald zu erleben. An den Wochenenden sowie an Feiertagen verkehrt die Linie 792 im Stundentakt über die gesamte Relation. An den Bahnhöfen in Detmold und Schieder bestehen Anschlüsse zu anderen Buslinien sowie zum Schienenpersonnenverkehr der Deutschen Bahn AG. Diese Linie soll die Attraktivität touristischer Angebote durch den ÖPNV sowie dessen Akzeptanz auf Seiten der Nutzer erfassen und somit Ansatzpunkte für vergleichbare Projekte liefern.



Quelle: Kreisverkehrsgesellschaft Lippe

Event-Sonderverkehr in Lemgo

Im Rahmen von IMAGO wird in Lemgo ein umfassender Sonderverkehr zu den Heimspielen des Handballbundesligisten TBV Lemgo durchgeführt. Die periphere Lage der Veranstaltungshalle, die durch das Liniennetz des Stadtbus Lemgo nicht erschlossen wird, sowie die problematische verkehrliche Anbindung der Halle durch ein Wohngebiet, waren der Anlaß, hier ein derartiges Angebot zu implementieren und beispielhaft zu evaluieren. Zu den Heimspielen des TBV verkehren nach Betriebschluß auf allen Stadtbuslinien kostenlose Sonderbusse zur Halle, sowie nach Ende des Spiels von der Halle zurück. Das Angebot erfreut sich von Beginn an einer regen Nachfrage. Zählungen ergaben eine durchschnittliche Auslastung der Busse von ca. 80 %. Neben der bereits erfolgten Zählung wird eine Befragung unter den Besuchern der Handballspiele sowie eine Nutzerbefragung innerhalb der Sonderbusse Klarheit über die Bekanntheit und die Akzeptanz des Angebotes sowie die Nutzerstruktur bringen. Darüber hinaus soll der durch derartige Angebote möglicherweise erreichte Imagegewinn für den ÖPNV evaluiert und dem wirtschaftlichen Aufwand gegenübergestellt werden, um somit die Sinnhaftigkeit derartiger Angebote zu überprüfen.



Quelle: Eigene Aufnahme Universität Paderborn

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 e.V.)
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 Oberwörhmer
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.-Ing. Franz-Peter Boden
E-Mail: fpboden@huerth.de