

17. Wahlperiode

Schriftliche Anfrage

der Abgeordneten Irene Köhne (SPD)

vom 29. Juni 2014 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 04. Juli 2014) und **Antwort**

Werbeeinnahmen statt freie Sicht für Fahrgäste – stehen Einnahmen durch Werbung über dem Wohl der Fahrgäste?

Im Namen des Senats von Berlin beantworte ich Ihre Schriftliche Anfrage wie folgt:

Die Schriftliche Anfrage betrifft Sachverhalte, die der Senat nicht aus eigener Zuständigkeit und Kenntnis beantworten kann. Er ist gleichwohl bemüht, Ihnen Antworten auf Ihre Fragen zukommen zu lassen und hat daher die BVG AöR um eine Stellungnahme gebeten, die von dort in eigener Verantwortung erstellt, dem Senat übermittelt und in den untenstehenden Antworten kenntlich gemacht wurde.

Frage 1: Welche Einnahmen erzielte die BVG AöR durch Werbung auf bzw. in Verkehrsmitteln in den Jahren 2011, 2012 und 2013 (bitte aufgeschlüsselt nach Verkehrsmittelart und möglichst auch nach Außen- und Innenflächen)?

Antwort zu 1: „Eine Aufteilung nach Innen- und Außenwerbung ist nicht möglich.“

Die BVG AöR erzielte durch Werbung auf bzw. in Verkehrsmitteln folgende Erträge (netto) in Tsd. EUR:

Verkehrsmittel	2011	2012	2013
	Tsd. EUR	Tsd. EUR	Tsd. EUR
Omnibus	2.455	2.031	2.119
Straßenbahn	450	404	449
U-Bahn	771	840	785
Summe	3.676	3.275	3.353

Frage 2: Erzielt die BVG AöR (in 2011-2013) auch Einnahmen – und wenn ja, in welcher Höhe - durch Werbevorrichtungen, die nicht auf oder in Verkehrsmitteln angebracht sind? Bitte ggf. diese Werbevorrichtungen erläutern.

Antwort zu 2: „Die BVG AöR erzielte folgende Einnahmen (netto) in Tsd. EUR durch Werbevorrichtungen, die nicht auf oder in Verkehrsmitteln angebracht sind:

Einnahmen durch Werbung (ohne Verkehrsmittel)	2011	2012	2013
	Tsd. EUR	Tsd. EUR	Tsd. EUR
Inserate und Anzeigen	55,6	56,2	21,5
Werbung Chipkarten Call a bike	2,5	2,5	2,5
Summe	58,1	58,7	24

”

Frage 3: Wie hoch sind die Mehreinnahmen (in 2011-2013) durch Werbemaßnahmen, die Fahrzeuge an der Außenseite über die Fensterscheiben hinweg abdecken gegenüber Werbung nur auf Teilflächen dieser Fahrzeuge ohne Auswirkungen auf die Fensterscheiben?

Antwort zu 3: „Für die Beantwortung erforderliche Detaildaten liegen nach aktuellem Erkenntnisstand nicht vor. Die konkrete Vermarktung erfolgt durch die Firma Wall.“

Frage 4: Teilt der Senat die Auffassung, dass die großflächige Bemalung von Bussen und Waggons der BVG mehr ein notwendiges Übel zur Einnahmesteigerung, denn ein Beitrag zur Stadtverschönerung ist?

Frage 5: Ist der Senat bereit, bei der BVG darauf hin zu wirken, dass die zunehmende Ausdehnung dieser Bemalung auch auf die Fensterflächen so bald als möglich eingestellt wird, da diese bei vielen Fahrgästen ein Gefühl des „Eingeschlossenseins“ erzeugt?

Antwort zu 4 und 5: Bei Abschluss des aktuellen Verkehrsvertrages zwischen dem Land Berlin und der BVG AöR im Jahr 2007 wurde als Kompromiss vereinbart, den Status Quo der werblichen Nutzung von Außenflächen auf niedrigem Niveau fest zu schreiben. Dementsprechend enthält der Vertrag die Vorgabe, dass maximal 25% der Fensterfläche mit transparenten Werbefolien (Lochfolien) beklebt werden dürfen. Für Flächen, die keine Fensterflächen sind, gibt es keine Vorgaben. Der Vertrag gilt bis zum Jahr 2020. Nachverhandlungen zu diesem Regelungsgegenstand sind derzeit nicht vorgesehen. Da die BVG aber auf Basis eines Nettovertrages finanziert wird und sie damit im Einnahme- und Erlösrisiko steht, ist es dem Unternehmen unbenommen, im eigenen unternehmerischen Interesse die Erkennbarkeit ihres Fuhrparks sowie den positiven Fahrteindruck und die Orientierungsmöglichkeit der Fahrgäste durch eine Reduzierung der Werbung an den Fahrzeugaußenseiten und insbesondere auf den Fenstern zu stärken.

Frage 6: Hält die BVG AöR auch bei neu anzuschaffenden Fahrzeugen an einer durchgehend gelben Farbgebung der Fahrzeuge - mit einem weißen Dach bei Bussen - fest?

Antwort zu 6: „Eine Abkehr vom aktuell gültigen Farbkonzept einer durchgängig gelben Lackierung von ÖPNV-Fahrzeugen im Linienbetrieb – mit weißen Dachelementen bei Bussen und Straßenbahnen sowie teilweise grauen Stoßkanten – ist nicht geplant.

Lediglich bei der Beschaffung von ausschließlich im Schienenersatzverkehr eingesetzten gebrauchten Bussen kann hiervon abgewichen werden.“

Frage 7: Werden für bestimmte Organisationen bzw. Initiativen (ausgenommen der BVG AöR selbst) Werbeflächen auf oder in Verkehrsmitteln kostenfrei zur Verfügung gestellt?

Antwort zu 7: „Die BVG AöR stellt keine Werbeflächen kostenlos zur Verfügung. Die Werbeleistungen werden entweder berechnet oder bei Gegengeschäften mit Gegenleistungen verrechnet.“

Berlin, den 21. Juli 2014

In Vertretung

Christian Gaebler

.....

Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt

(Eingang beim Abgeordnetenhaus am 23. Juli 2014)