

## Kreistagsdrucksache Nr. 076/22

**AZ A 43**

Anlagen: 2

### Tagesordnungspunkt

Bericht ÖPNV-Marketingkonzept

#### Bericht

Ausschuss für Verwaltung, Klimaschutz und Technik (öffentlich) am 13.07.2022

---

Im September 2020 beantragten die Fraktionen Bündnis 90/Die Grünen und SPD in einem interfraktionellen Antrag „Marketingmaßnahmen für den ÖPNV im Landkreis Tübingen“ unter anderem die Erarbeitung einer umfassenden Kampagne mit mehreren Bausteinen zur Vermarktung des verbesserten ÖPNV-Angebots im Landkreis sowie die daran anschließende Umsetzung dieser Kampagne (vgl. **Anlage 1** - Interfraktioneller Antrag).

Die Verwaltung erarbeitete daraufhin einen Vorschlag zum weiteren Vorgehen, der in Abstimmung mit den Antragstellern zunächst in der Projektgruppe ÖPNV und Mobilität in der Sitzung am 31.03.2021 vorgestellt und zur Diskussion gestellt wurde. Im Anschluss daran beschloss der Kreistag nach entsprechender Vorberatung im Verwaltungs- und Technischen Ausschuss die Erarbeitung einer ÖPNV-Marketing-Kampagne mit externer, fachlicher Unterstützung durch ein geeignetes Büro im Laufe des Jahres 2021 (vgl. KTDS Nr. 038/22).

Das wesentliche und übergeordnete Ziel dieser Marketing-Kampagne lautet demnach:

Der Landkreis Tübingen möchte seine umfangreichen Aktivitäten im Öffentlichen Personennahverkehr (v.a. Regionalbuslinien) verstärkt bewerben, um möglichst viele neue Fahrgäste zu gewinnen und diese nachhaltig zu binden. Ergänzend dazu sollten hierfür in einem ersten Schritt eine Grundkonzeption erstellt und ein ÖPNV-spezifisches Corporate Design mit klarem Wiedererkennungswert entwickelt werden. Dabei ist ein modularer Aufbau der Konzeption erwünscht, damit einzelne Maßnahmen bedarfsgerecht umgesetzt werden können. Ein wesentlicher Bestandteil ist ein linienbezogenes Marketing.

Aus methodischen Gründen wurden zu Beginn dieses Prozesses bewusst keine Vorgaben zu möglichen Maßnahmen und weitergehenden Inhalten festgelegt, da diese von der konkreten Zielstellung abgeleitet werden sollten. Eine spezifische Ergänzung der Maßnahmen bleibt nach wie vor möglich.

Ein besonderes Augenmerk bei der Erarbeitung des Konzeptes sollte darauf gelegt werden, dass Zieldefinition, Maßnahmen und Inhalte passgenau mit dem tatsächlich vorhandenen ÖPNV-Angebot einhergehen, um ein glaubwürdiges und erfolgreiches ÖPNV-Marketing zu gewährleisten.

Auf dieser Grundlage wurden bei drei geeigneten Büros Angebote für die Erstellung der geplanten Marketing-Kampagne (Konzepterstellung und modulare Umsetzungsbegleitung) eingeholt. Die beiden an der Vergabe teilnehmenden Büros erhielten daraufhin die Gelegenheit, ihre Konzeptentwürfe in der darauffolgenden Projektgruppe ÖPNV und Mobilität am 15.09.2021 vorzustellen. Den Zuschlag erhielt daraufhin das Büro rb.w werbeagentur mit Sitz in Stuttgart.

## **1. Grundfestlegungen:**

Zwischenzeitlich wurden in Abstimmung zwischen rb.w werbeagentur und der Verwaltung die Anforderungen an das Konzept konkretisiert, die jeweiligen Zielgruppen definiert sowie ein Namen, eine Schlüsselaussage (Claim) und ein Logo erarbeitet.

### **Kernanforderungen:**

Das Konzept soll die Vorzüge des ÖPNV im Vergleich zum motorisierten Individualverkehr hervorheben, visuell über ein ansprechendes und sympathisches Gesamterscheinungsbild mit klarem Bezug zum Landkreis Tübingen verfügen und verbal durch klare und zugleich emotionale Sprache kommunizieren. Es soll zudem in allen Medien und Anwendungsbereichen umsetzbar sein. Langfristig wird der Aufbau einer eigenen Marke mit Wiedererkennungswert angestrebt.

### **Zielgruppen:**

- Bewohner/innen des Landkreises,
- Pendler/innen,
- Grundsätzlich alle Altersgruppen und gesellschaftlichen Schichten,
- Insbesondere diejenigen Menschen, die bislang mit dem PKW unterwegs sind.

### **Name:**

Die Verwaltung hat sich für den Namen „Kreisbus“ entschieden.

Dieser Name klingt sympathisch, ist in die Alltagssprache integrierbar, einprägsam und wirkt prägnant. Kreisbus ist zudem naheliegend, selbsterklärend und plausibel. Mit Blick auf die bereits gängigen Begriffe mit Landkreis-Bezug, wie zum Beispiel Kreisbaugesellschaft, Kreisschulen, Kreisimpfzentrum und Kreissporthalle lassen sich die Busverkehre des Landkreises künftig, auch in Abgrenzung zu den Verkehren in städtischer Regie (den „Stadtbusen“), gut zuordnen.

