

Klaus Linek

Frankfurts freundlichste Fahrer

>> Planung, Durchführung und Ergebnisse einer PR-Aktion in der Main-Metropole

Rund 1300 Fahrerinnen und Fahrer sorgen täglich dafür, dass in Frankfurts U-Bahnen, Straßenbahnen und Bussen 550 000 Fahrgäste sicher und bequem ihr Ziel erreichen. Eine selbstverständliche Dienstleistung und ein anspruchsvoller Job: Verantwortung für viele Menschen, Konzentration auf den Stadtverkehr im Ballungsraum, kundenorientierter Umgang mit den Fahrgästen sind nur die wesentlichen Aspekte.

In das Bewusstsein der Öffentlichkeit gelangt dieser Dienst am Kunden zu meist nur negativ geprägt, wenn für den Fahrgast mal nicht alles reibungslos läuft. Aus dem Fahrgastbeirat Frankfurt kam die Anregung, eine Aktion ins Leben zu rufen, mit der die freundlichen Fahrer herausgehoben werden sollten. Im Juni 2009 ging die PR-Aktion „Gesucht... Frankfurts freundlichste Fahrer“ an den Start.

Die gemeinsam mit der „Frankfurter Neuen Presse“ und den für Frankfurt am Main aktiven Verkehrsunternehmen durchgeführte Aktion verfolgte zwei

Ziele. Zum einen sollte der Blick der Öffentlichkeit auf die anspruchsvolle

Tätigkeit des Fahrpersonals gelenkt werden. Zum andern sollte den Fahre-

rinnen und Fahrern ein klares Signal gesendet werden, dass ihr Engagement für guten Kundendienst anerkannt wird.



PR-Aktion in Frankfurt mit Plakaten für Fahrer und Fahrgäste



>> Mitwirkende Verkehrsunternehmen

Im städtischen Nahverkehr von Frankfurt am Main wirken mehrere Akteure. Als Lokale Nahverkehrsgesellschaft ist *traffiQ* für die Organisation des Nahverkehrs verantwortlich. Der Betrieb selbst wird von der Verkehrsgesellschaft Frankfurt am Main (VGF), der VGF-Tochter In-der-City-Bus GmbH (ICB), Veolia Verkehr Rhein-Main (Alpina), Arriva (Autobus Sippel) und der DB-Tochter Regionalverkehr Kurhessen (RKH) durchgeführt. Insgesamt stellen diese Verkehrsunternehmen im Auftrag von *traffiQ* den Betrieb auf über 70 U-Bahn-, Straßenbahn und Buslinien mit täglich mehr als einer halben Million Fahrgäste sicher. Hinzu kommen die S-Bahn- und Regionalbahnlinien, die von DB Regio im Auftrag des Rhein-Main-Verkehrsverbundes (RMV) betrieben werden.

>> Kommunikation: Dreh- und Angelpunkt

Die Kommunikation war der Dreh- und Angelpunkt der Aktion. Ein markantes Aktionslogo stellte in seinen gestalterischen Elementen keinerlei Bezug zum Corporate Design eines der beteiligten Unternehmen her und garantierte so einen eigenständigen Auftritt. Charakteristika waren Portrait-Silhouetten, die durch starke Farbkontraste auffielen. Auf diesem Aktionslogo aufbauend, ließ *traffiQ* den Internetauftritt, Plakate und Flyer mit einer vorbereiteten Antwortkarte entwickeln.

Die Fahrer wurden über Plakate in ihren Betriebshöfen ab Ende Mai 2009 als erste über die Aktion informiert. Offizieller Auftakt war eine Pressekonferenz Anfang Juni, auf der der Aufsichtsratsvorsitzende von *traffiQ*, der Frankfurter Verkehrsdezernent Lutz Sikorski, die Aktion gemeinsam mit Vertretern der Verkehrsunternehmen und des Fahrgastbeirats vorstellte. Zeitgleich schaltete *traffiQ* auf ihrer Internetseite entspre-

chende Einträge aktiv und ließ die Printmedien in die Öffentlichkeit bringen.

