

Zweckverband Nahverkehr Westfalen – Lippe NWL

2. Sitzung der Verbandsversammlung NWL am 28.05.2008 in Münster

Öffentliche Sitzung

TOP: 9

Vorlage: 23/08

Kommunikationsstrategie NWL

Grundlagen:

ÖPNVG NRW

Berichterstatter:

Herr Beele

Begründung:

- siehe Fortsetzungsblätter –

Kosten:

80.000 Euro (im WP 2008 enthalten)

Beschlussfassung NWL:

Vorherige Zustimmung der Mitgliedsverbände erforderlich:	Ja:		Nein:	X
--	-----	--	-------	----------

Einfache Mehrheit:	X	$\frac{2}{3}$ Mehrheit:		Einstimmig:	
--------------------	----------	-------------------------	--	-------------	--

Beschlussvorschlag:

Die Verbandsversammlung stimmt der in der Anlage dargestellten Entwicklung einer Kommunikationsstrategie für den NWL zu.

Kommunikationsstrategie NWL**Begründung:**

Im Rahmen seiner Kommunikationsstrategie soll der NWL das Gewicht des Raumes Westfalen-Lippe in NRW und auf Bundesebene als zweitgrößter SPNV-Besteller in NRW und siebtgrößter bundesweit einbringen.

Diese Aufgabe erfordert eine besondere Kommunikationsstrategie für den Dach-Zweckverband, da die unmittelbare Ansprache von Öffentlichkeit und Fahrgästen vor Ort weiterhin Aufgabe der regionalen Mitgliedsverbände bleiben soll. Es soll vermieden werden, dass in der Öffentlichkeit Verwirrung entsteht durch die zusätzliche Präsenz einer neuen Dachgesellschaft. Hierfür wurden entsprechende Haushaltsmittel im Wirtschaftsplan des NWL berücksichtigt (s. a. Top 16 Verbandsversammlung am 14.01.08)

Der NWL wird innerhalb dieser Konstruktion die Aufgabe übernehmen, die Gesamtinteressen des westfälisch-lippischen Raumes gegenüber Politik, Meinungsbildner und Medien zu bündeln und zu artikulieren. Dabei ist es von besonderer Bedeutung, die Position des NWL innerhalb des Landes- und Bundeszusammenhanges positiv herauszustellen, um in den künftigen Verteilungskonflikten bezüglich der ÖPNV-Fördermittel eine bessere Ausgangsposition zu besetzen.

Aus diesen Gründen wurden mit Schreiben vom 12.02.2008 Angebote für eine Kommunikations-Strategie des NWL von insgesamt sechs dafür besonders geeignet erscheinenden Dienstleistern angefordert. Die Angebote sollten bis zum 10.03.2008 vorliegen.

Am 10.03.2008 gingen folgende Angebote ein:

1. Agentur Heimrich & Hannot, Leipzig, Köln
2. Konsortium: Probst & Consorten/Kompetenz-Center Wettbewerb (KCW), Dresden, Hamburg
3. Agentur Zallmann, Siegen
4. Agentur Boy, Kiel

Die Agentur Pleon (Düsseldorf) hatte im Vorfeld bereits abgesagt, die Agentur IDEA (Dortmund) hat kein Angebot vorgelegt.

Nach Sichtung, Auswertung und Beurteilung dieser Angebote fand am 26.03.2008 eine Präsentation der beiden aussichtsreichsten Angebote (Probst/KCW und Zallmann) unter Einbeziehung des Verbandsvorstehers und Sprechers der Geschäftsführung statt.

Als Ergebnis wurde festgestellt, dass sowohl das Angebot der Agentur Zallmann (für die „Basisarbeit“) als auch das des Anbieter-Konsortiums Probst & Consorten/KCW - (für die Entwicklung einer langfristigen Kommunikations-Strategie) im Rahmen einer Aufteilung der unterschiedlichen Aufgabenfelder angenommen wurden.

Kommunikationsstrategie NWL

Das „Basisprogramm 2008“ der Agentur Zahlmann umfasst demnach die Entwicklung von 3 - 4 Newslettern (Meinungsbildner-Informationen), eine Fachveranstaltung Ende August in Hamm, 1 -2 Pressekonferenzen, Entwicklung der Internet-Präsenz, Empfang auf der InnoTrans in Berlin sowie weitere Grundlagenarbeiten.

Das Anbieter-Konsortium Probst/KCW werden einen „Leitfaden“ entwickeln und abstimmen, der Inhalt und Ablauf einer Reihe von Interviews mit den NWL-Mitgliedern (Geschäftsstellen) während der Sommerpause festlegen soll. Außerdem wird es zusätzliche Telefon-Interviews mit Verbandsvorsteher, Stellvertretern, Verbandsvorsitzenden sowie Fraktionsvorsitzenden geben.

Die Interviews dienen dazu, die internen Voraussetzungen/Schwerpunkte/Probleme einer gemeinsamen NWL-Kommunikation zu identifizieren und zu einer sinnvollen Strategie unter Einbeziehung aller Beteiligten und des regionalen Marketings der Mitgliedsverbände zu finden.

Die Ergebnisse werden nach der Sommerpause in einem gemeinsamen Workshop vorgestellt und diskutiert. Bis zum Jahresende entwickelt Probst & Co./KCW auf dieser Basis ein Kommunikations-Konzept für den NWL, das ab 2009 umgesetzt werden kann.

Um bereits im laufenden Jahr im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit arbeitsfähig zu sein und dem NWL ein erstes Profil zu geben, wird parallel dazu das Arbeitsprogramm der Agentur Zahlmann umgesetzt.

Die Kosten beider Angebote insgesamt werden von dem vorhandenen Budget im Wirtschaftsplan des NWL für 2008 gedeckt.