

BREMISCHE BÜRGERSCHAFT
Stadtbürgerschaft
19. Wahlperiode

Drucksache 19/569 S

22.08.17

Antwort des Senats auf die Kleine Anfrage der Fraktion der FDP

City-Informationssystem - wie ist der Stand der Dinge in Bremen?

**Antwort des Senats
auf die Kleine Anfrage der Fraktion der FDP
vom 14.07.2017**

„City-Informationssystem – wie ist der Stand der Dinge in Bremen?“

Die Fraktion der FDP hat folgende Kleine Anfrage an den Senat gerichtet:

„Aktuell liegt das Thema „intelligente Stadt – Smart City“ bei Städten und Gemeinden in Deutschland im Trend. Teil der Entwicklung zu einer intelligenten Stadt ist ein flächendeckendes Angebot über digitale Informationsdisplays. In Städten wie Hamburg, Köln oder Wuppertal gehören diese Informationsdisplays bereits zum festen Bestandteil des Stadtbilds. Diese Angebote sind dabei meist mit redaktionellen Inhalten zur Stadt, Nachrichten aus aller Welt und Werbung ausgestattet. So können Bürgerinnen und Bürger zielgenau und für die Stadt kostengünstig mit für sie relevanten Informationen zur Stadt versorgt werden.

Vor diesem Hintergrund fragen wir den Senat:

1. Welchen Stellenwert genießt der Ansatz „Smart City“ beim Senat und in welchem Umfang verfolgt der Senat ein eigenes Konzept zur Umsetzung? Gibt es einen Zeitplan und wie sieht dieser aus?
2. Welche Konzepte zur Umsetzung des „Smart City“-Ansatzes werden in anderen deutschen oder europäischen Kommunen verfolgt und welche davon sieht der Senat beispielhaft für Bremen?
3. Wie bewertet der Senat die Möglichkeit in Bremen, ähnlich wie in anderen Städten, digitale Informationsdisplays zuzulassen, um die Bürgerinnen und Bürger Bremens zielgenauer mit Informationen rund um das Stadtgeschehen zu versorgen?
4. Welche Vor- und welche Nachteile sieht der Senat bei den digitalen Informationsdisplays?
5. Inwiefern hat der Senat Gespräche mit anderen Kommunen geführt, die diese digitalen Informationsdisplays bereits umgesetzt haben?
6. Inwieweit gibt es seitens des Senats bereits konkrete Ideen zur Umsetzung dieser Informationsdisplays?
7. Inwiefern hat der Senat bereits Gespräche zur Umsetzung des Konzepts mit welchen privaten oder welchen öffentlichen Anbietern geführt und wie ist der derzeit aktuelle Sachstand?
8. Inwieweit ist es möglich, die Bereitstellung dieser digitalen Informationsdisplays in bestehende Verträge zu integrieren?
9. Inwieweit ist es möglich, die digitalen Informationsdisplays oder auch die bestehenden analogen Anlagen als öffentliche Internet-Hotspots zu benutzen und strebt der Senat diese Lösung an?
10. Welche Akteure, wie Einzelhandelsverband und Datenschutzbeauftragte, bindet der Senat insgesamt auf welche Weise in das Thema ein?“

Der Senat beantwortet die Kleine Anfrage wie folgt:

1. Welchen Stellenwert genießt der Ansatz „Smart City“ beim Senat und in welchem Umfang verfolgt der Senat ein eigenes Konzept zur Umsetzung? Gibt es einen Zeitplan und wie sieht dieser aus?

In europäischen Städten ist die Vision der „Smart City“ im Kern auf ein sensorkontrolliertes und digital vernetztes Management städtischer Infrastrukturen abgestellt, die ein gesundes und angenehmes Leben in Städten mit sauberer Luft und entspannter Mobilität ermöglichen.

Der Senat befasst sich bereits seit einigen Jahren mit Projekten und Initiativen, die dem Ansatz „Smart City“ zugeordnet werden. Bremen hat sich mit verschiedenen europäischen Partnerstädten u.a. zweimal auf Forschungsprojekte der Europäischen Union beworben.

Der Bremer Senat konzentriert sich derzeit in seiner Zukunftsinitiative „Smart Digital Mobil“ auf einen projektorientierten Mobilitätsansatz, der gemeinsam mit Daimler, Airbus und der SWB entwickelt wird. Fragen der E-Mobilität, des autonomen Fahrens, der intelligenten Verkehrskonzepte, einer Smart Industrie, von Start-ups und einer Smart Energy stehen dabei im Fokus.

2. Welche Konzepte zur Umsetzung des „Smart City“-Ansatzes werden in anderen deutschen oder europäischen Kommunen verfolgt und welche davon sieht der Senat beispielhaft für Bremen?

In deutschen oder europäischen Kommunen werden vor allem Konzepte zum Klimaschutz und der Ressourcenschonung durch reduzierte Energie und Verkehrsströme verfolgt. Gearbeitet wird weiter an digitalen Dienstleistungen und internetbasierten Kooperationsmöglichkeiten zwischen Akteuren aus Politik, Verwaltung, Wirtschaft und Zivilgesellschaft. Bremen strebt zusätzlich zur oben genannten Zukunftsinitiative mit seiner IT Strategie „Verwaltung 4.0“ die Digitalisierung aller internen und externen Kommunikationsprozesse der Behörden an, um einen noch effizienteren und serviceorientierteren Bürgerinnen- und Bürgerservice anbieten zu können.

