

**Mitteilung der Verwaltung
Vorlage Nr.: 20182013**

Status: öffentlich
Datum: 27.07.2018
Verfasser/in: Annette Liska
Fachbereich: Tiefbauamt

Bezeichnung der Vorlage:
Marketing der BOGESTRA

Bezug:
Anfrage der Fraktion DIE LINKE aus der Sitzung vom 19.06.2018, TOP 30 6.2, 20181687

Beratungsfolge:

Gremien:

Sitzungstermin:

Zuständigkeit:

Ausschuss für Infrastruktur und Mobilität

04.09.2018

Kenntnisnahme

Wortlaut:

Aus Gründen des Klimaschutzes und zur Verringerung der Feinstaubbelastung strebt die Stadt Bochum eine Verlagerung des Modal Split hin zum Umweltverbund an. Neben einem intensiven Ausbau der Fahrradinfrastruktur ist dafür eine verstärkte Förderung des ÖPNV wichtig. Nach und nach werden alle Haltestellen niederflurgerecht ausgebaut.

Die Linke fragt daher an:

Frage 1

*Mit welchen Maßnahmen will die BOGESTRA eine stärkere Orientierung der Bürger*innen auf Busse und Bahnen erreichen?*

Frage 2

*Gibt es zielgruppengerichtete Maßnahmen (Beispielsweise für Mitarbeiter*innen und Besucher*innen des Bergmannsheils, für Besucher*innen des Musikforums. An solchen hoch frequentierten Orten, bzw. den entsprechenden Parkhäusern, könnten Orientierungsflyer und – Plakate verteilt und angebracht werden, es könnten vor Ort Aktionen mit Ticketverlosungen, CO₂– Rechnern, persönlichen Fahrplänen etc. stattfinden. Außerdem könnten Anregungen und Kritikpunkte abgefragt werden. Die BOGESTRA könnte dadurch erfahren, ob z. B. die Fahrplangestaltung mit den zeitlichen Anforderungen zusammenpasst)?*

Das Marketing der BOGESTRA ist bereits sehr vielfältig:

Produktpolitik

Schaffung zielgruppenorientierter Angebote und Dienstleistungen

- Tickets: Online-Tickets (30-TageTicket, HappyHourTicket, 10erTicket)

- Aktionsangebote, zum Beispiel im Abo-Bereich (SchnupperAbos für Auszubildende sowie für Ticket1000/2000 und BärenTicket)
- Innovative Produkte: BOGESTRA als Projektpartner bei Einführung des nextTickets
- Produktbegleitende Dienstleistungen: Einsatz von Kundenbetreuerinnen und –betreuern in Bus und Bahn mit beratenden Funktionen
- Angebote für Firmen (siehe auch „Weitere Angebote“)
 - Großkundenabo
 - KombiTickets
- Ausbau des Angebots bezüglich multimodaler Mobilität

Vertriebspolitik

- Forcierung digitaler Vertriebstechniken, um neue Zielgruppen zu erreichen, wie die Einführung der App Mutti in 2017 oder die geplante Neugestaltung der Website bogestra.de mit einem Ticketshop
- Zusätzlich zu den vorhandenen KundenCentern: Einsatz eines SERVICEmobils an hochfrequentierten Orten oder bei Veranstaltungen: Einsatz von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern mit beratender wie auch verkaufender Funktion

Kommunikationspolitik

Die BOGESTRA bedient sämtliche Kommunikationskanäle, um eine möglichst breite Zielgruppe zu erreichen.

- Digitale Maßnahmen
 - Neugestaltung der Internetseite bogestra.de (laufendes Projekt)
 - Erweiterung der BOGESTRA-Social-Media-Kanäle um Twitter
 - Auf- und Ausbau des mobilen WLAN als „BOGESTRA mobil“
- Kundenbindungsmaßnahmen im Direktmarketing
Besondere Angebote für die Bestandskundschaft, wie ermäßigter Eintritt in das Theater, zu Musikveranstaltungen etc. (Mailing zweimal jährlich)
- Werbung
Besuch von Veranstaltungen: Information neuer Kundinnen und Kunden, Beratung bei Rückfragen zu Tickets und Verbindungen, allgemeine Präsenz der BOGESTRA, um in ein Gespräch zu kommen und Bedürfnisse zu erfragen. Verlosungen.
- Media
Die Maßnahmen werden kommuniziert über alle Kanäle: print und digital unter Einsatz von zugekauften Media-Leistungen (Anzeigen, Plakatflächen, Hörfunkspots) Zudem nutzt die BOGESTRA eigene Werbemöglichkeiten in den Verkehrsmitteln und an den Haltestellen
- Marktforschung
 - Die BOGESTRA nimmt jährlich am ÖPNV-Kundenbarometer teil, um Bedürfnisse zu erfragen, aber auch um Kritikpunkte zu eruieren.
 - Darüber hinaus gibt es kontinuierliche Qualitätsmessungen in Form von Kundenbefragungen an den Haltestellen, in allen Verkehrsmitteln und an KundenCentern.
- Dialog
Das Kundenresonanz-Management beantwortet Fragen, nimmt Kritik entgegen und leitet jede Anregung an die zuständige Abteilung weiter, mit dem Ziel einer kontinuierlichen Verbesserung.

