



Berichte der Moderatoren aus den Vorträgen der

## **Vortragsreihe Marketing/Tarife**

Moderation:

**Stefanie Haaks, Kölner Verkehrs-Betriebe AG**



## **Die Mobil-Flatrate Augsburg – ein Tarifmodell für die Zukunft?**

**Dr. Walter Casazza, Stadtwerke Augsburg GmbH**



## Zusammenfassung der Ergebnisse **Worum ging es?**

- Pilotprojekt zur tariflichen Verknüpfung von Carsharing, Bikesharing und ÖPNV zur Mobil-Flatrate Augsburg
- Buchung, Zugang und Bezahlung über die App
- Inhalt der Flatrate:
  - Monats-Abo für den ÖPNV im Innenstadtbereich,
  - 30 Std. monatlich Carsharing und
  - Bis zu 30 min. Bikesharing am Stück, aber dies auch mehrmals täglich möglich.



## **Welche Folgerungen lassen sich ableiten?**

- Die Probanden nutzten das Auto als Transportmittel im Laufe der Projektdauer signifikant weniger als zu Beginn des Projektes, dadurch erfolgt eine Stärkung des ÖPNV.
- Aufgrund der positiven Ergebnisse und Schlussfolgerungen aus dem Projekt wird diese Flatrate eingeführt.

## **Gibt es noch offene Fragen?**

- Der endgültige Flatratepreis ist noch zu ermitteln.



# **Wiener Linien: Markenbildung mit Witz und Emotion**

**Anna Maria Reich, WIENER LINIEN GmbH & Co KG**





## Zusammenfassung der Ergebnisse **Worum ging es?**

Die Wiener Linien gehen einen neuen Weg:

- Technocracy kills – weg von sperrigen Fachbegriffen, hin zur Emotion
- Imageveränderung – weg von verstaubt, hin zu lässig
- Öffis ersetzen den ÖPNV,

Beispiele aus der täglichen Kommunikation, der neuen Mode-Marke und der  
→ Arbeitgeber-Marke



## **Welche Folgerungen lassen sich ableiten?**

- Mehr Mut zu Witz und Emotionen im ÖPNV!
- Imageverbesserung des ÖPNV ist möglich und nötig.



# **Personalmarketing bei den Züricher Verkehrsbetrieben: Ideen, Kampagnen und Erfolge**

**Florian Schrodt, Verkehrsbetriebe Zürich**





## Zusammenfassung der Ergebnisse **Worum ging es?**

- Das „M“ in dem Wort Mobilität steht für „Mensch“
- „Frechmut“ ist die neue Vorgehensweise bei den VBZ.

## **Welche Folgerungen lassen sich ableiten?**

- Evaluation von Kommunikationsmaßnahmen hilft in der Weiterentwicklung der Arbeitgebermarke



**Ticketfreier Nahverkehr – nicht nur an Samstagen.  
Tübingen geht neue Wege**

**Oberbürgermeister Boris Palmer, Stadt Tübingen**



## Zusammenfassung der Ergebnisse **Worum ging es?**

- Tübingen bietet seit Februar 2018 samstags einen ticketfreien ÖPNV im Stadtgebiet an und konnte dadurch eine Fahrgaststeigerung von 20% an Samstagen erzielen.
- Als Modellstadt möchte Tübingen den komplett ticketfreien Nahverkehr im Stadtgebiet pilothaft erproben und meint, ein zu erwartendes Fahrgastwachstum von 30% bewältigen zu können.



## **Welche Folgerungen lassen sich ableiten?**

- Ticketfreier Nahverkehr sorgt für ein Fahrgastwachstum, sofern das Angebot zuvor ausreichend ertüchtigt wurde. Dadurch wird ein positiver Beitrag zur Erreichung der Klimaschutzziele geleistet.

## **Gibt es noch offene Fragen?**

- Wie geht es nach einem erfolgreichen Piloten weiter?
- Kann/soll es ticketfreien und kostenpflichtigen Nahverkehr parallel geben?