

## **„In die Stadt ohne mein Auto“: Analysen und Empfehlungen zum 22. September**

Das Wuppertal Institut hat im Auftrag des Umweltministeriums Nordrhein-Westfalen den Aktionstag 2001 am Beispiel von sechs nordrhein-westfälischen Modellstädten analysiert. Aufgabe war es, die thematische und lokalspezifische Konkretisierung des Aktionstages zu untersuchen, die Wahrnehmung und die Bewertung des Aktionstages bei den Bürgerinnen und Bürgern, städtischen Akteuren und in den Medien zu erheben. Der Bericht enthält Empfehlungen für die zukünftige Gestaltung des Aktionstages und zu Ansatzpunkten seiner Weiterentwicklung zu einem Bestandteil der lokalen Öffentlichkeitsarbeit für den Umweltverbund.

Eine weitere, vom deutschen Bundesumweltamt in Auftrag gegebene Studie vergleicht den Erfolg des Aktionstages in neun Städten in Frankreich, Italien und Spanien. Die Autoren kommen zum Schluss, dass „sich der Aktionstag sehr gut in langfristige Planungs- und Entwicklungsprozesse einbinden lässt – als Möglichkeit, um Verkehrsprobleme öffentlich diskutierbar zu machen, als Illustration alternativer Szenarien, als Testfeld für innovative Massnahmen, als öffentliche und öffentlichkeitswirksame Begleitung und Evaluierung des Planungsprozesses.“

### Weitere Informationen:

International Car Free Day

[www.22september.org](http://www.22september.org)

EnergieSchweiz für Gemeinden / 22. September

[www.energie-schweiz.ch/bfe/de/veranstaltungen/artikel/00064/index.html](http://www.energie-schweiz.ch/bfe/de/veranstaltungen/artikel/00064/index.html)

Bern bewegt/22. September in der Region Bern

[www.bernbewegt.ch](http://www.bernbewegt.ch)

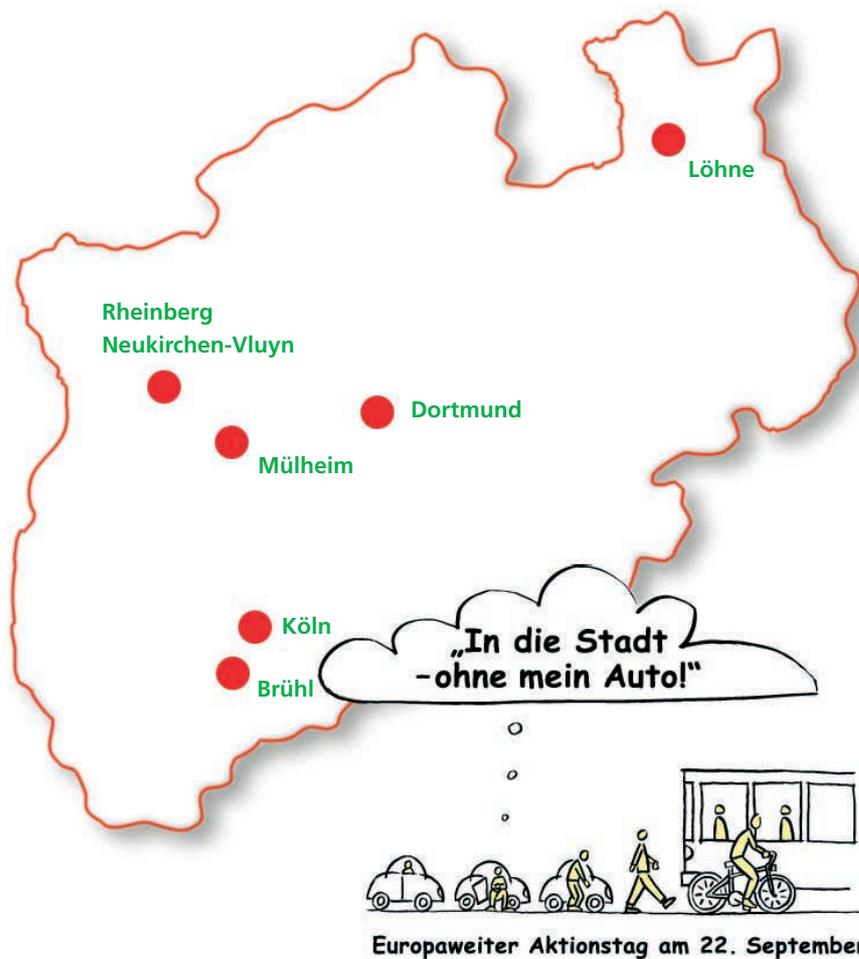
Autofreie Schweiz

[www.mila.ch/autofrei](http://www.mila.ch/autofrei)

20. November 2002



## Europaweiter Aktionstag „In die Stadt – ohne mein Auto!“ am 22. September 2001 in Nordrhein-Westfalen



Endbericht Begleituntersuchung

**Wissenschaftszentrum  
Nordrhein-Westfalen**

Institut Arbeit  
und Technik



Kulturwissenschaftliches  
Institut

**Wuppertal Institut für  
Klima, Umwelt, Energie  
GmbH**

## **Endbericht**

### **Wissenschaftliche Begleituntersuchung**

#### **Europaweiter Aktionstag: „In die Stadt – ohne mein Auto“ 22. September 2001 in Nordrhein-Westfalen**

erstellt im Auftrag des Ministeriums  
für Umwelt, Naturschutz, Landwirtschaft  
und Verbraucherschutz des Landes  
Nordrhein-Westfalen

Abteilung: Grundsatzfragen, Planung und Koordinierung, Eine – Welt – Politik

Wuppertal, 20. Dezember 2001

## **Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie GmbH**

Döppersberg 19  
42103 Wuppertal

### **Abteilung Verkehr**

Telefon: 0202 24 92-127, -184

Fax: 0202 24 92-263

[www.wupperinst.org](http://www.wupperinst.org)

### **Projektbereichsleitung und Bearbeitung**

Dr.-Ing. Oscar Reutter

[oscar.reutter@wupperinst.org](mailto:oscar.reutter@wupperinst.org)

### **Projektleitung und Bearbeitung**

Dipl.-Ing. Susanne Böhler

[s.boehler@wupperinst.org](mailto:s.boehler@wupperinst.org)

### **Bearbeitung**

Dipl.-Soz.-Wiss. Daniel Bongardt

Dipl. Geogr. Marcel Lorenz

Dipl.-Ing. Carolin Schäfer

### **Mitarbeit**

M.A. Petra Gerhards

Raphael Haberstock

Jessica Rautenstrauch

Dipl.-Soz. Tina Ruschenberg

Monika Wanner

Lorenz Warnke

## Inhaltsverzeichnis: Übersicht

<b>Kurzfassung .....</b>	<b>1</b>
<b>Summary .....</b>	<b>3</b>
<b>1. Einleitung .....</b>	<b>5</b>
1.1 Entwicklung und Zielsetzung des Aktionstages in Deutschland und Europa .....	5
1.2 Ausgangssituation für die Untersuchung des Aktionstages in Nordrhein- Westfalen .....	10
1.3 Aufgabenstellung und Ziel der Untersuchung .....	13
1.4 Auswahl der nordrhein-westfälischen Modellstädte .....	14
1.5 Aufbau der Untersuchung .....	20
<b>2. Dokumentation des Aktionstages 2001 .....</b>	<b>21</b>
2.1 Ziel und Methodik der Dokumentation .....	21
2.2 Brühl .....	27
2.3 Dortmund .....	38
2.4 Köln .....	46
2.5 Löhne .....	56
2.6 Mülheim .....	64
2.7 Rheinberg und Neukirchen-Vluyn .....	71
2.8 Fazit .....	79
<b>3. Medienanalyse zum Aktionstag 2001 .....</b>	<b>82</b>
3.1 Ziel und Aufbau der Medienanalyse .....	82
3.2 Methodisches Vorgehen .....	83
3.3 Berichterstattung in der Bundesrepublik Deutschland .....	86
3.4 Berichterstattung in Nordrhein-Westfalen .....	94
3.5 Nordrhein-Westfalen im Vergleich .....	97
3.6 Berichterstattung in den Modellstädten .....	99
3.7 Fazit .....	105
<b>4. Die Passantenbefragung am Aktionstag 2001 .....</b>	<b>107</b>
4.1 Methodik der Befragung .....	107
4.2 Ergebnisse der Passantenbefragung .....	113
4.3 Fazit zur Passantenbefragung am Aktionstag 2001 .....	132
<b>5. Multiplikatorenbefragung zum Aktionstag 2001 .....</b>	<b>135</b>
5.1 Methodik der Befragung .....	136
5.2 Ergebnisse der Multiplikatorenbefragung .....	140
5.3 Fazit .....	187
<b>6. Gesamteinschätzung zum Aktionstag 2001 .....</b>	<b>190</b>
<b>7. Empfehlungen für zukünftige Aktionstage .....</b>	<b>199</b>
7.1 Empfehlungen an die Kommunen .....	199
7.2 Empfehlungen an das Land Nordrhein-Westfalen .....	209
7.3 Zusammenfassung .....	213
<b>8. Literaturverzeichnis .....</b>	<b>215</b>
<b>9. Anhang .....</b>	<b>217</b>

Untersuchung des europaweiten Aktionstages „In die Stadt – ohne mein Auto“ in Nordrhein-Westfalen am 22. September 2001

## Ausführliches Inhaltsverzeichnis

<b>Kurzfassung .....</b>	<b>1</b>
<b>Summary .....</b>	<b>3</b>
<b>1. Einleitung .....</b>	<b>5</b>
1.1 Entwicklung und Zielsetzung des Aktionstages in Deutschland und Europa .....	5
1.1.1 Konzept des Aktionstages .....	5
1.1.2 Die Beteiligten der Initiative .....	7
1.1.3 Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation .....	8
1.1.4 Untersuchungen und Ergebnisse des Aktionstages in 2000.....	9
1.1.5 Themenschwerpunkt des Aktionstages 2001: Mobilität von Frauen .....	10
1.2 Ausgangssituation für die Untersuchung des Aktionstages in Nordrhein- Westfalen .....	10
1.3 Aufgabenstellung und Ziel der Untersuchung .....	13
1.4 Auswahl der nordrhein-westfälischen Modellstädte .....	14
1.4.1 Auswahlprozess.....	14
1.5 Aufbau der Untersuchung.....	20
<b>2. Dokumentation des Aktionstages 2001.....</b>	<b>21</b>
2.1 Ziel und Methodik der Dokumentation .....	21
2.2 Brühl.....	27
2.2.1 Verkehrspolitische Rahmenbedingungen .....	27
2.2.2 Rahmenbedingungen .....	28
2.2.3 Sperrung.....	28
2.2.4 Aktionen am Aktionstag 2001 in Brühl.....	31
2.2.5 Ausgewählte Aktionen in Brühl .....	32
2.2.6 Gesamtbeurteilung des Aktionstages 2001 in Brühl .....	37
2.3 Dortmund.....	38
2.3.1 Verkehrspolitische Rahmenbedingungen .....	38
2.3.2 Medienberichterstattung im Vorfeld des Aktionstages .....	39
2.3.3 Rahmenbedingungen .....	39
2.3.4 Sperrung.....	39
2.3.5 Aktionen am Aktionstag 2001 in Dortmund.....	41
2.3.6 Ausgewählte Aktionen in Dortmund.....	42
2.3.7 Gesamtbeurteilung des Aktionstages 2001 in Dortmund .....	44
2.4 Köln.....	46
2.4.1 Verkehrspolitische Rahmenbedingungen .....	46
2.4.2 Medienberichterstattung im Vorfeld des Aktionstages .....	47
2.4.3 Rahmenbedingungen .....	47
2.4.4 Sperrung.....	47
2.4.5 Aktionen und Informationsstände am Aktionstag 2001 in Köln.....	49
2.4.6 Ausgewählte Aktionen und Informationsstände in Köln.....	52
2.4.7 Gesamtbeurteilung des Aktionstages 2001 in Köln .....	55
2.5 Löhne.....	56
2.5.1 Verkehrspolitische Rahmenbedingungen .....	56
2.5.2 Medienberichterstattung im Vorfeld des Aktionstages .....	57
2.5.3 Rahmenbedingungen .....	57
2.5.4 Sperrung.....	58

2.5.5	Aktionen und Informationsstände am Aktionstag 2001 in Löhne .....	60
2.5.6	Ausgewählte Aktionen in Löhne .....	61
2.5.7	Gesamtbeurteilung des Aktionstages 2001 in Löhne .....	63
2.6	Mülheim.....	64
2.6.1	Verkehrspolitische Rahmenbedingungen .....	64
2.6.2	Medienberichterstattung im Vorfeld des Aktionstages .....	65
2.6.3	Rahmenbedingungen .....	65
2.6.4	Sperrung .....	65
2.6.5	Aktionen und Informationsstände am Aktionstag 2001 in Mülheim .....	67
2.6.6	Ausgewählte Aktionen und Informationsstände in Mülheim .....	69
2.6.7	Gesamtbeurteilung des Aktionstages 2001 in Mülheim .....	70
2.7	Rheinberg und Neukirchen-Vluyn .....	71
2.7.1	Verkehrspolitische Rahmenbedingungen .....	71
2.7.2	Medienberichterstattung im Vorfeld des Aktionstages .....	72
2.7.3	Rahmenbedingungen .....	73
2.7.4	Sperrung .....	73
2.7.5	Aktionen und Informationsstände am Aktionstag 2001 in Rheinberg .....	75
2.7.6	Ausgewählte Aktionen und Informationsstände in Rheinberg .....	76
2.7.7	Gesamtbeurteilung des Aktionstages 2001 in Rheinberg .....	78
2.8	Fazit .....	79
<b>3.</b>	<b>Medienanalyse zum Aktionstag 2001 .....</b>	<b>82</b>
3.1	Ziel und Aufbau der Medienanalyse .....	82
3.2	Methodisches Vorgehen .....	83
3.3	Berichterstattung in der Bundesrepublik Deutschland.....	86
3.3.1	Berichterstattung in Zeitungen .....	87
3.3.2	Berichterstattung in Fernsehen und Hörfunk .....	90
3.3.3	Internet .....	92
3.4	Berichterstattung in Nordrhein-Westfalen.....	94
3.5	Nordrhein-Westfalen im Vergleich.....	97
3.6	Berichterstattung in den Modellstädten.....	99
3.6.1	Einzeldarstellung der Städte.....	101
3.6.2	Vergleich der Berichterstattung.....	105
3.7	Fazit .....	105
<b>4.</b>	<b>Die Passantenbefragung am Aktionstag 2001 .....</b>	<b>107</b>
4.1	Methodik der Befragung.....	107
4.1.1	Stichprobenauswahl.....	108
4.1.2	Auswahl und Schulung des Interviewerpersonals.....	110
4.1.3	Verweigerungen .....	110
4.1.4	Bearbeitung der Rohdaten.....	111
4.2	Ergebnisse der Passantenbefragung .....	113
4.2.1	Soziodemographie .....	114
4.2.2	Verkehrszweck und Verkehrsmittelwahl.....	121
4.2.3	Wissen über den Aktionstag und Informationsquellen.....	124
4.2.4	Wahrnehmung und Bewertung der Aktionen.....	126
4.3	Fazit zur Passantenbefragung am Aktionstag 2001 .....	132

<b>5.</b>	<b>Multiplikatorenbefragung zum Aktionstag 2001.....</b>	<b>135</b>
5.1	Methodik der Befragung.....	136
5.1.1	Multiplikatorenauswahl .....	137
5.1.2	Durchführung der Multiplikatoreninterviews .....	138
5.1.3	Auswertung der Multiplikatoreninterviews .....	140
5.2	Ergebnisse der Multiplikatorenbefragung .....	140
5.2.1	Auswertung der Resonanz .....	143
5.2.2	Auswertung der Aktionen .....	161
5.2.3	Straßensperrung für Autos .....	163
5.2.4	Aktionen zu „Frauen und Mobilität“ .....	167
5.2.5	Wirksamkeit des Aktionstages .....	170
5.2.6	Auswirkungen auf den Einzelhandel.....	173
5.2.7	Schwierigkeiten bei der Vorbereitung des Aktionstages.....	179
5.2.8	Weitere Unterstützung im nächsten Jahr .....	184
5.3	Fazit.....	187
<b>6.</b>	<b>Gesamteinschätzung zum Aktionstag 2001.....</b>	<b>190</b>
<b>7.</b>	<b>Empfehlungen für zukünftige Aktionstage.....</b>	<b>199</b>
7.1	Empfehlungen an die Kommunen.....	199
7.2	Empfehlungen an das Land Nordrhein-Westfalen.....	209
7.3	Zusammenfassung.....	213
<b>8.</b>	<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>215</b>
<b>9.</b>	<b>Anhang .....</b>	<b>217</b>

Untersuchung des europaweiten Aktionstages „In die Stadt – ohne mein Auto“ in Nordrhein-Westfalen am 22. September 2001

## **Tabellenverzeichnis**

Tabelle 1: Übersicht der am Aktionstag 2001 teilnehmenden Städte in Nordrhein- Westfalen, Stand August 2001.....	16
Tabelle 2: Rahmenbedingungen für die Mobilität in den sechs Modellstädten.....	19
Tabelle 3: Aktionen in den Kommunen Nordrhein-Westfalens am Aktionstag.....	22
Tabelle 4: Suchbegriffe für die bundesweite Artikelsammlung.....	84
Tabelle 5: Häufigkeit der Berichterstattung zum Aktionstag nach Medien.....	86
Tabelle 6: Artikel mit überregionaler Bedeutung.....	89
Tabelle 7: Sendungen mit den höchsten Einschaltquoten.....	91
Tabelle 8: Anzahl der Fernsehsendungen nach Dauer .....	91
Tabelle 9: Hörfunkbeiträge zum Aktionstag.....	92
Tabelle 10: Anzahl der gefundenen Homepages zum Aktionstag .....	93
Tabelle 11: Fernsehsendungen über den Aktionstag in NRW .....	97
Tabelle 12: Multiplikatoreninterviews nach institutionellem und räumlichem Bezug .....	139
Tabelle 13: Schwerpunktthemen und Aktionen mit guter Resonanz nach Einschätzung der Multiplikatorinnen und Multiplikatoren .....	147



## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Entwicklung des Einkaufsverkehrs in Deutschland von 1976 bis 1998: Verkehrsaufwand .....	11
Abbildung 2: Entwicklung des Einkaufsverkehrs in Deutschland von 1976 bis 1998: Verkehrsaufkommen .....	12
Abbildung 3: Modal-Split in der Innenstadt von Bonn an ausgewählten Wochentagen.....	13
Abbildung 4: Informationsstand der Gleichstellungsbeauftragten der Stadt Brühl am Aktionstag 2001 zum Schwerpunktthema „Frauen und Mobilität“.....	34
Abbildung 5: Informationsstand der Stadt Brühl .....	34
Abbildung 6: Informationsbus der Stadtwerke Brühl.....	35
Abbildung 7: Kasperletheater und Comedy-Künstler .....	35
Abbildung 8: Informationsstand des VCD Brühl und Start der vom ADFC veranstalteten Fahrradtour .....	36
Abbildung 9: Informationsstand der Verbraucherzentrale NRW.....	36
Abbildung 10: Informationsstand der Radstation Brühl und des Car-Sharing-Anbieters „Statt Auto“ .....	37
Abbildung 11: Kampstraße im gesperrten Bereich .....	40
Abbildung 12: Informationsstand des ADFC .....	43
Abbildung 13: Bühne auf dem Willy-Brandt-Platz in Dortmund .....	43
Abbildung 14: Info-Linie der Dortmunder Stadtwerke, Kinderschminken und historische Straßenbahn im Pendelverkehr .....	44
Abbildung 15: Informationsstand des Stadtplanungsamtes Dortmund .....	44
Abbildung 16: Absperrung auf dem Hohenzollernring am Abend des Aktionstages .....	48
Abbildung 17: Bühnenprogramm auf dem Neumarkt .....	52
Abbildung 18: Informationsstände am Neumarkt in Köln .....	53
Abbildung 19: Kinderzirkus Pappnase .....	54
Abbildung 20: Abgesperrter Bereich auf dem Hohenzollernring .....	53
Abbildung 21: Siegerehrung des Seifenkistenrennens .....	55
Abbildung 22: Regenwetter am Aktionstag in Löhne .....	58
Abbildung 23: Die gesperrte Lübbecker Straße in Löhne .....	58
Abbildung 24: Informationsstand des Verkehrsclub Deutschland e.V. ....	61
Abbildung 25: Parcours - Männer auf Frauenwegen.....	62
Abbildung 26: Kinderprogramm in Löhne .....	63
Abbildung 27: Gesperrte Leineweberstraße am Aktionstag .....	66
Abbildung 28: Informationsstände zu Elektro- bzw. Gasfahrzeugen.....	68
Abbildung 29: Stand der Paritätischen Initiative für Arbeit e.V. (PIA) .....	69
Abbildung 30: Fahrradschleichwettbewerb am Stand des ADFC.....	69
Abbildung 31: Podiumsdiskussion zu verkehrspolitischen Themen in Mülheim.....	70

Abbildung 32: Kinderprogramm in der Fußgängerzone.....	70
Abbildung 33: Die gesperrte Niederrheinallee zwischen den Ortsteilen Neukirchen und Vluyn .....	74
Abbildung 34: Informationsstand Bündnis 90/Die Grünen und Rikschafahrten in der Gelderstrasse.....	76
Abbildung 35: Start und Ziel des Rheinberger Citylaufes.....	77
Abbildung 36: Trampolinvorführung des SV Buttberg.....	77
Abbildung 37: Kletterwand auf dem Großen Marktplatz.....	78
Abbildung 38: Der „Talent“ als Sonderzug auf der Strecke zwischen Moers und Vluyn...	79
Abbildung 39: Häufigkeit der Berichte nach Mediengattung und Erscheinungszeitpunkt in der Bundesrepublik.....	87
Abbildung 40: Häufigkeit der Zeitungsartikel nach Erscheinungsdatum.....	88
Abbildung 41: Anzahl der Fernsehsendungen nach Sendedatum.....	90
Abbildung 42: Tenor der Zeitungsartikel in NRW vor und nach dem Aktionstag.....	95
Abbildung 43: Anzahl und Tenor der Berichterstattung über Aktionen in den Städten Nordrhein-Westfalens.....	96
Abbildung 44: Häufigkeit der Zeitungsartikel nach Bundesländern.....	97
Abbildung 45: Anzahl und Auflagenstärke der Zeitungen nach Bundesländern.....	98
Abbildung 46: Verhältnis zwischen positiv und negativ wertenden Zeitungsartikeln nach Bundesländern.....	99
Abbildung 47: Überschriften in den Zeitungen der Modellstädte.....	100
Abbildung 48: Anzahl der Zeitungsartikel in den sechs Modellstädten.....	101
Abbildung 49: Anzahl der Interviews pro Stadt.....	109
Abbildung 50: Anzahl der am 22. September geführten Interviews im Tagesverlauf.....	110
Abbildung 51: Geschlecht der befragten Personen.....	114
Abbildung 52: Altersklassen der Befragten.....	115
Abbildung 53: Anteil der Haushalte mit und ohne Kindern unter den befragten Passanten.....	117
Abbildung 54: Anteil der autofreien und autobesitzenden Haushalte unter den befragten Passanten.....	118
Abbildung 55: Anteil von Bewohnern und Besuchern in den Modellstädten.....	119
Abbildung 56: Wohnstandort der befragten Passanten.....	120
Abbildung 57: Gründe für den Aufenthalt der Passanten in der Innenstadt am Aktionstag 2001.....	121
Abbildung 58: Anteil von MIV und Umweltverbund am Verkehrsaufkommen der befragten Passanten am Aktionstag 2001.....	122
Abbildung 59: Verkehrsmittelwahl der befragten Passanten am Aktionstag 2001.....	123
Abbildung 60: Wissen der befragten Passanten über den Aktionstag 2001.....	124

Abbildung 61: Nennung der genutzten Medien zur Erstinformation über den Aktionstag 2001.....	125
Abbildung 62: Nennung der wahrgenommenen Aktionen am Aktionstag 2001 .....	126
Abbildung 63: Nennung der besten Aktionen nach Kategorien .....	127
Abbildung 64: Nennung der besten Aktionsformen am Aktionstag 2001.....	128
Abbildung 65: Generelle Beurteilung des Aktionstags 2001.....	129
Abbildung 66: Bewertung des Aktionstages.....	131
Abbildung 67: Durchschnittliche Gesamtbewertung des Aktionstages nach einer Schulnotenskala .....	132
Abbildung 68: Verkehrspolitische Grundhaltung .....	142
Abbildung 69: Gesamtüberblick: Beurteilung der allgemeinen Umsetzung .....	144
Abbildung 70: Gründe für die Bewertung der allgemeinen Umsetzung .....	145
Abbildung 71: Städtevergleich: Beurteilung der allgemeinen Umsetzung.....	149
Abbildung 72: Städtevergleich: Beurteilung der Einwohnerresonanz .....	153
Abbildung 73: Städtevergleich: Beurteilung der Medienresonanz .....	156
Abbildung 74: Institutionenvergleich: Beurteilung der allgemeinen Umsetzung.....	157
Abbildung 75: Institutionenvergleich: Beurteilung der Einwohnerresonanz .....	160
Abbildung 76: Wichtigkeit der Aktionen .....	162
Abbildung 77: Institutionenvergleich: Straßensperrung.....	166
Abbildung 78: Institutionenvergleich: Auswirkungen auf den Einzelhandel.....	178
Abbildung 79: Schwierigkeiten bei der Vorbereitung.....	179
Abbildung 80: Unterstützung im nächsten Jahr .....	184



## **Kartenverzeichnis**

Karte 1: Modellstädte des Aktionstages 2001 in Nordrhein-Westfalen .....	18
Karte 2: Übersicht zu Aktionen und Informationsständen in Brühl .....	30
Karte 3: Aktionen und Informationsstände im Sperrbereich in Dortmund.....	40
Karte 4: Aktionen und Informationsstände in Köln .....	48
Karte 5: Gesperrte Lübbecke Straße, Aktionen und Informationsstände in Löhne .....	59
Karte 6: Gesperrter Straßenabschnitt der Leineweberstraße, Aktionen und Informationsstände .....	66
Karte 7: Gesperrte Innenstadt von Rheinberg, Aktionen und Informationsstände .....	74



## **Kurzfassung**

Im Auftrag des Umweltministeriums Nordrhein-Westfalen wurde der in Deutschland am 22. September 2001 zum zweitenmal durchgeführte europaweite Aktionstag „In die Stadt – ohne mein Auto!“ am Beispiel von sechs nordrhein-westfälischen Modellstädten untersucht. Aufgabe der Untersuchung war es, die thematische und lokalspezifische Konkretisierung des Aktionstages zu untersuchen und die Wahrnehmung und die Bewertung des Aktionstages bei Bürgerinnen und Bürgern, städtischen Akteuren und in den Medien zu erheben. Damit sollten Erkenntnisse für eine mögliche Fortführung des Aktionstages und zu den Kriterien einer erfolgreichen Gestaltung gewonnen werden. Da der Aktionstag 2001 auf einen Samstag fiel, stand das Thema des Einkaufsverkehrs und das Verhältnis des Einzelhandels zum Aktionstag im Zentrum des Interesses.

Der hier vorliegende Bericht zeigt die ausführlichen Ergebnisse der Untersuchung des Aktionstages exemplarisch in den ausgewählten Städten Brühl, Dortmund, Köln, Löhne, Mülheim, und Rheinberg/Neukirchen-Vluyn. In diesen Städten wurde das Programm mit den dort am 22. September 2001 durchgeführten Aktionen dokumentiert. In den Innenstädten wurden an den Orten der Aktionen jeweils rund 250 Passanten befragt. In der Woche nach dem Aktionstag wurden Experteninterviews mit den wichtigsten Multiplikatoren auf der lokalen und regionalen Ebene realisiert. Im zeitlichen Vorlauf und in der Nachlese wurde die Rezeption des Aktionstages in den Medien analysiert. Basierend auf den Untersuchungsergebnissen gibt der Bericht Empfehlungen für die zukünftige Gestaltung des Aktionstages insbesondere als Instrument einer Öffentlichkeitsarbeit für eine nachhaltigere städtische Mobilität.

Die Ergebnisse der Untersuchung besagen im Wesentlichen folgendes: In allen untersuchten Städten wurde mit zum Teil beträchtlichem personellen und finanziellen Aufwand der Verwaltung und kooperierender Umwelt- und Verkehrsinitiativen und Nahverkehrsunternehmen eine Kombination aus stadtfestartigem Unterhaltungs- und inhaltsbezogenem Mobilitätsprogramm geboten. Die Aktionen, die auf Information, Ausprobieren und Mitmachen angelegt waren, sind im Wesentlichen vergleichbar. Sperrungen von Straßenabschnitten – in Flächenausdehnung und inhaltlichem Konzept jedoch unterschiedlich ausgeformt – stellten meist das Kernstück des Programms dar und sind für die Nutzer des Umweltverbundes und des privaten Pkw das polarisierende Element des Aktionstages. Die Passanten hatten durchaus ein Bewusstsein für die durch den motorisierten Verkehr erzeugten städtischen Probleme, zeigten sich sowohl für die Angebote des Umweltverbundes als auch für die Sperrung aufgeschlossen und beurteilten den Aktionstag und die Aktionsformen positiv. Insgesamt vergaben die Besucher dem Aktionstag auf einer Schulnotenskala ein „Gut minus“ (2,3). Die städtischen Akteure – insbesondere der Einzelhandel und seine Vertretungen – haben einen eher kritischen Blick auf das Konzept des Aktionstages. In der Mehr-

zahl sehen sie aber in der passiven oder aktiven Unterstützung des Aktionstages ein wichtiges Signal für eine nachhaltigere Verkehrspolitik und -planung.

Mit dem in allen Modellstädten vorgefundenen Angebotskonzept des Aktionstages bestehend aus einem stadtfestartigen Unterhaltungsprogramm, einer durchaus überschaubaren Anzahl von Aktionen zu Mobilität und Verkehr sowie mit einer eher moderaten Sperrung, sind keine spürbaren Entlastungseffekte im motorisierten Verkehr zu erwarten. Obgleich Symbolik, Zielsetzung und Reichweite des Aktionstages sowohl bei Passanten als auch bei den Multiplikatoren durchaus wahrgenommen wurden, war die Erwartungshaltung insbesondere auf Seiten der Medien hinsichtlich einer spürbaren Autoreduzierung und eines hohen Besucherinteresses beträchtlich höher.

Die Auswertung der Erfahrungen hat zu einer Reihe von Empfehlungen geführt. Zunächst wird empfohlen, den Aktionstag mit einem geschärften Grundverständnis vorläufig als festen und regelmäßig wiederkehrenden Bestandteil einer auf Kontinuität angelegten kommunalen Öffentlichkeitsarbeit für eine autounabhängige Mobilität und für den Umweltverbund fortzuführen. Am Aktionstag, gewissermaßen als „Tag der kommunalen Verkehrspolitik“, sollte öffentlich und kritisch Bilanz über das kommunale verkehrspolitische Geschehen des vergangenen Jahres gezogen werden. Dazu sollte der Aktionstag die aktuellen verkehrlichen Diskussionen und Geschehnisse vor Ort aufnehmen. Damit besteht die Gelegenheit aufzuzeigen, was die Kommune in diesem Zeitraum bereits für die Verkehrsmittel des Umweltverbundes erreicht hat und was in der Zukunft noch zu tun bleibt. Mit diesem Selbstverständnis kann der Aktionstag einen Kristallisationskern einer auf langfristige Einstellungs- und Verhaltensänderungen angelegten kommunalen Öffentlichkeitsarbeit für eine autounabhängige Mobilität bilden.

Die Sperrung von Hauptstraßen sollte als zentrales Element genutzt werden, um Möglichkeiten einer verbesserten Aufenthalts- und Stadtqualität zu demonstrieren. Deshalb sollte sie hinsichtlich Dimensionierung, Positionierung und Wahrnehmbarkeit für die Öffentlichkeit möglichst plausibel gestaltet werden. Das Kernelement Straßensperrung sollte mit einem Mobilitätsprogramm begleitet werden. Insgesamt sollte der Aktionstag als „Stadtfest der autounabhängigen Mobilität und des Stadterlebnisses“ angelegt werden. Dabei sollten vor allem aktivierende Aktionsformen eingesetzt werden. Herzstück einer erfolgreichen Vorbereitung und Durchführung ist die kommunale Öffentlichkeitsarbeit, die enge Betreuung der lokalen Presse und die auf die lokalen Verhältnisse bezogene Ausformung des Mottos und des Programms.

Es wird als wichtig angesehen, dass das Land auch weiterhin den Prozess auf der lokalen Ebene koordinierend begleitet und unterstützt. Der Aktionstag könnte Ansatzpunkt einer systematischen, integrierten und langfristig angelegten Kampagne für die autounabhängige Mobilität in der Stadt werden.

## Summary

On behalf of the Ministry of the Environment of North-Rhine Westphalia, the initiative „In town - without my car“ 2001, which took place in Germany for the second time, was surveyed based on the examples of six selected North-Rhine Westphalia model cities.

The objective of this survey was to evaluate the thematic and locally specific realisation of the day and to collect data about the reactions to this day and its assessment by the citizens, the urban actors and the media. Thus, substantial experiences should be obtained for a possible continuation of this campaign day and for the criteria of a successful design. As the campaign day 2001 was a Saturday, the topic of shopping traffic and the relation of the retail trade towards the day were of central interest.

This report presents detailed results of the surveys exemplarily in the selected cities of Brühl, Dortmund, Köln, Löhne, Mühlheim and Rheinberg/Neukirchen-Vluyn. In these cities, the program and the activities that have taken place there on September 22nd, 2001 were documented. In each city at the locations of the activities, 250 people were interviewed. In the week following the campaign, expert interviews with the most important actors on the local and regional level were conducted. During the weeks directly before and after the day, its perception in the media was analysed. Based on these survey results, the report provides recommendations for a future presentation of this day. At the end, the campaign day is discussed as a contribution to public relations and public awareness for a sustainable urban mobility.

The results of the surveys basically show the following: in all surveyed cities, a combination of entertainment and mobility related programs was offered, partly with substantial personal and financial efforts by the city council, co-operating environmental and transportation organisations and public transport companies. The activities, which were mostly aimed at information, experimentation and participation, were basically comparable. The road closures – realized along different scales and thematic concepts – were mostly the central component of the program. These closings were the polarizing element of the day between the user of the environmentally friendly modes of transport and the user of a private car. The citizens were acutely aware of the urban problems caused by the motorized traffic. They were open-minded for the offers of the environmentally friendly modes of transport as well as for the road closings. Altogether, the visitors assessed the campaign as “almost good” that is a „two minus“(2.3) in German grading. The urban actors – especially the retail trade and its representatives – have a more critical view of the concept. But the majority sees the passive or active support of the campaign as an important signal for a more sustainable transport policy and transportation planning.

With the present concepts of offers found in all six model cities and consisting of an entertainment program, a manageable number of activities related to mobility and transportation and a moderate roads closure, no noticeable reduction in motorized traffic can be expected. Although the symbolism, the purpose and the range of the initiative was recognized by the citizens and the actors, the expectations especially on the part of the media concerning a noticeable reduction of the number of cars and a lively interest of visitors were quite significant.

The analysis of the results has led to a range of recommendations. First, it is recommended to continue the campaign with an intensified basic understanding for the time being as a permanent and recurring element of a continuing local public relations program for a car-independent mobility and for the environmentally friendly modes of transport. At the day of the campaign, virtually taken as a „day of local transportation policy“, a critical and public assessment should be made about the local events in transportation policy of the previous year.

For this, the campaign should highlight the specific conditions and discussions of the local transportation situation. This would illustrate what measures the municipality has achieved so far for the environmentally friendly modes of transportation and what still needs to be done. With this outset, the initiative plays a substantial role in a communal public relations program for car-independent mobility that aims at a long-term change of behaviour and rational attitude.

The closing of main roads should be used as the central element to demonstrate the perspective of an improved urban quality of life. Therefore, the extent, location and appearance of the road closures should be made most credible to the public. This central element “road closures” should be accompanied by a mobility related program. Altogether, the campaign day should be realised as a “city fair of a car-independent mobility and urban experience”.

The essential parts of a successful preparation and execution are the municipal public relations program, the close cooperation with the local media and the design of a slogan and a program appropriate to the local situation.

It is considered important that the state of North-Rhine Westphalia continues to coordinate the process on a local level and to support it as far as feasible. The day “In town – without my car!” could be a starting point for a systematic, integrated and long-term campaign for the car-independent mobility in our cities.

## **1. Einleitung**

Am Samstag, den 22. September 2001 wurde der europaweite Aktionstag: „In die Stadt – ohne mein Auto“ zum zweiten Mal international, in ganz Deutschland und in Nordrhein-Westfalen in diesem Jahr mit dem Themenschwerpunkt Mobilität von Frauen („Frauen bewegen die Stadt“) durchgeführt. Alle europäischen Kommunen waren aufgerufen, an diesem Tag ausgewählte Bereiche oder Straßenzüge für Fußgänger, Radfahrer, den Öffentlichen Personennahverkehr und andere umweltfreundliche Fahrzeuge zu reservieren.

Mit diesem symbolischen Tag soll die Öffentlichkeit für das Anliegen einer nachhaltigeren Verkehrsgestaltung sensibilisiert werden und es soll zu einem Bewusstseinswandel in der Bevölkerung und bei den Entscheidungsträger zur stärkeren Förderung und Nutzung der Verkehrsmittel des Umweltverbundes anstelle des motorisierten Individualverkehrs beigetragen werden. Das Konzept des Aktionstages stellt somit das Instrument der „Soft Policies“ in den Mittelpunkt von Maßnahmen zur Gestaltung einer umwelt- und stadtverträglicheren Mobilitätsgestaltung.

Bevor die Zielsetzung und die Aufgabenstellung der Untersuchung des Aktionstages 2001 in Nordrhein-Westfalen näher erläutert werden, werden zunächst die Entstehungsgeschichte und die ersten Erfahrungen dieser jungen europäischen Initiative dargestellt.

### **1.1 Entwicklung und Zielsetzung des Aktionstages in Deutschland und Europa**

Im Jahr 1998 hatte das französische Ministerium für Umwelt und Raumordnung erstmals zu der landesweiten Aktion „In die Stadt ohne mein Auto“ aufgerufen und ist damit auf große Resonanz bei der Bevölkerung gestoßen. 1999 schloss sich Italien dieser Initiative an. Für das Jahr 2000 entschied sich die Europäische Kommission, Generaldirektion Umwelt, die Organisation eines europaweiten Tages „In die Stadt ohne mein Auto!“ am 22. September 2000 politisch und finanziell zu unterstützen. Im Jahr 2001 fand die Beteiligung eine weitere Ausdehnung: es beteiligten sich vor allem mittel- und osteuropäische Kommunen, aber auch Lateinamerika, Australien, Thailand und Kanada.<sup>1</sup>

#### **1.1.1 Konzept des Aktionstages**

Der Aktionstag setzt auf die Symbolkraft lokal orientierter innovativer Informationen und Aktionen, die für eine umweltverträglichere Verkehrspolitik und ein verändertes Verkehrsverhalten werben. Die Kommunen sind die Hauptakteure des Aktionstages. Sie sind jedes Jahr am 22. September dazu aufgerufen an dem Aktionstag teilzunehmen, die Europäische Charta zu unterzeichnen, die niedergelegten Leitlinien anzunehmen und den Aktionstag dementsprechend auszurichten (siehe Kasten S. 7). Die Leitlinien beinhalten u.a. die Sperrung

---

<sup>1</sup> Vgl. Klima-Bündnis, [www.klimabuendnis.de](http://www.klimabuendnis.de)

eines ausgewählten Bereiches für den Autoverkehr an diesem Tag, um ihn für Fußgänger, Radfahrer und den Öffentlichen Personennahverkehr zu reservieren. Damit soll der Bevölkerung unter dem Motto „stadtverträgliche Mobilität“ die Möglichkeit gegeben werden sich freiwillig umweltfreundlicher fortzubewegen und sich zu einer Bewältigung der Alltagswege ohne Auto anregen zu lassen. Der Tag soll außerdem einen Beitrag leisten, die Stadt als einen saubereren und ruhigeren Ort mit mehr Lebensqualität wieder zu entdecken. Für Kommunen und Verkehrsunternehmen bietet sich die Gelegenheit neue Maßnahmen und Einrichtungen vorzustellen und in einen Dialog mit der Bevölkerung über die zukünftige Verkehrsgestaltung der Kommune einzutreten.<sup>2</sup> Jeder am Aktionstag teilnehmende Kommune steht es frei, eigene Schwerpunkte und Aktionen zu wählen, solange die Leitlinien der Charta berücksichtigt werden.

---

<sup>2</sup> Vgl. Klima-Bündnis, 2000a, S. 4.

### *Leitlinien des Aktionstages*

1. Die Ausweisung einer oder mehrerer Zonen, die während des gesamten Tages (zumindest während der normalen Arbeits-/Öffnungszeiten) ausschließlich für Fußgänger, Fahrräder und öffentliche Verkehrsmittel sowie zur Durchführung von Veranstaltungen reserviert sind. Im Vergleich zum Vorjahr werden die für den Autoverkehr gesperrten Bereiche am 22. September 2001 ausgedehnt.
2. Die Nutzung aller vorhandenen Ressourcen für die Erfassung und Abdeckungsspezifischer Bedürfnisse (z.B. Service für Warenanlieferung), um die Zahl der Ausnahmeregelungen auf ein Minimum zu beschränken (z.B. Notfälle).
3. Die verstärkte Bereitstellung alternativer Beförderungsmittel für die Einwohner, damit sie diesen Tag ohne Einschränkung ihrer Mobilität nutzen können. Dazu gehört unter anderem eine Erhöhung des Angebotes an öffentlichen Verkehrsmitteln und/oder die Umwidmung von Straßenflächen zugunsten anderer Verkehrsmittel (z.B. Fußgänger, Fahrräder und Busse).
4. Die Aufforderung an die Nachbargemeinden und die für den öffentlichen Personennahverkehr zuständigen Verkehrsbetriebe, sich zu beteiligen.
5. Die Planung des Aktionstages unter Mitwirkung von möglichst vielen örtlichen Partnern wie z.B. Geschäftsleuten, Anwohnern, Vereinen, Schulen, da eine breite Beteiligung ein Schlüsselfaktor für den Erfolg der Veranstaltung ist.
6. Die Mobilisierung aller auf kommunaler Ebene verfügbaren Informations-, Werbe- und Kommunikationsmöglichkeiten, um die BürgerInnen der Stadt anzuregen, an diesem Tag ihr Auto stehen zu lassen.
7. Die Nutzung aller zur Verfügung stehenden Mittel (z.B. Ausschilderung und Parkeinrichtungen), um den innerhalb der reservierten Areale wohnenden Bürgern sowie den von außerhalb kommenden Besuchern die Möglichkeit zum Abstellen ihrer Fahrzeuge auf außerhalb gelegenen Parkplätzen anzubieten. Zwischen diesen Parkplätzen und den reservierten Arealen werden gute öffentliche Verkehrsverbindungen bereitstehen.
8. Die Einladung an die außerhalb der reservierten Areale unterwegs befindlichen Menschen, nach Möglichkeit statt den Pkw ebenfalls andere Verkehrsmittel zu nutzen.
9. Die Abwicklung des Lieferverkehrs nach einem festen Zeitplan, die fortlaufende Unterrichtung aller betroffenen Geschäftsleute und die Erteilung einer möglichst geringen Zahl von Ausnahmegenehmigungen.
10. Der Einsatz aller verfügbaren Untersuchungsmethoden (insbesondere die von der europäischen Koordination zur Verfügung gestellten), um sowohl in der/den reservierten Zone(n) als auch in den umliegenden Gebieten die Auswirkungen des Aktionstages zu erfassen (z.B. Meinungsumfragen, Verkehrszählungen, Schadstoff- und Lärmmessungen). Insbesondere sollen die durch die europäische Koordination erarbeiteten Auswertungsformulare verwendet werden, um eine länderübergreifende Evaluation im Anschluß zu ermöglichen.
11. Die Einhaltung der Leitlinien für die gemeinsame Kommunikationskampagne und die Verwendung der von der europäischen Koordination des Aktionstages ausgearbeiteten Hilfsmittel.

Quelle: Klima-Bündnis, 2000b, S.20

#### 1.1.2 Die Beteiligten der Initiative

Diese europaweite Initiative wird aufgrund von unterschiedlichen nationalen und lokalen Rahmenbedingungen und Besonderheiten nicht zentral gesteuert. Aus diesem Grund wurde die Koordination des Aktionstages auf drei Ebenen mit unterschiedlichen Handlungsfeldern verteilt.

Auf der Europäischen Ebene haben sich mit der finanziellen und politischen Unterstützung im Rahmen des LIFE-Programms folgende Akteure zusammengefunden, um die nationale

Koordination zu unterstützen: das französische Ministerium für Raumordnung und Umwelt (Initiator des ersten Aktionstages 1998); das italienische Ministerium für Umwelt; ADEME, französische Agentur für Umwelt- und Energie-Management (Projektkoordination); ENEA, italienische Agentur für neue Technologien, Energie und Umwelt sowie die Städtenetzwerke; Klima-Bündnis / Alianza del Clima<sup>3</sup>; Car Free Cities, Energie-Cités und CERTU, französisches Studienzentrum für Netzwerke, Verkehr und Stadtplanung.

Auf der nationalen Ebene ist die Koordination entweder direkt an das Umweltministerium angegliedert oder wird von ähnlichen geeigneten Organisationen wahrgenommen. Die Nationalkoordination hat die Aufgabe die bereitgestellten Materialien an die nationalen Gegebenheiten anzupassen, Partner und Sponsoren zu suchen und die Kommunen bei der Vorbereitung des Aktionstages zu betreuen. Für Deutschland macht dies das Klima-Bündnis<sup>4</sup>. Finanziell gefördert wurde das Projekt 2001 in Deutschland vom Bundesumweltministerium und vom Umweltbundesamt.

Auf der kommunalen Ebene wird der Aktionstag konkret ausgeführt. Sein Erfolg hängt maßgeblich vom Engagement der verschiedenen Gruppen in den Kommunen ab. Die relevanten Akteure auf dieser Ebene sind, je nach Schwerpunktthema zu ergänzen,: Nahverkehrsbetriebe, Einzelhandel, Unternehmen, Gastronomie, Verbände und Vereine, Taxi-Unternehmen und die Anwohner.<sup>5</sup>

Im ersten Jahr des europaweiten Aktionstages 2000 beteiligten sich 857 Städte, Gemeinden und Landkreise aus 26 Ländern in ganz Europa<sup>6</sup>.

### 1.1.3 Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation

Da der Aktionstag für eine umweltfreundliche Mobilitätsgestaltung verschiedene Interessensverbände innerhalb einer Stadt anspricht, auch solche, die dieser Art von Aktionen skeptisch oder zumindest nicht offen gegenüberstehen, ist eine Informations- und Kommunikationsstrategie Bestandteil des Konzeptes.

Das Klima-Bündnis stellt verschiedene Materialien für die Öffentlichkeitsarbeit, wie Plakate, Faltblätter und Handzettel kostenfrei zur Verfügung. Weitere Materialien (z.B. Sticker,

---

<sup>3</sup> Das Klima-Bündnis wurde 1990 gegründet und ist ein Zusammenschluss mit mittlerweile über 1000 Partner europäischer Städte und Gemeinden, die eine Partnerschaft mit indigenen Völkern der Regenwälder eingegangen sind. Koordiniert wird das Klima-Bündnis von der europäischen Geschäftsstelle in Frankfurt am Main, unterstützt durch nationale und regionale Koordinations- und Kontaktstellen. Bundesländer und NGOs arbeiten als assoziierte Mitglieder mit dem Klima-Bündnis zusammen.

<sup>4</sup> Um einen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten, setzt das Klimabündnis auf das Engagement und die Vielfalt der lokalen Ebene und versteht die Initiativen als Bemühungen um eine nachhaltige Entwicklung und Gerechtigkeit zwischen Nord und Süd.

<sup>5</sup> Vgl. Klima-Bündnis, 2000b, S. 6f.

<sup>6</sup> 2001 haben sich mehr als 1000 europäische Kommunen dem Aktionstag angeschlossen, darunter 130 deutsche Städte.

Aufkleber, Ballons, Postkarten) werden sehr preiswert angeboten. Außerdem hat die nationale Koordinationsstelle die Aufgabe die kommunalen Aktionen Bundes- und Europaweit in öffentliche Presse zu bringen. Auch die Kommunen haben unterschiedliche Möglichkeiten (Faltblätter, Ortszeitungsbeilagen, Zeitungsartikel, Pressemappen, Pressekonferenzen oder die Einrichtung einer Hotline), die Bevölkerung im Vorfeld über den Aktionstag zu informieren.<sup>7</sup>

#### 1.1.4 Untersuchungen und Ergebnisse des Aktionstages in 2000

Im Auftrag der Europa-Koordination des Aktionstages wurde im Jahr 2000 eine Meinungsumfrage am Abend des 22. September in sechs europäischen Großstädten (Barcelona, Helsinki, Lille, Hamburg, Kopenhagen und Turin) durchgeführt. Hierbei wurde die Meinung der Bevölkerung über den Aktionstag selbst sowie ihre Einstellung, wie der städtische Verkehr in Zukunft abgewickelt werden müßte, untersucht. 86 Prozent der Befragten waren über den Aktionstag informiert, 81 Prozent hielten ihn für eine gute, bzw. sehr gute Idee. Die Mehrheit der Befragten zeigte zudem ein hohes Ausmaß der Beunruhigung über die Folgen des Autoverkehrs und stimmte zu, dass sich die Situation durch eine Einschränkung des Autoverkehrs, den Ausbaus des öffentlichen Verkehrs und das eigene Verkehrsverhalten verbessern ließe.<sup>8</sup>

Diese Ergebnisse wurden durch mehrere, kleinere Meinungsumfragen in deutschen Städten im Rahmen des Aktionstages 2000 bestätigt.

Um die Auswirkungen des Aktionstages auf die Umweltsituation zu dokumentieren wurden Messungen von Luftschadstoffen und des Lärmpegels vorgenommen. In den direkt autofreien Bereichen konnten die größten Reduktionen, zwischen 20 und 50 Prozent, der Schadstoffe verzeichnet werden. In einigen Städten, die Sperrungen und Beschränkungen für den motorisierten Individualverkehr in einem gewissen Umfang vorgenommen haben, konnten meßbare Auswirkungen auf Verkehr und Emissionen festgestellt werden. In den meisten Städten wurde eine Verminderung des motorisierten Straßenverkehrs um 5 bis 20 Prozent verzeichnet. Einige Städte haben auch wesentlich höhere Minderungsraten gemessen. So konnten auch in deutschen Städten deutliche Verringerungen des motorisierten Individualverkehrs beobachtet werden, insbesondere in denen, wo Nahverkehrsbetriebe mit Sonderangeboten geworben hatten. In gesperrten Straßenabschnitten von Hamburg wurde eine Emissionsminderung von rund 30 Prozent gemessen.<sup>9</sup>

Zählungen ergaben keine negativen wirtschaftlichen Auswirkungen auf die Beteiligten Geschäfte und Unternehmen, teilweise sogar eine leichte Zunahme der Kundenfrequenz. So

---

<sup>7</sup> Vgl. Klima-Bündnis, 2000b, S. 12f.

<sup>8</sup> Vgl. Klima-Bündnis, 2000a, S. 15f.

<sup>9</sup> Vgl. Klima-Bündnis, 2000a, S. 17.

stufte auch der Einzelhandel die Aktion als positiv ein, viele Befragte sprachen sich sogar für eine dauerhafte Sperrung der Innenstädte für den allgemeinen Autoverkehr aus.<sup>10</sup>

#### 1.1.5 Themenschwerpunkt des Aktionstages 2001: Mobilität von Frauen

Die gesellschaftlich zugewiesene Doppelrolle vieler Frauen mit Haus- und Familienarbeit bei gleichzeitiger Erwerbstätigkeit fordert ein straffes Zeitmanagement und eine hohe Mobilität.<sup>11</sup> Frauenbelange stärker in der Stadt- und Verkehrsplanung zu berücksichtigen ist deshalb Teil einer sozialverträglichen und ökologischen Siedlungsentwicklung und Verkehrsgestaltung. Ziel des Bundesumweltministeriums ist es, Gleichstellung in allen Umweltbereichen zu fördern und dazu geschlechtsspezifische Ausgangsbedingungen, Auswirkungen und Bedürfnisse transparent und positiv gestaltbar zu machen.<sup>12</sup>

Im Jahr 2001 wurde deshalb das Motto des Aktionstages „In die Stadt ohne mein Auto“ um das zielgruppenspezifische Schwerpunktthema „Frauen und Mobilität“ erweitert. Leitgedanke ist es, dass von einer Straßenraumgestaltung und einer Verkehrsorganisation, die sich an den Bedürfnissen von Frauen orientiert, letztlich alle Verkehrsteilnehmer profitieren.<sup>13</sup>

Der europaweite Aktionstag 2001 sollte u.a. einen Beitrag zur Wiederentdeckung der Stadt leisten, der sich als Ansatzpunkt für den Schwerpunkt „Frauen und Mobilität“ besonders eignete: z.B. Innenstadt und Stadtteile hinsichtlich der Verkehrsinfrastruktur und -gestaltung mit Frauenblicken zu erkunden, den Bestand zu analysieren und daraus Maßnahmenempfehlungen zu erarbeiten. Dies sollte die Voraussetzungen zur Teilnahme von Frauen am Verkehrsgeschehen, allgemein und am Aktionstag 2001 verbessern.

## 1.2 Ausgangssituation für die Untersuchung des Aktionstages in Nordrhein-Westfalen

Der diesjährige 22. September fiel auf einen Samstag, so dass insbesondere der Verkehrszweck Einkaufen im Vordergrund stand<sup>14</sup>. Die Betrachtung verkehrsbezogener Daten zum Einkaufsverkehr verdeutlichen die im zeitlichen Verlauf veränderte Verkehrsmittelnutzung im Einkaufsverkehr und die zunehmende Dominanz des motorisierten Individualverkehrs in Bezug auf das Verkehrsaufkommen und die Verkehrsleistung. Dies wurde einerseits durch Änderungen der Einzelhandelsstruktur und dem Standortgefüge auf der Angebotsseite und andererseits durch Nachfrageänderungen auf der Konsumentenseite ausgelöst.

---

<sup>10</sup> Vgl. Faltblatt, 2000/2001a.

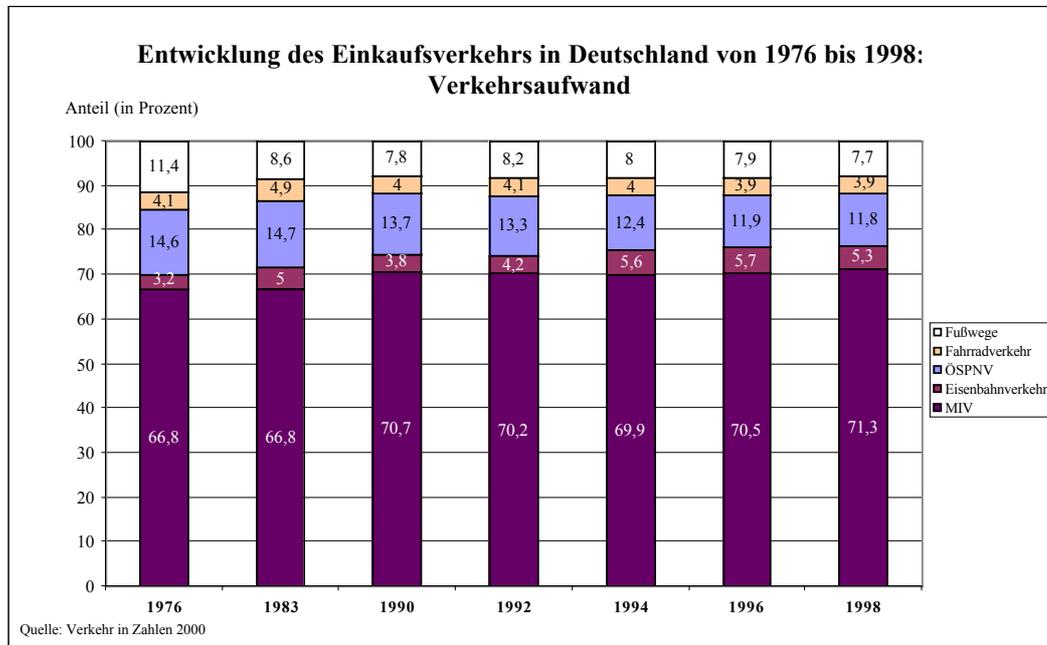
<sup>11</sup> Vgl. Klima-Bündnis, 2001b, S. 1.

<sup>12</sup> Vgl. Klima-Bündnis, 2001b, S. 2.

<sup>13</sup> Vgl. Klima-Bündnis, 2001c.

<sup>14</sup> Neue Untersuchungen zur Funktion der City zeigen, dass die bisher einseitig verkürzte Sichtweise auf die Innenstadt mit der Leitfunktion Handel in Richtung auf ein integriertes Verständnis der Innenstadt als Einkaufs- und Freizeitstandort erweitert werden muß.

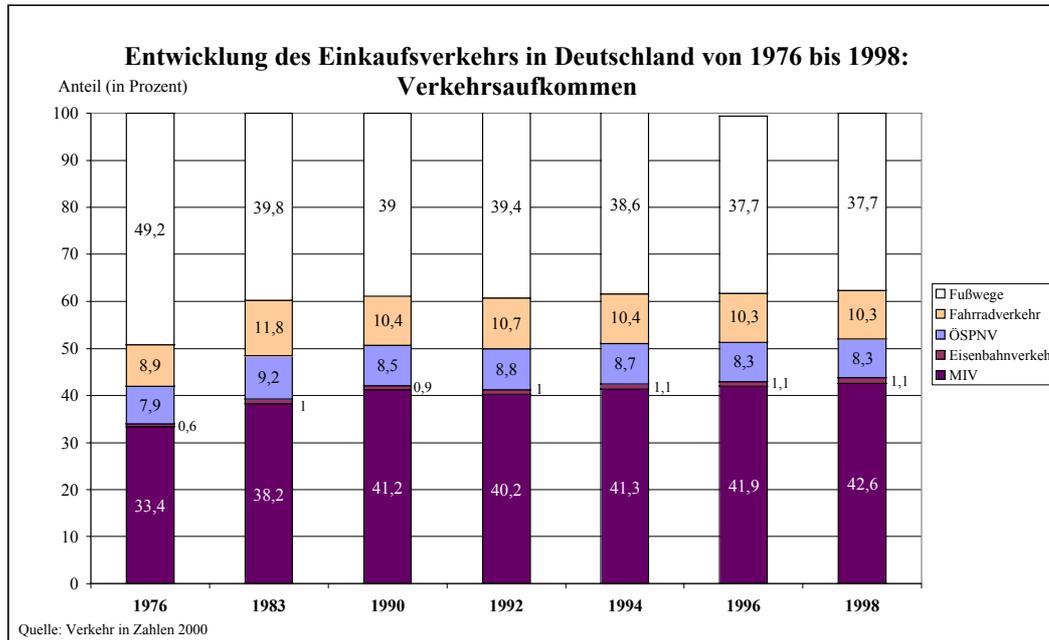
**Abbildung 1: Entwicklung des Einkaufsverkehrs in Deutschland von 1976 bis 1998: Verkehrsaufwand**



Die Entwicklungsdaten zum deutschen Einkaufsverkehr belegen bei der Betrachtung der zurückgelegten Kilometer eine weitere Zunahme des MIV von 1976 bis 1998 (4,5 %) und einen Rückgang des Fußverkehrsanteils (4,1 %). Die mit dem Pkw zurückgelegten Wegstrecken erzeugten im Einkaufsverkehr in 1998 zusammengerechnet 71,3 Prozent des Verkehrsaufwandes in Kilometern, der ÖPNV 17,1 Prozent, der Fuß- und Radverkehr fällt mit zusammengerechnet knapp 11,6 Prozent des Verkehrsaufwandes weniger ins Gewicht<sup>15</sup>.

