



Anfrage

TOP:
Vorlagen-Nummer: **V/2010/08620**
Datum: 03.02.2010
Bezug-Nummer.
Kostenstelle/Unterabschnitt:
Verfasser: Herr Dietmar Wehrich
Plandatum:

Beratungsfolge	Termin	Status
Stadtrat	24.02.2010	öffentlich Kenntnisnahme

Betreff: Anfrage der Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN zu Marketingmaßnahmen im Rahmen der Radverkehrsförderung

Im Sommer 2009 war die Stadt Halle Schauplatz der Image- und Informationskampagne „Kopf an: Motor aus“. Über mehrere Wochen hinweg wurde auf unterschiedlichste Art und Weise, das Fahrrad als alternatives Fortbewegungsmittel thematisiert, mit dem Ziel, den Anteil an Radverkehrsteilnehmern im Stadtverkehr zu erhöhen. Ein zentraler Bestandteil der Kampagne war die aufwendige Evaluation derselben.

Darüber hinaus hat der Stadtrat am 28. März 2007 im Rahmen eines Beschlusses zur Förderung des Radverkehrs in Halle festgelegt, dass geprüft wird, unter welchen finanziellen Rahmenbedingungen und mit welchen strategischen Partnern eine kommunale Marketingkampagne „Halle fährt Rad“ durchgeführt werden kann.

Wir fragen:

1. Welche Schlüsse zieht die Stadtverwaltung aus den Ergebnissen des im Dezember 2009 vorgelegten Zwischenberichtes zur Evaluation der Kampagne „Kopf an: Motor aus“?
2. Welche Aktivitäten zur Umsetzung dieses Beschlusses vom 28. März 2007 sind im Jahr 2010 vorgesehen?

gez. Dietmar Wehrich
Stadtrat BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN

Anfrage der Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN zu Marketingmaßnahmen im Rahmen der Radverkehrsförderung

Vorlage-Nr.: V/2010/08620

TOP: 8.3

Beantwortung der Anfrage:

Im Ergebnis eines Kommunalwettbewerbs hat die Stadt Halle (Saale), neben 3 weiteren Städten, die vom Bundesumweltministerium (BMU) finanzierte Image- und Informationskampagne „Kopf an: Motor aus. Für null CO₂ auf Kurzstrecken“ gewonnen. Im Rahmen dieser Kampagne wurden zwischen April und August 2009 unter anderen folgende Werbeaktionen in Halle durchgeführt:

- Presse-Auftaktveranstaltung am 05.05.2009,
- 5 Dekaden mit jeweils 50 bis 70 Großflächenplakaten,
- 1 Riesenposter nahe der Hochstraße,
- 2 Kinospots in mehreren Kinos (u. a. bei Open-Air-Kino im Sommer)
- Zahlreiche Schaltungen eines Rundfunkspots in Radio Brocken,
- 8 Brückenbanner (Riebeckplatz, Glauchaer Platz, Berliner Straße, Fußgängerbrücke Merseburger Straße),
- Verteilung von ca. 1.500 „Coaching-Packs“ an Autofahrer,
- Stand bei Umwelt- und Fahrradtag am 05.06.2009 (inkl. Modenschau und Verlosungsaktion),
- 5 Blitzer-Aktionen (am Leipziger Turm, Reileck, vor dem MMZ, am Franckeplatz und am Riebeckplatz - letzte war Abschluss-Aktion der Kampagne),
- Werbetafeln an Einkaufswagen von Supermärkten,
- Postkarten „Willst du mit mir gehen?“ an 150 Standorten,
- 1 Straßenbahn-Werbung,
- Aufkleber an Parkscheinautomaten,
- Kärtchen für Falschparker,
- ca. 30 Beachflags an Fahrradständern (Aufschrift „Reserviert für Klimahelden“),
- Gewinnspiel zum besten Spruch der Kampagne (Siegerspuch: „Verbrennen Sie doch mal Kalorien statt Benzin“),
- Verteilung von Infomaterial in der Fußgängerzone durch ein Promotion-Team.

Am 25.01.2010 wurde die Stadt Halle (Saale) im Rahmen der Veranstaltung des BMU "Unsere Mission: Null Emission – Fuß- und Radverkehr – die urbane Mobilität der Zukunft" mit einer **Urkunde „für die vorbildliche Durchführung der Kampagne Kopf an: Motor aus. Für null CO₂ auf Kurzstrecken im Jahr 2009 ausgezeichnet“**.

Die in der Anfrage angesprochene Evaluation zur Kampagne wurde im Herbst letzten Jahres vom Wuppertal-Institut für Klima, Umwelt und Energie durchgeführt. Im Ergebnis einer repräsentativen Befragung von Einwohnern der Stadt Halle (Saale) konnten dabei u. a. folgende, aus unserer Sicht sehr erfreuliche Erkenntnisse gewonnen werden (vgl. www.kopf-an.de/presse/monitoring):

- ca. 80 % der Hallenser konnten sich an die Kampagne erinnern;
- ca. 93 % von diesen waren der Meinung, dass die Absicht der Kampagne, Autofahrer zum Umsteigen auf das Fahrrad und die Füße zu bewegen, richtig sei;
- ca. 92 % sagten, dass die Kampagne wichtig für den Klimaschutz sei;
- ca. 50 % gaben an, dass sie die Kampagne zum Nachdenken gebracht hat;

- ca. 30 % haben sich aufgrund der Kampagne vorgenommen, öfter mit dem Rad zu fahren und/oder zu Fuß zu gehen;
- ca. 17 % gehen aufgrund der Kampagne nun häufiger zu Fuß statt mit dem Auto zu fahren;
- ca. 13 % fahren aufgrund der Kampagne nun häufiger Rad statt mit dem Auto zu fahren.

Wie die Befragungsergebnisse aber auch zeigten, wünschen sich die Hallenser im Hinblick auf eine häufigere Nutzung von Fuß und Rad noch bessere Fuß- und Radverkehrsbedingungen. So gaben

- ca. 83 % der Befragten in Halle an, dass die Fuß- und Radwege bequemer und sicherer sein müssten;
- ca. 74 % sagten, dass es mehr Radwege oder Radfahrstreifen geben müsste;
- ca. 57 % gaben an, dass es mehr oder bessere Fahrradabstellanlagen geben müsste;
- ca. 68 % waren der Meinung, dass mehr Rücksicht auf Fußgänger und Radfahrer genommen werden müsste.

Zu 1.

Aus Sicht der Stadtverwaltung machen die Befragungsergebnisse deutlich, dass die Kampagne ihre beabsichtigte Wirkung vollends erzielt hat. Demnach ist es gelungen, mit dieser Kampagne zahlreiche Hallenser dazu zu motivieren, häufiger Rad zu fahren oder zu Fuß zu gehen und sich dabei bewusst gegen die Nutzung des Autos zu entscheiden. Dies zeigt wie wichtig es ist, neben den Infrastrukturmaßnahmen auch Marketing-Maßnahmen für den Fuß- und Radverkehr durchzuführen.

Da aus den Befragungsergebnissen aber auch eindeutig hervorgeht, dass die Infrastruktur für Fußgänger und Radfahrer noch weiter verbessert werden muss, sieht die Stadtverwaltung in den kommenden Jahren den Schwerpunkt im weiteren Ausbau dieser Infrastruktur. Hauptaugenmerk wird dabei im grundhaften Ausbau von Straßen liegen, bei dem wenn möglich und nötig auch anspruchsgerechte Fuß- und Radverkehrsanlagen realisiert werden (wie z. B. aktuell in der Beesener Straße). Mit dem Programm für 1000 neue Fahrradbügel wird die Stadtverwaltung darüber hinaus die bemängelte Abstell-situation spürbar verbessern.

Zu 2.

Aus Sicht der Stadtverwaltung entsprach die Kampagne „Kopf an: Motor aus. Für null CO₂ auf Kurzstrecken“ der Intention der zu prüfenden Marketingkampagne „Halle fährt Rad“. Im Sinne einer durchaus wünschenswerten Fortsetzung einzelner Elemente der Kopf-an-Kampagne im Jahr 2010 wird derzeit geprüft, welche finanziellen Möglichkeiten zur Verfügung stehen.

Dr. Thomas Pohlack
Bürgermeister