

Experten wollen direkt werben

Acht Regionen Europas an Projekt beteiligt

VON MARKUS WAGNER

WITTENBERG/MZ - Experten aus acht Ländern haben am Donnerstag und am Freitag Möglichkeiten diskutiert, mehr Kunden für den Öffentlichen Personennahverkehr zu begeistern. Im Rahmen des von der Europäischen Union geförderten Projekts „smartmove“ soll im Frühjahr eine Marketingaktion in acht Regionen - darunter Wittenberg - starten, bei der potenzielle Kunden gezielt auf den Nahverkehr aufmerksam gemacht werden.

Die Menschen wissen oft gar nicht, wo die nächste Haltestelle ist, wo man Tickets bekommt, wie viel sie kosten“, sagt Projektleiter Oliver Koider von der Universität für Bodenkultur in Wien. Das allein seien schon die ersten Hindernisgründe, in den Bus zu steigen. „In ländlichen Raum steht ein Auto vor jeder Haustür, daran müssen wir vorbei.“ Ideen, wie man die Lücke zwischen Haustür und Bushaltestelle schließt, gibt es zum Beispiel im österreichischen Waldviertel. Mit Elektrofahrzeugen sollen hier weiter entfernte Haltestellen erschlossen werden. Oder im griechischen Langadas, wo Rufbusse und Sammeltaxen Kunden zu den nächstgelegenen Hauptlinien des Nahverkehrs bringen könnten.

In Wittenberg gibt es das schon. Und es zeigt Erfolge. „Die Zahl der Einwohner ist gesunken, die der Busnutzer konstant geblieben“, sagt Peter Franz, Geschäftsführer des Ingenieurbüros für Systemberatung und Planung - das auch den Kreis Wittenberg beraten hat. Allein, man muss den Bewohner die Möglichkeiten noch besser vor Augen führen. Das könnten angeleitete Ausflüge zum Bus sein, es fängt aber schon mit Direktmarketing an. Im Frühjahr soll die Webtrommel gerührt werden. Positiver Nebeneffekt: Die Busunternehmen sollen auch eine Rückmeldung bekommen, was sich ihre potenziellen Kunden wünschen.

Bislang, sagt Franz, habe man es eher als Beschwerte aufgefasst, wenn jemand die Abfahrtszeit ruiniert. Man könnte es aber auch als vernünftigen Hinweis interpretieren. Für 15 Minuten früher, und er wäre pünktlich am Arbeitsplatz - und der Bus hätte einen Mitfahrer mehr. Dabei geht es bei „smartmove“ ausdrücklich nicht um die Änderung der Infrastruktur. „Das ist immer mit viel Aufwand verbunden“, sagt Koider. Vielmehr solle mit einfachen Mitteln optimiert werden, was sowieso schon vorhanden ist. *Kommentar Seite 8*

Mehr zum Projekt (teilweise in Englisch) gibt es hier: www.smartmove-project.eu

M. Hildebrandts Zeitung, Projekt Wittenberg

8 WOCHENENDE, 11./12. OKTOBER 2014 WBG

KOMMENTAR

MARKUS WÄGNER findet, dass eine bisschen Werbung für den Bus nicht schaden kann. Er ist inzwischen besser als sein Ruf.

Tue Gutes

Tue Gutes und rede darüber. Der Öffentliche Personen-nahverkehr hat gute Gründe nach diesem Prinzip zu ver-fahren. Lange genug war es mit dem Guten nicht weit her: Un-flexible Linienführungen, große Busse, die vor allem Luft durch die Gegend führen. Der Ruf war bel so manchem potenziellen Kunden gründlich ruiniert. Dass der nun gar nicht mitbekommt, dass sich auch hier die Zeiten ändern, ist tatsächlich das Pro-blem, mit dem die Anbieter zu kämpfen haben. Lange Jahre hatte ihnen das Gesetz piffige Alternativen verstreut, nun sind sie möglich. Nicht zu warten, bis sich das auch bis zu den potenziellen Kunden durchge-sprochen hat, ist nur schlau. Allerdings wird das nicht rei-chen: Wie kommt das Fahrrad in den Bus, könnte eine der höchsten Fragen sein, die zu lösen sind, um diesen attraktiver zu machen. Der Blick in alle Winkel Europas kann da hilf-reich sein. Und vielleicht schaut ja auch mal der Gesetzgeber, ob alles genau so geregelt sein muss wie in Deutschland. Das wäre auch was Gutes. *Seite 7*

Den Autor erreichen Sie unter: markus.wagner@mz-web.de