

# **VCD Rechenschaftsbericht 2006**

Herausgeber:

Verkehrsclub Deutschland e.V. (VCD)

Bundesverband

Kochstraße 27, 10969 Berlin

Fon 030 / 2803 51-0

Fax 030 / 2803 51-10

[mail@vcd.org](mailto:mail@vcd.org)

[www.vcd.org](http://www.vcd.org)

Stand: 20. September 2006

## Inhaltsverzeichnis

<b>Verkehrsreferat</b> .....	<b>5</b>
Lobbyarbeit .....	5
Straßenverkehr / Auto .....	7
Vision Zero .....	8
Güterverkehr .....	9
Bahnpolitik .....	11
Fahrgastrechte im Öffentlichen Verkehr .....	12
Tourismus .....	12
Kinder im Verkehr.....	16
Fahrrad .....	17
<b>Kommunikationsreferat</b> .....	<b>21</b>
20-Jahres-Kampagne.....	21
Pressearbeit .....	24
Öffentlichkeitsarbeit .....	29
<b>Schlichtungsstelle Mobilität</b> .....	<b>32</b>
Überblick .....	32
Zahlen, Daten, Fakten .....	32
<b>VCD-Jahresbilanz 2006</b> .....	<b>34</b>
Zahlen, Daten, Fakten .....	34

## **Lobbyarbeit**

Im Herbst 2005 trat der neu gewählte Bundestag zusammen, die schwarz-rote Bundesregierung konstituierte sich. Das bedeutet für den VCD neue Strukturen, neue Ansprechpartner, neue Chancen. Im Berichtszeitraum wurde umfangreich Lobbyarbeit geleistet. Mitglieder des Bundesvorstandes und Mitarbeiter der Bundesgeschäftsstelle nahmen häufig und in einen breiteren Themenspektrum Einfluss in der Bundespolitik für eine umwelt- und sozialverträgliche Mobilität.

## **Koalitionsvertrag**

In Gesprächen mit PolitikerInnen und über unsere Pressearbeit versuchten wir Einfluss auf die das Regierungsprogramm zu nehmen. Die im Koalitionsvertrag skizzierte Programmatik der Verkehrspolitik der großen Koalition kritisierten wir als zu teuer und zu als nicht umweltgerecht. Trotz knapper Kassen soll der Straßenbauetat auf Kosten der Schieneninfrastruktur auf Rekordhöhe gehievt werden. Auch die klimapolitischen Zielsetzungen der Bundesregierung sind nicht ambitioniert und konkret genug. Positiv kommentiert der VCD die schon lange geforderte Abschaffung der Eigenheimzulage und die Reduzierung der Entfernungspauschale.

Der Koalitionsvertrag bleibt für den VCD während der gesamten Legislaturperiode wichtiges Instrument für die Lobbyarbeit, weil wir die dort angekündigten Maßnahmen von den Regierungsfractionen einfordern können und CDU/CSU und SPD in Erklärungsnot geraten, wenn sie nicht angegangen werden. Entsprechend können sich die PolitikerInnen bei allen von uns geforderten Maßnahmen, die im Koalitionsvertrag nicht angekündigt sind, mit Verweis auf den Koalitionsfrieden aus der Pflicht nehmen.

## **Bilaterale Gespräche**

Im Berichtszeitraum gab es zahlreiche bilaterale Gespräche mit Regierungsvertretern, Bundespolitikern sowie Mitarbeitern des Bundeskanzleramtes und der Ministerien, die Politik im Bereich Umwelt, Verkehr und Verbraucherschutz gestalten.

Die bilateralen Gespräche wurden oft vom verkehrspolitischen Sprecher oder einer/s FachreferentIn vorbereitet und gemeinsam mit dem Bundesvorsitzenden Michael Gehrmann geführt. Zusätzlich gab es zahlreiche Gespräche mit FachpolitikerInnen aus dem Bundestag sowie leitenden Beamten zu aktuellen Themen, teilweise sehr ausführlich und konzeptionell, oft aber kurzfristig anberaunt, oft telefonisch, kurz, knapp und situativ.

## **Austausch mit dem Wissenschaftlichen Beirat**

Erstmals gab es in diesem Jahr ein Gespräch des Wissenschaftlichen Beirats mit Abgeordneten des deutschen Bundestages. Das Treffen wurde von der Bundesgeschäftsstelle organisiert und vorbereitet. Eingeladen wurden die verkehrs-, umwelt- und verbraucherpolitischen SprecherInnen/VertreterInnen der Regierungsfractionen. Trotz heftiger Terminkonkurrenz durch die Fußball-WM und Haushaltsberatungen nahmen vier von sechs angefragten Fraktionsexperten an der Diskussion teil. Das Treffen öffnete den MdBs einen zusätzlichen Zugang zu wissenschaftlichem Sachverstand und festigte den Ruf des VCD, für den Michael Gehrmann und Gerd Lottsiepen teilnahmen, als kompetenter Fachverband.

### **»Arbeit in der Lobby«**

Die Präsenz bei den zahlreichen inhaltlich relevanten Veranstaltungen in Berlin ermöglicht die Informationsaufnahme zu aktuellen Entwicklungen aber auch die Diskussion von VCD-Positionen mit Bundespolitikern, Ministerialen, Vertretern anderer Verbände und Unternehmen. Bei solchen Anlässen gab es Gelegenheit auch Bundesministern VCD-Vorstellungen nahe zu bringen.

### **Lobbyerfolge**

Lobbyerfolge des VCD in Form konkreter Gesetzgebung manifestieren sich in der Abschaffung der Eigenheimzulage und der Kürzung der Pendlerpauschale. Weitere wichtige Themenfelder – z.B. Börsengang der Bahn, Stärkung der Verbraucherrechte, Maßnahmen zum Klimaschutz und zur Luftreinhaltung sind auf der Agenda.

### **EU-Ratspräsidentschaft**

Der VCD gibt zur Zeit Input für den Bereich Mobilität für eine NGO-Konferenz und ein NGO-Papier zur deutschen EU-Ratspräsidentschaft im Oktober 2006. Deutschland übernimmt im ersten Halbjahr 2007 die Ratspräsidentschaft und hat bei in diesem Zeitraum eine initierende und vor allem vermittelnde Position. In Zusammenarbeit mit unserem europäischen Dachverband T & E lobbyiert der VCD.

### **Lobby und Pressarbeit**

Sehr wichtig für unser Standing und unsere Durchsetzungskraft in der Politik ist Umfang und Qualität der Berichterstattung über die VCD-Positionen in den Medien. Das gute Medienecho, das der VCD bei vielen Themen hatte, hilft bei der Durchsetzung von VCD-Forderungen. Deshalb ist auch die Schnittmenge von Lobby- und Pressearbeit sehr groß.

### **Ausblick**

»Regierungen kommen und gehen. Themen bleiben.« Eine erstaunliche Aussage angesichts der vergleichsweise langen Regierungszeiten in Deutschland. Die rot-grüne Regierung hatte immerhin sieben Jahre Bestand. Vom VCD gesetzte Themen: z.B. Förderung der Verkehrsmittel des Umweltverbundes, ausreichende Finanzierung des ÖV, Fahrzeuggrenzwerte für den Klimaschutz und die Luftqualität, Verbesserung der Fahrgastrechte usw. müssen nach wie vor mit langem Atem verfolgt werden.

Wir werden die guten Kontakte zu vielen Bundestagsabgeordneten und VertreterInnen der Bundesministerien ausbauen und versuchen, dort stärker mit unseren Argumenten landen zu können, wo Umwelt und Verkehr noch nicht gleichgewichtig im Bewusstsein sind. Auch nach dem Regierungswechsel haben wir eine sehr intensive, konstruktive Kommunikation mit dem Bundesumweltministerium, auch dann, wenn unterschiedliche Auffassungen herrschen. Die Programmatik der Ministerien zeigt, dass die Überschneidungen mit den Zielsetzungen des VCD beim BMU größer sind als bei dem Bundesverkehrsministerium, das weiter den Ausbau der Verkehrswege v.a. der Straße fördern will. Wichtig ist in Bezug auf das BMVBS und andere Ministerien, die in unserem Themenfeld zuständig sind, die Zusammenarbeit genau dort auszubauen, wo gemeinsame Ziele bzw. Projekte den Umweltverbund stärken können.

*Gerd Lottsiepen, verkehrspolitischer Sprecher*

## **Straßenverkehr / Auto**

### **Die VCD Auto-Umweltliste 2005/2006**

Die VCD Auto-Umweltliste erscheint seit 1989. Sie verbindet Verbraucherinformation mit der Analyse umweltrelevanter Auswirkungen des Pkw und politischen Forderungen, die daraus abgeleitet werden.

Die Auto-Umweltliste wurde wie in den Vorjahren in Kooperation mit der fairkehr erstellt und der Ausgabe 4/2006 beigeheftet. Der Beihefter hat 16 Seiten. Die Multiplikatorwirkung durch VCD-Mitglieder ist neben der Presseresonanz ein Grund für den Bekanntheitsgrad der VCD Auto-Umweltliste und damit für ihren Stellenwert in Fachkreisen, Politik und Industrie.

Das Medienecho in diesem Jahr war sehr gut. Das ZDF, SAT 1, N 24 und weitere Privatsender sowie zahlreiche Radiosender berichteten ausführlich in den Nachrichtensendungen. Das Rekordergebnis der TV-Berichterstattung von 2005 konnte zwar nicht erreicht werden, dafür hatten wir aber einige sehr ausführliche Berichte in wichtigen Tageszeitungen der Republik und eine sehr breite Berichterstattung in den Internet-Magazinen und –portalen, so z.B. den meistgeklickten Bericht des Tages bei Spiegel online.

Der Verband der Automobilindustrie (VDA) verzichtete 2006 (leider) auf die heftige Beschimpfung des VCD. Bei den Politikern aller Lager ist die Auto-Umweltliste nicht nur als Service-Produkt sondern auch als Transportmittel politischer Forderungen bekannt.

### **Luftreinhaltung: Partikelfilter, Euro 5 für Diesel**

Der Kampf für die Einführung des Partikelfilters bei Neufahrzeugen kann als gewonnen betrachtet werden. Die Autoindustrie musste sich nach jahrelanger Blockade dem öffentlichen Druck des VCD und der Umweltverbände im Bündnis »Kein Diesel ohne Filter« beugen. Inzwischen werden ca. 75 Prozent aller Neufahrzeug mit Filter ausgestattet.

Bundesregierung und Bundesländern gelang es auch 2006 nicht, die steuerliche Förderung für die Nachrüstung von Gebrauchtpkw auf den Weg zu bringen. Der VCD setzt sich weiter dafür ein, dass schnell ein wirkungsvolles, möglichst aufkommensneutrales Programm zur Förderung der Nachrüstung von Gebrauchtfahrzeugen aufgelegt wird. Außerdem setzen wir uns für die Einführung ambitionierter neuer Grenzwerte für Pkw und Lkw ein, die auf eine Reduzierung des Partikel- und NOx-Ausstoßes abzielen.

### **Spritpreise, Alternativen**

Wie schon 2005 rückten die vergleichsweise hohen Preise für Kraftstoffe ins Zentrum der öffentlichen Diskussion. Wir konnten zu zahlreichen Anlässen unsere Vorstellungen zu Effizienzsteigerungen bei herkömmlichen Antrieben, zu alternativen Antrieben und Kraftstoffen, zu zielführenden politischen Maßnahmen sowie zu einer notwendigen breiteren Förderung des Umweltverbundes transportieren.

### **Ausblick**

Das Themenfeld Auto-Umwelt wird in den nächsten Jahren zunehmend von der Diskussion um den Klimaschutz, um die Energieeffizienz bestimmt werden. Der VCD wird für die Einführung von Verbrauchs- bzw. CO<sub>2</sub>-Grenzwerten für alle motorisierten Verkehrsmittel und die Einführung einer CO<sub>2</sub>-basierten Kfz-Steuer kämpfen. Die Luftreinhaltung wird weiterhin Thema bleiben und noch mehrfach mediale Konjunktur erleben – aber mit den erzielten politischen Erfolgen im Vergleich zum Klimaschutz an Bedeutung verlieren.

### **Drittmittel**

Stärker als in den Vorjahren wurden Kapazitäten in die Akquise von Drittmitteln für Projekte investiert, die dem VCD eine Verbreiterung seiner inhaltlichen, politischen und informatorischen Arbeit erleichtern. In den letzten Wochen vor der BDV starten die Projekte »Informationskampagne umweltgerechter Fahrzeugkauf« und »Clean Car of the Future – Kfz-Steuer als Klimasteuer«. Bei dem »Klimasteuer-Projekt« gelang es uns erstmals, ein – zwar eher kleines, aber politisch sehr relevantes und aktuelles – Projekt durch die Zuwendung einer Umweltstiftung zu finanzieren. Unterstützer ist die in Großbritannien angesiedelte JMG-Foundation. Weitere Projektanträge sind unterwegs und harren einer Entscheidung.

*Gerd Lottsiepen, verkehrspolitischer Sprecher*

### **Vision Zero**

Die »Vision Zero«-Stelle (5 %) hat der VCD eingerichtet für ein Jahr; die Arbeit fiel exakt auf das Kalenderjahr 2006 und wird am 31. Dezember enden, sofern sie nicht mit beantragten Projektmitteln fortgesetzt werden kann.

Die Arbeit an dem Thema »Vision Zero« knüpfte inhaltlich an dem 2004 herausgegebenen Masterplan an. Diesen galt es zu aktualisieren in Bezug auf die verwendeten Daten und inhaltliche »Verkehrsunsicherheitsbefunde«, sowie die daraus abzuleitenden Forderungen zu konkreten Maßnahmen. Die Arbeit setzte aber auch die bisher im VCD geleisteten Arbeiten in den Bereichen Kinder & Verkehr, Tempo 30 und Tempolimit fort und entwickelte Positionen zu verschiedenen anderen Verkehrssicherheitsthemen, wie zum Beispiel Tagfahrlicht und Straßengüterverkehr. Außerdem sollte die 6-seitige Kurzversion des Masterplans neu aufgelegt werden und die Internetseiten sowohl im VCD – Portal, als auch in der vom VCD reservierten Domain [vision-zero.org](http://vision-zero.org). Auch ein Power-Point Vortrag zu Vision Zero wurde in deutsch und englisch ausgearbeitet.

Des weiteren wurde eine zentrale Veranstaltung in Berlin organisiert. Inhaltliche Orientierung, Referatensuche und Veranstaltungsstruktur setzten viel mehr Übersicht über die deutsche Verkehrssicherheitsszene voraus, als angenommen – es wurde somit viel Zeit für Recherche investiert und die Veranstaltung im September mit Erfolg durchgeführt.

