Pressekonferenz

Bus Bahn Beats: Kultur macht Lust auf Öffis

am Mittwoch, 5. Dezember 2018, 19 Uhr

Es informieren Sie:

* Johannes Rauch, Mobilitäts-Landesrat
* Dr. Christian Bernhard, Kultur-Landesrat
* MMag.a Nina Walter-Broskwa, Marketingleiterin ÖBB-Personenverkehr
* Dr. Christian Hillbrand, Geschäftsführer Verkehrsverbund Vorarlberg

Langfassung

Bus Bahn Beats: Junge Bands machen Lust auf umweltfreundliche Mobilität

Gemeinsame Kampagne von ÖBB, Verkehrsverbund und Land Vorarlberg startet

*Bregenz/Rankweil, 6. Dezember 2018 – „Bus Bahn Beats“ heißt eine gemeinsame Kampagne von ÖBB, Verkehrsverbund und Land Vorarlberg, die jungen Menschen Lust auf umweltfreundliche Mobilität machen soll. Bis zum Frühjahr sind drei Konzerte mit den Bands Rosi Spezial, The Weight und Thirsty Eyes geplant. Dort feiern jene Musikvideos Premiere, die die jungen Musiker in einem Filmwettbewerb für das Land produziert hatten.*

Jugendliche sind in einem hohen Maß mit Bus und Bahn unterwegs. In Vorarlberg nützen 34.000 Schülerinnen und Schüler sowie Lehrlinge die kostenlose Fahrt mit öffentlichen Verkehrsmitteln. Weitere 8000 junge Menschen bis 26 sind mit einem maximo-Jugendticket im ganzen Bundesland unterwegs.

Das Bild ändert sich mit zunehmendem Alter: Nach dem Erwerb des Führerscheins, dem Einstieg ins Arbeitsleben und der Gründung einer Familie rückt das Auto in den Fokus. Eine steigende Zahl junger und jung gebliebener Vorarlbergerinnen und Vorarlberger erkennen aber, dass es sowohl ökologisch als auch ökonomisch mehr Sinn macht, das dichte Angebot von Bus und Bahn in Kombination mit Fahrrad oder Carsharing zu nützen.

ÖBB, Verkehrsverbund und Land Vorarlberg bemühen sich deshalb seit Jahren um die Zielgruppe junger Menschen. Züge und viele Busse fahren am Wochenende rund um die Uhr, günstige Tickets machen Bus und Bahn auch finanziell attraktiv. Eine neue Kampagne soll dieses Engagement weiter unterstreichen: „Bus Bahn Beats“ verbindet coole Videos und angesagte Bands mit umweltfreundlicher Mobilität.

Filmwettbewerb als Impuls

Am Anfang stand ein Filmwettbewerb, den die drei Organisationen im Frühjahr gemeinsam ausgeschrieben hatten. Eine von der Kulturabteilung des Landes Vorarlberg zusammengestellte Jury wählte zehn Teams aus, ein Konzept für ein Musikvideo zum Thema Mobilität einzureichen. Mitglieder der Jury waren:

* Herwig Bauer (Poolbar)
* Hannes Hagen (Szene Openair)
* Martin Hartmann (Musiker, ORF)
* Güzide Izmirli (ÖBB)
* Winfried Nußbaummüller (Kulturabteilung Land Vorarlberg)
* Nihal Sentürk (Musikerin)

Die eingereichten Ideen von Rosi Spezial, Thirsty Eyes und The Weight wählte die Jury zur Realisierung aus. Die Bands erhielten ein Budget, mit dem eine professionelle Umsetzung möglich war.

* Rosi Spezial bezeichnet sich augenzwinkernd als „Freejazz Pop Musikkapelle“, die sich aufgemacht habe, um „die gutbürgerliche Idylle zu retten, mit dem Finger in der Nase auf andere Leute zu zeigen und gesellschaftskritisch die Missstände der Moderne anzuprangern“. Die Band schaffte es gleich mit ihrer Debüt-EP in die FM4-Soundselection.
* Thirsty Eyes beschreiben ihre Musik als „rough and unpolished Rawk-n-Roll“. Selbstironisch sehen sie sich als „eine tragende Säule im einstürzenden Gemäuer der modernen Wiener Obszönität“. Die 2016 gegründete Band wurde bereits für ihr Musikvideo „838“ hoch gelobt.
* The Weight sieht sich als „psychedelic rock avalanche“ mit Musik im Stil von The Who, The Rolling Stones oder Led Zeppelin. Ihr Debütalbum schaffte es in den offiziellen österreichischen Charts auf Platz 38. Im Februar 2018 wurden die Band für den Amadeus Austrian Music Award nominiert.

