

„Viele positive Reaktionen“

Gerhard Nagl von der Beratungsagentur für Bustouristik hat die aktuelle Bus-Imagekampagne konzipiert. Wir haben den Kärntner um eine Zwischenbilanz gebeten.

Öbus: In unserer letzten Ausgabe wurde die Imagekampagne „Wir sind die österreichischen Busunternehmen“ vorgestellt. Wie waren die Reaktionen darauf?

Gerhard Nagl: Die Reaktionen waren ganz klar positiv. Speziell, weil wir Busunternehmen mit dem Bericht im Öbus zielgruppenorientiert auf die Kampagne aufmerksam machen konnten.

Ist die Resonanz in allen Bundesländern ähnlich oder gibt es regionale Unterschiede?

Aktuell gibt es noch deutliche Unterschiede. In Oberösterreich, wo das Konzept dieser Buskampagne entwickelt und getestet wurde, haben wir eine sehr



„Eine gut organisierte Busreise ist das qualitativ hochwertigste Angebot am gesamten Reisemarkt.“

Gerhard Nagl

UNSER TITELBILD

Sternstunden für Ihre City

Der Mercedes-Benz Citaro. Der Maßstab. Als Imageträger mit Beliebtheitsgarantie folgt er keinen Trends, sondern setzt sie. Seit Produktionsbeginn zählt er zu den meistverkauften Stadtbussen. Ausschlaggebend für diesen Erfolg ist der Citaro-Baukasten:

Mit 16 Stadtbustypen in 25 Baumustern und unzähligen Ausstattungsmöglichkeiten hält die Fahrzeugfamilie für nahezu alle Anforderungen in der City einen passenden Bus bereit. Er überzeugt daneben mit außergewöhnlicher Qualität, hoher Wirtschaftlichkeit und umfassender Sicherheit. Mehr Informationen unter www.mercedes-benz-bus.com



aktive und annähernd flächendeckende Beteiligung durch die Busunternehmen. In den südlichen und westlichen Bundesländern hingegen ist die Beteiligung noch verhalten. Wir sind aber überzeugt, durch direkte Gespräche noch mehr Unternehmen – speziell in Kärnten, Tirol und Vorarlberg – vom Nutzen eines gemeinsamen Branchenauftritts überzeugen zu können.

Sie sind international gut vernetzt und viel unterwegs. Gibt es Rückmeldungen aus dem Ausland?

In der Tat wird die Buskampagne auch über die Grenzen Österreichs hinaus nicht nur wahrgenommen, sondern auch mit Interesse verfolgt. Neben regelmäßigen Rückmeldungen von Busunternehmen aus Nachbarländern sind wir mit den deutschen Branchenverbänden im Austausch. Sogar Best-Practice-Berichte über die österreichische Buskampagne sind angedacht.

Welche weiteren Aktionen könnten jetzt folgen?

Aktuell nehmen wir eine Zwischenevaluierung der Kampagne vor. Beispielsweise geben uns die Busunternehmen mittels Online-Fragebogen Feedback zu den ersten drei Monaten. Das hilft uns, die Kampagne exakter an den Bedürfnissen der Busunternehmen, aber auch an aktuellen Entwicklungen – Stichwort Treibstoffkostenanstieg etc. – auszurichten.

Weitere Aktionen, die über den Rahmen der laufenden Buskampagne hinausgehen, wird es zur Problematik des Fahrer-mangels geben. Dieses Thema ist gleichermaßen wichtig wie aktuell. Daher liegt der Fokus in der Zusammenarbeit mit der Interessenvertretung darauf, den Busunternehmen hier ehestmöglich lösungswirksame Maßnahmen anbieten zu können.

Haben Sie einen Ansporn für Unternehmer, die bis jetzt noch nicht an der Aktion teilnehmen?

Erstmals nach 2019 sind viele Busunternehmen seit dem Frühling wieder in Vollbetrieb und versuchen, trotz Fahrer- bzw. Mitarbeitermangel, der zurückgekehrten Reiselust ihrer Kunden gerecht zu werden. Für mich absolut verständlich, wenn da der Fokus nicht immer auf

einer Imagekampagne liegen kann. Trotzdem ist es mir wichtig, die Gesamtsituation und vor allem die Zusammenhänge zwischen den Dingen nicht aus den Augen zu verlieren.

