



Der Fahrgast will wissen, wo er ist:

Reklame auf dem Fenster

> Stadt- und Regionalbusse sind beliebte Reklameobjekte. Als fahrende Litfaßsäulen bewegen sie sich durchs Straßenbild. Oft reicht die Reklame bis über die Seitenfenster des Busses. Die Folge: Der Fahrgast guckt gegen die Rückseite der Reklamefolie und sieht eine verschwommene Welt – oder gar nichts. ROVER (der niederländische Fahrgastverband, d. Red.) wehrt sich gegen die Werbung auf den Seitenfenstern von Bussen. Interessant ist ein Vergleich mit Belgien: Beim flämischen Stadt- und Regionalverkehrsbetrieb „De Lijn“ ist Reklame auf dem Fenster seit einiger Zeit verboten.

Niederlande

von Kees van Ramshorst

Laufend erhält ROVER Beschwerden über die Werbung auf Seitenfenstern von Bussen. Fahrgäste klagen über eine unvollständige Aussicht – oft kann man kaum erkennen, wo man sich gerade befindet. Das Starren durch das Muster der Klebefolie verursacht schlechte Laune, auch wegen des mangelnden Lichteinfalls. Jedes Verkehrsunternehmen hat eine eigene Werbestrategie. Es gibt keine gesetzlichen Vorschriften über Buswerbung, an die sich jeder halten muss. Allenfalls gibt es generelle Grenzen für Werbung, die im „Nieder-

ländischen Werbungskodex“ zusammengefasst sind und durch die Werbungskodex-Kommission überwacht werden (in der die niederländische Verbraucherorganisation vertreten ist). Nach diesem Kodex darf Werbung nicht irreführend oder wahrheitswidrig sein. Auch darf sie nicht gegen die guten Sitten verstoßen. In diesen Fällen geht es jedoch nur um den Inhalt der Werbung, nicht um den Ort, an dem die Reklame angebracht ist. In diesem Bereich gibt es daher keine Möglichkeit, Abhilfe für die genannten Klagen der Busfahrgäste zu schaffen.

Werbung in den Konzessionen regeln

Jedoch ist es sehr wohl möglich, bei der Konzessionierung die Werbung auf dem Bus zu begrenzen. In die Mindestanforderungen (und bei der Ausschreibung) können die Konzessionsgeber (die Provinzen oder sonstige Gebietskörperschaften) Begrenzungen in dieser Sache aufnehmen. Das Verkehrsunternehmen, das die Konzession erhält, ist dann an diese Grenzen gebunden. Ein gutes Beispiel findet sich im Konzessionsgebiet IJsselmündung. Die Provinzen Flevoland und Overijssel treten hier als Konzessionsgeber für die Regionallinien in Flevoland und im Gebiet Zwolle-Kampen in Nordost-Overijssel auf. In den Mindestanforderungen lesen wir: „Der Ausblick für die Fahrgäste ist frei. Werbung auf den Sei-

tenfenstern ist nicht erlaubt. Werbung auf dem Bus ist sehr wohl erlaubt, darf aber keinen Anstoß erregen (Beurteilung durch die Werbungskodex-Kommission) und dem Image des öffentlichen Personenverkehrs keinen Schaden zufügen.“

Das ist eine deutliche Sprache: keinerlei Reklame auf den Seitenfenstern. Schließlich will der Fahrgast wissen, wo er ist. Und doch fahren viele Busse mit reichlich Reklame auf den Seitenfenstern durchs Land, oft in Form von gerasterten Folien. Ist das akzeptabel? Im Konzessionsgebiet IJsselmündung jedenfalls nicht. Wo liegt aber die Grenze, wie groß die freie Fensterfläche sein muss?

Es scheint für Konzessionsgeber zunehmend schwieriger zu werden, Busse ohne Werbung fahren zu lassen, übrigens ebenso wie die Farbe der Busse festzuschreiben. (Die Stadtbusse in Zwolle zum Beispiel werden in „Zwoller Blau“ gefahren.) Die Mindestanforderungen führen nämlich zu weniger Einnahmen und höheren Kosten für die Verkehrsunternehmen. Und die können dann wieder zu höheren Fahrpreisen oder weniger Fahrten beitragen.

Geringerer Wiedererkennungswert

Für den Fahrgast gibt es noch einen weiteren Nachteil durch Werbung auf Bussen: Der Wiedererkennungswert des Busses sinkt, vor allem, wenn er auch auf der Vor-

derseite Reklamefarben trägt. Aus einigem Abstand ist dann nicht mehr zu erkennen, ob es sich um einen Linienbus oder um einen touristischen Reisebus handelt. Auf jeden Fall müssen die Liniennummer und das Fahrtziel für den Fahrgast deutlich sichtbar sein. Auch auf der Rückseite des Busses darf die Werbung nicht über die Liniennummer geklebt werden. Diese Mindestanforderungen können in die Ausschreibungen bei der Konzessionsvergabe aufgenommen werden.

Welche Position vertritt ROVER?

ROVER vertritt die Ansicht, dass Werbung auf Bussen innerhalb der Grenzen des „Niederländischen Werbungskodex“ erlaubt sein sollte, aber keinesfalls auf den Seitenfenstern.

