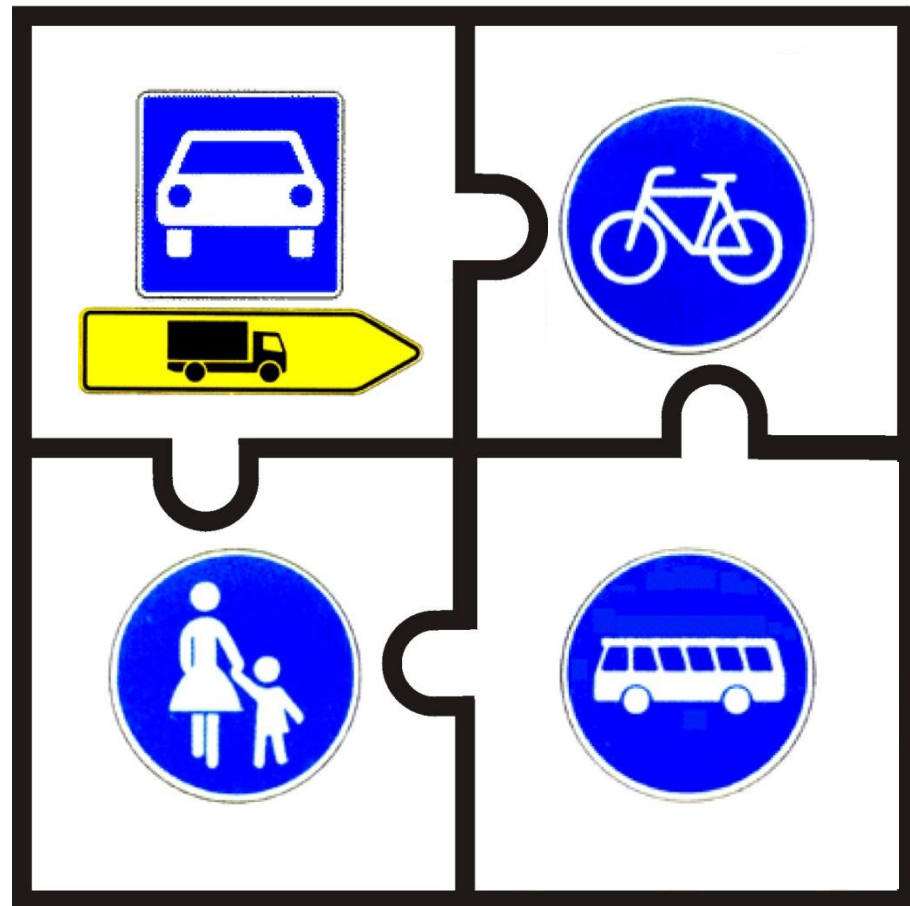


Verkehrsentwicklungsplan Viersen 2025

Baustein 6: Zielkonzept „weiche Maßnahmen“



Bearbeitungsstand 2010

Inhalt

1	Vorbemerkungen und empfohlene Maßnahmenansätze.....	3
2	Mobilitätsmanagement.....	7
3	Kommunales Verkehrssicherheitsprogramm.....	10
3.1	Neuaufgabe der Kampagne „Stadttempo Viersen“	10
3.2	Kinderverkehrsstadtplan Viersen	12
3.3	Entwicklung und Umsetzung eines Projekts „Fitnesswege – Stadtplan und Aktionen für Fußgänger“	13

1 Ausgangssituation

Die Analysen im Rahmen der Verkehrsentwicklungsplanung (vgl. Zwischenbilanz 2009) haben im Hinblick auf zwei Aspekte Hinweise ergeben, aus der sich eine besondere Sinnfälligkeit und Dringlichkeit für bestimmte „weiche Maßnahmen“ ableiten lässt.

(1) Hinsichtlich der geplanten Entwicklung der Flächennutzungen und des daraus begründeten Kfz-Verkehrsaufkommens ergaben sich Erkenntnisse, die die Umsetzung von Mobilitätsmanagementkonzepten im Stadtgebiet nahe legen: Aus den vorhandenen Gewerbeflächenpotenzialen könnte sich je nach Art der Gewerbeansiedlung ein nicht unerhebliches zusätzliches Kfz-Verkehrsaufkommen (Personen/Güter) ergeben. Hier bedarf es daher im Zuge von Konkretisierungsplanungen – unterhalb der Verkehrsentwicklungsplanebene – bezogen auf die einzelnen Gewerbestandorte genauerer Verkehrsabschätzungen auf Grundlage von tatsächlich realisierbaren Nutzungsprofilen, da Beschäftigtenzahlen und Güterverkehrsaufkommen hiervon stark abhängig sind. Dabei sollten alle möglichen Maßnahmen zur Vermeidung unnötigen, weil durch andere, umweltfreundlichere Verkehrsarten substituierbaren Kfz-Verkehrs genutzt werden, insbesondere auch solche des Mobilitätsmanagements.

(2) Im Hinblick auf das Verkehrsunfallgeschehen und die kommunale Verkehrssicherheitsarbeit war Folgendes festzustellen:

- Die günstige innerörtliche Verkehrsunfallentwicklung mit kontinuierlich abnehmenden Verletztanzahlen, die sich nach Einführung des Stadttempo-Konzeptes Anfang der 90er Jahre eingestellt hatte, hat sich nach 1997 nicht fortgesetzt. Seither stagniert die Entwicklung weitgehend bei teilweise deutlich schwankenden Verunglücktenbilanzen in den einzelnen Kalenderjahren. Dies gilt seit etwa 2002 auch für die Entwicklung bei den verunglückten Kindern.
- Bedenkenswert erscheint, dass die positive Entwicklungstendenz in der ersten Hälfte der 90er Jahre einher ging mit einer intensiven Verkehrssicherheitsarbeit mit besonderem Schwerpunkt beim Einsatz des Geschwindigkeitsinformationssystems im Hauptverkehrsstraßennetz, begleitet durch eine gezielte Öffentlichkeitskampagne. Auch die kurzfristig positive Entwicklung bei den verunglückten Kindern Anfang des neuen Jahrtausends weist in die Richtung, dass vergleichbare Kampagnen die Verkehrssicherheit bzw. Unfall- und Verunglücktenentwicklung spürbar positiv beeinflussen.
- Die kommunale Verkehrssicherheitsarbeit sollte daher unter Berücksichtigung der in Viersen erfolgreich angewandten Kampagnenelemente vor allem im Bereich der Hauptverkehrsstraßen wieder intensiviert werden. Primäre Aspekte sollten dabei die Geschwindigkeiten im Kfz-Verkehr und die Radverkehrssicherheit darstellen.

- Inhaltlich sollte die kommunale Verkehrssicherheitsarbeit eng verknüpft werden mit der Umsetzung von infrastrukturellen Maßnahmen im Fußgänger- und Radverkehr, vor allem solchen zur Verbesserung der Überquerbarkeit von Straßen.
- Darüber hinaus sollten auch künftige Maßnahmen zur weiteren fußgängerfreundlichen Gestaltung der Stadtteilzentren stärker in den Kontext Verkehrssicherheit gestellt werden.

2 Empfehlenswerte Maßnahmenansätze

„Weiche“ Maßnahmen der Verkehrsentwicklungsplanung sollen im Unterschied zu den „harten“ Maßnahmen, die zur Verbesserung der Verkehrsinfrastruktur und des Verkehrssystems dienen, „über den Kopf“ der Verkehrsteilnehmer/innen wirken und damit Bewusstheit erzeugen. Sie sollen Verständnis, Akzeptanz und womöglich Einverständnis hervorrufen und damit letztlich langfristige Veränderungen des individuellen Mobilitäts- und Verkehrsverhaltens in Richtung einer nachhaltigen Verkehrsentwicklung bewirken bzw. wirksam unterstützen.

„Weiche“ Maßnahmen haben deshalb vorrangig Information, Aufklärung, Beratung, Werbung und Motivation zum Inhalt und lassen sich weitgehend auch unter dem Sammelbegriff „Verkehrsmarketing“ zusammenfassen. Darüber hinaus spielen die Verkehrsüberwachung und eine konsequente Ahndung von Regelverstößen eine wichtige Rolle.

Die Wirksamkeit von „weichen“ Maßnahmen ist wesentlich abhängig von der Akzeptanz der Maßnahmen bei den angesprochenen Zielgruppen. Die gewählten Aktionsformen, Medien und Ansprachewege sind mit entscheidend dafür, ob die Zielgruppen überhaupt erreicht werden und ob die umgesetzten Maßnahmen nachhaltige Wirkung erzielen.

Aus vorliegenden Untersuchungen¹ ergeben sich folgende Hinweise und Charakteristika, die für die Wirksamkeit und Erfolg von „weichen“ Maßnahmen maßgeblich zu sein scheinen:

- **Langfristige Orientierung:** Einmalige oder punktuelle Aktivitäten ergeben in der Öffentlichkeit selbst bei hohem Aufwand offenbar wenig Nachhall und erzielen damit kaum anhaltende Wirkung. Ansprechende Kampagnenlogos/-slogans beispielsweise erhöhen durch ihren Einprägungs- und Wiedererkennungswert eine langfristige Wirkung.

¹ Vgl. insbesondere die Studie „Kommunikationsinhalte und -formen zum Wirkungszusammenhang von Umwelt, Gesundheit und Verkehr“, die von BSV im Auftrag des nordrhein-westfälischen Umweltministeriums im Rahmen des Aktionsprogramms Umwelt und Gesundheit Nordrhein-Westfalen (APUG NRW) erarbeitet wurde und seit April 2004 unter der Adresse www.apug.nrw.de im Internet zu finden ist.

- **Attraktives Einstiegsthema:** Besonders Erfolg versprechende oder wichtige, vor Ort anschlussfähige Einzelthemen eröffnen eine längerfristige Kontinuität. Dies gilt auch für die Durchführung von (konsequent evaluierten) Pilotprojekten, wenn deren Fortführung im Erfolgsfall gesichert ist.
- **Schwerpunkt „Nahmobilität“:** Projekte und Kampagnen, die das Zufußgehen und Radfahren als besonders umwelt- und gesundheitsfördernde Verkehrsarten gezielt in den Vordergrund stellen, scheinen besonders Erfolg versprechend.
- **Umsetzung von Verkehrsprojekten als Aufhänger:** Verbesserungen der örtlichen Verkehrsinfrastruktur ermöglichen teilweise eine andere Nutzung des Verkehrsangebots und stellen dadurch gewohntes Mobilitätsverhalten zur Disposition. Sie lassen sich daher gut als Anlass und Aufhänger für gezielte Informations- und Aufklärungskampagnen nutzen.
- **Angebote zum Erfahrungslernen:** Gezielte Erfahrungsangebote geben den Teilnehmer/innen die Möglichkeit, unverbindlich und experimentell Neues auszuprobieren, wenig bekannte Mobilitätsformen zu testen, ungewohnte Sichtweisen einzunehmen etc. und darüber hinaus selbst aktiv zu werden. Dies gilt auch für Angebote zur laiengestützten Problemanalyse (mittels Befragungen, Messungen etc.).
- **Beteiligung und Eigeninitiative:** Vertreter/innen der Zielgruppen können an örtlichen Projekten und Aktionen direkt beteiligt und gezielt in Richtung Eigeninitiative unterstützt werden.
- **Betonung des Eigennutzes:** Besonders attraktiv erscheinen Projekte und Aktionsschwerpunkte, die auf positiv besetzten Angeboten (z. B. solchen mit Familien-, Freizeit-, Genussorientierung) beruhen und den individuellen Nutzen herausstellen. Dies gilt auch hinsichtlich vorliegender Eigenmotivlagen bei institutionellen Zielgruppen und potenziellen Kooperationspartnern (z. B. bei Unternehmen: Gesundheitsförderung, Leistungssteigerung, Kostensenkung, Motivation der Beschäftigten etc.).
- **Innovative Aktionselemente:** Projekte und Kampagnen mit innovativen Aktionselementen (z. B. „Gesundheitsstadtplan“, „Lehrpfad für das Zufußgehen“ etc.) sprechen die Zielgruppen besonders an. Dies gilt auch für Kampagnenbeiträge in Form eines Wettbewerbs mit Preisverleihung.
- **Einbindung von Politiker/innen:** Politische Entscheider haben aufgrund ihrer Vorbildfunktion in der Öffentlichkeit und als Meinungsbildner eine besondere Bedeutung für den Erfolg eines Projekts bzw. einer Kampagne im Rahmen von „weichen“ Maßnahmen. Sie sind zugleich eine wichtige Zielgruppe, die es – auch durch die direkte Einbindung in die Aktivitäten – zu überzeugen gilt.
- **Unterstützung durch die öffentlichen Medien:** Eine enge Kooperation mit den öffentlichen Medien (z. B. mit gezielten Serviceleistungen für Redakteure) kann die Öffentlichkeitswirkung deutlich erhöhen. Dies gilt in besonderem Maße für lokale Medien.

- **Verbindliche Kooperation:** Tragfähig erscheinen insbesondere Kooperationsstrukturen, die auf eine längere Zusammenarbeit angelegt sind und nicht-öffentliche Partner wie z. B. Unternehmen, Gesundheitsdienstleister, Interessenverbände etc. einbeziehen. Die Einbindung von Sponsoren ermöglicht gleichzeitig Kosteneinsparungen für die einzelnen Kooperationspartner. Längerfristig angelegte Kooperationen bieten den Beteiligten auch Vorteile im „Tagesgeschäft“, weil sie Informationen auf kurzem Wege ermöglichen – man kennt sich eben. Verbindliche Angebote zum Erfahrungsaustausch zwischen den beteiligten Akteuren unterstützen dies zusätzlich.

Besonders wichtig erscheinen eine langfristige Orientierung, die Umsetzung von Schwerpunktkampagnen (statt vieler, vereinzelter Aktionen) sowie eine enge Kooperation aller Institutionen und Gruppen, die sich in Viersen lokal mit Themen einer nachhaltigen Mobilität befassen.

Die Untersuchungen und Beratungen zum Verkehrsentwicklungsplan Viersen haben mehrere Ansatzpunkte für weiche Maßnahmen ergeben. Die folgenden Vorschläge betreffen die Aspekte Verkehrssicherheit, Gesundheitsförderung, Mobilitätsmanagement und ÖPNV-Marketing. Im Einzelnen werden zwei Maßnahmenprogramme vorgeschlagen:

- (1) Einführung eines standort- und zielgruppenbezogenen Mobilitätsmanagements für Verwaltungen, Betriebe und Beschäftigte im Stadtgebiet (Stichwort „Jobticket“, gezielte Förderung einer Fahrradnutzung und mehr), auch unter Einbindung der Schulen (Stichwort „Schulisches Mobilitätskonzept“),
- (2) Aufstellung und kontinuierliche Umsetzung eines kommunalen Verkehrssicherheitsprogramms unter Einbeziehung möglichst vieler lokaler Kooperationspartner, insbesondere mit den folgenden Bausteinen:
 - Neuauflage und kontinuierliche Umsetzung der in den 90er Jahren erfolgreich durchgeführten Kampagne „Stadttempo Viersen“ zur Verbesserung und Förderung von Akzeptanz und Einhaltung der Geschwindigkeitsregelungen im Stadtgebiet durch Einsatz von Geschwindigkeitsdisplays und weitere gezielte Maßnahmen zur Aufklärung),
 - Durchführung von schulischen Aktionen zur Erhöhung der Verkehrssicherheit im Schülerverkehr (Stichworte: Schul- und Freizeitwege, direkte Beteiligung von Kindern im Grundschulalter, Herausgabe eines Kinderverkehrsstadtplans) sowie
 - Durchführung von Fußgängeraktionen, vor allem unter den Aspekten Gesundheit/Fit-ness, Einkauf, Kultur/Freizeit, Naherholung und Tourismus (Stichwort: Durchführung einer „Fußgängerakademie“ zur Ausarbeitung von Fußgängerstadtplänen für die Stadtteilzentren und speziellen Lauf-, Spazier- und Wanderrouten im Stadtgebiet)

Im Folgenden werden diese beiden Vorschläge näher erläutert.

3 Mobilitätsmanagement

Bis zum Jahr 2015 ist derzeit nicht mit grundlegenden Veränderungen des Mobilitätsverhaltens der Bevölkerung zu rechnen (vgl. Zwischenbilanz 2009).

Auf kommunaler Ebene können die damit zusammenhängenden Trendentwicklungen allenfalls auf der Ebene der Verkehrsangebote beeinflusst werden. Alternative Verkehrsangebote im Fußgänger- und Radverkehr sowie bedingt auch im öffentlichen Personenverkehr können auf kommunaler Ebene gefördert werden. Mit den Zielkonzepten zum ÖPNV und Radverkehr liefert der Verkehrsentwicklungsplan die Grundlagen dafür. Für diese eher infrastrukturell geprägten Handlungsvorschläge ist der finanzielle Rahmen allerdings gerade auf kommunaler Ebene eng gesteckt.

Infrastrukturelle Maßnahmen sollten in jedem Falle durch begleitende „weiche“ Maßnahmen unterstützt werden. Die „weiche“ Maßnahme **Mobilitätsmanagement** unterstützt in diesem Sinne die zuvor dargelegten Zielkonzepte für die verschiedenen Verkehrsarten.

Mobilitätsmanagement hat grundsätzlich die Förderung einer umweltverträglichen Gestaltung der Mobilität zum Ziel. Zum einen geht es dabei um Beschäftigte, die für eine verstärkte Nutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln, Fahrgemeinschaften und Fahrrad auf ihren Arbeitswegen gewonnen werden sollen. Zum anderen werden Menschen angesprochen, die ihre persönliche Mobilität (unabhängig vom Reisezweck) anders gestalten wollen oder gezielt dazu angeregt werden sollen. Gleichzeitig sollen damit die gegenwärtigen verkehrlichen Rahmenbedingungen und das vorhandene Mobilitätsangebot in Bezug auf alle Verkehrsarten besser bekannt gemacht und wo notwendig verbessert werden.

Mobilitätsmanagement muss sowohl standortbezogen als auch zielgruppenbezogen ansetzen:

- Der Standortbezug (z. B. Gewerbegebiete und andere Arbeitsplatzschwerpunkte) bietet den Vorteil, Maßnahmen und Informationen mit einem konkreten räumlichen Bezug individuell auszurichten und spezielle Angebote wie z. B. ein Job-Ticket auch Nachfragegruppen aus kleineren Betrieben zugänglich zu machen. Auch die bevorzugte Realisierung von Radverkehrsanlagen zu Schul-, Gewerbe- und Industriestandorten spielt hierbei eine wichtige Rolle.
- Beim zielgruppenbezogenen Mobilitätsmanagement gilt es schwerpunktmäßig diejenigen Personengruppen anzusprechen, die ein großes Mobilitätspotenzial aufweisen (z. B. Berufspendler sowie Personen, die sich in Viersen an- oder ummelden und die vorhandenen Mobilitätsangebote – vor allem

mangels Kenntnis – nur unzureichend nutzen) oder von konkreten verkehrlichen Maßnahmen (z. B. Modifizierung des Parkraummanagements, neue ÖPNV-Angebote) betroffen sind.

Motive für eine Beteiligung von Unternehmen am standortbezogenen Mobilitätsmanagement können sehr unterschiedlich sein. Eine starke Klammer ergibt sich im Zusammenhang mit einem gemeinsamen Standortmarketing, bei dem die Erreichbarkeit nur ein Faktor von mehreren ist. Weitere bedeutsame Faktoren sind insbesondere:

- ökologische und soziale Einstellungen bzw. Zielsetzungen einzelner Unternehmer (z. B. Imagebildung im Zusammenhang mit der jeweils angebotenen Produkt- bzw. Dienstleistungspalette),
- die Frage der – aufgrund des steigenden Mangels an Fachkräften zunehmend schwierige – Personalrekrutierung (z. B. starke ÖPNV-Bindung von Beschäftigten mit geringem Lohnniveau oder attraktive Zusatzleistungen für neue Beschäftigte) sowie
- Aspekte des betrieblichen Flächenmanagements (z. B. mittelfristige Flächenvorhaltung für Betriebserweiterungen oder Vorrang für Besucherstellplätze o.ä.).

Mögliche Bausteine eines standortbezogenen Mobilitätsmanagements sind:

- Verbesserungen bei der ÖPNV-Erschließung von Gewerbegebieten, insbesondere solchen, die neu entwickelt werden oder deren Entwicklung zusätzlich unterstützt werden soll,
- Einführung eines Jobticket-Angebots oder gezielte Werbung für ein bestehendes, jedoch wenig nachgefragtes Angebot, mit Gründung von Organisationsstrukturen auf städtischer Ebene, die auch kleineren Betrieben und Dienstleistern einen Zugang zum Jobticket ermöglichen, beispielsweise in Form eines „Mobilitätsvereins“,
- Entwicklung eines standortbezogenen Parkraumkonzepts für Gewerbebestände,
- Entwicklung eines betriebsbezogenen Carsharing-Angebots, ggf. unter Einbeziehung von vorhandenen Betriebsfahrzeugen,
- Information und Werbung zur nordrhein-westfälischen Fahrgemeinschaftsbörse im Internet, ggf. mit persönlichen Beratungsangeboten, wie diese genutzt werden kann,
- Verbesserungen und Werbeaktionen zum Fußgänger- und Radverkehr auf Arbeitswegen,
- Standortbezogenes Verkehrsmarketing z. B. mit speziellen Kurzbroschüren für neue Betriebe und Beschäftigte, Einrichtung einer Internetplattform auf der städtischen Webseite mit Links zu ÖPNV-Betreibern, Pendlernetz etc., Herausgabe eines Orientierungsplans mit Parkinformationen, ÖPNV-Angebot etc. für Besucher oder auch Durchführung eines Wettbewerbs „Fahrradfreundlicher Betrieb“ (Zielgruppe Arbeitgeber) oder „Fit zur Arbeit“ (Zielgruppe Beschäftigte),

- Einrichtung eines Mobilitätsmanagement-Beirats auf Standortebene, der beratend wirkt gegenüber Stadt, ÖPNV-Betreibern, anderen Mobilitätsanbietern und örtlichen Betrieben,
- Einrichtung einer Mobilitätsberatungsstelle auf städtischer Ebene (z. B. gemeinsam mit dem städtischen und den regionalen ÖPNV-Betreibern und Verkehrsverbänden).

Der Einstieg in das Mobilitätsmanagement sollte über Betriebsbefragungen und die Ausarbeitung eines „Standort-Mobilitätskonzeptes“ erfolgen. Beteiligt werden sollten alle regional oder vor Ort aktiven Mobilitätsanbieter (ÖPNV-Betreiber, Verkehrsverbände, Carsharing-Anbieter etc.) sowie die betroffenen Betriebe und Verwaltungen. Ein Beteiligungsansatz hat sich in vergleichbaren Projekten² als nützlich erwiesen. Besondere Bedeutung kommt dabei einzelnen „Leitbetrieben“ und „Schlüsselpersonen“ zu, die im Prozess eine aktive Rolle zu übernehmen bereit sind und damit andere potenziell Interessierte zur Mitarbeit animieren können.

Der Aufbau eines wirksamen Mobilitätsmanagements für einen einzelnen Standort braucht erfahrungsgemäß eine Anlaufzeit von rund 2-3 Jahren.

Besondere Synergieeffekte: Zentrales Thema von Mobilitätsmanagement sind ÖPNV und Radverkehr. Von daher ergibt sich ein unmittelbarer Zusammenhang zu anderen Maßnahmen zur Förderung des ÖPNV und Radverkehrs im Stadtgebiet, konkrete Maßnahmen sind u.a.:

- die Vereinfachung der ÖPNV-Tarifierung beim Übergang zwischen den regional bedeutsamen Verkehrsverbänden, auch grenzüberschreitend zu den Niederlanden,
- die Verbesserung der Fahrradmitnahmemöglichkeiten im ÖPNV sowie die Fahrradabstellmöglichkeiten an relevanten ÖPNV-Haltestellen sowie
- ordnungspolitisch im Rahmen der Bebauungsplanung durch Begrenzung des Kfz-Stellplatzangebots oder Aufstellung von Stellplatzsatzungen.

Hingewiesen sei im letztgenannten Zusammenhang z.B. auf das Internetangebot <http://viersen.pendlernetz.de>³, das eine organisatorische Plattform zur Bildung von Fahrgemeinschaften im Berufspendlerverkehr bietet.

² Vgl. beispielsweise das von BSV bearbeitete Konzept für ein standortbezogenes Mobilitätsmanagement für das Gewerbegebiet „Aachener Kreuz“ in der Stadt Würselen (Modellprojekt im Rahmen des Experimentellen Wohnungs- und Städtebaus ExWoSt des Bundesministeriums für Verkehr, Bauwesen und Städtebau; Abschluss 2003).

³ Das Pendlernetz ist kostenfrei für jeden Pendler und wird auf der Internetseite mit den Argumenten beworben: „zum Sparen von Fahrtkosten, weniger Staus und geringerem CO₂-Ausstoß. Helfen Sie mit und werden Sie als Unternehmen, Stadt oder Kreis Sponsor dieser nachhaltigen Idee“.

4 Kommunales Verkehrssicherheitsprogramm

Ein kommunales Verkehrssicherheitsprogramm stellt die verbindliche Plattform für koordinierte Aktivitäten unterschiedlicher Aktionspartner auf lokaler Ebene dar, die sich alle dem gemeinsamen Ziel verpflichten, die Verkehrssicherheit nachhaltig und dauerhaft zu erhöhen.

Als Qualitätsziel wird im Sinne des in der Verkehrssicherheitsarbeit bekannten und teilweise verfolgten Konzeptansätzen in Richtung „Vision Zero“ (z. B. in Berlin⁴) auch für die Stadt Viersen die Vision vorgeschlagen, dass langfristig auf den Straßen im Stadtgebiet möglichst keine Unfälle mehr mit Todesfällen und schwer Verletzten geschehen sollen. Mittelfristig lassen sich hiermit Etappenziele (Handlungsziele) verknüpfen, die beispielsweise innerhalb des Verkehrssicherheitsprogramms eine Verminderung der Verkehrsunfälle mit Fußgänger- und Radfahrerbeteiligung um X % bis zum Jahr Y vorgeben.

