

GöVB wollen kundenfreundlicher werden

Fahrerschulungen und große Kampagne für ein besseres Image der Stadtbus-Betriebe

VON ULRICH SCHUBERT

Göttingen. „Wir sitzen alle im selben Bus!“ Mit diesem Slogan starten die Göttinger Verkehrsbetriebe (GöVB) heute eine große „Freundlichkeitskampagne“. Unter anderem mit besser geschulten Busfahrern, mehr Vorverkaufsstellen, „Blauen Engeln“ und einem neuen Erscheinungsbild will die Gesellschaft „das kundenfreundlichste Stadtbusunternehmen Deutschlands“ werden. „Ein hoch gestecktes Ziel, dass wir nur gemeinsam mit unseren Fahrgästen erreichen können“, sagt GöVB-Geschäftsführer Michael Neugebauer. Und er fügt an: „Wenn alle freundlicher miteinander umgehen, kann Busfahren so schön sein.“

Die Ist-Situation sieht allerdings manchmal anders aus. Es gibt Klagen über unpünktliche und überfüllte Busse, verpasste Anschlüsse, gestresste Busfahrer und unzufriedene Fahrgäste. „Das kennen alle, das stört alle – uns auch“, sagt Neugebauer. Das wolle die Gesellschaft jetzt ändern – Schritt für Schritt mit vielen kleinen Verbesserungen und einer großen Imagekampagne. „Natürlich“ werde im Betriebsalltag täglich versucht, zum Beispiel Verspätungen und überfüllte Busse zu minimieren. Neu seien zusätzliche Aktionen drumherum:

Die Verkehrsbetriebe geben sich ein neues Erscheinungsbild. Die Agentur P.O.S Kresin Design hat dafür eine Imagekampagne und ein neues GöVB-Logo entwickelt. Es nimmt neben den bisherigen Farben Hellgrün und Gelb-Orange das neue GöVB-Blau auf. In seiner Grundform mit drei gerundeten Quadraten erinnert es an Bus-Fronten. Das neue Hauptsymbol zeigt in vereinfachter Form den Busing mit „Linien in alle Himmelsrichtungen“. Auch die Haltestellen und die neue Dienstkleidung werden nach und nach auf Blau gezogen.

Um das angekratzte Image aufzubessern, informiert die



„Freundliche Gesichter“ auch auf den Bussen: Sören Kölling von der Firma Signmaker beklebt den Werbebus zur Image-Kampagne.

Schubert

GöVB ihre Fahrgäste ab heute außerdem mit Info-Flyern darüber, „was wir und besonders die Fahrer täglich leisten, wenn sie Tausende Kunden sicher durch die Stadt fahren“, so Neugebauer.

Als „Blaue Engel“ sollen zudem Mitarbeiter, die bisher vor allem Fahrscheine kontrollieren, mehr als helfende Ansprechpartner für Fahrgäste unterwegs sein. Ein „klarer Schwerpunkt“ liege bei den Busfahrern. Seit einigen Monaten würden die Fahrer von externen Trainern „intensiv geschult, damit sie kundenfreundlicher mit Stresssituationen umgehen können“. Und weil bald viele Busfahrer ihr Renten-

alter erreichen, „es aber keine Selbstverständlichkeit mehr ist, neue zu finden“, bildet das Unternehmen Berufskraftfahrer aus.

Außerdem richtet das Unternehmen noch mehr Vorverkaufsstellen ein und will sich zu einem „Mobilitätsdienstleister“ über den Busbetrieb hinaus entwickeln – auch mit einer Car-Sharing-Kooperation.

„Wir haben viel vor, und das bei minimalem Budget“, ergänzt Peter Pawlowski, Geschäftsführender Gesellschafter von P.O.S. Die Agentur hatte sich mit ihrem Konzept zur „Aufbruch-Kampagne“ bei einem Ideen-Wettbewerb der GöVB durchgesetzt.

Die GöVB und ihr Aufsichtsratsvorsitzender, Göttingens Oberbürgermeister Wolfgang Meyer (SPD), stellen die neue Auf-

bruch-Kampagne am heutigen Montag um 11 Uhr vor dem Kundenzentrum am Markt 3 (neben dem Alten Rathaus) vor.

INFO

Die GöVB in Zahlen

155 Busfahrer und fünf Busfahrerinnen sind für die GöVB mit 85 Bussen (davon 70 eigenen und 15 Fahrzeugen von Subunternehmern) jeden Tag auf einer Strecke von 10 000 Kilometern in Göttingen, Bovenden und Rosdorf unterwegs. Dabei befördern sie jährlich etwa 18 Millionen Fahrgäste, von denen viele als Stammkunden natürlich mehrfach gezählt werden. Und etwa fünf Millionen davon sind Schüler. Die Busse fahren auf 14 Linien durch die Stadt und bedienen dabei 500 Haltestellen. Nach GöVB-Angaben sind die städtischen Verkehrsbetriebe über 80 Jahre alt. us