

GUT VERNETZT

ÜSTRA

DB

REGION
HANNOVER

REGIOBUS

ERIXX

METRONOM

 **GVH** 2013

www.gvh.de

GRUSS-
WORT **3**

4 MITTELPUNKT
MENSCH

∞
MOBILITÄTS-
MIX

10 KAMPAGNE
TARIF

DIE NEUE
GMBH **12**

Grußwort

Der Mobilität kommt in unserer Gesellschaft eine stetig wachsende Bedeutung zu. Nur wer mobil ist, kann aktiv am gesellschaftlichen Leben im sozialen, kulturellen und politischen Bereich teilnehmen. Dabei müssen die Mobilitätsangebote immer flexibler werden, um den Bedürfnissen und Interessen der verschiedenen Gruppen gerecht zu werden. Der Nahverkehr hat sich diesen Herausforderungen zu stellen, er darf im wahrsten Sinne des Wortes nicht stillstehen, er muss sich quasi diversifizieren. Es bedarf einer wohlstrukturierten, handlungs- und gleichwohl anpassungsfähigen Organisationsform, die gemeinsam mit den Aufgabenträgern und den Verkehrsunternehmen die Keimzelle für das bildet, was heutzutage gerne mit dem Begriff „multimodale Mobilität“ beschrieben wird – die intelligente Verknüpfung verschiedener Verkehrsmittel je nach Anlass und Ziel.

Die Voraussetzungen zur Bewältigung dieser Aufgaben haben wir Ende letzten Jahres geschaffen. Der Großraum-Verkehr Hannover ist nach einem langen, am Ende aber sehr konstruktiven und zielorientierten Prozess auf neue Beine gestellt worden. Alle im Verbundraum tätigen Verkehrsunternehmen und die Region Hannover als Auftraggeber und Finanzier des Öffentlichen Personennahverkehrs

(ÖPNV) sind jetzt Gesellschafter der neuen Organisation. Die Bündelung von Kompetenz und Ressourcen bildet eine tragfähige Basis für zukünftige Aufgaben.

Die Qualität des ÖPNV in der Region Hannover ist nach wie vor hervorragend. Für andere Verbünde in der Republik hat der GVH Vorbildfunktion. Wenn wir jetzt und in den kommenden Jahren die Weichen stellen für einen Mobilitätsraum, in dem die Bedürfnisse der Menschen in

Einklang mit den ökologischen und ökonomischen Notwendigkeiten gebracht werden, wird der Großraum-Verkehr Hannover als Mobilitätsverbund weiterhin zu den attraktivsten Angeboten in Deutschland gehören. ●

Hauke Jagau

Hauke Jagau
Regionspräsident



Die Rekordmarke von über 200 Millionen Fahrgästen im letzten Jahr spricht eine deutliche Sprache: Die Bündelung der Mobilitätsdienstleister des öffentlichen Nahverkehrs im Verkehrsverbund GVH wird von den Kundinnen und Kunden honoriert. Das hat viel mit der unbestrittenen Dienstleistungsqualität der im Verbund zusammengeschlossenen Unternehmen zu tun – regelmäßige Umfragen bei unseren Kunden bestätigen dies im Übrigen eindrucksvoll. Es hängt aber natürlich auch mit der maßvollen Preispolitik, für die der Großraum-Verkehr Hannover seit Jahren steht, zusammen.

Die gute Qualität ergibt sich nicht zuletzt auch durch das erfolgreiche Miteinander der Akteure. Ein Rädchen muss ins andere greifen, damit ein so komplexes System wie Nahverkehr mit einem einheitlichen Tarif, abgestimmten Fahrplänen und Anschlusssicherungen

funktioniert. „Gut vernetzt“ – das Motto dieser Broschüre bringt es auf den Punkt. Es braucht eine vernetzte Infrastruktur, ein wohldurchdachtes Fahrplannetz und, im positiven Sinne, Netzwerke handelnder Personen, um den hohen Standard tagtäglich auf die Schiene und die Straße zu bekommen.