Wichtig erscheint es, bereits bei der Aufstellung des Programms alle örtlich relevanten Institutionen, die mit Verkehrssicherheitsaspekten befasst sind, zur Mitarbeit zu gewinnen.

Neben einer systematischen Darstellung der Ausgangsbedingungen (z. B. differenzierte Verkehrsunfallanalyse) und einer verbindlichen Formulierung von Leitlinien sollte das Verkehrssicherheitsprogramm ein konkret ausgestaltetes Aktionsprogramm enthalten, in dem die Aufgaben der einzelnen Kooperationspartner für eine Laufzeit von etwa 5-10 Jahren verbindlich festgelegt und aufeinander abgestimmt sind.

Die weiter unten skizzierten Teilprojekte (Stichworte: Stadttempo Viersen, Kinderverkehrsstadtplan Viersen, Fußgängerstadtteilplan Viersen, Dülken, Süchteln) stellen besonders geeignete Einzelbausteine eines kommunalen Verkehrssicherheitsprogramms Viersen dar.

4.1 Neuauflage der Kampagne „Stadttempo Viersen“

Ein differenziertes Stadttempokonzept, d. h. ein hierarchisch gegliedertes Straßennetz mit begründet festgelegten Geschwindigkeitsniveaus für unterschiedliche Straßenkategorien (vgl. MIV-Zielkonzept) in Abstimmung mit den Anforderungen aus dem Straßenumfeld kann durch die „weiche“ Maßnahme einer langfristig angelegten „Stadttempo-Kampagne“ unterstützt werden. In Viersen konnte dies im Rahmen der seinerzeit mehrjährig durchgeführ-

⁴ BSV GmbH: „Berlin Sicher Mobil“ – Verkehrssicherheitsprogramm Berlin 2010, Entwurfsfassung für die Senatsvorlage zur Beschlussfassung 11/2004, im Auftrag der Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, Aachen/Berlin 10/2004.

ten Verkehrssicherheitskampagne „Stadttempo Viersen“ nicht zuletzt anhand der Unfallentwicklung erfolgreich belegt werden.

Wirksame Elemente einer solchen Kampagne sind (analog zum seinerzeit in Viersen realisierten Ansatzes):

- ein systematisch eingesetztes, mobiles Geschwindigkeitsinformationssystem (z. B. mit Geschwindigkeitsmessgeräten mit digitaler Anzeige „Sie fahren xx km/h“ ohne Ahndung bei Überschreitung), mit festgelegten, jedoch temporär wechselnden Standorten im Straßennetz und regelmäßiger Veröffentlichung der Messergebnisse; Ziele sind öffentliche Bewusstheit und Selbstkontrolle von Kraftfahrer/innen; Beispiele aus vielen Städten belegen die Wirksamkeit bei systematischem Einsatz;
- regelmäßige Veröffentlichung der Ergebnisse der kommunalen bzw. polizeilichen Geschwindigkeitsüberwachung (stationäre Anlagen / „Starenkästen“ sowie mobile Einsätze an wechselnden Standorten) in den lokalen Medien; Ziele sind öffentliche Bewusstheit, Erzeugung von Präsenz der Überwachungstätigkeit und „Kontrolldruck“, was die Befolgung der Regelungen erhöht; auch diesbezüglich liegen wissenschaftliche Erkenntnisse zur Wirksamkeit vor;
- wiederholte Durchführung einer Aktion „Parke nicht auf unseren Wegen“ zur Verlagerung unerlaubten Gehwegparkens auf die Fahrbahn; Ziele sind die Verbesserung der Bedingungen von Fußgängern auf den betreffenden Gehwegen (z. B. zur Sicherung von Schul- und Freizeitwegen von Kindern) sowie die Unterstützung einer angepassten Fahrgeschwindigkeit auf durch parkende Fahrzeuge verengten Fahrbahnen; die Wirksamkeit einer gestuften Vorgehensweise mit Informationen in den ersten beiden Stufen und Ahndung in der abschließenden dritten Stufe wurde bereits Mitte der 80er Jahre in einem Modellprojekt in Nordrhein-Westfalen nachgewiesen;
- Durchführung einer Beteiligungsaktion „Da bin ich“ mit Kindern und Senior/innen, in der diese beiden durch überhöhte Geschwindigkeiten besonders betroffenen Zielgruppen selbst an die Öffentlichkeit treten; mögliche „Produkte“ der Aktion sind beispielsweise kreative Hinweise auf Kinder- und Senioreneinrichtungen im Straßenraum (Infosäulen, „Stellvertreterfiguren“, Plakate etc.), Spielaktionen in verkehrsberuhigten Bereichen, selbst gefertigte Leitsysteme zur Kennzeichnung besonderer Kinder- und Seniorenwege, gemeinsame Aktionstage etc.; vergleichbare Projekte wurden Viersen bereits 2000/01 durchgeführt und in Broschüren dokumentiert.⁵

⁵ Stadt Viersen, Fachbereich Stadtplanung (Hrsg.): Wir Viersener Kinder sehen es anders! Dokumentation zur Verkehrssicherheitskampagne Stadttempo Viersen 2000 sowie ders.: Da bin ich! Dokumentation der Verkehrssicherheitskampagne Stadttempo Viersen 2001.

Die Wirkungen der Gesamtkampagne sollte in regelmäßigen Abständen anhand von Geschwindigkeitsbilanzen und Unfallauswertungen überprüft und in plakativer Form (Plakataktion, Faltblätter zur Information von Kraftfahrer/innen und Anwohner/innen etc.) publiziert werden.