Weitere Angebote

- Die BOGESTRA bietet allen Bochumer Krankenhäusern ein Firmenticket mit besonderen Rabatten auf Abo-Tickets an.
- Größere Einrichtungen mit Firmenticket profitieren von einem speziell eingerichteten „Abfahrtsmonitor“, d. h. unsere Kunden erhalten aktuelle Informationen über Abfahrtszeiten der Busse und Bahnen direkt vor Ort.
- Es gibt eine eigene Abteilung bei der BOGESTRA, die sämtlichen Großkunden im Vertriebsgebiet betreut: Es gibt spezielle Angebote, Rabatte, Dienstleistungen, Informationstage.
- Das Angebot eines KombiTickets ermöglicht eine kostenlose An- und Abreise zu Veranstaltungen. Es trägt damit aktiv zur Luftreinhaltung bei und unterstützt den Masterplan „Green City“.

Frage 3

*Soll es allgemeine Aktionen geben für Menschen, die den ÖPNV bisher überhaupt nicht nutzen und denen z.B. die Bedienung des Fahrscheinautomaten oder der App fremd ist? Denkbar wären z.B. Info- und Schnupperversammlungen mit anschließender gemeinsamer Begehung der U-Bahn-Anlagen im Hauptbahnhof und ausprobieren der Automatenbuchung, nicht nur für Senior*innen und Neubürger*innen.*

In Kooperation mit den Volkshochschulen Bochum und Gelsenkirchen werden Einsteiger-Kurse für Nicht-ÖPNV-Nutzerinnen und –Nutzer angeboten. Im Rahmen dieser Kurse werden von der Kundenbetreuung begleitete Fahrten durchgeführt, bei denen auch Fragen zu Automaten und zur App beantwortet werden. Die BOGESTRA beschäftigt darüber hinaus zwei Mitarbeiter, die Kundentrainings organisieren und mehrmals wöchentlich durchführen. Hierzu gehören zum Beispiel folgende Angebote:

- Schulkindertrainings von der 1. bis zur 8. Klasse (sicheres Fahren in Bus und Bahn und das richtige Verhalten in öffentlichen Verkehrsmitteln)
- „Schritt für Schritt“: Schulungsangebot für geistig behinderte Erwachsene
- Sicher unterwegs für ältere Menschen
- Angebote für Nutzung von Rollatoren im ÖPNV
- Busschulungen für Flüchtlinge (ÖPNV für Menschen aus fremden Ländern, speziell auch für Frauen)
- Darüber hinaus liefern die Kundenberatung in den KundenCentern sowie die Kundenbetreuung in Bus und Bahn Hilfestellungen für den Umgang mit der App und beantworten allgemeine Fragen.

Frage 4

Ist geplant die Wegweisung für die U-Bahnlinien im Hauptbahnhof eindeutiger zu gestalten?

Im Zusammenhang mit der Netzumstellung im Dezember 2019 beschäftigt sich derzeit eine Arbeitsgruppe aus Vertretern der Städte Bochum und Gelsenkirchen sowie der BOGESTRA

u. a. mit dem Thema der Wegeleitung. Ziel ist es, den Zugang zum und die Orientierung im System ÖPNV zu verbessern. Die Situation am Hauptbahnhof wird dabei besonders intensiv betrachtet, denn hier müssen Kundinnen und Kunden im ersten Schritt verstehen, welche Linie auf der Schiene (also im unterirdischen Teil des Hbf.) und welche auf der Straße (also am ZOB) fährt; danach erfolgt die weitere Wegeleitung innerhalb des ZOB bzw. innerhalb der Verteilerebenen des U-Bahnhofs. Grundsätzlich ist hierzu eine bessere Unterscheidbarkeit von Bus- und Straßenbahnlinien notwendig. Dabei gibt es unterschiedliche Ansätze (besondere Nummerierung von Straßenbahnlinien, farbliche Kennzeichnung etc.).

Die Verwaltung informierte mit Vorlage 20180346 über diese Ansätze.

Anlagen: