



Authority for Local Public Transport in Vogtland

Revitalisation of the Elster Valley line between Gera (DE) and Cheb (CZ) through a bilingual marketing campaign

During the project period, a tourist guidance system called “Voglar” was created. This includes static and digital information options. The static options include floor graphics at certain stops along the route as well as a brochure for the Elstertalbahn project route. The digital options include the website www.elstertalbahn.de, an augmented reality (AR) app featuring the Voglar character and a video advertising the “Elstertalbahn” on YouTube and other social media.

Achievements and results:

Creation of a bilingual and trilingual control system (website, AR app, floor graphics, brochures in German, English and Czech)

Distribution of the guidance system on the project route and the respective trains

Promotion of route and guidance system in magazines, advertisements, at trade fairs, on social media and the internet

Placing touristic focus on the route and region (e.g. nature, sights, culture)



Lessons learned and policy recommendations:

Cooperation between different interest groups is important. It provides the opportunity to overcome bureaucratic obstacles more easily

Paying attention to user needs led to a mix of static and digital solutions for optimal marketing

Increasing user behaviour with targeted and concrete marketing is possible. Targeted marketing measures must analyse and take user behaviour into account

Extensions to the control system are associated with high financial investment. This cannot be dealt with by surrounding municipalities and would have to be made possible by follow-up projects





Zweckverband ÖPNV Vogtland

Revitalisierung der Elstertalbahnstrecke zwischen Gera (DE) und Cheb (CZ) durch eine zweisprachige Marketingkampagne

Während des Projektzeitraums wurde ein touristisches Leitsystem namens "Voglar" geschaffen. Dieses umfasst statische und digitale Informationsoptionen. Zu den statischen Optionen gehören Bodengrafiken an bestimmten Haltestellen entlang der Strecke sowie eine Broschüre zur Elstertalbahn-Projektroute, zu den digitalen Optionen gehören die Website www.elstertalbahn.de, eine Augmented Reality (AR) -App über Voglar und das Werbevideo "die Elstertalbahn" auf YouTube und anderen Social Media Plattformen.

Erfolge und Ergebnisse:

Schaffung eines zweisprachigen und dreisprachigen Kontrollsystems (Website, AR-App, Bodengrafiken, Broschüren in Deutsch, Englisch und Tschechisch)

Verbreitung des Leitsystems an der Projektstrecke und den jeweiligen Zügen

Bewerbung von Strecke und Leitsystem in Magazinen, Anzeigen, Messen, Social Media und im Internet

Platzieren des touristischen Fokus auf die Strecke und die Region (Natur, Sehenswürdigkeiten, Kultur)

Erkenntnisse und politische Empfehlungen:

Die Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Interessengruppen ist wichtig. Dies bietet die Möglichkeit, bürokratische Hindernisse leichter zu überwinden

Die Berücksichtigung der Benutzeranforderungen führte zu einer Mischung aus statischen und digitalen Lösungen für ein optimales Marketing

Eine Steigerung des Nutzerverhaltens durch gezieltes und konkretes Marketing ist möglich. Gezielte Marketingmaßnahmen müssen das Nutzerverhalten analysieren und berücksichtigen

Erweiterungen des Kontrollsystems sind mit hohen finanziellen Investitionen verbunden. Dies kann von den umliegenden Gemeinden nicht geregelt werden und müsste durch Folgeprojekte ermöglicht werden

