

Landeshauptstadt Magdeburg

Stellungnahme der Verwaltung

öffentlich

Stadtamt	Stellungnahme-Nr.	Datum
II/01	S0475/21	29.11.2021
zum/zur		
F0295/21 – Fraktion Gartenpartei/Tierschutzallianz, Stadtrat Roland Zander		
Bezeichnung		
MVB, aktuelle Lage		
Verteiler		Tag
Der Oberbürgermeister		07.12.2021

„Sehr geehrter Herr Oberbürgermeister,

da das Mitglied unserer Fraktion im Aufsichtsrat der MVB verpflichtet wurde, über sämtliche Themen Stillschweigen zu wahren und unsere weiteren Fraktionsmitglieder daher keine Informationen erhalten, bitte ich um Beantwortung folgender Fragen:

1. Wie kam es zu der derzeitigen finanziellen Notlage und der drohenden Zahlungsunfähigkeit der MVB?
2. Hätte man diese Situation eher erkennen können und müssen?
3. Welcher weiterer Liquiditätsbedarf kommt 2021 noch auf die Landeshauptstadt Magdeburg zu?
4. Wie ist es zu erklären, dass immer mehr Baumaßnahmen der MVB zu beobachten sind, wenn das Geld offenbar nicht im ausreichenden Maße vorhanden ist?
5. Wie kann ein „Vorguckerfest“ gefeiert werden, wenn die finanziellen Mittel so knapp sind, dass Zahlungsunfähigkeit droht? Welche Kosten hat das Fest verursacht? Welcher Betrag wurde in die Werbung, z.B. bei Radio SAW, investiert?
6. Welche Bauvorhaben und Reparaturen wurden von der MVB für das Jahr 2021 beauftragt oder durchgeführt? Welche Kosten wurden dafür 2021 fällig?
7. Welche Maßnahmen waren nicht vermeidbar oder hätten nicht später erfolgen können und welche Gründe gab es dafür?
8. Warum wird nicht erst einmal die Strecke der 2. Nord-Süd-Verbindung fertig gestellt, bevor neue Baustellen von der MVB begonnen werden?
9. Die MVB hat 20 Mio. Fahrgäste verloren. Wie hat man bisher bei der MVB auf den Fahrgastverlust reagiert und welche Anstrengungen wurden konkret unternommen, die Fahrgäste zurückzugewinnen? Wie möchte man zukünftig reagieren, etwa mit Preiserhöhungen?
10. Ist die Geschäftsführung der MVB der Lösung der Lage gewachsen oder muss man sich Gedanken über personelle Veränderungen der Geschäftsführung machen?
11. In der Volksstimme war zu lesen, dass die MVB zukünftig auf das Rot auf ihren Fahrzeugen verzichten will. Wer hat diese Entscheidung getroffen? Warum wurde diese Entscheidung getroffen? Ist der MVB bewusst, dass sie sich mit dem Verzicht gegen die Magdeburger Farben deutlich von der Landeshauptstadt distanzieren?

Stellungnahme:

Zu den einzelnen Punkten nimmt die Verwaltung in Abstimmung mit der Magdeburger Verkehrsbetriebe GmbH & Co. KG (MVB) wie folgt Stellung:

zu 1.)

Die Corona-Pandemie hat bei der MVB seit März 2020 zu erheblichen Mindereinnahmen bei den Verkehrseinnahmen geführt. Gleichzeitig ist die Gesellschaft auf Grund der umfangreichen Investitionstätigkeit liquiditätsmäßig in erhebliche Vorleistung (Fördermittel) gegangen.

zu 2.)

Die MVB hat gemäß § 6 Abs. 4 des öffentlichen Dienstleistungsauftrages (öDA) im September 2021 einen Antrag auf Ausgleich coronabedingter Mindereinnahmen gestellt. Dem Antrag wurde mit der Beschlussfassung des Stadtrates zur DS 0475/21 am 4. November 2021 stattgegeben.

zu 3.)

Die MVB arbeitet intensiv daran, die Liquidität der Gesellschaft bis zum 31.12.2021 und darüber hinaus zu sichern. Die Sicherung der Liquidität der MVB ist allerdings von diversen Faktoren abhängig, dazu zählen u. a.:

- die Auszahlung der beantragten Fördermittel für die Investitionsprojekte,
- die Stabilisierung der Verkehrseinnahmen bis zum Jahresende (kritisch durch 3G-Regelung im ÖPNV),
- und das Ausbleiben von Havarien und unvorhergesehenen Ereignissen.

In dieser Angelegenheit erfolgt eine enge Abstimmung der Gesellschaft mit dem Aufgabenträger.

zu 4.)

Die Realisierung der Baumaßnahmen erfolgt grundsätzlich auf der Basis des durch den Gesellschafter bestätigten Wirtschafts- und Investitionsplans. Diverse Baumaßnahmen der MVB stehen im zeitlichen Kontext mit der Bautätigkeit der Landeshauptstadt Magdeburg und anderen Beteiligten. Die zeitlichen Vorgaben des Aufgabenträgers oder der Fördermittelgeber sind ebenfalls zu beachten.

zu 5.)