Das Gute bewahren und Motor sein für innovative Lösungen im ÖPNV – das sollte die zukünftige Rolle des Verbunds sein. Mit der Neuorganisation des GVH, mit der strukturierten Einbindung aller Beteiligten besteht die Chance, dieses anspruchsvolle Ziel zu erreichen. ●

Ulf Mattern

Ulf Mattern
Geschäftsführer
des GVH



A close-up photograph of several hands holding a red string, forming a network of connections. The string is looped and knotted, symbolizing unity and connection. The background is a soft, out-of-focus white and light brown.

VERBUNDEN, UM ZU VERBINDEN

170 Buslinien, 12 Stadtbahnlinien, 8 Regional- und 7 S-Bahn-Linien – doch eins steht für den GVH immer im Mittelpunkt: der Mensch! Über 200 Millionen Fahrgäste kommen dank der Angebote des Verkehrsverbunds jedes Jahr bequem, sicher und planbar an ihr Ziel.

Ein Netz von Informationen

Mit 200,8 Millionen beförderten Fahrgästen konnte 2012 im GVH eine wichtige Marke überschritten werden. 2,6 % mehr Kunden als in 2011 nutzten die Busse, Bahnen und Züge im Großraum-Verkehr Hannover – die Steigerung lag über dem Bundesdurchschnitt.

Die Leistungen des GVH sind für Fahrgäste attraktiv. Um dieses gute Angebot – Fahrzeiten, Linienverläufe oder Anschlüsse – auch adäquat zu kommunizieren, ist die Fahrgastinformation ein zentraler Aspekt in der Verbundarbeit. Das einheitliche Netz aus Informationen leitet sowohl Stammkunden als auch ortsfremde Fahrgäste oder gelegentliche Nutzer gleichermaßen durch das Liniennetz – egal ob in Bus, Bahn oder Zug.

Die Informationskette beginnt bereits in den eigenen vier Wänden: mit einem Blick ins Fahrplanbuch, der Nutzung von Broschüren oder der Fahrplanauskunft im Internet. Infos an Haltestellen und in Fahrzeugen sowie weiterführende Umgebungsinformationen an der Umsteige- oder Zielhaltestelle runden das Angebot ab. Die Fahrgastinformation erstreckt sich mittlerweile über verschiedenste Medien: ob gedruckt (Fahrpläne, Broschüren, Linienpläne), stationär (Haltestellenschilder), visualisiert (dynamische Anzeigen mit Echtzeitangaben) oder akustisch (z. B. als Lautsprecherdurchsagen) bis hin zu elektronischen Auskünften via Web oder App.

Die Fahrplandaten des GVH werden bereits seit 1996 im Internet angeboten. Die Zahl der erteilten Auskünfte ist seitdem stark gestiegen und hat 2012 die monatliche 6-Millionen-Marke überschritten. Die elektronische Fahrplanauskunft im Netz ist damit der am meisten genutzte Infoservice. Mit Einführung der GVH-App im Februar 2012 und der mobilen Webseite mobil.gvh.de haben in jüngerer Vergangenheit vor allem diese Kanäle zu der überdurchschnittlichen Steigerung der Abrufzahlen geführt und weisen den Weg in die Zukunft.

