

2268 (V) HHA

Haushaltsantrag
öffentlich

Entwicklung eines Marketing-, Image- und Werbekonzeptes zur Umsetzung der Ziele des VEP 2035+

Antrag der Fraktionen SPD und Bündnis 90 / DIE
GRÜNEN vom 15. November 2023

Datum

16.11.2023

| Beratungsfolge | Geplante Sitzungstermine | Zuständigkeit | Abstimmung | | | | |
|---|-----------------------------|--------------------------------|-------------------|------------|----|------|------------|
| | | | Laut Vorschlag | abweichend | Ja | Nein | Enthaltung |
| Verkehrsausschuss | 21.11.2023 | Vorbereitung | | | | | |
| Ausschuss für Organisation, Personal, Finanzen und Digitalisierung | 07.12.2023 | Vorbereitung (Federführung) | | | | | |
| Regionsausschuss | 12.12.2023 | Vorbereitung | | | | | |
| Regionsversammlung | 19.12.2023 | Entscheidung | | | | | |

Beschlussvorschlag der Fraktion/Gruppe

| Seite Entwurf (Produktdarstellung ab Seite 223 ff.) | Teilhaushalt Nr. / Bezeichnung |
|---|---|
| 830 ff. 836 ff. | Teilhaushalt 86 Verkehr – Produkt 865472 Strategische Verkehrsplanung sowie Produkt 865474 Aufgabenträgermarketing/ Haushaltsbegleitantrag |

Die Verwaltung wird aufgefordert, ein Marketing-, Image- und Werbekonzept zu entwickeln, das die Umsetzung der Ziele des politisch beschlossenen Verkehrsentwicklungsplans 2035+ unterstützt. Bürger*innen sollen informiert und aufgeklärt sowie konkrete Umsetzungsschritte positiv begleitet werden. Neben traditionellen Marketinginstrumenten wie Infolyer, Plakate oder Anzeigen sollen auch andere öffentlichkeitswirksame Ideen entwickelt und hierfür Akteur*innen in den einzelnen Kommunen gewonnen werden. Das können zum Beispiel Mobilitätsveranstaltungen sein, auf denen über das ÖPNV-Angebot, Sharingmodelle, Multi- und Intermodalität, Radwege, etc. informiert und die Bürger*innen an der Umgestaltung des Straßenraumes etwa zu Freizeit- und Begegnungszonen beteiligt werden.

Bürgermeister*innen oder andere bekannte Persönlichkeiten sollten gewonnen werden, mehrere Wochen das Auto stehen zu lassen, um stattdessen umwelt- und klimafreundlich mobil zu sein und darüber zu berichten – etwa in den sozialen

Medien. Multiplikator*innen könnten temporär stark ermäßigte GVH-Abos und/oder Carsharing-Mitgliedschaften erhalten und ihre Erfahrungen öffentlichkeitswirksam teilen. Falls möglich, sollen Initiativen und Maßnahmen an bestehende Projekte wie das Mobilnetzwerk Hannover und das Stadtradeln angedockt werden.

Ein Marketing-, Image- und Werbekonzept soll dem Verkehrsausschuss der Region Hannover im Herbst 2024 vorgestellt werden. Bei Bedarf soll externe Unterstützung angefordert werden.

Sachverhalt

Der in 2023 von der Regionsversammlung beschlossene VEP 2035+ soll den Mobilitätswandel in der Region Hannover voranbringen und dazu beitragen, die gesetzten Klimaschutzziele zu erreichen. Das gelingt nur, wenn im Laufe der kommenden Jahre ein umfangreiches Maßnahmenbündel umgesetzt wird. Um dafür eine möglichst große Akzeptanz zu erreichen, ist es sinnvoll, die Menschen in der Region bei diesem Transformationsprozess mitzunehmen, sie proaktiv zu informieren und – soweit möglich – zu beteiligen. Vermittelt werden sollten die vielen Vorteile, die mit der Verkehrswende verbunden sind: Dazu zählen neben dem eher „abstrakten“ Klima- und Umweltschutz eine höhere Lebensqualität, die sich etwa durch Lärmreduzierung, erhöhte Sicherheit, besseren Verkehrsfluss, Gesundheit durch Bewegung und die Schaffung von Orten für Begegnung im öffentlichen Raum auszeichnet.

Anlage/n

Keine