<sup>15</sup> Verkehr in Zahlen, 2000

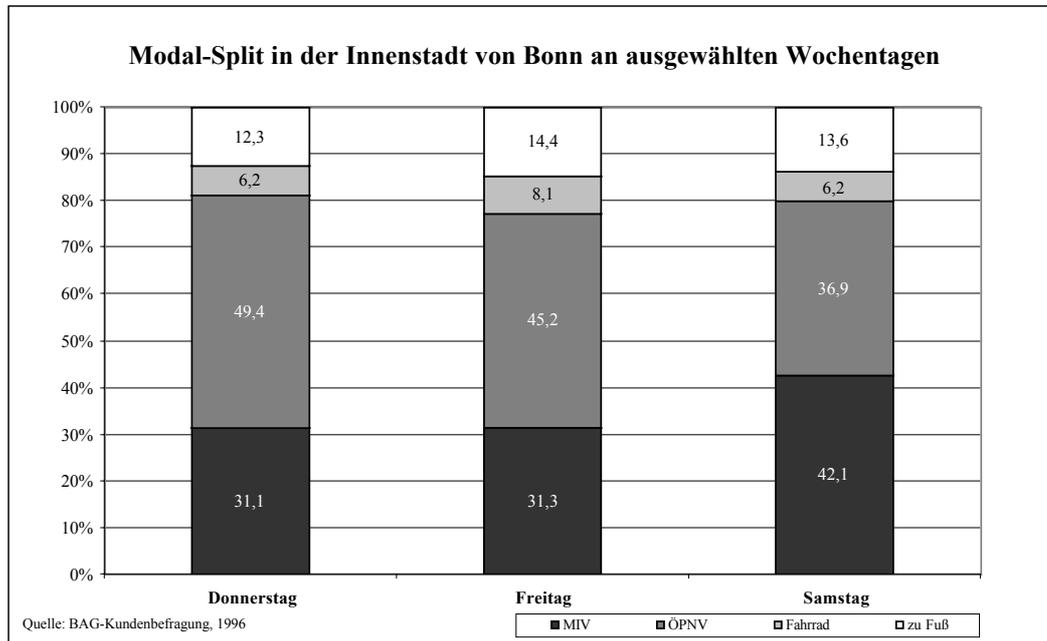
**Abbildung 2: Entwicklung des Einkaufsverkehrs in Deutschland von 1976 bis 1998: Verkehrsaufkommen**



Fast die Hälfte aller Einkaufswege werden insbesondere bei den kurzen stadtteilorientierten Versorgungswegen unmotorisiert zurückgelegt. Doch auch bei den Wegen wächst der Anteil des motorisierten Individualverkehrs zu Ungunsten des Fußwegeanteils. 1998 wurden 42,6 Prozent aller Wege mit dem Pkw zurückgelegt (1976:33,4 %), 37,7 Prozent zu Fuß (1976: 49,2 %), der Rest mit dem Fahrrad (10 %) beziehungsweise dem ÖPNV (9 %).

Für den Innenstadtbesuch in städtisch geprägten Regionen ist der ÖPNV bereits ein sehr wichtiges Verkehrsmittel. Daten beispielsweise zum Modal-Split der Innenstadt von Bonn verdeutlichen dies; sie zeigen aber auch, dass insbesondere am Samstag der Pkw-Anteil vergleichsweise hoch ist. Trotz des hohen ÖPNV-Anteils beim Innenstadtbesuch wird der Pkw-Kunde vom Handel häufig als der wirtschaftlich attraktivere Kunde angesehen. Maßnahmen zur Verbesserungen der Erreichbarkeit der Innenstadt aber auch von Nebenzentren mit dem Umweltverbund werden daher vom lokalen Einzelhandel vielfach mit Skepsis betrachtet.

**Abbildung 3: Modal-Split in der Innenstadt von Bonn an ausgewählten Wochentagen**



Ziel ist es, neben den stadtteilbezogenen auch die innenstadtbezogenen Einkaufsverkehre aufgrund der hohen Dichte an Einkaufseinrichtungen und der guten Angebotsqualität der Verkehrsinfrastruktur des Umweltverbundes möglichst umweltschonend abzuwickeln. Der Aktionstag 2001 gibt die Chance die Einkaufsverkehre in den Groß- aber auch in den Klein- und Mittelstädten in das Zentrum einer nachhaltigeren Mobilitätsentwicklung zu stellen.

### 1.3 Aufgabenstellung und Ziel der Untersuchung

Das Ministerium für Umwelt und Naturschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz des Landes NRW hat vor dem Hintergrund der Erfahrungen mit dem letzten Aktionstag am 22. September 2000 in Nordrhein-Westfalen entschieden, die interessierten nordrhein-westfälischen Kommunen bei der Vorbereitung und Durchführung des diesjährigen Aktionstag am 22. September 2001 stärker als bisher zu unterstützen. In diesem Zusammenhang beauftragte das Land Nordrhein-Westfalen das Wuppertal Institut, Abteilung Verkehr, mit der hier vorliegenden Begleituntersuchung. Ziel dieser unabhängigen wissenschaftlichen Begleituntersuchung ist es, den Verlauf des Aktionstages und seine Wahrnehmung für sechs ausgewählte nordrhein-westfälische Modellstädte einschätzen zu lassen. Diese Studie stellt eine Ergänzung der deutschlandweiten Untersuchung von Klima-Bündnis und der europaweiten Untersuchung der Universität Bremen dar.

Im Mittelpunkt der Untersuchung stand das Thema des umweltverträglicheren Einkaufsverkehrs. Die Begleituntersuchung ging im einzelnen folgenden Leitfragen nach:

*1. Leitfrage: Aktionen zum Einkaufsverkehr- Wo finden welche Aktionen statt?*

*2. Leitfrage: Reaktion - Wie wird der Aktionstag wahrgenommen und was bewirkt er?*

*3. Leitfrage: Benchmarking – Welche Aktionen sind erfolgreich?*

Mit den Ergebnissen dieser Begleituntersuchung werden dem Land Sachinformationen bereitgestellt, mit denen es besser beurteilen kann, wie der Stellenwert dieses Aktionstages für einen Bewußtseinswandel zu Gunsten einer stärkeren Förderung und Nutzung der Verkehrsmittel des Umweltverbundes im innenstadtbezogenen Einkaufs- und auch Freizeitverkehr einzuschätzen ist.

Auf dieser Grundlage kann das Land dann sachgerecht entscheiden, ob und in welcher Form es den alljährlich geplanten Aktionstag in Zukunft unterstützen wird.

Darüber hinaus erhält das Land mit dieser konkreten Fallstudie Hinweise und Empfehlungen, ob und in welcher Form bewußtseinsbildende Kampagnen im Verkehr, sogenannte „Soft Policies“, geeignet sind zu einer nachhaltigeren Umwelt- und Verkehrsgestaltung bzw. zu einem nachhaltigeren Verkehrshandeln der Verkehrsteilnehmer beizutragen und welche Möglichkeiten speziell das Umweltministerium des Landes Nordrhein-Westfalen hat, derartige „Soft Policies“ erfolgreich zu gestalten.

## **1.4 Auswahl der nordrhein-westfälischen Modellstädte**

### **1.4.1 Auswahlprozess**

Der Auswahlprozess der Modellstädte für den Aktionstag am 22. September 2001 in Nordrhein-Westfalen wurde mehrstufig angelegt, um ein breites Spektrum unterschiedlicher und zugleich besonders engagierter Kommunen zu erreichen. Auf der Grundlage der bis Ende August bei Klima-Bündnis gemeldeten Kommunen sollte eine Auswahl getroffen werden, die einerseits gezielt die am Aktionstag voraussichtlich aktiven Kommunen einschloss und andererseits die Vielfalt nordrhein-westfälischer Kommunen hinsichtlich Größe, Funktion, Region abbildet.

Zunächst wurde recherchiert, welche Kommunen in Nordrhein-Westfalen sich für den Aktionstag beim Klima-Bündnis angemeldet hatten. Die Anmeldung beim Klima-Bündnis war einerseits erforderlich, um Informations- und Hintergrundmaterialien zur Vorbereitung des Aktionstages zu erhalten und um andererseits beim Umweltministerium des Landes Nordrhein-Westfalen Fördergelder bis zu 5.000 DM pro Kommune abrufen zu können. Von den 29 angemeldeten Kommunen<sup>16</sup> kamen nach Abstimmung mit dem Umweltministerium diejenigen 23 in Frage, die die Charta des Klima-Bündnisses unterzeichnet hatten, d.h. sich bereit erklärt hatten, am Aktionstag mindestens einen Straßenabschnitt für den motorisierten Verkehr zu sperren und für den Fußgänger- und Radverkehr zu reservieren. Außerdem

<sup>16</sup> Vgl. <http://www.22september.de/eat/aktionstag/aktionstag.htm>

wurden Städte einbezogen, die ihre Teilnahme und die Umsetzung verschiedener Aktionen angekündigt hatten. Städte, die sich weder beim Klima-Bündnis angemeldet noch die Charta unterzeichnet hatten, jedoch Veranstaltungen geplant hatten, wurden nicht in die Auswahl einbezogen. Da der 22. September 2001 auf einen Samstag, den traditionellen Einkaufstag fiel, wurde sowohl auf die Aspekte Einkaufs- und Freizeitmobilität besonderes Augenmerk gelegt als auch auf das diesjährige Schwerpunktthema „Frauen und Mobilität“. Die geplanten Veranstaltungsprogramme der Kommunen sind daraufhin auf die genannten Schwerpunkte geprüft worden. Zudem wurde betrachtet, ob sich einzelne Städte durch ein besonderes Engagement auszeichneten und daher in die engere Wahl kamen.

Nach dieser Prüfung wurden folgende zusätzliche Auswahlkriterien hinzugezogen, um sowohl die verschiedenen Regionen als auch die Regierungsbezirke, raumordnerische Stadttypen, Ortsgrößenklassen und Zentralität der Orte (siehe Tabelle 1) in Nordrhein-Westfalen abzudecken.

**Tabelle 1: Übersicht der am Aktionstag 2001 teilnehmenden Städte in Nordrhein-Westfalen, Stand August 2001**

Städte	Einwohnerzahl <sup>17</sup>	Raumtypen <sup>18</sup>				Zentrale Orte			Regierungsbezirke					Regionen					
		Bk	Br	sV	IZ	Oz	Mz	Gz	D	K	AR	MS	DT	RG	RL	NR	SL	ML	OW
<b>Chartazeichner</b>																			
Bottrop <sup>19</sup>	121.097	X					X					X		X					
Castrop-Rauxel	79.309	X					X					X		X					
Erkrath	48.986		X				X		X						X				
Hürth	53.128		X				X			X					X				
Kempen	36.042								X							X			
Köln	1.017.721	X				X				X					X				
Löhne	41.446				X								X						X
Mülheim/Ruhr	173.895	X					X		X					X					
Neukirchen-Vluyn	28.408		X				X		X							X			
Rheinberg	31.015	X					X		X							X			
Warendorf	38.352				X		X					X						X	
<b>Gesamt Charta</b>	<b>11</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>Teilnehmerstädte</b>																			
Brühl	45.711		X				X			X					X				
Dortmund	590.213	X				X					X			X					
Duisburg	519.793	X							X					X					
Hagen	205.201	X				X					X								
Hamm	181.804		X				X				X								
Herne	175.661	X					X				X			X					
Kamp-Lintfort	40.088		X				X		X							X			
Ratingen	90.951								X						X				
Recklinghausen	125.022	X					X					X		X					
Spenge	15.727				X								X					X	
Waltrop	30.526		X				X					X		X					
<b>Gesamt Teilnehmer</b>	<b>12</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>
Münster	264.670			X		X						X						X	
<b>Gesamt</b>	<b>23</b>	<b>10</b>	<b>7</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>14</b>	<b>0</b>	<b>8</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>8</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>1</b>

Quelle: LDS (2000, 2001), eigene Darstellung

**Raumtyp**

- Bk Ballungskerne
- Br Ballungsrandzonen
- sV solitäre Verdichtungszone
- IZ ländliche Zonen

**Regierungsbezirke**

- K Köln
- D Düsseldorf
- AN Arnsberg
- MS Münster
- DT Detmold

**Zentrale Orte**

- Oz mit über 0,5 Mio. Einwohnern im Versorgungsbereich
- Mz mit mehr als 50.000 Einwohnern im Versorgungsbereich
- Gz mit weniger als 50.000 Einwohnern im Versorgungsbereich

**Regionen**

- RG Ruhrgebiet
- RL Rheinland
- NR Niederrhein
- SL Sauerland
- ML Münsterland
- OW Ostwestfalen

<sup>17</sup> Vgl. Landesamt für Datenverarbeitung und Statistik NRW: Die Gemeinden Nordrhein-Westfalens 2000.

<sup>18</sup> Vgl. Angaben zum Raumtyp, den zentralen Orten, Regierungsbezirken und Regionen: Fax des Landesamts für Datenverarbeitung und Statistik NRW vom 9. Juli 2001

<sup>19</sup> Bottrop zog seine Teilnahme am Aktionstag 2001 kurzfristig zurück.

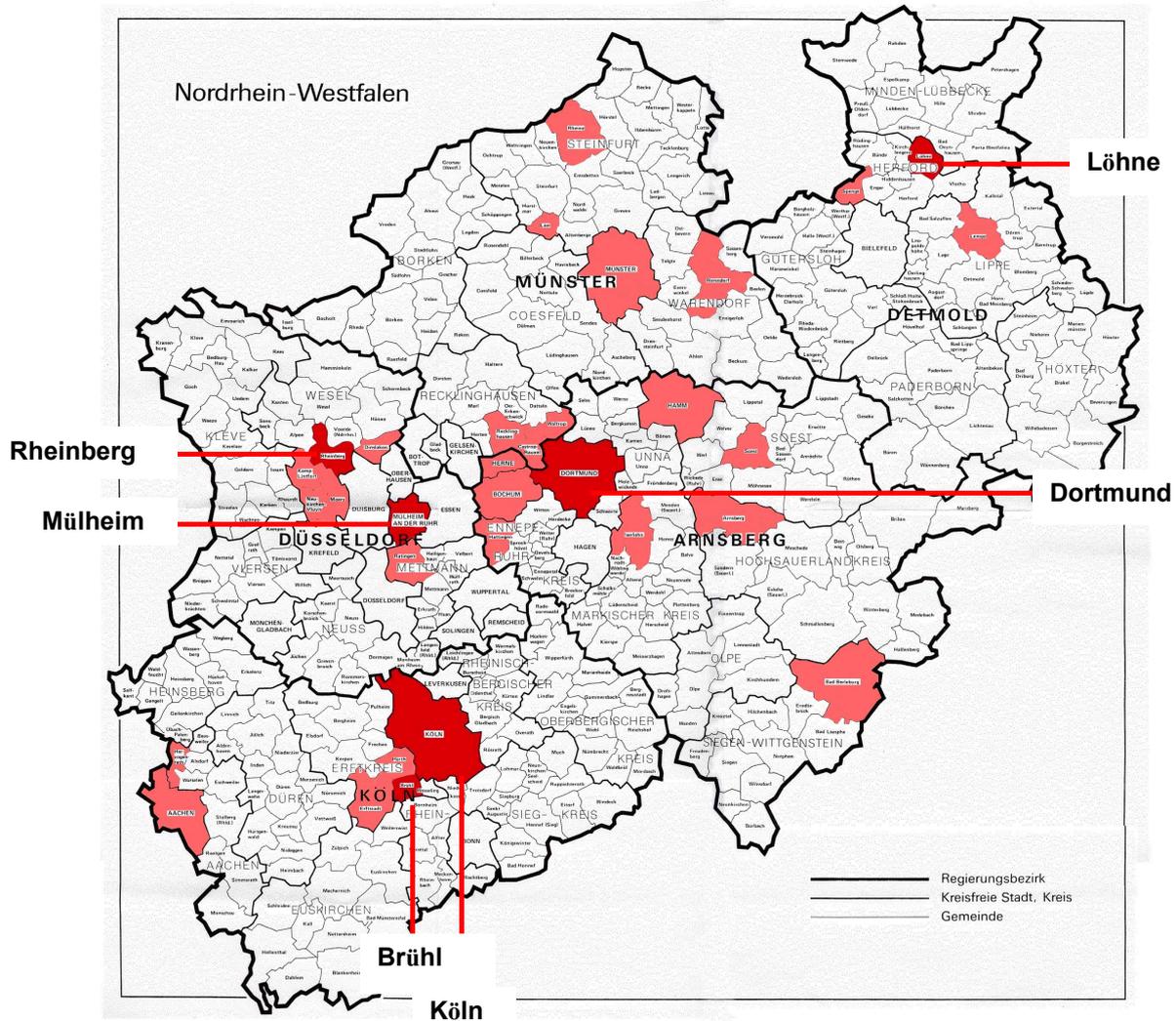
Nach eingehender Prüfung der vielfältigen Kriterienliste sind in Absprache mit dem Umweltministerium folgende Modellstädte für die wissenschaftliche Begleituntersuchung des europaweiten Aktionstages ausgewählt worden.

- 1 Brühl (T)**
- 2 Dortmund (C)**
- 3 Köln (C)**
- 4 Löhne (C)**
- 5 Mülheim (C)**
- 6 Rheinberg (C) und Neukirchen-Vluyn (C)**

Die Städte Rheinberg und Neukirchen-Vluyn wurden als Beispiel einer regionalen Stadt-kooperation ausgewählt. Die Städte hatten zusammen mit den Nachbargemeinden Moers und Kamp-Lintford den Aktionstag vorbereitet. Die Aktionen beider Städte wurden dokumentiert. Die Befragungen der Bevölkerung und der Multiplikatoren wurden beispielhaft in Rheinberg durchgeführt.

Mit diesen sechs Städten wurden sowohl Chartazeichner (C) als auch Teilnehmerstädte (T) berücksichtigt. Köln, als die größte Stadt in Nordrhein-Westfalen, Dortmund und Mülheim sind als Ballungkerne zu charakterisieren, Löhne und Rheinberg liegen in ländlichen Zonen und Brühl in der Ballungsrandzone. Zudem zeichneten sich diese Städte durch interessante und abwechslungsreiche Veranstaltungsprogramme mit thematischen Bezügen zu den Schwerpunkten des Aktionstages aus.

**Karte 1: Modellstädte des Aktionstages 2001 in Nordrhein-Westfalen**



Quelle: Wuppertal Institut 2001

In Tabelle 2 sind die sechs Modellstädte hinsichtlich ihrer verkehrlich-räumlichen Ausgangsbedingungen unterschiedlichen Teilregionen in Nordrhein-Westfalen zugeordnet.<sup>20</sup> Anhand dieser Tabelle lassen sich insbesondere die Ergebnisse der Passantenbefragung mit den tatsächlichen Mobilitätsmustern in der jeweiligen Region vergleichen. Unterschieden werden die Teilregionen in Nordrhein-Westfalen in städtisch und ländlich geprägte Teilregionen. Dies lässt wiederum Rückschlüsse auf Verkehrsverhalten und Verkehrsmittelwahl zu.

<sup>20</sup> Vgl. MWMEV NRW, LDS NRW 2000.

Kriterium	Städtisch geprägte Teilregionen	Ländlich geprägte Teilregionen
Bevölkerungswachstum	hoch	niedrig bis rückgängig
Pkw-Verfügbarkeit	hoch	niedrig
Anteil autofreier Haushalte	hoch	niedrig
Anteil an Haushalten mit guter Erreichbarkeit öffentlicher Verkehrsmittel	hoch	niedrig
Anteil des Öffentlichen Verkehrs	hoch	niedrig
Anteil des motorisierten Individualverkehrs	niedrig	hoch
Einpendler	hoch	niedrig
Auspendler	niedrig	noch

**Tabelle 2: Rahmenbedingungen für die Mobilität in den sechs Modellstädten**

Stadt, Verkehrsregion, Regionstyp	Veränderungen 1989/1999		Haushalte mit Pkw	Erreichbarkeit von ... zu Fuß in kürzester bzw. angemessener Zeit		Anteil des öffentlichen bzw. motorisierten Individualverkehrs			
	Bevölkerung	Beschäftigte		an Werktagen		an Wochenenden			
				Bus, Straßen-/U-Bahn	S-Bahn, Eisenbahn	ÖV	MIV	ÖV	MIV
	1989 = 100		%	%		%			
<b>Brühl</b> , Bonn, Sieg, städtisch	111,4	117,7	82,7	96,7	30,7	12,4	50,5	7,1	56,7
<b>Dortmund</b> , östliches Ruhrgebiet, städtisch	101,4	95,0	77,4	96,9	39,5	12,3	57,1	8,3	58,3
<b>Köln</b> , Köln, städtisch	104,9	103,0	78,6	96,6	34,0	16,0	47,8	9,1	52,8
<b>Löhne</b> , Ostwestfalen, ländlich	110,6	107,6	84,6	90,7	26,8	6,7	66,0	2,5	67,8
<b>Mülheim</b> , westliches Ruhrgebiet, städtisch	98,7	92,1	75,4	97,6	32,8	12,6	53,8	9,6	60,6
<b>Rheinberg</b> , nördlicher Niederrhein, ländlich	110,8	113,2	84,2	90,2	28,4	5,4	59,3	2,6	65,9
<b>Nordrhein-Westfalen</b>	<b>105,2</b>	<b>101,8</b>	<b>81,4</b>	<b>95,1</b>	<b>31,9</b>	<b>10,9</b>	<b>55,8</b>	<b>6,5</b>	<b>59,5</b>

Quelle: Wuppertal Institut 2001, nach: Ministerium für Wirtschaft und Mittelstand, Energie und Verkehr des Landes NRW: Verkehrsverhalten 2000.

Im Anhang befindet sich eine Tabelle zu den Stadtstatistiken der Modellstädte im Vergleich. Die Tabelle ermöglicht einen Vergleich ausgewählter statistischer Eckdaten der Modellstädte in den Kategorien Bevölkerung, Fläche, Wirtschaft und Verkehr. Die Daten dienen einerseits der Auswahl und Dokumentation der Modellstädte und andererseits auch als Basisabgleich für die Passantenbefragung.

### **1.5 Aufbau der Untersuchung**

Nach umfangreichen Vorrecherchen wurden alle durchgeführten Aktionen, der Verlauf des Tages, das Publikumsinteresse und ggf. weitere Besonderheiten nach einem einheitlichen Erhebungsschema in den sechs ausgewählten NRW-Modellstädten am 22.9.2001 dokumentiert. Die Ergebnisse mit ausgewählten Einzelaktionen aus den Städten sind in Kapitel 2 dargestellt.

Die Rezeption des Aktionstages in den Modellstädten wurde auf mehreren Ebenen erhoben:

- Die Berichterstattung vor, während und nach dem Aktionstag am 22.9. wurde in den Massenmedien erhoben und analysiert. Die Ergebnisse, über welche Themen und mit welchem Tenor Zeitungen, Radio und Fernsehen über den Aktionstag berichteten ist in Kapitel 3, der Medienanalyse, dargestellt.
- Die Reaktion der Bevölkerung in den Modellstädten wurde in einer Passantenbefragung während des Aktionstages erhoben und anschließend ausgewertet. Die Vorgehensweise und die Ergebnisse der Befragung, wie 1472 Passanten den Aktionstag bewerten sind in Kapitel 4 dargestellt.
- In der Woche nach dem Aktionstag, der 39. Kalenderwoche, sind in den Modellstädten jeweils ausgewählte Multiplikatoren aus den für das Thema relevanten Institutionen zu ihrer Haltung und Meinung zum Verlauf des Aktionstages 2001 befragt worden. Wie Vertreter der Medien, des Einzelhandels, der Verwaltung und Umweltorganisation über den Aktionstag denken und wie sie seine Wirkung einschätzen ist in Kapitel 5 dargestellt.

In einem abschließenden Fazit (Kapitel 6) werden die Ergebnisse des Aktionstages 2001 in den sechs nordrhein-westfälischen Modellstädten zusammenfassend eingeschätzt.

## **2. Dokumentation des Aktionstages 2001**

### **2.1 Ziel und Methodik der Dokumentation**

#### *Ziel der Dokumentation*

Ziel der Dokumentation ist es, die am Aktionstag in den sechs ausgewählten Modellstädten realisierten Aktionen und Informationsstände insbesondere mit Bezug zum Einkaufs- und Freizeitverkehr zu erfassen und zu dokumentieren. Die Dokumentation der durchgeführten Aktionen soll aufzeigen, welche Form von Aktionen (Informationsangebote, Mitmach-Aktionen, Kultur- und Rahmenprogramm) angeboten wurden und inwiefern die Aktionen thematisch in den Tag eingebunden wurden. Durch den Vergleich der Dokumentation in den sechs Modellstädten können erfolgreiche und gut kommunizierbare Aktionen identifiziert und deren Stellenwert als Beitrag für einen Bewusstseinswandel zu Gunsten einer stärkeren Förderung und Nutzung der Verkehrsmittel des Umweltverbunds im Einkaufs- und Freizeitverkehr eingeschätzt werden.

#### *Methodik der Dokumentation*

Zur Dokumentation des Aktionstages in den sechs zu untersuchenden Städten in Nordrhein-Westfalen wurde ein Erhebungsschema entworfen, um einerseits die im Vorfeld des Tages geplanten Aktionen zu erfassen und andererseits am Aktionstag erheben zu können, welche Aktionen wirklich durchgeführt wurden. Die Recherche der geplanten Aktionen umfasste zunächst die schriftliche und telefonische Kontaktaufnahme zu den verantwortlichen Akteuren in den jeweiligen Städten. In den meisten Fällen fiel die Zuständigkeit zur Planung des Aktionstages in den Bereich des Umweltamtes oder des Agenda-Büros der Stadt. Zusätzliche Informationen wurden durch Kontakte zu den Kooperationspartnern vor Ort eingeholt sowie durch die Zusammenarbeit mit dem Klima-Bündnis, die als Koordinatoren des Aktionstages in Europa ebenfalls in engem Kontakt zu den Städten standen und Informationen austauschten. Das Klima-Bündnis veröffentlichte die stadtbezogenen Veranstaltungsprogramme kurz vor dem 22. September zusätzlich auf seinen Internetseiten.

Die folgende Tabelle ist ein Auszug aus einer Liste aller 166 Kommunen, die sich in Deutschland am Aktionstag beteiligt haben und listet die umfangreichen und vielfältigen Aktionen in den Kommunen Nordrhein-Westfalens auf, die sich als Charta-Zeichner, Teilnehmerstädte oder ohne weitere Absprachen mit dem Klima-Bündnis an dem Aktionstag beteiligten.

Ein Vergleich der Veranstaltungsprogramme verdeutlicht das breite Spektrum an Aktionen, mit denen sich die einzelnen Kommunen an dem Aktionstag beteiligten und unterstützten.

**Tabelle 3: Aktionen in den Kommunen Nordrhein-Westfalens am Aktionstag**

<b>Aachen (Kreis)</b>	Freizeittour per Rad unter dem Motto „Autofrei durch den Nordkreis“
<b>Aachen (Stadt)</b>	Motto des Aktionstages in Aachen: „In die Stadt – mit dem Bus“; Sonderticket für den ÖPNV unter dem Motto „Haste ma ‘ne Maak“: Im gesamten Stadtgebiet kann der Bus für IDM benutzt werden, es werden kostenlose Pendelbusse eingerichtet, Vorführung schadstoffarmer Fahrzeuge: Elektroautos, mit der Möglichkeit zur Probefahrt, Biodiesel-Fahrzeuge, Präsentation von ASEAG-Bus mit CRT-Filtertechnik, Car-Sharing, Einsatz und Präsentation des Messwagens vom Ford-Forschungszentrum, Innenstadt-Rallye unter dem Titel: „Spurensuche“ zu den Themen „Verkehr“, „Luftreinhaltung“, „Lärm“ und „Energie“, die Rallye beinhaltet u.a.: Messung der Luftqualität, Verkehrszählungen und Meinungsumfragen, anschließend findet eine Preisverleihung statt, Abschluss des Tages ist die Aufführung einer „Lichtsymphonie“, Glücksrad mit Fragen zum Thema „Mobilität“, Sensomotorischer Pfad
<b>Arnsberg</b>	„Fahrradsalon“: Präsentation der Produkte und des Leistungsspektrums Arnsberger Fahrradhändler, Inline-Skater, Skate -und Kickboards, Infostand der Polizei mit dem Angebot der Fahrradcodierung und einer Lasergeschwindigkeitsmessung für Skater, Infostände lokaler Vereine und regionaler Verkehrsbetriebe, Vergnügungsangebote für Kinder, Musik, Meinungsumfragen
<b>Bad Berleburg</b>	Spezielles Tages-ÖPNV-Angebot, Sonderbusregelung, Veranstaltungen auf dem Marktplatz, Straßensperrungen, 10-km-Citylauf, Bambinilauf, Walking, Schülerlauf, Jugendlauf, Handbiking für Rollstuhlfahrer, Inlinerennen, Mountainbiking, Infostände, Infos zu spritsparender Fahrweise, Demonstration am Objekt Auto, Spielstraße, Straßenmalerei, Themen-Malwettbewerb, Ausstellung von Fahrrädern von Einst bis Heute, Sternwanderungen und Straßenradtouren mit Preisverlosung, Live-Musik, Tanz
<b>Bochum</b>	Motto: „Prima Klima – Mobil wie nie“, Einladung zur Teilnahme an Bürger-, Einzelhandel-, Schulen, Agendagruppen, Organisationen und Verbände (z.B. auch große Unternehmen wie ARAL und Opel)
<b>Brühl</b>	Kostenlose Fahrgastbeförderung in Stadtbushaltestellen, Informationsbus und Veranstaltungsprogramm, Fahrradausstellung, Tempo-30-Aktionen, Rikschafahrten, Fahrradreparaturen, Fahrplan- und Tarifauskünfte, „Einkaufen mit dem Fahrrad“-Schaufensterausstellung des Einzelhandels, Umweltverbundtest: Eine Familie einen Monat ohne das Auto unterwegs - mit wöchentlichen Berichten in der Presse, Einkaufsrallye mit prominenten Vätern Brühls ohne Auto, Mobilitätserziehung und Klimaschutz im Rahmen schulischer Projekte, „Kiddy-Stop-Kinderbetreuung“ und Spiele, kostenlose Zeitung für Fahrgäste im Bus unter dem Motto: „Fahren und Lesen nur im Bus“; Fragebogenaktion zur Einkaufsmobilität von Frauen
<b>Castrop-Rauxel</b>	Vergrößerte Fußgängerzone, ÖPNV-Nutzer bekommen als „Danke“ eine Blume mit angehängter Karte, Fundfahrradversteigerung, Fahrradrallye, Inlinerallye, Kinderwagenrallye, Infostände, Vorstellung des neuen Radwegekonzeptes, Umfrageaktion, Wanderung, Veranstaltung der Polizei und der Verkehrswacht, Radfahrinfo und -training, Fahrradkontrolle, Fahrrad-Geschicklichkeitsturnier
<b>Dinslaken</b>	Gepäckbus, Erste Fahrt der historischen Straßenbahnlinien (Pferdewagen), Einsatz von zwei Planwagen, Fahrradkuriere, Rikschas, Fahrradrallye, Elektromobilausstellung, Podiumsdiskussionen, Bühnenprogramm, Fahrradausstellung, Fahrradcodierung, Infostände, Hüpfburg, Spielmobil, Schminkaktion, Button-Maschine, Kinder-Karussell, Sandburg, Kinder-Überraschungsaktion, Einrad-Vorführung, Bobby-Car-Rennen, Forum für Gehandicapte, Live-Musik, Bring-und-Hol-Dienst für Behinderte, Info-Stand der Gleichstellungsstelle
<b>Dortmund</b>	Info-Bus, Mobilitätsberatung, Pendelverkehr einer historischen Straßenbahn, Belohnung für ÖPNV-Nutzer, Fahrradsternfahrt, Beschilderung der ersten Fahrradrouten, Fahrradwachen, kostenlose Fahrradchecks, Fahrradselbsthilfwerkstatt, Fahrradversteigerung, Fun-Räder, Fahrradcodierung, Mitmach-Konzert mit Fahrradklingeln, Präsentation von E-Bikes, Testparcours, Beratung zur Sicherung von Rädern, Tombola, Bühne mit wechselndem Programm, Walk-Acts, Mitmach-Aktionen, stadhistorischer Spaziergang, Kampfwagen à la Ben Hur, Wortgottesdienst, Vortragsveranstaltung: „Frauen und Mobilität“ (evtl. mit Theater), Info-Stände, Außengastronomie

