

Nachtbus Hochsteiermark Offensive

THEMENBEREICH | BASISDIENSTLEISTUNGEN, LEADER, GEMEINDEN

UNTERGLIEDERUNG | JUGEND | LEADER | MOBILITÄT

PROJEKTREGION | STEIERMARK

LE-PERIODE | LE 14-20

PROJEKTLAUFZEIT | 2016-2017 (GEPLANTES PROJEKTENDE)

PROJEKTKOSTEN GESAMT | 54.856,24€

FÖRDERSUMME AUS LE 14-20 | 43.884,99€

MASSNAHME | FÖRDERUNG ZUR LOKALEN ENTWICKLUNG (CLLD)

TEILMASSNAHME | 19.2. FÖRDERUNG FÜR DIE DURCHFÜHRUNG DER VORHABEN IM RAHMEN DER VON DER ÖRTLICHEN BEVÖLKERUNG BETRIEBENEN STRATEGIE FÜR LOKALE ENTWICKLUNG

VORHABENSART | 19.2.1. UMSETZUNG DER LOKALEN ENTWICKLUNGSSTRATEGIE

KURZBESCHREIBUNG

Seit März 2015 gibt es den Nachtbus Hochsteiermark, ein Mobilitätsangebot, das sich aus dem Nachtbus Mürztal entwickelte.

Der Fahrplan und die Haltestellen wurden entsprechend den Wünschen der Jugendlichen erstellt. Das Projekt ist ein Vorzeigeprojekt für großregionale Zusammenarbeit. Aufgrund der Verästelung der Linien (vor allem der Linien B und C) war es schwierig, den gesamten Fahrplan übersichtlich als Drucksorte zu gestalten. Es wurden im ersten Schritt alle drei Linien in einem Fahrplan zusammengefasst, was aber zu Verwirrungen bei den Fahrgästen führte. Um das zu ändern, soll jetzt eine Handy-App konzipiert werden, die die Jugendlichen bzw. die Fahrgäste dabei unterstützt, schnell die nächste Haltestelle mit der zugehörigen Abfahrtszeit zu finden.

AUSGANGSSITUATION

Der Nachtbus verkehrt jeden Samstag zwischen Trofaiach bzw. St. Stefan und Semmering und bringt Jugendliche sicher und günstig durch die Nacht. Der Nachtbus legt pro Nacht 800 Kilometer zurück und stellt für die junge Bevölkerung eine wichtige und zuvor nicht dagewesene Infrastruktur dar.

Die Strecke besteht aus drei Linien:

- Linie A: Semmering-Bruck
- Linie B: Bruck-Trofaiach
- Linie C: Leoben-St. Stefan.

Die Nachtbus-Strecke wird von Postbus, mit Unterstützung der regionalen Verkehrsbetriebe MVG (Kapfenberg) und Fraiss (St. Peter-Freienstein) betrieben. Im vergangenen Jahr wurde ersichtlich, dass die Abwicklung dieses Projekts, vor allem der Werbemaßnahmen, einen enormen zeitlichen Aufwand verursacht, der von ehrenamtlicher Seite zukünftig nicht mehr aufgebracht werden kann. Dadurch sind leider die angestrebten Fahrgastzahlen bis jetzt nicht erreicht worden, da es – vor allem im Bezirk Leoben – noch immer viele Jugendliche gibt, die den Nachtbus nicht kennen.

Das jährliche Werbebudget ist grundsätzlich dafür vorgesehen, laufende Marketingmaßnahmen wie Flyer, Folder, Fahrpläne, Give Aways etc. umzusetzen. Aufwändigere Maßnahmen – wie etwa ein Kinospot, Radiowerbung oder Busbeklebung – die vor allem bei der Zielgruppe hohe Aufmerksamkeit erregen würden, können mit diesem Budget nicht abgedeckt werden. Ist eine grundsätzliche Bekanntheit des Nachtbusses bei der Zielgruppe erreicht, sind derart aufwendige Maßnahmen nicht mehr in diesem Ausmaß notwendig.

