

Hochwertige Busangebote in ländlichen Räumen

**Der PlusBus in Brandenburg: Hochwertiger
Busverkehr kommunal entwickelt
oder: vom „Schmerzverkehr“ zum Taktverkehr –**

- Vorstellung – die Marke / das Produkt
- Der örtliche Bezug – das Bediengebiet
- Planungs- und Marketingziele
- Der Nahverkehrsplan- die Basis unternehmerischen Handelns
- Die Etappen: vom Teilnetz zur Gesamtkonzeption
- FAQ´s



- die Marke



- Namensgeber Mitteldeutscher Verkehrsverbund;
- Vermarktung des neuen Busnetzes im Zusammenhang mit CITY-Tunnel Leipzig Start Dezember 2013;
- Bildmarke mit Rechten beim MDV; VBB Rahmenvertrag
- Wesentliche Schwerpunkte: Taktverkehr mit klarer Ausrichtung auf SPNV sowie Bedienung ohne Zeitlücken an allen Wochentagen; Mindestbedienstandards Mo-Frei und Sa/So/F



Der Landkreis Potsdam-Mittelmark





Rahmenbedingungen und Ziele PlusBus in PM



- Stundentakt aus dem NVP auf 5 Linien wird konsequent umgesetzt
- Blick über die Kreis-, Landes- u. Verbundgrenzen => MDV
- „Vorteile“ des MIV abbauen („Sitzplatzgarantie“, Reisezeit, Verfügbarkeit /Flexibilität)
- „Nachteile“ des MIV ausnutzen (nur Fahrtätigkeit, Parkplatzsuche, höhere Kosten)
- Umwege & Störfaktoren des ÖPNV abbauen
- Imagegewinn für den ÖPNV & Eigenwerbung



„Upsizing“ des ÖPNV im ländlichen Raum





Bisheriges Angebot meist gekennzeichnet von:

- => deutliche Ausrichtung an Schülerbeförderung
- => z. T. Einsatz von Hochbodenbussen
- => z. T. umwegige Linienführung
- => unattraktive Fahrzeiten und Bedienungszeiten
- => völlig ungenügende Verknüpfung Bus&Bahn
- => „Wegbrechen“ in den Schulferien
- => zum Teil Vorlaufbetrieb durch Rufbus !



Marketingziele



- Markenübernahme: „PLUS“=> „muss mehr können“ aber OHNE Zwei-Klassen ÖPNV zu erzeugen
- Angebot umfassend und „aus einem Guss“ und von  bis 
- Elemente der Vermarktung & Präsentation:
 - > wenn Takt dann richtig also konsequent und ohne Lücken auch WE
 - > „Der PlusBus ist der RE auf der Straße“
 - > umfassende Kundeninformation UND der Mitarbeiter
 - > Kundennutzen durch Mehrwert erreichen und kommunizieren
 - > neues Fahrzeugkonzept incl. Linienbranding



Eckpunkte des Fahrzeugkonzepts



- Neufahrzeuge ggf. modernisierte „Bestandsfahrzeuge“ (max. 4 Jahre alt)
- Neue Busse mindestens Euro 6 (>95% aller PlusBusse)
- außen am Fahrzeug Ausstattung erkennbar (WLAN; USB)
- Triebstrangoptimierung plus Reku- und Hybrid-Module
- Hochwertigere Ausstattung (Fußboden, z.T. Sitze, USB, Lichtkonzept)
- WLAN Anlage (2 SIM-Karten, Flotten-Flaterate) **ganz wichtig: TEST VORHER!!!**
- USB-Ladebuchsen und Lichtkonzept
- Wichtiges Element des Marketingkonzepts