Belgien von Luc Desmedt

Schon seit Jahren registriert der Verband der Zug-, Straßenbahn- und Busfahrgäste (BTTB vzw) – die flämische Schwester von ROVER (und PROBAHN, d. Red.) – Beschwerden von Mitgliedern über Werbung auf Fenstern von Straßenbahnen und Bussen. Das größte Problem ist die eingeschränkte Aussicht. Auch widerspreche die Werbung dem Hausstil des jeweiligen Verkehrsbetriebs.

Gerichtsverfahren in Brüssel

Beklebte Straßenbahnen und Busse finden sich immer häufiger. Ursprünglich – in der Phase der niedrigen Haushaltsansätze für den öffentlichen Verkehr – dachte auch BTTB stärker an die Einnahmeausfälle, die durch fehlende Fensterwerbung entstehen könnten. Ein königlicher Beschluss – das Betriebsreglement für Straßenbahnen und Busse von 1976 – machte jedoch deutlich, dass das Anbringen derartiger Reklame ge-

setzlich verboten war. Im Jahr 2000 bat BTTB daher um ein Tätigwerden von Bundesverkehrsministerin Isabelle Durant, des Brüsseler Ministers Jos Chabert und des flämischen Ministers Steve Stevaert. Chabert winkte allerdings mit einer Ausnahmegenehmigung, die der Brüsseler Verkehrsbetrieb MIVB seit 1997 genoss. BTTB hat die Rechtskraft dieser – durch die Bundesregierung geduldeten – Zuständigkeitsaneignung mit dem Argument angefochten, dass ein Runderlass keinen königlichen Beschluss abändern könne. Der Verband reichte 2001 eine Klage gegen MIVB ein. Denn Minister Chabert war selbst der „Vater“ des königlichen Beschlusses von 1976, dessen Übertretung er nun als für die MIVB zuständiger Minister mit Aufsichtsbefugnis duldete. Im Mai 2003 urteilte das Gericht jedoch, dass die BTTB keine betroffene Partei sei. Ein Urteil in der Sache wurde daher nicht gefällt. BTTB legte Berufung ein, ein Urteil ist jedoch in absehbarer Zeit nicht zu erwarten.

Verbot in Flandern

Auch die Fahrgasträte beim flämischen Verkehrsbetrieb De Lijn und die Vereinigung der Blinden und Sehbehinderten baten um ein Verbot von Werbung auf Straßenbahn- und Busfenstern. Die flämische Regierung erarbeitete einen eigenen Beschluss für die Tarife und das Betriebsreglement für De Lijn. Dabei versuchte De Lijn sogar, sich Fensterreklame offiziell erlauben zu lassen. Aber dank der Unterstützung durch die flämische Ministerin Adelheid Byttebier beschloss die flämische Regierung im Mai dieses Jahres, dass die Fenster der Fahrzeuge von De Lijn frei bleiben müssen. In Artikel 38 des Beschlusses der flämischen Regierung zum Betrieb und zu den Tarifen der Verkehrsbetriebe heißt es nun: „Um den Fahrgästen einen ausgezeichneten Ausblick zu bieten, ist es ver-

boten, Werbung oder Anzeigen auf Fenstern von Fahrzeugen der öffentlichen Verkehrsbetriebe anzubringen.“ Dies bedeutet in der Praxis, dass gültige Werbeverträge nicht gebrochen werden, aber eine Verlängerung oder Erneuerung nicht erlaubt ist. Auch Verträge zwischen Streep (der Werbeagentur von De Lijn) und den Verkehrsbetrieben, die im Auftrag von De Lijn ungefähr die Hälfte der Busfahrten ausführen, dürfen nicht verlängert oder erneuert werden. Es wird erwartet, dass binnen weniger Monate alle Werbung von den Fenstern der Straßenbahnen und Busse in Flandern verschwindet. BTTB wird die Einhaltung der Regeln streng überwachen.

Woanders

Eine von BTTB für Westeuropa durchgeführte Untersuchung zeigt auf, dass sich viele Verkehrsunternehmen aktiv gegen Werbung auf Fenstern wehren. Die französischen Straßenbahnbetriebe verweigern sich dieser Reklameform konsequent. Auch der Schweizer Kanton Neuchâtel hat das Anbringen von Werbung auf Fenstern gesetzlich verboten.

*Aus: De Reiziger 6/2004, der Zeitschrift des Fahrgastverbandes ROVER.
Übersetzung: Ansgar Drücker*

Und in Deutschland?

Hier sieht es nicht besser aus als in den Niederlanden. Viele städtische Verkehrsunternehmen machen Straßenbahnen und Busse zu fahrenden Reklamedosen. Andere Unternehmen werben selbstbewusst für sich selbst und ihre gute Leistung. Hier wartet noch viel Überzeugungsarbeit auf die Aktiven von PROBAHN.

Die Redaktion.



Foto: Pieneke Wiertz



Foto: ROVER

Werbung auf dem Heck wird nicht als Problem angesehen. Seitenwerbung auf den Fenstern ist bei De Lijn jetzt nicht mehr erlaubt.