3. Wie bewertet der Senat die Möglichkeit in Bremen, ähnlich wie in anderen Städten, digitale Informationsdisplays zuzulassen, um die Bürgerinnen und Bürger Bremens zielgenauer mit Informationen rund um das Stadtgeschehen zu versorgen?

Ende Juli 2017 sind in der Innenstadt erste Bildschirme für Werbung an den BSAG-Haltestellen durch die Wall GmbH, ein Unternehmen für Stadtmöblierung und Außenwerbung hervorgegangen aus JCDecaux, installiert worden. Diese so genannten City-Light-Poster-Vitrinen stehen auch in anderen Großstädten wie Hamburg, Berlin, Köln, Leipzig, Dortmund und Düsseldorf und ersetzen zum Teil die bisherige analoge Plakatwerbung. Bremen hat seine Werberechte auf öffentlichen Flächen vertraglich separat mit der Telekom/Ströer geregelt. Auch dieses Unternehmen hat „Smart Screens“ in der Erprobung und Interesse an deren Aufstellung. Konzeptionell ist das Ströer-Konzept stärker auf lokale Werbung und zusätzliche Informationen ausgerichtet. Der Senator für Umwelt, Bau und Verkehr ist darüber mit dem Unternehmen im Gespräch.

4. Welche Vor- und welche Nachteile sieht der Senat bei den digitalen Informationsdisplays?

Diese digitalen Informationsdisplays in Form von Screens sind herausragenden Standorten vorbehalten und können insofern die analogen Werbeträger nicht vollständig ersetzen. Der Senat sieht in digitalen Informationsdisplays eine Ergänzung zu anderen Medien, um die Bürgerinnen und Bürger aber auch die Touristen mit Hinweisen zu aktuellen Veranstaltungen und Informationen zu versorgen. Möglich ist es auch, über die Informationsdisplays Warnhinweise bei Schadensereignissen zu übermitteln. Dynamische Inhalte sind dabei auffälliger als statische Plakate und führen zu mehr Aufmerksamkeit für die dargestellten Inhalte. Ein Aspekt sind die Anschaffungskosten der digitalen Informationsdisplays sowie die Kosten für Instandsetzungen zum Beispiel nach Vandalismus oder durch Wettereinflüsse. Nicht zu vernachlässigen sind die Aspekte der Zulassung insbesondere die der Verkehrssicherheit, des Städtebaus und der Bauordnung.

5. Inwiefern hat der Senat Gespräche mit anderen Kommunen geführt, die diese digitalen Informationsdisplays bereits umgesetzt haben?

Der Senator für Umwelt, Bau und Verkehr ist momentan in seiner Zuständigkeit für Werbung im öffentlichen Raum bezüglich digitaler Werbung in Gesprächen mit der BSAG sowie der Telekom/Stöer und hat sich sowohl in Wuppertal (Modellversuch) als auch in Köln über die neu angedachten Werbeträger und die konzeptionelle Ausrichtung informiert.

6. Inwieweit gibt es seitens des Senats bereits konkrete Ideen zur Umsetzung dieser Informationsdisplays?

Wie in Frage fünf dargelegt, befindet sich das für Werbung im öffentlichen Raum für die städtische Konzession zuständig Ressort in Abstimmungsgesprächen zu finanziellen, technischen und städtebaulichen Aspekten. Darüber hinaus werden auch bereits Standortvorschläge geprüft.

7. Inwiefern hat der Senat bereits Gespräche zur Umsetzung des Konzepts mit welchen privaten oder welchen öffentlichen Anbietern geführt und wie ist der derzeit aktuelle Sachstand? Und 8. Inwieweit ist es möglich, die Bereitstellung dieser digitalen Informationsdisplays in bestehende Verträge zu integrieren?

Wie bereits dargestellt, beinhaltet das neue digitale Informationssystem wesentlich mehr Möglichkeiten als den Ersatz analoger durch digitale Werbung. Es handelt sich vielmehr um ein gänzlich neues Konzept, das momentan unter vielfältigen Aspekten geprüft wird. Um den redaktionellen Aufwand für die Belieferung mit Meldungen gering zu halten, ist eine Anbindung an das Stadtportal www.bremen.de denkbar, so dass Inhalte zentral und automatisiert auf die Displays publiziert werden können.

9. Inwieweit ist es möglich, die digitalen Informationsdisplays oder auch die bestehenden analogen Anlagen als öffentliche Internet-Hotspots zu benutzen und strebt der Senat diese Lösung an?

Dem Senat ist bekannt, dass es technische Lösungen gibt, um digitale Informationsdisplays mit WLAN und Bluetooth auszustatten. In den publikumsintensiven Innenstadt- und Tourismusbereichen hat der Senator für Wirtschaft, Arbeit und Häfen in

den vergangenen beiden Jahren bereits ein flächendeckendes frei zugängliches WLAN-Netz gefördert. Der Senat sieht insofern aktuell keinen Handlungsbedarf.

10. Welche Akteure, wie Einzelhandelsverband und Datenschutzbeauftragte, bindet der Senat insgesamt auf welche Weise in das Thema ein?

Bezüglich eines digitalen Informationssystems steht der Senat unterstützt von der Wirtschaftsförderung Bremen GmbH in Kontakt mit dem Einzelhandelsverband, den City- und Stadtteilinitiativen in der Bremer City, im Zentrum Vegesack, in Gröpelingen, in der Neustadt und in Hemelingen, um das Thema Digitalisierung auf eine breite Basis zu stellen. Die Datenschutzbeauftragte ist über Vorträge und Diskussionen eingebunden.