Nachhaltigkeit als Schlüssel zur Kundenansprache

Kommunikation 2022, 2023

Heimrich & Hannot | Verkehrsverbund Rhein-Ruhr | 14.03.2022

Neu denken

Es hat sich zu viel verändert.

Wo wir aktuell stehen

- Mit Corona hat sich zu viel verändert. Wir können nicht einfach weitermachen wie vor der Pandemie. Das wäre das falsche Signal.
- Es hat sich auch die Mobilität der Menschen verändert (Stichwort Homeoffice). Zielgruppen verschieben sich. Es gilt, neue Marktanteile zu erschließen!
- Auch das Auto hat wieder an Relevanz gewonnen. Die Branche braucht Innovationen wie CiBo!
- Nachhaltigkeit als Chance für den ÖPNV, sich neu zu positionieren.
- Jetzt gilt es mit neuem Selbstbewusstsein Lösungen aufzuzeigen, Angebote zu machen.
- Es geht darum zu zeigen, dass man verstanden hat, sich neu aufgestellt hat.
- Und es geht auch darum zum Ausdruck zu bringen, dass dem VRR die Region und deren Zukunft am Herzen liegt, ganzheitlich.
- Ausgangspunkt dabei ist die neue Nachhaltigkeitsagenda, die sich der VRR gegeben hat.
- Aufbruch und Neustart sind die Signale dieser Zeit!

Die Basis

Nachhaltigkeitsagenda des VRR

Wir sorgen für die Optimierung des Mobilitätsangebots.

Wir reduzieren CO_2 bis zur Klimaneutralität 2045.



Wir bringen die Digitalisierung im ÖPNV voran.

Wir treiben die Elektrifizierung im SPNV voran.

Wir fördern das Kombinieren und Teilen von Verkehrsmitteln.

Wir weiten die Infrastruktur gezielt aus.

Wir sorgen für die Optimierung des Mobilitätsangebots.

Wir reduzieren CO_2 bis zur Klimaneutralität 2045.



Wir bringen die Digitalisierung im ÖPNV voran.

Wir treiben die Elektrifizierung im SPNV voran.

Wir fördern das Kombinieren und Teilen von Verkehrsmitteln.

Wir weiten die Infrastruktur gezielt aus.


GEMEINSAM.
NACHHALTIG.
MOBIL.
Ich fahre elektrisch.
vrr.de/elektrisch
1
2
CO_2
Wir reduzieren CO_2 bis zur Klimaneutralität 2045.
90%
Wir treiben die Elektrifizierung im SPNV voran.
2
94 80 3427 004-1 D-STAP

Kampagnen

(Beispielmotive)