Inhaltlich wurden damit mehrere Ziele verknüpft. Der VCD hat bundesweit seinen Alleinstellungsanspruch als einzige Organisation, die öffentlich für Vision Zero eintritt, erneuert. Die Veranstaltung bestand vor 55 Zuhörern aus einer Podiumsdiskussion, bei der die etablierten und aus öffentlichen Haushalten maßgeblich finanziell geförderten Organisationen Deutsche Verkehrswacht, Deutscher Verkehrssicherheitsrat und Bundesverkehrsministerium (vertreten durch die Bundesanstalt für Straßenwesen, BASt)) namhaften Befürwortern von Vision Zero aus dem In- und Ausland gegenüber saßen. Vier Fachreferate stellten darüber hinaus neue Ansätze in der Verkehrssicherheit vor. Die Veranstaltung wurde unterstützt durch die Ausstellung [www.jeden-kann-es-treffen.de](http://www.jeden-kann-es-treffen.de) in deren Rahmen auf sehr persönliche Weise verschiedene Betroffenen von Verkehrsunfällen eine Stimme und ein Gesicht bekommen. Die Veranstaltung sollte die Ausstellung ihrerseits bekannter machen.

*Thomas Kirpal, Projektleiter*

## Güterverkehr

### VCD-Projekt »Lkw-Kampagne«

Der Straßengüterverkehr wächst seit Jahren kontinuierlich, Lkw-Kolonnen auf der rechten Spur der Autobahn gehören zum täglichen Bild. Ein Großteil des Transportgeschehens spielt sich allerdings in den Städten und deren Umland ab. Hierzu gehören insbesondere die Ver- und Entsorgungsverkehre der Wirtschaft und des Handels. Gerade in den Städten ruft der Güterverkehr erhebliche Belastungen in Form von Lärm, Luftschadstoffen und erhöhter Unfallgefahr hervor. Vielerorts haben Kommunen aufgrund erhöhter Feinstaubwerte bereits Durchfahrtsverbote für Lkw angeordnet. Gleichzeitig wird die Belieferung der Geschäfte immer schwieriger: Fehlende oder zugeparkte Ladezonen sowie Engpässe an Laderampen verringern die Produktivität und erhöhen die Kosten.

Um Lösungen für einen stadtverträglichen Güterverkehr aufzuzeigen, die die Umweltbelastungen reduzieren und Probleme bei der Wareneinstellung beseitigen, hat der VCD das Projekt »Lkw-Kampagne« durchgeführt, das von Bundesumweltministerium und Umweltbundesamt gefördert wurde. Ziel war es, praxisorientierte Möglichkeiten zur Verringerung der Belastungen durch den Lkw-Verkehr (Luftreinhaltung, Lärm- und Klimaschutz) zu erarbeiten und in einem Leitfaden aufzubereiten.

Basierend auf einer Analyse des städtischen Güterverkehrs wurde die Kurzbroschüre »Güterverkehr in der Stadt – Ein unterschätztes Problem« erstellt. Auf sechs Seiten sind Details zur der Problematik des städtischen Güterverkehrs sowie erste Lösungsansätze zusammengestellt. Die Kurzinformation verschafft einen schnellen Überblick über dieses komplexe Themengebiet und bietet wertvolle Argumente für die Arbeit vor Ort.

Die Einbindung aller relevanten Akteure aus Transportgewerbe, Einzelhandel, Kommunen bei der Erarbeitung von Lösungsansätzen war dem VCD besonders wichtig. Dies erhöht die Akzeptanz von Maßnahmen, steigert den Erfolg und schärft das Bewusstsein. Gemeinsam mit ausgewählten Akteuren hat der VCD in zwei »Runden Tischen« Probleme des städtischen Güterverkehrs erörtert und praktikable Maßnahmen diskutiert, die in die Entwicklung des im Sommer veröffentlichten Leitfadens »Städtischer Güterverkehr – Umwelt schonen und Kosten sparen« eingeflossen sind.

In dem VCD-Leitfaden sind praxisorientierte Lösungen sowie zahlreiche Informationen und Praxisbeispiele zusammengestellt, die dazu beitragen, den städtischen Güterverkehr umweltverträglicher und effizienter zu organisieren. Der Leitfaden richtet sich an alle Interessierte, die sich über Gestaltungsmöglichkeiten des städtischen Güterverkehrs informieren wollen. Er bietet Hilfestellung bei der Umsetzung geeigneter Maßnahmen insbesondere für Praktiker und Entscheidungsträger aus Transportunternehmen, Handel, Gewerbe und Industrie sowie Kommunen. Neben Tipps für den Kauf umweltschonender Fahrzeuge enthält der Leitfaden Informationen zum optimalen Einsatz von Telematikanwendungen zur Touren- und Routenoptimierung sowie zu Fahrerschulungen. Da Handel und Industrie als Auslöser von Transporten eine bedeutende Rolle spielen, gibt der Leitfaden auch Hinweise und Anregungen, wie durch intelligente Logistikkonzepte und eine bessere Abstimmung der Akteure untereinander Transporte verringert und die Effizienz gesteigert werden kann.

Kommunen können ebenfalls gezielt Einfluss auf den städtischen Güterverkehr nehmen. Vorgaben für den Lieferverkehr bei Neubauvorhaben oder Benutzervorteile für emissionsarme Lieferfahrzeuge sind Beispiele. Darüber hinaus zeigt der Leitfaden auf, wie Unternehmen, Institutionen und Verbraucher durch den Einsatz von Radkurieren sowie die Nutzung von



innovativen Lösungen für den Paketversand einen wertvollen Beitrag zur Entlastung der Umwelt leisten können.

Der VCD will mit seinem Engagement die Diskussion über das Thema Güterverkehr voranbringen und Wege aufzeigen, wie die Versorgung mit Produkten sichergestellt und gleichzeitig Umweltbelastungen verringert werden können. Dabei hat sich gezeigt, dass durch eine entsprechende Planung und ein kooperatives Miteinander der Lieferverkehr in Städten erheblich verbessert und negative Auswirkungen verringert werden können.

*Michael Müller, Referent für Verkehrspolitik*

### **Die Lkw-Maut und ihre Auswirkungen**

Zum 01. Januar 2005 ist die steckenbezogene Lkw-Maut für in- und ausländische Lkw ab einem zulässigen Gesamtgewicht von 12 t auf allen deutschen Autobahnen eingeführt worden.

Im ersten Mautjahr wurden 2,85 Milliarden Euro eingenommen. Einen bedeutenden Verlagerungseffekt des Güterverkehrs auf andere Verkehrsträger hat es laut Bundesamt für Güterverkehr (BAG) bisher nicht gegeben, aber die Leerfahrten sind weniger geworden. Da sich der Mauttarif nach der Schadstoffklasse richtet, ist der Anteil von schadstoffarmen Fahrzeugen (Euro 3 und besser) gestiegen. Außerdem stellen Unternehmen ihre Fuhrparks verstärkt auf Lkw mit zulässigem Gesamtgewicht von unter 12 t um.

Seit der Einführung der Maut weichen schwere Lkw verstärkt auf Bundes- und Landesstraßen aus. Drei Bundesstraßen werden jetzt in die Mautpflicht mit einbezogen. Außerdem ist die Straßenverkehrsordnung (StVO) geändert worden, der § 45 wurde mit Wirkung ab Januar 2006 ergänzt. Seitdem ist es Straßenverkehrsbehörden mit weniger Verwaltungsaufwand möglich, zum Schutz der Wohnbevölkerung vor erheblichen Belästigungen durch Mautverkehr, Straßen für den überörtlichen Durchgangsverkehr mit schweren Nutzfahrzeugen von mehr als 12 t zulässigem Gesamtgewicht zu sperren.

Der VCD fordert die Ausweitung der Maut auf das nachgeordnete Straßennetz, die schrittweise Erhöhung der Maut auf durchschnittlich 45 Cent pro Kilometer sowie die Einbeziehung aller Lkw ab einem zulässigem Gesamtgewicht von 3,5 t.

Die **VCD-Aktion »Mautflucht stoppen«** ist zum 01. Juli 2006 (vorläufig) beendet worden. Seit März 2005 sind bei uns in der Bundesgeschäftsstelle 2100 ausgefüllte Fragebögen von Menschen eingegangen, die sich durch den Mautausweichverkehr gestört fühlen. Die Endauswertung und weitere Informationen zur Lkw-Maut sind zu finden unter [www.vcd.org/lkwmaut.html](http://www.vcd.org/lkwmaut.html)

*Heidi Tischmann, Referentin für Verkehrspolitik*

### **Wegekosten-Richtlinie**

Die »Richtlinie zur Änderung der Richtlinie 1999/62/EG über die Erhebung von Gebühren für die Benutzung bestimmter Verkehrswege durch schwere Nutzfahrzeuge« ist nun endgültig auf EU-Ebene verabschiedet worden. Damit haben sich die Spielräume für eine Weiterentwicklung der Lkw-Maut in Deutschland deutlich erweitert. Bis jetzt gibt es allerdings keine Anzeichen, dass die deutsche Politik in nächster Zeit von diesen Spielräumen Gebrauch machen will.

In Europa gilt von 2012 an eine generelle Mautpflicht für alle Lastwagen mit einem Gewicht von mehr als 3,5 Tonnen. Die EU-Staaten können die Mautpflicht allerdings umgehen, wenn die Kosten für die Erhebung mehr als 30 Prozent der Einnahmen ausmachen oder der zu erwartende Ausweichverkehr eine große Belastung wäre. Also bleibt ihnen überlassen, ob und in welcher Höhe sie Gebühren erheben.

Künftig darf die Maut nach Emissionen, Tageszeit und Saison variieren und Aufschläge für »sensible Gebiete« wie Bergregionen erhoben werden. Die Lkw-Maut darf ab 2006 auch auf ausgewählten Bundesstraßen mit besonders viel Ausweichverkehr ausgedehnt werden. Von dieser Regelung macht Deutschland bereits Gebrauch.

Enttäuschend ist, dass es vorerst keine Internalisierung der Externen Kosten geben wird. Für Gesundheits- oder Umweltschäden sowie Unfälle muss nach wie vor die Allgemeinheit aufkommen. Das widerspricht dem Verursacherprinzip und benachteiligt die Schiene. So ist eine Verlagerung des Güterverkehrs auf andere Verkehrsträger nicht zu erreichen.

*Heidi Tischmann, Referentin für Verkehrspolitik*

### **Masterplan Güterverkehr und Logistik**

Verkehrsminister Tiefensee hat Mitte Juli 2006 verkündet, dass sein Ministerium bis Ende 2007 einen Masterplan Güterverkehr und Logistik erarbeiten will. Der VCD wird sich in die Diskussion einbringen und fordern, das Thema nicht nur unter den Gesichtspunkten »Wettbewerbsfähigkeit, Wachstum und Beschäftigung« zu behandeln, sondern auch die Auswirkungen des Güterverkehrs auf Menschen, Umwelt und Infrastruktur zu berücksichtigen. Ein eigenes VCD Positionspapier ist in Arbeit.

*Heidi Tischmann, Referentin für Verkehrspolitik*

## **Bahnpolitik**

### **Kapitalprivatisierung der Deutsche Bahn AG**

Seit Mitte Januar 2006 liegt dem Deutschen Bundestag und der Öffentlichkeit das Gutachten

»Privatisierungsvarianten der Deutschen Bahn AG mit und ohne Netz« (PRIMON) des Beratungsunternehmens Booz/Allen/Hamilton vor. Zu diesem Thema hat es im Bundestag zwei öffentliche Anhörungen unter der Überschrift »Kapitalprivatisierung der Deutsche Bahn AG« gegeben. Am 10. Mai waren Sachverständige gefragt und am 01. Juni 2006 Verbände, Gewerkschaften und Unternehmen. Auch der VCD war eingeladen.

In seiner Stellungnahme fordert der VCD:

- die Stärkung des Schienenverkehrs u.a. durch die Gleichbehandlung aller Verkehrsträger im Sinne echter Kostenwahrheit,
- die im Grundgesetz verankerte Gemeinwohlverantwortung des Staates für die Bahninfrastruktur beizubehalten,
- eine klare Trennung von unternehmerischen und staatlichen Aufgaben im Schienenverkehr und damit die klare Trennung von Infrastruktur und Transport,
- den ungehinderten und diskriminierungsfreien Zugang zum Schienennetz für alle Bahnen als Grundvoraussetzung für mehr Verkehr auf der umweltfreundlichen Schiene.

Die VCD Stellungnahme ist zu finden unter [www.vcd.org/bahnreform.html](http://www.vcd.org/bahnreform.html)

*Heidi Tischmann, Referentin für Verkehrspolitik*

### **VCD Bahntest 2006**

Unter der Überschrift »Unterwegs durch Europa« haben wir in diesem Jahr mit dem VCD Bahntest die Beratungsqualität für Reisen in das benachbarte Ausland getestet. Damit beauftragt war wie in den Jahren zuvor das Qualitätsforschungsinstitut Quotas aus Hamburg.

Das Testergebnis ist wie erwartet schlecht, nur zwei Drittel der TestkundInnen erhalten die bestmögliche Reiseempfehlung. Die inzwischen neue Beratungssoftware der DB AG hat noch immer ein deutliches Optimierungspotential. Es gab Probleme bei der Ermittlung von Globalpreisen, Sonderangeboten und der Kontingentverfügbarkeit. Auch das Beratungspersonal scheitert, ist mit Auslandstarifen und Angeboten überfordert und bietet nur selten so gängige Vergünstigungen wie die TEE-Familienkarte an. Unsere VCD-Forderungen sind ein europaweit gültiges Preissystem mit internationalen Tarifangeboten, eine gemeinsame europäische Auskunfts- und Buchungsplattform für Bahnreisen und Europapolitische Vorgaben für die Entstehung eines integrierten Europäischen Eisenbahnraums.

Das vollständige Hintergrundpapier zum VCD Bahntest 2006 »Unterwegs durch Europa« unter [www.vcd.org/bahntest.html](http://www.vcd.org/bahntest.html)

*Heidi Tischmann, Referentin für Verkehrspolitik*

## **Fahrgastrechte im Öffentlichen Verkehr**

Zu Beginn dieses Jahres hat das Bundesverkehrsministerium eine Bund-Länder-Kommission eingesetzt, die die Grundlagen für bundesweite Fahrgastrechte im öffentlichen Fern- und Nahverkehr erarbeiten soll. Noch in diesem Jahr soll es dann einen Gesetzentwurf geben. Grundlage der Diskussionen und des Gesetzes ist das ProgTrans-Gutachten, das das BMVBS in Auftrag gegeben hatte.

Der VCD begrüßt dieses Gesetz, das im Gegensatz zu den freiwilligen Selbstverpflichtungen der DB AG in der Kundencharta die gesamte Reisekette berücksichtigen wird, also Fern- und Nahverkehr.

Stellungnahmen des VCD Bundesverbandes findet ihr [www.vcd.org/fahrgastrechte.html](http://www.vcd.org/fahrgastrechte.html)

*Heidi Tischmann, Referentin für Verkehrspolitik*

## **Tourismus**

### **Kooperation Fahrtziel Natur**

Seit 2001 engagiert sich der VCD mit »Fahrtziel Natur« für eine umweltverträgliche Anreise in die deutschen Schutzgebiete. Gemeinsam mit der Deutschen Bahn, BUND, NABU und WWF stehen für den VCD die Biosphärenreservate, National- und Naturparke als attraktive und schützenswerte Urlaubsregionen im Blickpunkt der Kooperation.

