Zweckverband Nahverkehr Westfalen – Lippe NWL

34. Sitzung der Verbandsversammlung des NWL am 24.06.2015 in Unna

öffentliche Sitzung

TOP: 6 **Vorlage: 277/15**

Umsetzung NWL-Kommunikationsrichtlinie

Grundlagen:
ÖPNVG NRW; Gemeindeordnung NRW;

Berichterstatter:
Herr Bastisch

Begründung:
– siehe Fortsetzungsblätter –

Kosten:
Keine

Beschlussfassung NWL:

Vorherige Zustimmung der Mitgliedsverbände erforderlich:	Ja:		Nein:	X

Einfache Mehrheit:	X	⅔ Mehrheit:		Einstimmig:	

Beschlussvorschlag:

1. **Die Verbandsversammlung nimmt den Bericht zur Kenntnis.**

1. **Die Verbandsversammlung stimmt den in der Begründung dargestellten Schritten zur Umsetzung der Kommunikationsrichtlinie zu.**

Dr. Ulrich Conradi
Stv. Verbandsvorsteher NWL

Frank Beckehoff
Vorsitzender der Verbandsversammlung

Begründung:

1. Vorbemerkung

Die Verbandsversammlung hat am 25.03.2015 die neue Kommunikationsrichtlinie des NWL beschlossen, die zum 01.04.2015 in Kraft trat.

In dieser Richtlinie sind folgende Grundsätze festgeschrieben:

- die Kommunikation des NWL erfolgt zentral oder dezentral, jedoch mit einheitlichem Absender,
- Ziel der NWL-Kommunikation ist die Vereinheitlichung der gesamten Fahrgastinformation im Raum Westfalen-Lippe,
- die Nutzung von Online-Medien soll deutlich verstärkt und dabei möglichst auf eine Internetadresse reduziert werden.

Der Beschluss zu dieser Richtlinie umfasste zugleich den Auftrag, bis zur folgenden Verbandsversammlung eine beispielhafte Gegenüberstellung der Publikationen des NWL und seiner Mitglieder in der bisherigen und künftigen äußeren Gestaltung zu erstellen.

Diese Beispiele werden in der Versammlung präsentiert. Mit diesen Darstellungen sollen keine künftigen Gestaltungsregeln festgelegt werden, es wird lediglich aufgezeigt, wie eine Vereinheitlichung von Fahrgast- und Meinungsbildnerinformationen unter Beibehaltung der regionalen Verantwortungen aussehen könnte.

2. Umsetzung der Richtlinie

Zur Umsetzung der einzelnen Punkte der Richtlinie wurden bislang folgende Festlegungen getroffen bzw. Handlungsfelder erkannt:

2. 1. Fahrgastinformationen

Die Offline-Fahrplanmedien (Fahrplanbücher etc.) der Mitgliedsverbände sind in einem 1. Schritt mit einem gemeinsamen NWL-Layout zu versehen. In einem weiteren Schritt müssen die Systematik der Fahrplan-Darstellung und das Format vereinheitlicht werden. Ein NWL-weites Fahrplanbuch wird als unpraktisch eingestuft, regionale Ausgaben (NWL-Teilausgaben) haben einen größeren Nutzen für die Fahrgäste. Die Datengrundlagen für die regionalen Fahrplanbücher sollen vereinheitlicht werden, um den Erstellungsaufwand zu minimieren.

Grundsätzlich sollen die internetgestützten Fahrplanauskünfte stärker in den Fokus rücken, da dies mit Abstand die am häufigsten genutzte Informationsquelle ist (siehe Internet).

Hinsichtlich einer westfalenweiten Tarifbeauskunftung sind die derzeit laufenden Vorbereitungen zur Einführung des WestfalenTarifs zu beachten, die eine Online-Auskunft („Tarifberater") vorsehen.

Weitere Print-Medien zur Fahrgastinformation im NWL sollen künftig mit einheitlicher Gestaltung auf Basis des NWL-CD erstellt werden. Dies gilt auch für grafische Medien wie Karten, Linienbänder etc.

2.2. Meinungsbildnerinformationen

Wichtigstes Medium für die Information von Politik, Fachwelt und sonstigen Meinungsbildnern ist der regelmäßige Newsletter „NWL kompakt", der weiterhin wie gewohnt erscheinen wird.

Bestehende regionale Medien, die eine vergleichbare Ausrichtung aufweisen, sind gemäß Richtlinie in einem abgestimmten gemeinsamen Layout der NWL-Produktfamilie weiterzuentwickeln.

