



Sitzung des Stadtrates am 24.06.2026

Anfrage der Fraktion Hauptsache Halle zur kommerziellen Werbung auf den neuen TINA-Straßenbahnen der HAVAG

Vorlagen-Nummer: VIII/2026/02768

TOP: 12.34

Antwort der Verwaltung:

- 1. Können die neuen TINA-Straßenbahnen ebenso wie die bisherigen roten Bombardier-Straßenbahnen der HAVAG für großflächige kommerzielle Außenwerbung genutzt werden?**

Ja, die neuen TINA-Straßenbahnen sind grundsätzlich für großflächige kommerzielle Außenwerbung geeignet. Die technische Konzeption der Fahrzeuge lässt eine Beklebung mit Werbung - wie sie auch bei den Bestandsfahrzeugen der HAVAG (MGT6D) angebracht wird - in vergleichbarem Umfang zu.

- 2. Wenn ja, werden die neuen Bahnen künftig für großflächige kommerzielle Außenwerbung genutzt?**

Ja, die TINA-Straßenbahnen werden künftig für kommerzielle Außenwerbung genutzt werden. Voraussetzung hierfür ist die erfolgreiche technische Abnahme der Fahrzeuge, sowie der Ablauf der Lackgewährleistungsfrist. Erst nach Erfüllung dieser Bedingungen können die Fahrzeuge vollständig mit Außenwerbung beklebt werden, ohne dass die Gewährleistungsansprüche gegenüber dem Hersteller beeinträchtigt werden.

- 3. Wie hoch wären die jährlichen Einnahmeverluste für die HAVAG, falls die neuen TINA-Straßenbahnen ganz oder teilweise ohne kommerzielle Außenwerbung eingesetzt würden?**

Gemäß der aktuellen Planung der Reklameerlöse (Stand: 30.04.2025) sind für die Position „Werbeflächen Bus & Bahn“ für die Jahre 2027 bis 2029 jeweils 500.000 € p. a. geplant.

- 4. Welche Auswirkungen hätten entsprechende Mindereinnahmen auf die zukünftige Gestaltung der Ticketpreise im öffentlichen Nahverkehr?**

Mindereinnahmen aus der Verkehrsmittelwerbung hätten, für den Fall, dass auf Außenwerbung verzichtet würde, keine unmittelbare oder direkte Auswirkung auf die Ticketpreise. Eine lineare Übertragung von Werbeeinnahmefällen auf die Fahrpreisgestaltung ist nicht vorgesehen. Allerdings leisten die Einnahmen aus der kommerziellen Außenwerbung einen Beitrag zur Gesamtfinanzierung des Betriebs und tragen damit zur Stabilität des Ticketpreinsniveaus bei. Sie sind ein Baustein im Gesamtgefüge der Erlöse der HAVAG, der dazu beiträgt, Kostensteigerungen aufzufangen und Preiserhöhungen zu begrenzen.



5. Welche Auswirkungen hätten entsprechende Mindereinnahmen auf die Höhe des städtischen Zuschusses an die HAVAG?

Mindereinnahmen aus der Verkehrsmittelwerbung hätten, für den Fall, dass auf Außenwerbung verzichtet würde, einen bedingten Einfluss auf die Höhe des städtischen Zuschusses. Die Werbeerlöse sind Bestandteil der Gesamtfinanzierung der HAVAG und tragen dazu bei, die aktuelle Höhe des städtischen Zuschusses zu stabilisieren. Ein vollständiger Wegfall dieser Einnahmen würde den Finanzbedarf der HAVAG erhöhen, was mittelfristig bei unveränderter Ertragslage zu einem höheren Zuschussbedarf führen könnte. Die Werbeeinkünfte stützen somit die Konstanz des städtischen Zuschusses auf dem bestehenden Niveau.

Dr. Alexander Vogt
Oberbürgermeister