

28.07.2020

#35;BesserWeiter

Achtung: Nachricht stammt aus dem Archiv



#BesserWeiter: Die bundesweite Kampagne für einen starken ÖPNV ist gestartet.

Der ÖPNV war in Deutschland in den vergangenen Jahren auf Rekordniveau unterwegs und hat auch während der stärksten coronabedingten Beschränkungen für eine verlässliche Mobilität fast ohne Angebotsrückgang gesorgt.

Dennoch hat die Pandemie die Branche mit voller Wucht getroffen, in der Hochphase der Ausgangsbeschränkungen brachen die Fahrgastzahlen um etwa 80 Prozent ein. Inzwischen sind 50 bis 60 Prozent der Fahrgäste zurückgekehrt. Das ist trotzdem noch zu wenig für das notwendige Wachstum der Branche - und um die Klimaschutzziele zu erreichen. Mit der bundesweiten Gemeinschaftskampagne #BesserWeiter wollen Bund, Länder, kommunale Spitzenverbände und die Unternehmen des öffentlichen Nahverkehrs ab dem 28. Juli 2020 das Vertrauen der Fahrgäste zurückgewinnen. Zugleich bedanken sie sich bei den Beschäftigten von Bus und Bahn für ihren Einsatz. Federführend koordiniert wird diese Initiative vom Verband Deutscher Verkehrsunternehmen (VDV), dem Branchenverband für über 600 Bus- und Bahnunternehmen in Deutschland.

Trotz einer coronabedingten Nachfrage von nur noch 20 Prozent haben die Verkehrsunternehmen während der starken Einschränkungen zur Eindämmung der Pandemie 80 Prozent ihres Bus- und Bahnangebotes aufrechterhalten, um insbesondere die Mobilität von Menschen in systemrelevanten Berufen sicherzustellen. Die Gemeinschaftskampagne #BesserWeiter bedankt sich in ihrer ersten Phase für das damit verbundene Engagement der Beschäftigten im öffentlichen Nahverkehr, die in einer nie dagewesenen Ausnahmesituation die öffentliche Mobilität aufrechterhalten haben.

Mit dem Dank an die Mitarbeitenden der Verkehrsunternehmen verbinden die Initiatoren der Kampagne einen Appell an die Fahrgäste: Diese sollen auch weiter einen Mund-Nasen-Schutz tragen und die allgemeinen Verhaltensregeln einhalten.

Die Menschen wieder vom öffentlichen Nahverkehr überzeugen

Ende September startet die zweite Phase der Gemeinschaftskampagne. Dann wird es darum gehen, verstärkt Fahrgäste zurückzugewinnen, denn die Pandemie-Einschränkungen haben das Wachstum im ÖPNV von heute auf morgen zunächst ausgebremst. Zwar ist Deutschland mittlerweile zu einer neuen Form der Normalität zurückgekehrt und der öffentliche Nahverkehr hat sein Angebot deutschlandweit wieder auf den regulären Betrieb hochgefahren.

Die Fahrgastzahlen allerdings bewegen sich mit 50 bis 60 Prozent immer noch auf einem niedrigen Niveau. Vor allem für Gelegenheitsnutzer fehlen nach wie vor die Fahrtanlässe, denn es finden keine Großveranstaltungen statt und auch internationale Touristen kommen nur langsam und in deutlich kleinerer Anzahl nach Deutschland zurück. Zudem arbeiten viele Berufspendlerinnen und Pendler noch immer von zu Hause oder sind in Kurzarbeit, Schulen und Universitäten öffnen nur sehr eingeschränkt. Es gibt aber auch einige Fahrgäste, die ein höheres Ansteckungsrisiko vermuten und deshalb den ÖPNV meiden. Und das, obwohl bisher kein besonderes Infektionsrisiko in öffentlichen Verkehrsmitteln nachgewiesen worden ist und die Verkehrsunternehmen ihre Hygienemaßnahmen deutlich verstärkt haben. Die bundesweite Kampagne #BesserWeiter will den Menschen diese diffusen Ängste nehmen und die Stärken des öffentlichen Nahverkehrs herausstellen.

Schon jetzt sind die infolge des Fahrgastrückgangs erlittenen Einnahmeverluste für Verkehrsunternehmen sowie Städte und Kommunen als Aufgabenträger drastisch. Sie belaufen sich nach Berechnungen des VDV auf rund fünf Milliarden Euro bis zum Jahresende. Zwar haben Bund und Länder sich zum Ausgleich der Einnahmeverluste auf einen milliardenschweren Rettungsschirm für den ÖPNV verständigt. Eine langfristige Stärkung des öffentlichen Verkehrs und die notwendige Verkehrswende können aber nur gelingen, wenn die Fahrgäste wieder verstärkt mit Bus und Bahn unterwegs sind.

Bundesweite Sichtbarkeit erreichen

Die Gemeinschaftskampagne #BesserWeiter wird von Bund, Ländern, kommunalen Spitzenverbänden und Verkehrsunternehmen realisiert. Um eine bundesweite Sichtbarkeit zu gewährleisten, setzen die Akteure auf zahlreiche Plakate und weitere Formate der Außenwerbung in ganz Deutschland. Ergänzt wird diese klassische Werbung durch entsprechende Online- und Social-Media-Kommunikation. Mit der Gemeinschaftskampagne wollen alle Partner gemeinsam verlorengegangenes Vertrauen bei den Fahrgästen zurückzugewinnen und wieder mehr Menschen von Bus und Bahn überzeugen. Nur so können weitere Fahrgeldverluste vermieden werden und die Klimaschutzziele erreicht werden.

Ausführliche Infos und vieles mehr finden Sie auf der [Kampagnenwebsite](#).