Besondere Synergieeffekte: Die genannten Aktivitäten stellen geeignete Bausteine für ein kommunales Verkehrssicherheitsprogramm dar. Schulen und außerschulische Einrichtungen für Kinder und Jugendliche können mit den genannten Beteiligungsaktionen ihr Konzept zur Mobilitätserziehung systematisch weiterentwickeln. Die beteiligten Kinder und Jugendlichen erfahren dabei, dass Engagement sich lohnt, erhalten Einblick in Auswirkungen und Rahmenbedingungen von Mobilität und lernen, ihr eigenes Mobilitätsverhalten differenzierter zu betrachten. Bauliche Maßnahmen zur Verkehrsberuhigung und Geschwindigkeitsdämpfung können reduziert werden, wenn durch die „weichen“ Maßnahmen öffentliche Bewusstheit hinsichtlich der Begründungen für eine angepasste Fahrweise und der potenziellen Auswirkungen überhöhter Geschwindigkeiten erzielt werden kann. Angepasstes Fahrverhalten mit niedrigen Geschwindigkeiten und vorausschauender, verstetigter Fahrweise dient gleichzeitig der Lärminderung und erhöht die Lebensqualität für Bewohner und Passanten sowie im Hinblick auf Aufenthalt und Kinderspiel in den betroffenen Straßen.

4.2 Kinderverkehrsstadtplan Viersen

Kinderstadtpläne sind mittlerweile zwar weit verbreitet, allerdings beschränken sie sich meist auf die Nennung institutioneller Freizeitadressen für Kinder (z. B. Kinder- und Jugendtreffs, Spiel- und Bolzplätze, Skaterplatz mit Halfpipe, Freibad etc.) und basieren kartografisch überwiegend auf normalen Stadtplänen.

Das hier vorgeschlagene Projekt „Kinderverkehrsstadtplan“ beruht demgegenüber auf einem erweiterten Ansatz, bei dem zum einen alle relevanten Verkehrssicherheitsinformationen dargestellt werden, die auch einen guten Schulwegplan ausmachen und zum anderen Kinder im Grundschulalter direkt beteiligt werden. Der ausgearbeitete Plan enthält damit alle wichtigen Informationen zu den Themen Verkehrssicherheit und Spiel/Freizeit von Kindern. Im Straßennetz kennzeichnet er beispielsweise:

- stark befahrene, „gefährliche“ Straßen des Hauptverkehrsstraßennetzes, in denen Fahrgeschwindigkeiten von 50 km/h und teilweise höher erlaubt sind,
- die gesicherten Überquerungsstellen auf diesen Straßen, unterschieden nach der Art ihrer Sicherung (Ampelanlagen, Zebrastreifen, Mittelinseln) und ob ein überhaupt ein Gehweg vorhanden ist,
- Straßen mit Geschwindigkeitsbeschränkung auf Tempo 30 und Verkehrsberuhigte Bereiche („Schritttempo“) sowie

- Fußgängerbereiche und andere Straßen und Wege (weitgehend) ohne Kraftfahrzeugverkehr.

Darüber hinaus werden wichtige Institutionen und Freizeitadressen für Kinder mit besonderen Symbolen im Plan räumlich lokalisiert (z. B. Spielplatz, Ballspielplatz, Musikschule, Bücherei, Museum etc.). Kinder spielen jedoch in ihrer Freizeit nicht nur in speziellen Kindereinrichtungen und auf öffentlichen Spielplätzen, sondern auch auf Straßen und Plätzen, in Grünanlagen, an Gewässern, auf Wiesen, im Wald. Auch solche Spielorte werden daher im Plan benannt – die entsprechenden Kenntnisse vermitteln die Kinder, die sich an der Erarbeitung des Kinderstadtplans aktiv beteiligen.

Die Freizeitmobilität von Kindern ist besonders verkehrssicherheitsrelevant, weil etwa zwei Drittel bis vier Fünftel der Verkehrsunfälle mit Kinderbeteiligung auf Freizeitwegen oder beim Spielen auf der Straße passieren. Schulwegunfälle sind demgegenüber eher selten.

Aus diesem Grund kann der Kinderverkehrsstadtplan in der skizzierten Version bisher übliche Schulwegpläne ersetzen. Darüber hinaus stellt er eine gute pädagogische Grundlage für die Mobilitätserziehung an Grundschulen und in außerschulischen, sozialpädagogischen Einrichtungen dar und kann zusätzlich für Stadtmarketingzwecke (Stichwort „Kinder- und familienfreundliche Stadt Viersen“, z. B. als Information für ins Stadtgebiet zuziehende oder in einen anderen Stadtteil umziehende junge Familien) genutzt werden.

Besondere Synergieeffekte: Beteiligte Schulen und pädagogischen Einrichtungen können durch das Projekt dazu motiviert werden, vergleichbare Projekte im Rahmen der Mobilitätserziehung regelmäßig (z. B. jährlich) zu wiederholen. Damit wird es möglich, den Aufwand für die Fortschreibung des Kinderverkehrsstadtplans zu reduzieren und der planenden Verwaltung gleichzeitig im Sinne eines „Kinder-Verkehrssicherheitsaudits“ Hinweise zu Verkehrssicherheitsproblemen aus Kindersicht zu vermitteln. Die genannten Institutionen können sich damit als verbindliche Kooperationspartner an der Umsetzung eines kommunalen Verkehrssicherheitsprogramms beteiligen und einen wirksamen Beitrag zur Erhöhung der öffentlichen Bewusstheit bezüglich des Qualitätszielbereichs „Verkehrssicherheit“ leisten. Sie können nicht zuletzt in Anknüpfung an den Kinderverkehrsstadtplan weitergehende Projekte entwickeln, die der Verkehrssicherheit von Kindern öffentliche Präsenz geben (z. B. durch Beteiligungsaktionen in einer Stadttempo-Kampagne).