ZIELE UND ZIELGRUPPEN

Ziel ist es, eine leicht bedienbare Hand-App zu konzipieren, die die Jugendlichen bzw. die Fahrgäste dabei unterstützt, schnell die nächste Haltestelle mit der zugehörigen Abfahrtszeit zu finden. Durch die direkte Beteiligung von Jugendlichen soll das Projekt bei der Zielgruppe Jugend attraktiver werden.

Auffallende Werbemaßnahmen, sowie eine professionelle Projektbegleitung sollen die Fahrgastzahlen steigern. Zielgruppe sind Jugendliche zwischen 14 und 30 Jahren. Erweiterte Zielgruppe sind alle Mobilitätsnutzer der Region, da die Benutzung des Busses selbstverständlich nicht an eine Altersbegrenzung gebunden ist.

PROJEKTUMSETZUNG UND MASSNAHMEN

Für den Nachtbus Hochsteiermark soll aufgrund der Komplexität des Papierfahrplans eine Handy-App programmiert werden. Diese App soll den Fahrgästen einfach, schnell und übersichtlich Auskunft über die nächsten Abfahrtszeiten und naheliegenden Haltestellen geben. Um die Zielgruppe bestmöglich zu erreichen, sollen Jugendliche in den Programmierungsprozess eingebunden werden. Um den Nachtbus bekannter zu machen, sollen auffällige Marketingmaßnahmen – die über die herkömmlichen (wie Flyer, Sticker, etc.) hinausgehen – durchgeführt werden. Diese sind Kinospot, eine großformatige und unübersehbare Busbeklebung, ein Crash Car im Sinne eines Unfallfahrzeuges, das zeigt, was passiert, wenn man alkoholisiert Auto fährt, Beklebung von Bushaltestellen, sowie bedruckte Sitzsäcke für Indoor und bedruckte Liegestühle für den Outdoor-Bereich.

Darüber hinaus wird eine verstärkte Kooperation mit den Gastronomiebetrieben angestrebt. Es wird in den Schulen Werbung gemacht und Facebook-Marketing betrieben. Um dies bewerkstelligen zu können, wird eine externe Projektbegleitung eingesetzt, die sämtliche Werbemaßnahmen, sowie Kooperationstätigkeiten abwickelt.

Folgende Inhalte sind für die App angedacht:

- Darstellung Linie und Fahrpläne
- Favorisieren von Haltestellen
- Karte mit den Haltestellen
- Route zu der Haltestelle
- Reminder
- Routensuche

Im Bereich des Marketings sollen im Sinne des Guerilla-Marketings (welches mit dem herkömmlichen Werbebudget keinesfalls durchgeführt werden könnten) ungewöhnliche Vermarktungsaktionen durchgeführt werden. Die Projektbegleitung ist auch dafür verantwortlich, dass alle Nachtbus-Haltestellen mit einem entsprechenden Hinweisschild versehen sind. Entlang der Route befinden sich 274 Haltestellen. Einen großen Teil wird die Werbung innerhalb der Schulen in Anspruch

nehmen. Die Projektbegleitung koordiniert mit dem Werbebüro Werbemaßnahmen für Schulen und wird diese im Rahmen einer Schultour umsetzen

ERGEBNISSE UND WIRKUNGEN

Einbindung der Jugendlichen, dadurch verstärkte Identifikation mit dem Projekt und Nutzung des Nachtbus-Systems, sowie hohe Benutzung der App und des gesamten Nachtbus-Systems und Steigerung der Fahrgastzahlen. Ein Ergebnis wird ebenso die vermehrte Nutzung des Nachtbusses sein.



RJM Oberstmk Ost



RJM Oberstmk Ost



RJM Oberstmk Ost



RJM Oberstmk Ost



RJM Oberstmk Ost

LINKS

www.nachtbus.at (<http://www.nachtbus.at/>)