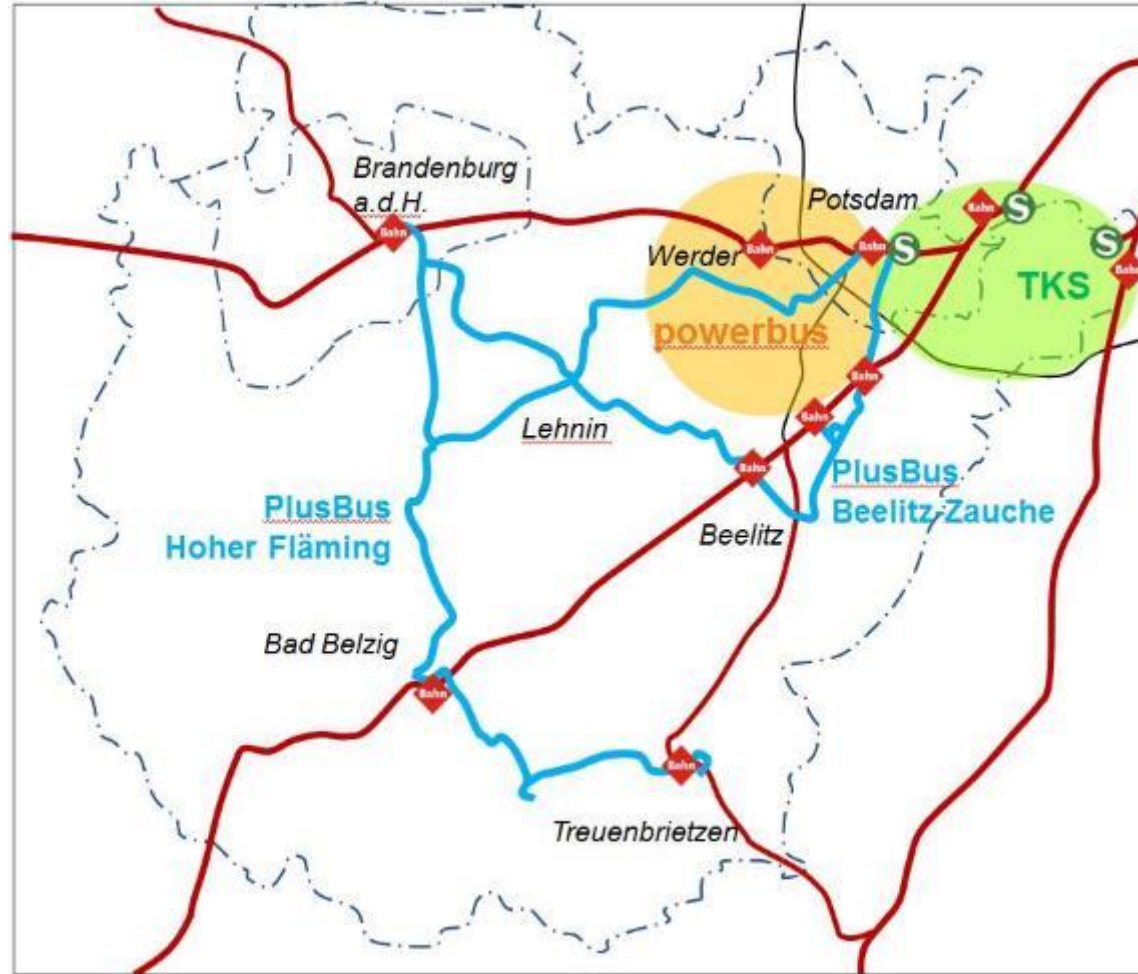


Fahrzeugkonzept 2014 vorher - nachher

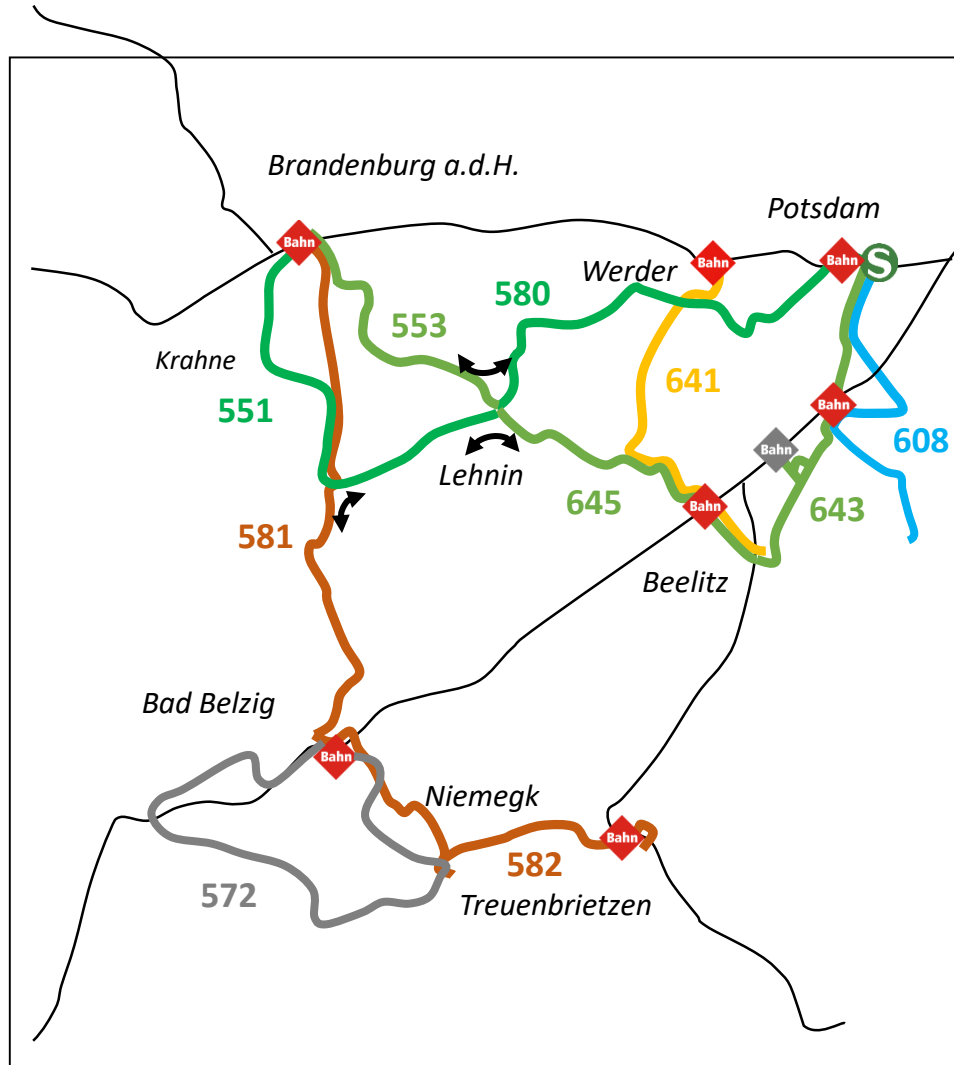




RE/RB- Netz ergänzt durch Plus Bus I+II



Entwicklung Reisezeiten WE



Neue schnelle Verbindungen

Strecke	Fahrzeit (Umstiege)		
	2018	Konzept	Verkürzung
BRB – Beelitz	1:40 (1x)	1:10 (0x)	30 %
BRB – Tbz.	1:50...2:30 (2x)	1:35 (0x)	15...35 %
Werder – Krahe	1:15...2:15 (2x)	0:40 (0x)	45...70 %
Beelitz – Golzow	1:55 (2x)	0:55 (1x)	50 %
Beelitz – Werder	1:10...1:5 0 (1-2x)	0:40 (0x)	40...65 %

Beelitz = Haltestelle Beelitz, Am Lustgarten
 Treuenbrietzen = Haltestelle Treuenbrietzen, Markt
 Werder = Haltestelle Werder, Post bzw. Am Gutshof



Erfolgszahlen seit der Einführung PlusBus



- Fahrgastzuwachs im 1. Jahr ca. 10% (von 0 16%)
- Weiterer Anstieg im 2. Jahr 14% bis **+50%** (Linie 582 Bad Belzig-Treuenbrietzen)
nach 3 Jahren 25% im Durchschnitt aller Linien (mehrere Zählungen+ Befragungen)
- Von Beginn an gute Nachfrage in „Tagesrandlagen“ (auch nach 20 Uhr !!!)
- Hoher Fahrgastzuwachs bei Zwecken „Arbeit“ und „Einkauf/Freizeit“
- Überproportionaler Zuwachs im Vor- & Nachlauf (50% vom MIV)
- Extrem gute Werte in der Kundenzufriedenheit (Takt / WLAN / Branding)
- Weitere „Steigerungen“ durch Umwandlung Rufbus in PlusBus (Li 645) und Einführung PlusBus (Li 641) **ohne** Vorlaufbetrieb



FAQ Teil 1



- Rollenverteilung AT <-> VU und Vergleiche
- Das „Preis-Leistungsverhältnis“ PlusBus in PM
- Das „Finanzierungsmodell“ in BRB/PM
- Vermarktung und Werbung / Linienbranding



FAQ Teil 2



- PlusBus („t=60“) versus Schule („t=45“)
- Das Zusammenwirken SPNV / PlusBus und Stadtverkehre
- tarifliche Integration und Sonderlösungen



TV-Beitrag zum PlusBus X 1 Teltower Rübchen





Vielen Dank für die Aufmerksamkeit

