



Bericht über das Projekt

Auf der Grundlage eines Umsetzungsbeschlusses des Verkehrsausschusses des Verbands Region Stuttgart vom 26.01.2000 ging bereits am 1. Mai 2000 das regionale Nachtbusnetz an den Start. Ausgangspunkt ist der Stuttgarter Schlossplatz, von wo aus 5 regionale Nachtbusse Esslingen (N10), Waiblingen (N20), Ludwigsburg (N40), Leonberg (N60) und Böblingen (N70) anfahren. Von diesen Mittelzentren aus schließen sich weitere 7 Linien nach Plochingen (N11), Schorndorf (N21), Backnang (N31), Marbach (N41), Bietigheim-Bissingen (N51), Warmbronn (N61) und nach Herrenberg (N71) an. Diese Linien werden im Auftrag des Verbands Region Stuttgart von 6 Busunternehmen betrieben, die sich zu einer Bietergemeinschaft unter Federführung der LVL Jägerreisen Ludwigsburg zusammengeschlossen haben. Außerhalb der Bietergemeinschaft fahren die Linien N62 der Fa. Wöhr Tours nach Weissach und die Linien N72 nach Holzgerlingen, sowie N73, die einen Rundkurs Böblingen/Sindelfingen fährt. Die beiden letztgenannten Linien stehen in der Trägerschaft der Städte Böblingen und Sindelfingen, alle drei Linien sind in die Bewerbung von "nachtaktiv" integriert.

In Abstimmung mit der SSB, deren Nachtbusnetz für die Stadteile Stuttgarts und einige angrenzende Städte bereits seit 10 Jahren erfolgreich besteht, wurden die Abfahrtszeiten der regionalen Nachtbusse auf 1.30 Uhr und 2.45 Uhr festgesetzt. Die Umlaufzeit von 75 Minuten erlaubt den kostensparenden Einsatz jeweils eines Busses und eines Fahrers je Linie und Fahrtag und bedeutet gleichzeitig eine akzeptable Fahrdauer bis zu den Endpunkten der Linien.

Die Nachtbusse der Region fahren an den Wochenenden, jeweils Samstag und Sonntag früh, sowie in den Nächten zu bestimmten Feiertagen und zu einigen Sonderterminen. Insgesamt wurde zwischen 1. Mai 2000 und 31. Dezember 2000 an 76 Fahrtagen "nachtaktiv" gefahren.

Marketing- Maßnahmen zur Einführung von "nachtaktiv"

Mit der Einführung des regionalen Nachtbusnetzes betrat der Verband Region Stuttgart im Rahmen seiner Trägerschaftsaufgabe für den regionalbedeutsamen Schienenpersonennahverkehr bzw. ersatzweise Busverkehr Neuland. Es waren neben Planungs- und Betriebsaufgaben analog zur Einführung eines neuen Produktes am Markt auch Fragen der Benennung, des Designs und der Bewerbung zu lösen.

Vor dem Hintergrund des Anliegens, mit einem öffentlichen Nahverkehrsangebot vor allem jungen Leuten nach der letzten und vor der ersten S-Bahn eine attraktive Alternative zum eigenen PKW zu bieten, wurde mit der Konzeption und der Umsetzung der Marketingmaßnahmen ein Zusammenschluss von jungen Agenturen beauftragt, die aus ihrem bisherigen Tätigkeitsfeld heraus Erfahrungen mit dieser Zielgruppe hatte. Die Hauptschwierigkeit der Aufgabe bestand und besteht noch immer darin, dass "nachtaktiv" genau die jungen Leute als Kunden gewinnen will, die zum Ende

ihrer Schul- oder Ausbildungszeit gerade den Führerschein und möglicherweise auch ein eigenes Fahrzeug erworben haben, und sich so vom vorher intensiv genutzten ÖPNV oft vollständig abwenden.

Von den Agenturen wurden zunächst ein Produktname und ein Design entwickelt, die zusammen mit der verwendeten Sprache ein Erscheinungsbild erlauben, in dem sich zwar vor allem die Hauptzielgruppe wiederfindet, das aber auch die anderen Altersgruppen potenzieller Fahrgäste ansprechen soll. Der Produktname "nachtaktiv" und der Einsatz von Farbtönen der Komplementärskala blau/orange sind die Basis-Elemente bei der Umsetzung des Grundgedankens.

Die Kampagne zur Einführung der regionalen Nachtbusse ging nicht den konventionellen Weg über die Schaltung großer Anzeigen in den Printmedien oder teurer Werbespots im Rundfunk, sondern setzte in der Hauptsache auf den direkten Kontakt zur Hauptzielgruppe. So wurden zunächst mit geschulten Promotionteams in den wichtigsten Diskotheken und Clubs der Region sowie bei großen Veranstaltungen die jungen Leute direkt auf die Möglichkeit, mit "nachtaktiv" an den Wochenenden zweimal in der Nacht sicher und bequem nach Hause zu kehren, aufmerksam gemacht. Relativ rasch stellte sich bei solchen Promotion-Einsätzen auch bei Großveranstaltungen wie arena of sound oder Stuttgarter Sommerfest heraus, dass weniger Informationsarbeit zu leisten war, als Überzeugungsarbeit. Die Angesprochenen zeigten sich zunehmend gut informiert, die Nachfrage, ob man "nachtaktiv" selbst nutzt, wurde jedoch vielfach mit "Busfahren ist doch uncool" beantwortet. Dies erklärt mit die Tatsache, dass die intensiv beworbene Zielgruppe das Angebot "nachtaktiv" nur zögerlich annahm. Ausgeglichen wurde dies durch den regen Zuspruch einer mittleren Altersgruppe, die den Nachtbus gezielt und zum Teil auch regelmäßig nutzt. In der Zwischenzeit steigt jedoch der Anteil jüngerer Fahrgäste, ablesbar auch an der Tatsache, dass nach Auskunft der Betreiber der Anteil bar zahlender Fahrgäste gegenüber Zeitkarteninhabern, dort vor allem Schülertickets, zurückgeht.

Internet-Präsentation

Zeitgleich mit den Werbeeinsätzen vor Ort wurde ein Internetauftritt konzipiert und online gebracht, der nicht nur reine Information über Fahrpläne, sondern auch ein attraktives "Drumherum" anbietet. Monatlich zusammengestellte Eventtipps sind dort ebenso zu finden, wie Impressionen aus dem "nachtaktiv"-Leben. Die Internet-Präsentation wird jeweils zu Beginn eines Monats aktualisiert. Gleichzeitig wird ein Newsletter per E-Mail verschickt. Im Verteiler für den Newsletter sind inzwischen über 500 Adressen, die großteils im Rahmen der Promotionsinsätze gewonnen wurden, teils über die Internet-Präsentation und teils über die Anfragen an info@nachtaktiv.net. Aus dem letztgenannten Bereich kann festgehalten werden, dass Beschwerden gegenüber reinen Informationsanfragen und positiven Meinungsäußerungen nur einen erfreulich niedrigen Anteil haben.

Navigationsseite der www.nachtaktiv.net Homepage



Parallel zu den genannten Marketing-Maßnahmen wurden die klassischen Informationsmaterialien wie Plakate und Fahrplanflyer an Kommunen, Schulen und Büchereien verteilt, wobei auf Unterstützung durch die Landratsämter zurückgegriffen werden konnte. Die Fahrpläne wurden den Kommunen zur Veröffentlichung in ihren Amtsblättern zugesandt. Neben der Pressearbeit durch die Geschäftsstelle des Verbands wurde durch redaktionelle Beiträge in Magazinen wie Lift und Schlaglicht auf das Projekt aufmerksam gemacht und eine Kooperation mit dem Radiosender DasDing vereinbart. Zwei Busse im kompletten "nachtaktiv"-Design sind auch tagsüber im Einsatz. Im Rahmen einer Werbemaßnahme des VVS wurde ein Streifenplakat zur Bewerbung des Einsatzes der Nachtbusse sowohl der SSB als auch der Region in der Silvesternacht erstellt. Diese Aktion dürfte einen nicht unerheblichen Beitrag dazu geleistet haben, dass über 1.000 Fahrgäste den Service der regionalen Nachtbusse zum Jahreswechsel in Anspruch genommen haben.

Gestaltungsbeispiel für Fahrpläne und Anzeigen



Fahrgastinformation

Hauptelemente der Fahrgastinformation sind Haltestellenschilder und Aushangfahrpläne. Hier sind für das Projekt "nachtaktiv" Defizite zu verzeichnen, die unter den gegebenen Voraussetzungen jedoch nahezu unvermeidbar waren. Bedingt durch die für ein Projekt dieser Art extrem kurze Zeitspanne von der Auftragsvergabe bis zur Aufnahme des Fahrbetriebs konnten die meisten Maßnahmen erst nach dem Startzeitpunkt in Angriff genommen werden. Dies galt auch für die Gestaltung und Produktion von Aushangfahrplänen und Haltestellenschildern. Nach Auslieferung der Materialien an die Unternehmen zeigte sich, dass vielerorts eine rasche Anbringung durch bis zum gegenwärtigen Zeitpunkt nicht lösbare Probleme verhindert wurde.

Haltestellenschild

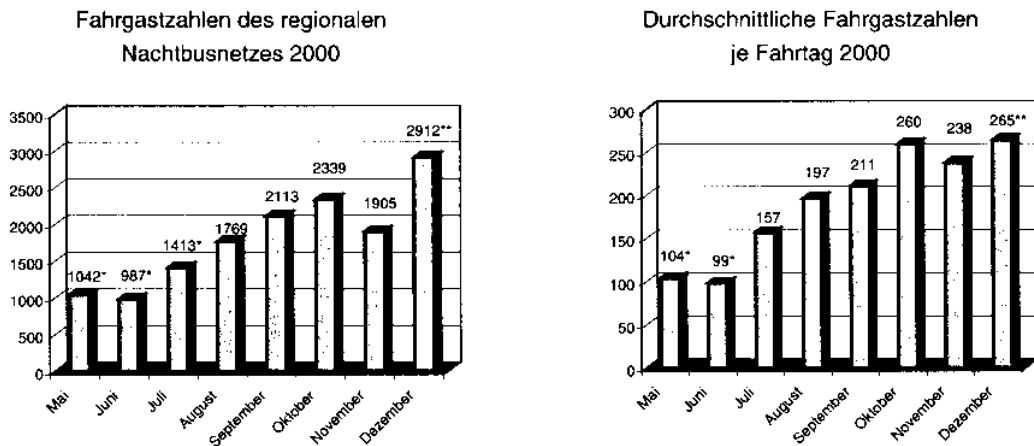


Vorhandene Einrichtungen für Fahrgastinformation an den Haltestellen sind teilweise bereits ausgelastet, zusätzliche Fahrpläne haben keinen Platz. Eine Erweiterung der Kapazitäten erfordert jedoch umfangreiche Investitionen, das Nachtbusnetz hat rund 500 Haltestellen. Hinzu kommt, dass nicht immer die Betreiber einer Linie auch Eigentümer der Haltestellen sind, so dass Fragen der Kostenübernahme fallweise zu klären sind. Nicht zuletzt ist der zurückhaltende Umgang mit größeren Investitionen dieser Art vor dem Hintergrund zu sehen, dass das Projekt "nachtaktiv" für eine Probephase von zunächst zwei Fahrplanjahren angesetzt wurde.

Eine Verbesserung der Situation ist im Rahmen einer Überarbeitung der Fahrgastinformation durch den VVS zu erwarten. Dabei wird die Möglichkeit geprüft, die Nachtbusfahrpläne zu integrieren.

Fahrgastzahlen 2000

Das Hauptkriterium, unter dem die Entwicklung eines Angebots des ÖV zu beobachten und bewerten ist, sind die Fahrgastzahlen. Da vorab keine Erfahrungswerte über die Nutzung einer so weit in die Region reichenden Versorgung in der Nacht vorlagen, waren die Ausgangsschätzungen sehr zurückhaltend. Die tatsächliche Entwicklung verlief im Beobachtungszeitraum jedoch überraschend positiv. Abb. 4 zeigt die Entwicklung der absoluten Fahrgastzahlen aller Linien im Jahr 2000. Durch das teilweise Fehlen von Fahrgastzahlen für einzelne Linien in einigen Monaten werden die tatsächliche Fahrgastzahlen zum Teil jedoch deutlich unterschätzt. So zum Beispiel in den ersten 3 Betriebsmonaten um rund 10%. Auch für Dezember 2000 ist eine solche Einschränkung zu machen, hier fehlen die Werte von 4 Linien, deren gemeinsamer Anteil am Fahrgastaufkommen in den anderen Monaten bei rund 18% liegt. Diese Einschränkungen gelten für alle Gesamtwerte, die nachfolgend genannt werden. Insgesamt kann festgehalten werden, dass von Mai bis einschließlich Dezember 2000 über 15.000 Fahrgäste das nächtliche öffentliche Beförderungsangebot der Region nutzten. Dabei zeigen auch die nicht ganz vollständigen Zahlen den klaren Aufwärtstrend.



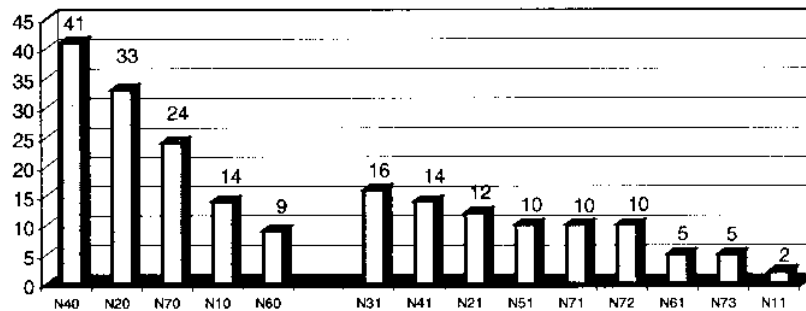
* ohne Linien N21, N31

** ohne Linien N10, N11, N72, N73

Datenquelle: Erhebungen der Busunternehmen der Bietergemeinschaft

Im Jahresverlauf stieg die Zahl der von allen Nachtbuslinien durchschnittlich je Fahrtag beförderten Fahrgäste von rund 100 auf über 260, wobei der November ein etwas schwächeres Ergebnis hatte. Eine Aussage über die durchschnittliche Besetzung eines Busses kann nur für wenige Linien getroffen werden. Die Auswertung der Fahrgastzahlen nach Touren untergliedert deutet in diesen Fällen darauf hin, dass zunehmend die zweite Tour (2.45 Uhr ab Schlossplatz) Stuttgart stärker in Anspruch genommen wird als die erste. Bestätigt wird dieser Eindruck durch die Rückmeldung von Unternehmern und Fahrgästen. Dass auch für noch spätere Abfahrtszeiten Nachfrage besteht, zeigen u.a. über das Internet eingehende Anfragen. Die Überprüfung einer solchen grundsätzlichen und auch kostenintensiven Änderung des Grundangebots wird ein Aspekt der Erarbeitung eines optimierten Angebots für den Betrieb des Nachtbusnetzes nach Ablauf der Probephase sein.

Fahrgäste je Fahrtag und Linie *



* Durchschnittswerte der Monate, für die Angaben für die jeweilige Linie vorliegen.