Kampagne Phase 1

Textkampagne



Kampagne Phase 1

Textkampagne







Kampagne Phase 2

Mitarbeiter-Kampagne



Kampagne Phase 2

Mitarbeiter-Kampagne





Kampagne Phase 3

Bekenner-Kampagne



Kampagne Phase 3

Bekenner-Kampagne







Kampagne Phase 4

Endkunden-Kampagne



Kampagne Phase 4

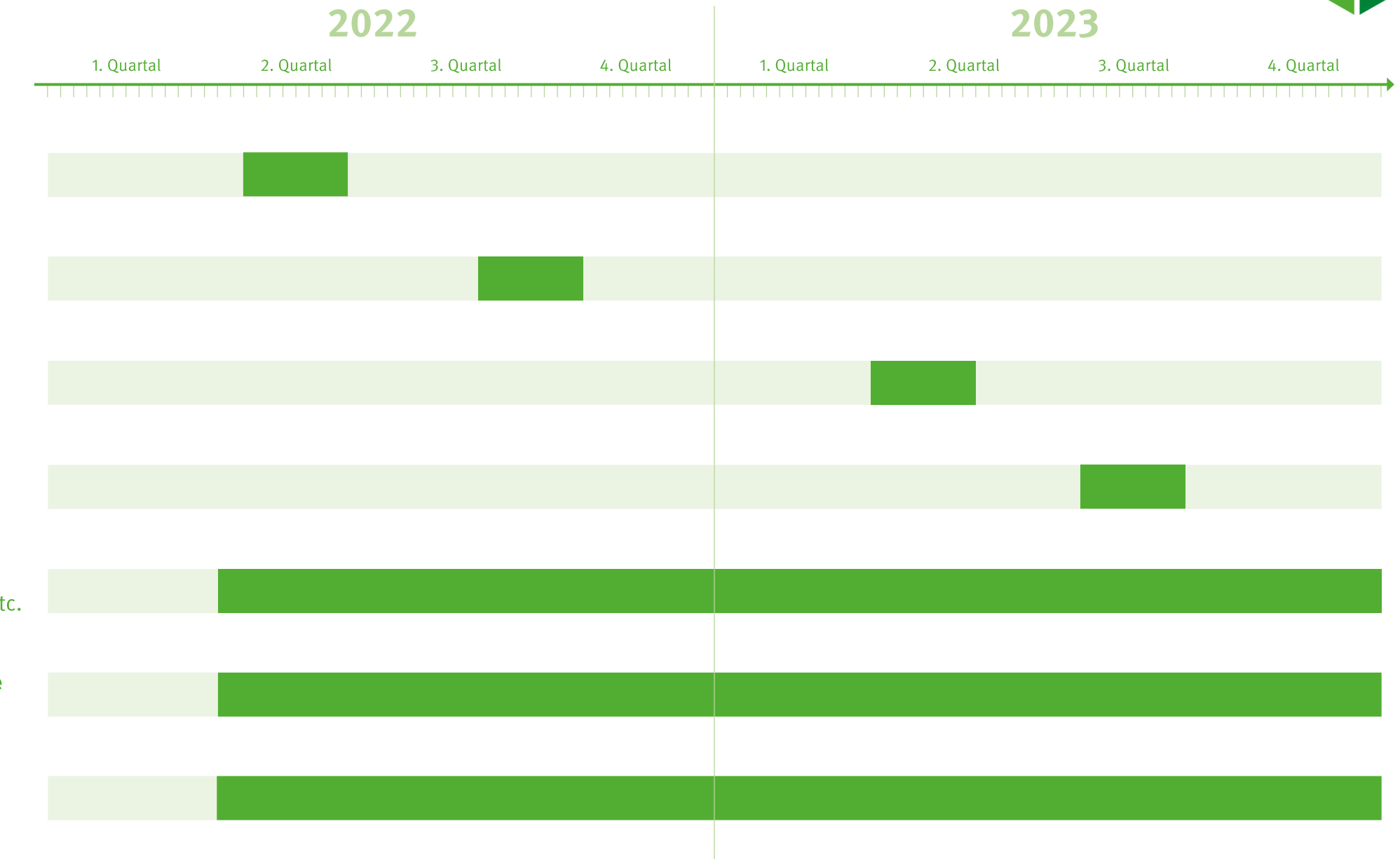
Endkunden-Kampagne







Zeitplan


2022
2023
1. Quartal
2. Quartal
3. Quartal
4. Quartal
1. Quartal
2. Quartal
3. Quartal
4. Quartal
Phase 1:
Textkampagne
Phase 2:
Mitarbeiter-Kampagne
Phase 3:
Bekenner-Kampagne
Phase 4:
Fahrgast-Kampagne
Fortlaufende Kommunikation
via Social Media, Bewegtbild etc.
Regelmäßige Magazinbeiträge
auf vrr.de
Zugbranding
Botschafterfahrzeug SBRR

Regelmäßig Impulse setzen

Weitere Kommunikationsmaßnahmen

- Erklärfilme für Social Media: Nachhaltige Mobilität, Elektrifizierung im SPNV
- Aktionstage „Mobil ohne Auto“, World Cleanup Day
- Kooperationen bei begrünten Haltestellen
- Social Media-Stories, regelmäßiger Content auch auf vrr.de (Magazin)

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit