

Informationsvorlage	Datum: 21.10.2014	
Federführendes Amt: Stadtamt	fed. Senator/-in: S 2, Dr. Chris Müller	
Beteiligte Ämter: Amt für Schule und Sport Büro des Oberbürgermeisters Vorzimmer Senatoren Zentrale Steuerung	bet. Senator/-in: S 4, Holger Matthäus bet. Senator/-in:	
Vorlage des Konzeptes zur Verkehrssicherheitskampagne "Rostock lässt sich sehen" und der diesebezüglichen Städtischen Werbeaktion zur Verkehrssicherheit aufgrund des Beschlusses der Bürgerschaft Nr. 2013/AN/5122 vom 04.12.2013		
Beratungsfolge:		
Datum	Gremium	Zuständigkeit
20.11.2014	Ausschuss für Stadt- und Regionalentwicklung, Umwelt und Ordnung Kenntnisnahme	
03.12.2014	Bürgerschaft	Kenntnisnahme

Beschlussvorschriften:

§ 22 (2) Kommunalverfassung Mecklenburg-Vorpommern

bereits gefasste Beschlüsse:

Nr. 2013/AN/5122, Nr. 2014/BV/5570, Nr. 2014/BV/0108

Sachverhalt

Die Stadtverwaltung der Hansestadt Rostock hat mit Bürgerschaftsbeschluss Nr. 2013/AN/5122 den Auftrag erhalten, eine Konzeption für eine Werbeaktion der Hansestadt Rostock für mehr Verkehrssicherheit in der dunklen Jahreszeit zu realisieren..

Im September 2014 konnte die zugrundeliegende und anliegende Konzeption der Verkehrssicherheitskampagne des Stadtamtes im Zusammenwirken mit der Pressestelle sowie dem Mobilitätskoordinator fertig gestellt werden.

Beginnend mit einer intensiven Pressearbeit zum Start der Kampagne und auch zum Start der nun anbrechenden dunklen Jahreszeit wurden neben der thematischen Pressekonferenz auch die Herstellung von Printmedien (Postkarten und Postern) sowie der Beauftragung von Werbung in den Citylightsanlagen im Stadtgebiet veranlasst. Auch wurden eigens hierfür 1.000 Snap-Bänder und eine Beachflag als Kundenstopper angefertigt.

Der offizielle Start der Kampagne war der 14.10.2014 im Friedhofsweg. Im Zusammenwirken mit den weiteren Akteuren der Verkehrssicherheit, wie dem Amt für Schule und Sport, der Verkehrswacht Rostock e.V., der Polizeiinspektion Rostock und auch dem ADFC Rostock wurden die bereitgestellten Informationsmaterialien an die Radfahrer und Passanten in einem aufklärenden Gespräch verteilt.

In den geführten Gesprächen wurden die Verkehrsteilnehmer über die bestehenden Gefahren, die sich aus der Witterung und einer fehlenden Erkennbarkeit ergeben, sensibilisiert. Gut erkennbare Kleidung und eine funktionierende Beleuchtung an Fahrrädern sind die Garanten dafür auch von den Krafffahrzeugen im Dunklen erkannt zu werden.

Diese waren durchweg positiv gegenüber der Verkehrswerbeaktion eingestellt und nahmen die Snap-Bänder (reflektierende, ummantelte Metallstreifen) gerne zur weiteren Nutzung im anstehenden Herbst und Winter entgegen.

In der weiteren Folge ist bis zum Dezember 2014 geplant in Abstimmung mit dem Amt für Schule und Sport im Stadtgebiet weiterhin präsent zu sein und die aufklärende Aktion zu wiederholen, jedoch dann mit dem Schwerpunkt Schülerinnen und Schüler.

Die Bürgerschaft wird um Kenntnisnahme der Konzeption und der auftragsgerechten Erfüllung des Beschlusses 2013/AN/5122 gebeten.

in Vertretung

Roland Methling

Anlage:
Konzeption

Verkehrssicherheitskampagne „Rostock lässt sich sehen“ der Hansestadt Rostock

Ausgangssituation

Der Oberbürgermeister der Hansestadt Rostock wurde mit Beschluss der Bürgerschaft Nr. 2013/AN/5122 vom 4. Dezember 2013 beauftragt, eine städtische Werbeaktion zur Verkehrssicherheit „Rostock lässt sich sehen“ zu erarbeiten, der Bürgerschaft ein entsprechendes Konzept vorzulegen und kostenlose Signalbänder an Radfahrerinnen und Radfahrer, aber auch Fußgängerinnen und Fußgänger, insbesondere Kinder, zu verteilen.

Neben dem Stadtamt und dem Amt für Schule und Sport wurden die Polizeiinspektion Rostock, die Verkehrswacht Rostock e.V. und der ADFC als Partner einbezogen.

Ab August 2014 unterstützen verstärkt zudem der Mobilitätskoordinator aus dem Senatsbereich 4 und das Stadtmarketing (Büro OB) die Verkehrssicherheitskampagne mit Koordinierungsaufgaben im Zuge der Umsetzung des Projektes zur Erhöhung der Verkehrssicherheit von radfahrenden Personen und Fußgängern mit Beleuchtungskampagnen in der dunklen Jahreszeit.

Ziel

Der Start der Verkehrssicherheitskampagne „Rostock lässt sich sehen“ ist zu Beginn der dunklen Jahreszeiten (14. Oktober 2014) platziert worden. Das Fahrradfahren und das Spaziergehen im Dunklen sind stets mit Gefahren verbunden, da bei unzureichender Sichtbarkeit keine ausreichende Sicherheit gegeben ist. Nur auf denjenigen, der gesehen wird, kann Rücksicht genommen werden.

Ziel der Kampagne „Rostock lässt sich sehen“ mit dem Slogan „Zeig Dich!“ ist die Sensibilisierung der Radfahrenden und Zufußgehenden, auf das eigene Verhalten zu achten und sichtbare Kleidung zu wählen. Auch die an Rädern vorgeschriebene Beleuchtung sollte funktionstüchtig sein und bei Dämmerung und Dunkelheit eingeschaltet werden. Denn gerade während dieser Tageszeiten nehmen Autofahrerinnen und Autofahrer dunkel gekleidete Personen erst in einer Entfernung von 25 Metern wahr, meist zu spät zum Bremsen, um Unfälle zu vermeiden. Gründe dafür sind die verringerte Sichtbarkeiten bei geringfügigen Beleuchtungswerten und die abnehmenden bzw. fehlende Kontraste im Dunkeln.

Botschaft der Kampagne ist der Grundsatz: Sicherheit durch Sichtbarkeit! Wer auch in der dunklen Jahreszeit mit dem Fahrrad sicher unterwegs sein möchte, für den zählt vor allem das Gesehenwerden durch eine funktionierende vollständige Beleuchtung sowie reflektierende Materialien an Kleidung und Fahrrad, die auf weite Entfernung leuchten bzw. erkannt werden können.

Unterstützt werden soll diese positiv wirkende Öffentlichkeitsarbeit und das somit beabsichtigte Umdenken der angesprochenen Radfahrenden und Zufußgehenden auch durch Verteilung von beleuchtungsunterstützenden Elementen, wie die Snap-Bänder. Flankiert werden die in den zu

verschiedenen Zeiten stattfindenden Aktionen vor Ort durch eine zielgerichtete Medienarbeit sowie mittels Plakaten und Postkarten.

Snap-Bänder als „Träger“ der Botschaft

Die Ausstattung der Kampagne mit sogenannten Snap-Bändern (Reflektorbänder mit verbautem Federstahlblech) konnte durch die Unterstützung des Mobilitätskoordinators der Hansestadt Rostock vorgenommen werden. Die in der Öffentlichkeit im Rahmen eines aufklärenden Gesprächs verteilbaren Snap-Bänder haben eine Auflage von 1.000 Stück, sind 400 x 30 mm groß und silberweiß reflektierend. Außerdem tragen die Snap-Bänder die blaue Aufschrift „Rostock lässt sich sehen“.