### **Claim:**

Die Schlüsselaussage „Kreisbus – Der Bringer!“ soll prägnant, doppeldeutig und in moderner Sprache die Vorzüge des Landkreis-ÖPNV mit einem bewussten Augenzwinkern hervorheben.

Um die Stärken des Kreisbusses im Vergleich zum motorisierten Individualverkehr herauszustellen wirbt die Kampagne in Head- und Sublines mit dem wesentlichen Systemvorteil des ÖPNV. Der verfügbaren Zeit während der Fahrt. Dementsprechend werden bei der Bewerbung verschiedene Überschriften verwendet, wie z. B. „ein wenig Erholung zwischen Dateien & Date“ oder „ein wenig Erholung zwischen Freunden & Enkeln“.

### **Logo:**

Das Kreisbus-Logo (siehe unten) ist in den Farben des Landkreises Tübingen gehalten und greift mit dem markanten roten Schwung den darüberliegenden Namen auf. Das Logo ist das zentrale Element des Kreisbus-Erscheinungsbildes.



Abbildung 1 – Kreisbus-Logo

### **Motive:**

Die werbewirksamen Motive des Konzeptes enthalten den bereits eingeführten, roten Schwung. Dieses Element dient der Wiedererkennung und sollte in allen Visualisierungen eingesetzt werden. Weiteres Element ist die Bildwelt. Es sind grundsätzlich freundliche und sympathisch wirkende Menschen in passendem Umfeld zu sehen. Tragen des Key-Visual im Motiv ist der Kreisbus. Des Weiteren enthalten die Motive sog. Headlines, Sublines, das Kreisbus-Logo sowie die Kreisbus-URL [www.kreisbus.de](http://www.kreisbus.de) (vgl. **Anlage 2** – Seite 1).

## **2. Weiteres Vorgehen**

Zwischenzeitlich wurde ein erster Media- und Budgetplan erarbeitet. Darin werden die geplanten Werbemaßnahmen für das Jahr 2022 zeitlich fixiert, deren Umfang definiert und mit finanziellem Aufwand unterlegt.

Für das Kalenderjahr 2022 ist demnach ein Auftakt des ÖPNV-Marketing des Landkreises für Anfang August 2022 vorgesehen. Zunächst wird eine Pressekonferenz stattfinden, in welcher der Landkreis Tübingen über die Einführung des ÖPNV-Marketings und die Vorzüge der sukzessiven Umsetzung des teilfortgeschriebenen Nahverkehrsplanes informiert. Danach wird am 13. August 2022 nachmittags eine eintägige Auftaktveranstaltung, auf dem Eugen-Bolz-Platz in Rottenburg am Neckar, den Beginn der ÖPNV-Roadshow eröffnen. Im Rahmen dieser Veranstaltung erhalten interessierte Einwohnerinnen und Einwohner die Gelegenheit sich in einladendem Rahmen über das ÖPNV-Marketing des Landkreises Tübingen und den zum 28. August 2022 anstehenden Wechsel im Bündel West 2 (Rottenburger Umland) und die damit verbundenen, verkehrlichen Verbesserungen zu informieren.

Des Weiteren beinhaltet der obengenannte Mediaplan das sog. Busbranding, welches Kernelement der Werbemaßnahmen darstellen wird. Nach und nach sollen alle Fahrzeuge die für den Landkreis verkehren im einheitlichen Kreisbus-Design gestaltet sein und so den gewünschten Wiedererkennungswert erzeugen (vgl. **Anlage 2** – Seite 2). Geplant ist, die Busse mit jeder neuen Bündelvergabe auf das neue Kreisbus-Design umzustellen; beginnend mit dem Bündel West 2.

Als weitere Werbemaßnahme wurde ein handlicher Mobilitätsfolder, der Anfang August 2022 an alle Haushalte im Landkreis Tübingen versandt werden wird, erarbeitet (vgl. **Anlage 2** – Seiten 3 und 4). Dieser enthält den Liniennetzplan, Angaben zu den verfügbaren Tickets/Abonnements sowie auf der Rückseite Hinweise auf attraktive Reiseziele im Landkreis Tübingen. Zusätzlich werden ab August 2022 Anzeigen in Amtsblättern, Lokalzeitungen, Wochenzeitungen geschaltet sowie Plakate an öffentlichen Einrichtungen, Großflächen und Werbesäulen platziert. Die Website [www.kreisbus.de](http://www.kreisbus.de) soll ebenfalls im Sommer aktiviert werden.

Grundsätzlich ist die Marketing-Kampagne modular aufgebaut und jederzeit erweiterbar. So können zudem künftig auch weitere Werbemaßnahmen zum Einsatz kommen.

Zusammengefasst soll mit diesen ersten Maßnahmen ein seriöser und nachhaltiger Einstieg ins ÖPNV-Marketing erreicht werden, um die neue Marke „Kreisbus“ zu etablieren, um auf diesem Weg noch mehr Menschen auf die Verkehre des Landkreises Tübingen und das damit verbundene, attraktive ÖPNV-Angebot aufmerksam zu machen.