

# Herzlich Willkommen!

**Mobilität im Emsland -  
Das bestehende Angebot des  
Personennahverkehrs und dessen  
Wahrnehmung**

Klaus Ludden



15.02.2011



# Projektbüro pro-t-in GmbH, Lingen

## Prozess- und Projektmanagement

Regionalmanagement  
Beteiligungsprozesse  
Konzeptentwicklung  
Projektsteuerung



## Kommunikation und Marketing

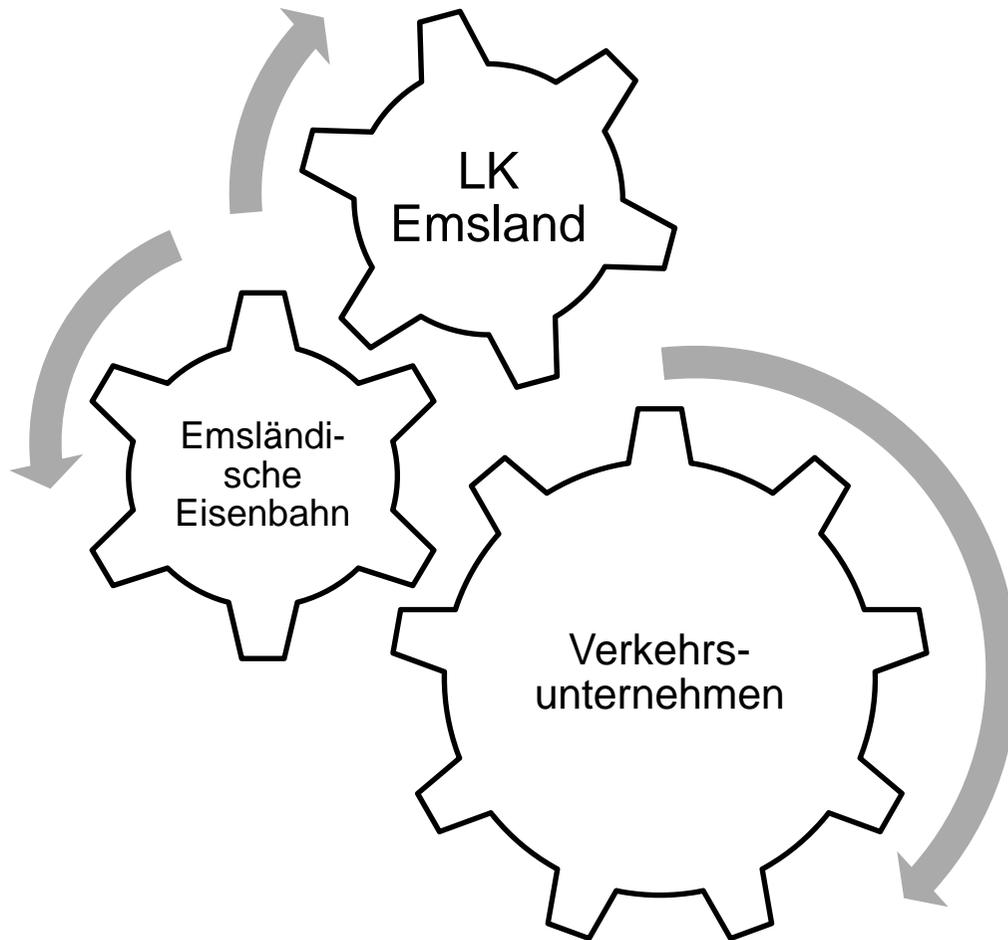
Beratung  
Tourismus und Marketing  
Öffentlichkeitsarbeit  
Werbeideen und Produkte  
Corporate Design