„Der Filmwettbewerb war für uns ein Förderimpuls an eine sehr kreative Szene junger Künstlerinnen und Künstler“, schildert Kultur-Landesrat Christian Bernhard. Besonders wichtig war ihm, dass sich für die Projekte Musik und Film zusammentun mussten: „Beide Genres entwickeln sich hochdynamisch. Durch die Kooperation entsteht eine neue künstlerische Qualität.“ Impulse zu setzen und die Zusammenarbeit zu fördern, seien zwei wichtige Ziele der Vorarlberger Kulturstrategie.

Das Ergebnis bestätige die Wettbewerbsidee, freut sich der Kultur-Landesrat: „Wir haben drei ganz unterschiedliche, humorvolle, schräge, musikalisch und optisch außergewöhnliche Videos erhalten.“ Auch die Zusammenarbeit zwischen Kultur und Mobilität sieht Christian Bernhard positiv: „Mobilität ist die Voraussetzung für den Zugang zur Kultur.“ Er verweist auf Projekte wie „Kultur am Zug“ oder „Freie Fahrt zur Kultur“, die genau an dieser Schnittstelle ansetzen.

Angebote speziell für junge Menschen

Auch Mobilitäts-Landesrat Johannes Rauch schätzt die Kooperation mit dem Kulturressort sehr: „Mobilität ist weit mehr als die schnellstmögliche Fortbewegung von A nach B. Sie ist eine Frage des gesellschaftlichen Bewusstseins.“ Letztlich, so Rauch, sei das „eine Frage der Kultur – und deshalb suchen wir hier auch die Zusammenarbeit.“

Gerade bei jungen Menschen habe sich diese Haltung verändert: „Bei vielen hat das Auto als Statussymbol ausgedient. Es gibt eine hohe Wertschätzung für Bus und Bahn, das Umweltbewusstsein steigt“, ist Rauch überzeugt. Mit der „Bus Bahn Beats“-Kampagne wolle das Land diesen Kulturwandel unterstützen, „damit uns die jungen Erwachsenen als Nutzerinnen und Nutzer des öffentlichen Verkehrs erhalten bleiben“.

Bei den massiven Investitionen in Bus und Bahn in den vergangenen Jahren habe Vorarlberg ganz bewusst Angebote geschaffen, die vor allem jungen Menschen zugutekommen, betont der Mobilitäts-Landesrat. Die S-Bahn fährt an Wochenenden inzwischen rund um die Uhr, ebenso wichtige Buslinien. Mit dem in der vergangenen Woche unterzeichneten Verkehrsdienstevertrag sei der weitere Ausbau fixiert worden: „Die neuen Zuggarnituren im kommenden Jahr bringen eine völlig neue Qualität im öffentlichen Verkehr in Vorarlberg.“

Unkonventionelle Kommunikation

Auch Nina Walter-Broskwa, Marketingleiterin für den ÖBB-Personenverkehr, sieht die gesellschaftlichen Veränderungen positiv: „Die Bedeutung des privaten Pkw sinkt gerade bei den jungen Menschen.“ Zum einen gelte es, das entsprechende Angebot zu schaffen: „Hier ist Vorarlberg sicher ein Vorreiter, mit dichtem Taktverkehr, hohen und weiter steigenden Fahrgastzahlen und bald auch mit den neuen Zügen.“

Zum anderen will Walter-Broskwa junge Menschen gezielt ansprechen: „Es gehört zu unseren spannendsten und schönsten Aufgaben, gerade junge Menschen für die Bahn zu begeistern. Pünktlichkeit ist die Pflicht, die unsere Fahrgäste von uns erwarten. Bahnfahren darf aber auch Freude machen und mit coolen Sounds möchten wir auf unkonventionelle Weise Lust auf die Öffis machen.“ Das Rosi-Spezial-Konzert sei dazu der Auftakt: „Mit dem heutigen Konzert wollen wir zeigen, dass Mobilität Teil eines modernen und klimabewussten Lebensstils ist.“

Konzerte bis Sommer 2019

Verkehrsverbund-Geschäftsführer Christian Hillbrand sieht Vorarlberg bereits auf einem guten Weg: 34.000 Kinder und Jugendliche nützen die SchülerInnen- und Lehrlingsfreifahrt, weitere 8000 die Jugendkarte für alle unter 26. Allein in diesem Jahr nahmen 3300 junge Erwachsene den Führerscheinbonus in Anspruch: Damit erhalten Führerscheinneulinge eine Jahreskarte einmalig zum halben Preis der ohnehin schon günstigen Jugendkarte.