Die 14 Fahrtziel Natur-Regionen und drei Nationalpark-Informationszentren (2006) stellen sich unter [www.fahrtziel-natur.de](http://www.fahrtziel-natur.de) vor und informieren über Pauschalangebote, An- und Abreise, Unterkunftsmöglichkeiten, Schutzgebietsführungen und regionale Besonderheiten.

Zur Bewerbung der Fahrtziel Natur-Gebiete wurden auch für die Saison 2006 wieder Faltblätter und Plakate produziert und die Kooperation auf verschiedenen Veranstaltungen wie z.B. im September 2005 bei der Fachtagung »Nachhaltige Mobilität in Großschutzgebieten – Neuer Weg oder Sackgasse für die Tourismusregionen?« vorgestellt.

Erstmals gab es 2006 statt einzelner Faltblätter für alle Fahrtziel Natur-Gebiete eine einheitliche Übersichtskarte mit dem Titel »Exotische Reiseziele in Deutschland«. Die Faltkarte wurde v.a. über die DB-Reisezentren vertrieben.

Im Rahmen der Verbändeförderung konnte der VCD Landesverband Bayern am 04./05. November 2005 die Tagung »Zu(g)kunft für die Alpen – Perspektiven für verträgliche Mobilität und sanften Tourismus« mit Unterstützung von Fahrtziel Natur durchführen. Parallel dazu wurde das Faltblatt »Zügig in den Chiemgau und die Berchtesgadener Alpen« mit einer Auflage von 30 000 Stück erstellt und an Multiplikatoren v.a. im bayrischen Raum verschickt.

*Petra Bollich, Referentin für Verkehrspolitik*

### **Reiselust – neue Wege in den Urlaub**

Im Oktober 2005 konnte der VCD das vom Bundesumweltministerium und Umweltbundesamt geförderte Projekt »Reiselust – neue Wege in den Urlaub« erfolgreich abschließen. Innerhalb von zwei Jahren wurden die Angebote für Urlauber, die ohne Auto verreisen, in zehn deutschen Urlaubsregionen erweitert und über das Internetportal [www.reiselust-deutschland.de](http://www.reiselust-deutschland.de) vermarktet werden. Das Portal bietet interessierten Urlaubern Pauschalangebote wie Kanufahren an der Müritz oder Gleitschirmfliegen im ZweiTälerLand sowie nützliche Adressen und Tipps zur Bus- oder Bahnreise.

Das Reiselust-Portal wird auch in den touristischen Folgeprojekten des VCD »Mobil im Urlaub – Reiselust Deutschland«, »Nachhaltige Klassenfahrten« sowie »Einkaufsführer Bewusst reisen« weiter genutzt und um aktuelle Angebote und Informationen in 2006 ergänzt. Alle drei Projekte werden vom Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) im Rahmen der Kampagne »ECHT GERECHT. Clever kaufen.« finanziell gefördert.

Internationale Anerkennung fand das touristische Engagement des VCD gleich zweimal durch die Auszeichnung im Rahmen des europaweiten Wettbewerbs 2006 »Umweltfreundlich reisen in Europa«. In der Kategorie Konsumentenorientierte Organisationen und Initiativen wurde das VCD-Projekt »Reiselust – neue Wege in den Urlaub« mit dem 3. Platz von den drei österreichischen Bundesministerien für Umwelt, Verkehr und Wirtschaft ausgezeichnet; in der Kategorie Transport wurde der Kooperation »Fahrtziel Natur« der 1. Platz zuerkannt.

*Petra Bollich, Referentin für Verkehrspolitik*

### **Einkaufsführer »Bewusst Reisen«**

Gemeinsam mit der VERBRAUCHER INITIATIVE und der Umweltstiftung WWF Deutschland hat der VCD im Frühjahr 2006 den Einkaufsführer »Bewusst Reisen« aufgelegt. Diese Broschüre bietet wie auch das begleitende Internet-Portal [www.reisekompass-online.de](http://www.reisekompass-online.de) die Möglichkeit, eine geplante Urlaubsreise daraufhin zu überprüfen, ob sie aus Umweltsicht unbedenklich ist. Unterteilt in verschiedene Reisephasen werden die An- und Abreise, die Auswahl des Reiseziels, die Unterkunft oder die geplanten Aktivitäten unter die Lupe genommen und bewertet. Am Ende bekommt der Urlauber eine Übersicht darüber, in

welchen Bereichen seine geplante Reise ökologisch unbedenklich angetreten werden kann und wo es noch Verbesserungsmöglichkeiten gibt. Der Einkaufsführer »Bewusst Reisen« wurde im Rahmen der Kampagne »Echt gerecht. Clever kaufen« vom Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz finanziell gefördert.

*Petra Bollich, Referentin für Verkehrspolitik*

### **Mobil im Urlaub – umweltschonend von Anfang an**

Alles ist möglich in einem umweltschonenden Urlaub. Allein Deutschland umfasst alle Landschaftsformen von der idyllischen Meeresbucht an Nord- und Ostsee, Vulkankegeln in den Regionen Vogelsberg und Eifel, über herrliche Flusslandschaften bis zum Hochgebirge in den Alpen. Wanderer, Fahrradfahrer, Wasserratten, Kulturbegiertere und Erholungssuchende finden in Deutschland ideale Voraussetzungen – kürzere und längere Wander- und Radwege, Surf- und Segelmöglichkeiten, UNESCO-Weltkulturerbe und viele Heilquellen – für jeden ist etwas dabei.

Um VerbraucherInnen über die Vielfalt der Aktivitäten in Deutschland sowie die Möglichkeiten einer umweltschonenden An- und Abreise zum Urlaubsort zu informieren, startete der VCD im November 2005 das Projekt »Mobil im Urlaub – Reiselust Deutschland«. Das im Rahmen der Kampagne »Echt gerecht. Clever kaufen.« vom Verbraucherschutzministerium geförderte Projekt hatte zum Ziel, wichtige Tipps und Tricks für einen gelungenen Urlaub ohne Auto aufzuzeigen und Interessierten zugänglich zu machen.

Die Informationen wurden in dem Reishandbuch »Mobil im Urlaub« zusammengestellt und Anfang 2006 veröffentlicht. Das Reishandbuch stellt Regionen vor, die besonders gut mit Bus und Bahn zu erreichen sind und sich für einen umweltschonenden Tourismus einsetzen. Ein Informationsteil hält viele Tipps und Hinweise für die Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln bereit. Des Weiteren werden viele Telefonnummern, Adressen und hilfreiche Internetadressen angegeben. Die Broschüre »Mobil im Urlaub« wurde auf Messen, Veranstaltungen, in Bahn-Informationszentren sowie bei den Regionen und Organisationen erfolgreich vermarktet.

Schon im vergangenen Projekt »Reiselust – Neue Wege in den Urlaub« unterstützte der VCD bekannte und weniger bekannte Urlaubsgebiete in ihrem Bemühen, Urlaub ohne Auto zu ermöglichen. Bei Akteuren aus Tourismus, Politik und Verkehr wurde das Bewusstsein für die wichtige, aber bisher vernachlässigte Zielgruppe der Urlauber ohne Auto erhöht, besonders in den Partnerregionen. Das Folgeprojekt »Mobil im Urlaub« war ein weiterer wichtiger Baustein, Urlaub ohne Auto zu vermarkten sowie Verbraucherinnen und Verbraucher über Möglichkeiten der umweltschonenden An- und Abreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu informieren. Angesichts steigender Benzinpreise ist es wichtig, attraktive Pauschalangebote für Urlaub ohne Auto anzubieten und gezielt zu vermarkten.

Dass dieses Thema die Verbraucher interessiert und beschäftigt, zeigt das rege Interesse an Messeständen und bei Veranstaltungen sowie an der Broschüre »Mobil im Urlaub«, die mit einer Auflage von 20 000 fast vollständig vergriffen ist.

Auf dem Reiselust-Kommunikationsportal [www.reiselust-deutschland.de](http://www.reiselust-deutschland.de) finden Urlauber und Interessierte, die stressfrei und umweltschonend unterwegs sein wollen, viele spannende Informationen. Dort zeigt der VCD empfehlenswerte Urlaubsregionen, Unterkünfte und Pauschalangebote. Es werden umweltbewusste Reiseveranstalter, weitere Umwelt-Projekte und Ansprechpartner vor Ort vorgestellt. Adressen von Bahnagenturen, die beim Ticketkauf

besonders gut beraten oder Informationen zu aktuellen Veranstaltungen ergänzen das Angebot auf der Reiselust-Internetseite – rund um einen erholsamen Urlaub: mobil und umweltschonend.

*Susann Görnert, Projektleiterin*

### **Nachhaltige Klassenfahrten**

Vielfach ist bei der Organisation von Klassenfahrten aus Sicht der Eltern, Lehrer- und Schülerschaft der Preis ausschlaggebend, nachhaltige Aspekte wie Umweltschutz und Soziales spielen eine untergeordnete Rolle. Dass es attraktive Alternativen zu einer 08/15-Klassenfahrt mit dem Billigflieger gibt, zeigt das VCD-Projekt »Nachhaltige Klassenfahrten« im Rahmen der BMELV-Kampagne »ECHT GERECHT. Clever kaufen.«.

Bestehend aus drei Einzelbausteinen, einem Beratungsleitfaden, begleitenden Internetseiten und zwei Schnupperklassenfahrten für Lehrerinnen und Lehrer, soll Lehrkräften, Eltern, Schülerinnen und Schülern die konkrete Vorbereitung und Durchführung nachhaltiger Klassenfahrten erleichtert werden. Die Planungshilfe »Nachhaltige Klassenfahrten« liegt seit Februar 2006 als Broschüre (Auflage 10 000 Stück) und im pdf-Format vor (kostenloser Download unter [www.reiselust-deutschland.de](http://www.reiselust-deutschland.de)). Sie stellt beispielhaft Klassenfahrten vor, die nachhaltige Aspekte wie die umweltfreundliche Anreise mit Bus und Bahn oder die Wahl der Jugendunterkunft mit einer gesunden und vollwertigen Ernährung anbieten. Ergänzt durch ein spannendes Begleitprogramm wie eine GPS-Tour durch das Ruhrgebiet oder Mountainbiken in Südfrankreich bieten die Pauschalangebote vielfältige Erlebnisse für alle Altersgruppen.

Die vom VCD bereits bestehende Homepage [www.reiselust-deutschland.de](http://www.reiselust-deutschland.de) wurde neu konzipiert, so dass die »Nachhaltigen Klassenfahrten« einen eigenen Teilbereich bilden. Insgesamt werden auf [www.reiselust-deutschland.de](http://www.reiselust-deutschland.de) alle touristischen Projekte, an denen der VCD im Rahmen der Akteurskampagne »ECHT GERECHT. Clever kaufen.« beteiligt ist, übersichtlich dargestellt. Dies sind neben den »Nachhaltigen Klassenfahrten« die Projekte »Mobil im Urlaub« und »Einkaufsführer Bewusst reisen« gemeinsam mit der Verbraucherinitiative und dem WWF.

Vom 20.-24. Februar hat der VCD e.V. die Planungshilfe »Nachhaltige Klassenfahrten« auf Europas größter Bildungsmesse DIDACTA in Hannover vorgestellt. Mehr als 70 000 Beseherinnen und Besucher konnten sich damit am VCD-Messestand Tipps für eine nachhaltige Mobilität – auch auf Klassenfahrten – holen.

Der VCD bietet mit seinem Kooperationspartner Stattreisen aus Hannover im Herbst 2006 zwei Fortbildungsveranstaltungen für Lehrkräfte in Form von »Schnupperklassenfahrten« an. Diese »Schnupperklassenfahrten« für Lehrerinnen und Lehrer bieten eine Orientierung, wie nachhaltige Klassenfahrten aussehen und organisiert werden können. Spaß, Qualität und schulischer Bildungsauftrag bilden dabei keinen Gegensatz.

Die erste Fahrt vom 01. bis zum 03. Oktober ins Kinder- und Erholungszentrum (Kiez) Güntersberge nach Sachsen-Anhalt. Die zweite Fahrt führt in die Hauptstadt der Tschechischen Republik. Prag soll als Fallbeispiel verdeutlichen, dass Auslandsklassenfahrtenziele auch ohne die Nutzung des Flugzeuges problemlos mit umweltschonenderen Verkehrsmitteln wie der Bahn erreicht werden können.

Noch bis zum 30. November 2006 läuft das Projekt »Nachhaltige Klassenfahrten«. Petra Bollich, Referentin für Verkehr beim VCD, hat die Projektleitung zum 01. Mai 2006 an Ulrich

Kohnen, bis Ende Mai 2006 Leiter des Projektes »Reduzierung der Umweltfolgen des Flugverkehrs« abgegeben.

*Ulrich Kohnen, Projektleiter*

## **Kinder im Verkehr**

### **Förderwettbewerb »Schule bewegt!«**

In Kooperation mit dem Deutschen Kinderhilfswerk hat der VCD im Herbst 2005 bundesweit Schulen aufgerufen, Pilotprojekte für einen sicheren und bewegungsfördernden Schulweg zu entwickeln und umzusetzen. Hierfür stellten beide Organisationen einen gemeinsamen Förderfonds in Höhe von 30 000 € (aus Spendenmitteln) zur Verfügung.

Eine Jury aus Verkehrs- und SpielraumexpertInnen sowie SchülerInnen hat die 15 erfolgversprechendsten Projekte ausgewählt, die bis Mitte 2006 umgesetzt werden sollten. Als Schirmherrin für den »Schule bewegt«-Förderwettbewerb konnte die Hauptdarstellerin der TV-Serie »Verliebt in Berlin« Alexandra Neldl gewonnen werden.

### **Beratungsleitfaden »Nachhaltige Mobilität in der Schule« plus CD-Rom**

Immer mehr Kinder und Jugendliche legen ihre Schul- und Freizeitwege mit Hilfe von Elterntaxis zurück. Dies führt nicht nur zu einer weiteren Zunahme des Verkehrs mit all seinen negativen (Umwelt-)Folgen sondern auch zu einem Mangel an Bewegung und sozialen Kontakten der jüngsten VerkehrsteilnehmerInnen.

Im Auftrag des Umweltbundesamtes führte der VCD zusammen mit dem ifeu-Institut Heidelberg und der PH Schwäbisch Gmünd das Forschungsvorhaben »Nachhaltige Mobilitätserziehung in der Schule« durch. Als Produkt des Forschungsvorhabens wurde 2006 der Beratungsleitfaden »Nachhaltige Mobilität in der Schule« für alle Schul-/ Altersstufen erstellt. Der Beratungsleitfaden »Nachhaltige Mobilität in der Schule« möchte zu einer aktiven Verbesserung der schulischen Verkehrssituation beitragen und das Interesse für umweltschonende Verkehrsmittel wecken. So wird beispielsweise in sechs einfachen Schritten erläutert, wie man ein Mobilitätsprojekt (z.B. Walking Bus) vor Ort an einer Schule umsetzen kann. Die dem Beratungsleitfaden beiliegende CD-Rom gibt konkrete Vorschläge, wie das Thema Nachhaltige Mobilität von der Grundschule bis zur Sekundarstufe II in den Unterricht eingebunden werden kann. Projektbeispiele von bereits durchgeführten Aktionen an Schulen und Vorlagen für Elternbriefe ergänzen die z.T. fächerübergreifenden Unterrichtsvorschläge.

### **Aktionstag »Zu Fuß zur Schule« und Weltkindertag 2005**

Zum 11. Mal in Folge fand am 22. September 2005 der internationale Aktionstag »I walk to school« – »Zu Fuß zur Schule« statt. Der VCD unterstützt die Kampagne bundesweit bei der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie durch viele lokale Aktionen der Landes- und Kreisverbände. Über Links auf der VCD-Homepage können Vorlagen für Elternbriefe und Tipps für Aktionstage an Schulen heruntergeladen werden, die die Bedeutung eines Schulweges unterstreichen, der zu Fuß oder mit dem Fahrrad zurückgelegt wird.

*Petra Bollich, Referentin für Verkehrspolitik*

## **Fahrrad**

### **Fahrradpolitik: Die AG Radverkehr im BMVBS**

Die Bundesregierung hat mit der Vorlage des Nationalen Radverkehrsplans (NRVP 2002–2012) eine aktive Rolle für den Radverkehr übernommen. Der NRVP definiert die Förderung des Radverkehrs als gemeinsame Aufgabe von Bund, Ländern und Gemeinden. Die Federführung zur Umsetzung des Nationalen Radverkehrsplans liegt im Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS) bei der Arbeitsgruppe Radverkehr. Hierfür waren 2,5 Planstellen vorgesehen. Im Mai 2006 hat der VCD in einem Schreiben an den Bundesminister für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung, an die Staatssekretäre im BMVBS und die Mitglieder der Bundestagsausschüsse für Verkehr, Umwelt und Tourismus um eine Stellungnahme gebeten, wie die personelle Ausstattung nach dem altersbedingten Ausscheiden einer Mitarbeiterin und die funktionelle Eingliederung der AG Radverkehr in Zukunft gehandhabt werden soll.

Neben verschiedenen Einzel-Anfragen an die Bundesregierung wurde das Thema schließlich in einer Fragestunde im Bundestag thematisiert. Demnach wird die Arbeitsgruppe Radverkehr der Abteilung »Stadtentwicklung und Wohnen« im BMVBS angegliedert. Hierdurch sollen Synergien geschaffen werden, um das Ausscheiden und Nichtwiederbesetzen der einen Planstelle der AG Radverkehr auffangen zu können.

*Petra Bollich, Referentin für Verkehrspolitik*

### **VCD-Kampagne »FahrRad! – Wer zur Schule fährt, gewinnt!«**

Im Mai 2006 – nach entsprechenden Vorarbeiten – startete die VCD-Kampagne »FahrRad! – Wer zur Schule fährt, gewinnt!«. Da sie einen Beitrag zur Umsetzung des Nationalen Radverkehrsplanes 2002-2012 (NRVP) leistet, wird sie vom Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS) aus nicht-investiven Mitteln zur Umsetzung des NRVP gefördert.

Ziel der Kampagne, das Image des Fahrrades in der Zielgruppe der Jugendlichen zu verbessern, Spaß am Fahrrad zu vermitteln und darüber hinaus Anreize für Jugendliche zu schaffen, das Fahrrad langfristig stärker in die Alltagsmobilität zu integrieren. Lehrerinnen und Lehrern liefert die Kampagne konkrete Unterrichtsideen rund ums Rad und leistet damit – entsprechend den Empfehlungen der Kultusministerkonferenz zur Verkehrserziehung – einen Beitrag zur nachhaltigen Mobilitätserziehung in der Schule.

Von Mai bis Oktober 2006 sind Schülerinnen und Schüler der 7.-10. Klassen aller Schulformen aufgefordert, mit dem Fahrrad zur Schule zu kommen und ihre dabei zurückgelegten Kilometer auf Sammelbögen oder -plakaten festzuhalten. (Klassen)Ziel ist es, symbolisch die 2 454 Kilometer lange Strecke durch Deutschland, die auf dem Internetportal [www.virtuelle-radtour.de](http://www.virtuelle-radtour.de) verortet ist, zu bewältigen. D.h. mit jedem real gefahrenen Kilometer auf dem Schulweg, kommt die ganze Klasse auf der virtuellen Radtour im Internet weiter. An den zehn verschiedenen Stationen und sieben Infopunkten der virtuellen Radtour wartet Interessantes, Wissenswertes und Kurioses rund um das Thema Fahrrad mit weiterführenden Links sowie Mitmach-Aktionen (z.B. ein »Fahrrad-Sicherheitscheck«, die Planung einer nachhaltigen Klassenfahrt, das Entwerfen von Fahrrad-Werbeplakaten usw.) und Gewinnchancen (z.B. Klassenreise, Fahrrad, Fahrradruksäcke usw.), wodurch Anreize zur Teilnahme geschaffen wurden. Zudem gibt es an den Stationen allgemeine, geographische und politische Informationen zu den Städten und Bundesländern, die »durchradelt« werden. Den Lehrkräften liefern die Stationen themenbezogene, ausgearbeitete Unterrichtsideen. So bietet



beispielsweise die Station 5 »Fahrrad & Klima« das Planspiel »Klimaschutz und Radverkehr« sowie Unterrichtsmaterialien zur Berechnung des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes auf dem Schulweg.

Derzeit meldeten sich mehr als 1 700 Schülerinnen und Schüler mit 74 Klassen zu »FahrRad!« an und täglich besuchen zwischen 40 und 130 Besucher den Internetauftritt. Wir erwarten ein Anstieg der Anmeldungen mit Beginn der Schule nach den Sommerferien. Dass die Kampagne bereits jetzt als Erfolg bezeichnet werden kann, zeigt die Jury-Nominierung im Rahmen von »Best for Bike« – dem bekanntesten Wettbewerb für innovative Radverkehrsprojekte in Deutschland. Hier wurde »FahrRad! – Wer zur Schule fährt gewinnt als eines von fünf Projekten als »fahrradfreundlichste Entscheidung des Jahres 2006« ausgezeichnet.

Die Auszeichnung fand am 14.09.2006 während der Fahrradmesse IFMA im Rahmen des Kongresses »Lust auf City- neue Strategien für urbane Mobilität« in Köln statt. Bei der IFMA war der VCD zum ersten Mal seit geraumer Zeit wieder mit einem Messestand vertreten, um den über 50 000 Messebesuchern vom 14.–17.09.2006 u.a. die aktuelle »FahrRad!«-Kampagne vorzustellen. Hier konnten ehren- und hauptamtliche VCD-ler aktiv Mitglieder gewinnen, gezielte Informationen und VCD-Materialien verteilen sowie über die verkehrspolitische Arbeit des Verbandes berichten.

Ergänzt wurden die VCD-Präsenz durch einen Vortrag mit den Schwerpunkten »Vision Zero, Schule bewegt! und FahrRad!« zum Kinderkongress »Lebe wild und gefährlich!«, der am zweiten IFMA-Messtag stattfand.

**Wie geht es weiter?:** Zum Abschluss der Kampagne wird es eine Broschüre inklusive CD-ROM geben, die zum einen die Aktionen und Projekte der teilnehmenden Schulen, O-Töne, Erfahrungsberichte, Ideen und Anregungen der Schülerinnen und Schüler rund ums Fahrradfahren dokumentiert und zum anderen Lehrkräften die nötigen Informationen und Unterrichtsmaterialien zum nach- und weitermachen liefert.

*Michaela Mohrhardt, Romy Mothes und Petra Bollich: Projektteam »FahrRad!«*

### **Reduzierung der Umweltfolgen des Flugverkehrs**

Vom 13. April 2004 bis zum 31. Mai 2006 lief das von BMU und UBA geförderte VCD-Projekt »Reduzierung der Umweltfolgen des Flugverkehrs«. Die Projektleitung lag zuletzt bei Ulrich Kohnen, unterstützt wurde er dabei von seiner fleißigen und kompetenten studentischen Assistentin Katrin Bienge.

### **Inhalte, Ziele und Instrumente des Projektes**

Das Projekt diente der Stärkung der Lobby- und Öffentlichkeitsarbeit zur Bekämpfung von Fluglärm sowie sonstiger negativer Umweltfolgen des Flugverkehrs. Das Projekt begleitete die flugverkehrsrelevanten politischen, juristischen und legislativen Prozesse auf nationaler und europäischer Ebene, beispielsweise die Novellierung des Fluglärmgesetzes und die Ausbauplanungen an verschiedenen Flughafenstandorten. Durch die Herausgabe eines Newsletters, die Durchführung von Tagungen und Workshops sollte ein Informationsaustausch und eine Vernetzung der Verbände, Fachleute und Bürgerinitiativen, die sich für eine Reduzierung der Umweltfolgen des Flugverkehrs einsetzen, organisiert werden. Inhalte der Tagungen und Workshops waren Lärmwirkungsforschung, Möglichkeiten zur Einbeziehung des Flugverkehrs in die Bemühungen zum Klimaschutz sowie Möglichkeiten der Stärkung der Bürger- und Öffentlichkeitsbeteiligung bei luftverkehrsrechtlichen Vorhaben. Aktive (VCD-Gliederungen, Bürgerinitiativen, Umweltgruppen), die sich im Kampf gegen die

negativen Auswirkungen des Flugverkehrs engagieren, wurden durch die Bereitstellung von Arbeitsmaterialien und die Unterstützung von Aktionen vor Ort begleitet.

### **Die verbandsinternen und verbändeübergreifenden Aktivitäten**

Das Projekt war gekennzeichnet durch eine enge Kooperation mit den VCD-Gliederungen, die sich des Themas Flugverkehr annehmen sowie durch eine Kooperation mit anderen mit dem Thema Flugverkehr befassten Umweltverbänden, Umweltgruppen und Bürgerinitiativen. Bedeutende Foren hierfür waren der VCD-Arbeitskreis Flugverkehr sowie der Arbeitskreis Flugverkehr der Umweltverbände, an dem neben Vertretern von BUND, Germanwatch, der Bundesvereinigung gegen Fluglärm und Robin Wood auch Vertreter des Umweltbundesamtes, des Umweltministeriums sowie befreundeter europäischer Umweltverbände teilnahmen und teilnehmen. Der VCD ist derzeit im Verbände-AK mit Monika Ganseforth vertreten. Der Verbände-AK koordiniert die politische Arbeit der Umweltverbände zu flugverkehrsrelevanten Themen.

So hat der AK eine gemeinsame Stellungnahme zur Novellierung des Gesetzes zum Schutz gegen Fluglärm erarbeitet und im Rahmen der Expertenanhörung im Umweltausschuss des Deutschen Bundestages am 08. Mai diesen Jahres vertreten.

Die Arbeit des VCD-Arbeitskreises Flugverkehr unterstützte das Projekt in der Planung, Durchführung und Protokollierung der AK-Treffen.

### **Im Rahmen des Projektes erstellte Publikationen**

Im Mai 2006 ist in einer Auflage von 5000 Exemplaren die Abschlussbroschüre zum Projekt erschienen. Die Broschüre gibt einen Überblick über die aktuellen politischen Prozesse, die für den Flugverkehr relevant sind. Sie zeigt die negativen Auswirkungen des Flugverkehrs auf und möchte betroffenen Bürgerinnen und Bürgern eine Argumentationshilfe für einen besseren Schutz an die Hand geben. Die Broschüre beleuchtet die vielschichtigen Wirkungen des Flugverkehrs auf Mensch und Umwelt und zeigt Instrumente auf, die geeignet sind, die negativen Folgen des zunehmenden Flugverkehrs zu reduzieren. Sie setzt sich darüber hinaus kritisch mit den tatsächlichen Auswirkungen des Flugverkehrs auf die wirtschaftliche Entwicklung der Regionen auseinander. Neben der gedruckten Version wird die Broschüre auf dem Internetauftritt des VCD zum Herunterladen angeboten.

Seit Oktober 2005 wurden im Rahmen des Projektes folgende Presse- und Öffentlichkeitsarbeit gemacht (Auszug):

- 20.11.2005: Vortrag »Billigflieger: Geschäftsmodell und Umweltfolgen« auf den Esslinger Umwelttagen auf Einladung eines Mitglieds des Esslinger Stadtrates.
- 16.01.2006: Radiointerview im WDR zur Klimaschädlichkeit des Flugverkehrs
- 07.02.2006: Vortrag zum Thema »Umweltfolgen des Flugverkehrs« vor Berliner Umweltjuristen.
- 08.02.2006: Parlamentarischer Abend zu Fluglärmgesetz und Abbau der Steuervergünstigungen für den Flugverkehr (Details folgend)
- 17.02.2006: Radiointerview im HR zur Novellierung des Gesetzes zum Schutz gegen Fluglärm.
- 16.03.2006: Radiointerview mit dem WDR zur Steuerbefreiung von Kerosin
- 17.03.2006: Radiointerview mit dem Münchener Sender Radio Lora zur Steuerbefreiung von Kerosin.
- 24.04.2006: Pressekonferenz des VCD anlässlich des Tages gegen Lärm zusammen mit der Deutschen Gesellschaft für Akustik und der Berufsgenossenschaft Bau. Schwerpunkt des VCD-Statements war die Novelle des Fluglärmgesetzes.

- 25.04.2006: Radiointerview im BR zur Klimaschädlichkeit des Flugverkehrs.
- 13.05.2006: Vortrag »Flugverkehr und Klimawandel« im Rahmen einer Fachtagung des MdB Anton Hofreiter in Nürnberg.
- 14.07.2006: Radiointerview mit dem Münchener Sender Radio Lora zur Steuerbefreiung von Kerosin, der Klimawirksamkeit des Flugverkehrs und den Auswirkungen des Ausbaus von Regionalflughäfen auf Wirtschaft und Arbeitsplatzentwicklung.

Am 08. Februar 2006 veranstaltete der VCD im Rahmen des Projektes einen Parlamentarischen Abend. Themenschwerpunkte der Veranstaltung waren die Novellierung des Gesetzes zum Schutz gegen Fluglärm sowie der Abbau steuerlicher Begünstigungen des Flugverkehrs gegenüber anderen Verkehrsträgern. Vertreter und Vertreterinnen aller Bundestagsfraktionen und der Umweltverbände, von Bürgerinitiativen gegen Fluglärm sowie der Wissenschaft sind der Einladung gefolgt.

Astrid Klug, Parlamentarische Staatssekretärin im Umweltministerium referierte zum aktuellen Entwurf des Fluglärmgesetzes aus Sicht der Bundesregierung, der Beitrag von Prof.-Dr. Brigitte Schulte-Fortkamp vom Institut für Technische Akustik der TU Berlin hatte die gesundheitlichen Wirkungen nächtlichen Fluglärms zum Thema. Der Vortrag von Dr. Dietrich Brockhagen, Geschäftsführer der atmosfair GmbH thematisierte die zunehmende Auswirkung des Flugverkehrs auf den Klimawandel. Der Vortrag von Ulrich Kohnen hatte die Anforderungen an einen umwelt- und sozialverträglichen Flugverkehr aus Sicht der Umweltverbände zum Thema.

Der Einladung folgten insgesamt über 50 Personen darunter 16 MdBs. In der Vorwoche hatte das Kabinett einen Entwurf des Fluglärmgesetzes verabschiedet. Dies wird sicherlich zum regen Interesse an dieser Veranstaltung beigetragen haben.

#### **Fazit**

Die zahlreichen Anfragen von Medien, Experten, Expertinnen und von den negativen Auswirkungen des Flugverkehrs betroffenen Bürgerinnen und Bürgern an den VCD zu den verschiedenen Aspekten der negativen Auswirkungen des Flugverkehrs machen deutlich, dass es dem VCD durch die Bearbeitung des Projektes »Reduzierung der Umweltfolgen des Flugverkehrs« gelungen ist, sich als kompetenter Ansprechpartner in diesem Bereich zu etablieren und zu positionieren. Auch ist es dem VCD gelungen, zur Sensibilisierung großer Teile der Bevölkerung für die negativen Auswirkungen des Flugverkehrs einen Beitrag zu leisten.

*Ulrich Kohnen, Projektleiter*

## Kommunikationsreferat

---

### 20-Jahres-Kampagne

Warum eine Mitgliedergewinnungs-Kampagne im Jubiläumsjahr? Wir haben in den vergangenen 20 Jahren doch so viel bewegt und mit Fug und Recht kann man behaupten, dass die Wirklichkeit auf deutschen Straßen ohne den VCD anders aussehen würde. Dass unsere Arbeit auch nach 20 Jahren notwendig ist, zeigen die vielen ungelösten Aufgaben in der aktuellen Verkehrspolitik. Die VCD-Protestaktion gegen die geplante Kürzung der Regionalisierungsmittel in die diesem Frühjahr zeigt, dass wir etwas bewegen können, wenn wir so bleiben wie wir sind: kritisch, hartnäckig, kompetent. Die 17 281 Unterschriften, die vor Ort gesammelt wurden, zeigen, dass unsere Arbeit notwendig ist. Jedoch, und genau das ist der Punkt: diese Unterstützung in der Sache bringt uns nicht automatisch neue Mitglieder! Im Gegenteil: Es wird immer schwieriger, neue Mitglieder zu gewinnen und die alten zu halten. Und es ist nach wie vor traurig aber wahr, dass immer noch für viele, die das Auto nur als eines von mehreren Verkehrsmitteln begreifen, der VCD als ökologische Alternative zum ADAC noch immer kein Begriff ist. Diese zu gewinnen ist unsere größte Herausforderung. Aus diesem Grund haben wir unsere Anstrengungen im Kommunikationsreferat seit Ende letzten Jahres darauf konzentriert, alles Notwendige für die Mitgliederwerbung zu entwickeln und bereitzustellen. Im Jubiläumsjahr sollten mehr als nur die Korke knallen; wir wollen 20 Monate alles daran setzen, unseren Bekanntheitsgrad in der breiten Öffentlichkeit zu steigern.

Das gelingt uns nur mit kontinuierlicher Präsenz und wiederkehrenden Aktionen vor Ort, mit bundesweiten, konzertierten Aktionen zu bestimmten Inhalten (z.B. der Aktion zur diesjährigen VCD-Autoumweltliste im Rahmen der Woche der Mobilität), mit Kooperationspartnern/ strategischen Partnerschaften. Und dann spielen Kommunikationsmaßnahmen mit hohen Reichweiten (Plakatwerbung, (Frei-) Anzeigen, Postkarten, Kino-Werbepot usw.) eine wichtige Rolle.

### Neue Materialien für die Mitgliederwerbung

Ziel muss sein, kurz und knapp zu formulieren was der VCD ist und wofür er steht. Gleichzeitig ist es wichtig, unmissverständlich zu transportieren, warum es sich für den Einzelnen lohnt, VCD Mitglied zu werden, Sympathie und Interesse bei den verschiedenen Zielgruppen zu wecken mit jeweils einer klaren und einfachen Botschaft. Dazu haben wir sechs unterschiedliche Slogans und Bildmotive entwickelt, die auf den Beitrittspostkarten, den Plakaten in verschiedenen Formaten und auf Anzeigen zum Einsatz gekommen sind. In Kombination mit den neu zusammengestellten und zum Teil aktualisierten thematischen Aktionspaketen können potenzielle Mitglieder zielgruppengerecht angesprochen werden. Sei es die Ansprache von Menschen mit Kindern (»Wir wollen mehr Sicherheit für Kinder im Verkehr«), von umweltbewussten AutofahrerInnen (»Wir wollen mehr saubere Autos«), von RadfahrerInnen (»Wir wollen mehr Platz für Fahrräder«) oder von NutzerInnen von Bus und Bahn (»Wir wollen gute Verbindungen«, »Wir wollen mehr Bus und Bahn«). Gleichzeitig haben wir eine »Kampagnen-Mappe« entwickelt.

### Kinowerbespot

In der zweiten Jahreshälfte stand das große Projekt VCD-Kinowerbespot auf der Agenda. Bislang haben wir bei verschiedenen Agenturen angefragt und mögliche Storyboards diskutiert. Die Aufgabe, in 30 Sekunden auf sympathische und unverkrampfte Weise klarzumachen, was der VCD ist, was der VCD will, ist nicht einfach!

### **Die Jubiläumsmitgliedschaft**

Pünktlich seit dem offiziellen VCD-Geburtstag können wir es potenziellen VCD-Mitgliedern in diesem Jahr besonders leicht machen: mit der attraktiven »Jubiläumsmitgliedschaft« (für Einzelmitglieder). Bis zum 31.12.2006 kann man für einen Jahresbeitrag in Höhe von 22 Euro, der dem ermäßigten Beitrag entspricht, VCD-Mitglied werden. Wer dazu gleich den VCD-Komplettschutzbrief mit Ökobonus abschließt, ist genauso so sicher wie bei den gelben Engeln und im besten Fall noch 20 Euro günstiger! Aber egal ob mit oder ohne Auto, die Mitgliedschaft im VCD lohnt sich immer. Damit sind wir gegenüber dem ADAC wirklich konkurrenzfähig und wir können uns noch besser als die ökologische Alternative zum ADAC verkaufen: VCD-Schutzbrief: 59 Euro, mit Ökobonus: 49/ 39/ 33 Euro. VCD-Mitgliedschaft mit Schutzbrief: 81/ 71/ 61/ 55 Euro. Der vergleichbare ADAC-Schutzbrief (Gültigkeit auch im Ausland) kostet 78 Euro (ermäßigt 67 Euro). Selbstverständlich werden wir unsere Jubiläumsmitglieder nach Ablauf des ersten Jahres darauf hinweisen, dass es uns hilft, wenn sie sich für die »reguläre« Einzelmitgliedschaft entscheiden. Auf den neuen Beitrittspostkarten, im Jubiläums-Imageflyer und im Schutzbrief-Jubiläumsflyer wird dieses Angebot dargestellt.

### **Die Kampagne vor Ort**

Für den Erfolg der Kampagne ist das Mitwirken der Aktiven vor Ort von entscheidender Bedeutung. Um möglichst frühzeitig alle Beteiligten mit ins Boot zu nehmen fand am 04.03.2006 in der Bundesgeschäftsstelle ein Aktiven-Workshop zur 20-Jahres-Kampagne statt, zu dem VertreterInnen aller VCD-Landesverbände eingeladen waren. Dort wurde das Gesamtkonzept der Kampagne vorgestellt und anschließend in verschiedenen Arbeitsgruppen umsetzbare Aktionsideen/-maßnahmen für die Mitgliederwerbung vor Ort diskutiert. Die Schwerpunkte lagen auf folgenden Bereichen:

- Mitgliederwerbung durch Verteilen der fairkehr
- AutofahrerInnen als Mitglied gewinnen/ Schutzbriefe
- ÖPNV/ ÖV-NutzerInnen als Mitglied gewinnen
- Studierende als Mitglied gewinnen
- Mitglieder werben mit dem Thema Verkehrssicherheit (»Vision Zero«)

Die Ergebnisse wurden in der großen Runde präsentiert. Das neue Konzept für den VCD-Infostand wurde ebenfalls im Rahmen des Workshops vorgestellt und Anregungen aufgenommen. Das Ergebnisprotokoll des Workshops wurde allen VCD-Gliederungen zur Verfügung gestellt.

In den darauffolgenden Monaten hat der Bundesverband umfangreiches Material für die Mitgliederwerbung entwickelt und den Aktiven zur Verfügung gestellt. Neben Plakaten, Postkarten, Jubiläums- und Schutzbrief-Flyern haben wir Handzettel erstellt, die – aufbereitet nach Zielgruppen – Argumente für die VCD-Mitgliedschaft aufzeigen.

Die Information über den Sachstand der Kampagne erfolgte neben einem eigenen Kampagnen-Newsletter über E-Mails, Briefe und natürlich persönliche Kontakte. Im Aktivenforum wurde ein eigener Bereich zur 20-Jahres-Kampagne eingerichtet.

Da wir die Aktiven vor Ort nicht nur mit Materialien und Argumenten bei der Mitgliederwerbung unterstützen wollen, sondern auch mit Personal, haben wir das Konzept der VCD-Promotionteams ins Leben gerufen.

### **Das VCD-Promotionteam: Aufbau und bundesweite Einsätze**

Seit Anfang Februar hält Carolin Ritter die Fäden in der Hand und koordiniert den Aufbau, die Weiterentwicklung und die Umsetzung der VCD-Promotionteams. Nachdem die in Frage

kommenden Agenturen zur Unterstützung der Mitgliederwerbung in diesem Jahr keine Kapazitäten zur Verfügung hatten, mussten wir uns kurzerhand selbst um PromoterInnen, deren Einsatz und v.a. das Briefing/die entsprechende Schulung kümmern (im Zuge der Kino-Promotionaktion 2004 und des Pilotprojektes in Heidelberg konnten wir erste Erfahrungen mit studentischen, bezahlten PromoterInnen machen).

Bislang haben wir in drei Schulungen VCD-PromoterInnen fit in Sachen VCD gemacht. Im ersten Einsatz im April zogen junge freundliche studentische PromoterInnen in verschiedenen Teams à zwei Personen durch von uns vorgegebene Berliner Bars und Cafés in ausgewählten, zielgruppenaffinen Stadtteilen. Die Resonanz war durchweg gut und es gab sehr positive Reaktionen – von den Angesprochenen und auch von den PromoterInnen. Ziel dieser ersten Aktion war es, Erfahrungen in der direkten Ansprache zu sammeln: Wie können wir bei der jungen, studentischen Zielgruppe auf uns aufmerksam machen, ohne dabei als aufdringlich wahrgenommen zu werden.

Seit Frühjahr stehen die PromoterInnen für Einsätze bundesweit zur Verfügung. Dabei ist der Bundesverband für die Koordination der PromoterInnen-Einsätze (auch und gerade was arbeitsrechtliche Details anbelangt) zuständig. Unsere Promotenteams sind darauf geschult, als »VCD-Botschafter« aktiv auf Passanten zuzugehen und sympathisch auf den VCD aufmerksam zu machen. Je nach Art des Einsatzes und der Aktion können die PromoterInnen einen Infostand von Aktiven unterstützen oder allein mit ausgewählten Materialien losziehen. So wurde unser Berliner Team bereits bundesweit gebucht und kam beispielsweise in Nordrhein-Westfalen auf dem Bahnhofsfest in Billerbeck am 01. Mai, auf dem Rheinland-Pfalz-Tag in Speyer vom 19.-21. Mai, auf dem Katholikentag in Saarbrücken vom 24.-28. Mai und am 28. Mai auf dem Berliner Umweltfestival zum Einsatz. Nach der Kneipentour im Frühjahr folgten im Sommer (nach der WM und den Berliner Sommerferien) Einsätze auf Berliner Öko-Wochenmärkten in unterschiedlichen Stadtteilen. Weiterhin haben wir seit dem Frühjahr ein Team in Hannover aufgebaut. In Vorbereitung sind darüber hinaus Teams für Bayern sowie ein länderübergreifendes Team für Rheinland-Pfalz, Hessen und evtl. das Saarland. Grundidee ist, dass diese Teams flexibel einsetzbar sind und, bei Bedarf, auch von anderen, räumlich angrenzenden Gliederungen, »gebucht« werden können.

### **Ausblick**

Im September fanden viele Aktionen insbesondere im Zuge der Europäischen Woche der Mobilität (16.–23. September) mit dem Themenschwerpunkt VCD Auto-Umweltliste und VCD-Schutzbrieft statt. Ein Team von zwei mobilen PromoterInnen war mit diversen Aktionen in verschiedenen Städten von Rheinland-Pfalz unterwegs. Für den Einsatz der VCD Auto-Umweltliste als Instrument zur Mitgliedergewinnung haben wir mit »Wir waschen nicht nur Ihr Auto – Wir wollen saubere Autos!« eine öffentlichkeitswirksame Aktionsidee entwickelt, die mit wenig Aufwand vor Ort durchführbar ist. VCDlerInnen, die mit VCD-T-Shirt, Eimer, Putzlappen und Scheibenwischer symbolisch als »Putzkolonne« ausgestattet sind, verteilen die AULI mit einem netten Spruch (»Dürfen wir Ihr Auto/ Ihre Scheibe waschen?«). Aktionsorte wie Tankstellen, Autowaschanlagen, Autohäuser, Kfz-Zulassungsstellen, Ein- und Ausfahrten von Parkhäusern sowie Parkplätze vor Hochschulen konnten dabei bespielt werden. Für das Winter-Halbjahr wurden spezielle, »wetterfeste« Aktionspläne in Zusammenarbeit mit den Landesverbänden erarbeitet.

### **Trotz allem: Neue Mitglieder zu gewinnen bleibt ein hartes Geschäft**

Um einem negativen Trend in der Mitgliederentwicklung etwas entgegenzusetzen zu können, brauchen wir langen Atem und eine kontinuierliche Kommunikation, die permanente Präsenz nach »außen« auf allen Kanälen erreicht. Die Kampagne macht deutlich, wie viel Anstrengung es bedarf, um Präsenz zu zeigen, Wirkungen zu erzeugen und so unseren Bekanntheitsgrad in

der breiten Öffentlichkeit zu steigern. Die große Wende haben wir noch lange nicht geschafft, aber neue Mitglieder bestätigen, dass unsere unterschiedlichen Bemühungen Wirkung zeigen.

Um die 30 Prozent der neu beigetretenen Mitglieder nimmt sich die Zeit und füllt unseren Fragebogen aus. Der aktuelle Trend zeigt, wie unsere Kommunikationsmaßnahmen wirken. Wir fragen unsere neuen Mitglieder, auf welchen Wegen sie auf uns aufmerksam geworden sind und welches die Hauptgründe für ihre Mitgliedschaft sind (dabei können immer mehrere Gründe angegeben werden). Fast die Hälfte (43, %) der Befragten geben an, durch Bekannte/ Verwandte/ Freunde auf den VCD aufmerksam geworden zu sein. An zweiter Stelle steht mit 37, % die »fairkehr«. Die wichtige Rolle unserer Internetpräsenz bestätigt sich: 18, % der neuen VCD-Mitglieder werden über das Internet auf uns aufmerksam. Durch unsere Printprodukte (Flyer/ Faltblatt oder Broschüre) wurden 9, % auf uns aufmerksam. 8,3 % der Befragten (nahezu jeder Zwölfte) ist durch Aktionen und durch andere Verbände auf den VCD aufmerksam geworden. 19 % gaben sonstige Gründe an.

