

ÖBB Kundenforum - Marketingstrategie oder Alibiaktion?

**Verbesserung des ÖBB-Personenverkehrs
durch Einbeziehung der Kunden in Form einer
systematischen, strukturierten Mitarbeit
in einem unabhängigen Forum**

**Antwort auf dieser Frage:
abhängig von**

- **der Zusammensetzung der Mitglieder**
- **der Art der Zusammenarbeit mit dem Unternehmen**
- **der Außenwirkung**
- **der Wahl des Vorsitzenden**

Einladung zur Mitarbeit durch öffentliche Ausschreibung

2800 Bewerbungen

Auswahlkriterien für die Stichprobe:

Alter

Geschlecht

Ausbildung

Bundesland

Haushaltsstruktur

Nutzerverhalten

Keine „Lobby“

Auswahl durch ein professionelles Unternehmen für Personalsuche und –Auswahl

Tel. Vorinterviews ca. 250

Interviews ca. 120

Vorschlag 60

Kundenforum 20

Bisher 4 Sitzungen

28 .9. 2006

20.11. 2006

25. 1. 2007

11. 4. 2007

20. 6. 2007 abgesagt

Nächste Sitzung

8. Oktober 2007

Anhebung der Bahnsteige

Ein großes Anliegen des Kundenforums ist die Anhebung der Bahnsteige. Dieses soll in den nächsten Jahren wo sinnvoll und möglich realisiert werden *Budget im Vorstand bewilligt*

Wagenstandsanzeiger

Infrastruktur – in Arbeit

Information über Baumaßnahmen an Bahnhöfen

Das Kundenforum hat den Wunsch an die ÖBB herangetragen, dass bei Baumaßnahmen an Bahnhöfen, die eine Umstellung bei den Fahrgästen bewirken, wie verkürzte Bahnsteige, Umwege, Einschränkung von Durchgängen, etc. rechtzeitig ausreichende und permanente sowie gut sichtbare Informationen verfügbar sind. *Wird von der ÖBB umgesetzt.*

Verspätungsdurchsagen

Der Wunsch des Kundenforums, die Verspätungsdurchsage präziser, aktueller und rechtzeitig zu organisieren wurde aufgenommen und von den Vertretern der Infrastruktur zugesagt, dass dies bereits *ins Schulungsprogramm aufgenommen* wurde. Ebenfalls deponiert wurde der Wunsch des Kundenforums, Zugverspätungen auch durchzusagen, wenn deren Ausmaß noch nicht bekannt ist.

Ö3 – Bereitschaft zur Verbesserung der Information über ÖBB ... *Der ORF ist zu einer ausgewogenen Berichterstattung verpflichtet!*

Nach den Angaben von Ruthner ist das Verhältnis zwischen Verkehrsinformationen für Autofahrer und ÖV-Benutzer derzeit 4:1. Der ORF bemüht sich, mehr Verkehrsinformationen von den Verkehrsbetrieben zu bekommen.

Noch nicht befriedigend gelöst

Krasses Missverhältnis in der Wahrnehmung der Kunden des ÖV in Rundfunk und Fernsehen

Veraltetes Verkehrsverständnis in vielen Redaktionen der meisten privaten Sender

Information an Reisende

Information an Reisende in Situationen wie beim Sturm Kyrill (19.1.): bei automatischen Zugzielanzeigen wird in Ausnahmesituationen die Bahnsteiganzeige „Lautsprecheransage beachten“ eingeschaltet. *Für die Lautsprecheransagen werden neue Standardtexte vorbereitet* wie zB „Für die nächste Zeit kann kein geregelter Zugverkehr abgewickelt werden, aufgrund der schwierigen Situation. Sie bekommen laufend Informationen.“

Verbesserungen in der Logistik für Rollstuhlfahrer

Logistik für den Transport von Rollstuhlfahrern im Zug von der Anmeldung bis zur Inanspruchnahme: Reduzierung der Anmeldefrist von früher 72 h auf 24 h

Öffnungszeiten Lounge

die Lounge Linz wird seit 7. Mai 2007 länger offen gehalten und zwar bis 22:30

die Öffnungszeit der Lounge Innsbruck wurde per 23.4.2007 bis 21:30 ausgedehnt

Rollmaterial

Verbesserungen durch Kundenerfahrungen – in Neuanschaffungen z.B. Haltestangen, Griffe, Sitze, Klimatisierung etc.

