

Auf das Umwelttaxi abfahren!

Briefing

Die Situation

Im Herbst dieses Jahres wird in Duisburg das 150. Umwelttaxi zugelassen. Ein erster Meilenstein für saubere Luft in der Stadt ist damit erreicht. Unter einem Umwelttaxi versteht man ein Kraftfahrzeug, das die Abgasnormen D4 bzw. EURO IV erfüllt, sowie mit Kraftstoff sparenden und lärmarmen Reifen nach UZ 89 ausgerüstet ist. In diese Klasse fallen hauptsächlich Fahrzeuge mit Erdgasantrieb, aber auch der Antrieb z. B. mit Biokraftstoffen ist möglich.

Unsere Planung

Wir von den Duisburger Taxiunternehmen und den Taxizentralen haben das Umwelttaxi bisher nicht beworben. Die Fahrzeuge sind in der Stadt unterwegs, aber nur wenige wissen davon. Das soll sich jetzt ändern. Im Frühjahr wollen wir eine gezielte Einführungskampagne starten, die das Umwelttaxi in der Stadt bekannt macht und immer mehr Duisburger bewegt, bei telefonischen Bestellungen in den Taxizentralen gezielt zu verlangen: „Bitte schicken Sie mir ein Umwelttaxi!“

Ihre Aufgabe

Entwickeln Sie eine Kommunikationskampagne, die vorbestellende Fahrgäste in Duisburg dazu motiviert, auf das Umwelttaxi umzusteigen. Es kommt uns darauf an, schnell und nachhaltig eine spürbare Resonanz in den Taxizentralen zu erzielen.

Die Zielgruppe

Mehrere tausend telefonische Taxibestellungen gehen pro Tag in den Zentralen ein. Davon entfallen 40 Prozent auf Unternehmen und Institutionen (Geschäftsfahrten) und 60% auf den Normalbürger (Privatfahrten). Bei den Unternehmen lässt sich beobachten, dass hauptsächlich Stammkunden Gebrauch von der Bestellung machen. Bei den Privatkunden berichten uns die Taxifahrer, dass das Gros der telefonischen Besteller aus der Zielgruppe 30 – 60 Jahre kommt.

Problematisch erscheint uns, dass es für die Fahrgäste eigentlich keinen primären Nutzen gibt. Die Taxifahrt mit dem Umwelttaxi ist weder schneller, noch billiger, noch bequemer. Wir können aus unserer Sicht einzig ideelle Nutzen herausarbeiten: Das Umwelttaxi senkt die Abgaswerte und schützt die Umwelt. Das Umwelttaxi ist geräuschärmer als herkömmliche Taxis.

Zeit und Etat

Die geplante lokale Einführungskampagne für das Umwelttaxi startet in Frühjahr und soll mindestens bis in den Sommer hinein laufen. Mit welcher zeitlichen Dramaturgie die Kommunikation konzipiert ist, darauf erwarten wir von Ihnen eine schlüssige Antwort.

Für alle einführenden Kommunikationsmaßnahmen stellen wir einen Etat von 70.000 Euro zur Verfügung. Darin müssen alle Aktivitäten zur Ansprache der Fahrgäste inklusive Ihrer Agenturleistungen enthalten sein.