Zusammen mit den Ergebnissen aus der 2004 durchgeführten LeserInnen-/ Mitgliederbefragung bestätigen sich unsere bisher gemachten Erfahrungen. Ein erstmaliges Zusammentreffen oder ein Kontakt für sich genommen löst nur in den seltensten Fällen einen unmittelbaren Beitritt aus. So schreibt ein neues Mitglied, dass es zum ersten Mal vor 10 Jahren auf uns aufmerksam wurde und in diesem Jahr eine liegengelassene »fairkehr« im Zug gelesen hat. Das Angebot unserer »Jubiläumsmitgliedschaft« hätte dann den entscheidenden Impuls gegeben. Die Antworten unserer Neumitglieder zeigen aber auch, dass nichts über die persönliche Empfehlung geht – »Empfehlen Sie uns weiter!« heißt daher auch einer unserer Aufrufe in der »fairkehr«. Um das Potenzial der vorhandenen und das Umfeld von zufriedenen VCD-Mitgliedern zu nutzen, werden wir im Oktober unsere langjährigen Mitglieder anschreiben und persönlich zum Mitmachen ermuntern.

Insgesamt konnten wir das im letzten Jahr hohe Niveau an InteressentInnen halten. Das allein reicht zwar in der Regel noch nicht als Impuls für einen Beitritt aus, bietet aber immerhin Anknüpfungspunkte für weitere Kontakte, z.B. in Form von Mailing-Aktionen mit unserem Jubiläums-Angebot.

*Nic Knaup, Carolin Ritter, Eva Hannak: Kampagnen-Team*

## **Pressearbeit**

### **Medien beobachten**

Konstanter und unerlässlicher Bestandteil der Pressearbeit ist die Medienbeobachtung: Wann sind welche Themen aktuell? Welche Anlässe bieten sich dem VCD für seine Statements? Wo taucht der VCD in welcher Form auf? Dank der hervorragenden Arbeit von Antje Bretzmann, die als studentische Assistentin im Pressereferat seit zwei Jahren unermüdlich die Informationsflut in Tages- und Wochenzeitungen sowie Internetportalen filtert und anstehende Termine weitergibt, sind wir auch 2006 über alle relevanten Themen und Akteure gut informiert gewesen.

### **Medien kennen**

Leider reicht die hohe Qualität und das untadelige Ziel unserer Arbeit nicht immer aus, um VCD-Themen sicher in die Medien zu bringen. Häufig bedarf es zusätzlich eines wohlgesonnen Ansprechpartners. Deshalb sind persönliche Kontakte zu JournalistInnen notwendig und wertvoll. Diese auf- und auszubauen war auch im laufenden Jahr eine wesentliche Aufgabe der VCD-Pressestelle. Die steigende Anzahl der Kontakte mit einer

ausgewählten Gruppe von HauptstadtkorrespondentInnen und deren regelmäßige Teilnahme an VCD-Pressveranstaltungen zeigt hier gute Erfolge. In diesem Zusammenhang ist auch der wenig ruhmvolle aber umso wichtigere Aufwand für Pflege, Auf- und Ausbau vorhandener und neuer Presseverteiler zu nennen.

### **Medien binden**

Erfreulich zu beobachten ist, dass sich im laufenden Jahr einige Leitmedien als verlässliche »VCD-Partner« entpuppt haben. Stellvertretend sei die Frankfurter Rundschau genannt, die die meisten VCD-Meldungen aufgreift und größere Beiträge um oder über den VCD publiziert. Besonders herausragend war das Portrait des VCD-Mitglieds und Schauspielers Axel Prah zum VCD-Jubiläum oder die ganzseitige Berichterstattung zur diesjährigen VCD Auto-Umweltliste. Im Fernsehen entwickelt sich der eher konservative Nachrichtensender N24 zu einer Art Haussender des VCD: 2006 waren wir dort fünfmal zu etwa vierminütigen Live-Interviews im Studio.

### **Medien füttern**

Mit Hilfe zahlreicher Pressemitteilungen, Pressekonferenzen und Interviews konnten wir auch 2006 den VCD und seine Positionen insgesamt sehr erfolgreich in die Medienberichterstattung einspeisen. Seit November 2005 veröffentlichte der VCD-Bundesverband dafür 89 Pressemitteilungen (Stand 13.09.2005), darunter 19 Service-Pressemitteilungen, die speziell für ein VCD-Produkt, eine VCD-Serviceleistung oder ökologisches Verkehrsverhalten warben. Die hohe Meldungs-Frequenz des vergangenen Jahres konnten wir insgesamt noch einmal deutlich steigern. Insbesondere gilt dies für den Service-Bereich.

Die Anzahl der protokollierten Radio- und Fernsehinterviews sank gegenüber dem Vorjahr zwar leicht. Dennoch hatten wir im vergangenen Jahr qualitativ wie quantitativ eine gute Resonanz in den elektronischen Medien: Seit November 2005 habe wir rund 60 Hörfunk-Interviews mit VCD-VertreterInnen protokolliert, vom 20-Sekunden-Statement bis zum 10-minütigen Exklusivinterview. Das bedeutet mindestens die doppelte Zahl an Sendungen mit einem VCD-Originalton, da viele Radiobeiträge mehrfach gesendet und verwertet werden. Im Fernsehen zählt unsere Liste seit November 2005 knapp 30 Einträge, vom 15-Sekünder bis zum 6-minütigen Live-Gespräch.

### **Medien nutzen**

Die unterm Strich sehr gute Medienresonanz auf die Aktivitäten des VCD zeigt sich exemplarisch in unseren Themenschwerpunkten:

Im Bereich Auto & Umwelt sorgten allen voran drei Themenkomplexe für auffällige und kontinuierliche Medienpräsenz des VCD: Feinstaub, alternative Antriebe und die VCD Auto-Umweltliste.

Beispiel Feinstaub: Gleich zu Jahresbeginn thematisierten wir das nach wie vor drängende Feinstaub-Problem am Beispiel von Städten mit Grenzwertüberschreitungen – mit guter Medienresonanz. Anschließend veröffentlichten wir eine aktualisierte Ausgabe der VCD-Liste ‚Diesel mit Filter‘, die vor allem in Online-Medien veröffentlicht wurde. Erhebliche politische Wirkung in Form von Unruhe in allen beteiligten Ministerien zeigte dann unsere Meldung, die die Pläne des Finanzministeriums aufdeckte und skandalisierte, die steuerliche Förderung von Partikelfiltern weiter zu verzögern. Auch die Medien berichteten gut. Wir kommentierten zudem die Feinstaubplaketten-Verordnung und die zugehörigen Entscheidungen in Bundesrat und Kabinett kritisch. VCD-Lob gab es schließlich für neue Förderpläne der Bundesregierung. Deren Umsetzung stockte allerdings wegen des Widerstandes der Bundesländer, was wir



folgerichtig in Zusammenhang mit einer neuen Ausgabe der Diesel mit Filter-Liste kritisierten. Insgesamt wurden wir so zum Themenkomplex Feinstaub und Rußfilter mindestens 130 mal in Print- und Online-Medien genannt sowie zweimal im Radio interviewt.

Beispiel Alternative Antriebe/Spritsparen: Wir kommentierten mehrmals die geplante Besteuerung von Biokraftstoffen, was VCD-Zitate in wichtigen Meinungsführermedien hervorrief (Netzzeitung, Berliner Ztg., Spiegel-online, dpa). Auch die VCD-Kritik an der CO<sub>2</sub>-Strategie der deutschen Autoindustrie brachte gute Resonanz in regionalen und überregionalen Medien. Mit unserer Forderung nach einem CO<sub>2</sub>-Grenzwert belebten wir die Debatte um sparsamere Fahrzeuge. Im Servicebereich erreichten mehrere dpa-Themendienste zu Umrüstung auf Erdgas, Diesel mit Filter und Nachrüstung alter Diesel viele VCD-Nennungen in den Medien. Die meisten Abdrucke erzeugte ein dpa-Themendienst zu Spritsparen und unsere Kritik an der Preispolitik der Ölkonzerne. Damit war der VCD u.a. sogar in allen Regionalausgaben der Bildzeitung präsent. Gesamtbilanz in diesem Themenfeld: ebenfalls rund 130 Nennungen in Zeitungen und online, dazu mindestens vier Radio- und drei Fernsehinterviews.

Beispiel VCD Auto-Umweltliste 2006/2007: Sie war ein absolutes Highlight in der Berichterstattung über den VCD, diesmal weit über dem Durchschnitt. Die Pressekonferenz brachte Meldungen auf allen Kanälen: Nachrichtenagenturen, online-Portale, regionale und überregionale Zeitungen, zahlreiche Hörfunk- und Fernsehsender. Hier war der VCD zweimal live auf N24 und in den Hauptnachrichtensendungen von Pro7, Sat.1 und RTL sowie im ZDF vertreten. Gesamtbilanz: Insgesamt rund 260 (!) Print und Online-Meldungen – darunter auf der Startseite von Spiegel-online –, mindestens fünf Radiointerviews und sieben Fernsehbeiträge.

Ebenfalls rekordverdächtig – wenn auch etwas geringer als im vergangenen Jahr – war die Medienresonanz auf den VCD Bahntest 2005, der neben der Kürzung der Regionalisierungsmittel und der anstehenden Privatisierung der DB AG einen VCD-Schwerpunkt im Themenfeld Bus & Bahn bildete: Alle Nachrichtenagenturen, mind. 130 Regionalzeitungen, 10 überregionale Zeitungen und wichtige Newsportale (darunter Spiegel-online) berichteten über die Ergebnisse des Bahntests, z.T. mit langen Artikeln. Dazu gab es mindestens vier Radiointerviews und vier Fernsehberichte (n-tv, RTL, N24).

Unserer Protestkampagne gegen die Kürzung der Regionalisierungsmittel führte insgesamt zu mindestens 60 Print- und Online-Beiträgen mit VCD-Nennung sowie zu fünf Radiointerviews. Beginnend im November 2005 äußerten wir uns in vier Pressemitteilungen und auf einer Pressekonferenz. Die Resonanz für den VCD war dadurch kontinuierlich vorhanden, wenn auch quantitativ eher auf niedrigerem Niveau. Nur die PK, auf der wir eigene Sparvorschläge im Verkehrsbereich und neue Finanzierungskonzepte für den ÖV vorstellten, brachte gute Resonanz. Mit der Unterschriftenübergabe an Staatssekretär Gatzler endete die Protestaktion am 19.06.2006.

In die Diskussion um die geplante Privatisierung der DB AG schalteten wir uns zu unterschiedlichen Anlässen mit insgesamt vier Pressemitteilungen ein, um die VCD-Position ‚Kein integrierter Börsengang‘ zu verbreiten. Ergebnis: rund 60 Beiträge sowie drei Radiointerviews für den VCD.

Eine schöne Vorlage für erfolgreiche Pressearbeit lieferte – wie jedes Jahr – die Deutsche Bahn mit ihrem Fahrplanwechsel inklusive Preiserhöhungen. Der VCD tauchte mit seiner Kritik mindestens 70 mal in überregionalen und allen wichtigen Regionalzeitungen sowie namhaften

Newsportalen auf, darunter stern.de, heute.de, n-tv.de. Auch etwa zehn Radiostationen und das ZDF-Morgen- und Mittagmagazin berichteten.

Auch zum Flugverkehr äußerte sich der VCD immer wieder zu verschiedenen Anlässen. So kritisierten wir die hohen Wachstumsraten mit massiven Folgen für Umwelt und Gesundheit oder die falschen Arbeitsplatzversprechen der Luftfahrtindustrie, bewerteten die Novelle des Fluglärmsgesetzes und begrüßten die französische Ticketabgabe, nicht ohne entsprechende und weiterreichende Forderungen an Deutschland zu formulieren. Die insgesamt schwache Resonanz – ca. 20 Abdrucke und immerhin eine große Meldung auf der Startseite von Spiegel-online – zeigt, dass kritische Stellungnahmen zum Flugverkehr nur schwer in die Medien gelangen.

Im Bereich Güterverkehr hatte sich der VCD 2005 vor allem mit dem Thema »Mautflucht« profiliert. Dieses Thema konnte 2006 in den Medien nur noch in geringem Ausmaß platziert werden. Rund 25 mal wurde der VCD dazu genannt. Neue Themen waren dafür der städtische Güterverkehr und unsere Kommentare zu den Riesen-Lkw, genannt »Giga-Liner«.

Die Arbeit der Schlichtungsstelle Mobilität sorgte für umfangreiche Berichterstattung, zumeist mit gleichzeitiger Nennung des VCD. Im Berichtszeitraum gab es rund 250 Artikel in den regionalen wie überregionalen Medien. Dazu kamen mehrere Radio- und TV-Beiträge. Allein die Pressekonferenz zum einjährigen Bestehen der Einrichtung zog 50 Abdrucke in überregionalen und regionalen Zeitungen sowie auflagenstarken Publikumszeitschriften nach sich. Das Thema Fahrgastrechte wurde von VCD und Schlichtungsstelle gleichermaßen bearbeitet und brachte zusätzliche Resonanz, u.a. in führenden Online-Medien (zeit.de, stern.de, netzeitung.de, n24.de).

Den Bereich Verkehrssicherheit und Vision Zero thematisierten wir zu mehreren Anlässen. So griffen wir anlässlich der Goslarer Verkehrsgerichtstage in die Diskussion um die Revision der Fahrausbildung ein, kommentierten mehrfach die alljährliche Schreckensbilanz der Verkehrspoferzahlen – auch im Hinblick auf steigende Opferzahlen bei Kindern und Jugendlichen –, kritisierten Bundesverkehrsminister Tiefensee wegen seiner Ablehnung eines Tempolimits und begleiteten die VCD-Fachtagung zu Vision Zero pressemäßig. Insgesamt erreichten wir so rund 70 Nennungen für den VCD in diesem Themenblock. Überraschend gut lief darüber hinaus unsere Forderung, null Promille nicht nur für Fahranfänger, sondern für alle Autofahrer einzuführen: Neben zahlreichen Online-Portalen berichteten die Süddeutsche und die Financial Times Deutschland, 50 weitere Printmedien und Radio- und TV-Sender. Und: Wir gelangten mit einem Statement in die 20Uhr-Tagesschau.

Rund 60 VCD-Nennungen resultierten aus unseren Presseaktivitäten rund um das Thema nachhaltiger Tourismus. Dazu gehörte die Präsentation von »Mobil im Urlaub« auf dem Reisepavillon in Hannover, eine gemeinsame PK mit WWF und Verbraucherinitiative auf der ITB zum Projekt »Bewusst reisen« und eine weitere Pressekonferenz auf der ITB zu dem Projekt »Mobil im Urlaub«. Zusätzlich erreichten wir mit Servicemeldungen zum Reisen ein breites Publikum: ein dpa-Themendienst »Mit Gepäck auf Reisen«, sowie eine Service-Pressemitteilung zum Projekt »Rundum klasse!« sowie eine zu »Zügig durch Europa«. Letztere mündete sogar in einen ausführlichen Fernseh-Beitrag im TV-Bahnmagazin »Bahnzeit« beim MDR.

Im laufenden Jahr startete die 20 Jahre VCD-Kampagne, die das Ziel hat, den VCD bekannter zu machen und neue Mitglieder zu gewinnen. Diese Kampagne hat sich auch in der Pressearbeit niedergeschlagen. Zum einen haben wir das 20-jährige Jubiläum des VCD direkt zum Anlass genommen, sowohl tagesaktuelle Medien als auch periodisch erscheinende

Publikumszeitschriften für Beiträge rund um den VCD zu gewinnen. Hier erreichten wir beispielsweise ein Kurzportrait in der Zeitschrift »Schrot & Korn«, einen langen Artikel in der Frankfurter Rundschau und einige Meldungen u.a. in der Süddeutschen Zeitung, bei N24.de und n-tv.de.

Zum anderen haben wir als Bestandteil der Kampagne unser Angebot an Service-Themen deutlich erweitert und mit der Reihe »VCD Tipp: Ökologisch mobil!« zusätzliche Berichtsanlässe geschaffen. Diese Tipps heben den Aspekt »VCD als Verbraucherverband« hervor und erschließen so diesen großen Raum in der Medienberichterstattung stärker für uns. Ein Beispiel: Allein unser Tipp, in Zeiten steigender Spritkosten das Auto stehen zu lassen und auf Fahrrad, Bus oder Bahn zu setzen oder zumindest Fahrgemeinschaften zu bilden, erzeugte – dank der Verbreitung über die Nachrichtenagentur dpa – mindestens 50 Abdrucke in großen Regionalzeitungen. Bilanziert man den Servicebereich, so ist die Resonanz beachtlich. Insgesamt gab es über das Jahr mindestens 300 Artikel, Meldungen und Interviews, in denen der VCD als kompetenter Ratgeber genannt wurde.

Die pressemäßige Vermarktung der fairkehr schließt sich hier unmittelbar an. Im zweiten Jahr haben wir nun jedes Erscheinen einer neuen Ausgabe genutzt, um mit einer Meldung zur jeweiligen Titelgeschichte zusätzliche Aufmerksamkeit für den VCD und seine Mitgliederzeitschrift zu erzeugen. Zwar bringen diese Meldungen keine hohen Abdruckzahlen, doch es gibt regelmäßiges Interesse und Rückfragen der JournalistInnen. Außerdem finden sich immer wieder qualitativ hochwertige Resonanzen, so z.B. das Titelthema der fairkehr 06/05 »Pendlerleben« in der 'Auto-Bild' oder die Ausgabe zum Klimawandel (04/06) als Literaturtipp auf den Internetseiten des SWR.

### **Medien wirken lassen**

Pressearbeit und daraus folgende Berichterstattung über den VCD und seine Positionen ist in mehrerer Hinsicht unabdingbar. Medienaufmerksamkeit schafft die Voraussetzung für politische Erfolge. Denn für die politische Lobbyarbeit braucht der VCD Renommee, Kompetenz und Glaubwürdigkeit. All das bezieht er zu einem großen Teil aus der Medienberichterstattung, in der der VCD als maßgebliche Stimme in der Verkehrspolitik zitiert wird.

Medienresonanz ist ebenso entscheidend für die Unterstützung durch Mitglieder und SpenderInnen. Einerseits trägt die Berichterstattung über den VCD dazu bei, bestehende UnterstützerInnen an den VCD zu binden und ihnen zu vermitteln, dass »ihr Verband« aktiv ist und in maßgebliche Diskussionen eingreift. Andererseits hilft die Berichterstattung, den VCD und seine Angebote bekannter zu machen. In der Neumitgliederbefragung des letzten Jahres, an der sich rund 30 Prozent der neu gewonnenen VCD-Mitglieder beteiligten, antworteten immerhin 16 Prozent auf die Frage »Wie sind Sie auf den VCD aufmerksam geworden?« mit einem Kreuz bei »Presse, Rundfunk, Fernsehen«.

In diesem Sinne blicken wir auch dieses Jahr auf eine sehr gute Bilanz in der Pressearbeit zurück. Quantität und Qualität der Berichterstattung über den VCD und seine Positionen halten sich auf hohem Niveau – und das trotz begrenzter personeller wie finanzieller Mittel und steigender Konkurrenz auf Seiten der Informationsanbieter.

*Daniel Kluge, Pressesprecher*

## Öffentlichkeitsarbeit

Wesentliche Aufgabe war in den zurückliegenden Monaten die Entwicklung und Durchführung der 20-Jahres-Kampagne (siehe dort). Darüber hinaus gab es folgende Aktivitäten:

### **Kommunikationsmaßnahmen mit großen Reichweiten**

**Protestaktion:** Auf Initiative des Länderrates haben wir im Frühjahr unter dem Protestmotto »Der Nahverkehr gehört nicht aufs Abstellgleis! Keine Kürzungen bei Bus und Bahn!« zwei Postkartenmotive (»Wo ist der Schotter?« und »Frisch gestrichen!«) entwickelt. Insgesamt konnten durch Verteil-Aktionen vor Ort, durch das Beiheften in der Gesamtauflage der »fairkehr« und durch die Beilage von 190 000 Exemplaren im Nabu-Mitgliedermagazin »Naturschutz heute« knapp 300 000 Protestpostkarten unters Volk gebracht werden. Zusätzlich entwickelten wir noch ein Modul für unsere Homepage, die es möglich machte, Protest auch online an uns zu leiten. Nach unserer Pressekonferenz am 28. März übergaben wir am 19. Juni Herrn Werner Gatzler, dem Staatssekretär im Bundesfinanzministerium, insgesamt 17 281 Unterschriften. Aber wie schon anfangs gesagt: guter Response allein führt nicht automatisch zu einer nennenswerten Zahl von Neumitgliedern.

**Anzeigen:** Eine große Anzeigenkampagne können wir uns nicht leisten. Ein veritabler und kostengünstiger Weg, um bundesweit mit Anzeigen in die Medien zu kommen, sind Freianzeigen. Ende November haben wir zwei unterschiedliche Motive entwickelt, die in einer konzertierten Aktion noch letztes Jahr sämtlichen Anzeigenabteilungen regionaler und überregionaler Zeitungen, Anzeigenblätter und Publikumszeitschriften angeboten wurden. Insgesamt kontaktierten wir dabei über 4 500 Anzeigenabteilungen, die wir freundlich um kostenlosen Abdruck unserer Anzeigen baten. Die verschiedenen Formate der Motive »Schlichtungsstelle Mobilität« und »Vision Zero« stehen auch auf unserer Homepage zum Download bereit. Anfang des Jahres begannen wir mit einer telefonischen Nachfassaktion. Bislang erschienen unsere Motive u.a. in den Brandenburger Anzeigenblättern des Hauke Verlags, in Konzerte und Theater in Berlin und Brandenburg, im Stadtmagazin Pforzheim und Region, im Emskurier, im Bonner General-Anzeiger, in der Informationsschrift des Aktionsbündnisses »Tag der Regionen«, in der Zeitschrift für Frieden und Gewaltfreiheit und sogar im badisch schwäbischen Motorrad-Magazin.

Nachdem wir im vergangenen Jahr im November zwei Anzeigen in der Naturkostzeitung »Schrot & Korn« und der taz geschaltet hatten, werden wir dieses als Verstärker zu den Aktionen rund um die Zielgruppe der Ökomarkt- und BioladenkundInnen in diesem Jahr wiederholen. In Arbeit sind entsprechende Anzeigenmotive aus der Kampagne mit unserem Jubiläumsangebot. Des weiteren haben wir im Laufe des Jahres für verschiedene regionale Medien entsprechende Anzeigen für einzelne Landesverbände entwickelt.

**www.vcd.org:** Der neue Internetauftritt des VCD Bundesverbandes hat Mitte Juli sein einjähriges Bestehen hinter sich gebracht: Im Laufe der letzten Monate hat er noch zahlreiche neue Features erhalten. Unsere Website wird ständig aktualisiert, verbessert und ausgebaut. Darunter ist ein Newsletter, der vier Mal im Jahr interessierte Menschen informieren soll: Aktuelles aus den Projekten, Mobilitäts- und Service-Tipps, Versicherungsangebote, Termine. Insgesamt wird der VCD-Internetauftritt gut angenommen und die Zahl der unterschiedlichen NutzerInnen liegt zwischen 600 bis 800 pro Tag. Während unserer Protestaktion gegen die Kürzung der Regionalisierungsmittel hatten wir bis zu 1 450 UserInnen pro Tag. Im August 2006 lag der Monatshöchstwert bei 25 870 UserInnen/Visitors – zurückzuführen auf die Veröffentlichung der VCD Auto-Umweltliste 2006/07. Insgesamt besuchten uns seit Anfang des Jahres rund 120 700 BesucherInnen und nutzten das Angebot der VCD-Website.

Auch Journalisten greifen per Internet auf unsere Informationen und unseren Service (Aktionsbilder, Themen, Portraitbilder usw.) zurück. Die Möglichkeit, sich online für den Pressedienst anzumelden, wird genutzt. Bei den Online-Beiträgen ist ein stetiger Anstieg der Nutzung der Online-Registrierung zu verzeichnen. Ebenso nutzen die UserInnen häufig den Mitgliederbereich, um dort für Mitglieder exklusiv abgelegte Informationen herunter zu laden. Ebenso wird das Kontaktformular rege genutzt – so ist der VCD auch am Wochenende schnell zu erreichen.

Die Website begleitet die 20 Jahre-Kampagne: regelmäßig werden Kampagnenartikel zweitverwertet und für das Internet aufbereitet.

**Vermarktung:** Insbesondere bei der AULI zeigt sich der Erfolg durch eine perfekte Abstimmung zwischen Öffentlichkeits- und Pressearbeit. Die Medien kommunizieren eins zu eins unsere Botschaften, was der Öffentlichkeitsarbeit hilft, diese Botschaften gewinnbringend zu vermarkten. Zwei Beispiele: Opel warb auf seiner neuen Broschüre für den Zafira mit der AULI und Honda bewarb seinen Civic Hybrid als Testsieger der AULI mit großen Anzeigen in der Süddeutschen Zeitung und in der »Zeit« vom 14.09.2006. In diesem Jahr konnten wir den Verkauf der VCD Auto-Umweltliste erneut steigern – Honda, Toyota und VW setzten die AULI für ihre Marketingzwecke ein.

In enger Abstimmung mit dem Bundesvorstand haben wir Anfang des Jahres Kontakt zu verschiedenen potenziellen Kooperationspartnern aufgenommen, die unsere Kampagne unterstützen sollten. Es gab zahlreiche positive Rückmeldungen und Signale: sei es seitens Fielmann oder dem Panda/ Waschbär Umweltversand. Die in der Vorbereitung schon sehr weit fortgeschrittene gemeinsame Aktion mit Fielmann »Sehen und Gesehen werden« konnte kurzfristig in diesem Jahr leider nicht umgesetzt werden, da es zwischen dem Unternehmen und dessen Agentur Missverständnisse in der Kommunikation gegeben hatte. Damit fand die angedachte Aktion mit einem VCD-Mobil doch nicht statt.

Erfreulich ist, dass wir mit dem Umweltversand »Grüne Erde« in diesem Jahr eine Kooperation realisieren konnten, die es uns ermöglicht, in einem hochpreisigen Ökosegment präsent zu sein. 6 000 Exemplare unserer Jubiläumsflyer bzw. Beitrittspostkarten wurden in die Einkaufstüten der Grünen Erde-Läden beigelegt und ab KW 39 wird unser Material 24 000 Paketen beigelegt.

### **Publikationen und Öffentlichkeitsarbeit für Projekte**

Der Jahresplan für die Öffentlichkeitsarbeit wurde mit den ProjektleiterInnen der Schlichtungsstelle abgestimmt. Ein Treffen mit der Agentur, die für uns die zielgruppenspezifische Verteilung des Materials übernommen hat, fand Mitte Februar statt. Die Maßnahmen, die den Bekanntheitsgrad der Schlichtungsstelle Mobilität erhöhen sollten, starteten Ende Februar/ Anfang März 2006. Das »Paket« sah folgende gebündelte Maßnahmen vor: Zum Auftakt und Abschluss gab es eine bundesweite Kommunikation von Name/Logo/Funktion durch Freipostkarten (jeweils 27 000 Exemplare zu Beginn und am Ende). Präsentation von detaillierteren Infos an einen engeren Kreis von Interessierten durch Flyer-Verteilung. Freie Auslagen gab es bundesweit in Bahnhofsbuchhandlungen, Tourist-Informationen, Hotels, Reisebüros usw. in ausgewählten Städten (40 000 bis 50 000 Exemplare). Nachhaltige Präsenz durch die Mitnahme von Lesezeichen im ausgewählten Buchhandel (bundesweit, Reiseliteratur, Bahnhofsbuchhandel) (max. 50 Lesezeichen pro Auslagestelle; insgesamt etwa 40 000 Exemplare). Die Aktion schloss mit einem freien Tesa-Aushang der Plakate in Gastro, Trend, Szene, Musik, Kultur (1 200 A3-Plakate) in hochfrequentierter Küstenregion.

Des weiteren gab es in diesem Jahr wieder eine Ausgabe der Servicebroschüre »Zügig durch Europa 2006«, die der »fairkehr« Ausgabe 2/2006 beigeheftet war – an dieser Stelle ein großes Dankeschön an die Landesverbände, die uns dabei finanziell unterstützt haben. Mittlerweile ist sowohl die »Zügig durch Europa« als auch die entsprechende »fairkehr« Ausgabe vergriffen!

Pünktlich zu unserer Veranstaltung »Vision Zero – Null Verkehrstote« am 07. September in Berlin wurde die Neuauflage des 6-Seiters »Vision Zero – Null Verkehrstote« ausgeliefert.

Einen Jahresbericht 2005 in der Form wie in den vergangenen beiden Jahren wird es aus Kostengründen in diesem Jahr nicht geben. Wir beschränken uns auf ein pdf, das wir im Internet zum Download bereitstellen.

### **Fundraising**

Mit den Einnahmen aus unserem Weihnachtsmailing aus 2004 konnten wir gemeinsam mit dem Deutschen Kinderhilfswerk den Wettbewerb »Schule bewegt« umsetzen. Dabei hat sich der VCD neben dem Zusammenstellen von Hintergrund-Informationen um die Entwicklung eines Konzepts für die Öffentlichkeitsarbeit gekümmert: Kampagnen-Planung, Logo, Konzeption und Erstellung von Werbematerial (Banner). Wir konnten mit der Hauptdarstellerin Alexandra Neldel aus »Verliebt in Berlin« eine prominente Schirmherrin gewinnen. Im Herbst soll das Projekt mit einer Abschlussveranstaltung beendet werden, die geförderten Projekte können sich mit ihren abschließenden Ergebnissen präsentieren. Das Frühjahrsmailing 2006 widmete sich der aktuellen »Kürzung der Regionalisierungsmittel« verbunden mit einem Aufruf, sich mit seiner Unterschrift an dem VCD-Protest zu beteiligen.

