

Plädoyer für den promillefreien Nahverkehr



**Jetzt Notbremse ziehen,
damit SPNV auch
morgen noch sicher,
sauber und attraktiv
bleibt!**

Der metronom in Kürze



- Größtes, nicht bundeseigenes Eisenbahnunternehmen im SPNV
Marktanteil 2008 bundesweit: gesamt ca. 3%, nur NE-Bahnen ca. 28%;
Marktanteil 2008 in Niedersachsen ca. 26%
- Gesellschafter:
69,9% NiedersachsenBahn (OHE 60%, EVB 40%)
25,1% BeNEX GmbH (Hamburger Hochbahn)
5,0% Bremer Straßenbahn
- Verträge mit LNVG zur Durchführung der Verkehrsleistung im schnellen Regionalverkehr
- Firmensitz: Uelzen,
gegründet im Februar 2002
- Mitarbeiter: ca. 315
- Fahrgastzahlen: 75.000 täglich,
über 25 Mio p.a.



Die *metronom* Flotte – Eigentümer LNVG



- 27 E-Loks der Baureihen 146.1 und 146.2
- 7 Dieselloks der Baureihe 246
- 183 Doppelstockwagen



Wir haben einen sehr hohen Anspruch an uns und verstehen uns als Premium-Marke im SPNV.

Engagement, Herzblut

- > glänzende Kundenzufriedenheitswerte;
- > Beziehungsarbeit mit unseren Kunden

Mut, Ideen, Lösungen

- > Stammplatz 10.000 p.a., Online-Fundbüro 20.000 p.a.,
- > Kundenzentrum/Beschwerdemanagement 250 p.d.,
- > Extranet mit Anbindung der Züge

Regionale Verbundenheit

- > Partnerschaftliches Miteinander,
- > Unterstützung örtlicher Projekte/Tourismusaktivitäten
- > Kontaktpflege mit Gemeinden, Schulen etc.

Soziale Verantwortung

- > Sicherheit, Sauberkeit und Komfort
- > Präventionsarbeit in Kindergärten, Grundschulen

Probleme mit Alkoholkonsum

Fußballzüge

- 10 Fußballvereine 1./2./3. Bundesliga
- 13 Handballvereine 1.+2. Bundesliga
- 5 Basketballteams 1. Bundesliga
- 3 Eishockey-Mannschaften

Großveranstaltungen

- Hafengeburtstag, Schlagermove etc.
- Demonstrationen, Festivals

Wochenendzüge im Zulauf auf die Metropolen HH, HB, H und GÖ

- Wochenendverkehre
- Bundeswehr etc.



Um welche Fahrgäste geht es?

Hauptsächliche Alkohol-Konsumgruppen

- Fußball-/Sportfans
- Jugendliche / Heranwachsende
- „üblichen Kandidaten“
- „Feierabendbierchen“
- „Hausfrauen“-Sektrunde