Die Betrachtung der durchschnittlichen Fahrgastzahlen je Linie zeigt eine große Bandbreite. Die Erwartung, dass die 5 aus dem Zentrum startenden Linien erheblich stärker frequentiert sind, als diejenigen Linien, die ab den Umsteigepunkten die weitere Verteilung der Fahrgäste in die Region übernehmen, bestätigte sich für die drei Linien N40 nach Ludwigsburg, N20 nach Waiblingen und N70 nach Böblingen. Eine klare Ursache für die insgesamt niedrigen Fahrgastzahlen der Linie N10 nach Esslingen lässt sich nicht benennen, allerdings war ein deutlicher Aufwärtstrend zum Ende des Jahres 2000 zu erkennen, als im Schnitt 20 Fahrgäste je Fahrtag die N10 nutzten. Durch die geplante Zusammenlegung dieser Linie mit der bisher von Esslingen nach Plochingen führenden N11 und eine anschließende Verlängerung um eine Schleife, die Wernau, Köngen, Wendlingen, Kirchheim u.T. und Nürtingen in das regionale Nachtbusnetz mit einbezieht, erhöht sich das Fahrgastpotenzial für diesen Ast ab dem Fahrplanwechsel im Juni 2001 erheblich.

Bei der mit Abstand schwächsten Linie N60 nach Leonberg kommt möglicherweise der Umstand zum Tragen, dass sich diese Linie die Fahrgäste mit Ziel Raum Leonberg mit der bereits seit 10 Jahren existierenden Kombination aus der N3 der SSB und der früheren N31 (jetzigen N62) teilt. Hinweis darauf ist, dass diese Linie die von der Fa.Wöhr Tours in Eigenregie gefahren wird, einen Großteil ihrer Fahrgäste nach wie vor aus der Verknüpfung mit der N3 in Gerlingen bezieht und nicht als Umsteiger aus der N60.

Unter den Linien, die von den Umsteigepunkten bis zu den Endpunkten führen, weisen die N31 nach Backnang und die N41 nach Marbach die besten Fahrgastzahlen auf. Schlusslicht ist hier die N11 von Esslingen nach Plochingen, für die nahezu keine Nachfrage bestand und die ab dem Fahrplanwechsel in der neuen N10 aufgehen soll. Ebenfalls schwach sind die Linien im nördlichen Kreis Böblingen, wo mit Änderungen in den Linienführungen bereits zum kommenden Fahrplanwechsel eine Verbesserung der Situation erreicht werden soll.

Insgesamt lässt die bisherige Entwicklung der Fahrgastzahlen die Schluss zu, dass das Angebot der Region auf stetig steigende Nachfrage stößt und sich bereits nach vergleichsweise kurzer Zeit etabliert hat.

Fazit und Ausblick

Die positive Entwicklung der Fahrgastzahlen und die rasche Ergänzung des regionalen Nachtbusnetzes durch Ruftaxi-Angebote oder die Planung eines ganzen Anschlussnetzes durch den Landkreis Ludwigsburg unterstreichen die Notwendigkeit eines nächtlichen ÖPNV-Angebots wie "nachtaktiv" in der Region Stuttgart. Die Änderungen, die auf der Basis der Erfahrungen aus dem ersten Jahr "nachtaktiv" erarbeitet wurden (Anlage 2) und die mit dem Fahrplanwechsel im Juni 2001 durchgeführt werden sollen, stellen eine weitere Verbesserung des Angebots dar und sind gleichzeitig Vorbereitung für eine optimierte Weiterführung von "nachtaktiv" nach Ablauf der Probephase zum Fahrplanwechsel Ende 2002. Ziel ist dabei auch, die Kooperation mit allen Anbietern öffentlicher Verkehrsleistungen, die Berührungspunkte mit dem regionalen Nachtbusnetz haben, zu suchen bzw. zu verstärken um die Nachtbusangebote in der Region Stuttgart möglichst gemeinsam attraktiv und transparent präsentieren zu können.