<b>Erfstadt</b>	Aufmerksam machen auf Belange von Frauen im Umweltverbund, Verteilen von „Denkzetteln“
<b>Hamm</b>	Derzeitiger Stand: Schwerpunkt: „Sicherheit und Beteiligung von Kindern im Verkehr“, Aktivitäten sollen durchgeführt werden von den in der Verkehrssicherheitsinitiative vertretenen Verbänden und Organisationen, Werbemaßnahmen für den ÖPNV, in diesem Jahr beginnen dauerhafte Umbaumaßnahmen in der Innenstadt
<b>Hattingen</b>	Pressekonzferenz im Vorfeld, Vorbereitung auf dem Welt-Kindertag am 16.9. (Motto: Spielen statt Auto fahren) mit Luftballonaktion, Straßensperrungen, Straßenfest, Programm und Begleitinfos in der Fußgängerzone, Außengastronomie, Hüpfburg, Fahrradpräsentation, Straßenschach, Car-Sharing-Info
<b>Herne</b>	ÖPNV-Kapazitäten werden an diesem Tag durch den Einsatz größerer Busse erhöht. Die Taktfrequenz der Linie 362 wird von 30 auf 15 Minuten verkürzt, Motto: Eine Welt – ein Klima?, Zentraler Veranstaltungsort: Vorplatz des Kulturzentrums in Herne, Parkplatz der Sparkasse, Straßen: Teil des Berliner Platzes und der Shamrockstraße, Öffnung der Fußgängerzone Bahnhofsstraße für den Fahrradverkehr, Fahrradtour „Agenda 21-Route“, Öffnung der Fußgängerzone in Wanne-Eickel, beide Akte werden durch die Bezirksvorsteher vorgenommen, Fair gehandelter „Herne Kaffee“ und Kuchen, Vortrag und Diskussion mit Germanwatch, Haushalte testen den ÖPNV: Im Rahmen der Aktion „21Testhaushalte erleben die Agenda 21“ sollen sie einen Tag den „Weg in die Innenstadt“ testen und ihre Erfahrungen am 22. September präsentieren, dabei soll eine Familie von der Presse begleitet werden, Info-Stand über Angebote der HCR, Präsentation des gasbetriebenen Autos der Stadtwerke, Hinweis und Beratung auf ein Förderkonzept für den Umbau von PKW's auf Gasbetrieb, Vorstellung der Planung für eine Gastankstelle in Herne, Präsentation von Fahrrädern, Fahrradtour, Wettbewerb „Radmängelsuche“ (ein Fahrrad wird mit Mängeln präpariert, die zu suchen sind), das gesponsorte Fahrrad der Firma Korte im Wert von 1.100,- DM und die Radbekleidung von Karstadt werden verlost, Präsentation eines elektrobetriebenen Fahrzeugs und Probefahrten, Skateranlage, Jugendliche können Skate-Hockey ausprobieren, Sternfahrten mehrerer Schulen zum zentralen Veranstaltungsplatz, Klimaausstellung, Fahrradausstellung, Präsentation des Radwegekonzepts
<b>Herzogenrath</b>	Jugend-Fahrradturnier auf Geschicklichkeitsparcours, Eröffnung des Fahrradtourismus-Projektes „Wurmtalroute“ mit zugehöriger Broschüre und Ausstellung
<b>Hürth</b>	Kostenlose Nutzung des Stadtbusses, Ausstellung besonderer Fahrräder, Vorführung von umweltfreundlichen Fahrzeugen und Wasserstoffmotoren, Aufklärung über spritsparende Fahrweise, Infostände zum Klimaschutz und Mobilität von Frauen, Fahrradwegemängelbehebung, „Schrotti“ ein aus Schrott zusammengebautes Fahrzeug, Fußgängerrallye, Inline-Skating, Spieletag des Sportsportvereins, Straßenfest
<b>Iserlohn</b>	k.A. (auch nicht der Internetseite <a href="http://www.22september.de">www.22september.de</a> )
<b>Kamp-Lintfort</b>	Zusammenschluss von vier Nachbarstädten (Kamp-Lintfort, Moers, Neukirchen-Vluyn, Rheinberg) mit individuellem Motto („Kamp-Lintfort – mobil ohne Auto“), jedoch der Gemeinschaftsaktion: Radtour der vier BürgermeisterInnen unter dem Motto: „Wir vier fahr'n Rad“, als Städteverbindung mit eingeschobener Unterhaltungseinlage in jeder der vier Städte, Zusatzbusse des ÖPNV, Fahrradbörse, Fahrradcodierung, Aktionen der Fraueninitiative, Vorstellung des Verkehrsentwicklungsplanes, Meinungsumfragen
<b>Köln</b>	Darstellung von Mobilitätsalternativen unter dem Motto: „So viel Autoverkehr wie nötig, aber so wenig wie möglich“, Vorführung schadstoffarmer Fahrzeuge, Mobilitätsmarkt mit diversen Beteiligten: Ämter der Stadtverwaltung, ADFC, Nahverkehrsunternehmen, Kölner Agenda, Car-Sharing-Unternehmen, Taxi-Ruf Köln, Aktion der Verbände: „Ring dich für Raser“
<b>Laer</b>	k.A. (auch nicht auf der Internetseite <a href="http://www.22september.de">www.22september.de</a> )
<b>Lemgo</b>	Bei entsprechendem Einkauf werden Gratisfahrtscheine ausgegeben, vergünstigtes Jahresabo für den Stadtbuss, Fundfahrradversteigerung, Fahrradcodierung, kostenloses Schnupperabo für das Fahrradparkhaus, Info-Mobil zum Fahrradtourismus, Infostände, Vortrag: „Frauenbelange in der Stadt- und Verkehrsplanung“
<b>Löhne</b>	Die Lübbecke Str. wird zur Fußgängerzone, Informationen zum ÖPNV, Aktionen und Infos zu Stadtbussystem und Anrufsammeltaxis, Gebührenfreiheit im Parkhaus, Fahrradversteigerung, Fahrradparcours, Fahrradcodierung, Einradkünstler, Mängelsuche an präpariertem Fahrrad mit Preisverleihung, Politiker-Staffellauf zum Thema: „Wegeketten

	<p>von Frauen“, Eröffnung des Tages durch den Bürgermeister, Innenstadt als Treffpunkt „eingrichtet“, Infostände von verschiedenen Verbänden, Vorstellung und Diskussionsangebot städtischer Konzepte seit September 2000, Meinungsumfragen und „Meckerkasten“, Informationen und Aktionen zu Papierverbrauch und Klimaschutz, Lärmmessung und Verkehrszählung, Jugendgruppe mit Performance zum Thema: „Wohlfühlen in unserer Innenstadt“; Spielpädagogische Rallye mit Aha-Effekten: „So ist das in einer autofreien Innenstadt“, spielpädagogische Rallye: Einkauf ohne Wagen, Luftballonaktion: „Wir schicken die Botschaft über Löhnes Grenze hinaus“, Musik und Clownerie, Kinderflohmarkt, offener Warenverkauf durch den ansässigen Einzelhandel, Spielaktionen für Kinder mit Hüpfburg, Kletterwand, Verkleidungsaktionen etc., Abschlussfest, gemeinsames Grillfest für RadfahrerInnen und BesucherInnen der Innenstadt mit dem Bürgermeister und den Vorsitzenden aller Ratsfraktionen, Einladung zur ersten Diskussionsrunde: „Eine Innenstadt wird zur Innenstadt“ im Herbst 2001 unter Einbindung der bestehenden Agendagruppe und beteiligter Verwaltungsabteilungen, Buttonmaschine, Erste Hilfe am Unfallort, geführte Radtour mit Anfahren von Schwachstellen/Gefahrenpunkten im Verkehrsnetz und Aufzeigen von alternativen und fahrradfreundlichen Radrouten</p>
<b>Moers</b>	<p>Zusammenschluss von vier Städten (Kamp-Lintfort, Moers, Neukirchen-Vluyn, Rheinberg): Die 4 Bürgermeister der Städte fahren im Rahmen des Tages unter dem Motto: „Wir 4 fahr'n Rad“ von Rheinberg über Kamp-Lintfort und Moers nach Neukirchen-Vluyn, vor den Rathäusern der Städte jeweils Zwischenstation mit Unterhaltungsprogramm und Ansprachen der Bürgermeister mit Aufruf an Bevölkerung mitzufahren</p>
<b>Mülheim a.d. Ruhr</b>	<p>Eröffnungsrede der Bürgermeisterin, Angebot eines ÖPNV-Tickets für den Preis von 12 DM (ganztägig nutzbar und für max. fünf Personen), kostenlose P+R-Plätze, Verleihen von Fahrrädern, Ausstellung von Erdgasfahrzeugen der Mülheimer Energiedienstleister, Skate-Wettbewerb, Sternlauf mit Schülern, Podiumsdiskussion mit Parteivertretern, Schülerinterviews, Hüpfburg, Spielmobil für Kinder, Wochenmarktausweitung, Rad-„Schleich“-Wettbewerb, Infostände von sämtlichen Verbänden, Geschäften etc., Radcodierung, Einweihung eines Radwegeteils, Lärmmessungen durch das Gesundheitsamt an zwei verschiedenen Tagen um zu vergleichen, Visualisierung mittels Videokamera und Fernsehgerät, Herausgabe eines Mobilitätshandbuchs, zweitägiges Brunnenfest in Verbindung mit dem Aktionstag, gemeinsames Finale auf einem zentralen Platz in der Innenstadt, ein unternehmensgesponserter Bus transportiert Kinder zum Kindergarten/zur Schule usw. (kostenlos für Eltern)</p>
<b>Münster (Westf.)</b>	<p>Kinderanhänger kostenlos zu leihen, Fahrradrickscha, 20 km Night-Scating-Tour, Informationen zu: cleverer Verkehrsnutzung, Nachtbussen, Car-Sharing, Mobilität und Logistik nicht nur für Senioren, Mobilität und Wohnen in der Stadt, energiesparendes Autofahren</p>
<b>Neukirchen-Vluyn</b>	<p>Zusammenschluss von vier Städten (Kamp-Lintfort, Moers, Neukirchen-Vluyn, Rheinberg): Die vier BürgermeisterInnen der Städte fahren im Rahmen des Tages unter dem Motto: „Wir 4 fahr'n Rad“ von Rheinberg über Kamp-Lintfort und Moers nach Neukirchen-Vluyn, vor den Rathäusern der Städte jeweils Zwischenstation mit Unterhaltungsprogramm und Ansprachen der BürgermeisterInnen mit Aufruf an Bevölkerung mitzufahren. In Neukirchen-Vluyn selbst steht eine Kultur- und Aktionsmeile im Mittelpunkt, bewusst ist zur Sperrung eine Straße ausgewählt worden, die längs der Zeche die beiden Ortsteile verbindet und in der Regel nur mit dem Auto genutzt wird, am Aktionstag wird auf dieser Straße ein kulturelles Programm angeboten (Kabarett, Mundart, Clowns, Trommler ...), Skatertour, Radrallye, eine ÖPNV-Vernetzung der Nachbarstädte samt Reaktivierung einer alten Bahntrasse an dem Aktionstag (es wird ein mögliches Bahnangebot der Zukunft erprobt, DB-Regio und die NIAG als örtliche Verkehrsgesellschaft, sowie ProBahn), zusätzlich eingerichtete Parkplätze für ca. 500 Autos</p>
<b>Ratingen</b>	<p>Veranstaltungen auf dem Marktplatz – Minoritenstraße – Rathausvorplatz, Fahrradcodierung, Verkauf von Gebrauchträdern, Orchester der Rheinbahn, Infobus der Rheinbahn, Infostände von Ratinger Gruppen zum Thema Verkehr, Bimmelbahn Dicke Bertha verbindet die Aktionsstände, Verkehrsquiz am Infostand der Agenda 21 mit vielen attraktiven Preisen, z.B. Ticket 2000, Unterhaltung und Spaß mit Aktionskünstlern der Rheinbahn, Radtouren für Kinder und Familien</p>
<b>Recklinghausen</b>	<p>Vorstellung der neuen Buslinienführung zum 30.09.01 mit Rahmenprogramm, Auftaktveranstaltung zu den Verkehrssicherheitstagen; NRW-Aufklärungskampagne „Kinder sehen es anders“, zweiter Recklinghausener Fahrradtag: Ausstellung über Spezialräder,</p>

	Infos zum Radfahren, Preisverleihung „Fahrradfreundliche Stadt“, Einweihung einer Maßnahme zur Radverkehrsförderung (exemplarische Sackgassenöffnung), Radtour, Kulturprogramm, Diskussionsveranstaltung zum Radfahren (drei Tage vorher), kostenlose Fahrradbewachung
<b>Rheinberg</b>	Die gesamte Innenstadt wird zur Fußgängerzone, Zusammenschluss der vier Städte Rheinberg, Moers, Neukirchen-Vluyn und Kamp-Lintfort mit gemeinsamer Aktion der BürgermeisterInnen „Wir 4 fahr'n Rad“- Radtour mit Abfahrten von jeder Stadt und Zwischenstop vor den Rathäusern mit Unterhaltungsprogramm der BürgermeisterInnen mit Aufruf an Bevölkerung mitzufahren. Motto des Tages in Rheinberg: „Fit durch Bewegung“, Einsatz des „Talent“ auf der reaktivierten Schienenstrecke Neukirchen-Vluyn nach Moers zwecks Ringverkehr, Sondertarif für Busse, ebenso Zusatzbusse, Sperrung von ca. 300 Parkplätzen im Innenstadtbereich, Durchführung von diversen Sportwettkämpfen in der Innenstadt (Rad, Lauf, Inliner, Staffeln), Durch Verwaltungsstaffeln sollen die Politik und Betriebe, Schulen, Vereine usw. eingebunden werden, In der gesamten Innenstadt Angebote zum Bewegen, Spielen, Ausprobieren von Sportarten, Jonglageworkshop und Tanzwerkstatt, verschiedene Vorführungen, Wettkämpfe, Kunst und Unterhaltung, diverse Infostände zu neuer Mobilität sowie gastronomische Angebote, verkaufsoffener Samstag, Meinungsumfragen
<b>Rheine</b>	Informationsstände, Tag der offenen Tür in der Radstation mit kostenlosem Fahrrad-Parken, geführte Radtouren, Gebrauchtradmarkt, Rad-Sicherheits-Check, Präsentation der Fahrradstreife, Verkehrserziehung, Ausstellung von Fahrradpässen, Fundradversteigerung, Fahrrad-Zubehör-Tauschbörse, Funräder, Vorstellung Elektromobil, Schülerband, Showeinlagen: Einräder, Jonglage, Musik
<b>Spenge</b>	k.A. (auch nicht auf der Internetseite <a href="http://www.22september.de">www.22september.de</a> )
<b>Soest</b>	Aktionstag auf dem Markt, Volksradfahren, Fahrradversteigerung, Infobus der Verkehrsunternehmen, Infostände, Vorführung von Sonderfahrrädern und zu Kinder- und Lastentransport mit dem Fahrrad, Ausstellung „Gesunde Ernährung speziell für Radler“, Vorstellung von Werkstoffen im Fahrradbau, Info-Angebote zu umweltverträglichen Verkehrskonzepten, Fahrradreparaturen und -kodierung, Car-Sharing, Rikschafahrten, Geschicklichkeitsparcours „Wer wird Fahrradchampion von Soest?“, Präsentation der Ergebnisse eines Schulprojekttages zum Thema, Kinderprogramm, Hüpfburg, Weltraumtraining mit eigener Muskelkraft, Rekordversuch für Guinness-Buch der Rekorde: längste fahrende Einradkette der Welt, Musik, Tombola
<b>Waltrop</b>	Sperrung der Kernstadt, Anrufsammeltaxis, ÖPNV: „Für 1 Euro in die Stadt“ auf allen Linien, Kulturelles und Informations-Programm, Modenschau ...
<b>Warendorf</b>	Gebührenfreies Parken am Stadtrand, Fahrradvermietung, Vorführung von Elektro- und Gasfahrzeugen, Infostände und Aktionen in der Altstadt, Rikschas, Gepäckstation, Pavillon „Rund ums Fahrrad“
<b>Westfalen-Süd (Region)</b>	ÖPNV-Tickets mit 40 % Rabatt, Kinder fahren kostenlos, zusätzliche Züge, Postkarten-Aktion mit Verbesserungsvorschlägen für den ÖPNV, danach Verlosung von fünf Monatsnetzkarten

Quelle: Wuppertal Institut nach <http://www.klimabuendnis.org/kbhome/download/aktionen.pdf>, Stand 25.9.2001

Weiterhin wurde auf den Internetseiten der einzelnen Städte recherchiert und die entsprechenden Tageszeitungen ausgewertet.

Diese umfassende Recherche identifizierte somit nicht nur die verantwortlichen Personen, deren Kooperationspartner, Veranstaltungsart, -ort und -zeit, sondern auch, ob in den einzelnen Städten eine Straßensperrung geplant war. Zusätzlich wurde erfragt, inwiefern die Sperrung des Straßenraumes wichtig war oder warum es unter Umständen nicht gelang eine Straße oder einen Straßenabschnitt zu sperren.

Anhand der Rechercheergebnisse wurde ein teil-standardisierter Protokollbogen (siehe Anhang) erstellt, mit dessen Hilfe der Aktionstag dokumentiert werden konnte. Hierzu war am 22. September in jeder ausgewählten Stadt ein Stadtkoordinator bzw. eine Stadt-

koordinatorin des Wuppertal Instituts vor Ort, der/die sowohl für die Dokumentation der Aktionen und Infostände als auch für die Einweisung und Koordination des Interviewpersonals verantwortlich war. Auf dem Protokollbogen wurden zunächst die Rahmenbedingungen des Tages festgehalten, insbesondere der Wetterverlauf an diesem Tag. Dies war von speziellem Interesse, da es sich bei dem Aktionstag um eine Open-Air-Veranstaltung handelte, deren Verlauf und Erfolg stets in besonderem Maße von einer guten, d.h. trockenen Wetterlage abhängig ist. Desweiteren wurde jede einzelne Aktion dokumentiert, indem detailliert festgehalten wurde:

- Thema der Aktion
- Veranstalter der Aktion
- Veranstaltungsort und ob dieser im Sperrbereich liegt
- Uhrzeit und Dauer der Aktion
- Art der Veranstaltung: Informationen zu Verkehrsmitteln, Sonderangebot des ÖPNV, Frauen und Mobilität, Mitmach-Aktion, Kinder- oder Kulturprogramm
- Zielgruppe der Aktion: Kinder, Frauen, Familien, Senioren oder andere Gruppen

Abschließend schätzten die StadtkoordinatorInnen das Publikumsinteresse an der jeweiligen Aktion qualitativ ein (gering – mittel – groß), indem betrachtet wurde, wie viele Personen sich für die Aktion interessierten bzw. anwesend waren und ob die Personen die Aktion augenscheinlich positiv oder negativ beurteilten. Zudem wurde vermerkt, ob die jeweilige Aktion thematisch in Verbindung zu dem Aktionstag stand. Abschließend fotografierten die StadtkoordinatorInnen die Veranstaltungen und zeichneten diese in einem Lageplan ein.

Zusätzlich zu den Aktionen wurden ebenfalls die Informationsstände dokumentiert und folgende Informationen erhoben:

- Akteur
- Straße/Platz
- Informationen für Verkehrsbetriebe, Parteien o.ä.
- Uhrzeit bzw. Ausstellungszeit
- Publikumsinteresse, situativ-qualitativ geschätzt
- Mitnahme von Informationsmaterial

- Fotografie des Informationsstandes

Ergänzend wurde festgehalten, ob Störungen auftraten, die den Ablauf des Aktionstages behinderten bzw. beeinträchtigten. Zudem notierten die Stadtkoordinatorinnen und -koordinatoren, welche Außengastronomie präsent war.

Die folgenden sechs Stadtdokumentationen sind somit vertiefte Analysen und Überprüfungen der zuvor recherchierten Daten zu den Planungen in den Modellstädten.

## 2.2 Brühl

### 2.2.1 Verkehrspolitische Rahmenbedingungen

Die Stadt Brühl liegt im Süden des Erftkreises, etwa 12 Kilometer südlich von Köln und 15 Kilometer nordwestlich von Bonn, am östlichen Rand des Vorgebirges. Die Stadt hat etwa 45.000 Einwohner und übernimmt die zentralörtliche Funktion eines Mittelzentrums in der Region. Die Stadtgebietsfläche umfasst insgesamt 3.612 Hektar, von denen 718 Hektar (19,9 %) auf bebaute Flächen und 357 Hektar (9,9 %) auf Verkehrsflächen entfallen. Hinsichtlich der Siedlungsstruktur gilt Brühl als Stadt der kurzen Wege.<sup>21</sup> Die Pkw-Dichte liegt mit 494 Pkw/1.000 Einwohner unter dem Landesdurchschnitt in Nordrhein-Westfalen (504 Pkw/1.000 Einwohner).<sup>22</sup> Die Erschließung durch den Öffentlichen Personennahverkehr (eingebunden in den VRS) ist mit einem Bahnhof der Deutschen Bahn AG, einer Stadtbahnlinie nach Köln und Bonn, verschiedenen Regional- und Ortsbuslinien sowie durch das Angebot eines Anrufsammeltaxis als gut zu bezeichnen. Das Netz von Bus und Bahnverbindungen soll mit der stufenweisen Einführung eines Stadtbussystems noch engmaschiger werden. Außerdem gibt es mit dem „Brühler Statt Auto“ einen Car-Sharing-Anbieter in Brühl. Die Stadt Brühl ist seit 1993 Mitglied in der Arbeitsgemeinschaft „Fahrradfreundliche Städte in NRW“ und verfügt über ein gut ausgebautes Radwegenetz, Fahrradabstellanlagen in der gesamten Stadt, eine Radstation, Bike&Ride-Standorte, Radwegweisung etc. Ein häufig diskutiertes verkehrspolitisches Thema ist der innerstädtische Parksuchverkehr. Der Stadtrat von Brühl hatte sich im Vorfeld des Aktionstages gegen eine Straßensperrung entschieden, um die Zugänge zu den Parkhäusern und Parkplätzen in der Stadt nicht zu beeinträchtigen. Brühl ist Modellstadt für Lärminderungsplanung. Aufgrund von Lärmbelastungsgutachten wurden verkehrsplanerische Entscheidungen getroffen, wie z. B. die Bündelung des Kfz-Verkehrs auf den Hauptstraßen in Verbindung mit der Ausweitung

---

<sup>21</sup> Vgl. [www.bruehl.de](http://www.bruehl.de)

<sup>22</sup> Vgl. MWMTV, 2000, S. 6

großflächiger Tempo 30-Zonen und die Förderung des Radverkehrs. Im Einklang hierzu wurde der Erlass einer lokalen Agenda 21 beschlossen.<sup>23</sup>

Die verkehrspolitischen Themen der Stadt und Vorteile des Umweltverbunds im Verhältnis zum Pkw wurden in der Zeitung „Mobil in Brühl“ anschaulich dargelegt. Diese im Vorfeld des Aktionstages zusammengestellte Ausgabe in einer Auflage von 20.000 Exemplaren sollte der Sensibilisierung der Brühler Bevölkerung für eine nachhaltigere Verkehrsentwicklung dienen.

In Brühl war das Agenda-Büro der Stadt verantwortlich für die Konzeption und Umsetzung des Aktionstages, der mit ersten Aktionen morgens um 11.00 Uhr beginnen und gegen 18.30 Uhr enden sollte. Beteiligt waren außerdem die Gleichstellungsbeauftragte, der Mobilitätsbeauftragte sowie die Beigeordnete für Umwelt, Kultur, Schule und Sport. Kooperationspartner waren die Deutsche Bahn AG (DB AG), der Verkehrsverbund Rhein-Sieg (VRS), die Stadtwerke Brühl, die Rhein-Erft-Verkehrsgesellschaft (REVG), der Kinderschutzbund, Brühler Fahrradhändler, der Allgemeine Deutsche Fahrradclub (ADFC), der Verkehrsclub Deutschland e.V. (VCD) sowie verschiedene Einzelhändler und lokale Unternehmen als Sponsoren.

### 2.2.2 Rahmenbedingungen

In Brühl war das Wetter während des gesamten Aktionstags unerwartet sonnig und verhältnismäßig warm, so dass viele Personen in die Innenstadt kamen. Aufgrund des guten Wetters und des stadtfestähnlichen Charakters der Veranstaltungen war die Stimmung der Besucher sehr gut und viele zeigten sich interessiert an den vielfältigen Aktionen und Informationsständen.

In Zeitungsartikeln zum europaweiten Aktionstag in Brühl wurden die Leser aufgefordert, andere Fortbewegungsmöglichkeiten als das Auto zu nutzen, um eine stadtverträglichere Mobilität zu erreichen und somit zu einer nachhaltigen Stadtentwicklung beizutragen. Außerdem wurde auf die Entwicklung des Aktionstages, insbesondere vor dem Hintergrund der nachhaltigen Entwicklung und der lokalen Agenda 21 eingegangen. Neben ausführlichen Veranstaltungshinweisen für den Aktionstag am 22. September wurde über das diesjährige Schwerpunktthema „Frauen und Mobilität“ sowie mehrfach über die Möglichkeit der kostenlosen Nutzung der Stadtbusse in Brühl berichtet.

### 2.2.3 Sperrung

In der Stadt Brühl wurde an dem Aktionstag keine Straße gesperrt und für Fußgänger und Radfahrer reserviert. Dies wurde damit begründet, dass an den Enden der Fußgängerzone

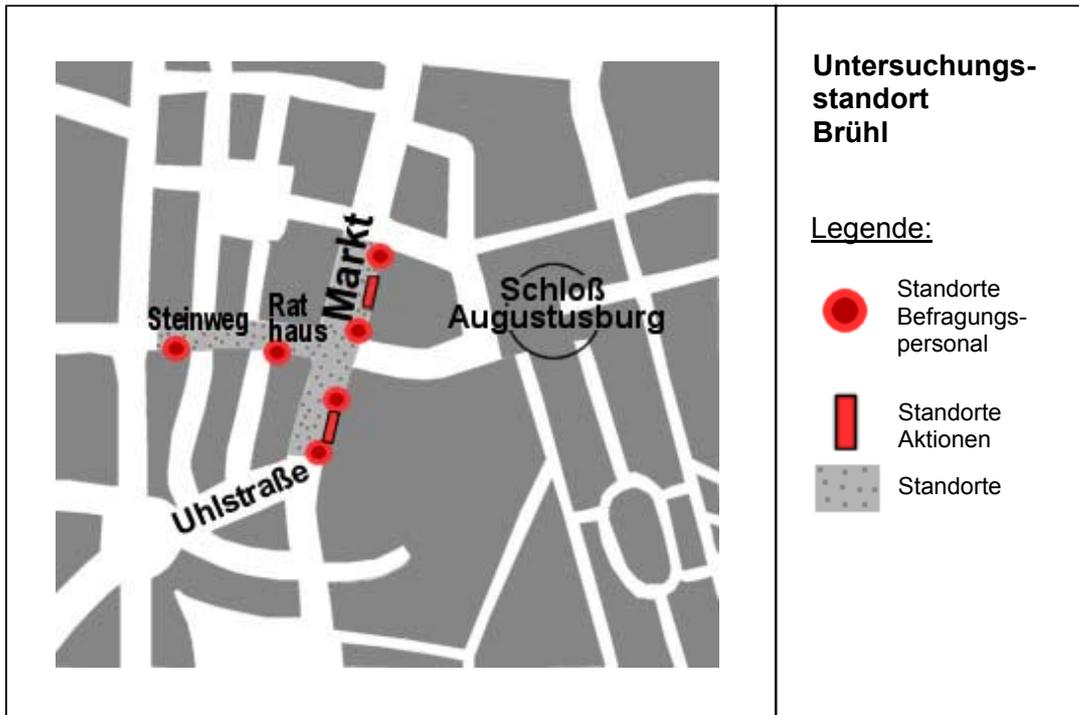
---

<sup>23</sup> Vgl. [www.bruehl.de](http://www.bruehl.de)

Parkplätze bzw. Parkhäuser liegen und die Zufahrten hierzu insbesondere am Samstag, dem traditionellen Einkaufstag, nicht versperrt werden sollten und Umleitungen aufgrund von Baustellen nicht möglich waren.

Die folgende Abbildung zeigt die Standorte der Aktionen und Informationsstände am Aktionstag in Brühl.

### Karte 2: Übersicht zu Aktionen und Informationsständen in Brühl



## 2.2.4 Aktionen am Aktionstag 2001 in Brühl

Nr.	Thema der Aktion	Veranstalter/Akteur	Straße/Platz	Im Vorfeld geplant ja/nein	Durchgeführt ja/nein	Uhrzeit	Dauer	Zielgruppe	Art der Aktion	Publikumsinteresse	Bezug zum Thema Verkehr
1	Comedykünstler	Stadt Brühl	Marktplatz/Fußgängerzone	X	X	11.00 bis 16.00	5 h	Alle	Kulturprogramm	Groß	Nein
2	Einkaufsrallye mit prominenten Vätern Brühls zum Thema „Organisation des Alltags“	Frauenreferat Brühl	Uhlstraße	X	X	11.00 bis 12.00	30 Min.	Alle	Frauen und Mobilität	Teils/teils	Ja
3	Musikveranstaltung	Musikschule	Marktplatz	X	X	14.00 bis 14.45	45 Min.	Alle	Kulturprogramm	Teils/teils	Nein
4	Kasperletheater „Thema Stadtbus“	Stadt Brühl & Tritratrullas	Rathaus	X	X	14.00	45 Min.	Kinder	Kinderprogramm	Groß	Ja
5	Fahrradtour „Schlösser und Umgebung“	ADFC	k.A.	X	X	15.00	1,5 h	Alle	Kulturprogramm	Gering	Ja
6	Gewinnziehung eines Kreuzworträtsels	Stadt Brühl	Marktplatz	X	X	15.30	30 Min.	Alle	Kulturprogramm	Groß	Ja
7	Aktionszeitung (Verteilung an alle Haushalte)	Stadt Brühl	k.A.	X	X	k.A.	k.A.	Alle	Informationen über Verkehrsmittel	k.A.	Ja
8	Fragebogenaktion zur Einkaufsmobilität von Frauen	Stadt Brühl & Kinderschutzbund	Marktplatz	X	0	k.A.	k.A.	Alle	Informationen über Verkehrsmittel	k.A.	Ja
9	Umweltverbundtest: „Eine Familie einen Monat ohne Auto“ mit Bericht in der Presse	Stadt Brühl	k.A.	X	0	k.A.	k.A.	Familien	k.A.	Keine	Ja
10	Rikschafahrten	k.A.	Innenstadt	X	0	k.A.	k.A.	Alle	Mitmach-Aktion	k.A.	
11	Fahrradreparatur	k.A.	Innenstadt	X	0	k.A.	k.A.	Alle	Informationen über Verkehrsmittel	k.A.	