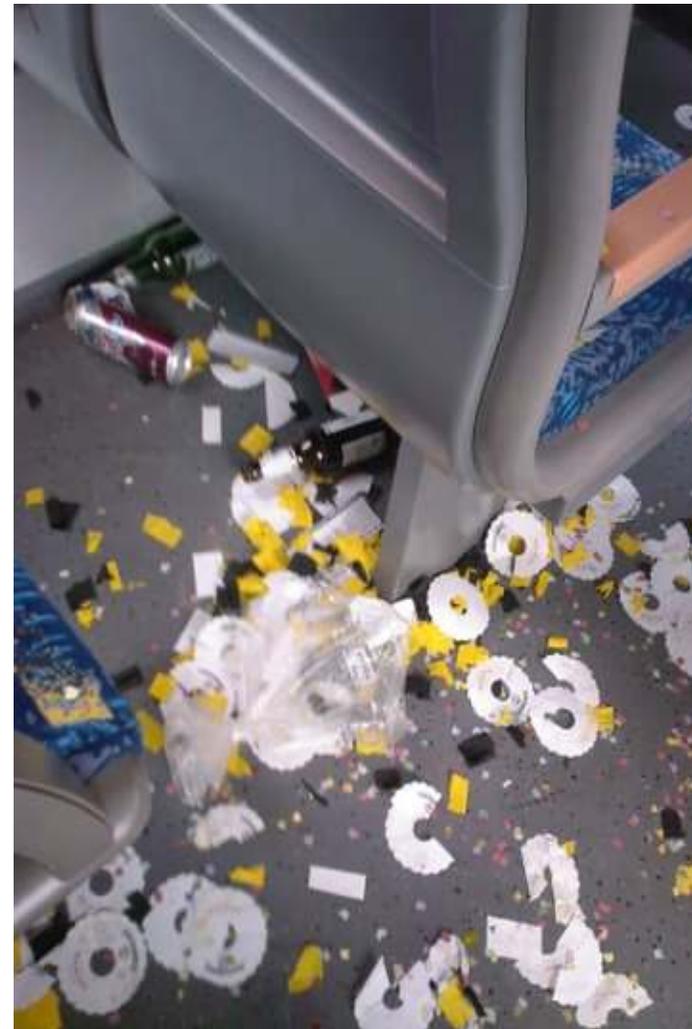


Exzessiver Alkoholkonsum im Nahverkehr ist Ursache für

- gewalttätige Übergriffe auf Fahrgäste, Mitarbeiter, Polizeibeamte
- Vandalismus: Innengraffiti, zerschlagene Deckenplatten, zerkratzte Scheiben und Tische, zerschlitzte Sitze, zerstörte Lampen etc.
- Bedrohung / vulgäre Belästigung / extrem hohe Lautstärke
- massive Aggressionen in Gruppen von Fahrgästen
- Müllberge: Flaschen, Fässer, Bierkästen, Konfetti, Aufkleber usw.
- Sauberkeit: verklebte Böden, Tische, durchnässte Sitze, beklebte Fenster
- Komfort: Fäkalien verschmierte Toiletten, quasi unbenutzbare WCs

Einblick „Fußballzüge“

metronom in der Bundesliga-Saison



Einblick „Fußballzüge“

metronom Alltag während der Bundesliga-Saison – Thema Müll



Einblick „Fußballzüge“

alkoholisches „Sortiment“ und Getränkemengen im Zug



Einblick „Fußballzüge“

Vandalismus und Zerstörung im Zug



Einblick „Fußballzüge“

Solche Züge machen Kurzwenden – z.B. in Bremen



Mittelfristig und langfristige Ziele

- Alkoholkonsumverbot in *metronom* Zügen durchsetzen
- Alkoholkonsumverbot im Nahverkehr
- Bewusstseinsänderung in der Gesellschaft -> Ächten von Trinken in der Öffentlichkeit
- „soziale Kontrolle“ erreichen
- Alkoholkonsumverbot im öffentlichen Raum (Bahnsteige)
- Handlungsdringlichkeit erzeugen -> Politik motivieren



Verantwortung des Staates

ökonomischer Umgang mit Steuergeldern

- => wöchentlich Fußball = wöchentliche Polizeieinsätze
- => NS: Wagenmaterial von Steuergeldern angeschafft
(oder eigene Fahrzeuge eines VU anteilig refinanziert)
- => Vandalismus erhöht Fahrpreise

ÖPNV/SPNV attraktiv gestalten

- => schonender Umgang mit Ressourcen
- => Aus Gründen des Klimaschutzes
- => Sicherheit (Alkohol am Steuer)
- => Entscheidung JETZT => sonst A – A – A

Fürsorgepflicht

Kinder/Jugendliche (Eltern vernachlässigen Erziehungsauftrag)

- => Jugendschutzgesetze durchsetzen
- => Schutz vor gezielter Werbung/Produkten (Alkopops!)

Allgemeinheit

- => Schutz vor Gewalt, Bedrohung, Belästigung

Als Arbeitgeber für Mitarbeiter des Staates

- => Polizeibeamte

Gesetzliche Basis schaffen

- => Konsumverbot im öffentlichen Raum
- => Alkoholwerbe-Reglementierung

Resonanz auf *metronom* Vorstoß

Presse: bundesweites Interesse!

