

Betreff:

Werbung auf Fensterscheiben öffentlicher Verkehrsmittel

Antragstext:

Antrag der Fraktion Linke Liste:

Der Magistrat wird gebeten zu berichten:

1. Inwieweit ist es nach DIN zulässig, Fensterscheiben zu bekleben und somit einen „Käfigeffekt“ zu erzeugen.
2. Ist die Eigenschaft der Fensterscheiben in Bussen als Notausstieg (Bruchverhalten) noch gewährleistet, wenn diese großflächig mit Folie beklebt sind?
3. Welche Bedeutung misst die Wiesbadener Verkehrsbetriebe dem Komfort der Fahrgäste zu, der durch den „eingetrübten“ Blick, den verdeckten Fenster erzeugen, erheblich gemindert wird?
4. Wie hoch sind die Einnahmen durch die Verwendung dieser Fensterfolien?

Begründung:

Stadt- und Regionalbusse sind begehrte 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 Reklame und sieht eine verschwommene Welt- oder gar nichts.

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 Vorderseite Reklamefarben trägt.

Weiterhin klagen Fahrgäste über eine unvollständige Aussicht- oft kann man kaum erkennen, wo man sich gerade befindet. Das Starren durch das Pixelmuster der Klebefolie verursacht schlechte Laune, auch wegen des mangelnden Lichteinfalls

Aus einigem Abstand ist dann nichts zu erkennen, ob es sich um einen Linienbus oder um einen touristischen Reisebus handelt. Besonders davon betroffen sind Brillenträger.

Fakt ist; die Fahrgäste können kaum noch aus den Fenstern schauen. Sie fühlen sich immer mehr als lästiger Ballast und Störfaktor in diesen rollenden Litfaßsäulen.

Die Fahrgäste der städtischen Busse sollen zahlen- und zwar ständig mehr- und ansonsten schweigen.

Attraktiver Nahverkehr sieht anders aus.

Wiesbaden, 27.01.2009