Von Juni bis Dezember 2009 zeichnete *traffiQ* auf Presstreffen die drei freundlichsten Fahrer aus, als Anerkennung ihrer Leistung erhielten sie Einkaufsgutscheine. Der jeweilige „Spitzenreiter“ wurde auf Infoscreen-Flächen in den U-Bahn-Stationen vorgestellt und die Fahrgäste zugleich zum weiteren Mitmachen aufgefordert. Von Juni 2009 bis April 2010 hat *traffiQ* „Frankfurts freundliche Fahrer“ in den lokalen Ausgaben der RMV-Kundenzeitschrift „mobil“ thematisiert und somit regelmäßig wieder neuen Schub gegeben.

Trotz dieses bereits sehr umfangreichen Maßnahmenpakets zur Kommunikation der Aktion kann im Nachhinein festgestellt werden: Es hätte mehr sein können. Den Fahrgästen über mehr als ein halbes Jahr die Aktion immer wieder so intensiv in Erinnerung zu rufen, dass sie zum Handeln motiviert werden, ist aufwändig und kostet Geld.

>> Im Fokus der Aktion: Die Medien

Gegenüber den Medien setzte *traffiQ* mit „Frankfurts freundlichste Fahrer“ gezielt auf den menschlichen Faktor, die sympathische zwischenmenschliche Geschichte, die zu erzählen sich anbietet. So fand die Auszeichnung der ersten Fahrer des Monats erwartungsgemäß eine breite Medienresonanz. Bei den darauf folgenden monatlichen Terminen war das Interesse der Medien naturgemäß geringer, die großen Frankfurter Zeitungen konnten aber immer wieder erreicht werden.



Infoscreen-Flächen in U-Bahn-Stationen:
Vorstellung der freundlichen Fahrer

Als richtige Entscheidung von *traffiQ* erwies sich daher, mit der „Frankfurter Neuen Presse“ (FNP) eine Medienpartnerschaft einzugehen. Eine gewisse, aus dieser Bindung resultierende Zurückhaltung bei den direkt konkurrierenden Printmedien wurde bewusst in Kauf genommen. Denn es war vorhersehbar, dass die Intensität der Medienpräsenz über die gesamte Laufzeit der Aktion von sieben Monaten nicht hätte aufrechterhalten werden können. Die großen Frankfurter Zeitungen konnten zwar immer wieder erreicht werden, die FNP als Zeitung mit der wohl ausführlichsten lokalen Berichterstattung begleitete die Aktion aber von Juni 2009 bis März 2010 mit regelmäßigen Artikeln.

Insgesamt war die Medienresonanz auf die Aktion sehr zufrieden stellend. Neben Beiträgen in Radio und Fernsehen waren im Printbereich binnen eines Dreivierteljahres 30 bis 40 Meldungen und Artikel zu verzeichnen, die durchweg ein positives und sehr sympathisches Bild des Frankfurter Nahverkehrs zeichneten.



>> Nominierung, Auswahlkriterien, Jury

Die Aktion „Frankfurts freundlichste Fahrer“ beruhte auf einem dreistufigen Auswahlverfahren, das nicht auf quantitative, sondern auf qualitative Kriterien setzte.

>> 1. Stufe: Nominierung durch die Fahrgäste

Wer könnte das Verhalten des Fahrpersonals besser beurteilen als dessen Kunden selbst? Um das Risiko eines reinen „Voting“ durch Familie, Freunde oder Fanclubs zu vermeiden, wurde der

Akzent auf das besondere, herausragende Verhalten des Fahrers gelegt, das zu beschreiben war. Dieses anspruchsvolle Verfahren – der Fahrgast kann nicht „einfach“ abstimmen, sondern muss eine Begründung für seine Nominierung formulieren – hatte natürlich zur Konsequenz, dass die Zahl der Einsendungen nicht die Größenordnung reiner Abstimmungen erreichte.

In der Summe dominierten sehr knappe und zugleich sehr aufschlussreiche Einzelsatz-Meldungen. Denn sie machten deutlich, was die Fahrgäste von einem freundlichen Fahrer erwarten. Das Ergebnis kann viele Fahrerinnen und Fahrer zum Nachdenken bringen, sie aber auch erleichtert aufatmen lassen. Es sind zumeist die Kleinigkeiten, die für eine entspannte Situation in Bus und Bahn sorgen: Ein Lächeln, ein freundliches Wort, eine Geste der Hilfsbereitschaft wie zum Beispiel eine nochmals geöffnete Tür.

