

## ÖPNV genießt hohe Aufmerksamkeit

Der Nahverkehr in der Metropolregion und der VGN standen in den letzten Wochen im Fokus der öffentlichen Wahrnehmung. Vom 3. März bis zum 28. April beleuchteten die Nürnberger Nachrichten mit einer ausführlichen Serie das Thema Mobilität. Der VGN startete seine aktuelle Imagekampagne und war mit Anzeigen sowie als kompetenter Ansprechpartner für die Redaktionen präsent.

Den VGN als modernes, leistungsfähiges und gut funktionierendes Gesamtsystem zu präsentieren, ist Ziel der neuen Imagekampagne, die bis ins kommende Jahr laufen wird. Überraschende Motive, die zum Schmunzeln anregen und mit einer Prise Humor und auch Selbstironie versehen sind, wecken Sympathie und Interesse. Ergänzend stellt der VGN weiterführende Inhalte bereit, anhand derer sich Zeitungsleser wie auch Besucher der VGN-Website informieren können. In drei Wellen widmet sich die



Kampagne den Themen Leistungstärke, Umwelt und Fahrkartensortiment. 2019 folgen die Themen Zukunft und Innovation, Klimaschutz sowie Sicherheit.

berg, sowie durch Edgar Cards mit den Werbemotiven.

### Mobilitätsserie

Die wachsende wirtschaftliche und gesellschaftliche Bedeutung der Mobilität stand im Mittelpunkt der aus 20 Beiträgen bestehenden Serie der Nürnberger Nachrichten. Betrachtet wurden zum Beispiel die unterschiedlichen Verkehrsträger, die Mobilität im Wandel, der Pendlerverkehr, neue Verkehrskonzepte und Zukunftsvisionen für den Verkehr. Der VGN war mit kleinen aber auffälligen Textteilanzeigen präsent. Auch weitere Tageszeitungen widmeten sich in den letzten Wochen verschiedenen Aspekten der regionalen Mobilität. Die Redaktionen unterstützte der Verkehrsverbund als Interviewpartner und durch die Bereitstellung von Datenmaterial zum Nahverkehr in der Region.

**Fazit:** Der hohe Stellenwert der Mobilität und auch des ÖPNV für Gesellschaft und Wirtschaft ist in der Öffentlichkeit präsent wie nie. Welchen großen Beitrag Verkehrsverbund, Verkehrsunternehmen und Aufgabenträger leisten, verdeutlichen die aktuelle Imagekampagne und die Beiträge in den Medien.

**METROPOLREGION UND BAYERN**

Samstag, 21. April 2018

### „Tretmühle“ soll zeigen, wie Fußgänger ticken

Nürnberger Lehrstuhl für intelligente Verkehrsplanung erforscht Grundlagen für die Förderung umweltfreundlicher Nahmobilität

**482-600 App-Downloads**

Die neuen Fußgänger-Sensoren werden in den nächsten Wochen in der Metropolregion Nürnberg eingesetzt. Die Sensoren sollen die Bewegungen der Fußgänger in der Stadt verfolgen und so die Verkehrsplanung verbessern. Die Sensoren sind in Form von Tretmühlen in öffentlichen Parks und auf Fußwegen installiert. Die Sensoren senden Daten an eine App, die die Bewegungen der Fußgänger verfolgt. Die App ist kostenlos heruntergeladen und kann von jedem Smartphone genutzt werden. Die Sensoren sind in Form von Tretmühlen in öffentlichen Parks und auf Fußwegen installiert. Die Sensoren senden Daten an eine App, die die Bewegungen der Fußgänger verfolgt. Die App ist kostenlos heruntergeladen und kann von jedem Smartphone genutzt werden.

**STADT NÜRNBERG**

Freitag, 13. April 2018

### Der Verkehr in Nürnberg stinkt immer mehr Bürgern

Mobilitätsstudie im Auftrag der VAG: Nie zuvor haben sich so viele Befragte über die Belastungen beschwert wie im Jahr 2017

**Grundlagen zur Mobilität**

4 von 10 Nürnbergern sind umweltbewusst. 69% sind umweltbewusst, 21% sind umweltunbewusst. 19% sind umweltbewusst, 21% sind umweltunbewusst. 69% sind umweltbewusst, 21% sind umweltunbewusst.

**Mit Bus und Bahn unterwegs**

600 Personen sind in 462 Autos unterwegs oder passen in eine U-Bahn. 600 Personen sind in 462 Autos unterwegs oder passen in eine U-Bahn. 600 Personen sind in 462 Autos unterwegs oder passen in eine U-Bahn.

**Verkehrsmittel**

19% Fahrrad, 21% PKW, 6% Moped, 21% Auto, 33% Bus/Tram, 9% Fußgänger

**Zahlenbeispiel**

600 Personen sind in 462 Autos unterwegs oder passen in eine U-Bahn. 600 Personen sind in 462 Autos unterwegs oder passen in eine U-Bahn. 600 Personen sind in 462 Autos unterwegs oder passen in eine U-Bahn.

**Klarer Auftrag**

Autarkie für Bürger wünschen sich Nürnbergler durch VAG. Autarkie für Bürger wünschen sich Nürnbergler durch VAG. Autarkie für Bürger wünschen sich Nürnbergler durch VAG.