Quelle: eigene Erhebungen

### Informationsstände am Aktionstag 2001 in Brühl

	Akteur	Informationen/Aktionen	Straße/Platz	Publikums- interesse
A	VCD	Allgemeine Informationen des VCD	Rathausvorplatz	Groß
B	Verkehrsverbund Rhein-Sieg	Allgemeine Informationen des VRS, Gewinnspiel	Uhlstraße	Gering
C	Eine-Welt-Laden	Informationen zum fairen Handel, keine Verkehrsinformationen	Uhlstraße	Groß
D	Statt Auto	Informationen zum Thema Car-Sharing	Uhlstraße	Mittel
E	Verbraucherzentrale NRW	Car-Sharing, Klimaschutz, Abfall- und Umweltberatung, Tombola	Uhlstraße	Groß
F	Kinderschutzbund Brühl	Spielmobil Kuntibunt, allg. Informationen zum Kinderschutzbund	Rathaus	Groß
G	REVG	Elektronische Fahrplanauskunft, Mini- Fahrpläne, Informationen zum Angebot	Marktstraße	Groß
H	Radstation Brühl	Verkauf von Fahrrädern, Info-Material der Radstation	Marktstraße	Gut
J	Krämer AG/Stadt Brühl	Information, Beratung, Verkauf von Fahrrädern	Markt	Mittel
K	Stadtwerke Brühl	Informationen zum Verkehrsangebot, zu den Linien, Informationen zum Thema Energie/Strom	Marktplatz	Groß
L	Stadt Brühl	Informationen zur Verkehrsvermeidung und -verlagerung, Gewinnspiel, Sicherheits- video	Marktplatz	Groß
M	Pro Bahn	Informationen zu Pro Bahn	Marktplatz	Mittel

Quelle: eigene Erhebungen

### Außergastronomie am Aktionstag 2001 in Brühl

Kaufhof	Reibekuchen
Aktion Gemeinsinn	Waffeln und Kaffee

Quelle: eigene Erhebungen

#### 2.2.5 Ausgewählte Aktionen in Brühl

Die herausragende Veranstaltung des Aktionstages war die vom Frauenreferat der Stadt Brühl und dem Kinderschutzbund gemeinsam veranstaltete Zeitenrallye mit Brühler Vätern. Die Männer mussten mit einem Kleinkind und einer umfangreichen Besorgungsliste am Samstagvormittag eine aufwendige Rallye absolvieren: Briefmarken bei der Post kaufen, Geld umtauschen am Samstag, Lebensmittel kaufen, Kind in der Stadt wickeln, Schulmaterial für die Kinder besorgen etc. Die Aktion diente der Veranschaulichung der Wegekettens von Frauen im normalen Alltagsleben (Reproduktionsarbeitsmobilität) und zeigte die typischen Schwierigkeiten hierbei auf. Am Informationsstand des Frauenreferats

konnten sich Interessierte zusätzlich über das diesjährige Schwerpunktthema „Frauen und Mobilität“ informieren.

**Abbildung 4: Informationsstand der Gleichstellungsbeauftragten der Stadt Brühl am Aktionstag 2001 zum Schwerpunktthema „Frauen und Mobilität“**



Quelle: Wuppertal Institut, 22.9.2001

Große Beachtung fand auch der Informationsstand der Stadt Brühl, an dem sich die Bürger und Bürgerinnen unter anderem zu den Themenfeldern Verkehrsvermeidung und –verlagerung beraten lassen konnten. Außerdem bestand die Möglichkeit, an einem Gewinnspiel teilzunehmen.

**Abbildung 5: Informationsstand der Stadt Brühl**



Quelle: Wuppertal Institut, 22.9.2001

Sehr positiv aufgenommen wurde von den Menschen in Brühl auch das Angebot der Verkehrsbetriebe der Stadt Brühl, die Stadtbuslinien an diesem Tag kostenlos benutzen zu können. Hierdurch wurde die Möglichkeit geschaffen, den öffentlichen Nahverkehr interessierten Personen näher zu bringen und sprichwörtlich erfahrbar zu machen. In Kombination mit dem Informationsbus der Stadtwerke Brühl war dies eine gelungene Werbeaktion für den Umweltverbund als Beitrag zu einer nachhaltigeren Verkehrsentwicklung.

### Abbildung 6: Informationsbus der Stadtwerke Brühl



Quelle: Wuppertal Institut, 22.9.2001

Des Weiteren haben zur gelungenen und aufgelockerten Atmosphäre des Aktionstages die unterschiedlichen Aktionen des Rahmenprogramms beigetragen, wie z.B. die Auftritte des Kasperletheaters und der Comedy-Künstler.

### Abbildung 7: Kasperletheater und Comedy-Künstler



Quelle: Wuppertal Institut, 22.9.2001

An den zahlreichen Informationsständen konnten sich die Innenstadtbesucher umfassend zu den verschiedenen Verkehrsthemen informieren und beraten lassen. Präsent waren unter anderem der Allgemeine Deutsche Fahrrad Club, der Verkehrsclub Deutschland, der Verbraucherschutz Nordrhein-Westfalen sowie der Car-Sharing-Anbieter „Statt Auto“ aus Bonn, der in Brühl eine Car-Sharing-Station unterhält und der Betreiber der Radstation in Brühl.

**Abbildung 8: Informationsstand des VCD Brühl und Start der vom ADFC veranstalteten Fahrradtour**



Quelle: Wuppertal Institut, 22.9.2001

Am Informationsstand der Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen konnte man sich nicht nur informieren und kompetent beraten lassen, sondern auch an einem Klima-Gewinnspiel teilnehmen.

**Abbildung 9: Informationsstand der Verbraucherzentrale NRW**



Quelle: Wuppertal Institut, 22.9.2001

**Abbildung 10: Informationsstand der Radstation Brühl und des Car-Sharing-Anbieters „Statt Auto“**



Quelle: Wuppertal Institut, 22.9.2001

### 2.2.6 Gesamtbeurteilung des Aktionstages 2001 in Brühl

Zusammenfassend kann (aus Sicht der Stadtkoordination) gesagt werden, dass der überwiegende Anteil der Innenstadtbesucher erst in der Stadt von dem europaweiten Aktionstag erfahren hat. Da es in Brühl keine politische Mehrheit im Stadtrat für eine Straßensperrung gab und somit keine Flächen ausschließlich für den Fuß- und Radverkehr reserviert waren fielen die Aktionen nicht unmittelbar auf. Das Veranstaltungsprogramm umfasste mehr Informationsstände als Aktionen, an denen man teilnehmen konnte. Die durchgeführten Aktionen und die Informationsstände deckten zusammengenommen wesentliche Handlungsfelder einer nachhaltigeren Verkehrspolitik ab. Mit der erwähnten Zeiterallye wurde sehr anschaulich auf die Mobilität von Frauen und damit verbundene Probleme und Hindernisse hingewiesen, die Stadtbuslinien konnten kostenfrei genutzt werden, so dass die Hemmnisschwelle für neue Kunden den ÖPNV an diesem Tag persönlich auszuprobieren sehr gering war. Außerdem konnten sich interessierte Personen an den zahlreichen Informationsständen ausführlich informieren oder beraten lassen.

Den Innenstadtbesuchern wurde bei unerwartet sonnigem und vergleichsweise warmem Wetter eine gelungene Mischung aus Informationen, Aktionen und Rahmenprogramm geboten, um über das eigene Verkehrsverhalten nachzudenken, so dass der Aktionstag positiv aufgenommen wurde und eine gute Atmosphäre herrschte.

## 2.3 Dortmund

### 2.3.1 Verkehrspolitische Rahmenbedingungen

Dortmund hat 585.000 Einwohner, liegt im östlichen Ruhrgebiet und ist Oberzentrum in der zentralörtlichen Gliederung. Während der Westen Dortmunds mit den Nachbarstädten Bochum, Essen, Hagen und Wuppertal dicht besiedelt ist, nimmt in Richtung Osten die Bevölkerungsdichte aufgrund der Randlage zum Ruhrgebiet sehr stark ab.

Dortmund liegt als Knotenpunkt sowohl an der Bahnstrecke Köln–Hannover–Berlin als auch an der Nord-Süd-Verbindung Hamburg–Bremen–Köln–Frankfurt, so dass der Bahnanschluss als sehr gut bezeichnet werden kann. Die Einbindung in das Bundesautobahnnetz ist aufgrund mehrerer Autobahnanschlüsse an die A 1, A 2, A 44, A 45 und A 430 ebenfalls sehr gut. Die Pkw-Dichte liegt in Dortmund mit 476Pkw/1.000 deutlich unter dem Landesdurchschnitt von 504 Pkw/1.000 Einwohner.<sup>24</sup>

Die Dortmunder Stadtwerke (DSW), eingebunden in den Verkehrsverbund Rhein-Ruhr und Betreiber des öffentlichen Nahverkehrssystems in Dortmund, warben im Vorfeld als auch am Aktionstag für das erfolgreiche Schnupperabo der DSW. Das ÖPNV-Angebot der DSW umfasst neben dem Angebot an Linienbussen auch die Straßenbahnen und die U-Bahn. Die Deutsche Bahn AG ergänzt das Angebot durch den Betrieb der S-Bahn. Seit Herbst 2001 unterstützen die DSW gemeinsam mit dem VRR „combicar“, eine innovative Car-Sharing-Variante.<sup>25</sup>

Die Stadt Dortmund ist bemüht, den Radverkehrsanteil am Verkehrsaufkommen zu erhöhen und nutzte hierfür den Aktionstag, um die erste beschilderte innerstädtische Fahrradrouten vom Nebenzentrum Aplerbeck in die City symbolisch einzuweihen. An der Sternfahrt hierzu beteiligten sich viele interessierte, Rad fahrende Bürgerinnen und Bürger der Stadt Dortmund. Ein weiteres Vorhaben des Stadtplanungsamts zur Reduzierung des motorisierten Individualverkehrs in der Innenstadt ist es, die P+R-Parkplätze am Rand der Innenstadt an das Parkleitsystem anzuschließen. Der am Aktionstag gesperrte Straßebereich ist Teil des zukünftigen „Boulevard Kampstraße“, der bis 2006/2007 als

---

<sup>24</sup> Vgl. Landesamt für Datenverarbeitung und Statistik NRW, 2000.

<sup>25</sup> Vgl. Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie GmbH 2001.

Diese neue Mobilitätsdienstleistung richtet sich an Berufspendler aus Randlagen, die auf ihrem Arbeitsweg auf ein eigenes Auto angewiesen sind, weil die Fahrt mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu lange dauert oder zu umständlich ist. Ihnen soll mit combicar eine Alternative angeboten werden, die im Vergleich zum eigenen Auto kostengünstiger, aber ähnlich praktisch und obendrein auch noch umweltfreundlicher ist. Wie bei Park+Ride fährt man mit dem combicar, das man bei stadtmobil Dortmund mietet, beispielsweise zur nächsten S-Bahn-Haltestelle mit combicar-Station und von dort weiter mit der S-Bahn zum Arbeitsplatz. Am Nachmittag holt man das Auto an der combicar-Station wieder ab. Wie ein eigenes Auto kann man combicar aber auch in der Freizeit und am Wochenende nutzen. Dadurch, dass die combicars während der Arbeitszeit als Car-Sharing-Autos unterwegs sind, werden die Kosten gesenkt.

Fußgängerzone mit Wasserlauf und ohne Straßenbahn umgestaltet werden soll. Hierüber informierte auch der Stand des Stadtplanungsamts auf der Kampstraße.

In Dortmund war das Stadtplanungsamt verantwortlich für die Planung des Aktionstages sowie deren Umsetzung in der Zeit von 11.00 bis 16.00 Uhr. Kooperationspartner, lokale Akteure und Sponsoren waren der VCD, ADFC, City-Ring, die DSW, das Frauenbüro der Stadt Dortmund, die Feministische Organisation von Planerinnen und Architektinnen (FOPA), die Lokalzeitung Ruhr-Nachrichten, Stadtparkasse, Karstadt, die Vereinigten Kirchenkreise, die Polizei, Greenpeace, autofrei leben e.V., Umweltamt, Dortmunder Beschäftigungs-, Qualifizierungs- und Ausbildungsgesellschaft mbH (dobeq) sowie ein Fahrradgeschäft.

### 2.3.2 Medienberichterstattung im Vorfeld des Aktionstages

Die Dortmunder Tageszeitungen berichteten vor dem Aktionstag in erster Linie über das Veranstaltungsprogramm auf dem zukünftigen Boulevard Kampstraße, die Einweihung der neuen, beschilderten Fahrradrouten vom Stadtteil Aplerbeck in die Dortmunder Innenstadt sowie das geplante Fahrradklingelkonzert an diesem Tag. Die Stadtwerke Dortmund kündigten in den Lokalzeitungen an, das Schnupper-Ticket als Anreiz zum Umstieg auf den Öffentlichen Nahverkehr anbieten und hierüber informieren zu wollen. Es wurde nicht vertieft auf den Hintergrund und die Begleituntersuchung des Aktionstages eingegangen. In den Berichten zum Aktionstag wurden keine ortsbezogenen relevanten Verkehrsprobleme diskutiert.

### 2.3.3 Rahmenbedingungen

Die Rahmenbedingungen für den Aktionstag in Dortmund waren im Vergleich zu den Tagen zuvor recht gut. Der Himmel war die meiste Zeit zwar sehr bewölkt, zeitweise war es aber auch sonnig. Ab 15.00 Uhr begann es leicht zu regnen. Insgesamt betrachtet war es mit 11 bis 15 Grad Celsius bei leichtem Wind herbstlich-kühl.

Die Stimmung der Besucher des Aktionstages, die im Vorfeld bereits hierüber informiert waren als auch derjenigen, die erst während ihres Innenstadtbesuches auf die Aktionen und Informationsstände aufmerksam wurden, war sehr gut und interessiert. Durch die parallele Lage des gesperrten Bereiches der Kampstraße zur stark frequentierten Fußgängerzone lag der Aktionsraum im Schatten des Einkaufsverkehrs, so dass nicht alle Innenstadtbesucher auf den Aktionstag aufmerksam wurden.

### 2.3.4 Sperrung

In Dortmund wurde während des Aktionstages die Kampstraße zwischen dem Willy-Brandt-Platz (Reinoldi-Kirche) und Freistuhl für den motorisierten Individualverkehr

gesperrt und konnte damit für den Fußgänger- und Radverkehr freizügig genutzt werden. Lediglich die Straßenbahn fuhr in diesem Bereich. Der mehrere 100 m lange Sperrbereich der Kampstraße wurde jedoch nur im Bereich Willy-Brandt-Platz bis Brückstraße für die Aktionen und Informationsstände zum Aktionstag genutzt. Die Kampstraße ist in dem gesperrten Bereich normalerweise verhältnismäßig wenig befahren, im Gegensatz zu dem nicht gesperrten Bereich. Auf dem Foto sind die Teilnehmer der Sternfahrt, veranstaltet vom Stadtplanungsamt und dem VCD, im gesperrten Bereich der Kampstraße zu sehen.

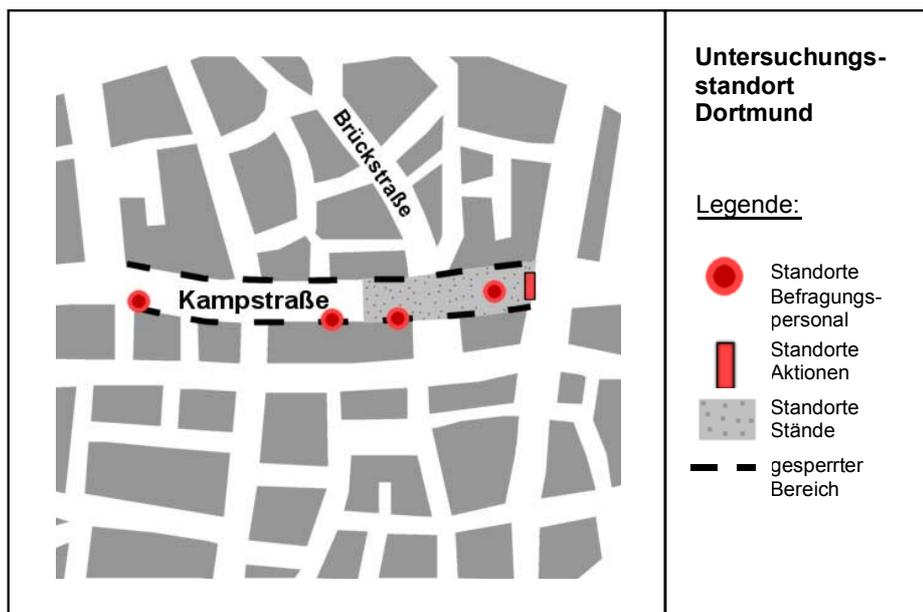
**Abbildung 11: Kampstraße im gesperrten Bereich**



Quelle: Wuppertal Institut, 22.9.2001

Die folgende Abbildung zeigt den gesperrten Abschnitt der Kampstraße sowie die Standorte der Aktionen und Informationsstände am Aktionstag in Dortmund.

**Karte 3: Aktionen und Informationsstände im Sperrbereich in Dortmund**



### Abbildung 12: Informationsstand des ADFC



Quelle: Wuppertal Institut, 22.9.2001

Das abwechslungsreiche Bühnenprogramm, gestaltet und moderiert vom lokalen Dortmunder Rundfunksender „Radio 91,2“, lockte viele Innenstadtbesucher an. Während des Tages fand eine Fahrradversteigerung der dobeq statt, die auf sehr großes Interesse stieß. Der in Dortmund sehr bekannte Kinderliedermacher Klaus Neuhaus sowie verschiedene Musik-Bands traten auf und sorgten für gute Stimmung.

### Abbildung 13: Bühne auf dem Willy-Brandt-Platz in Dortmund



Quelle: Wuppertal Institut, 22.9.2001

Die Info-Linie der Dortmunder Stadtwerke, ein zum Informationsmobil umgebauter Bus, war während des gesamten Aktionstages sehr gut besucht. Geschickt verknüpft wurde das Angebot „Kinderschminken“ mit der Möglichkeit, interessierte Personen über die Angebote der Dortmunder Stadtwerke zu informieren. Während die Kinder geschminkt wurden, konnten sich die Eltern bei kompetenten Ansprechpartnern elektronische Fahrplanauskünfte einholen, über das Schnupperabo der DSW informieren oder allgemeine Informationen mitnehmen. Sehr gut angenommen wurde auch das Sonderangebot der

historischen Straßenbahn, die im Pendelverkehr zum regulären Fahrpreis auf der Ost-West-Strecke während des gesamten Tages eingesetzt wurde.

**Abbildung 14: Info-Linie der Dortmunder Stadtwerke, Kinderschminken und historische Straßenbahn im Pendelverkehr**



Quelle: Wuppertal Institut, 22.9.2001

An dem Informationsstand des Stadtplanungsamtes der Stadt Dortmund konnten sich interessierte Personen unter anderem über das Thema Einkaufsmobilität und aktuelle Verkehrsplanungen in Dortmund (Umgestaltung der Kampstraße etc.) informieren. Außerdem waren fachkompetente Personen vor Ort, die zu Fragen Stellung nahmen. Zudem konnte an einem Drahteselbiegewettbewerb teilgenommen werden, bei dem aus Draht Fahrräder gestaltet werden konnten, die am Nachmittag prämiert wurden.

**Abbildung 15: Informationsstand des Stadtplanungsamtes Dortmund**



Quelle: Wuppertal Institut, 22.9.2001

### 2.3.7 Gesamtbeurteilung des Aktionstages 2001 in Dortmund

Die vielseitigen Aktionen und Informationsstände des Aktionstages in Dortmund waren sehr unterschiedlich gut bzw. schlecht besucht. Besonders gut besucht waren alle Angebote zum Thema Fahrrad, z.B. die Sternfahrt nach der Einweihung der ersten beschilderten Fahrradrouten Dortmunds, das anschließende Fahrradklingelkonzert oder der Informations-

stand des ADFC, an dem man sich sehr vielseitig informieren oder sein Fahrrad codieren lassen konnte. Ebenso gut besucht war der Informationsstand eines Fahrradgeschäfts, das unter anderem Elektrofahrräder und Fun-Bikes vorstellte. Sehr großen Anklang fand auch die Fahrradversteigerung der dobeq, bei der die unterschiedlichsten Fahrräder unter den Hammer kamen. Nicht so gut angenommen wurden beispielsweise die Informationsstände des Umweltamtes und des Vereins „autofrei leben e.V.“. Stetig begleitet und untermalt wurde der Aktionstag durch das durchgängige Bühnenprogramm, einen Clown sowie einen Einradjongleur.

Nicht sehr gut besucht aber sehr positiv aufgenommen wurde auch der Vortrag von Marion Hering zum diesjährigen Schwerpunktthema „Frauen und Mobilität“ in der Stadt- und Landesbibliothek mit der anschließenden Vorstellung eines Improvisationstheaters zu diesem Thema.

Der Stadtkoordination fiel sehr deutlich auf, dass eine hohe Anzahl an Personen nicht von dem Aktionstag erfahren hatte, bevor sie in die Stadt gekommen waren. Die Besucher bemängelten, dass die Informationen in den Medien und insbesondere in den Tageszeitungen ungenügend gewesen seien und dass es keine Plakatierungen in der Stadt gegeben habe. Häufig wurden sie erst durch das laute Bühnenprogramm in unmittelbarer Nähe der Reinoldi-Kirche angelockt.

Aufgrund des einsetzenden leichten Nieselregens und des Rückgangs interessierter Personen im Sperrbereich begannen einige Informationsstände bereits ab 15.00 Uhr mit dem Abbau ihrer Stände, so dass sich die Veranstaltung langsam dem Ende näherte und gegen 16.00 Uhr zeitgleich mit dem Geschäftsschluss in der Innenstadt abgeschlossen war.

Die Gesamtbeurteilung aus Sicht der Stadtkoordination fällt insgesamt positiv aus, da es den Veranstaltern des Aktionstages gelungen ist, vielfältige Handlungsfelder für eine nachhaltige Verkehrsentwicklung zu thematisieren und die Besucher des Aktionstages hierauf aufmerksam zu machen.

## 2.4 Köln

### 2.4.1 Verkehrspolitische Rahmenbedingungen

Köln hat ca. eine Million Einwohner, liegt im Rheinland, weist eine hoch verdichtete Siedlungsstruktur auf und fällt daher in die landesplanerischen Kategorien Verdichtungsraum und Oberzentrum. Typisch hierfür ist die im Landesvergleich unterdurchschnittliche Pkw-Dichte von 484 Pkw/1.000 Einwohner.<sup>26</sup> Die Stadt ist Knotenpunkt wichtiger Bahnlinien in Nord-Süd- und Ost-West-Richtung und angebunden an das Hochgeschwindigkeitsnetz der europäischen Bahnen. Zudem ist Köln ein wichtiger Güterumschlagplatz der Deutschen Bahn und durch die Lage an der Wasserstraße Rhein sehr gut an die Infrastruktur der Binnenschifffahrt angeschlossen. In das Fernstraßennetz ist Köln durch diverse Autobahnanschlüsse (A 1, A 3, A 4, A 61) eingegliedert und durch den Flughafen Köln-Bonn in den nationalen und internationalen Flugverkehr. Der Nahverkehr wird betrieben von den Kölner Verkehrsbetrieben (KVB) und ist integriert in den Verkehrsverbund Rhein-Sieg (VRS).<sup>27</sup>

Die Diskussionen um den Aktionstag waren in Köln eingebunden in die verkehrspolitische Debatte über die regelmäßige Sperrung des Hohenzollernrings während der Wochenenden in den Sommermonaten. Nachdem sich alle Fraktionen im Stadtrat dafür ausgesprochen haben, sollte der Aktionstag als Versuch hierzu gelten. Außerdem ist die Stadt Köln bemüht, den Radverkehrsanteil am Modal Split von derzeit 16 Prozent auf 20 Prozent anzuheben und die Qualität der Fahrradabstellanlagen, insbesondere an Bike+Ride-Stationen fortlaufend zu verbessern. Weiterhin sollen zur Förderung und Attraktivierung der Nahmobilität Multifunktionsstreifen und breitere Bürgersteige zu einer Neuaufteilung der Verkehrsfläche und damit zur Förderung des Fahrrades, der Fußgänger (Skater, Kickboarder usw.) beitragen. Berichtet wurde des öfteren über die geplante Nord-Süd-U-Bahn und die geplante autofreie Siedlung in Köln-Nippes.

Die Tagesveranstaltung auf dem Neumarkt wurde von der Stadt Köln bzw. dem Amt für Straßen- und Verkehrstechnik während der Geschäftsöffnungszeiten (bis 18.00 Uhr) als Mobilitätsmarkt organisiert. Kooperationspartner und lokale Akteure waren verschiedene Ämter der Stadt Köln (Europabüro, Amt für Umweltschutz und Lebensmittelüberwachung, Amt für Brücken- und Stadtbahnbau), stadtfoköln, City-Marketing Köln, Kölner Verkehrs-Betriebe AG, Verkehrsverbund Rhein-Sieg (VRS), CarPool GmbH, cambio Köln - Stattauto Carsharing GmbH, Taxi-Ruf Köln, Arbeitskreis Autofreie Siedlung Köln e.V., Köln Agenda e.V., Kiddy-Club, der Fahrradanhängerhersteller Zwei plus Zwei und der WDR.

---

<sup>26</sup> Vgl. Landesamt für Datenverarbeitung und Statistik NRW, 2000.

<sup>27</sup> Vgl. [www.koeln.de](http://www.koeln.de)

Die Abendveranstaltung von 18.00 bis 22.00 Uhr auf dem gesperrten Hohenzollernring wurde von dem Forum Kölner Verkehrsinitiativen unter Leitung des VCD organisiert. Weitere Kooperationspartner waren der ADFC und die Fahrradgeschäfte RADLAST, Veloladen und Radfieber.

#### 2.4.2 Medienberichterstattung im Vorfeld des Aktionstages

Die Tageszeitungen berichteten im Vorfeld des Aktionstages sowohl über den „Mobilitätsmarkt“ auf dem Neumarkt und das geplante Tagesprogramm als auch über die beantragte Demonstration des Forums Kölner Verkehrsinitiativen zur Sperrung des Hohenzollernrings am Abend des europaweiten Aktionstages und das Veranstaltungsprogramm auf dem Ring. Die Sperrung sollte als Test für die in Zukunft regelmäßige Sperrung der Ringe am Wochenende gelten.

#### 2.4.3 Rahmenbedingungen

Die Rahmenbedingungen für den Aktionstag in Köln waren zunächst gut, da es im Tagesverlauf die meiste Zeit sonnig war und nicht regnete. Erst am späten Nachmittag verschlechterte sich die Wetterlage und starke Regenschauer veranlassten viele Innenstadtbesucher und interessierte Personen am Neumarkt, den Heimweg anzutreten. Die Abendveranstaltung auf dem gesperrten Hohenzollernring wurde durch den andauernden Regen so stark beeinträchtigt, dass die meisten Personen die Veranstaltung frühzeitig verließen und der Ring anstatt um 22.00 Uhr bereits um 21.00 Uhr wieder geöffnet wurde.

#### 2.4.4 Sperrung

Obwohl die Stadt Köln die Charta des Klima-Bündnisses unterschrieben hatte und sich damit zur Sperrung eines Straßenabschnittes für den motorisierten Verkehrs verpflichtet hatte, wurde an dem Aktionstag keine Sperrung ausgewiesen, da sich der Stadtrat eindeutig dagegen entschieden hatte, an einem Samstag als traditionellem Einkaufstag Straßenabschnitte im Innenstadtbereich zu sperren. Daher waren die Bühne als auch die Informationsstände der teilnehmenden Akteure auf dem Neumarkt angeordnet, umringt vom Autoverkehr.

Da während der Tagesveranstaltung auf dem Neumarkt keine Sperrung erfolgte, der Mobilitätsmarkt nahezu ausschließlich aus Informationsständen bestand und nur wenige Aktionen mit thematischem Bezug zum europaweiten Aktionstag angeboten wurden, fand am Abend des Aktionstages eine Gegenveranstaltung, in erster Linie initiiert vom VCD, statt. Angekündigt und genehmigt als Demonstration wurde der Hohenzollernring in der Zeit von 18.00 bis 21.00 Uhr vom Friesenplatz bis zum Rudolfplatz für den motorisierten Individualverkehr gesperrt.

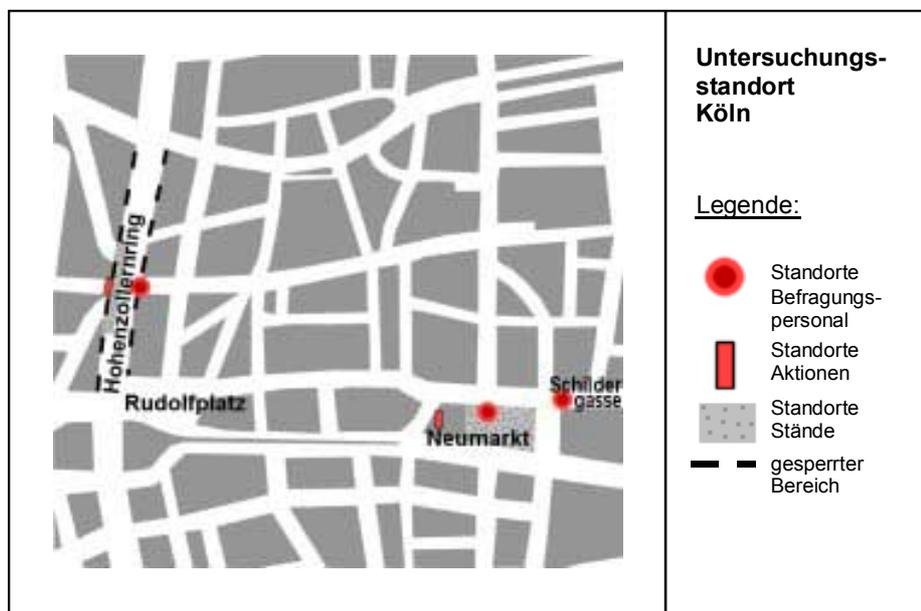
**Abbildung 16: Absperrung auf dem Hohenzollernring am Abend des Aktionstages**



Quelle: Wuppertal Institut, 22.9.2001

Die folgenden Karten bilden einerseits die Aktionen und Informationsstände auf dem Mobilitätsmarkt auf dem Neumarkt ab und andererseits die Aktionen und Informationsstände auf dem gesperrten Hohenzollernring während der Abendveranstaltung.