Selbst wenn in dieser Lebensphase kurzfristig das Autofahren als interessante Alternative erscheint, bemerken viele, dass Bus und Bahn die clevere Wahl sind – nicht nur in Bezug auf die Umwelt, sondern auch auf die eigene Geldtasche. Darüber hinaus kommt der Ausbau des Carsharings kommt gerade jungen Menschen ohne eigenes Auto entgegen, ist Hillbrand überzeugt.

Auch in der Kommunikation will der Verkehrsverbund-Geschäftsführer in den nächsten Monaten gezielt junge Menschen ansprechen: „Mit dem Filmwettbewerb und nun mit der ‚Bus Bahn Beats‘-Kampagne gehen wir ganz neue Wege.“

Nach Rosi Spezial präsentieren bis zum Sommer 2019 auch Thirsty Eyes und The Weight bei Konzerten ihre Musikvideos. Der Eintritt ist jeweils frei. Zusätzlich laufen Gewinnspiele, bei denen es unter anderem Festivalpässe von Poolbar und Szene Openair zu gewinnen gibt.

Die Kommunikation von Konzerten, Musikvideos und Gewinnspielen erfolgt in Bussen und Zügen sowie an den Bahnhöfen, über Plakate, Flyer und Infoscreens. Online liegt der Schwerpunkt auf Social Media, wo allein der Rosi-Spezial-Trailer in den vergangenen Tagen rund 10.000 Mal abgerufen wurde. Zusätzlich sind klassische Werbeformen wie Kinospots geplant.

Bus Bahn Beats online:

[www.instagram.com/bus.bahn.beats](http://www.instagram.com/bus.bahn.beats)

[www.facebook.com/bus.bahn.beats](http://www.facebook.com/bus.bahn.beats)

Youtube: <http://bit.ly/busbahnbeats-youtube>

Musikvideo Rosi Bähnle: <https://youtu.be/ueBcn3TNZik>

Rosi Spezial präsentierte ihr Musikvideo "Rosi Bähnle" am Mittwochabend erstmals im Alten Kino Rankweil. Die junge Band hat es für den Filmwettbewerb zur Kampagne "Bus Bahn Beats" produziert.

Bildtexte:

Bus-Bahn-Beats-Praesentation-1.jpg: Präsentierten die "Bus Bahn Beats"-Kampagne am 5.12.2018 im Alten Kino Rankweil: Mobilitäts-Landesrat Johannes Rauch, ÖBB-Marketingleiterin Nina Walter-Broskwa, Kultur-Landesrat Christian Bernhard, und Verkehrsverbund-Geschäftsführer Christian Hillbrand (von links). (Copyright: Markus Gmeiner)

Bus-Bahn-Beats-Praesentation2.jpg: Präsentierten die "Bus Bahn Beats"-Kampagne am 5.12.2018 im Alten Kino Rankweil: Kultur-Landesrat Christian Bernhard, Mobilitäts-Landesrat Johannes Rauch, ÖBB-Marketingleiterin Nina Walter-Broskwa und Verkehrsverbund-Geschäftsführer Christian Hillbrand (vorne von links) mit der Band "Rosi Spezial". (Copyright: Markus Gmeiner)

Bus-Bahn-Beats-Rosi-Spezial-1.jpg bis Bus-Bahn-Beats-Rosi-Spezial-4.jpg: "Rosi Spezial" präsentierten im Alten Kino Rankweil erstmals ihren Song "Rosi Bähnle". Das Musikvideo hat die Band für den Filmwettbewerb zur Kampagne "Bus Bahn Beats"-Kampagne produziert. (Copyright: Markus Gmeiner)

Bus-Bahn-Beats-Musikvideo-Rosi-Spezial.jpg: Screenshot aus dem Musikvideo "Rosi Bähnle", das die Band Rosi Spezial für den Filmwettbewerb zur Kampagne "Bus Bahn Beats" produziert hat. (Copyright: Rosi Spezial)

Bus-Bahn-Beats-Musikvideo-The-Weight.jpg: Screenshot aus dem Musikvideo "Daydreams", das die Band The Weight für den Filmwettbewerb zur Kampagne "Bus Bahn Beats" produziert hat. (Copyright: The Weight)

Bus-Bahn-Beats-Musikvideo-Thirsty Eyes.jpg: Screenshot aus dem Musikvideo "Touch the Weather", das die Band Thirsty Eyes für den Filmwettbewerb zur Kampagne "Bus Bahn Beats" produziert hat. (Copyright: Thirsty Eyes)

Abdruck für alle Fotos honorarfrei zur Berichterstattung über „Bus Bahn Beats“ sowie über die jeweiligen Bands.