

## Pressemitteilung

09. November 2009

Es schreibt Ihnen:  
Holger Greiner  
E-Mail direkt: holger.greiner@vcd-frankfurt.de

Telefon direkt:  
(0151) 26846475

## Verzicht auf Fensterflächenwerbung gewürdigt

### VCD bedankt sich bei Unternehmen und Einrichtungen

**Frankfurt a. M. - 09. November 2009. Die Regionalgruppe Rhein-Main des Verkehrsclubs Deutschland (VCD) hat sich in einer „Dankeschön-Aktion“ bei verschiedenen Unternehmen und Einrichtungen öffentlich dafür bedankt, dass sie sich bei Werbemaßnahmen auf Straßenbahnwagen in Frankfurt „für eine Variante der Ganzflächenwerbung entschieden haben, die Fensterflächen frei lässt.“ Die hierfür Verantwortlichen hätten, so VCD-Sprecher Holger Greiner, „damit gezeigt, dass auffällige Werbung und Rücksichtnahme auf die Fahrgäste, die gerne einen freien Ausblick aus den Fahrzeugen haben wollen, nicht im Widerspruch zueinander stehen“. Dabei hätten sie unter Beweis gestellt, dass ihnen die Menschen in den Fahrzeugen, auf denen sie werben, auch als potentielle Kunden wichtig sind.**

Gelobt wurden im Rahmen dieser Aktion: das Cubanische Fremdenverkehrsamt, IndiaTourism Frankfurt, die REWE-Zentral Aktiengesellschaft, die Mainova AG und Globetrotter. Die Vertreter des ökologisch orientierten Verkehrsclubs hoffen, „dass auch andere Unternehmen den positiven und vorbildlichen Beispielen folgen und auf Werbung auf Fensterflächen von Bussen und Bahnen verzichten oder sich auf die bewährte traditionelle Bandenwerbung beschränken“. Unternehmen, die diese Bereiche dagegen immer noch für ihre Kampagnen einsetzen, werden im gleichen Zug vom VCD aufgefordert, ihre Vorgehensweise zu überdenken und auch die von ihnen beauftragten Werbeagenturen für das Thema zu sensibilisieren.

„Wer selber schon mit einer Bahn mitgefahren ist, auf deren Fenstern Werbung aufgebracht war, weiß wie negativ Lochrasterfolien die Sicht beeinflussen“, stellt Greiner fest. „Die Aussicht und die Wahrnehmung der Umgebung werden stark beeinträchtigt“. Dies erschwere insbesondere bei Dunkelheit nicht nur für Sehbehinderte die Orientierung. Die Augen von Fahrgästen würden beim Blick durch die Folien häufig überanstrengt, es käme sogar zu Klagen über Kopfschmerzen oder Übelkeit. All dies führe daher bei vielen Nutzern zu Verärgerung – auch über die werbenden Unternehmen – und trage mit zur Unzufriedenheit mit dem ÖPNV bei.

Moderne und attraktive Fahrzeuge seien aber, so der VCD, eine wichtige Voraussetzung, um Nahverkehrs-Kunden zu halten oder zu gewinnen: „Deren Gestaltung und Funktion darf nicht durch überproportionale Werbung beeinträchtigt werden“. Dies müsse endlich auch die Verkehrsgesellschaft Frankfurt (VGF) erkennen, die leider selbst bei ihrer Eigenwerbung und Reklame für gesponserte Projekte Negativ-Beispiele liefere. Bei ihrer Kampagne „Alle fahren mit“ sind 10 Straßen- und U-Bahnen mit überdimensionalen Lettern beklebt worden, die bei fast allen Fenstern die Sicht der Fahrgäste stark einschränken. Der Verkehrsclub Deutschland fordert daher, dass der Wettbewerb nicht zu Lasten der Kunden ausgetragen werden solle und dass Fensterflächen von Bussen und Bahnen künftig generell von der Werbenutzung ausgeschlossen werden müssten. Wenn sich Fahrgäste durch Werbung gestört fühlten, nutze dies letztendlich weder der werbetreibenden Wirtschaft noch den Anbietern von Nahverkehrsleistungen.

**Holger Greiner, Pressesprecher VCD Rhein-Main**