



4. ÖPNV Innovationskongress

MOBILITÄTSKONZEPTE FÜR BUS UND BAHN



Baden-Württemberg

INNENMINISTERIUM

Berichte der Moderatoren aus den Workshops

Dr. Peter Höflinger,
Vorstandssprecher Stuttgarter Straßenbahnen AG

Manfred Hovenjürgen,
Geschäftsführer Regional Bus Stuttgart GmbH

Hans-Georg Schwabowski,
Niederlassungsleiter TÜV SÜD Auto Service GmbH

Dr. Wolfgang Wagner,
Geschäftsführer Verkehrsverbund Rhein-Neckar i.R.



Baden-Württemberg

INNENMINISTERIUM

Workshop Marketing/Tarif

Offensives Marketing – neue Wege der Kundengewinnung

Referent

Christoph Ullmer,
Institut für Marketing, Ludwig-Maximilians-Universität München



Baden-Württemberg

INNENMINISTERIUM

Zusammenfassung der Ergebnisse

Worum geht es?

- Wie wird Kundeninteresse gewonnen?
- Kundeninteresse kann nur gewonnen werden, wenn der Anbieter sich in die Lage des Kunden versetzt. Wichtig ist, dass neben den evidenten Kundenbedürfnissen auch die latenten Interessen in den Fokus gelangen.
- Information wird nur dann sachgerecht wahrgenommen, wenn Sie mit etwas Besonderem verbunden ist.
- Marketing muss positive Vorstellungen wecken.



Baden-Württemberg

INNENMINISTERIUM

Welche Folgerungen lassen sich ableiten?

- Marketing muss Gründe zum Kaufen generieren.
- Das Besondere, das Aufmerksamkeit weckt, kann beim ÖPNV (1.) durch Weiterempfehlen, (2.) gute Beratung und (3.) Testmöglichkeiten geschaffen werden.

Gibt es noch offene Fragen?

Wie machen wir Mitarbeiter auf allen Ebenen zu „Agenten“ für die ÖPNV-Nutzung und welche Möglichkeiten, den ÖPNV zu testen, sind vermittelbar?



Baden-Württemberg

INNENMINISTERIUM

Workshop Marketing/Tarif

Modernes Marketing im ÖPNV – Mobilität aus Nutzersicht verstehen

Referent

Dr. Marcel Hunecke,

Vertretungsprofessor für Psychologie, Fachhochschule Dortmund,
Fachbereich für Angewandte Sozialwissenschaften



Baden-Württemberg

INNENMINISTERIUM

Zusammenfassung der Ergebnisse

Worum geht es?

- Wie wird der Kunde zu einer Kaufentscheidung motiviert?
- Marketing muss erreichen, dass das ÖPNV-Angebot in Verkehrsdarbietung und Tarif verstanden wird.
- Marketing muss bewirken, dass das Angebot objektiv Akzeptanz findet und subjektiv-emotionale Inhalte vermittelt. Ein wichtiger Ansatz hierfür ist die spezifische Ansprache von Nutzergruppen.



Baden-Württemberg

INNENMINISTERIUM

Welche Folgerungen lassen sich ableiten?

- Gutes ÖPNV-Marketing muss auf der Grundlage eines stimmigen Angebots Informationen und Lebensgefühl kommunizieren.
- Das macht eine markante Zielgruppenorientierung erforderlich.

Gibt es noch offene Fragen?

Welche Zielgruppen sind über die bekannten Kriterien (Schüler, Senioren usw.) hinaus zu gewinnen?



Baden-Württemberg

INNENMINISTERIUM

Workshop Marketing/Tarif

Tarifreform – komplexe Sachverhalte einfach vermitteln

Referentin

Andrea Wirth,
Marketingleiterin Verkehrsverbund Rhein-Ruhr AÖR



Baden-Württemberg

INNENMINISTERIUM

Zusammenfassung der Ergebnisse

Worum geht es?

- Deutschlands größter Verbund, der VRR, hat 2008 eine Tarifreform verwirklicht. Ziel war vor allem die Erhöhung der Einnahmen auf längeren Strecken.
- Die Erhöhung der Zahl der Tarifstufen und eine Preisdifferenzierung in der Basis-Stufe waren durch umfassende Information den Kunden zu vermitteln.



Baden-Württemberg

INNENMINISTERIUM

Welche Folgerungen lassen sich ableiten?

- Die Einführung einer weiteren Tarifstufe für große Entfernungen kann die Ertragskraft verbessern. Die Anhebung städtischer Basis-Tarifstufen wirkt stärker.
- Eine intensive Informationskampagne kann das Wissen um die Neuerung und die Akzeptanz sichern.

Gibt es noch offene Fragen?

- Die Tarifreform ließ attraktive Gesamtgebietskarten (Schoko Ticket, Barenticket) unberührt; hier ist für 2011 eine Überprüfung geplant.



Baden-Württemberg

INNENMINISTERIUM

Workshop Marketing/Tarif

Innovative Tarifkonzepte – der Schlüssel zum Erfolg?

Referent

Christoph Stucki,
Präsident des Genfer-Tarifverbundes Unireso



Baden-Württemberg

INNENMINISTERIUM

Zusammenfassung der Ergebnisse

Worum geht es?

- Eine geplante landesweite Durchtarifierung für die Schweiz und Entwicklungen und Planungen des Tarifangebots des Genfer Verbunds „unireso“ ins französische und schweizerische Umland, führen zu interessanten Lösungen und Lösungsvorschlägen.
- Die für die Schweiz und den Raum Genf erarbeiteten Lösungen sind im Ansatz auch für Deutschland von großem Interesse.



Baden-Württemberg

INNENMINISTERIUM

Welche Folgerungen lassen sich ableiten?

- Ein landesweiter Tarif kann am ehesten als Additionstarif nach dem Prinzip „Zone-Strecke-Zone“ verwirklicht werden.
- Eine begrenzte Rabattierung (Zonen etwas höher als Strecke) macht ein solches Angebot attraktiv.

Gibt es noch offene Fragen?

Die Finanzierung der Rabattierung von Bestandteilen eines Additionstarifs ist unter obwaltenden Bedingungen bei uns eine schwer zu lösende Aufgabe.



Baden-Württemberg

INNENMINISTERIUM



4. ÖPNV

Innovationskongress

MOBILITÄTSKONZEPTE FÜR BUS UND BAHN



Baden-Württemberg

INNENMINISTERIUM