

ZWECKVERBAND VERKEHRSVERBUND GROSSRAUM INGOLSTADT

BESCHLUSSVORLAGE	
V0296/22 öffentlich	Geschäftsleiter Frank, Robert, Dr. Telefon 97 43 93 14 Telefax 97 43 93 99 E-Mail vgi@invg.de Datum 05.04.2022

Gremium	Sitzung am	Beschlussqualität	Abstimmungs- ergebnis
Zweckverband Verkehrsverbund Großraum Ingolstadt, Verbandsversammlung	07.04.2022	Entscheidung	

Beratungsgegenstand

Verabschiedung einheitliches Gestaltungskonzept für Fahrzeuge im VGI-Verkehrsverbund

Antrag:

1. Die Verbandsversammlung befürwortet die Grundsätze zur Gestaltung der Buswerbung und des einheitlichen CI-Auftritts im VGI-Gebiet gemäß Sachvortrag. Jeder Aufgabenträger bestimmt in seinem Zuständigkeitsbereich, in welchem Umfang der einheitliche CI-Auftritt zur Anwendung kommt.
2. Die Verbandsversammlung bestimmt das Konzept **xxx** als einheitliche Festlegung für das VGI-Design.
3. Die Verwaltung wird beauftragt, die weiteren notwendigen Schritte in die Wege zu leiten.



Dr. Robert Frank
Geschäftsleiter

Sachvortrag:

Allgemeines:

Im VGI-Verbundgebiet werden derzeit eine Vielzahl an Gestaltungsvarianten im regionalen Busverkehr bei den Busflächen angewendet. In der Mehrheit dominieren unternehmensinterne Darstellungen der jeweiligen Verkehrsunternehmen, welche Genehmigungsinhaber nach PBefG für den jeweiligen Verkehr sind. Zudem nutzen die Verkehrsunternehmen die Vermietung der Busflächen zur Erzielung von Werbeeinnahmen. Der jeweilige Aufgabenträger kann bei gemeinwirtschaftlichen Genehmigungen bzw. bei der Veröffentlichung von Vorabkennzeichnungen Vorgaben für die Gestaltung der Busflächen machen. Bislang fehlt eine einheitliche Festlegung im VGI-Tarifgebiet, ob und in welchem Umfang eine solche Vorgabe zur Gestaltung der Außenflächen festgelegt wird.

Zukünftig soll es einen Standard für die Gestaltung der Busflächen geben, der sodann im gesamten VGI-Tarifgebiet umgesetzt wird. Der jeweils zuständige Aufgabenträger entscheidet allerdings eigenverantwortlich, ab wann und konkret auf welchen Fahrzeugen das beschlossene Gestaltungskonzept zur Anwendung gelangt. Der Aufgabenträger kann also der Erzielung von Werbeeinnahmen weiterhin Vorrang gegenüber einem VGI-Markenauftritt einräumen.

Vor dem Hintergrund einer professionellen Markenbildung im ÖPNV für den „neuen“ VGI-Verbundtarif wurde ein CI-Design entwickelt, welches im gesamten Verbundgebiet einheitlich an den Fahrzeugen angebracht werden kann. Dieses CI-Design wurde durch Unterstützung einer externen Marketing-Agentur in verschiedene Konzepte aufgegliedert, die im Folgenden erläutert werden.

Im Einzelnen liegt den vier Gestaltungskonzepten lt. Anlage folgender Grundgedanke zugrunde:

Konzept 1:

Charakteristika:

- Minimalistischer Ansatz, bewusst zurückhaltende Darstellung
- Dynamischer Ansatz mit Quer-Streifen
- Vereinigung gestaltender Elemente der bisherigen „VGI-Raute“ mit neuem Ansatz

Vorteile:

- Leicht einprägsam, klarer Markenkern
- Bewusst neue Gestaltung, vereint mit bekannten Elementen
- Leichte Übertragbarkeit auf alle anderen Fahrzeugtypen im Verbundraum

Nachteile:

- Relativ hohe Verschmutzungsintensität aufgrund hohen Anteils weißer Farbe im unteren Fahrzeugbereich
- Höhere Kosten der Anbringung durch Werbetechniker/in, da die Querstreifen einzeln gedruckt und geklebt werden müssen

Konzept 2:

Charakteristika:

- Vollflächiger Ansatz, Nutzung der gesamten Fahrzeugfläche für gestaltende Elemente
- Bewährter Ansatz, erfolgreich in anderen Verbundräumen in der Anwendung
- Fortführung des bisherigen „vierfarbigen VGI-Regenbogens“ in neuer Ausprägung

Vorteile:

- Bewusst auffällige, sehr einprägsame Darstellung, die im Gedächtnis bleibt.
- Einfacher Foliendruck und einfache Anbringung, da gesamte Fläche mit einer Folie gestaltet ist.
- Relativ niedrigere Kosten als bei Konzept 1
- Verschmutzungen im unteren Fahrzeugbereich werden weniger deutlich sichtbar

Nachteile:

- Folienzuschnitt muss einmal für jeden Fahrzeugtyp individuell konzipiert werden
- Opulente Gestaltung, kann den Betrachter möglicherweise „erschlagen“
- VGI-Markenkern mit relativ kleiner Schrift geht in den Farben leicht unter

Konzept 3:

Charakteristika:

- Zusammenführung der Vorteile aus Konzept 1 und 2, Vermeidung der Nachteile beider Konzepte
- Schaffung eines VGI-Markenkerns mit dezenter begleitenden Gestaltungselementen

Vorteile:

- Bewährtes Konzept aus benachbartem AVV-Verbundraum
- Polarisiert nicht, attraktive Gesamtgestaltung
- Leichte Anbringung der Foliengestaltung, relativ preisgünstig in Druck und Anbringung

Nachteile:

- Eventuell Verwechslungsgefahr im Überlappungsbereich der Verbände VGI und AVV

Konzept 4:

Charakteristika:

- Identisch mit 3. Konzept, allerdings mit breiterem Streifen
- Vorteile/Nachteile identisch mit 3. Konzept

Die Konzepte 3 und 4 differieren für Regionalverkehre und Stadtverkehre in den Mittelzentren. Die Unterscheidung erfolgt über die Unterkonzepte a.) b.) und c.).

Unterkonzept a.) enthält keinen weiteren Schriftzug, Unterkonzept b.) enthält seitlich und am Heck den Schriftzug „Stadtverkehr Eichstätt“ bzw. später auch Neuburg, Schrobenhausen oder Pfaffenhofen. Unterkonzept c.) enthält den Schriftzug „Wir verbinden die Region“ und ist ausschließlich für Fahrzeuge des Regionalverkehrs gedacht.

Die Verwaltung und der Landkreis Eichstätt favorisieren das Konzept 3a. Der Nachteil der Verwechslungsgefahr könnte durch eine unterschiedliche Linienbezeichnung mit hoher Wahrscheinlichkeit kompensiert werden.