



## **Kleine Anfrage**

der Abgeordneten Christel Aschmoneit-Lücke (F.D.P.)

und

## **Antwort**

**der Landesregierung** – Minister für Wirtschaft, Technologie und Verkehr -

### **Dachkampagne für den ÖPNV in Schleswig-Holstein**

Vorbemerkung der Landesregierung:

Das Ministerium für Wirtschaft, Technologie und Verkehr hat in einer Presseinformation am 16.02.2001 erklärt, zur Zeit werde eine Dachkampagne für den ÖPNV in Schleswig-Holstein entwickelt, die von regionalen Marketing-Aktionen begleitet werden kann und wird.

1. Welches Ziel hat diese Dachkampagne und welche Zielgruppen sollen erreicht werden?

Grundlage der Durchführung der Dachkampagne ist die Erkenntnis aus der landesweiten Marktforschung durch das Unternehmen infas, dass die (potenziellen) Fahrgäste gegenwärtig nur unzureichend über den Nahverkehr informiert sind und das Bild des Nahverkehrs in der Öffentlichkeit gegenwärtig noch verbesserungsfähig ist. Die infas-Untersuchung kommt dabei zu dem Ergebnis, dass bereits allein durch eine verbesserte Kommunikation neue Fahrgastpotenziale zu erschließen sind.

Primäres Ziel der Durchführung einer Dachkampagne für den ÖPNV in Schleswig-Holstein ist es dementsprechend, den (potenziellen) Fahrgästen das System ÖPNV Schleswig-Holstein zu vermitteln und durch einen gemeinsamen Auftritt verständli-

cher zu machen. Durch die Kampagne wird der Nahverkehr stärker in das Bewusstsein der (potenziellen) Nutzer gelangen, und das entstehende positive Image wird sich auf alle am Nahverkehr Beteiligten und ihre jeweiligen Angebote auswirken. Die Dachkampagne ist dabei als zusätzliche Unterstützung der kommunikativen Bemühungen der einzelnen Unternehmen zu verstehen.

Zielgruppen der Kampagne sind grundsätzlich die gegenwärtigen und potenziellen Fahrgäste des ÖPNV in Schleswig-Holstein. Für die einzelnen Kommunikationsmaßnahmen werden diese Zielgruppen in regionaler und sozio-demographischer Hinsicht weiter ausdifferenziert.

2. Wer soll diese Kampagne durchführen und welche Kosten werden voraussichtlich anfallen?

Die Kampagne soll durch die LVS Schleswig-Holstein Landesweite Verkehrsservicegesellschaft mbH für die Aufgabenträger und Verkehrsunternehmen in Schleswig-Holstein durchgeführt werden. Die LVS wird sich dabei in Abstimmung mit den Aufgabenträgern und Unternehmensverbänden einer Werbeagentur bedienen. Für die Durchführung der Kampagne stehen voraussichtlich 500 TDM p. a. zur Verfügung.

3. Ist die Kampagne bereits mit den regionalen Verkehrsträgern abgestimmt?  
Wenn ja, mit welchem Ergebnis?  
Wenn nein, wann soll dies geschehen?

Die vorgesehene Kampagne wird von der Auswahl der Agentur über die Auswahl der Kampagne bis zu deren Durchführung durch einen Facharbeitskreis begleitet, dem neben dem Verkehrsministerium der Landkreistag und der Städteverband als Vertreter der Aufgabenträger und die Unternehmensverbände SHO und VDV als Vertreter der Verkehrsunternehmen angehören.

4. Ist die Kampagne bereits mit privaten ÖPNV-Anbietern abgestimmt?  
Wenn ja, mit welchem Ergebnis?  
Wenn nein, wann soll dies geschehen?

Siehe Antwort zu Frage 3.

5. Wie soll eine Dachkampagne mit einheitlichem Logo den regionalen und landesweiten Wettbewerb privater und öffentlicher Anbieter im ÖPNV fördern?

Ziel der Dachkampagne ist es, für das Gesamtsystem ÖPNV in Schleswig-Holstein zu werben und mehr Fahrgäste zu gewinnen. Das dient allen Verkehrsunternehmen, die Kampagne ist aus der Sicht der Verkehrsunternehmen „wettbewerbsneutral“. Den Unternehmen wird jedoch die Möglichkeit geboten, den Rahmen der

Kampagne auch für eigene werbliche Aktivitäten zu nutzen. Ebenso sind regionale Vermarktungen einzelner Angebote in diesem Rahmen denkbar.

Wettbewerber im Sinne der Dachkampagne sind nicht die einzelnen Verkehrsunternehmen untereinander, sondern der ÖPNV in Schleswig-Holstein und die anderen Verkehrsmittel, vor allem der motorisierte Individualverkehr.