**Karte 4: Aktionen und Informationsstände auf dem gesperrten Hohenzollernring während der Abendveranstaltung**



## 2.4.5 Aktionen und Informationsstände am Aktionstag 2001 in Köln

### *Mobilitätsmarkt auf dem Neumarkt*

	Thema der Aktion	Veranstalter/Akteur	Straße/Platz	Im Vorfeld geplant ja/nein	Durchgeführt ja/nein	Uhrzeit	Dauer	Zielgruppe	Art der Aktion	Publikumsinteresse	Bezug zum Thema Verkehr
1	Begrüßung durch den Moderator	WDR	Neumarkt	X	X	10.00	5 Min.	Alle	Eröffnungsrede	Gering	Ja
2	Band Sugar and Ocean (mehrere Auftritte)	WDR/Stadt Köln	Neumarkt	X	X	10.15 ganztägig	20 Min.	Alle	Kulturprogramm	Gering	Nein
3	Vorstellung des KVB-Schnupperabos	KVB/WDR	Neumarkt	X	X	10.20	5 Min.	Alle	Informationen über Verkehrsmittel	Gering	Ja
4	Begrüßung durch den Oberbürgermeister	Stadt Köln	Neumarkt	X	X	10.30	5 Min.	Alle	Eröffnungsrede	Teils/teils	Ja
5	Begrüßung durch den Regierungspräsidenten Roters		Neumarkt	X	X	10.40	5 Min.	Alle	Eröffnungsrede	Teils/teils	Ja
6	Gewinnspiel (mehrmals am Aktionstag)	WDR	Neumarkt	X	X	10.55 ganztägig	20 Min.	Alle	Kulturprogramm	Teils/teils	Ja
7	Bühnenshow & Theater	k.A.	Neumarkt	X	X	11.15	30 Min.	Alle	Kulturprogramm	Gering	Ja
8	Theater Fatal Banal	k.A.	Neumarkt	X	X	12.00	30 Min.	Alle	Kulturprogramm	Groß	Ja
9	Band „Die Aap“	k.A.	Neumarkt	X	X	13.00	30 Min.	Alle	Kulturprogramm	Groß	Nein
10	Musical „Saturday Night Fever“	k.A.	Neumarkt	X	X	18.00 und 19.40	25 Min.	Alle	Kulturprogramm	Teils/teils	Nein
11	Trash Theater	k.A.	Neumarkt	X	X	16.30		Alle	Kulturprogramm	Teils/teils	Nein
12	Vorstellung der Nord-Süd-U-Bahn	k.A.	Neumarkt	X	X	17.30	10 Min.	Alle	Informationen über Verkehrsmittel	Teils/teils	Ja
13	Theater Pustelblume	k.A.	Neumarkt	X	X	17.45	20 Min.	Alle	Kulturprogramm	Teils/teils	Nein
14	WDR-Sendung (live)	k.A.	Neumarkt	X	X	18.00	2 h	Alle	Kulturprogramm und Information über Verkehrsmittel	Gering	Ja
15	Fahrradcodierung	k.A.	Neumarkt	X	X	10.00 bis 20.00	k.A.	Alle	Informationen über Verkehrsmittel	Teils/teils	Ja

Quelle: eigene Erhebungen

### *Hohenzollernring*

	Thema der Aktion	Veranstalter/Akteur	Straße/Platz	Im Vorfeld geplant	Durchgeführt ja/nein	Uhrzeit	Dauer	Zielgruppe	Art der Aktion	Publikumsinteresse	Bezug zum Thema Verkehr
1	Kinderzirkus	Zirkus Pappnase	Ring/Bühne	X	X	18.30	30 Min.	Alle	Kinderprogramm	Gering	Nein
2	Ring für Kinder Preisverleihung des Seifenkistenrennens am Nachmittag	Bürgermeisterin	Ring/Bühne	X	X	19.00	15 Min.	Alle	Kinderprogramm	Teils/teils	Nein
3	Sport auf dem Ring	Freizeitbüro	Ring	X	X	18.00 bis 20.30	2,5 h	Alle	Mitmach-Aktion	Gering	Nein
4	Probefahren von Liegerädern	Veloladen	Ring	X	X	18.00 bis 20.15	2,25 h	Alle	Information über Verkehrsmittel	Gering	Ja
5	Big Band	k.A.	Ring/Bühne	X	X	19.00	30 Min.	Alle	Kulturprogramm	Teils/teils	Nein
6	Straße frei für Menschen	k.A.	Ring	X	X	19.00 bis 20.00	1 h	Alle	Kulturprogramm	Gering	Ja

Quelle: eigene Erhebungen

## Informationsstände am Aktionstag in Köln

### Mobilitätsmarkt auf dem Neumarkt

	Akteur	Informationen/Aktionen	Straße/Platz	Publikums- interesse
A	WDR	Werbung für den WDR	Neumarkt	Teils/teils
B	Stadt Köln	Informationen zur geplanten U-Bahnstrecke Nord-Süd	Neumarkt	Teils/teils
C	Carpool (KVB)	Informationen und Verlosung eines Cabrio-Wochenendes	Neumarkt	Gering
D	Lokale Agenda 21 Köln und Fahrradladen 2+2	Informationen und Gewinnspiel	Neumarkt	Teils/teils
E	Amt für Brücken und Stadtbahn	Informationen zu Radwegen und allg. Informationen	Neumarkt	Teils/teils
F	Arbeitskreis Autofrei	Informationen zum autofreien Wohnen in Köln-Nippes	Neumarkt	Gering
G	Europabüro	Informationen zum Europabüro der Stadt	Neumarkt	Gering
H	Cambio	Informationen zum Car-Sharing	Neumarkt	Gering
J	Kiddy-Club	Kindergarten während des Einkaufs	Neumarkt	Gering
K	Taxi Ruf	Taxis mit Gasantrieb	Neumarkt	Gering
L	Köln-Ticket / Karstadt	Ticketverkauf	Neumarkt	Gering
M	KVB	Informationen zu Monatstickets und Schnuppertickets	Neumarkt	Groß
N	VRS	Casting für das Schülerticket	Neumarkt	Gering

Quelle: eigene Erhebungen

### Hohenzollernring

	Akteur	Informationen/Aktionen	Straße/Platz	Publikums- interesse
A	VCD	Informationen über den VCD	Ring	Gering
B	Bündnis 90/Die Grünen	Parteiprogramme	Ring	Gering

Quelle: eigene Erhebungen

### Außengastronomie in Köln

Neumarkt	Hohenzollernring am Abend
1 Reibekuchenstand	Keine Außengastronomie
1 Bratwurststand	
1 Bierwagen	

Quelle: eigene Erhebungen

## 2.4.6 Ausgewählte Aktionen und Informationsstände in Köln

### *Neumarkt*

Während des Aktionstages wurde das Bühnenprogramm auf dem Neumarkt von der KVB moderiert. Es traten verschiedene Musikgruppen auf, ein Musical und ein Kabarett wurden dargeboten, Gewinnspiele veranstaltet, die Kölner Verkehrsbetriebe stellten ihr Schnupperabo vor, die geplante Nord-Süd-Verbindung der U-Bahn wurde diskutiert und vieles mehr.

### **Abbildung 17: Bühnenprogramm auf dem Neumarkt**



Quelle: Wuppertal Institut, 22.9.2001

Rund um den Neumarkt gruppierten sich die oben aufgelisteten Informationsstände, die sich mit den Verkehrsmitteln des Umweltverbundes befassen. So konnten sich interessierte Personen über das Projekt „Autofreies Wohnen in Köln-Nippes“ informieren, ihr Fahrrad zum Diebstahlschutz codieren lassen oder sich vom Car-Sharing-Anbieter beraten lassen.

### Abbildung 18: Informationsstände am Neumarkt in Köln



Fahrradcodierung & Fahrradanhängerhersteller 2+2 und Lokale Agenda Köln mit einem gemeinsamen Stand



Autofreies Wohnen in Köln-Nippes



Taxi-Ruf Köln mit einem Erdgasfahrzeug



Informationsstand von Car-Pool



Die Rikschafahrer waren am Aktionstag häufig im Einsatz

### *Hohenzollernring*

Abends wurde in dem gesperrten Bereich des Rings eine Bühne aufgebaut, auf der die Gegenveranstaltung zu den Aktionen auf dem Neumarkt dargeboten und moderiert wurde. Unter anderem trat der Kinderzirkus Pappnase auf.

### Abbildung 19: Kinderzirkus Pappnase



Quelle: Wuppertal Institut, 22.9.2001

Anfangs war der gesperrte Ring gut besucht, viele Fußgänger hielten sich im Sperrbereich auf. Es konnten Liegeräder probegefahren werden und Inline-Skater waren unterwegs. Zudem wurden die Sieger des am Nachmittag ausgetragenen Seifenkistenrennens prämiert. Jedoch begann es um 18.00 Uhr stark an zu regnen und die Besucherzahl des Rings reduzierte sich sehr, so dass die Veranstaltung auf dem Ring früher als ursprünglich geplant beendet und die Sperrung bereits um 21.00 Uhr anstatt um 22.00 Uhr aufgehoben wurde.

### Abbildung 20: Abgesperrter Bereich auf dem Hohenzollernring



Quelle: Wuppertal Institut, 22.9.2001

### Abbildung 21: Siegerehrung des Seifenkistenrennens



Quelle: Wuppertal Institut, 22.9.2001

#### 2.4.7 Gesamtbeurteilung des Aktionstages 2001 in Köln

Der Aktionstag in Köln muss aus zwei Blickwinkeln betrachtet werden, da es während des Tages eine Veranstaltung (Mobilitätsmarkt) auf dem Neumarkt gab und abends eine separate Veranstaltung auf dem für einige Stunden für den motorisierten Verkehr gesperrten Hohenzollernring.

Der Mobilitätsmarkt auf dem Neumarkt kann nicht als Erfolg im Sinne einer Auto-reduzierung gewertet werden, da keine Straßensperrung erfolgte und die Veranstaltungen und Informationsstände auf dem Neumarkt, umringt vom Autoverkehr stattgefunden haben bzw. dargeboten wurden. Das von der KVB moderierte Bühnenprogramm war thematisch nur geringfügig auf den Anlass des Aktionstages ausgerichtet. Zwar wurden das Schnupperabo der KVB vorgestellt und die geplante Nord-Süd-Verbindung der U-Bahn diskutiert, ansonsten ging das Programm nicht vertieft auf die Hintergründe des Tages, Vorzüge autofreier Innenstädte oder ähnliche verkehrspolitische Themen, ein. Der Mobilitätsmarkt auf dem Neumarkt war eine reine Informationsveranstaltung einzelner Interessensgruppen und bot wenig Gelegenheit zum Ausprobieren oder Mitmach-Aktionen. Negativ aufgefallen ist, dass das Unternehmen carpool nicht nur seine Autos ausstellte, sondern sogar ein Wochenende mit einem Cabrio verlorste.

Die Sperrung des Ringes am Abend kann positiv bewertet werden, litt aber sehr unter den schlechten Witterungsverhältnissen. Gegen 18.00 Uhr wurde der Ring gesperrt und von einigen Fußgängern und Radfahrern in Anspruch genommen. Das Kinderprogramm auf der Bühne sowie die Siegerehrung des Seifenkistenrennens am Nachmittag kamen gut bei den Kindern an. Kurz darauf begann es sehr stark zu regnen und die meisten Besucher traten den Rückweg an. Hierdurch wurde die Sperrung bereits um 21.00 Uhr aufgehoben.

Der europaweite Aktionstag war in Köln geprägt von zwei sehr unterschiedlichen Veranstaltungen, die dadurch entstanden sind, dass sich die Stadtratsfraktionen gegen eine Sperrung zugunsten des Aktionstages ausgesprochen hatten und sich daraufhin die

engagierten Umweltverbände nicht mehr an der Tagesveranstaltung beteiligten, sondern die Sperrung des Hohenzollernrings als Demonstration anmeldeten. Diese Trennung der Veranstalter war nicht förderlich für den Aktionstag, da die Planungen dadurch in den Medien und bei der Bevölkerung sehr kontrovers diskutiert wurden und der Mobilitätsmarkt nur wenigen Stadtbesuchern auffiel. Somit kann der Aktionstag in Köln letztendlich nicht als Erfolg gewertet werden.

## 2.5 Löhne

### 2.5.1 Verkehrspolitische Rahmenbedingungen

Die Stadt Löhne mit ihren knapp 43.000 Einwohnern stellt einen Zusammenschluss aus fünf zuvor selbständigen Gemeinden dar und ist landesplanerisch als Mittelzentrum eingestuft, das an der Bahnlinie Hannover–Ruhrgebiet liegt. In das bundesweite Straßennetz ist Löhne durch die Autobahnen A 30 und A 2 eingebunden. Löhne liegt in einer Region Ostwestfalens, die durch eine disperse Siedlungsstruktur und damit verbundene geringe Dichte gekennzeichnet ist. Der Anteil der Ein- und Zweifamilienhäuser an der Gesamtbebauung liegt bei über 80 Prozent, so dass die Flächeninanspruchnahme für Siedlungsfläche durch Neubebauung und Erschließung hoch ist. Typisch für diese Siedlungsstruktur sind der weit über dem Landesdurchschnitt liegende Pkw-Bestand von 559 Pkw/1.000 Einwohnern<sup>28</sup> und die insgesamt lückenhafte Erschließung durch den öffentlichen Nahverkehr. Löhne ist eingebunden in das Nahverkehrsnetz der Minden-Herforder-Verkehrs-Service-GmbH (MHS), die für den Bus- und Bahnverkehr im Nahverkehr verantwortlich zeichnen. Das Radwegesystem wurde in den vergangenen Jahren ausgebaut, weist jedoch noch einige Schwach- und Gefahrenstellen an stark frequentierten Hauptverkehrsstraßen auf. Den politischen Entscheidungsträgern ist die Siedlungs- und Verkehrsentwicklung bewusst, was sich in dem Radverkehrskonzept und dem Verkehrsentwicklungsplan für Löhne widerspiegelt, in dem nach Lösungsmöglichkeiten gesucht wird.

Die Stadt Löhne bemüht sich seit dem Zusammenschluss der fünf Gemeinden, einen Stadtkern bzw. eine Innenstadt zu entwickeln. Durch die Reduzierung des Autoverkehrs soll eine erhöhte Aufenthalts- und Lebensqualität erlangt werden. Die Versuche waren bislang nicht sehr erfolgreich und scheiterten unter anderem am Widerstand des innerstädtischen Einzelhandels, der ohne eine direkte Autoerreichbarkeit seine ökonomische Existenz bedroht sieht. Verstärkt wird diese Sichtweise durch die Entwicklung und zunehmende Konkurrenz des Einkaufens „auf der grünen Wiese“.

---

<sup>28</sup> Vgl. Landesamt für Datenverarbeitung und Statistik NRW, 2000.

Die Zuständigkeit der Planung des Aktionstages lag beim Umweltamt der Stadt Löhne, welches zugleich das Aktionsbündnis „Mobil ohne Auto“ betreut – ein Zusammenschluss der Bunten Liste Löhne, Jugendrotkreuz, Jusos, Heimatverein, Naturfreunde, Verkehrsclub Deutschland und der Stadt Löhne – die seit 1992 zu positiven Alternativen zum motorisierten Individualverkehr arbeiten und auch im Jahr 2001 das Konzept des Aktionstages entwickelten. Zusätzliche Kooperationspartner waren die Kreispolizeibehörde Herford, Volksbank Löhne, Sparkasse Kreis Herford, der Kirchenkreis Herford und 21 Einzelhändler der Stadt Löhne. Geplant war das Veranstaltungsprogramm für die Zeit zwischen 11.00 und 17.00 Uhr.

### 2.5.2 Medienberichterstattung im Vorfeld des Aktionstages

In die Vorbereitung des Aktionstages wurde zusätzlich die Medienauswertung der relevanten Tageszeitungen einbezogen. Hierbei wurde eingegangen auf die in den Medien diskutierten Themen, Strategien und Probleme mit Bezug zum Aktionstag.

Die zwei für Löhne relevanten Tageszeitungen berichteten im Vorfeld des Aktionstages am 22. September 2001 über den Hintergrund des Aktionstages sowie die Beteiligung auf deutscher als auch europäischer Ebene. Zudem wurden verkehrsbezogene Probleme in der Stadt Löhne angesprochen, wie z.B. die Verkehrsberuhigung der Lübbecker Straße im Ortsteil Löhne-Bahnhof und die Diskussion der innenstädtischen Einzelhändler, die sich gegen weitergehende Verkehrsberuhigungsmaßnahmen, die Einrichtung einer Fußgängerzone oder die Straßensperrung für den Aktionstag aussprachen. In den Zeitungsartikeln ist ebenfalls auf die Begleituntersuchung durch das Umweltministerium des Landes Nordrhein-Westfalen hingewiesen worden sowie auf die Vorteile autoreduzierter oder autofreier Straßenabschnitte im Innenstadtbereich. In mehreren Artikeln wurde das umfangreiche Veranstaltungsprogramm an dem Aktionstag dargestellt.

### 2.5.3 Rahmenbedingungen

Die Rahmenbedingungen in Löhne waren an dem Aktionstag insgesamt sehr schlecht, da es durchgehend stark bewölkt war und es in der gesamten Zeit von 9.00 Uhr bis 16.00 Uhr regnete. Ab 16.00 Uhr besserte sich das Wetter ein wenig, es regnete nicht mehr, jedoch war es noch sehr stark bewölkt und dadurch herbstlich kühl.

Aufgrund des Regenwetters kamen nicht sehr viele Interessierte in die Innenstadt bzw. extra zum Aktionstag. Dadurch waren die Aktionen nicht so gut besucht, einige geplante Aktionen fielen sprichwörtlich ins Wasser und die Akteure an den Informationsständen konnten nicht sehr viel interessiertes Publikum zählen. Allerdings haben die Personen, die in der Stadt waren und am Aktionstag teilgenommen oder sich informiert haben, den Tag sehr positiv bewertet.

### **Abbildung 22: Regenwetter am Aktionstag in Löhne**



Quelle: Wuppertal Institut, 22. September 2001

#### **2.5.4 Sperrung**

An dem Aktionstag wurde in Löhne die Lübbecke Straße (zwischen der Bündler Straße und der Werrebrücke) auf ihrer gesamten Länge von etwa 220 Metern gesperrt. Die im Normalfall verkehrsberuhigte Straße (§325 StVO) befindet sich in unmittelbarer Entfernung des Bahnhofes im Ortsteil Löhne-Bahnhof und ist eine wichtige und stark frequentierte Einkaufsstraße.

### **Abbildung 23: Die gesperrte Lübbecke Straße in Löhne**

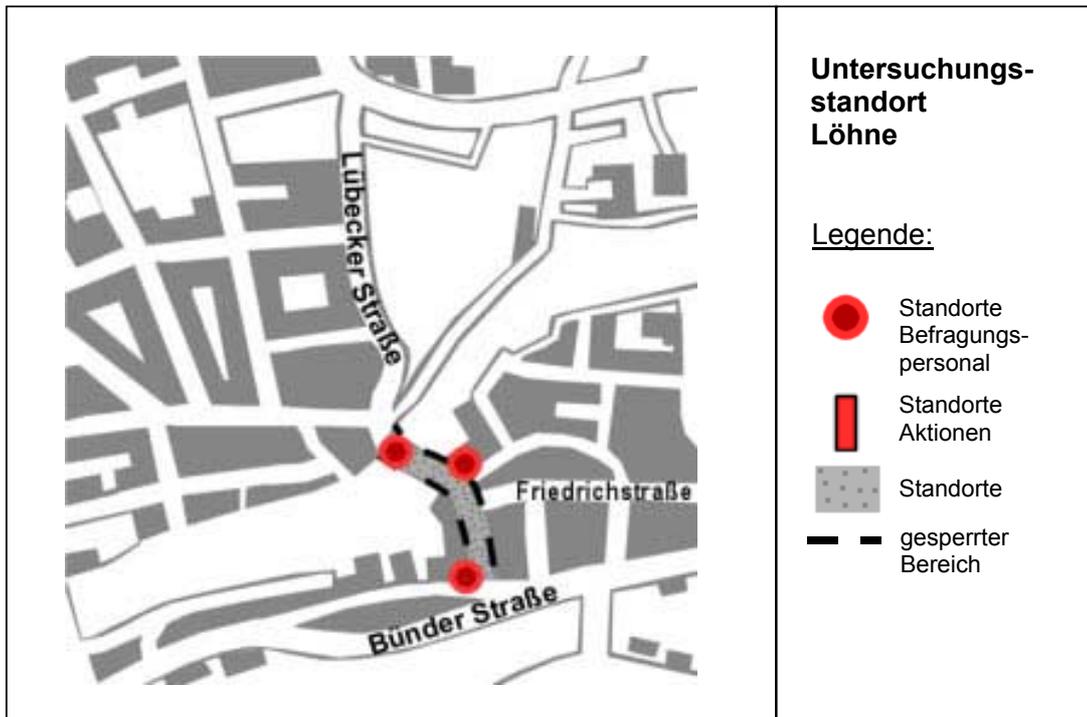


Quelle: Wuppertal Institut, 22. September 2001

Versuchsweise wurde die Lübbecke Straße bereits vor einigen Jahren in eine Fußgängerzone umgewandelt, abgesperrt durch eine Schranke. Dies stieß jedoch auf große Gegenwehr auf Seiten des Einzelhandels, so dass diese Maßnahme nach relativ kurzer Zeit wieder rückgängig gemacht wurde.

Auf der unten abgebildeten Karte lassen sich der Sperrbereich sowie die Aktionen und Informationsstände am Aktionstag erkennen.

**Karte 5: Gesperrte Lübbecke Straße, Aktionen und Informationsstände in Löhne**



### 2.5.5 Aktionen und Informationsstände am Aktionstag 2001 in Löhne

Nr.	Thema der Aktion	Veranstalter/Akteur	Straße/Platz	Im Vorfeld geplant ja/nein	Durchgeführt ja/nein	Uhrzeit	Dauer	Zielgruppe	Art der Aktion	Publikumsinteresse	Bezug zum Thema Verkehr
1	Eröffnung der Veranstaltung durch den Bürgermeister	Stadt Löhne	Standort 3	X	X	10.15	k.A.	Alle	Eröffnungsrede	Gut	Ja
2	Theaterstück zum Thema Fußgängerzone	k.A.	Mitte	X	X	10.45	5 Min.	Alle	Kulturprogramm	Teils/teils	Ja
3	KinderschMin.ken	Parfümerie	Mitte	X	X	10.00 bis 13.00	3 h	Kinder	Kinderprogramm	Groß	Nein
4	Fahrradversteigerung	Stadt Löhne/Fundbüro	Standort 2	X	X	11.00 bis 11.30	30 Min.	Alle	Mitmach-Aktion	Groß	Nein
5	Musik auf der Bühne	Band aus Porta Westfalica	Lübbecker Straße	X	X	11.30 bis 12.00	30 Min.	Alle	Kulturprogramm	Gering	Nein
6	Clown Topolino	Stadt Löhne	Lübbecker Straße	X	X	11.30	> 30 Min.	Kinder und Familien	Kulturprogramm	Groß	Nein
7	Parcours „Einkaufen ohne Auto“	Stadt Löhne	k.A.	X	X	11.00	k.A.	k.A.	Frauen und Mobilität & Mitmach-Aktion	Gering	Ja
8	Radtour rund um Löhne	Stadt Löhne	k.A.	X	0	16.00	2 h	Alle	Mitmach-Aktion	k.A.	k.A.
9	Wieviel Platz braucht ein Auto?	VCD	Lübbecker Straße	X	0	k.A.	k.A.	k.A.	Mitmach-Aktion	k.A.	k.A.
10	Big Band aus Löhne	k.A.	k.A.	X	X	13.30 bis 14.45	75 Min.	Alle	Kulturprogramm	Teils / teils	Nein
11	Frauenband „Die Liederlichen“	k.A.	Lübbecker Straße	X	0	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
12	Kran mit Wasserkisten zum Klettern	Stadt Löhne	k.A.	X	X	10.00 bis 16.00	6 h	Kinder	Kinderprogramm	Groß	Nein
13	Chor der Naturfreunde	k.A.	k.A.	X	X	15.45	15 Min.	Alle	Kulturprogramm	Teils / teils	k.A.
14	Trachtentanzgruppe	k.A.	k.A.	X	0	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
15	Vortrag zum Thema „Frauenmobilität“	Stadt Löhne	k.A.	X	X	14.15	15 Min.	Alle	Frauen und Mobilität	Groß	Ja
16	Staffellauf „Männer auf Frauenwegen“	Stadt Löhne	k.A.	X	X	14.30	k.A.	Alle	Frauen und Mobilität	Groß	Ja
17	Lieferservice	Stadt Löhne	k.A.	X	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
18	Verkehrszählungen	Stadt Löhne	k.A.	X	0	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
19	Kinderflohmarkt	k.A.	Lübbecker Straße	X	0	k.A.	k.A.	Kinder	Kinderprogramm	k.A.	Nein
20	Fahrradgeschicklichkeitsparcours	k.A.	k.A.	X	0	k.A.	k.A.	Kinder	Kinderprogramm	k.A.	Ja
21	Luftballonwettbewerb	k.A.	k.A.	X	0	k.A.	k.A.	Kinder	Kinderprogramm	k.A.	Nein
22	Sammelbus	Verkehrsunternehmen	Löhne	X	X	18.00	k.A.	Alle	Sonderaktion ÖPNV	Gering	Ja

Quelle: eigene Erhebungen

*Informationsstände am Aktionstag in Löhne*

Akteur	Informationen/Aktionen	Straße/Platz	Publikumsinteresse
Stadt Löhne	Informationen zum Aktionstag und dem Programm, Preisausschreiben, Baum-Gewinnaktion	Lübbecker Straße	Mittel
Urgewalt	Papier schöpfen, Informationen zum Thema Recycling	Lübbecker Straße	Gering
Bunte Liste Löhne	Informationen über die Bunte Liste und über Verkehrspolitik generell	Lübbecker Straße	Gering
Jusos	Informationen der Jusos	Lübbecker Straße	Gering
VCD	Informationen zum VCD Verteilung des Sonderheftes „Frauenmobilität“	Lübbecker Straße	Gering

Quelle: eigene Erhebungen

**Abbildung 24: Informationsstand des Verkehrsclub Deutschland e.V.**



Quelle: Wuppertal Institut, 22.9.2001

2.5.6 Ausgewählte Aktionen in Löhne

Eine besonders gelungene Aktion war der von der Stadt Löhne veranstaltete Parcours „Männer auf Frauenwegen“, der das Schwerpunktthema des diesjährigen Aktionstages „Mobilität von Frauen“ aufgriff. Auf diesem kreativ vorbereiteten Parcours zum Thema „Wegekettten von Frauen“ traten Mannschaften mit männlichen Mitgliedern der Ratsfraktionen und der Stadtverwaltung gegeneinander an. Hierdurch wurde auf sehr unterhaltsame Art und Weise auf die vielfältigen Anforderungen an Frauen bei ihrer Reproduktionsarbeitsmobilität hingewiesen, die im normalen Alltag zu bewältigen sind. Andererseits trug die Veranstaltung dazu bei, am Ende des Aktionstages noch einmal die Stimmung – die aufgrund des anhaltenden Regens stark gelitten hatte – beim Publikum als auch den Veranstaltern zu heben.

### 2.5.5 Aktionen und Informationsstände am Aktionstag 2001 in Löhne

Nr.	Thema der Aktion	Veranstalter/Akteur	Straße/Platz	Im Vorfeld geplant ja/nein	Durchgeführt ja/nein	Uhrzeit	Dauer	Zielgruppe	Art der Aktion	Publikumsinteresse	Bezug zum Thema Verkehr
1	Eröffnung der Veranstaltung durch den Bürgermeister	Stadt Löhne	Standort 3	X	X	10.15	k.A.	Alle	Eröffnungsrede	Gut	Ja
2	Theaterstück zum Thema Fußgängerzone	k.A.	Mitte	X	X	10.45	5 Min.	Alle	Kulturprogramm	Teils/teils	Ja
3	KinderschMin.ken	Parfümerie	Mitte	X	X	10.00 bis 13.00	3 h	Kinder	Kinderprogramm	Groß	Nein
4	Fahrradversteigerung	Stadt Löhne/Fundbüro	Standort 2	X	X	11.00 bis 11.30	30 Min.	Alle	Mitmach-Aktion	Groß	Nein
5	Musik auf der Bühne	Band aus Porta Westfalica	Lübbecker Straße	X	X	11.30 bis 12.00	30 Min.	Alle	Kulturprogramm	Gering	Nein
6	Clown Topolino	Stadt Löhne	Lübbecker Straße	X	X	11.30	> 30 Min.	Kinder und Familien	Kulturprogramm	Groß	Nein
7	Parcours „Einkaufen ohne Auto“	Stadt Löhne	k.A.	X	X	11.00	k.A.	k.A.	Frauen und Mobilität & Mitmach-Aktion	Gering	Ja
8	Radtour rund um Löhne	Stadt Löhne	k.A.	X	0	16.00	2 h	Alle	Mitmach-Aktion	k.A.	k.A.
9	Wieviel Platz braucht ein Auto?	VCD	Lübbecker Straße	X	0	k.A.	k.A.	k.A.	Mitmach-Aktion	k.A.	k.A.
10	Big Band aus Löhne	k.A.	k.A.	X	X	13.30 bis 14.45	75 Min.	Alle	Kulturprogramm	Teils / teils	Nein
11	Frauenband „Die Liederlichen“	k.A.	Lübbecker Straße	X	0	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
12	Kran mit Wasserkisten zum Klettern	Stadt Löhne	k.A.	X	X	10.00 bis 16.00	6 h	Kinder	Kinderprogramm	Groß	Nein
13	Chor der Naturfreunde	k.A.	k.A.	X	X	15.45	15 Min.	Alle	Kulturprogramm	Teils / teils	k.A.
14	Trachtentanzgruppe	k.A.	k.A.	X	0	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
15	Vortrag zum Thema „Frauenmobilität“	Stadt Löhne	k.A.	X	X	14.15	15 Min.	Alle	Frauen und Mobilität	Groß	Ja
16	Staffellauf „Männer auf Frauenwegen“	Stadt Löhne	k.A.	X	X	14.30	k.A.	Alle	Frauen und Mobilität	Groß	Ja
17	Lieferservice	Stadt Löhne	k.A.	X	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
18	Verkehrszählungen	Stadt Löhne	k.A.	X	0	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
19	Kinderflohmärkte	k.A.	Lübbecker Straße	X	0	k.A.	k.A.	Kinder	Kinderprogramm	k.A.	Nein
20	Fahrradgeschicklichkeitsparcours	k.A.	k.A.	X	0	k.A.	k.A.	Kinder	Kinderprogramm	k.A.	Ja
21	Luftballonwettbewerb	k.A.	k.A.	X	0	k.A.	k.A.	Kinder	Kinderprogramm	k.A.	Nein
22	Sammelbus	Verkehrsunternehmen	Löhne	X	X	18.00	k.A.	Alle	Sonderaktion ÖPNV	Gering	Ja

Quelle: eigene Erhebungen

*Informationsstände am Aktionstag in Löhne*

Akteur	Informationen/Aktionen	Straße/Platz	Publikumsinteresse
Stadt Löhne	Informationen zum Aktionstag und dem Programm, Preisausschreiben, Baum-Gewinnaktion	Lübbecker Straße	Mittel
Urgewalt	Papier schöpfen, Informationen zum Thema Recycling	Lübbecker Straße	Gering
Bunte Liste Löhne	Informationen über die Bunte Liste und über Verkehrspolitik generell	Lübbecker Straße	Gering
Jusos	Informationen der Jusos	Lübbecker Straße	Gering
VCD	Informationen zum VCD Verteilung des Sonderheftes „Frauenmobilität“	Lübbecker Straße	Gering

Quelle: eigene Erhebungen

**Abbildung 24: Informationsstand des Verkehrsclub Deutschland e.V.**



Quelle: Wuppertal Institut, 22.9.2001

2.5.6 Ausgewählte Aktionen in Löhne

Eine besonders gelungene Aktion war der von der Stadt Löhne veranstaltete Parcours „Männer auf Frauenwegen“, der das Schwerpunktthema des diesjährigen Aktionstages „Mobilität von Frauen“ aufgriff. Auf diesem kreativ vorbereiteten Parcours zum Thema „Wegeketten von Frauen“ traten Mannschaften mit männlichen Mitgliedern der Ratsfraktionen und der Stadtverwaltung gegeneinander an. Hierdurch wurde auf sehr unterhaltsame Art und Weise auf die vielfältigen Anforderungen an Frauen bei ihrer Reproduktionsarbeitsmobilität hingewiesen, die im normalen Alltag zu bewältigen sind. Andererseits trug die Veranstaltung dazu bei, am Ende des Aktionstages noch einmal die Stimmung – die aufgrund des anhaltenden Regens stark gelitten hatte – beim Publikum als auch den Veranstaltern zu heben.

### Abbildung 25: Parcours - Männer auf Frauenwegen



Quelle: Wuppertal Institut, 22.9.2001

Das Fundbüro der Stadt Löhne veranstaltete am Vormittag des Aktionstages eine Fahrradversteigerung, die bei dem Publikum auf sehr große Resonanz stieß. Mit dieser Aktion waren alle Bürger der Stadt angesprochen, eines (oder mehrere) der zahlreichen und gut erhaltenen Fahrräder zu ersteigern. Die unterschiedlichen Fahrräder wurden zu besonders günstigen Preisen abgegeben. So konnten bereits ab einem Betrag von 5,- DM Räder und nur in einzelnen Fällen für mehr als 30,- DM ersteigert werden. Auf diese Art und Weise konnte der eine oder andere Bürger der Stadt Löhne zu einem neuen gebrauchten Rad bzw. Zweirad kommen. Zudem wirkte sich die Veranstaltung sehr positiv auf die Stimmung des Publikums aus.

Sehr positiv aufgenommen wurde auch das umfangreiche Kinderprogramm. Verschiedene Akteure boten zum Beispiel einen Kinderschminkstand, einen Kinderflohmarkt, eine Kletteraktion oder Papierschöpfen an.

### Abbildung 26: Kinderprogramm in Löhne



Quelle: Wuppertal Institut, 22.9.2001

#### 2.5.7 Gesamtbeurteilung des Aktionstages 2001 in Löhne

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass die Stadt Löhne im Verhältnis zu ihrer Stadtgröße ein sehr umfangreiches Programm gestaltet hat und durchaus mehr Publikum verdient gehabt hätte. Die beteiligten Akteure lieferten die unterschiedlichsten Programmpunkte und Informationen rund um das Thema des Aktionstages, einschließlich des diesjährigen Schwerpunktthemas „Mobilität von Frauen bzw. Frauen bewegen die Stadt“, was sehr anschaulich und unterhaltsam als Rollenspiel durchgeführt wurde. Ergänzt wurde das Programm in regelmäßigen Abständen durch musikalische Beiträge.

Das Regenwetter hat sehr deutlich gezeigt, dass gute Wetterverhältnisse grundlegende Erfolgsbedingungen für das erfolgreiche Gelingen solcher Open-Air-Veranstaltungen sind. Dies war der Grund dafür, dass einige der ursprünglich geplanten Aktionen ausfielen: eine geführte Radtour rund um Löhne, der Auftritt der Frauenband „Die Liederlichen“ sowie der Auftritt einer Trachtengruppe. Insgesamt war die Publikumsresonanz, die Zahl der Besucher, auf den gesamten Tag bezogen eher gering. Insbesondere nach Geschäftsschluss (etwa 14.00 Uhr) waren nur noch wenige Interessierte in dem Sperrbereich, der Lübbecker Straße. Die Personen, die trotz des Regenwetters in der Stadt waren oder wegen des Aktionstages in die Stadt gekommen waren, beurteilten den Aktionstag jedoch als sehr gelungen und befürworteten eine Wiederholung im kommenden Jahr.

## 2.6 Mülheim

### 2.6.1 Verkehrspolitische Rahmenbedingungen

Mülheim an der Ruhr liegt inmitten des Ruhrgebietes, umgeben von den Städten Essen, Duisburg und Oberhausen und ist per Bahn und über die Autobahnen A 3, A 52 und A 40 in das BAB-Netz eingebunden und gut erreichbar. Die Stadt weist 173.000 Einwohner auf und stellt aufgrund der Versorgungseinrichtungen ein Oberzentrum dar. Die Pkw-Dichte der Stadt Mülheim liegt unter dem Landesmittel und beträgt 487 Pkw/1.000 Einwohner.<sup>29</sup>

1973 wurde an der Stadtgrenze zu Essen zu damaliger Zeit Deutschlands größtes Einkaufszentrum, das Rhein-Ruhr-Zentrum, mit einer Fläche von 70.000 qm eröffnet. Durch die periphere Lage außerhalb von Mülheim ist das Einkaufszentrum stark auf die Erreichbarkeit mit dem Pkw ausgelegt. Die Innenstadt bietet eine hohe Anzahl von Parkplätzen und wirbt mit günstigen Parkgebühren. Auf der anderen Seite bemüht sich die Stadt im Rahmen von Projekten der Lokalen Agenda 21, z.B. „Fahrradfreundliches Mülheim“, intensiv um den Ausbau des Radverkehranteils: Einbahnstraßen werden für den Radverkehr geöffnet, Fahrradstraßen eingerichtet, Radfahrstreifen geschaffen, neue oder zusätzliche Fahrradabstellanlagen installiert. Zwei Bike+Ride-Stationen mit über 300 Stellplätzen wurden an den Schnittstellen zum öffentlichen Verkehr eingerichtet. Außerdem wurde das „1. Integrierte Mülheimer Verkehrskonzept“ erarbeitet, d.h. Rahmenbedingungen für ein integriertes und gemeinschaftlich akzeptiertes Transportmittelgesamtsystem. Sehr aktiv in diesem Bereich ist die Paritätische Initiative für Arbeit e.V. (PIA), die sich insbesondere im Verkehrssektor engagiert und auch an der Planung und Umsetzung des Aktionstages beteiligt war. Durch deren Engagement im Bereich der Mobilitätsdienstleistungen wurden zwei Radstationen in Mülheim ins Leben gerufen, sowie der Heimlieferdienst „Shop and go“ und das Car-Sharing-Angebot „public car“. Die „Betriebe der Stadt Mülheim an der Ruhr“, Betreiber des städtischen Nahverkehrs, wurden in den verkehrspolitischen Artikeln der ortsrelevanten Zeitungen im Vorfeld des Aktionstages häufig erwähnt, da die bislang getrennten Verkehrsunternehmen der drei Städte Mülheim, Essen und Oberhausen aufgrund des zunehmenden Wettbewerbs im ÖPNV beschlossen haben, sich zu einem Nahverkehrsunternehmen zusammenzuschließen.

In Mülheim an der Ruhr war das Agenda-Büro maßgeblich an der Konzeptionierung und Umsetzung des Aktionstages beteiligt. Weitere Kooperationspartner waren: Paritätische Initiative für Arbeitslose (PIA), Mülheimer Energiedienstleister (MEDL), Allgemeiner Deutscher Fahrrad Club<sup>30</sup> (ADFC), verschiedene Radgeschäfte, Mülheimer Städte und

---

<sup>29</sup> Vgl. Landesamt für Datenverarbeitung und Statistik NRW, 2000.

<sup>30</sup> Ein Interessenverband für das Radfahren

Touristik GmbH, Parteien, Gewerkschaften, Schulen, Stadtbetriebe, verschiedene Ämter der Stadt, Polizei und diverse Medien (Antenne Ruhr, WAZ, NRZ). Die Veranstaltungen begannen morgens um 11.00 Uhr gemeinsam mit den Stadtfestaktivitäten, ein definitives Ende der Veranstaltungen kann nur schwer genannt werden, da das Stadtfest noch bis in den späten Abend hinein andauerte.

#### 2.6.2 Medienberichterstattung im Vorfeld des Aktionstages

Im Vorfeld des Aktionstages wurde in erster Linie über das ebenfalls am Wochenende des 22. September stattfindende alljährliche Brunnenfest berichtet. Der Aktionstag wurde hierin in der Regel als Unterpunkt erwähnt. Einige separate Artikel berichteten über die Hintergründe des europaweiten Aktionstages sowie über das Programm, die Akteure und Infostände. Die häufig gemeinsame Berichterstattung hatte seinen Grund unter anderem in der Tatsache, dass sich die Veranstalter des Stadtfestes mit dem Veranstalter des Aktionstages, dem Agenda-Büro der Stadt Mülheim zusammengeschlossen hatte. Vor dem Aktionstag wurde ebenfalls darüber berichtet, dass Mülheim zu den Modellstädten des Landes Nordrhein-Westfalen gehört und am Aktionstag Interviews durchgeführt wurden.

#### 2.6.3 Rahmenbedingungen

Der Wetter wirkte sich in Mülheim positiv auf den Verlauf des Aktionstages aus, da es im Laufe des Tages sonnig und nur leicht bewölkt war. Lediglich ab 15.00 Uhr kam es zu vereinzelt Regenschauern.

Die gleichzeitige Veranstaltung des Brunnenfestes in der Innenstadt und die Aktionen und Informationsstände des europaweiten Aktionstages vermengten sich in den Straßen der Innenstadt, so dass nicht alle Innenstadtbesucher zwischen der Zugehörigkeit der einzelnen Aktivitäten unterscheiden konnten. Die Stimmung kann insgesamt als gut und interessiert bezeichnet werden.

#### 2.6.4 Sperrung

Für den Aktionstag in Mülheim wurde am 22. September 2001 die Leineweberstraße im Bereich Kaiserplatz bis Friedrich-Ebert-Straße ganztägig auf einer Länge von 550 Metern für den motorisierten Individualverkehr gesperrt. Die Straße verläuft parallel zur Fußgängerzone, der Schloßstraße, und ist im normalen Alltag stark vom Kfz-Verkehr frequentiert. Die Straßenbahnen verkehrten auf diesen Streckenabschnitten nach Fahrplan.

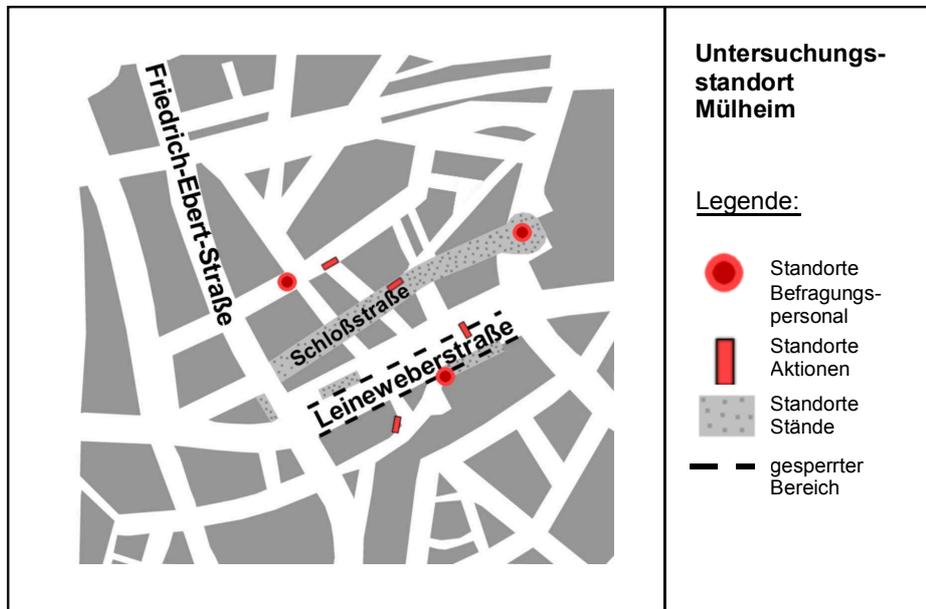
**Abbildung 27: Gesperrte Leineweberstraße am Aktionstag**



Quelle: Wuppertal Institut, 22.9.2001

Die folgende Karte zeigt sowohl den gesperrten Straßenabschnitt als auch die durchgeführten Aktionen sowie die Informationsstände.

**Karte 6: Gesperrter Straßenabschnitt der Leineweberstraße, Aktionen und Informationsstände**



### 2.6.5 Aktionen und Informationsstände am Aktionstag 2001 in Mülheim

Nr.	Thema der Aktion	Veranstalter/Akteur	Straße/Platz	Im Vorfeld geplant ja/nein	Durchgeführt ja/nein	Uhrzeit	Dauer	Zielgruppe	Art der Aktion	Publikums-interesse	Bezug zum Thema Verkehr
1	Ansprache der Bürgermeisterin	Stadt Mülheim	Viktoriaplatz	X	X	11.00	20 Min.	Alle	Eröffnungsrede	Mittel	Ja
2	Podiumsdiskussion zum europaweiten Aktionstag	Stadt Mülheim	Viktoriaplatz	X	X	12.30	60 Min.	Alle	Informationen über Verkehrsmittel	Gering	Ja
3	Inline-Skate-Wettbewerb	k.A.	Kohlenkamp/Wallstraße	X	X	11.00	1 h	Alle	Mitmachprogramm	Groß	Ja
4	Fahrradschleichstrecke	ADFC	Leineweberstraße	X	X	13.00 bis 16.00	3 h	Alle	Mitmach-Aktion	Gering	Ja
5	Hüpfburg	k.A.	Schloßstraße	X	X	14.00 bis 17.00	3 h	Kinder	Kinderprogramm	Groß	Nein
6	Rikschafahrten	PIA	Schloßstraße	X	X	Ganztägig	k.A.	Alle	Informationen über Verkehrsmittel	Teils/teils	Ja
7	Gepäckaufbewahrung, Verteilung von Rosen, Informationsmaterial	Verkehrsbetriebe Mülheim	Schloßstraße	X	X	Ganztägig	k.A.	Alle	Informationen über Verkehrsmittel	Groß	ja
8	Lärmmessung	KVR & Gesundheitsamt	Leineweberstraße	X	X	15.15	15 Min.	Alle	Informationen über Verkehrsmittel	Groß	Ja
9	Fahrradcodierung	Polizei Mülheim	Leineweberstraße	X	X	11.00 bis 15.30	4,5 h	Alle	Informationen über Verkehrsmittel	Gering	Ja

Quelle: eigene Erhebungen

*Informationsstände am Aktionstag 2001 in Mülheim*

	<b>Akteur</b>	<b>Informationen/Aktionen</b>	<b>Straße/Platz</b>	<b>Publikumsinteresse</b>
<b>A</b>	PIA	Informationen zur Radstation, Shop an go, public car etc.	Schloßstraße	Teils/teils
<b>B</b>	MEDL	Informationen zu ausgestellten Erdgasfahrzeugen	Schloßstraße	Teils/teils
<b>C</b>	Bündnis 90/Die Grünen	Informationen zu verkehrspolitischen Themen, z.B. Metrorapid, Fluglärm, Mobilität	Kurt-Schumacher-Straße	Teils/teils
<b>D</b>	Agenda 21 – Mülheim/Ruhr	Informationen zum „Ersten integrierten Mülheimer Verkehrskonzept“	Kurt-Schumacher-Straße	Teils/teils
<b>E</b>	ASF Frauen in der SPD	Informationen zu Angsträumen in der Stadt, unbeleuchteten Haltestellen etc.	Kurt-Schumacher-Straße	Teils/teils
<b>F</b>	FDP	Flugblatt zum Thema „Individualverkehr und Umweltverschmutzung“	Kurt-Schumacher-Straße	Gering
<b>G</b>	Polizei	Informationen zum Thema „Fahrradfreundliche Städte in NRW“	Leineweberstraße	Teils/teils
<b>H</b>	ADFC	Informationen über den ADFC, Fahrradrouten, Fahrradschleichwettbewerb	Leineweberstraße	Teils/teils

Quelle: eigene Erhebungen

**Abbildung 28: Informationsstände zu Elektro- bzw. Gasfahrzeugen**



Quelle: Wuppertal Institut, 22.9.2001

*Außergastronomie in Mülheim*

3 türkische Imbisse
4 Bierstände
2 Waffelstände

Quelle: eigene Erhebungen

### 2.6.6 Ausgewählte Aktionen und Informationsstände in Mülheim

Der Stand der Paritätischen Initiative für Arbeit e.V. (PIA) bot eine Vielzahl an Informationen zu alternativen Mobilitätsformen in Mülheim. Interessierte Personen konnten sich über die zwei Radstationen am Hauptbahnhof Mülheim und in Mülheim-Styrum informieren und beraten lassen zu dem Heimlieferdienst „Shop and go“ und dem Car-Sharing-Angebot „public car“. Außerdem konnten Fahrradrickschas Probe gefahren werden.

**Abbildung 29: Stand der Paritätischen Initiative für Arbeit e.V. (PIA)**



Quelle: Wuppertal Institut, 22.9.2001

In Mülheim wurde der Informationsstand des ADFC von den Besuchern positiv bewertet. Neben allgemeinen Informationen rund um das Radfahren und dem Verkauf von Fahrradplänen konnten Kinder ganzjährig auf einem abgesteckten Parcours im Sperrbereich an einem Fahrradschleichwettbewerb teilnehmen.

**Abbildung 30: Fahrradschleichwettbewerb am Stand des ADFC**



Quelle: Wuppertal Institut, 22.9.2001

Die Podiumsdiskussion mit der Bürgermeisterin der Stadt Mülheim, einem Vertreter des Agenda-Büros, der Verkehrsbetriebe und Parteienvertretern fand auf der Bühne in der Fußgängerzone statt. Behandelt wurden anlässlich des Aktionstages verkehrspolitische Themen, Informationen über unterschiedliche Verkehrsmittel sowie das Schwerpunktthema des Aktionstages „Frauen und Mobilität“ diskutiert. Die Zahl der interessierten Bürger war jedoch sehr gering, was an der abgelegenen Position der Bühne gelegen haben könnte.

**Abbildung 31: Podiumsdiskussion zu verkehrspolitischen Themen in Mülheim**



Quelle: Wuppertal Institut, 22.9.2001

**Abbildung 32: Kinderprogramm in der Fußgängerzone**



Quelle: Wuppertal Institut, 22.9.2001

### 2.6.7 Gesamtbeurteilung des Aktionstages 2001 in Mülheim

In Mülheim wurde der Aktionstag zusammen mit dem von Samstag, 22.9. bis Sonntag, 23.9. stattfindenden „Brunnenfest“, einem innerstädtischen Stadtfest, veranstaltet. Am Aktionstag konnte daher im Zentrum der Innenstadt eine große Anzahl an Besuchern verzeichnet werden. Begünstigt wurde dies nicht zuletzt durch die positiven Witterungsverhältnisse an diesem Tag. Insbesondere in den zentral gelegenen Geschäftsstraßen wurden zahlreiche

Informationsstände unterschiedlicher Organisationen aufgebaut, die zum größten Teil Informationen bereit hielten, die inhaltlich an das Thema des Aktionstages angelehnt waren. Aufgrund des zeitgleich veranstalteten Stadtfestes bestanden zusätzlich eine größere Auswahl an Gastronomie- und Verkaufsständen sowie ein musikalisches Rahmenprogramm. Insgesamt wurden verschiedene Mitmach- und Informationsaktionen zum Aktionstag durchgeführt, die sich vornehmlich in den Randbereichen der stark frequentierten Fußgängerzone (Schloßstraße) abspielten. Problematisch war aus unserer Sicht jedoch die Vermengung der Veranstaltungen in der Innenstadt, so dass nicht immer unterschieden werden konnte, wozu die einzelnen Aktionen oder Informationsstände gehörten, d.h. die Innenstadtbesucher nahmen den Aktionstag zum Großteil als Bestandteil des Stadtfestes und nicht als eigenständige Veranstaltung wahr. Mit dem weiträumig abgesperrten Straßenabschnitt der Leineweberstraße wurde eine innerstädtische Hauptverkehrsstraße vom Pkw-Verkehr befreit, um dem Besucher die Vorteile einer autoreduzierten Innenstadt bewusst werden zu lassen. Allerdings wurde der Sperrbereich nur von einem geringen Anteil der Innenstadtbesucher wahrgenommen, da die vereinzelt verstreuten Aktionen und Infostände auf diesem weiträumigen Straßenabschnitt nicht dazu ausreichten, die Straße stärker zu beleben. Gegen 15.00 Uhr leerte sich mit dem nahenden Geschäftsschluss der gesamte Innenstadtbereich sehr zügig, so dass auch die meisten Infostände zu dieser Uhrzeit abgebaut wurden. Insgesamt ist der Aktionstag in Mülheim von den Besuchern der Innenstadt positiv aufgefasst worden, obwohl das Interesse an einzelnen Aktionen eher verhalten war.

## **2.7 Rheinberg und Neukirchen-Vluyn**

### **2.7.1 Verkehrspolitische Rahmenbedingungen**

Die Stadt Rheinberg mit ihren 31.500 Einwohnern befindet sich im Kreis Wesel am Niederrhein. Das heutige Stadtgebiet mit den Ortsteilen Rheinberg, Orsoy, Borth und Budberg umfasst eine Fläche von 75 Quadratkilometern. Viele Baudenkmäler der über 760jährigen Geschichte als Stadt und Festung prägen das Stadtbild des Mittelzentrums sowie eine Fußgängerzone mit umfangreichen Möglichkeiten zum Einkaufen und Bummeln. Die Oberzentren Moers, Duisburg, Düsseldorf und Krefeld befinden sich im Umkreis von 10 bis 50 Kilometern und sind durch die Lage an der Bahnlinie Duisburg–Moers–Xanten, über die Bundesstraßen und die Autobahnen A 57 und A 42 gut erreichbar.

Die Lage Rheinbergs zwischen den Agglomerationsgebieten an Rhein und Ruhr im Osten und der Grenzlage zu den Niederlanden ist gekennzeichnet durch eine disperse Siedlungsstruktur, eine vergleichsweise geringe Bevölkerungsdichte sowie eine hohe Pkw-Dichte (543 Pkw/1000 Einwohner)<sup>31</sup> und geringe Anteile des Umweltverbundes am Modal Split (ÖPNV

<sup>31</sup> Vgl. Landesamt für Datenverarbeitung und Statistik NRW, 2000.

5,5 %). Das öffentliche Nahverkehrsangebot wird von den Niederrheinischen Verkehrsbetrieben (NIAG) gestaltet, so dass Rheinberg unter anderem in die Buslinien Wesel–Rheinberg–Moers und Xanten–Rheinberg–Moers eingebunden ist.

In Rheinberg war ursprünglich geplant, nur einen Straßenabschnitt im Innenstadtbereich für den Aktionstag zu sperren. Aufgrund höherer Signalwirkung wurde jedoch beschlossen, an diesem Tag die gesamte Innenstadt für den Verkehr zu sperren und zeitgleich ein Stadtfest unter dem Motto „Rheinberg in Bewegung“ mit einer Vielfalt an Veranstaltungen (Stadtlauf, Trampolinspringen etc.) hierzu zu veranstalten. Zusätzlich verständigten sich die vier BürgermeisterInnen der Städte Rheinberg, Neukirchen-Vluyn, Kamp-Lintfort und Moers, eine gemeinsame Radtour zu veranstalten und gemeinsam als Städteallianz für den Aktionstag zu werben. Da am Aktionstag der moderne Dieseltriebwagen „Talent“ auf der ehemaligen Moerser Kreisbahnstrecke Moers–Vluyn und Moers–Rheinberg mit einem Haltepunkt in Vluyn eingesetzt wurde, erfolgte in Neukirchen-Vluyn – in etwas knapperer Form – ebenfalls eine Dokumentation des Tages.

Neukirchen-Vluyn hat knapp 30.000 Einwohner und liegt am linken Niederrhein. Die Stadt ist Mittelzentrum der Region, die nächsten Oberzentren – vergleichbar zu Rheinberg – befinden sich an Rhein und Ruhr: Krefeld, Moers, Duisburg. Die Stadt kann erreicht werden über die Autobahnen A 40 (E 34) Duisburg–Venlo–Eindhoven und über die A 57 (E 31) Goch–Düsseldorf–Köln, zusätzlich über zahlreiche Buslinien von allen Nachbarstädten aus. Über einen DB-Anschluss verfügt die Stadt nicht, nächster Bahnhof ist Duisburg. Der Nahverkehr wird von den Niederrheinischen Verkehrsbetrieben AG (NIAG) betrieben, der die Kreise Kleve und Wesel abdeckt. Bedingt durch die Lage im ländlichen Raum und die fehlende Anbindung an das Bahnnetz ist die vergleichsweise hohe Motorisierungsrate von 516 Pkw pro 1.000 Einwohner nicht überraschend.

Konzeptioniert und umgesetzt wurde der Aktionstag in Rheinberg vom Umweltamt der Stadt. Kooperationspartner und beteiligte Akteure waren der ADFC, der Fahrgastverband der Deutschen Bahn (Pro Bahn), DB-Regio, die Niederrheinischen Verkehrsbetriebe AG (NIAG), die Städte Neukirchen-Vluyn, Kamp-Lintfort und Moers sowie lokale Sponsoren von Preisen.

In Neukirchen-Vluyn wurde der Aktionstag als Agenda 21-Projekt veranstaltet und durch die oben genannten Städte und folgende Kooperationspartner unterstützt: Niederrheinische Verkehrsbetriebe AG (NIAG), Pro Bahn, Gruppen der lokalen Agenda, Ökumenisches Forum Lokale Agenda 21 und diverse Vereine und Verbände.

## 2.7.2 Medienberichterstattung im Vorfeld des Aktionstages

Bereits im Februar 2001 wurde das erste Mal über die Diskussion des Aktionstages im Rat der Stadt Rheinberg berichtet. Der zur Sperrung beantragte Straßenabschnitt erschien allen

Fraktionen als zu gering, um eine Signalwirkung zu erzeugen, so dass eine Ausweitung des Sperrbereiches angeregt wurde. Da das Motto des Aktionstages „Rheinberg in Bewegung“ hieß und hierzu mehrere Veranstaltungen wie z.B. ein Stadtlauf geplant wurden, wurde in den Berichterstattungen im Vorfeld des Aktionstages häufig über die vielfältigen Aktionen berichtet. Ebenso wurde in knapper Form auf die Entwicklung des europaweiten Aktionstages, dessen Hintergrund sowie auf Qualitätsvorteile einer Innenstadt mit weniger Autoverkehr eingegangen. Eine Besonderheit war das gemeinsame Auftreten der vier Kommunen Rheinberg, Neukirchen-Vluyn, Moers und Kamp-Lintfort, die an diesem Tag auch gemeinschaftliche Aktionen durchführen wollten, wie z.B. den Einsatz eines Sonderzuges und einer gemeinschaftlichen Radtour der vier Bürgermeister.

In den für Neukirchen-Vluyn relevanten Zeitungen wurde vorwiegend auf den Einsatz des „Talent“, auf die Sperrung der Niederrheinallee zwischen den Ortsteilen Neukirchen und Vluyn sowie auf das Programm im Sperrbereich und auf der Bühne am Bahnhof Vluyn hingewiesen.

### 2.7.3 Rahmenbedingungen

Das zur Hauptzeit der Veranstaltungen gute und trockene Wetter trug in Rheinberg und Neukirchen-Vluyn sehr zum Gelingen des Aktionstages bei. Es war sonnig und verhältnismäßig warm für Ende September, so dass viele Bürger und Bürgerinnen in die Stadt Rheinberg kamen und sich an den abwechslungsreichen Programmpunkten beteiligten, wie z.B. dem Stadtlauf oder sich an den Informationsständen über Aspekte des Verkehrs informierten.

### 2.7.4 Sperrung

In Rheinberg wurde für den Aktionstag nicht eine einzelne Hauptverkehrsstraße gesperrt, sondern in der Zeit von 11.00 bis 18.00 Uhr der gesamte Innenstadtbereich auf einer Fläche von 25 Hektar bzw. 2,3 Straßenkilometer, um ein deutliches Zeichen zu setzen und die Vorteile einer Autoreduzierung spürbar und erlebbar zu machen.

In Neukirchen-Vluyn wurde am Aktionstag die Niederrheinallee für den Kfz-Verkehr gesperrt und gehörte in der Zeit von 14.00 bis 17.00 Uhr den Fußgängern, Radfahrern und Skatern. Die Straße verwandelte sich in dieser Zeit in eine Aktions- und Kulturmeile und verband hiermit symbolisch die beiden Stadtteile Neukirchen und Vluyn.