Anlässlich unseres diesjährigen Jubiläums haben wir Ende August einen zusätzlichen Spendenaufruf gestartet, mit der Bitte, unsere verkehrspolitische Arbeit zu unterstützen. Dieser Aufruf fand sich auch in der 4. Ausgabe der »fairkehr« wieder. Das obligatorische Weihnachtsmailing 2006 widmet sich einem Problemfeld aus »Vision Zero«.

*Nic Knaup, Referentin für Öffentlichkeitsarbeit*

## Schlichtungsstelle Mobilität

---

### Überblick

Mit Stand 22.08.2006 gibt es die Schlichtungsstelle Mobilität seit fast zweiundzwanzig Monaten. Seit dem Rechenschaftsbericht zur letzten BDV haben sich nicht nur die Fallzahlen verändert, sondern auch die Gewichtung der einzelnen Verkehrsträger untereinander und die Struktur der Anliegen. Probleme gibt es nach wie vor in der Zusammenarbeit mit den Flugunternehmen.

Nach sehr langer Verzögerungen wurde nun im Juni ein Beirates für die Schlichtungsstelle gegründet. Dieser sollte in enger Zusammenarbeit mit dem Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz gleich zu Beginn der Projektarbeit gegründet werden sollte. Allerdings wurde er nur auf größtes Drängen durch uns angestoßen. Die Unterstützung durch das Ministerium ist insgesamt mäßig. Im Beirat sind vertreten: Veolia Verkehr GmbH Robert Kohl; Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. Dr. Otmar Lell; Verkehrsclub Deutschland e.V. Michael Gehrman; Pro Bahn e.V. Karl-Peter Naumann; Prof. Dr. Klaus Tonner Juristische Fakultät Universität Rostock; Bernd Hops Redakteur Wirtschaft GmbH Verlag Der Tagesspiegel GmbH; Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung Thorsten Willhardt, Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz Jürgen Karwelat

Leider ist weder die Deutsche Bahn AG noch ein Flugunternehmen vertreten. Dies ist ein weiteres bedauerliches Indiz für die schwierige Zusammenarbeit mit den Unternehmen. Denn zu den negativen Seiten gehört die zum Teil sehr schwierige Auseinandersetzung mit vielen Fluggesellschaften. Denn es gibt zahlreiche Unternehmen, die eine Zusammenarbeit mit der Schlichtungsstelle ablehnen. Dazu gehören die Deutsche Lufthansa AG, Germanwings, Air Berlin, Ryanair, easyJet und die British Airways.

### Zahlen, Daten, Fakten

Mit Stand 22.08.2006 konnten wir insgesamt 3751 Fälle zählen. Im Laufe der Zeit hat sich aber gezeigt, dass dem Flugverkehr eine bedeutendere Rolle zukommt. Denn inzwischen hat die Anzahl der Flugfälle, die der Bahnfälle deutlich überholt. Abgeschlossen haben wir insgesamt 3300 Fälle. Also etwa ein Achtel aller Fälle. Abgeschlossen ist ein Fall dann, wenn Reisende beispielsweise auf eine allgemeine Anfrage eine fachkundige Antwort erhalten haben, mangels Zuständigkeit weiterverwiesen werden mussten oder aber ein Schlichtungsvorschlag unterbreitet und von den Konfliktparteien akzeptiert oder abgelehnt wurde. Es wurden verkehrsträgerübergreifend 746 Schlichtungsverfahren durchgeführt, von denen 486 zu einer gütlichen Einigung geführt haben. 212 Schlichtungsvorschläge wurden abgelehnt, 48 Vorschläge liegen noch bei den Unternehmen.

<b>Verkehrsmittel</b>	<b>Anzahl der Fälle</b>
Bahn	1351
Flug	2019 *
Bus + Schiff	26
Pauschal	286
Sonstige	69
<b>Summe</b>	<b>3751</b>

\* davon konnten wir mangels Kooperation einiger Fluggesellschaften nicht alle Fälle einer Schlichtung zuführen

(Stand: 22.08.2006)

<b>Flugunternehmen, die nicht mit uns kooperieren</b>	<b>Anzahl der Fälle, in denen eine Schlichtung nötig gewesen wäre *</b>
Lufthansa	152
Easyjet	139
Ryanair	130
Air Berlin	58
Germanwings	38
BA	48
Summe der Fälle, die wir infolgedessen keiner Schlichtung zuführen konnten	565

\* die absoluten Fallzahlen der einzelnen Gesellschaften sind höher, jedoch wäre nicht in jedem Fall ein Schlichtungsverfahren einzuleiten, da den BeschwerdeführerInnen z.T. keine Ansprüche zur Seite stehen.

(Stand: 22.08.2006)

Zugenommen hat deutlich der Bereich der Fälle, in denen eine Information durch die Schlichtungsstelle nötig war. Häufig werden Erklärungen und Einschätzungen erfragt und von der Schlichtungsstelle erteilt. Die Informationen für Verbraucherinnen und Verbraucher wurden auf diese Weise vertieft und sehr ausgeweitet.

Wir waren und sind demnach durchgängig voll ausgelastet. Die Tendenz geht eher zu Überlastungssituationen und infolgedessen zu ungewollt langen Bearbeitungszeiten, die z. T. bis zu dreizehn Wochen andauern können. Mit Stand 22.08.2006 waren ca. vier Fünftel aller eingegangenen Fälle abgeschlossen.

Fax 030/469970-10  
 schlichtungsstelle@vcd.org  
 www.schlichtungsstelle-mobilitaet.org

*Birgit Zandke-Schaffhäuser und Anke Lobmeyer (Projektleitung)*



## VCD-Jahresbilanz 2006

---

Der Verkehrsclub Deutschland e.V. (VCD) ist ein gemeinnütziger Umwelt- und Verbraucherverband, der 2006 von rund 63 000 Mitgliedern und Förderern unterstützt wurde. Der VCD ist föderal organisiert und heute mit zwölf Landes- und rund 160 Kreisverbänden regional und lokal präsent. Aktive VCD-Mitglieder gestalten hier die Verkehrspolitik vor Ort mit. Sie mischen sich ein – mit Kritik, neuen Ideen und Konzepten für eine umwelt- und sozialverträgliche Mobilität.

Auf der jährlichen Bundesdelegiertenversammlung wachen die Delegierten über die Finanzen des Verbandes und wählen alle zwei Jahre den VCD-Bundesvorstand. Dieser bestimmt die politischen Schwerpunkte des Vereins, legt die langfristigen Ziele fest und repräsentiert den VCD nach außen. Die Umsetzung der Verbandsbeschlüsse erfolgt von der Bundesgeschäftsstelle in Berlin aus, wo sich rund 30 hauptamtliche MitarbeiterInnen um die Geschicke des Verbandes kümmern.

### Zahlen, Daten, Fakten

Die finanzielle Entwicklung des Verkehrsclubs Deutschland e.V. (VCD) war im Jahr 2006 erfreulich: Die Abschlussbilanz weist einen Überschuss von rund 104 900,- EUR aus. Damit konnte der VCD nach den hohen Investitionen in den letzten Jahren – z.B. in den Berlin-Umzug oder die 20-Jahres-Kampagne – seine Rücklagsituation deutlich verbessern. Der Bundesvorstand wird den Kurs der sparsamen Haushaltsführung und der Haushaltskonsolidierung fortsetzen.

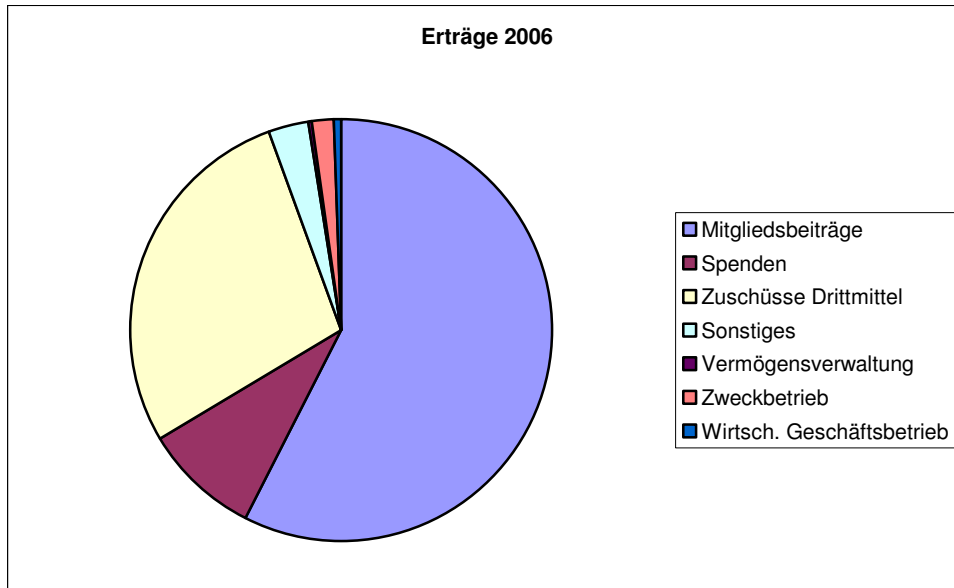
	2004	2005	2006*
Erträge (in Euro)	2 526 966,80	2830 095,70	3 256 350,69
Aufwand (in Euro)	2 613 191,10	2943 002,16	3 151 449,20
Überschuss/Fehlbetrag	- 86 224,30	- 112 906,46	104 901,49

\* Die Zahlen aus dem Jahresabschluss 2006 werden vorbehaltlich der satzungsgemäßen Kassenprüfung und der Zustimmung der Bundesdelegiertenversammlung des VCD e.V. im November 2007 veröffentlicht.

Die Einnahmen des Vereines setzen sich zusammen aus Mitgliedsbeiträgen, Spenden, Zuschüssen, Einnahmen aus Zweckbetrieb und sonstigem wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb (Verkauf von Verlagsprodukten und Informationsmaterial, Dienstleistungen im Rahmen von Werkverträgen sowie aus Vermögensverwaltung). Die größte Einnahmequelle sind nach wie vor die Beiträge unserer Mitglieder, die zu rund 58 Prozent zu den Erträgen beitragen. Zum 31.12.2006 freute sich der VCD e.V. über 63 000 Mitglieder und Förderer. Das Spendenaufkommen macht rund neun Prozent der Gesamterträge aus, während die Drittmittelgelder und Projektzuschüsse mit etwa 28 Prozent zu einem wichtigen Standbein geworden sind.

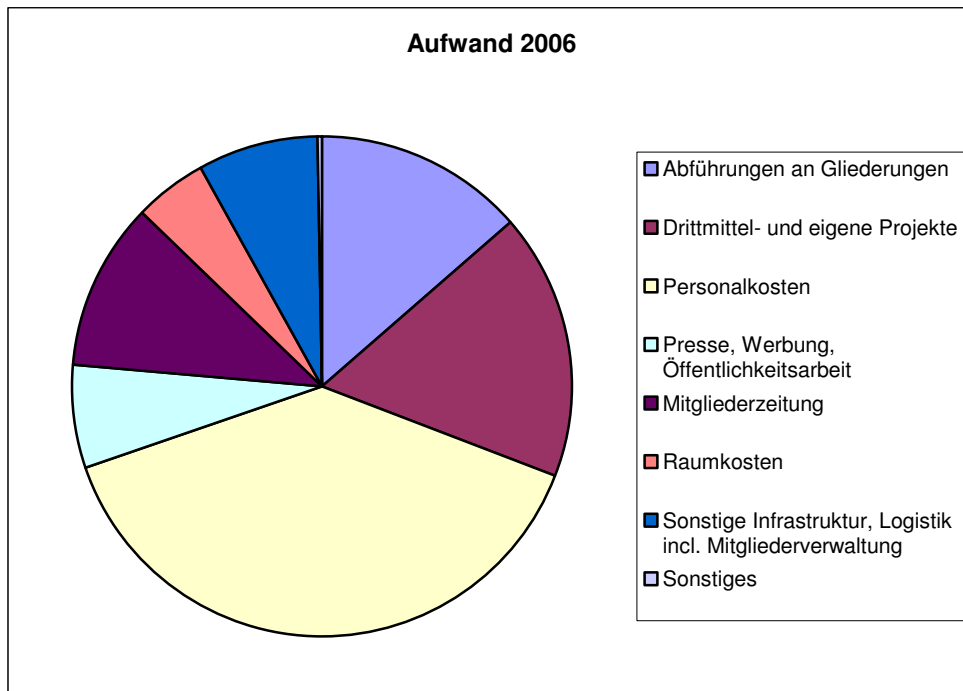
Die Projektzuschüsse von Bundesministerien und Stiftungen sind ein großer Vertrauensvorschuss und belegen die hohe Anerkennung für die Ergebnisse unserer fachlichen und politischen Arbeit und den korrekten Umgang mit öffentlichen Fördermitteln. Unser

besonderer Dank geht an das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit, das Umweltbundesamt, das Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz, das Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung sowie die JMG Foundation.



<b>Erträge 2006 (in Euro)</b>	
Mitgliedsbeiträge	1 872 541,29
Spenden	287 543,68
Zuschüsse, Drittmittel	911 711,01
Sonstiges	101 763,56
Vermögensverwaltung	6 796,36
Zweckbetrieb	53 394,93
Wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb	22 599,86
<b>Gesamt</b>	<b>3 256 350,69</b>

Auf der Aufwandsseite stellen die Ausgaben für das Personal, für unsere verkehrspolitische Projekt- und Lobbyarbeit sowie für die politische Arbeit unserer Gliederungen die größten Einzelpositionen dar. Der VCD e.V. ist föderal strukturiert und fungiert als Dachverband für die selbständigen Landes- und Kreisverbände, die wiederum als gemeinnützige Vereine anerkannt sind. Zwölf Landesverbände und rund 150 Kreisverbände und Ortsgruppen werden durch die Abführungen des Bundesverbandes satzungsgemäß mit 27 Prozent der bereinigten Beitragseinnahmen in ihrer politischen Arbeit unterstützt.



<b>Aufwand 2006 (in Euro)</b>	
Abführungen an Gliederungen	430 062,10
Drittmittel- und eigene Projekte	543 442,67
Personalkosten	1 227 987,57
Presse, Werbung, Öffentlichkeitsarbeit	207 209,83
Mitgliederzeitung	336 974,37
Raumkosten	154 385,87
Sonstige Infrastruktur, Logistik inkl. Mitgliederverwaltung	246 343,15
Sonstiges	5 043,64
<b>Gesamt</b>	<b>3 151 449,20</b>

Der Bundesverband wurde zuletzt durch einen Bescheid vom 31.01.2007 als besonders förderungswürdig und damit als gemeinnützig im Sinne der §§ 51 ff. der Abgabenordnung anerkannt.

Der Verein führt freiwillig Bücher im Sinne des Handelsgesetzbuches. Der Verein arbeitet bei der laufenden Buchhaltung und der Erstellung der Jahresabschlüsse mit dem Steuer- und Wirtschaftsprüferbüro Böttges, Papendorf und Weiler (Bonn, Stollberg, Bornheim, Berlin) zusammen.