

KOMMENTAR

Die Wupsi hat die Kommunikation mit ihrer Zielgruppe verlernt

Dass noch in der ersten Januarwoche eine junge Frau an der Haltestelle Görlitzer Straße vergeblich auf den Bus wartete – über drei Wochen nach dem Fahrplanwechsel am 10. Dezember, noch dazu mit einem Smartphone in der Hand – steht sinnbildlich für die versäumte Kommunikation der Wupsi mit ihren Kundinnen und Kunden. Ob Jung oder Alt, von der neuen Routenführung in Quettingen haben die wenigsten rechtzeitig erfahren. Und es zeigt: Selbst Fahrgäste mit Internetzugang prüfen nicht regelmäßig die Online-Fahrplanauskunft. Vor allem nicht an einer Haltestelle, an der der Bus über Jahrzehnte hinweg im 20-Minuten-Takt gehalten hat.

Ein einfaches Hinweisschild, aufgehängt zum Zeitpunkt des Fahrplanwechsels, am besten sogar kurz davor, hätte wohl gereicht, um den ersten Ärger gar nicht erst aufkommen zu lassen. Aber geschenkt. Fehler passieren, ein Aushang in einem Wartehäuschen kann mal vergessen werden.

So aber war das Fehlen einer Fahrplanauskunft für mindestens drei Wochen der einzige vage Hinweis darauf, dass an der Görlitzer Straße wohl kein Bus mehr halten wird. Erst nach dem 6. Januar hängte die Wupsi die Fahrgastinformation, die über die Aufhebung des Stopps informierte, nachträglich aus. Nach der Berichterstattung im „Leverkusener Anzeiger“ und 13 eingegangenen Beschwerden.

Leider geht die Misere aber noch weiter. Denn auch in ihrer Online-Präsenz bekleckert sich die Busverkehrsgesellschaft nicht unbedingt mit Ruhm. Auf der Website steht unter der Überschrift „Änderungen zum Fahrplanwechsel“ über die betroffenen Linien lediglich folgender Satz: „Änderung des Linienweges im Bereich Quettingen/Bahnstadt – Tausch des Linienweges mit Linie 205/206“. Wer außer ausgewiesenen Fahrtrouten-Experten soll da verstehen, dass die Feldstraße nicht mehr befahren wird? Der Vorwurf, die Wupsi wolle mit so einer unkonkreten Formulierung Unmut aus dem Weg gehen, liegt nicht fern.

Der Schuss ist allerdings nach hinten losgegangen. Der Ärger ist nun vermutlich größer, als wenn die Änderungen von Anfang an transparent und mit Rücksicht auf die Zielgruppen kommuniziert worden wären. Dass sich vor allem ältere Kundinnen und Kunden, die schließlich einen großen Anteil der busfahrenden Gesellschaft ausmachen, hintergangen fühlen, ist verständlich. Ohne Internetanschluss hatten diese Menschen wirklich keine Chance, vom Wegfall der Haltestelle zu erfahren. Die Wupsi hat in diesem Fall eine ihrer wichtigsten Kundengruppen aus den Augen verloren. Ungeachtet der Tatsache, dass gerade Seniorinnen und Senioren von der neuen Routenführung am meisten betroffen sind, wurden sie bereits in der Kommunikation vergessen.

Dass der Vorfall nun dafür sorgt, die Abläufe in Zukunft anzupassen, ist für Menschen wie die 98-jährige Adelheid S. nur ein schwacher Trost. Vielleicht ist es aber zumindest ein Weckruf für die Wupsi. Digitalisierung ist wichtig. Vor allem sollten dabei jedoch die Kundinnen und Kunden eines Dienstleistungsunternehmens nicht aus den Augen verloren werden.