

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

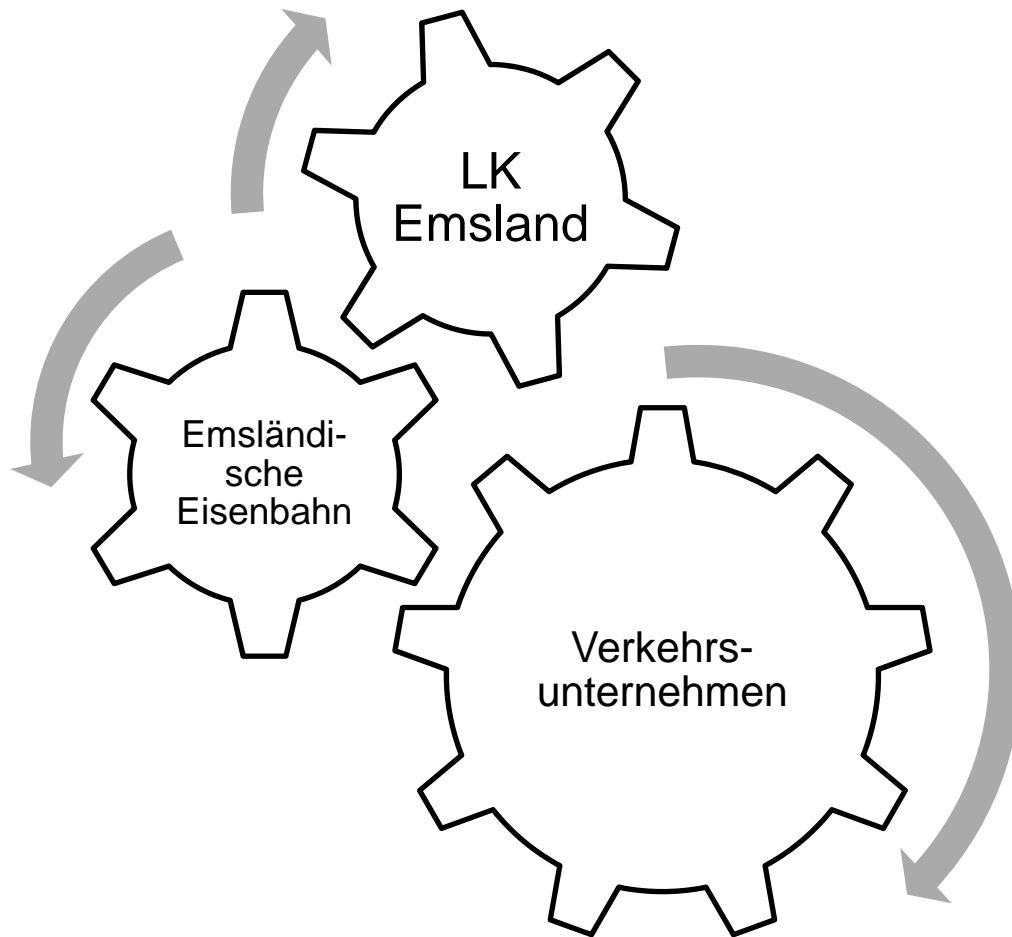
Beratung
Tourismus und Marketing
Öffentlichkeitsarbeit
Werbeideen und Produkte
Corporate Design



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

