

Zielgerichtetes Marketing für bedarfsorientierte Bedienformen

Bei der Einführung und Planung von bedarfsorientierten Bedienformen muss frühzeitig an das Marketing, bzw. eine gelungene Marketingstrategie gedacht werden. Hier sind einige wesentliche Punkte zu beachten. Das vorliegende Handout gibt einen Überblick über wichtige Aspekte und Fragen, die es zu stellen gilt und zeigt Möglichkeiten und Ideen aus der Praxis auf.

Warum ist das Marketing bei flexiblen Angeboten so wichtig?

- Bei bedarfsorientierten Bedienformen handelt es sich oft um neue, innovative Projekte, die den Bürgerinnen und Bürgern in ihrer Form nicht bekannt sind
- In einigen Fällen ist zum Beispiel die Bedienung einer App oder das Wissen zu bestimmten Buchungsmöglichkeiten notwendig, die Verkehrsform erfordert also eine **neue oder veränderte Verhaltensweise**
- Um Bürgerinnen und Bürger in diesem Prozess mitzunehmen und von dem neuen Angebot zu überzeugen, braucht es ein zielgerichtetes und durchdachtes Marketing, bei dem sich ein **Mix aus klassischen Marketingmethoden** und den **Methoden des sozialen Marketings** anbietet
 - **Klassisches Marketing:** Top-Down-Ansatz, bei dem vom Mobilitätsanbieter (Top) zu Kundinnen und Kunden (Down) geplant wird
 - **Soziales Marketing:** Interaktiver Prozess zwischen Mobilitätsanbieter und Kunden, der sich besonders zur Vermittlung von Ideen, Verhaltensweisen und Handlungsempfehlungen eignet

Allgemeine Überlegungen

- Welche Marketingmaßnahmen sinnvoll sind, hängt vor allem von der aktuellen **Phase** ab, in der sich das Projekt befindet.
- Auch die **Intensität** des Marketings ist phasenabhängig
- Um ein flexibles Angebot erfolgreich bekannt zu machen, benötigt man ein stimmiges Marketingkonzept über **alle geeigneten Kanäle** hinweg
- Greifen Sie für ein ganzheitliches Marketingkonzept ggf. auf **professionelle Unterstützung** zurück



Planungsphase

- Schon vor der Einführung flexibler Bedienformen beginnt das Marketing – mit der **Marktforschung**
- Im Sinne des **sozialen Marketings**: Einbezug Bürgerinnen und Bürger sowie Entscheidungstragende und Multiplikatorinnen und Multiplikatoren in die Entstehung und Planung der Bedienform. Dies sichert bereits zu Beginn der Maßnahme dessen Akzeptanz und Bekanntheit in der Bevölkerung
- Definieren Sie eine oder mehrere **Zielgruppen** Ihrer Bedienform, auf welche die Marketingsmaßnahmen ausgerichtet sein sollten
- In der Planungsphase steht auch die Entwicklung einer Marke mit Wiedererkennungswert an:
 - Wählen Sie einen **einprägsamen Namen** für die Bedienform und ein **auffälliges Design** – am besten mit erkennbarem regionalen Bezug
 - Dieses Design ist ausschlaggebend für weitere Werbemittel, den Internetauftritt oder eine App sowie die Gestaltung der Fahrzeuge



Praxisbeispiel: callheinz im NVM (Nahverkehr Mainfranken) –Gebiet

Das Projekt callheinz überzeugt mit einem Wortspiel und damit durch einen gewitzten und einprägsamen Namen. Die Fahrzeuge, die Homepage und App sind in einem einheitlichen und durch die ungewöhnliche Farbkombination auffälligen Design gestaltet.

Einführungsphase

- Zu Beginn eines Projekts und bei der Inbetriebnahme des flexiblen Angebots sind **größere und umfangreichere Marketingmaßnahmen** in **hoher Intensität** sinnvoll.
- Die Maßnahmen sollen einen hohen **Aufmerksamkeitseffekt** erreichen
- Ziele und Inhalte in dieser Phase: **Bekanntmachung** der Bedienform und **Erklärungen** zu dessen Nutzung.
- Möglichkeiten:
 - **Klassisches Marketing**: Informationsverbreitung in regionalen bzw. lokalen Medien; Infobroschüren und Flyer, Persönlicher Brief der politischen Spitze an Haushalte, Werbeanzeigen z.B. in Sozialen Medien
 - **Soziales Marketing**: Einführungsveranstaltung und gezielte Aktionen in der Fläche, etwa Infostände auf Marktplätzen, Vorstellung und Erklärung bei bestimmten Gruppen, z.B. Seniorinnen und Senioren-Verbände, Jugendzentren o.ä.