4.3 Entwicklung und Umsetzung eines Projekts „Fitnesswege – Stadtplan und Aktionen für Fußgänger“

Thematische Stadtgänge finden sich bereits in einer Vielzahl von touristischen Informationsmedien unterschiedlicher Städte. Sie befassen sich beispielsweise mit kulturell ausgerichteten Rund-

gängen, bei denen einem Straßenplan der Innenstadt sehenswerte Baudenkmäler, Skulpturen, Brunnen etc. zugeordnet sind. Auch (Innen-)Stadtpläne und Fußgängerleitsysteme sind oft vorrangig auf Touristen und Besucher ausgerichtet.

Alltagswege für Stadtbewohner sind nur selten Gegenstand der Beschäftigung. Das Projekt „Fitnesswege – Stadtplan und Aktionen für Fußgänger“ setzt genau hier den Schwerpunkt und soll dabei die Aspekte Bewegung, Fitness, Wohlbefinden in besonderem Maße integrieren. Explizites Ziel des Projektes ist es, die Lust auf das Zufußgehen im Alltag zu wecken und diese Art der Fortbewegung dadurch gezielt zu stärken.

Das Projekt sollte als Beteiligungsprojekt umgesetzt werden: Interessierte Bürger/innen werden in Form einer „Fußgängerakademie“ (Träger: Volkshochschule o.ä.) zu einführenden Informationsveranstaltungen eingeladen, lernen in einer „Sehschule“ Wege bewusst zu „ergehen“ und zu dokumentieren und erarbeiten anschließend in gemeinsamen Projekten interessante und anregende Wege zur Arbeit, zum Einkaufen, in die freie Natur oder Routen, die für gezielte Freizeitgestaltungen nach Feierabend und am Wochenende zum „Walking“, „Jogging“, „Nordic Walking“, Wandern etc. geeignet sind. Darüber hinaus lassen sich gezielt „Vielgeher“ in das Projekt einbinden, um deren vorhandene Kenntnisse und Kompetenzen ebenfalls zu nutzen.

In der Legende des auf dieser Grundlage erstellten Fußgängerstadtplans finden sich z. B. Symbole für Aussichtspunkte, Natur- und Industriedenkmäler, Biotope und andere landschaftliche Attraktionen, Badeplätze, Grillplätze oder besondere Ruhezone, aber auch solche für schlecht beleuchtete Wegabschnitte, anstrengende Steigungsstrecken oder für Rollstühle und Gehhilfen („Rollator“) gut bzw. nicht geeignete Strecken. Im Plan lassen sich außerdem thematische Rundgänge, z. B. Kultur-, Trimm- oder Lehrpfade, markieren. Aber auch sichere und zugleich attraktive Fußwege zwischen großen Parkieranlagen und der Innenstadt können ein Gegenstand des Plans sein.

Ergänzend zum Projekt können zentrumsbezogene Fußgängerleitsysteme erweitert werden, in dem an zentralen Stellen besondere Infotafeln mit Auszügen aus dem Fußgängerstadtplan aufgestellt werden, um den Eindruck zu transportieren „Wo es viele Wegweiser gibt, gibt es auch viel zu erleben“ – ein gutes Synonym für Wohlbefinden. Das Fußgängerleitsystem sollte auf das innerstädtische Parkleitsystem bzw. die innenstadtbezogenen, öffentlichen Parkieranlagen sowie auf wichtige ÖPNV-Haltestellen und den Bahnhof (mit B+R-Anlage) abgestimmt werden.

Auch bei Stadtfesten oder besonderen Aktionen sollte das Thema Zufußgehen gezielt aufgegriffen werden, um Fußgängerstadtplan und Leitsystem bekannt zu machen und die Bürger/innen zum Zufußgehen zu animieren.

Kooperationspartner und Projektspensoren sind beispielsweise im Bereich des Einzelhandels, der Krankenkassen und der touristischen Verbände zu finden.

Ein vergleichbares Projekt wurde in der Stadt Esslingen am Neckar mit dem Slogan „ES geht“ realisiert.⁶

Besondere Synergieeffekte: Kindertagesstätten und Grundschulen lassen sich in Fußgängeraktionen gezielt einbinden, indem sie sich mit dem Aspekt des Bringens und Abholens von Kindern durch Eltern und andere Begleitpersonen befassen, um auf die besondere Problematik des „Elterntaxis“ (Bring- und Holfahrten mit dem Auto) hinzuweisen und Kindern wie Eltern und anderen Erwachsenen mehr Kompetenz beim Zufußgehen zu vermitteln. Das Thema ist auch für Stadtmarketingzwecke gut geeignet.

⁶ Informationen dazu finden sich z. B. auf der Internetseite www.goetzebarth.de oder in der bereits in einer Fußnote benannten APUG-Veröffentlichung zur Kommunikationszielen und -inhalten.