>> 2. Stufe: Jury für den Fahrer des Monats

Zwischen 10 und 20 Prozent der Nominierungen gingen über die Einzelsatz-Meldungen hinaus und ergaben den Fundus für die Jury, aus der sie allmonatlich mit Überzeugung die drei Fahrer des Monats küren konnte.

Diese Jury setzte sich aus dem Leiter der *traffiQ*-Mobilitätszentrale „Verkehrinsel“, dem bei der FNP für die Aktion zuständigen Redakteur und rollierend je einem Vertreter der beteiligten Verkehrsunternehmen zusammen. In der konzeptionellen Phase wurde die Jurybesetzung mehrfach überdacht und auf Drängen der Verkehrsunternehmen einer ihrer Vertreter als „betriebliches Korrektiv“ aufgenommen. Das hat sich als gute Entscheidung herausgestellt, die jeweiligen Vertreter nahmen ihre Aufgabe unparteiisch wahr und brachten wertvolle Hinweise auf vom Fahrpersonal zu beachtende betriebliche oder gesetzliche Vorschriften ein.

>> 3. Stufe: Jury für den Fahrer des Jahres

Die Jury für die Wahl zum Fahrer des Jahres wurde von *traffiQ* aus zwei Gründen ganz neu zusammengesetzt. Zum einen ließ eine „prominentere“ Jury eine höhere Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit erwarten. Zum anderen war aufgrund des von Monat zu Monat sehr unterschiedlichen „Niveaus“ der gemeldeten Fälle nicht auszuschließen, dass etwa der zweitplatzierte Fahrer des Monats August „herausragender“ gehandelt hätte als der erstplatzierte im Monat November. Die bisherige Jury wäre in dem Sinne „befangen“ gewesen, dass sie sicher zu den von ihr auf den ersten Platz gesetzten Kandidaten tendiert hätte. Durch die neue Jury gewann das Auswahlverfahren wieder an Offenheit, Fairness und Spannung.



Auszeichnung der Fahrer des Jahres durch den Frankfurter Verkehrsdezernenten Lutz Sikorski (r.) und *traffiQ*-Geschäftsführer Hans-Jörg v. Berlepsch (l.)

Die Jury für den Fahrer des Jahres setzte sich zusammen aus dem Verkehrsdezernenten der Stadt Frankfurt am Main, einem Mitglied des Fahrgastbeirats, dem Geschäftsführer des CityForum ProFrankfurt als Interessenvertretung des Frankfurter Einzelhandels, dem

Conciere eines Frankfurter Top-Hotels als Vertreter einer besonders kundenfreundliche Branche und schließlich einer Kundin, die alleine mit rund 40 Meldungen zur Aktion beigetragen hatte.

Allen Akteuren war bewusst, dass es sich bei den eingesandten Fällen um sehr zufällige Nennungen handeln würde. Denn die Nominierung eines Fahrers hing nicht nur von dessen Verhalten ab, sondern auch davon, dass es von einem Fahrgast wahrgenommen und dann auch an *traffiQ* gemeldet wurde. Es gab daher sicher deutlich spektakulärere Fälle von fahrgastfreundlichen Fahrerverhalten – sie wurden jedoch nicht gemeldet. In der Kommunikation hob *traffiQ* daher stets hervor, dass die ausgezeichneten Fahrer stellvertretend für ihre Kolleginnen und Kollegen in die Öffentlichkeit gerückt wurden. Die „freundlichsten Fahrer“ teilten diese Einschätzung durchaus.

>> Motivation der Fahrgäste

Mit den Response-Elementen Postkarte und Internet-Eingabemaske hat *traffiQ* den Fahrgästen die Teilnahme an der Aktion „Frankfurts freundlichste Fahrer“ so einfach wie möglich gemacht. Dennoch blieb die Herausforderung, ihnen die vergleichsweise anspruchsvolle Ausformulierung ihres positiven Erlebnisses mit einer Fahrerin oder einem Fahrer abzuverlangen – keine ganz niedrige Einstiegshürde. Um das Interesse an einer Mitwirkung zu erhöhen, wurden daher attraktive Preise wie Jahreskarten für den Frankfurter Nahverkehr, ein Fahrrad, zwei Übernachtungen in einem Frankfurter Top-Hotel und manches mehr ausgelobt. Diese Preise wurden unter allen Fahrgästen ausgelost, die an der Aktion teilgenommen hatten.

