

## Kleine Anfrage

des Abgeordneten Brandner (AfD)

und

## Antwort

des Thüringer Ministeriums für Infrastruktur und Landwirtschaft

### Schüler-Ferienticket

Die **Kleine Anfrage 612** - korrigierte Fassung - vom 21. Oktober 2015 hat folgenden Wortlaut:

Laut der Ministerin für Infrastruktur und Landwirtschaft sei das Schüler-Ferienticket in den Sommerferien 2015 eine "großartige Möglichkeit" für die Schülerinnen und Schüler gewesen, Thüringen kennenzulernen und ihre Ferienzeit attraktiv zu gestalten. Zugleich wäre es "ein gelungenes Beispiel für die thüringenweite Kooperation der Nahverkehrsunternehmen zur Stärkung eines bürgernahen Personennahverkehrs" (Pressemitteilung vom 10. Juni 2015, Thüringer Ministerium für Infrastruktur und Landwirtschaft) gewesen. Zu dem Programm des Schüler-Ferientickets gehört ein Bonusprogramm, welches eine Reihe von Bonuspartnern nennt. Dazu gehört unter anderem ein Fastfood-Anbieter.

Ich frage die Landesregierung:

1. Wie viele Schüler-Ferientickets wurden seit Bestehen dieses Angebots verkauft (bitte nach Jahren aufschlüsseln)?
2. Wie wird das Angebot des Schüler-Ferientickets finanziert (bitte aufschlüsseln nach Bundesmitteln, Landesmitteln und Mitteln privater Anbieter jährlich seit Beginn des Angebots)?
3. Nach welchen Gesichtspunkten werden die Kooperationspartner für das Schüler-Ferienticket ausgewählt? Besitzt die Landesregierung die Möglichkeit der Mitsprache bei der Auswahl der Bonuspartner?
4. Wie verhält sich die Landesregierung dazu, dass ein Fastfood-Anbieter Bonuspartner dieses Projekts ist?
5. Wird die Landesregierung das Schüler-Ferienticket in Zukunft finanziell unterstützen?
6. Besitzt die Landesregierung Kenntnis darüber, ob auch zukünftig Angebote von Fastfood-Anbietern als Bonuspartner aufgenommen werden sollen?

Das **Thüringer Ministerium für Infrastruktur und Landwirtschaft** hat die Kleine Anfrage namens der Landesregierung mit Schreiben vom 14. Dezember 2015 wie folgt beantwortet:

Vorbemerkung:

Das Schüler-Ferienticket (SFT) gibt es in Thüringen seit den 1990er Jahren in verschiedenen Ausprägungen und mit einer variierenden Anzahl teilnehmender Verkehrsunternehmen. Seit dem Jahr 2006 wird das Schüler-Ferienticket gemeinsam mit den Eisenbahnverkehrsunternehmen in zwei Ausprägungen vertrieben:

- a) das Schüler-Ferienticket, das innerhalb Thüringens in allen Nahverkehrszügen der Eisenbahnen und in allen Bussen und Straßenbahnen der teilnehmenden Verkehrsunternehmen gilt (im Jahr 2015 für Thüringen gesamt) sowie
- b) das Schüler-Ferienticket Mini (SFT Mini), das nur bei bestimmten teilnehmenden Busunternehmen gilt und nicht den Nahverkehr mit den Eisenbahnen beinhaltet.

Zu 1.:

Die Gesamtzahl der seit Bestehen des Tarifangebots vertriebenen Tickets ist auf Grund der oben dargestellten Historie nicht mehr nachvollziehbar.

Nach Angaben der teilnehmenden Verkehrsunternehmen wurden seit dem Jahr 2006 insgesamt 136.544 Tickets vertrieben. Die Aufschlüsselung nach Jahren ist in der nachfolgenden Tabelle dargestellt.

Anzahl	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006
SFT	10.822	11.708	12.122	10.871	9.920	9.767	9.791	8.900	9.720	9.241
SFT Mini	2.220	2.104	2.316	2.888	3.328	3.845	3.794	3.743	3.662	5.782
gesamt	13.042	13.812	14.438	13.759	13.248	13.612	13.585	12.643	13.382	15.023

Zu 2.:

Die Finanzierung des Angebots erfolgt durch die erzielten Tarifeinnahmen der Verkehrsunternehmen. Der vergleichsweise niedrige Preis resultiert aus einer Mischkalkulation. Zuschüsse werden nicht gewährt.

Die Verkaufspreise werden aufgrund marktstrategischer Absichten (hier: Werbung für die Nutzung des öffentlichen Personennahverkehrs [ÖPNV]) festgelegt. Die Ausgaben für das Marketing werden durch die Verkehrsunternehmen getragen. Die Nahverkehrsservicegesellschaft Thüringen mbH (NVS) gewährt einen anteiligen Werbekostenzuschuss.

Zu 3.:

Die so genannten Bonuspartner, d. h. Einrichtungen, die bei Vorlage des Schüler-Ferientickets Rabatte auf andere Leistungen, wie beispielsweise Eintrittsgelder gewähren, werden durch die von den Verkehrsunternehmen jeweils beauftragte Werbeagentur akquiriert. Wichtigste Auswahlkriterien sind, dass die Bonuspartner zur Zielgruppe der Schüler passen, gut mit dem ÖPNV erreichbar sind und für Schüler ein interessantes Reiseziel darstellen. Ein Mitspracherecht der Landesregierung bei der Auswahl der Bonuspartner besteht nicht.

Zu 4.:

Es wird auf die Antwort zu Frage 3 verwiesen.

Zu 5.:

Eine weitere als die in der Antwort zu Frage 2 genannte Unterstützung durch die NVS ist nicht geplant.

Zu 6.:

Nein - nach Kenntnis der Landesregierung ist die Werbekampagne für 2016 und damit auch der Kreis der Bonuspartner noch nicht festgelegt.

Keller  
Ministerin