2.3. Kundenmagazin

Bis Ende 2014 erschienen regelmäßig Kundenmagazine in den Räumen Ostwestfalen (zusammengefasst VVOWL und nph), Ruhr-Lippe und Südwestfalen. Diese wurden parallel in einem einheitlichen Design entwickelt und gemeinsam gedruckt, was bereits schon eine Fortentwicklung der ursprünglichen Magazine auch in wirtschaftlicher Hinsicht darstellte. In diesen Magazinen stand die Region im Vordergrund mit einer kleineren Rubrik nwl-weiter Information. Da diese Magazine in den Netzen der Betreiber zum Teil doppelt und dreifach vorgehalten wurden, konnte in einer Meinungsforschungsumfrage des NWL zum Thema „Fahrgastinformationen" durchaus die Kritik wahrgenommen werden, dass die Magazine zusammengefasst werden könnten und dass künftig inhaltlich mehr Fahrgastinformationen in den Vordergrund zu stellen wären. Die Magazine sind nach Auslaufen des Vertrages mit der Kommunikationsagentur vorerst nicht in dieser Konzeption weiter verfolgt worden.

Wie in Punkt 5.1.4 der Richtlinie festgelegt, soll nach sinnvollen und auch wirtschaftlichen Möglichkeiten gesucht werden, die Vorteile eines westfalenweiten Kundenmagazins mit den veränderten Informationsbedürfnissen der Fahrgäste zu verbinden.

Dazu wird zunächst eine konzeptionelle Grundlage erarbeitet, die Fragen zur inhaltlichen Ausrichtung, Partnerschaften im touristischen und kommunalen Umfeld, Vertriebswege sowie Verbindungen zur Kommunikation zum WestfalenTarif beinhalten soll. Diese Grundlage wird zu einem Briefing entwickelt, das einer entsprechenden Ausschreibung zugrunde gelegt werden kann. Ein Ergebnis wird zum Ende des Jahres 2015 angestrebt, so dass ab 2016 ein Kundenmagazin westfalenweit zum SPNV angeboten werden kann.

2.4. Internet

Die derzeit bestehenden Internetpräsenzen des NWL und seiner Mitglieder bieten insgesamt ein sehr uneinheitliches und vielschichtiges Bild.

Während die NWL-Adresse www.nwl-info.de nicht fahrgastorientiert, sondern für Fachwelt und Meinungsbildner konzipiert ist und somit nicht mehr der Kommunikationsrichtlinie entspricht, existieren daneben 5 Internetseiten der Mitgliedsverbände, die gleichartige Inhalte anbieten und technisch erhebliche Unterschiede aufweisen.

Da die Onlinemedien für Fahrgäste die mit Abstand wichtigste Informationsquelle darstellen, besteht hier dringender Handlungsbedarf.

In einem ersten Schritt werden die bestehenden Angebote analysiert und bewertet. Die Ergebnisse sollen zu einem Konzept für die künftige Online-Strategie des NWL führen. Ziel ist dabei eine Fokussierung der Onlinemedien sowie eine fahrgastorientierte Weiterentwicklung. Regionale Interessen sollen dabei gewahrt bleiben.

Auch die parallele Entwicklung der Internetpräsenz des künftigen WestfalenTarifs ist dabei zu berücksichtigen.

2.5 Netz- und Linienmarketing

Gemäß Richtlinie sind Absender der entsprechenden Medien das Eisenbahnverkehrsunternehmen, der NWL, ggf. weitere SPNV-Aufgabenträger. In begründeten Ausnahmefällen kann zusätzlich der Absender eines regionalen Zweckverbandes hinzukommen.

2.6 Pressearbeit

Die neue Richtlinie weist die gesamte Pressearbeit zu NWL-Themen dem NWL zu. Diese kann zentral oder dezentral erfolgen. Die Koordinierung erfolgt über die Hauptgeschäftsstelle. Regionale Themen werden dabei von den regionalen NWL-Geschäftsstellen betreut, unter Einhaltung der gegenseitigen Informationspflichten.

3. Zeitachse

Die dargestellten Maßnahmen bzw. Abläufe sind auf folgender zeitlicher Achse geplant:

Pressearbeit	ab sofort
Internet	Strategie bis Ende 2015, Umsetzung 2016 ff.
Kundenmagazin	Konzept bis Sommer 2015, Umsetzung bis Dez. 2015
Netz- und Linienmarketing	ab sofort
Fahrgastinfos (offline)	Layout bis Fahrplanwechsel 2015, Inhalte 2016 ff.