>> Abschlussveranstaltung: Die „Show“ gehörte den Fahrern

Anfang März 2009 fand im Verkehrsmuseum Frankfurt mit seinen historischen

Straßenbahnfahrzeugen die Wahl von Frankfurts Fahrer des Jahres statt. Zu den geladenen Gästen gehörten führende Vertreter der beteiligten Verkehrsunternehmen, Betriebsräte, Fahrgäste, Medienvertreter und natürlich die nominierten Fahrerinnen und Fahrer. Drei Mitarbeiter von *traffiQ* stellten die zwanzig Kandidaten kurz vor, dann zog sich die Jury zur Beratung zurück. In der Zwischenzeit hatten die Gäste bei Pianomusik und einem Imbiss Gelegenheit, das Verkehrsmuseum zu besichtigen. In der gesamten Darstellung traten sämtliche beteiligte Organisationen – Verkehrsunternehmen und Frankfurter Neue Presse ebenso wie *traffiQ* selbst – konzentriert in den Hintergrund. Die „Show“ gehörte ganz uneingeschränkt den freundlichsten Fahrerinnen und Fahrern.



Abschlussveranstaltung für die Fahrer im Frankfurter Verkehrsmuseum

Schnell wurde sich die Jury einig über die drei „Spitzenreiter“, die sich deutlich von den anderen Kandidaten abhoben. „Fahrer des Jahres“ wurde eine Straßenbahnfahrerin, die sich durch unkonventionelle, aber umfassende Kundeninformation in einer Ausnahmesituation ausgezeichnet hatte. Auf Platz zwei kam ein Busfahrer, der einer Kundin in einer unglücklichen Situation das Fahrgeld aus der eigenen Tasche vorstreckte (und tatsächlich wieder zurückbekam). Der dritte Preis ging an einen Busfahrer, der durch stete Hilfsbereitschaft und

Freundlichkeit aufgefallen war und es im Vorjahr sogar zweimal auf den ersten Platz unter den „Fahrern des Monats“ schaffte.

Die Veranstaltung stellte den gelungenen, stimmungsvollen Abschluss der PR-Aktion dar.

>> **Fazit: Imagegewinn für Frankfurts Nahverkehr**

Mit der Aktion „Frankfurts freundlichste Fahrer“ wurden positive Signale in mehrere Richtungen gesendet. Die in Frankfurt teilweise in Konkurrenz stehenden Verkehrsunternehmen stellten fest, dass mit gemeinsamen Aktionen alle gewinnen können. Die Fahrerinnen und Fahrer erhielten das Signal, dass ihre anspruchsvolle Tätigkeit anerkannt wird, aber auch dass es nicht viel bedarf, um von den Fahrgästen als freundlich wahrgenommen zu werden. Fahrgäste wurden sensibilisiert, ihrem Dienst-

leister, dem Fahrer von Bahn oder Bus, mehr Aufmerksamkeit und Verständnis entgegen zu bringen.

Und schließlich der entscheidende Faktor: In den Medien konnte dem – teilweise sehr emotionsstark geprägten – dominierenden Bild des unfreundlichen Fahrpersonals auf breiter Basis erfolgreich ein anderes, von den Fahrgästen selbst gezeichnetes positives Bild entgegen gesetzt werden. Es deckt sich mit allen Umfragen, in denen die Fahrgäste sich mit dem Verhalten ihres Fahrpersonals zufrieden zeigen oder es als gut bezeichnen.

Im Ergebnis kann damit von einer veränderten Wahrnehmung der Fahrerinnen und Fahrer in der öffentlichen Meinung ausgegangen werden. Damit war die Aktion ein Imagegewinn, vorrangig für die Fahrerinnen und Fahrer, im Ergebnis aber für den gesamten Frankfurter Nahverkehr, der mit freundlichen, sympathischen Gesichtern in die Öffentlichkeit gerückt wurde.

Der Autor

Klaus Linek
Pressesprecher
traffiQ Frankfurt am Main

Veröffentlichung

In: Bus & Bahn, Personenverkehr-Güterverkehr-Verkehrspolitik. Heft 10/2010, Seite 16-18.

Kontakt

traffiQ Lokale Nahverkehrsgesellschaft
Frankfurt am Main mbH
Stiftstraße 9 - 17
D-60313 Frankfurt am Main
Fon: 069 – 212 24 424
Fax: 069 – 212 24 430
info@traffiQ.de
www.traffiQ.de