Zielstellung für die Verkehrsbehörde

Die Verkehrsbehörde wird die Snap-Bänder in Kooperation mit der Polizeiinspektion Rostock verteilen.

Am 14. Oktober 2014 findet die Auftaktveranstaltung, voraussichtlich im Friedhofsweg, statt. Bei weiteren Terminen bis Ende des Jahres 2014 sollen die Snap-Bänder öffentlichkeitswirksam an Radfahrende und Zufußgehende, wobei der Schwerpunkt auf Schülerinnen und Schülern liegt, verteilt werden. Hierfür werden auch Schulstandorte, insbesondere an Hauptverkehrsstraßen, aufgesucht.

Einsatz von Medien und Materialien

1. Pressemitteilungen zur Kampagne und Fototermin zur Veranstaltung
2. Artikel zur Kampagne und zur Veranstaltung im Städtischen Anzeiger
3. Plakate mit der Aufforderung „Rostock, zeig Dich!“ und dem Kampagnentitel „Rostock lässt sich sehen“: 62 Plakate (A1) werden für zwei Dekaden (7. - 27. Oktober 2014) großflächig über den städtischen Werbepartner Ströer an Litfasssäulen angebracht. Weitere 110 Plakate werden an alle Ortsämter und Infotheken, Schulen und Kindertagesstätten sowie an die Partner der Verkehrsbehörde verteilt. (z.B. Verkehrswacht, DEKRA, ADAC, ADFC)
4. Postkarten mit der Aufforderung „Zeig Dich!“ : 1000 Postkarten (A6) werden zusammen mit den Snap-Bändern während der o.g. Veranstaltung verteilt. Weitere 4000 Postkarten werden in allen Ortsämtern und Infotheken, Schulen und Kindertagesstätten sowie bei den Partnern der Verkehrsbehörde an Stellen mit viel Publikumsverkehr ausgelegt.
5. Beschaffung einer sog. „Beachflag“ als Kundenstopper
Bei den Verteilaktionen im öffentlichen Verkehrsraum werden die Mitstreiter und Unterstützer der Kampagne ihren Standort und damit die öffentliche Aufmerksamkeit u.a. auch durch das Aufstellen einer Beachflag unterstreichen.

Neben der intensiven Pressearbeit werden folgende Verteilerwege und -stationen für die Materialien der Kampagne genutzt:

- Ortsämter der Hansestadt Rostock,
- Infotheken der Stadtverwaltung,
- Schulen,
- Kindertagesstätten und Stadtteilbegegnungszentren,
- Partner der Verkehrsbehörde (z.B. Verkehrswacht, DEKRA, ADAC, ADFC)

Umsetzung des Konzeptes

Wie bereits beschrieben, fand am 14. Oktober 2014 im Zusammenwirken der Beteiligten und der Unterstützer der Kampagne die Auftaktveranstaltung statt. Neben dem Senator für Finanzen, Verwaltung und Ordnung und der Verwaltung waren an diesem Tag die Polizeiinspektion Rostock, der ADFC und die Verkehrswacht bei den persönlichen Gesprächen und dem Verteilen der Snap-Bänder dabei. Flankiert von einer gezielten Pressearbeit wurden auch die örtlichen Medien gezielt angesprochen und eingeladen, um diese Aktion vor Ort zu begleiten.

In Auswertung der Erfahrungen des Auftakttermins werden kurzfristig weitere Termine in Abstimmung mit den Schulen in der Hansestadt Rostock vereinbart, so dass die Öffentlichkeitsarbeit mit der Verteilung der Materialien zu Beginn des Herbstes auftragsgemäß erfüllt werden kann.

Dieser konzeptionelle Ablauf wurde im Ausschuss für Stadt- und Regionalentwicklung, Umwelt und Ordnung am 11. September 2014 sowie am 09. Oktober 2014 vorgestellt und fand ungeteilte Zustimmung. Durch diesbezügliche Darlegung in den Ausschusssitzungen konnten dort weitere aktiv Mitwirkende hinsichtlich finanzieller und persönlicher Einbringungen gewonnen werden.

Roland Methling