Wie kann die Imagekampagne bei der Fahrersuche helfen?

Um die Thematik des Fahrermangels dauerhaft lösen zu können, braucht es (neben anderen Voraussetzungen) ganz sicher ein positiveres Image der Branche und des Berufsbilds selbst. Ebenso kann in den aktuellen und allen künftigen Verhandlungen, ein gemeinsames, selbstbewusstes Auftreten der Busbranche, nur von Vorteil sein. Dazu leistet unsere Kampagne einen Beitrag – und deshalb ist es wichtig sie umzusetzen.

Eine private Frage: Welches ist Ihre liebste Bus-Destination?

Da ich sehr viele Bus-Destinationen spannend finde, möchte ich es gar nicht an einem konkreten Ziel festmachen,

ZUR PERSON

Als Geograph dem Reisen schon früh verfallen, hat sich Gerhard Nagl nach jeweils mehrjährigen Stationen als Reiseleiter, Busreiseplaner und Projektmanager im touristischen Marketing seinen Traum verwirklicht und die „Beratungsagentur für Bustouristik“ gegründet. Seither unterstützt er mit Leidenschaft Busunternehmen beim Erreichen ihrer Ziele.

sondern eher an der Art der Reise. Eine Rundreise, bei der man jeden Tag etwas Neues sieht, wo für gutes Nächtigen und interessante Besichtigungen gesorgt ist, und ich mich im Bus wohl fühle, so eine Reise kann für mich gar nicht lange genug dauern.

TARIFANPASSUNG: ABGELEHNT!

SCHÜLERBEFÖRDERUNG Enttäuscht zeigt sich die Interessenvertretung, dass den vehement vorgetragenen Bemühungen, die exorbitant gestiegenen Kosten unter den Busunternehmern durch eine Tarifierhöhung rückwirkend bereits ab 04/2022 abgegolten zu bekommen, kein Erfolg beschieden war. „Die Vertreter des Familienministeriums sind einzig und allein dazu bereit, ab Beginn des neuen Schuljahrs, somit ab September 2022, eine Anpassung im Rahmen der VPI-Entwicklung vorzunehmen“, berichtet Berufsgruppen-Geschäftsführer Paul Blachnik. Er rechnet dann mit „voraussichtlich mindestens 7 Prozent“, entscheidend dafür sei der veröffentlichte VPI-Wert Juli 2022.

„Uns ist bewusst, dass diese VPI-Erhöhung maximal die gestiegenen Treibstoffkosten abdecken kann. Auf unser Argument, dass wir bereits seit Monaten mit enorm gestiegenen Kosten konfrontiert sind und weitere Erhöhungen drohen (Stichworte: weitere Treibstoffhöhen durch Öko-Zuschläge, Personalkosten, Fahrzeugkosten, etc.), die deutlich über das VPI-Niveau hinausgehen werden, reagiert man lapidar mit dem Hinweis, sich entweder an die Gemeinde mit der Forderung einer Zuzahlung zu wenden oder von einer Wiederbeauftragung Abstand zu nehmen“, erläutert Blachnik. Seitens der Interessenvertretung will man jedenfalls „nicht aufgeben, unsere Forderung nach notwendiger Tarifierhöhung im Verhandlungsweg durchzubringen.“ Man müsse jedoch zur Kenntnis nehmen, dass derzeit keine Bereitschaft des Ministeriums gegeben und der Interessenvertretung keine zwangsweise Durchsetzung möglich sei. „Uns bleibt daher nur der mühsame Weg von Bewusstseinsbildung und Verhandlungen“, so Blachnik, der abschließend jeden einzelnen Unternehmer auffordert, anhand der konkreten Verkehre zu prüfen, ob man mit den aktuellen Tarifen – auch ohne Zuzahlung von Gemeinden – die Schülerbeförderungsverkehre im kommenden Schuljahr überhaupt noch aufrechterhalten könne! Die endgültigen Tarife kündigt er für den Oktober 2022 an!