## Freizeitlinien starten am 1. Mai in die neue Saison

**Insgesamt 22 Freizeitbuslinien steuern von 1. Mai bis 1. November an Wochenenden und Feiertagen auf direktem Weg beliebte Ausflugsziele an. Vier davon sind mit Fahrradanhänger unterwegs. Neu ist in diesem Jahr der Gottesgarten-Express zwischen Burgkunstadt und Weismain. Außerdem startet der Kleine Brombachsee-Express (Linie 699) jetzt direkt am Bahnhof Pleinfeld.**

Die Erfolgsgeschichte der VGN-Freizeitlinien reicht weit zurück: Sie begann 1991, mit dem Start der Rothsee-Linie. Sowohl bei der Gestaltung und Vermarktung des Freizeitnetzes wie auch bei der Finanzierung einzelner Freizeitlinien hat man damals wie heute innovative Wege beschritten. 2004 wurden die Freizeitlinien mit dem bayerischen ÖPNV-Preis ausgezeichnet.

Von Beginn an verfolgte man mit den Freizeitlinien das Ziel, touristisch interessante Ausflugsorte, die an Wochenenden und Feiertagen mit dem bestehenden ÖPNV-Angebot nicht oder nur sehr eingeschränkt zu erreichen waren, den Fahrgästen zugänglich zu machen. Denn während im werktäglichen Pendlerverkehr die Kapazitätsgrenze oft schon erreicht war, fanden sich im Freizeitverkehr sowohl ausreichende Kapazitäten wie auch Fahrgastpotenziale. Wachsendes Interesse hegten auch Gebietskörperschaften, Fremdenverkehrsträger oder die Gastronomie.

So richtig Fahrt aufnehmen konnten die Freizeitlinien mit der Einführung des Bayern-Taktes 1996. Damals wurde das Angebot auf der Schiene auch am Wochenende verstärkt und damit die Grundlage für ein weiter verzweigtes Freizeitliniennetz geschaffen. Neben dem „grünen“ Netz (Schiene) sollte nun auch das „rote Netz“ (Buslinien) ausgebaut werden.

Am Erfolg des Freizeitnetzes waren und sind viele Partner beteiligt. Die Finanzierung erfolgt in der Regel durch Landkreise und/oder Kommunen, teilweise sind aber auch Zweckverbände, Arbeitsgemeinschaften oder Gastronomen beteiligt. Einzelne Fahrten werden eigenwirtschaftlich betrieben. Diese Zusammenarbeit bringt viele Vorteile für alle Beteiligten mit sich. Neben



© VGN/Gerhard Zuber

der größeren Effizienz gemeinsamer Werbeaktionen lässt sich oft auch ein Zusatznutzen für die Fahrgäste erreichen. So erhalten VGN-Kunden z. B. verbilligten Eintritt in Museen, Bädern und anderen Freizeitattraktionen. Die Erfolge und die Resonanz wären jedoch undenkbar ohne die vielen Freizeittipps, die Fahrgästen weit mehr als nur eine Wanderroute anbieten, sondern ihnen maßgeschneiderte, praxiserprobte und erlebnisorientierte Freizeitangebote machen. Natürlich sind auch die entsprechenden tariflichen Angebote, wie das Tages-Ticket Plus oder die 9-Uhr-MobiCard wichtig für den Erfolg des Freizeitverkehrs.

Im Jahr 2017 sind 93.270 Fahrgäste auf den Freizeitlinien unterwegs gewesen. Trotz des wetterbedingten Rückgangs um 5,8 Prozent im Vergleich zum Vorjahr konnte das drittbeste Ergebnis seit Bestehen der Freizeitlinien erreicht werden. Mit Abstand der stärkste Tag war Christi Himmelfahrt. Trubachtal- und Wiesenttal-Express waren wieder die unangefochtenen Spitzenreiter unter den Freizeitlinien. An dritter Stelle blieb der Hallerndorfer-Keller-Express. Aber auch das Fränkische Weinland profitierte im vergangenen Jahr sehr stark von einigen Neuerungen. Neben dem im September 2016 neu eingeführten Main-schleifen-Express wurden sowohl Bocksbeutel- wie auch Dorfschätze- und Kirchenburg-Express neu konzipiert. Hier galt vor allem die Devise, Fahrzeiten zu verkürzen.

Für neu eingerichtete Freizeitlinien wird eine zwei- bis dreijährige Probephase empfohlen, zumal die Nachfrageentwicklung stark von der Witterung abhängig ist. Nach jeder Saison wertet der VGN die Fahrgastzahlen aus, um eventuelle Anpassungen im Fahrplan, bei der Linienführung, den Freizeitangeboten oder der Öffentlichkeitsarbeit und Werbung vornehmen zu können.

**Fazit:** Die Freizeitlinien sind ein gutes Beispiel dafür, dass ein innovatives Konzept und das Engagement vieler Partner zum stetigen Erfolg beitragen. Letztlich profitieren davon alle Beteiligten. Bleibt nur zu hoffen, dass Wanderer und Radler in dieser Saison vom Wetter etwas mehr verwöhnt werden als im letzten Jahr. Dann stehen die Chancen gut, die magische Grenze der 100.000 Fahrgäste zu überschreiten.

### Impressum

#### Herausgeber:

Verkehrsverbund Großraum Nürnberg GmbH (VGN)  
Rothenburger Str. 9, 90443 Nürnberg  
Telefon: 0911/27075-0,  
Telefax: 0911/27075-50  
E-Mail: presse@vgn.de, www.vgn.de

#### Konzeption/Redaktion/Gestaltung:

Barbara Lohss  
Manfred Rupp