Die positive Nachfrageentwicklung zeigt sich nicht nur in den Fahrplanauskünften, sondern setzt sich auch bei den Einnahmen fort. Sie stiegen um 3,2 % auf ca. 217,8 Millionen Euro. Mehr Tickets und Cards konnten 2012 in fast allen Segmenten verkauft werden. Im Sozialtarif gab es einen Zuwachs von über 6 %. Im Regionaltarif konnten die Erlöse um 6,4 % gesteigert werden. Auf die Einführung des neuen KinderTagesTickets zum Tarifwechsel im Dezember 2012 folgte bereits in den ersten Wochen eine große Nachfrage, somit konnte der GVH offensichtlich eine bestehende Angebotslücke schließen. Die Erlössteigerung bei den Cards für Erwachsene bzw. bei den Großkundenangeboten war mit über 5 % positiv; insbesondere im Großkundenbereich (FirmenAbo und SammelbestellerAbo) gab es weiterhin starke Nachfragesteigerungen durch neue Vertragsabschlüsse. ●

200,8 MIO. FAHRGÄSTE PRO JAHR 

217,8 MIO.€
GVH-GESAMTEINNAHMEN

381 DYNAMISCHE ANZEIGEN AN HALTESTELLEN  **7.000** GEDRUCKTE TARIF-INFORMATIONEN AN HALTESTELLEN

72.203 DOWNLOADS DER GVH-APP 

97.000 FAHRPLAN-BÜCHER **1.902.911** MOBILE FAHRPLAN-AUSKÜNFTE 

UNSER NETZ WÄCHST: NATÜRLICH

Mobilität ist ein Thema, das im wahrsten Sinne des Wortes ständig in Bewegung ist. Deshalb steht auch der GVH nie still und bemüht sich, den Kunden stets sinnvolle Erweiterungen des ganz individuellen Mobilitäts-Mixes zu ermöglichen.

Die Mischung macht's

Stadtbahnen, Busse, Regional- und Fernzüge, dazu Carsharing und Taxiverkehr. Seit acht Jahren ist der GVH Pionier für kombinierte Mobilität. Mit dem Angebot HANNOVERmobil, das den GVH-Abonnenten eine BahnCard 25, günstige Konditionen fürs Carsharing und Rabatte bei Taxifahrten bietet, hat der GVH seither Vorbildfunktion für andere Verbände in Deutschland.

Lösungen sind in diesem Bereich gefragt und die ständige Weiterentwicklung von Kommunikations- und Informationskanälen trägt dazu bei, den Zugang zum Mobilitäts-Mix zu erleichtern.

HANNOVERmobil
Das kombinierte Mobilitätsvergnügen

GVH



Mit dem Projekt „Mobilitätsplattform für die Metropolregion Hannover“ im Rahmen einer Initiative der Bundesregierung ist für die Zukunft eine komplette Überarbeitung des Angebots geplant. Ziel des Projekts ist es, u. a. die Hemmschwellen zur Nutzung von verschiedenen Mobilitätsdienstleistungen so gering wie möglich zu gestalten. Kunden sollen sich nach dem „Baukastenprinzip“ das für sie Passende zusammenstellen können – und das zu ansprechenden Preisen und dabei einfach verständlich. Individuelle

Die Abfrage von Kapazitäten und Fahrplaninformationen, die Buchung von Angeboten und die Bezahlung der Leistungen übers Internet oder per Smartphone werden immer selbstverständlicher.

Es gilt nun, integrierte Systeme zu etablieren und sie bedarfsgerecht anzubieten. Basis und Rückgrat aller Mobilitätsleistungen wird dabei der ÖPNV bzw. der Verkehrsverbund sein. Der GVH muss auch hier vernetzen! ●

Plakative Tarifthemen

Originell, witzig und auffallend – so kann man die Werbeoffensive des GVH in Bezug auf die verschiedenen Tarifprodukte apostrophieren. Seit 2011 hat der Verbund insbesondere an U-Bahn-Stationen, an Bus- und Stadtbahnhaltestellen, an Fahrzeugen außen und innen, über das üstra-Fahrgastfernsehen, per Radiospots sowie in diversen Anzeigen für seine verschiedenen Ticket- bzw. Cardvarianten geworben. Im Mittelpunkt standen dabei „flotte Sprüche“, die auf den jeweiligen Fahrtanlass abzielten:



„Für 'n Appel und 'n Ei zum Wochenmarkt“, „Für wenig Moos ins Grüne“ oder „Für ein paar Cent durch den Advent!“ lauteten u. a. die Werbebotschaften, flankiert durch kleine erklärende Texte und die Abbildung des passenden Fahrausweises.