Contra-Argumente

- Hang zur Bagatellisierung / Relativierung „die paar Fans, die sich nicht benehmen können“
- Recht auf persönliche Freiheit wird eingefordert „will trinken, wo ich will“
- Problemverlagerung „sei EVU-Problem, sollen halt schneller putzen“
- Antialkoholiker „wollen anderen den Spaß verderben“
- Verbote seien überflüssig, weil sie sowieso nicht eingehalten werden
- Separieren von restlichen FGs „Viehwagen für Fans dranhängen“
- Diskriminierung der Fahrgäste, die trinken und sich benehmen
- Vorwürfe der Manipulation „wir sollen fahren, Klappe halten, keine Politik machen“



Resonanz auf *metronom* Vorstoß



Pro-Argumente

- Höchste Zeit, dass durchgegriffen wird!
- Vorbildfunktion von Erwachsenen wird angemahnt
- Kosten für Vandalismus, Polizei, ärztliche Versorgung trage Allgemeinheit – nicht akzeptabel
- 60 Minuten Fahrt – Verzicht auf Zigarette und Alkohol müsse möglich sein
- Pendler meiden *metronom* am Wochenende wegen Alkoholexzesse im Zug
- Fragen nach gesellschaftlicher Entwicklung
- Forderung nach Ende einer Zwei-Klassen-Gesellschaft
- Alkohol sei Ursache des Übels: Aggression, Bedrohungen, Gewalt
- Nahverkehr solle attraktiv bleiben und ausgebaut werden



Sind uns einer Mitverantwortung bewusst und räumen dem Umgang mit alkoholbedingten Problemen in unseren Zügen höchste Priorität ein.

- Sorgen über „Vorglühen“ Jugendlicher in unseren Zügen: nimmt bedenklich zu
- Erwachsene haben Vorbildfunktion: Wir wollen nicht, dass Kinder im *metronom* lernen, es sei „richtig“, weil nicht geahndet, rund um die Uhr Alkohol zu trinken
- neue Dimensionen der Vandalismusschäden durch alkoholisierte Fahrgäste
- *metronom* Züge sind Nahverkehrszüge => max 60 Minuten Aufenthalt an Bord
- Müllberge / Verunreinigungen – können Mitarbeiter nicht mehr bewältigen, wollen wir Reisenden aber auch nicht zumuten
- Massive Beeinträchtigung des Reisekomforts und subjektiven Sicherheitsgefühls durch Gegröhle, Aggressionen und vulgäres Benehmen – Wohlfühlen im *metronom* erheblich gestört

Maßnahmen-Katalog zur Kommunikation und Meinungsbildung

- Presseinformation zu Alkoholkonsumverbot zu Beginn Bundesliga-Rückrunde => regionales Echo
- zweite Pressewelle Anfang April => bundesweites Echo (Bild, Süddeutsche, FAZ, Welt etc.)
- Comedy-Ansagen => bundesweit in TV-, Funk- und Printmedien
- zweimal Schwerpunktthema in momente (Fußball-Vandalismus / Alkoholkonsumverbot)
- „Meinungs-Board“ Fußballzüge / Alkoholverbot im Internet
- im Mai: Fahrgastbefragung: bisheriges Ergebnis ca. 4.200 Pro – ca. 800 Contra
- Aufgabenträger einbezogen: Thema in der BAG SPNV
- Bundespolizei Leitungskreis => Gespräch über Unterstützung, Entlastungszüge, weiteres Vorgehen
- Schul-Projekttag „Alkohol“ (Aktionswoche Alkohol)
=> Modellprojekt für Übertragbarkeit auf weiterführende Schulen

Wie geht es weiter?

Maßnahmen zur Um- und Durchsetzung

- Erarbeitung von Maßnahmen zur Durchsetzbarkeit
- Zusammenstellung einer Expertenrunde
 - Praktiker aus anderen VU mit Alkoholverbot
 - Bundespolizei, Sicherheitsdienst etc.
- Erweiterung der Beförderungsbedingungen
- etc.



Unterstützung erwünscht!



***metronom* unternimmt diesen Vorstoß...**

**... doch gemeinsam sind wir
stärker – für attraktiven, sicheren
Nahverkehr in Deutschland!**

Wir wünschen uns IHRE Unterstützung!



**Vielen Dank für
Ihre Aufmerksamkeit!**

