Hausmitteilung

Dresden.

☐ vertraulich

Landeshauptstadt Dresden
Der Oberbürgermeister

GZ: (OB) 6 61.6

Datum:

Fraktion Team Zastrow
im Stadtrat der Landeshauptstadt Dresden
Mitglied des Stadtrates
Holger Zastrow

Vermarktung der Fahrzeuge der DVB
AF1681/26

Sehr geehrter Herr Zastrow,

Ihre oben genannte Anfrage beantworte ich wie folgt:

„Angesichts der schwierigen finanziellen Lage der Dresdner Verkehrsbetriebe ist es unstrittig, dass seitens der DVB alle Anstrengungen unternommen werden müssen, um alle möglichen Einnahmequellen optimal zu nutzen. In diesem Zusammenhang habe ich folgende Fragen zur Vermarktung der Fahrzeuge der DVB:“

1. **„Wie viele Busse haben die DVB im Bestand und wie viele davon werden aktuell vermarktet? Wie haben sich diese Zahlen seit 2019 entwickelt? Welche Einnahmen wurden damit erzielt? (Bitte in Jahresscheiben angeben)“**

Die Entwicklung des Busbestandes und der vermarkteten Busse bei der Dresdner Verkehrsbetriebe AG (DVB AG) stellt sich wie folgt dar:

Bus	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**	**2025**	**06/2026**
Fahrzeugbestand	141	141	161	164	155	155	153	153
davon vermarktet	45	38	47	52	54	33	25	23

Die Einnahmen aus der Vermarktung von Werbeflächen auf Bussen werden gemeinsam mit den übrigen Vermarktungserlösen unter Frage 4 dargestellt. Eine getrennte Auswertung der Erlöse nach Verkehrsmitteln ist aufgrund der vertraglichen Vereinbarungen mit dem Werbedienstleister Ströer nicht möglich.

2. „Wie viele Straßenbahnen des Herstellers Bombardier haben die DVB im Bestand und wie viele davon werden aktuell vermarket. Wie haben sich diese Zahlen seit 2019 entwickelt? Welche Einnahmen wurden damit erzielt? (Bitte in Jahresscheiben angeben)“

Die Entwicklung des Bestandes und der vermarkteten Straßenbahnen des Herstellers Bombardier stellt sich wie folgt dar:

Straßenbahn Bombardier	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**	**2025**	**06/2026**
Fahrzeug bestand	166	166	166	166	166	166	156	155
davon vermarktet	79	75	79	86	83	87	65	58

Die Erlöse aus der Vermarktung der Straßenbahnen werden zusammen mit den übrigen Vermarktungserlösen unter Frage 4 ausgewiesen.

3. „Wie viele Straßenbahnen des Herstellers Alstom haben die DVB im Bestand und wie viele davon werden aktuell vermarket. Welche Einnahmen wurden damit erzielt? (Bitte in Jahresscheiben angeben)“

Die Entwicklung des Bestandes und der vermarkteten Straßenbahnen des Herstellers Alstom stellt sich wie folgt dar:

Straßenbahn Alstom	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**	**2025**	**06/2026**
Fahrzeug bestand	0	0	0	4	30	30	33	33
davon vermarktet	0	0	0	0	0	0	2	2

Die Erlöse aus der Vermarktung der Alstom-Straßenbahnen sind in den unter Frage 4 dargestellten Gesamterlösen aus der Vermarktung von Werbeflächen auf Straßenbahnen enthalten.

Eine gesonderte Erlöszuordnung ist nicht möglich.

4. „Welche Kategorien der Vermarktung an Fahrzeugen bzw. sonstige Vermarktung gibt es aktuell bei den DVB und wie hoch ist der Ertrag daraus. (Bitte für die Jahre 2019 bis 2026)“

Die Vermarktungserlöse der DVB AG umfassen die Werbeflächen auf Straßenbahnen und Bussen, Haltestellenansagen sowie die Vermarktung von Bildschirmen in Straßenbahnen, Bussen und Servicepunkten durch SachsenMedia.

Die Erlöse der Jahre 2019 bis 2025 sowie der Planwert für 2026 stellen sich wie folgt dar - Angaben in Tausend Euro (TEUR):

TEUR	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026 (Plan)
Erlöse Vermarktung Straßenbahn gesamt	1.085	882	805	785	891	926	971	1.217
Erlöse Vermarktung Bus gesamt	94	94	95	122	79	131	85	95
Erlöse Haltestellenansagen gesamt	0	0	0	0	0	0	23	79
Erlöse Vermarktung Bildschirme in Bahn, Bus, Servicepunkte durch SachsenMedia	121	135	100	100	106	149	147	125

5. „Wie hoch sind die Einnahmen aus der Vermarktung, die nicht durch Verträge mit städtischen Unternehmen (z.B. Sachsenenergie) oder mit Partnern, die direkt oder indirekt durch die Stadt oder andere öffentliche Haushalte finanziert werden, erzielt werden? (z.B. TJG, Verkehrsmuseum o.ä.) (Bitte für die Jahre 2019 bis 2026)“

Die DVB AG versteht die Fragestellung dahingehend, dass nach Einnahmen gefragt wird, die nicht aus einer Eigenvermarktung oder aus Kooperationen mit städtischen beziehungsweise öffentlichen Auftraggebern resultieren. Insoweit wird auf die unter Frage 4 dargestellten Vermarktungserlöse verwiesen.