Laufender Betrieb

- Im laufenden Betrieb kann das Marketing zurückgefahren werden und konzentriert sich zum Beispiel eher auf die **Gestaltung der Fahrzeuge** sowie allgemein gültige **Informationsmöglichkeiten**, wie etwa Flyer, Aushänge an Haltestellen, Infobroschüren oder Erklärvideos auf der Homepage. Ein kontinuierliches Marketing ist jedoch immer zu betreiben.



Praxisbeispiel: Baxi Schwandorf

Für Nutzende des Baxis im Landkreis Schwandorf steht ein umfassendes und liebevoll gestaltetes [Erklärvideo](#) zur Verfügung.

Eine Maßnahme des Regionalmanagements Bayern, gefördert durch das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie

SO WIRD DER EXPRESSBUS GEBUCHT

App: Online: Telefon

App: Expressbus Pfaffenhofen Ilm

1. Klick im App Store oder über Google play herunterladen. Alternativ kann die Buchung auch über die Webseite express.stadtbus-pfaffenhofen.de [QR-Code] erfolgen.
2. Bitte vor der ersten Buchung über die App unbedingt erstmalig registrieren/verifizieren.
3. Start, Ziel und Details angeben.
4. Passende Verbindung auswählen.
5. Die Buchung ist abgeschlossen – die voraussichtliche Abfahrtszeit wird angezeigt.
6. Kurz vor der Abfahrt wird die genaue Abfahrtszeit mitgeteilt.

Online: express.stadtbus-pfaffenhofen.de

Die Buchung auf der Webseite funktioniert im Grunde genauso wie die Buchung mit Hilfe der App.

1. Webseite express.stadtbus-pfaffenhofen.de aufrufen oder alternativ den QR-Code hier scannen
2. Einmalige Registrierung vor der ersten Fahrt
3. Start, Ziel und Details angeben
4. Passende Verbindung auswählen
5. Die Buchung ist abgeschlossen – die voraussichtliche Abfahrtszeit wird angezeigt
6. Kurz vor der Abfahrt wird die genaue Abfahrtszeit mitgeteilt.

Praxisbeispiel: Stadtbus Pfaffenhofen

1. Klick im App Store oder über Google play herunterladen.
2. Bitte vor der ersten Buchung über die App unbedingt erstmalig registrieren/verifizieren.
3. Start, Ziel und Details angeben.
4. Passende Verbindung auswählen.
5. Die Buchung ist abgeschlossen – die voraussichtliche Abfahrtszeit wird angezeigt.
6. Kurz vor der Abfahrt wird die genaue Abfahrtszeit mitgeteilt.

Telefon: 08441 4052 6000

Der Bus kann einfach und unkompliziert telefonisch gebucht werden.

Die Buchungsdienste fürs Telefon:
08441 4052 6000

Telefonzeiten:
Montag – Freitag: 7:00 – 17:00 Uhr
Samstag: 7:00 – 12:00 Uhr

Praxisbeispiel: Stadtbus Pfaffenhofen

Innerhalb des Stadtbusnetzes in Pfaffenhofen a.d. Ilm fahren immer drei und am Wochenende sogar alle Buslinien bei Bedarf. Um das Konzept der sogenannten Expressbusse und deren Funktionsweise zu erklären, steht auf der Homepage eine [Infobroschüre](#) zum Download zu Verfügung, die sich in Auszügen auch als Aushang an Haltestellen befindet.

Weitere Fragen? Melden Sie sich gerne beim Beratungsteam Nachhaltige Mobilität!

- Beratungsteam Nachhaltige Mobilität
- nachhaltige-mobilitaet@bahnlund-bayern.de
- 089 748825-392/ -393
- Bayerische Eisenbahngesellschaft mbH
Boschetsrieder Str. 69 | 81379 München
- www.wir-bewegen.bayern.de