Das Fest ist vor allem durch die Unterstützung des Stadtteilmanagements Kannenstieg, der GWA Kannenstieg sowie zahlreicher Magdeburger Kooperationspartner zustande gekommen. Derartige Feste feiert die MVB bei fast jeder Neubaustrecken-Eröffnung. Diese stellen ein Dankeschön an die Anwohner*innen für ihre Geduld dar, da solche Baumaßnahmen viele Unannehmlichkeiten mit sich bringen. Das „Vorguckerfest“ erfolgte auf Wunsch der oben benannten Beteiligten, auch wenn die Neubaustrecke erst Ende November 2021 eröffnet wurde. Insgesamt hatte das Fest einen finanziellen Aufwand von ca. 15 Tsd. EUR. Dieser Betrag ist in dem durch die Gesellschafterversammlung bestätigten Wirtschaftsplan der MVB für das Jahr 2021 enthalten.

zu 6. bis 8.)

Gemäß öDA ist die MVB mit dem Betreiben und Vorhalten der ortsfesten Infrastruktur für den Bus- und den Straßenbahnbetrieb in der Landeshauptstadt Magdeburg beauftragt. Hierzu gehören u. a. auch kurzfristige Instandhaltungs- oder Reparaturmaßnahmen, parallel zur Realisierung der 2. Nord-Süd-Verbindung.

zu 9.)

Nach Angabe der MVB ist die Aussage in dieser Form nicht korrekt. Die Fahrgastzahlen liegen

nach den genannten Angaben um ca. 20 % unter den Fahrgastzahlen vor der Corona-Pandemie.

Ein erheblicher Fahrgastverlust ist in der gesamten Branche zu verzeichnen und auf die Corona-Pandemie zurückzuführen. Der nicht durch die Verkehrsunternehmen verursachte Vertrauens- und Imageverlust des ÖPNV und der damit verbundene Umstieg zahlreicher Fahrgäste auf andere Verkehrsmittel bleibt weiterhin eine zentrale Herausforderung.

Durch die MVB wurden in Zusammenarbeit mit dem marego-Verbund verschiedene Aktivitäten zur Rückgewinnung von Fahrgästen initiiert, darüber hinaus beteiligt sich die MVB an diversen VDV-Kampagnen. Zu diesen Aktivitäten zählt u. a. die Verkürzung der Mindestvertragslaufzeit des Premium-Abos auf drei Monate. Weiterhin ist es Inhaber*innen des Premium-Abos möglich, seit Herbst 2021 das gesamte marego-Gebiet zu nutzen. Darüber hinaus nahm die MVB an der Kampagne „Deutschland Abo-Upgrade“ des VDV teil. Inhaber*innen der Abo-Monatskarte, des Jobtickets und des Mietertickets konnten nach der Registrierung alle Nahverkehrsmittel der teilnehmenden Verbünde nutzen.

Die MVB hat nach einem vorliegenden Aufsichtsratsbeschluss im Jahr 2020, als eines der ersten Verkehrsunternehmen deutschlandweit, ein Mieterticket eingeführt. Seit Januar 2021 ist es Inhaber*innen des Mietertickets möglich, zwischen einem persönlichen und dem Premium Abo zu wählen.

Weiterhin hat die MVB eine spezielle Kundenkommunikation hinsichtlich der Bewerbung des Azubi-Ticket-Sachsen-Anhalt (AZT-ST) entwickelt. Die Werbung erfolgt dabei über die Internetseite, den Newsletter und die Social-Media-Kanäle der MVB, zudem erfolgen Aushänge an den Halte- und Verkaufsstellen. Das AZT-ST wird auch über die Monitore innerhalb der Fahrzeuge und den Screenads an ausgesuchten Stellen in Magdeburg beworben.

Die MVB schaltet regelmäßig Informationen innerhalb der Fahrzeuge zum Gebrauch der FAIRTIQ-App. Im Zusammenhang mit der FAIRTIQ-App gilt zusätzlich seit Mai 2021 die „Member-get-Member-Aktion“.

Darüber hinaus werden bei Kündigungen von Abonnements im Rahmen einer Nachfassaktion die Kündigungsgründe analysiert und den Fahrgästen bei Bedarf alternative Angebote unterbreitet.

Auch arbeitet die MVB kontinuierlich an der Akquise neuer Jobticketpartner.

zu 10.)

Die Geschäftsführung der MVB schätzt ein, dass sie den aktuellen Herausforderungen gewachsen ist.

zu 11.)

Die Farbe Rot wird im Corporate Design der MVB bereits seit drei Jahren sukzessive ersetzt. Das hat u. a. auch den Hintergrund, dass Rot und Grün nebeneinander/untereinander für das menschliche Auge nicht gut harmonieren. Die MVB hat daher oft mit einer „Sperrschicht“ gearbeitet, also noch ein Weiß dazwischengesetzt, um es harmonischer zu gestalten.

Der MVB soll für die Zukunft ein modernes, frisches Aussehen gegeben werden, um insbesondere jüngere und/oder klimabewusste Kundengruppen gezielt anzusprechen. Dies gelingt seit Jahren bereits sehr gut mit der Farbe Grün.