

Antrag der Fraktion Bündnis 90/Die Grünen**Städtemarketing nur durch Beschilderung fördern**

Nach über einem Vierteljahrhundert hat das Konzept der „Corporate Identity“ den Weg aus der Wirtschaft in den öffentlichen Sektor und nun sogar zu den Entscheidungsträgern Bremens und Bremerhavens gefunden. So lassen sich in beiden Städten die ersten zarten Pflänzchen einheitlichen Designs in der Eigenwerbung bestaunen. Doch gerade der Bereich der Stadtmöblierung lässt noch viel zu wünschen übrig. Hier ist zunächst ein Mangel in der Beschilderung festzustellen. Wenn der Konzern Bremen seinem Metropolenanspruch mit einem Unternehmensleitbild Genüge tun will, kommt er ohne ein modernes Wegeleitsystem nicht aus. Das bedeutet nicht nur, dass die alte Beschilderung in und um Bremen ausgetauscht werden muss. Bremens und Bremerhavens Städtemarketing muss hier völlig neue und auch weite Wege beschreiten. Das Land Bremen muss nicht nur die ersten, sondern viele Pflöcke einschlagen, um seiner Rolle als „Global Player“ gerecht zu werden.

Ein neues Wegeleitsystem soll nicht nur Identität stiftend für die Einwohner/-innen sein, es soll auch Besucher/-innen anlocken und zum Verweilen anregen — ähnlich wie das Einbahnstraßensystem im Viertel —, bis aus ihnen Neubürger/-innen geworden sind.

Die Bürgerschaft (Landtag) möge beschließen:

Der Senat wird aufgefordert, ein Wegeleitsystem zur Beschilderung Bremens und Bremerhavens entwickeln zu lassen und umzusetzen, das folgende Grundsätze beachtet.

- Im Zeichen eines Europas der Regionen wie auch im Zuge der Globalisierung sind die ersten Hinweisschilder auf Bremen/Bremerhaven bereits an den Ausfallstraßen der Hauptstädte unserer Nachbarländer aufzustellen (London, Kopenhagen, Oslo, Stockholm, Helsinki, Tallinn, Riga, Vilnius, Warschau, Prag, Wien, Vaduz, Zürich, Paris, Luxemburg, Brüssel, Amsterdam und Dublin).
- Die Beschriftung der Schilder ist polyglott zu halten. Um möglichst viele Menschen anzusprechen, sind neben den Sprachen, die in den oben bezeichneten Ländern gesprochen werden, auch Japanisch, Russisch und Bairisch aufzuführen.
- Je kürzer die Entfernung zu Bremen/Bremerhaven wird, desto höher muss die Anzahl der Schilder sein. Außerdem sind in Abständen von 200 Metern an Autobahnen/500 Metern an Eisenbahnstrecken Hinweisschilder auf das nächste Bremen/Bremerhaven-Schild mit Entfernungsangaben aufzustellen. Um die Aufmerksamkeit der Anreisenden generell zu erhöhen, ist an weitere „Eye-catcher“ zu denken, zum Beispiel „Erst lesen, dann pesen!“ oder „Wir ahnen, Sie sind auf dem richtigen Weg“.
- Da die meisten wegweisenden Hinweisschilder so aufgestellt sind, dass nur diejenigen Reisenden sie lesen können, die ohnehin in Richtung Bremen/Bremerhaven fahren, muss auch bei den stadtauswärts Reisenden für das Land Bremen geworben werden (zum Beispiel „Die Bremer Stadtmusikanten — die haben Sie jetzt verpasst!“ oder „Etwas besseres als den Tod findest du überall.“).
- Die Schilder an der östlichen bzw. nordöstlichen Landesgrenze Bremens müssen so groß sein, dass sie von Hamburg aus gelesen werden können.

- Um den maritimen Charakter Bremerhavens und Bremens hervorzuheben, sind in der Nordsee und Ostsee entlang der Hauptschiffahrtsrouten Seezeichen (keine Heulbojen) im Abstand von drei Seemeilen mit Hinweis auf unser Land der zwei Städte zu setzen. Da besonders das mediterrane Flair Bremerhavens hervorzuheben ist, sollten auch Seezeichen im Mittelmeer und entlang der spanischen, portugiesischen und französischen Atlantikküste gesetzt werden.
- Innerhalb der Städte Bremen und Bremerhaven sind auf markanten Gebäuden (Rathaus, Universum, Columbus-Center etc.) ebenfalls große Hinweisschilder anzubringen, die hauptsächlich für die Einwohner/-innen Identität stiftend wirken sollen (etwa „Sie befinden sich in Bremerhaven.“).
- Um dieses Wegeleitsystem, das eine ungeheure Investition darstellt, vor Beschädigungen insbesondere durch Schildläuse zu schützen, ist neben jedem Schild eine Schildwache zu postieren.

Dr. Kuhn,
Karoline Linnert und Fraktion Bündnis 90/Die Grünen