Nahverkehrs-Zweckverband Niederrhein
Der Verbandsvorsteher

öffentlich

Sitzungsvorlage			
Betreff			
Marketingangelegenheiten			
Organisation	**Bereich/Periode/Jahr/Lfd. Nr./Nachtrag**	**Datum**	**TOP**
NVN	**NVN/IX/2019/0661**	**25.11.2019**	**12**

Beratungsfolge	**Zuständigkeit**	**Sitzungstermin**	**Ergebnis**
Verbandsversammlung des NVN	Kenntnisnahme	10.12.2019	☐

Beschlussvorschlag:

Die Verbandsversammlung des NVN nimmt folgende Sachstände zur Kenntnis:

1. Kundenkommunikation SPNV – Neue S-Bahn Rhein-Ruhr ab Dezember 2019
2. Kundenkommunikation Tarif- und Marketing
    a. YoungTicketPLUS Kampagne 2019
    b. VRR-App-Kommunikation
    c. Freie Fahrt am Geburtstag in 2020 (40 Jahre VRR-Tarif)

Begründung/Sachstandsbericht:

1. Kundenkommunikation SPNV

Neue S-Bahn Rhein-Ruhr ab Dezember 2019

Zum Start der neuen S-Bahn-Rhein-Ruhr und der Einführung eines neuen Mobilitätskonzeptes am 15.12.2019 wurden verschiedene Kommunikationsmaßnahmen geplant.

Aufgrund der Veränderungen in Bezug auf die geplanten Leistungsausweitungen im SPNV wurden die Kommunikationsmaßnahmen überarbeitet und die Zeitplanung aktualisiert. Zum Betriebsstart am 15.12.2019 sind für die Kundenkommunikation Medien zur Information vorbereitet. Die Microsite www.s-bahn-rhein-ruhr.de zur neuen S-Bahn Rhein-Ruhr informiert über alle Veränderungen und zeigt die linienspezifischen Veränderungen auf.

Eine aktive Kommunikation in Richtung der Fahrgäste mit erweiterten Maßnahmen wie Außenwerbung, Promotion, Radio- und Kinospots schließen sich nach erfolgreichem Start in 2020 an.

Beispiel: Außenwerbung

Ansicht Webseite

2. Kundenkommunikation Tarif- und Marketing

2.1 YoungTicketPLUS Kampagne 2019

Von Juli bis Oktober 2019 lief die YoungTicketPLUS-Kampagne, welche gleichermaßen das YoungTicketPLUS sowie das NRWupgrade beworben hat. Das NRWupgrade wurde in Form eines Störers auf der Kampagnenmotivik sowie im Kinospot und auf der Landingpage unter www.youngticketplus.de mit eingesetzt. Weitere Maßnahmen zur Bewerbung sind:

- Verbundweite Online- mobile Kampagne
- Verbundweite Ausspielung des Kinospots
- Großflächen im Umkreis von Berufsschulen zum Schulstart im gesamten Verbundraum
- Give Aways
- Plakate, TrafficBoards, Flyer

Alle Medien verweisen auf die YoungTicketPLUS Landingpage, auf der die Kunden die notwendigen Informationen zum Produkt erhalten. Die YoungTicketPLUS Landingpage hat im Zeitraum vom 1. Juli bis 15. Oktober 2019 über eine halbe Millionen Seitenaufrufe erzielt.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass die Kampagne sehr erfolgreich gelaufen ist. Dies bestätigen auch die Abschlusszahlen des NRWupgradeAzubis des KCM, welche mit 6.900 gebuchten NRW Aufpreisen innerhalb der ersten beiden Monate nach dem Start am 1.8.2019, die Erwartungen um gut 50% übertroffen haben.

2.2 VRR-App Kommunikation

Seit April 2019 können Fahrgäste über die VRR-App wieder direkt Tickets für Bus und Bahn erwerben. Die neue App-Version des Verkehrsverbunds Rhein-Ruhr (VRR) bietet daneben nach wie vor alle bewährten Funktionalitäten rund um die Fahrt mit Bus und Bahn: die Fahrplanauskunft, den Abfahrtsmonitor, eine Übersicht über aktuelle Verkehrsmeldungen aus dem Nahverkehrsnetz sowie die Favoriten-Funktionen. Mit dem Update im Oktober 2019 wird das Bezahlen mit PayPal ermöglicht und damit der Ticketkauf zukünftig noch einfacher. Für die Kundenkommunikation wird in einer Online-Kampagne ab November der neue Bezahlweg über die verschiedenen Kanäle mit mehreren Motiven sowie direkt in der App beworben.

2.3 Freie Fahrt am Geburtstag in 2020 (40 Jahre VRR-Tarif)

Im Rahmen des Jubiläums „40 Jahre VRR“ sind im kommenden Jahr diverse tarifliche Sondermaßnahmen geplant. Hierzu zählt u. a. die Maßnahme „Freie Fahrt am Geburtstag“ bei der alle Personen am eigenen Geburtstag den ganzen Tag (von 0 Uhr bis zum Betriebsschluss) kostenlos im VRR-Raum fahren dürfen. Ein Lichtbildausweis mit Geburtsdatum dient hierbei als Ticket für Bus und Bahn. Alle Stammkunden mit VRR-Tickets dürfen an ihrem eigenen Geburtstag verbundweit fahren und 2 Personen ganztägig im gesamten VRR Gebiet mitnehmen.

Ziel dieser Jubiläumsaktion ist es, Neukunden zu gewinnen sowie die Zusatznutzen der Abotickets intensiv in den Fokus zu stellen, da die Marktforschung gezeigt hat, dass die Bekanntheit der Zusatznutzen weiter gestärkt werden sollte.

Im Rahmen der Kampagne, die zum 01.01.2020 startet, werden Folder, Postkarten, Plakate im Format DIN A1 bis DIN A4, Traffic Boards sowie bewegliche und statische Online-Banner

durch den VRR für die Verkehrsunternehmen erstellt. Die Verkehrsunternehmen unterstützen die Aktion durch den Präsenz der Botschaft auf den Fahrzeugen und in den eigenen Medien. Die erste Kommunikation mit einer Presseinformation und auf der Webseite vrr.de wird Mitte Dezember 2019 starten.