Ob der mit der Vermarktung der Werbeflächen beauftragte Dienstleister Ströer Verträge mit Unternehmen unterhält, die direkt oder indirekt durch die Landeshauptstadt Dresden oder andere öffentliche Haushalte finanziert werden, wurde nicht ermittelt.

6. „Welche Einnahmen erzielen die Verkehrsunternehmen in der Region (Chemnitz, Leipzig, Halle) aus der Vermarktung? Gibt es dazu Benchmarks?“

Die Beantwortung dieser Frage erfolgt bis zur 47. Kalenderwoche.

7. „Gibt es weitere Ideen, wie die Einnahmen aus der Vermarktung gesteigert werden können? Wenn ja, welche sind das?“

Nach Angaben der DVB AG wird derzeit geprüft, ob zusätzliche Fensterflächen für eine Vermarktung genutzt werden können, um die Attraktivität des Werbeangebots für potenzielle Kunden zu erhöhen. Dabei sind insbesondere fahrzeugtechnische, sicherheitsrelevante und betriebliche Anforderungen zu berücksichtigen.

Darüber hinaus stehen bereits Werbeflächen im Fahrzeuginnenraum, beispielsweise in Form von Klapprahmen und Seitenscheibenplakaten, zur Buchung zur Verfügung. Diese werden bislang jedoch nur in geringem Umfang genutzt.

Eine weitere Möglichkeit bietet das Fahrgastfernsehen, über das digitale Werbeformate ausgespielt und kurzfristig angepasst werden können.

Mit freundlichen Grüßen

i.V.

Dirk Hilbert

Jan Donhauser
Erster Bürgermeister

Hausmitteilung

Dresden.

☐ vertraulich

Landeshauptstadt Dresden
Der Oberbürgermeister

GZ: (OB) 6 61.6

Fraktion Team Zastrow
im Stadtrat der Landeshauptstadt Dresden
Mitglied des Stadtrates
Holger Zastrow

Datum: 03. NOV. 2026

Vermarktung der Fahrzeuge der DVB
AF1681/26

Sehr geehrter Herr Zastrow,

Ihre oben genannte Anfrage beantworte ich wie folgt:

„Angesichts der schwierigen finanziellen Lage der Dresdner Verkehrsbetriebe ist es unstrittig, dass seitens der DVB alle Anstrengungen unternommen werden müssen, um alle möglichen Einnahmequellen optimal zu nutzen. In diesem Zusammenhang habe ich folgende Fragen zur Vermarktung der Fahrzeuge der DVB:

Die Fragen 1 bis 5 sowie Frage 7 wurden bereits am 29.10.2026 vollständig beantwortet.

6. Welche Einnahmen erzielen die Verkehrsunternehmen in der Region (Chemnitz, Leipzig, Halle) aus der Vermarktung? Gibt es dazu Benchmarks?“

Für eine vergleichende Einordnung liegen anonymisierte Ergebnisse einer Blitzumfrage des ZBV (Zwischenbetrieblicher Vergleich der öffentlichen Verkehrsbetriebe in Deutschland) aus September 2026 vor. Diese stellen keinen umfassenden Benchmark dar, ermöglichen jedoch eine Orientierung hinsichtlich der Erlöse aus der Vermarktung von Werbeflächen auf Fahrzeugen bei anderen ostdeutschen Verkehrsunternehmen.

Verkehrsunternehmen / Stadt	Vermarktungserlöse
VU / Stadt 1	480.000€
VU / Stadt 2	350.000 €
VU / Stadt 3	765.000 €
VU / Stadt 4	388.000 €
VU / Stadt 5	260.000 €

Die Werte sind aufgrund des Charakters der Erhebung und möglicher Unterschiede bei Fahrzeugbestand, Umfang der vermarkteten Flächen sowie Vermarktungsmodellen nur eingeschränkt vergleichbar. Eine belastbare Bewertung der Vermarktungsleistung der DVB AG allein anhand dieser Zahlen ist daher nicht möglich.

Mit freundlichen Grüßen

Dirk Hilbert