



<https://biz.li/3iag>

AUS ÜSTRA, GVH UND REGIOBUS WIRD DIE NEUE ÜSTRA

Veröffentlicht am 06.04.2024 um 13:01 von Redaktion AltkreisBlitz

Aus drei mach eins: Seit vielen Jahren arbeiten ÜSTRA, regiobus und der Großraum-Verkehr Hannover (GVH) eng und gut zusammen, führten aber komplett eigenständige Logos und Markenwelten. Alle drei Unternehmen wird es auch zukünftig weiter geben. Mit dem heutigen Tag beginnt in der Region Hannover offiziell, was im Öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) in Deutschland seinesgleichen sucht: Durch eine Zusammenführung der Markenwelten wird zukünftig die ÜSTRA als alleinige Marke für die drei Unternehmen sprechen. Mit anderen Worten - aus ÜSTRA, regiobus und GVH wird die neue ÜSTRA.



Elke van Zadel, Ulf-Birger Franz, und Steffen Krach präsentieren das ÜMO. / Foto: GVH, Franz Fender

Das Ziel ist es, den Nahverkehr in der Region Hannover deutlich zu vereinfachen, ihn noch präsenter zu machen und als festen Bestandteil eines modernen, nachhaltigen

und mobilen Lebensstils zu verankern. Hierfür wird die bisherige Marke ÜSTRA grundlegend überarbeitet und neu positioniert. Und sie bekommt mit dem sogenannten ÜMO eine neue Bildmarke, die viel mehr ist als ein neues Logo.

Die Einführung der neuen Marke ist gleichzeitig eng verbunden mit dem Weg hin zum Gemeinschaftsbetrieb von ÜSTRA und regiobus, für den die Regionsversammlung im vergangenen Jahr den Startschuss gegeben hatte.

Steffen Krach, Regionspräsident: "Alle Menschen in der Region Hannover kennen die Marke ÜSTRA und verbinden damit die unterschiedlichsten Geschichten. Daher freue ich mich, dass wir nun eine für den gesamten ÖPNV in der Region Hannover einheitliche Marke haben. Das spart Kosten und macht das System noch effizienter. Besonders gut gefällt mir, dass die Grundform von ÜMO den stilisierten Umriss der Region Hannover darstellt - und dabei lächelt. Genau mit dieser positiven Haltung wollen wir die Mobilitätswende in der Region Hannover gestalten."

Ulf-Birger Franz, Verkehrsdezernent der Region Hannover, Geschäftsführer des GVH und Aufsichtsratsvorsitzender der ÜSTRA: "Dass die ÜSTRA zukünftig auch für den Verkehrsverbund in der Region steht, ist konsequent von den Kundinnen und Kunden her gedacht und in Deutschland einmalig. Für die Verkehrswende müssen wir auch Zielgruppen erreichen, die derzeit überwiegend mit dem eigenen Auto unterwegs sind. Die neue, starke Marke wird uns dabei helfen."

Elke van Zadel, Vorstandsvorsitzende der ÜSTRA und Geschäftsführerin von regiobus: "Mit der Konzentration und dem Fokus auf eine Marke setzen wir um, was unsere Fahrgäste bei Marktforschungsstudien mit Blick auf einen verlässlichen und leistungsstarken ÖPNV deutlich bestätigt haben: Die Zukunft des Nahverkehrs in der Region Hannover ist grün und heißt ÜSTRA."

Denise Hain, Vorstandin und Arbeitsdirektorin bei der ÜSTRA und Geschäftsführerin von regiobus: "Die gemeinsame Nutzung der Marke ÜSTRA wird auch die Identifikation aller Mitarbeitenden bei regiobus und ÜSTRA stärken und eine wichtige Grundlage für das Zusammenwachsen beider Häuser bilden."

Moritz Thauer, Consulting Director von Jung von Matt: "Die Verkehrswende gelingt nur, wenn der ÖPNV ein attraktives Angebot macht. Dafür haben wir der ÜSTRA ein neues, freundliches Gesicht gegeben, das die ganze Region für sich einnehmen kann."

Bereits Ende 2022 hatte - angestoßen vom Großraum-Verkehr Hannover - ein Projektteam mit Beteiligten von GVH, ÜSTRA, regiobus und Regionsverwaltung begonnen, gemeinsam mit der Hamburger Agentur Jung von Matt Brand Identity die Markenauftritte der Unternehmen weiterzuentwickeln. Die Empfehlung aus dem Projekt, zukünftig auf die ÜSTRA als alleinige Marke zu bauen, setzen die Unternehmensleitungen nun um. Jung von Matt ist dafür bekannt, Marken und Produkte mit innovativen Ideen und Konzepten öffentlichkeitswirksam in Szene zu setzen ? wie aktuell mit einer viel gelobten Kampagne für den Deutschen Fußball-Bund und adidas, die bundesweit für großes Aufsehen sorgt.

Der Zeitpunkt und die Rahmenbedingungen für die "neue ÜSTRA" sind ideal: Der Nahverkehr in der Region Hannover genießt überparteilich hohes Ansehen. Eine kürzlich veröffentlichte Studie des Allgemeinen Deutschen Automobil-Clubs (ADAC) bescheinigt Hannover den zweitbesten ÖPNV in Deutschland. Zudem sind nachhaltige Lebensweise und Mobilität den Menschen wichtiger als jemals zuvor.

Alle Beteiligten verbinden mit der starken Marke und dem großen Potenzial des Gemeinschaftsbetriebs ein ehrgeiziges Ziel: Gemeinsam mit der Region Hannover wollen sie den besten Nahverkehr in Deutschland liefern.

Bleibt zum Schluss noch die Frage: Wer oder was ist eigentlich ÜMO? ÜMO ist die neue Bildmarke der ÜSTRA, also ein Zeichen und gleichzeitig viel mehr. In ÜMO stecken der Name der ÜSTRA und die Begrifflichkeiten "Mobilität" und "Emotionen". Und weil ÜMO geschlechtlich neutral ist, heißt es "das ÜMO".

Dieses ÜMO wird den Menschen in der Region Hannover von heute an immer wieder begegnen und Orientierung bieten: an den Stadtbahnen und Bussen, auf den Fahrkartenautomaten, an den Haltestellen und Stationen und, und, und ÜMO ersetzt die bisherigen Logos von ÜSTRA, regiobus und GVH und leitet sich in der Grundform aus dem stilisierten Umriss der Region Hannover ab, in das ein "Ü" eingearbeitet wurde. Die Ü-Punkte wiederum schlagen die Brücke zum Logo der Region Hannover.

ÜMO weckt Emotionen, und wer das ÜMO gesehen hat, wird schnell merken: Der ÖPNV in der Region Hannover hat zukünftig ein noch freundlicheres, sympathischeres Gesicht.