Verbesserungsvorschlag Gumpoldskirchen

Der ganze Bahnhof in Gumpoldskirchen wurde verschönert.

Hinweistafel zum Donauradwanderweg

Im Bahnhof Linz wird eine Hinweistafel zum Donauradwanderweg – ein Wunsch aus dem Kundenforum – angebracht.

Bessere Situierung der Monitore in Wels bei Neuinstallation zugesagt

Wels wird gelöst – bei der nächsten Neuinstallation werden die Monitore geschwenkt (Kosten Monitor: EUR 10.000,--)

Bahnhof Brixlegg

Lautsprecher am Bahnhof Brixlegg: neue Lautsprecher mit Möglichkeit zur Lautstärkeregelung montiert, mit 30. März in Betrieb gegangen
Bhf. Brixlegg - inzwischen wurden die von Herrn Ascher vorgeschlagenen Bodenmarkierungen auf dem PP angebracht sodass eine bessere Ausnützung der Fläche möglich wird. Eine farbliche Differenzierung der Ankunft- und Abfahrtsbildschirme wurde bereits vor einiger Zeit eingeführt.

- **Gespräche mit politischen Entscheidungsträgern zu finanziellen Großbauprojekten
z. B. Koralmtunnel (40 Fahrscheine täglich auf dieser Route)**
- **Finanzierung „kleiner“ Verbesserungen mit unmittelbarer Wirkung für die Kunden oft nicht möglich oder schwierig**

Vermutlich wegen Erfahrungen mit ähnlichen Aufgaben ausgewählt.

Erfahrung:

Bisher keine wie immer geartete Einflussnahme auf die Arbeit im Kundenforum

Uneingeschränkt Unterstützung der Arbeit durch den Personenverkehr ÖBB – soweit möglich!

Das Profil des Kundenforum der ÖBB-Personenverkehr passt nicht direkt in eine kurzfristige Marketingstrategie

Erfahrungsgemäß werden die Maßnahmen erst nach mehreren Jahren wirksam.

Die meisten Arbeiten sind nach innen gerichtet, auch wenn sie nach außen wirksam werden und wirksam sein müssen.

Es geht um die Attraktivierung des ÖBB Personenverkehr in seiner Gesamtheit

Das Profil des Kundenforum der ÖBB-Personenverkehr passt nicht in das Profil einer Alibiaktion

Reale Verbesserungen, die etwas kosten sind keine AA.

Reale Änderungen in den Verhaltensweisen sind keine AA

Die Außenwirkung des KF ist für eine Alibiaktion zu gering

Das Engagement des Vorstandes im ÖBB PV Vorschläge der KF umzusetzen widerlag die Annahme einer AA

Konzernstruktur:

Kunden des PV sind in zahlreichen Konzernbereichen (Firmen) der ÖBB „unterwegs“ und von deren Maßnahmen betroffen bzw. abhängig

Koordinierung

Umsetzung ohne Einflussmöglichkeiten?

Budget – Flexibilität – Umfang?

Politik

Wagenpark

Neuanschaffungen

Gebietskörperschaften – Partner – Kunden

Umfeldgestaltung

Zubringer

Finanzen

Oft ein völlig unzeitgemäßes Denken

Firmen

als Partner und Kunden im PV

Einfluss auf Verkehrsmittelwahl

hermann.knoflacher@tuwien.ac.at

angelika.haller@tuwien.ac.at

Danke für die Aufmerksamkeit!