KOBLENZ VERBINDET.

Antrag

Vorlage: **AT/0082/2025**		Datum: 16.06.2025
Verfasser:	007-Ratsfraktion FDP	Az.:

Betreff:

Antrag der FDP-Fraktion: Fairness und Rücksicht im Straßenverkehr – Gemeinsam für mehr Sicherheit

Gremienweg:

04.09.2025	Stadtrat		☐	einstimmig	☐	mehrheitl.	☐	ohne BE
			☐	abgelehnt	☐	Kenntnis	☐	abgesetzt
			☐	verwiesen	☐	vertagt	☐	geändert
	TOP	öffentlich		Enthaltungen				Gegenstimmen
26.06.2025	Stadtrat		☐	einstimmig	☐	mehrheitl.	☐	ohne BE
			☐	abgelehnt	☐	Kenntnis	☐	abgesetzt
			☐	verwiesen	☐	vertagt	☐	geändert
	TOP	öffentlich		Enthaltungen				Gegenstimmen

Beschlussentwurf:

Der Stadtrat beauftragt die Verwaltung eine stadtweite Informationskampagne zur Förderung von Rücksichtnahme und regelkonformem Verhalten im öffentlichen Raum zu entwickeln und umzusetzen. Ziel ist es, insbesondere die Verkehrssicherheit für zu Fuß Gehende in Fußgängerzonen, auf Gehwegen und in Naherholungsbereichen zu erhöhen und ein respektvolles Miteinander aller Verkehrsteilnehmerinnen und -teilnehmer zu fördern – mit besonderem Blick auf den stark wachsenden Radverkehr.
Die Kampagne soll durch eine kreative, niederschwellige und alltagsnahe Ansprache auf Konfliktsituationen aufmerksam machen, zur Reflexion anregen und ergänzend zur Arbeit von Polizei und Ordnungsamt wirken.
Die Verwaltung wird beauftragt, sich bei der Konzeption an bewährten Beispielen wie

- der Bonner Kampagne „Liebe braucht Abstand“ (Stadt Bonn – Liebe braucht Abstand),
- den städtischen Empfehlungen zum Radverkehr in Bonn (Radverkehr: Regeln und Rechte. | Bundesstadt Bonn),
- sowie der französischen Aktion „À vélo, tous responsables!“ der Stadt Arcachon (A vélo, tous responsables ! – Mairie d'Arcachon – Site Officiel)

zu orientieren.
Im Sinne einer modernen städtischen Kommunikation soll auf eine moralisierende oder belehrende Tonalität verzichtet werden. Stattdessen sollen leicht verständliche, zugespitzte Botschaften mit urbanem Humor zur Selbstreflexion anregen – etwa in der Art, wie es die Plakatkampagne in Arcachon vormacht, wo prägnante Aussagen mit einem Augenzwinkern wie:

- „DU HAST NERVEN!“ … auf dem Gehweg zu fahren.
- „DU GEHST ZU WEIT!“ … wenn du in der Fußgängerzone so schnell fährst.
- „DU DREHST DURCH!“ … wenn du in die falsche Richtung fährst.

eine hohe Aufmerksamkeit erzeugen und gleichzeitig zur Einhaltung der Regeln auffordern (vgl. aktuelle Fotos in der Anlage).
Die Verwaltung wird zudem gebeten zu prüfen, ob im Rahmen bestehender Vereinbarungen mit der AWP Allgemeine Werbepartner GmbH – die städtische Werbeflächen im öffentlichen Raum bewirtschaftet – eine kostenneutrale oder kostengünstige Nutzung von Großflächenplakatierungen

und digitalen Werbeflächen, wie z.B. digital.CITILIGHTs für gemeinnützige, städtische Anliegen wie diese Kampagne möglich ist.
Ein entsprechendes Kampagnenkonzept mit Zeitplan, gestalterischem Rahmen und Kostenrahmen ist dem Stadtrat oder zuständigen Ausschuss spätestens im vierten Quartal 2025 vorzulegen.
Dabei wird die Verwaltung gebeten mögliche Fördermittel von Land, Bund oder EU (z.B. im Rahmen der Verkehrssicherungsförderung, Förderung urbaner Mobilität und Städtebauförderung oder aus Unfallkassenmitteln) eigenständig zu recherchieren und bei Vorlage des Umsetzungskonzepts darzulegen.

Begründung:
Koblenz hat in den vergangenen Jahren große Fortschritte bei der Förderung des Radverkehrs erzielt. Damit verbunden ist jedoch ein wachsender Regelungs- und Kommunikationsbedarf im öffentlichen Raum – insbesondere im Verhältnis zwischen Radfahrenden und zu Fuß Gehenden.

In Fußgängerzonen, Naherholungswegen und auf Gehwegen kommt es zunehmend zu kritischen Situationen, in denen Fußgängerinnen und Fußgänger sich bedrängt oder gefährdet fühlen. Insbesondere in touristisch geprägten Bereichen mit vielen Gästen, Kindern, Seniorinnen und mobilitätseingeschränkten Personen ist gegenseitige Rücksichtnahme essenziell.
Während die Polizei Schwerpunktkontrollen punktuell für Sicherheit sorgt, fehlt es bislang an einer begleitenden Kommunikation, die auf kreative, zugängliche Weise Aufmerksamkeit schafft – und so zu einem nachhaltig achtsameren Verhalten beiträgt.
Erfolgreiche Beispiele wie die Bonner und Arcachoner Kampagnen zeigen, wie durch klare Sprache, Humor und gezielte visuelle Ansprache auch ohne drohenden Zeigefinger ein Bewusstseinswandel gefördert werden kann. Die Integration solcher Ideen in eine eigeständige Koblenzer Kampagne ist deshalb folgerichtig – und stärkt die städtische Verkehrssicherheitsarbeit nach innen wie außen.

Finanzielle Auswirkungen:
Die Umsetzung ist flexibel skalierbar und aus haushaltspolitischer Sicht verantwortbar.

Auswirkungen auf den Klimaschutz: