

**Antrag der Fraktionen der SPD und der CDU**

**Städtemarketing auch durch Beschilderung fördern**

Das in der Privatwirtschaft entwickelte „Corporate-Identity“-Konzept hat inzwischen auch im öffentlichen Bereich Einzug gehalten. In der Stadtmöblierung Bremens und Bremerhavens und im schriftlichen Auftritt scheint sich ein einheitliches Design zu entwickeln. Dies richtet sich als Teil des Städtemarketings an Besucher und Neubürger, trägt aber auch zur Identitätsstiftung der Einwohnerschaft bei.

In den Eingangsbereichen vor allem der Stadt Bremen werden nach und nach die alten unansehnlichen Orts- und Werbeschilder („Bremen. Die Freie Hansestadt“) ersetzt.

Außer den touristischen Hinweisschildern auf die Stadtmusikanten fehlen werbende Hinweise auf die Städte des Landes an den Autobahnen jedoch völlig oder werben vor Bremerhaven sogar lediglich für das „Cuxland“.

Die Bürgerschaft (Landtag) möge beschließen:

Der Senat wird aufgefordert, nach dem Vorbild anderer Bundesländer durch die Beschilderung an den Autobahnen im Lande Bremen für die Städte (z. B. durch Aufgreifen der Kampagne „Bremen und Bremerhaven — zwei Städte, ein Land“) zu werben.

Manfred Oppermann, Böhrnsen und Fraktion der SPD

Focke, Eckhoff und Fraktion der CDU