



Kreisverband Frankfurt / Main-Taunus e.V.

Verkehrsclub Deutschland
KV Frankfurt / Main-Taunus
Uhlandstraße 50 HH
60314 Frankfurt am Main

Fon 0 69 / 43 19 89
Fax 0 69 / 43 69 72
info@vcd-frankfurt.de
www.vcd-frankfurt.de

Pressemitteilung

28. Juli 2005

Es schreibt Ihnen:
Undine Büch

Telefon direkt:
0 69 / 42 49 95

eMail direkt: Undine.Buech@vcd-frankfurt.de

Wenn Mäuse oder Golfbälle dem Fahrgast die Sicht versperren

VCD: Fensterflächenwerbung verstößt gegen RMV-Richtlinien

Fensterplätze in Bussen und Bahnen sind beliebt. Der Blick aus dem Fenster dient der Orientierung oder einfach nur der Entspannung. In Frankfurt sitzen Fahrgäste aber immer öfter an Fensterscheiben, die von außen großflächig mit Werbung beklebt sind. Klebefolien, die sich von außen beispielsweise als Teil eines Golfballs oder einer Computermaus entpuppen, behindern von innen die Sicht der Fahrgäste.

Der VCD beklagt, dass Lochrasterfolien die Sicht für die Fahrgäste unzumutbar einschränken und weist darauf hin, dass der Rhein-Main-Verkehrsverbundes (RMV) in seinen „Mindeststandards für Busse“ fordert, dass Fensterflächen von Werbung frei gehalten werden sollen.

Für den VCD müssen die Interessen der Fahrgäste Vorrang vor denen der Werbekunden haben. Daher sei es erschreckend, wie unsensibel die VGF mit dem Thema Fensterflächenwerbung umgehe. Selbst bei Eigenwerbungen, wie der jüngst vorgestellten „Kinderbahn“, würden Fensterflächen mit Folie beklebt. VCD-Sprecherin Undine Büch meint dazu: „Es passt nicht zusammen, wenn auf Fahrzeugen außen Fahrgäste geworben und innen wieder vergrault werden“. Daher ist für den VCD auch das Argument der Werbeeinnahmen nicht stichhaltig. Oberstes Ziel müsse die Gewinnung neuer Fahrgäste und damit die Steigerung der Fahrgeldeinnahmen bleiben. Fensterflächenwerbungen, die den Komfort der Fahrgäste einschränkten und sich negativ auf die Aussenwirkung des ÖPNV auswirkten, widersprächen diesen Ziel. Zudem seien Wettbewerbsverzerrungen bei Ausschreibungen zu befürchten, wenn Verkehrsbetriebe mit Fensterflächenwerbung Zusatzeinnahmen erzielten.

Auch die Werbeagenturen und deren Kunden müssten für die negative Seite von Fensterflächenwerbung sensibilisiert werden. Mit der VGF-Eigenwerbung zum Online-Fahrkartenkauf habe der Fachverband Außenwerbung im Juni ausgerechnet die Reklame zur besten Verkehrsmittelwerbung 2005 in der Kategorie Bahn gewählt, die Fensterflächen in extremer Weise einbezieht. Eine aus undurchsichtiger weißer Folie aufgeklebte Computermaus versperrt bei dieser Bahn auf jeder Seite bei zwei Fenstern die Sicht der Fahrgäste. Der Fahrgastblickwinkel wurde dabei von dem Fachverband vollkommen ausgeblendet.

Aus Sicht des VCD, müssten stattdessen solche Werbegestaltungen prämiert werden, die es schaffen trotz Aussparung der Glasflächen, das Augenmerk auf sich zu ziehen. Selbst bei Niederflurfahrzeugen mit hohem Fensteranteil, könnte dies z.B. durch Einbeziehung der Dachkante erreicht werden.

Bereits 1997, anlässlich des ersten Busses in Frankfurt mit beklebten Scheiben, hatte sich bei einer offiziellen Befragung die Mehrheit der Fahrgäste gegen zugeklebte Fenster ausgesprochen. Argumente waren neben der erschwerten Aussicht auch der fehlende Einblick in die Fahrzeuge. Mit der Teilbeklebung von Fensterflächen wurde diese Werbeform durch die Hintertür trotzdem eingeführt. Da Fahrgäste bei besetzten Fahrzeugen ihre Plätze nicht frei wählen können, sind aber auch Teilbeklebung kein gangbarer Kompromiss. Insbesondere Sehbehinderte, aber auch kleinere Menschen und Kinder würden durch die Sichtbehinderung bei Teilbeklebung diskriminiert.

Im europäischen Ausland, z.B. in fast allen französischen Städten, sei Fensterflächenwerbung daher tabu. Gerade kürzlich hat das Stadtparlament in der norwegischen Hauptstadt Oslo aufgrund von Fahrgastbeschwerden die generelle Abschaffung von Ganzreklame an Bussen und Bahnen beschlossen.

Viele lokale Nahverkehrsgesellschaften in Hessen hätten ebenfalls bereits Fensterflächenwerbung ausgeschlossen. Noch im Geschäftsbericht 2003 habe auch die Lokale Nahverkehrsgesellschaft Frankfurt traffiQ dieses Ziel formuliert. Dessen ungeachtet hat die Verkehrsgesellschaft Frankfurt (VGF) in jüngster Zeit wieder neue Busse und Bahnen mit Fensterflächenwerbung versehen. Der Verkehrsclub Deutschland (VCD) fordert daher nochmals alle Verantwortlichen auf, die RMV-Mindeststandards umzusetzen und auf solche Werbung zu verzichten, die die Fensterflächen von Straßenbahnen, U-Bahnen oder Bussen beansprucht.

Sollten traffiQ und VGF in Frankfurt nicht handeln, sieht der VCD das Stadtparlament in der Pflicht, bei der Fensterflächenwerbung die Notbremse zu ziehen.

Das Faltblatt 'VCD Standpunkt': "Fensterflächenwerbung auf Bussen und Bahnen", das beim VCD angefordert oder von der Homepage www.vcd-frankfurt.de heruntergeladen werden kann, bietet mehr Informationen zu diesem Thema.

Hinweis für die Redaktionen:

Fotos der oben erwähnten VGF-Eigenwerbung „Online-Fahrkartenkauf“ sowie von weiteren aktuellen Beispielen des Frankfurter ÖPNV finden Sie auf der VCD-Homepage www.vcd-frankfurt.de/FFWB.html

Quellen: Die „Mindeststandards für Busse im RMV“ wurden im RMV-Projektreport 03 (Dezember 2003) veröffentlicht. Im traffiQ-Geschäftsbericht 2003 findet sich auf Seite 17 folgender Hinweis: "Werbung hilft, die Kosten für den öffentlichen Nahverkehr im Rahmen zu halten. TraffiQ strebt jedoch im Interesse des Fahrgastes an, auf Ganzwerbungen – vor allen über Fensterflächen – zu verzichten“.