# Vorgehensweise

- Themenspezifische Auswertung der Ergebnisse der Beteiligungsprozesse der fünf LEADER-Regionen bezüglich der Thematik Mobilität
- Themenspezifische Auswertung der Ergebnisse des Demografie-Workshops „Tatort Dorfmitte“, der Planerwerkstätten sowie der Befragung 50-plus
- Strukturen und Erfahrungen bei Aufgabenträger und der Verkehrsunternehmen
- Handlungsempfehlungen und Maßnahmen

# Strukturen und Erfahrungen bei Aufgabenträger und der Verkehrsunternehmen



- Allgemeine Struktur
- Nachfrage und Mobilitätsangebote
  - Tarif
  - Nachfrage
  - Zielgruppen
  - Altern. Angebotsformen
- Wahrnehmung und Image
  - Verantwortlichkeit für Angebotskommunikation
  - Informationsangebote



# Handlungsempfehlungen und Maßnahmen

- **Attraktivität und Image**
  - Verbesserung des Images durch ergänzende bedarfsorientierte Mobilitätsformen
  - Stärkere Orientierung auf Zielgruppen – insbesondere bei Kommunikation
  - „altersbedingten“ Umstieg von PKW auf Bus positiv belegen
  - Klimafreundlichkeit als Kommunikationsgegenstand
- **Angebotsgestaltung**
  - Erarbeitung von Qualitätsstandards mit Verkehrsunternehmen als freiwillige Selbstverpflichtung
  - Etabliertes Ergänzungsangebot des Ruf-Bus stärker nutzen

# Handlungsempfehlungen und Maßnahmen

- **Ergänzende Modell**
  - Diese Modelle sind den individuellen Begebenheiten und Akteursstrukturen anzupassen, dies können sein:
    - Bürgerbus: Erfahrungen aus Emsbüren nutzen und übertragen
    - Mitfahrzentrale: Bestehende Initiativen vernetzen und bündeln
    - Car-Sharing: Akteure und Rahmenbedingungen ermitteln
    - Fahrdienste: Potenzial bestehender Dienste nutzen – Auslastungen verbessern
- **Organisation und Struktur**
  - Kooperative Zusammenarbeit bei der ÖPNV-Ausgestaltung
  - Zusammenarbeit der bestehenden Tarif- und Verkehrsgemeinschaften
  - Einrichtung einer übergeordneten Koordinierungsstelle Mobilität: kundenorientierte Entwicklung der Mobilitätsangebote

# Handlungsempfehlungen und Maßnahmen

- Marketing

- Verbesserung der Wahrnehmbarkeit und Bekanntheit des bestehenden ÖPNV-Angebotes
- Stärkere Vernetzung auf Emsland-Ebene
- Marketing und Öffentlichkeitsarbeit im ÖPNV professionalisieren, klare Aufgabenteilung zwischen den Akteuren bezüglich klassischem (Produkt) und sozialem (Image) Marketing

*Der Öffentliche Verkehr ist eine Dienstleistung. Deshalb müssen die Belange der Kundinnen und Kunden im Mittelpunkt stehen. Die Kundenorientierung ist ausschlaggebend dafür, ob Menschen vom Auto auf Bus und Bahn umsteigen.*



# Handlungsempfehlungen und Maßnahmen

- Marketing



# Handlungsempfehlungen und Maßnahmen

- Marketing zu den ÖPNV-Angeboten
  - Image-Flyer/-Plakate/-Anzeigen und Crossmarketing
  - Einsteigerbus
- Ergänzende Mobilitätsangebote
  - Vernetzung der Mitfahrzentralen
  - Etablierung Bürgerbus-Kampagne
  - Etablierung Car-sharing
- Tarifsystem
  - Kundenorientierung
  - Kostenersparnis gegenüber PKW

# Resümee

- Alle Maßnahmen funktionieren nur im Zusammenspiel mit den relevanten Akteuren.
- Ergänzende Mobilitätsmodell lassen sich nicht verordnen, sondern sind gemeinsam zu entwickeln.
- Kommunikation ist der Schlüssel zu einer Verbesserung der Wahrnehmung von Nahverkehrsangeboten