In den Jahren zuvor standen zeitlich begrenzte Werbekampagnen im Vordergrund, die insbesondere die Steigerung der Abonnentenzahlen zum Ziel hatten.

Diesmal wurden bewusst die Kernprodukte des Großraum-Verkehr Hannover in den Fokus gestellt, um einerseits das breite, zielorientierte Spektrum aufzuzeigen und andererseits Impulse bezüglich der Fahrtziele zu setzen. Gleichzeitig wurde der Kampagnenzeitraum deutlich länger gefasst als sonst üblich, um eine entsprechende Penetration am Markt zu erzielen.

Eine Ende 2012 erhobene Marktforschung hinsichtlich des Bekanntheitsgrades verschiedener Werbe- und Informationsmedien im GVH bzw. bei den Verkehrsunternehmen belegt die hohe Kontaktzahl der Kampagne. Knapp 50 % der Befragten kennen mehrere oder einzelne Motive. Den größten Wiedererkennungswert hatten die „plakativen Sprüche“ in der Gruppe der 16 bis 45 Jahre alten Kunden. Die Wahrnehmung an der Haltestelle, im Fahrgastfernsehen und an Bussen und Bahnen war dabei am ausgeprägtesten.

Die Werbeaussagen wurden von den Kunden unmittelbar verstanden und die Art der Darstellung im Wesentlichen als sympathisch und erfrischend charakterisiert. Die Präsenz der Motive auf sogenannten Citycards insbesondere im Gastronomiebereich sowie mehrere Promotionaktionen rundeten die Kampagne ab. ●

FÜR 'N APPEL UND 'N EI ZUM WOCHENMARKT!

Täglich frisch auf den Tisch: Mit dem **TagesEinzelTicket** kurzentschlossen zum Einkaufen und die besten Produkte mit nach Hause bringen.

TagesEinzelTicket 1 Person € 4,50

GVH

FÜR KLEINEN ZASTER AUF ZUR PASTA

Guten Appetit: Mit dem **TagesGruppenTicket** und bis zu 5 Personen günstig die tollsten Italiener Hannovers entdecken.

TagesGruppenTicket 1 Person € 8,70

GVH

FÜR WENIG KNETE ZUR MASSAGE

Öfter mal entspannen: Mit der **GVH-MobilCard** einen ganzen Monat lang günstig die schönsten Wellness-Oasen der Region entdecken.

GVH € 53,60

MobilCard

GVH

MEDIAFLICHT

FAH
GÄS

ANZEIGE

GR
FL

KAMPAGNE

HR-
UJGE

DIE NEUE GVH GmbH

Ende 2012 ist der Wechsel der Organisationsform des GVH von einer Gesellschaft bürgerlichen Rechts zu einer GmbH vollzogen worden. Von 2002 bis 2012 war der Verkehrsverbund nur durch die üstra und die RegioBus gebildet worden – ein „Unternehmensverbund“, finanziert von der Region Hannover.

Jetzt ist der GVH wieder ein sogenannter „Mischverbund“, an dem Verkehrsunternehmen und der Aufgabenträger Region Hannover beteiligt sind. Erstmals seit Langem sind die Eisenbahnunternehmen (DB Regio, metronom und erixx) wieder Gesellschafter im GVH.

Immer noch ist der GVH im Vergleich zu anderen Verbänden sehr schlank aufgestellt: Die GVH GmbH hat einen nebenamtlichen Geschäftsführer und zwei nebenamtliche Prokuristen, aber keine hauptamtliche Verbundverwaltung. Alle Verbundaufgaben werden durch Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Gesellschafter koordiniert. Das sichert eine enge Verzahnung von Verbund und Unternehmen, minimiert Abstimmungsaufwand und Reibungsverluste und sichert geringe Kosten für die Verbundarbeit. Am Grundsatz „ein Tarif, ein Fahrplan“ hat sich nichts geändert. ■

REGION HANNOVER

51% DER ANTEILE

Sie bündelt verschiedenste Aufgaben für die Stadt Hannover und das Umland mit seinen 20 Kommunen. Neben Personennahverkehr gehören u. a. die Abfallsorgung, die örtliche Sozialhilfe, kommunale Krankenhäuser, die Berufsbildenden

Schulen, Regionalplanung, Umwelt, Naherholung sowie Wirtschafts- und Beschäftigungsförderung zum Themenspektrum der Gebietskörperschaft mit seinen 1,2 Millionen Einwohnern.

REGIOBUS

134 BUS-LINIEN

159 Mio.

FAHRGÄSTE PRO JAHR

Sie gehört zur Spitzengruppe der deutschen Nahverkehrsunternehmen. Die üstra beschäftigt 1.900 Mitarbeiter und befördert Einwohner, Pendler und Touristen schnell, umweltfreundlich und flächendeckend durch Stadt und Umland.

ERIXX

120 km/h

STATT 80

Die Züge tragen den Namen erixx: Heidesprinter haben 800 PS, verfügen über eine moderne Ausstattung und bedienen das Heidekreuz. Die 80 erixx-Mitarbeiter sorgen dabei stets für guten Service.

Mit RegioBus kommen Sie sowohl im Umland als auch in der Innenstadt Hannovers schnell ans Ziel. 700 Angestellte sorgen dabei für hohen Fahrkomfort, neueste Technik und nachhaltigen Umweltschutz.

DB REGIO

30.000

ZUGFAHRTEN pro TAG

Die Deutsche Bahn beschäftigt 300.000 Mitarbeiter und pflegt ein 33.500 Kilometer langes Streckennetz, das für den Wettbewerb geöffnet ist. Damit sorgt sie nicht nur in der Region Hannover für schnelle Verbindungen.

METRONOM

510

SCHIENEN-KILOMETER

Schon lange gehören die blau-gelbweißen metronom-Züge zum vertrauten Bild im norddeutschen Schienenverkehr. Etwa 350 Mitarbeiter sorgen täglich für angenehmes Reisen.



VOLLTREFFER: IM GESAMTEN NETZ GUT KOMBINIERT

Seit 2012 ist auch der Handball-Erstligist TSV Hannover-Burgdorf KombiTicket-Partner des GVH. Fans müssen sich also keine Gedanken über An- und Abfahrt zu und von den Spielen machen, da die Eintrittskarte gleichzeitig Fahrausweis in den Bahnen, Bussen und Zügen der GVH-Verkehrsunternehmen ist. Auch für die meisten Konzerte, Messen, Opern- und Theateraufführungen sowie Fußball-Bundesligaspiele gilt die bewährte Regelung.



Großraum-Verkehr Hannover
Karmarschstraße 30/32
30159 Hannover

November 2013

IMPRESSUM

Herausgeber:
Großraum-Verkehr
Hannover (GVH)
Karmarschstraße 30/32
30159 Hannover

Redaktionsleitung:
Udo Iwannek
Tolga Otkun

Redaktion:
Isabel Jäger
Anna Kämmerling

Redaktionelle Mitarbeit:
Thomas Deppmeier
Dr. Harald Paul
Kai Rinne

Fotos:
GVH
Region Hannover
RegioBus Hannover GmbH
Roland Schmidt
© Mary Smyth/gettyimages.com
© Elisabeth Schmitt/gettyimages.com
© Michael Kempf/fotolia.com
© Dieter Kunzendorf/fotolia.com

Grafik, Layout:
B&B. Werbeagentur GmbH
Georgstraße 56
30159 Hannover