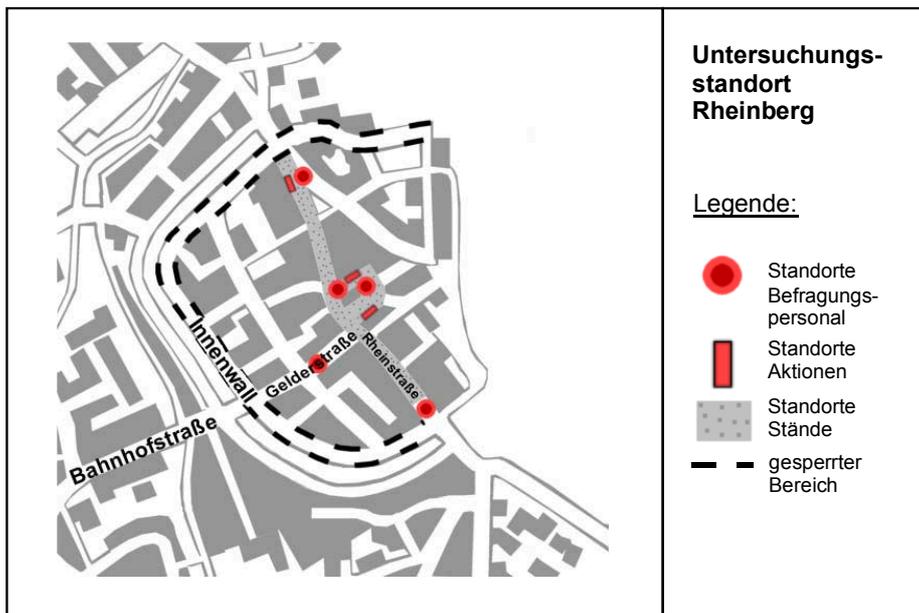
### Abbildung 33: Die gesperrte Niederrheinallee zwischen den Ortsteilen Neukirchen und Vluyn



Quelle: Wuppertal Institut, 22. September 2001

Die folgende Karte bildet die Innenstadt von Rheinberg mit dem gesperrten Bereich der Innenstadt, die Orte der Aktionen und Informationsstände ab.

### Karte 7: Gesperrte Innenstadt von Rheinberg, Aktionen und Informationsstände



### 2.7.5 Aktionen und Informationsstände am Aktionstag 2001 in Rheinberg

Nr.	Thema der Aktion	Veranstalter/Akteur	Straße/Platz	Im Vorfeld geplant ja/nein	Durchgeführt ja/nein	Uhrzeit	Dauer	Zielgruppe	Art der Aktion	Publikumsinteresse	Bezug zum Thema Verkehr
1	Ansprache der Bürgermeisterin	Stadt Rheinberg	Großer Markt	X	X	11.00	15 Min.	Alle	Eröffnungsrede	Mittel	Ja
2	Programmhinweise	Stadt Rheinberg	Großer Markt	X	X	11.15	5 Min.	Alle	Informationen über Verkehrsmittel	Gering	Ja
3	Inline-Skate-Wettbewerb	k.A.	Großer Markt	X	X	11.00	1 h	Alle	Mitmachprogramm	Groß	Ja
4	Fahrradtour der BürgermeisterInnen der vier Städte	Rheinberg, Neukirchen-Vluyn, Kamp-Lintfort, Moers	k.A.	X	X	11.00	k.A.	Alle	Mitmachprogramm	k.A.	Ja
5	Stadtlauf mit unterschiedlichen Distanzen	Stadt Rheinberg	Großer Markt	X	X	13.00	k.A.	Alle	Mitmach-Aktion	Groß	Nein
6	Kletterwand	Stadt Rheinberg	Großer Markt	X	X	Ganztägig	k.A.	Alle	Mitmach-Aktion	Teils/teils	Nein
7	Kindertänze	k.A.	Großer Markt	X	X	11.30	15 Min.	Alle	Kinderprogramm	Teils/teils	Nein
8	Fahrradschleichstrecke	ADFC	Großer Markt.	X	X	13.00 bis 16.00	3 h	Alle	Mitmach-Aktion	Gering	Ja
9	Hüpfburg	Evangelische Kirche	Rheinstraße	X	X	14.00 bis 17.00	3 h	Kinder	Kinderprogramm	Groß	Nein
10	Kistenrutsche	Soziale Jugend Deutschlands	Rheinstraße	X	X	Ganztägig	k.A.	Kinder	Kinderprogramm	Gering	Nein
11	Band „What about whatever“	k.A.	Großer Markt	X	X	13.30	20 Min.	Alle	Kulturprogramm	Teils/teils	Nein
12	Trampolinspringen	k.A.	Großer Markt	X	X	Ganztägig	k.A.	Familien	Kinderprogramm Mitmach-Aktion	Groß	Nein
13	Breakdance-Vorführung	k.A.	Großer Markt	X	X	14.30	30 Min.	Familien	Kulturprogramm	Groß	Nein
14	Präsentation von Elektrofahrzeugen	City EL GmbH Pertz	Großer Markt	X	X	Ganztägig	k.A.	Alle	Informationen über Verkehrsmittel	Groß	Ja
15	Zauberkünstler	k.A.	Innenstadt	X	X	Ganztägig	k.A.	Kinder	Kinderprogramm	Teils/teils	Nein
16	Lärmmessung	KVR & Gesundheitsamt	Großer Markt.	X	X	15.15	15 Min.	Alle	Informationen über Verkehrsmittel	Groß	Ja
17	Fahrradcodierung	Polizei Mülheim	Großer Markt	X	X	11.00 bis 15.30	4,5 h	Alle	Informationen über Verkehrsmittel	Gering	Ja

Quelle: eigene Erhebungen

### Informationsstände am Aktionstag 2001 in Rheinberg

	Akteur	Informationen/Aktionen	Straße/Platz	Publikumsinteresse
A	Bündnis 90/Die Grünen	Informationsmaterial, Rikschafahrten, Stadtrallye, Streuobstwiesensaftverkauf	Marktplatz	Groß
B	Ev. Kirchengemeinde	Informationsmaterial, Beköstigung, Bühnenprogramm	Rheinstraße	Ab nachmittags groß
C	CDU	Informationsmaterial	Marktplatz	Gering, Stand nur bis 13.00 Uhr

Quelle: eigene Erhebungen

#### 2.7.6 Ausgewählte Aktionen und Informationsstände in Rheinberg

Der Aktionstag stand in Rheinberg unter dem Motto „Rheinberg in Bewegung“. Neben der städteverbindenden Radtour der BürgermeisterInnen der Gemeinden Rheinberg, Neukirchen-Vluyn, Moers und Kamp-Lintfort wurden in Rheinberg vielfältige Aktionen zum Thema Bewegung geboten: Stadtlauf, Kistenrutschen, Tanz, Breakdance, Kletterwand etc.

#### Abbildung 34: Informationsstand Bündnis 90/Die Grünen und Rikschafahrten in der Gelderstrasse



Quelle: Wuppertal Institut, 22.9.2001

Neben einem Informationsstand bot die Ortsgruppe von Bündnis 90/Die Grünen noch eine Stadtrallye und Rikschafahrten durch die Geldernstrasse an. Dieses Angebot wurde von Kindern und Erwachsenen gleichermaßen gut angenommen.

### Abbildung 35: Start und Ziel des Rheinberger Citylaufes



Quelle: Wuppertal Insitut, 22.9.2001

Der Rheinberger Citylauf stieß auf ein besonders reges Interesse. Dank des guten Wetters waren die Bedingungen für die Läufer und Skater aller Altersklassen optimal, zumal die Anfeuerung durch Applaus und aufmunternde Zurufe nicht nur den Siegern, sondern allen Teilnehmern und Teilnehmerinnen galt.

### Abbildung 36: Trampolinvorführung des SV Buttberg



Quelle: Wuppertal Insitut, 22.9.2001

Auf dem Großen Markt standen ganztägig zwei Trampoline zur Verfügung. Passend zum Motto des Aktionstages konnten Interessierte unter Anleitung neue Bewegungsformen kennenlernen. Die Vorführung des SV Buttberg lockte nicht nur diejenigen, die die Geräte selbst ausprobiert hatten, auf den Großen Markt.

### Abbildung 37: Kletterwand auf dem Großen Marktplatz



Quelle: Wuppertal Insitut, 22.9.2001

Gerade bei Kindern und Jugendlichen war die Kletterwand sehr beliebt. Hier konnten die Besucher kostenlos neue Erfahrungen zur Bewegung sammeln. Eine Sensibilisierung auf Gleichgewicht, Kraft und Geschicklichkeit stand hier im Vordergrund.

#### 2.7.7 Gesamtbeurteilung des Aktionstages 2001 in Rheinberg

Der Aktionstag in Rheinberg stellt unter zwei Aspekten eine Besonderheit dar: Einerseits wurden Bewerbung und Teilnahme am Aktionstag im Verbund mit den Gemeinden Neukirchen-Vluyn, Moers und Kamp-Lintfort durchgeführt. Andererseits wurde der städteverbindende Aspekt durch den Einsatz von Sonderzügen des Typs „Talent“ auf der Bahnstrecke der ehemaligen Moerser Kreisbahn zwischen Moers und Vluyn bzw. zwischen Moers und Rheinberg in Kooperation von DB-Regio, Pro-Bahn e.V. und den Niederrheinischen Verkehrsbetrieben (NIAG) sowie durch den Einsatz von Sonderbussen zwischen Kamp-Lintfort und den anderen drei Gemeinden gefördert.

### Abbildung 38: Der „Talent“ als Sonderzug auf der Strecke zwischen Moers und Vluyt



Quelle: Wuppertal Institut, 22.9.2001

Die Fahrt im „Talent“ gegen eine Spende von 1 DM dürfte bei den Mitreisenden nicht nur den Charakter eines (Familien-) Ausfluges gehabt haben, sondern auch einige Personen dazu angeregt haben, über ein neues Verkehrskonzept am Niederrhein nachzudenken. Die Züge waren mit 100 bis 150 Personen stets gut besetzt. Die Kooperation der vier Gemeinden wurde weiterhin durch die gemeinsame Radtour der BürgermeisterInnen zwischen den Gemeinden dokumentiert. Weiterhin ist bemerkenswert, dass der Rat der Stadt Rheinberg den ursprünglichen Plan, nur eine Haupteinkaufsstraße zu sperren, wegen zu geringer „Spürbarkeit“ ablehnte und beschloss, die gesamte Innenstadt flächenhaft zu sperren. Die Innenstadt wurde durch ein vielfältiges Aktions- und Informationsangebot belebt und lud bei fast ganztägig sonnigem Wetter zum Verweilen und Flanieren ein, wozu auch das Rahmenprogramm auf den Bühnen am Großen Markt und in der Rheinstraße beitrug. Die Durchführung des ersten Rheinberger Stadtlaufs dürfte die Attraktivität einer autoreduzierten Innenstadt auch bei jenen Teilnehmern gefördert haben, die sich in erster Linie aus sportlichen Gründen angemeldet hatten.

## 2.8 Fazit

Die Gesamtbeurteilung des europaweiten Aktionstages 2001 fällt aus der Sicht der Stadtkoordinatorinnen und -koordinatoren in den sechs Modellstädten insgesamt positiv aus, da vielfältige Handlungsfelder für eine nachhaltige Verkehrsentwicklung und –politik thematisiert und die Besucher hierauf aufmerksam gemacht wurden.

Köln nimmt hierbei eine Sonderstellung ein, da es während des Tages keine Sperrung gab und auf dem Neumarkt fast ausschließlich Informationsstände aufgebaut waren. Umgeben vom Kfz-Verkehr sind auf diesen Mobilitätsmarkt verhältnismäßig wenig Besucher aufmerksam geworden. Die Sperrung des Hohenzollernrings am Abend wurde dementsprechend bewußter wahrgenommen, jedoch fanden nur sehr wenige Aktionen statt und zudem wurde die Sperrung aufgrund des starken Regens und der geringen Besuchermenge früher als geplant wieder aufgehoben.

Der Verlauf des Aktionstages in den einzelnen Modellstädten hat gezeigt, dass eine Open-Air-Veranstaltung dieser Art sehr stark wetterabhängig ist und dadurch sowohl die Besuchermenge als auch die Bewertung des Aktionstages sehr unterschiedlich ausfallen. Während es in Löhne im gesamten Tagesverlauf regnete und in Köln am Abend, daher einige Aktionen nicht stattfanden sowie das Besucheraufkommen geringer als erwartet ausfiel, war es in den anderen Modellstädten die meiste Zeit verhältnismäßig sonnig-warm und trocken, so dass die geplanten Aktionen durchgeführt werden konnten und viele Besucher in die Innenstadt kamen.

In allen Städten war der Aktionstag eingebettet in ein umfangreiches Rahmenprogramm, das insgesamt etwa zwei Drittel des Gesamtprogramms umfasste und vorrangig Kinder- und Kulturprogramm bot. Die Mischung aus attraktiven, themenbezogenen Aktionen und Informationen, verknüpft mit einem interessanten Rahmenprogramm erscheint notwendig und hilfreich, um größere Bevölkerungsanteile zu erreichen und auf die Verkehrsproblematik und Chancen aufmerksam zu machen.

Förderlich für den Aktionstag war aus Sicht der Stadtkoordinatorinnen und -koordinatoren die Möglichkeit, sich über die Verkehrsmittel des Umweltverbunds zu informieren und diese ausprobieren zu können, z.B. durch die kostenfreie Benutzung der Stadtbusse in Brühl. Hierdurch wurde die Hemmnisschwelle für neue Kunden des Öffentlichen Personennahverkehrs deutlich herabgesetzt.

Die Verknüpfung des Aktionstages mit einem traditionellen Stadtfest wie in Mülheim wirkt sich negativ auf die Wahrnehmung der Besucher aus, da dieser nicht immer zwischen den unterschiedlichen Angeboten differenzieren und diese der jeweiligen Veranstaltung zuordnen kann. Positiver fiel in Rheinberg die Kombination mit dem Stadtfest aus, da dieses dem Motto des Tages „Rheinberg in Bewegung“ angepaßt und aufgrund des Aktionstages initiiert wurde.

Aktionen und Informationen mit Bezug zum Thema Fahrrad stießen bei den Besuchern des Aktionstages fast immer auf große Resonanz, da das Angebot hierzu sehr vielfältig war und unterschiedliche Zielgruppen angesprochen wurden. Kinder konnten Geschicklichkeitsparcours absolvieren, Fahrradgeschäfte und der Allgemeine Deutsche Fahrrad Club e.V. standen beratend zur Seite und boten die Möglichkeit der Fahrradreparatur oder -codierung

oder auch Reiseinformationen. An den durchgeführten Fahrradtouren, wie z.B. die Sternfahrt in Dortmund und die Einweihung einer neuen beschilderten Radverkehrsverbindungen zwischen einem Nebenzentrum und der Innenstadt von Dortmund nahmen viele interessierte Personen teil.

Das diesjährige Schwerpunktthema „Frauen und Mobilität“ wurde nicht in allen Modellstädten aufgegriffen. In Löhne und Brühl fanden hierzu jeweils eine Aktion in Form einer Rallye statt, die die typischen Wegeketten von Frauen (Reproduktionsarbeitsmobilität) im Alltag auf amüsante Art und Weise thematisierten und auf große Publikumsresonanz stießen. Vorträge stießen nur auf ein geringes Besucherinteresse.

### **3. Medienanalyse zum Aktionstag 2001**

Gegenstand dieses Kapitels ist die Darstellung der Berichterstattung über den Aktionstag „In die Stadt ohne mein Auto“ vor, am und nach dem 22. September 2001 in Presse, Funk, Fernsehen und Internet. Neben der Untersuchung der Meinungen der Bevölkerung und der Multiplikatoren in den Modellstädten ist die Medienanalyse ein dritter wichtiger Baustein der Begleituntersuchung dieses Aktionstages. Die Berichterstattung in den Medien prägt die Wahrnehmung des Aktionstages in der Bevölkerung wesentlich. Anders als in den anderen Kapiteln beschränkt sich die Analyse nicht nur auf die Modellstädte, sondern geht auf die gesamte Bandbreite der Berichterstattung in Nordrhein-Westfalen und der Bundesrepublik ein.

Bei der Interpretation der Berichterstattung zum Aktionstag müssen die politischen Rahmenbedingungen des Aktionstages berücksichtigt werden. Die Terroranschläge auf die USA am 11. September 2001 hatten Auswirkungen auf die Art der Berichterstattung und die Annahme des Aktionstages durch die Bevölkerung. Nach dem 11. September haben weltpolitische Themen in den Medien außerordentliche Bedeutung bekommen, so dass im Vergleich dazu alltägliche Probleme wie der Autoverkehr in Städten in den Hintergrund rückten. Darüber hinaus ist es möglich, dass die Einstellung der Berichterstattung zu der wesentlichen Veranstaltungsform des Bürgerfestes durch die Terroranschläge und drohende Militäreinsätze beeinflusst worden ist.

#### **3.1 Ziel und Aufbau der Medienanalyse**

Ziel der Analyse ist es, die Rezeption des Aktionstages in den öffentlichen Medien zu erfassen und einzuschätzen. Das Kapitel zeigt auf, ob, in welcher Form und mit welchem Tenor über die Aktionen im Kontext des Aktionstages berichtet wird. Die Medienanalyse beschränkt sich nicht auf eine quantitativ beschreibende Darstellung der Berichterstattung, sondern beinhaltet darauf aufbauend eine qualitativ inhaltliche Analyse.

Zunächst wird die Anzahl der erschienenen Artikel bzw. Sendungen nach räumlichen und zeitlichen Erscheinen geordnet, um anschließend den Tenor der einzelnen Beiträge in dieses Schema einzufügen. Darüber hinaus wird auf einzelne, besonders typische oder anderweitig herausragende Berichte gesondert eingegangen, so dass ein Überblick über die Reaktion der Medien auf den Aktionstag entsteht. Dieses Vorgehen ermöglicht es, die Reaktionen der Medien auf den Aktionstag nicht nur zu beschreiben, sondern ermittelt gleichzeitig Anhaltspunkte für Zusammenhänge. Anschließend kann die Analyse als Basis für Empfehlungen zur Öffentlichkeitsarbeit bei zukünftigen Aktionen genutzt werden.

Vor der Darstellung der Ergebnisse werden das methodische Vorgehen bei der Erhebung und die Auswertung der Berichterstattung kurz erläutert. Der Hauptteil des Kapitels ist nach der

räumlichen Verbreitung der Medien gegliedert, um so die lokale von der überregionalen Berichterstattung abzusetzen und insbesondere auf Nordrhein-Westfalen und die sechs Modellstädte eingehen zu können.

Zu Beginn wird die Berichterstattung in der gesamten Bundesrepublik Deutschland thematisiert. Neben Hörfunk und Fernsehen wird auch auf das Internet mit seinen spezifischen Strukturen eingegangen. Bei der anschließenden Analyse der Berichterstattung in Nordrhein-Westfalen stehen die Regionalzeitungen im Mittelpunkt. Daran angeschlossen ist ein Vergleich Nordrhein-Westfalens mit den anderen Bundesländern, der dazu dient, die Länderergebnisse im bundesweiten Kontext zu interpretieren.

Der letzte Teil des Kapitels befasst sich schließlich mit der Berichterstattung in den sechs Modellstädten. An dieser Stelle ist die Analyse der Berichterstattung differenziert, so dass die Unterschiede bei den Aktionen vor Ort berücksichtigt werden können.

### **3.2 Methodisches Vorgehen**

Die Datengrundlage für die Medienanalyse ist durch eine umfangreiche und bundesweite Sammlung und Erfassung von Berichten über den Aktionstag geschaffen worden. Die Recherche nach Zeitungsartikeln, Fernsehsendungen und Hörfunkbeiträgen umfasst einen Zeitraum von je drei Wochen vor und nach dem 22.9. und wurde im Wesentlichen von dem vom Wuppertal Institut beauftragten und auf die Erfassung von Medienberichten spezialisierten Unternehmen „Observer“ übernommen. Zusätzlich ist Material aus drei weiteren Quellen herangezogen worden:

- Pressesammlung des Veranstalters „Klima-Bündnis“,
- Sammlung des Landespresse- und Informationsamtes und
- Material, das von den Multiplikatoren vor Ort zur Verfügung gestellt wurde.

Durch die große Zahl der Medien, in denen nach Berichten gesucht wurde, kann nicht mit Sicherheit geklärt werden, ob alle erschienenen Artikel und Sendungen vollständig entdeckt worden sind. Die Problematik, ob alle Meldungen gefunden wurden, besteht insbesondere im Bereich des Fernsehens und beim Radio. Aufgrund der beträchtlichen Zahl von lokalen Radiosendern sind an dieser Stelle Lücken bei der Erfassung wahrscheinlich.

Die Auswertung der Berichterstattung über den Aktionstag erfolgt getrennt nach Medien. Zum einen sind die Berichte nach räumlichen und zeitlichen Kriterien ausgezählt worden, zum anderen sind sie inhaltlich gesichtet und nach Aussagen erfasst worden. Um die direkte Vergleichbarkeit von Auszählungen zu erhalten, basieren die quantitativen Angaben auf den bundesweiten Rechercheergebnissen des Wuppertal Instituts und des Klima-Bündnisses.

**Tabelle 4: Suchbegriffe für die bundesweite Artikelsammlung**

Recherche „Wuppertal Institut“ Zeitraum: 17.9. bis 13.10. 2001	Recherche „Klima-Bündnis“ Zeitraum: 1.9. bis 30.9. 2001
<ul style="list-style-type: none"> <li>• In die Stadt ohne mein Auto</li> <li>• Autofreie Mobilität</li> <li>• Europaweiter Aktionstag am Samstag, den 22. September 2001</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Klima-Bündnis</li> <li>• Autofreier Tag</li> <li>• In die Stadt ohne mein Auto</li> <li>• Europaweiter Aktionstag</li> </ul>

Quelle: Medienanalyse, Aktionstag 2001, Wuppertal Institut, eigene Berechnungen

Zusammen machen die vom Observer gefundenen Zeitungsartikel rund 95 Prozent aller gefundenen Berichte aus (5 % Eigenrecherche, Landespresseamt). Bei den Angaben zu den Modellstädten und allen inhaltlichen Aussagen sind alle zur Verfügung stehenden Quellen genutzt worden.

#### *Verfahren der quantitativen und inhaltlichen Auswertung*

Die quantitative Auszählung erfolgte auf Basis der Erfassung aller Berichte in einer EXCEL Datenbank. Auf der räumlichen Ebene werden die Artikel und Sendungen dem Standort des Radio- bzw. Fernsehsenders und dem Erscheinungsort der Zeitung nach geordnet. Die zeitliche Ebene unterscheidet zwischen Berichten im Vorfeld des Aktionstages, sogenannten Ankündigungen, und Berichten danach, definiert als Nachlese. Bei den Beiträgen in Funk und Fernsehen wurden zusätzlich die Länge und die Einschaltquote erfasst. Die räumliche Zuordnung der Zeitungsartikel konnte nicht nach Gemeinden erfolgen, da das grundsätzliche Problem besteht, dass sich Verbreitungsgebiete von Zeitungen teilweise überschneiden und somit nicht immer einer Gemeinden zugeordnet werden können, außerdem sind viele Artikel in kleinen Zeitungen nicht erfasst worden.

Die Häufigkeit der Artikel hängt nur zum Teil von der Intensität der Berichterstattung ab. Eine wichtige Rolle spielt auch die jeweilige Zeitungsstruktur vor Ort. Zum einen ist entscheidend, wie viele Zeitungen vor Ort erscheinen. Mehrere Zeitungen mit kleiner Auflage haben eventuell die gleiche Reichweite wie eine große. Hinzu kommt, dass teilweise ein Artikel in verschiedenen Ausgaben einer Zeitung erscheint und damit faktisch doppelt gezählt wird. Die Struktur der Zeitungslandschaft hat somit einen wichtigen Einfluss auf die Anzahl der Artikel, was bei der Interpretation der Ergebnisse der Auszählung berücksichtigt werden muss. Aus diesem Grunde wird bei räumlichen Vergleichen auch die Struktur der Zeitungslandschaft dargestellt<sup>32</sup>.

Die inhaltliche Auswertung ist im Wesentlichen auf die Zeitungsartikel beschränkt, da keine kompletten Abschriften der Funk- und Fernsehbeiträge vorliegen. Die Auswertung ist in zwei

<sup>32</sup> Vgl. insbesondere Kapitel 6.5 - Nordrhein-Westfalen im Vergleich

Bereiche unterteilt: Zum einen sind die Artikel nach einer ersten Sichtung in ein grobes Raster, bestehend aus den Kategorien „neutraler“, „positiver“ oder „negativer“ Tenor, eingeordnet worden. Insgesamt fiel auf, dass innerhalb eines Artikels meist mehrere Aspekte sowohl negativer als auch positiver Natur angesprochen wurden, so dass ein wesentliches Kriterium für die qualitative Bewertung eines Artikels die Wortwahl in der Überschrift eines Artikels, falls vorhanden im anschließenden Fettdruck dem „Aufreißer“ und dem Satzsatz war. Eine Auswahl von häufigen Worten, die einer Bewertung zu Grunde gelegt worden sind zeigt die folgende Tabelle:

**Tabelle 5: Auswahl von Schlüsselworten für Artikelbewertung**

Schlüsselworte	Bewertung
Reinfall; niemand verzichtete	negativ
Am Samstag autofrei, ohne Auto in die City	neutral
Erfolg, großes Engagement	positiv

Wenn beispielsweise in der Überschrift und im „Aufreißer“ eine negative Wortwahl vorgefunden wurde, wurde der gesamte Artikel als negativ bewertet. Auf dieser Bewertung basierend erfolgten weitere Auszählungen nach räumlichen und zeitlichen Kriterien. Zum anderen sind typische, herausragende oder besonders interessante Aussagen ausführlicher besprochen worden. In diesem letzten Schritt sind inhaltsanalytische Verfahren zur Anwendung gekommen (vgl. z.B. Diekmann 2001).

Das Bewertungsraster zur Einordnung der Zeitungsartikel kann nur grobe Anhaltspunkte geben und beruht auf den Eindrücken, die ein Artikel beim Lesen hinterlässt. Entscheidend für die Bewertung eines Artikels war die positive oder negative Haltung zum Aktionstag insgesamt. Diese Reduktion der Aussagen auf einzelne Begriffe gibt nur einen sehr eingeschränkten Einblick in die Vielfalt der Berichterstattung. Aufgrund der Verschiedenartigkeit der Artikel und den unterschiedlichen Aktionen und Rahmenbedingungen vor Ort konnten keine eindeutigen Kriterien oder Begriffe festgelegt werden. Diese Problematik der Kategorienbildung ist bei der Auswertung beachtet worden und Aussagen, die sich aus der Auszählung der Bewertungskategorien ergeben, sind mit Zitaten untermauert worden.

Ein Teil der Zeitungsartikel (7,8 %) konnte nicht inhaltlich bewertet werden, da entweder nur die Meldung über das Erscheinen vorlag oder der Artikel keiner Zeitung bzw. keinem Datum zugeordnet werden konnte. Aufgrund der hohen Zahl von Zeitungsberichten ist grundsätzlich anzumerken, dass mit großer Wahrscheinlichkeit nicht alle Artikel erfasst werden konnten, die über den Aktionstag erschienen sind. Insbesondere kleine Zeitungen in kleineren Städten

konnten nicht immer dokumentiert werden. Es ist jedoch davon auszugehen, dass durch die Erfassung von 630 Tageszeitungen (116 Hauptausgaben und 514 Nebenausgaben) eine ausreichende Repräsentativität hinsichtlich der Printmedien erreicht wurde.

### 3.3 Berichterstattung in der Bundesrepublik Deutschland

In den deutschen Medien wurde umfassend über den Aktionstag berichtet. Insgesamt sind über 1800 Fernsehsendungen, Hörfunkbeiträge und Zeitungsartikel registriert worden. Hinzu kommt die Berichterstattung im Internet, wo unzählige Beiträge zum Aktionstag „In die Stadt ohne mein Auto“ veröffentlicht worden sind. Besonders ausführlich ist in den Tageszeitungen berichtet worden. Hier spielen die Regionalzeitungen die größte Rolle. In Wochenzeitungen oder Zeitschriften sind keine Beiträge über den Aktionstag erschienen.<sup>33</sup>

**Tabelle 6: Häufigkeit der Berichterstattung zum Aktionstag in Deutschland nach Medien**

Regionale Tageszeitungen	1.771
Überregionale Tageszeitungen	22
Radio und Fernsehen	102
<b>Gesamt</b>	<b>1.895</b>

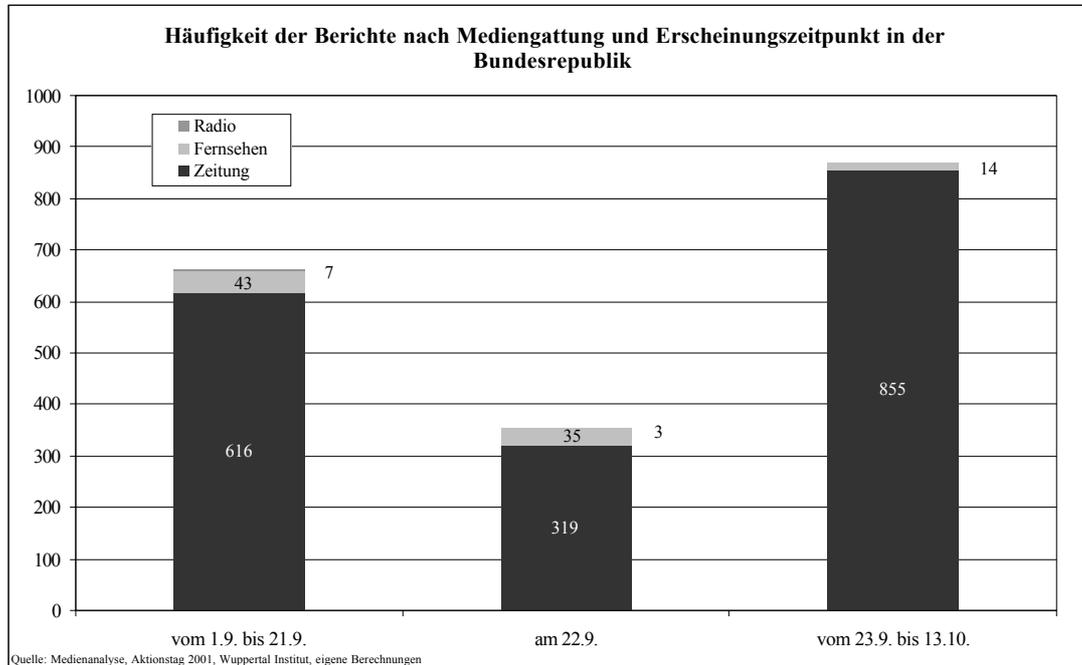
Quelle: Medienanalyse, Aktionstag 2001, Wuppertal Institut, eigene Berechnungen

Im direkten Vergleich zu der Anzahl der Berichte in den Tageszeitungen sind nur relativ wenig Fernsehsendungen und Hörfunkbeiträge gesendet worden. Eine grobe Einordnung auf der Zeitachse unterscheidet zwischen drei Erscheinungszeiten, vor dem 22. September, am Aktionstag selbst und nach dem 22. September (vgl. Abbildung 38).

---

<sup>33</sup> Fachzeitschriften wurden nicht berücksichtigt.

**Abbildung 39: Häufigkeit der Berichte nach Mediengattung und Erscheinungszeitpunkt in der Bundesrepublik**



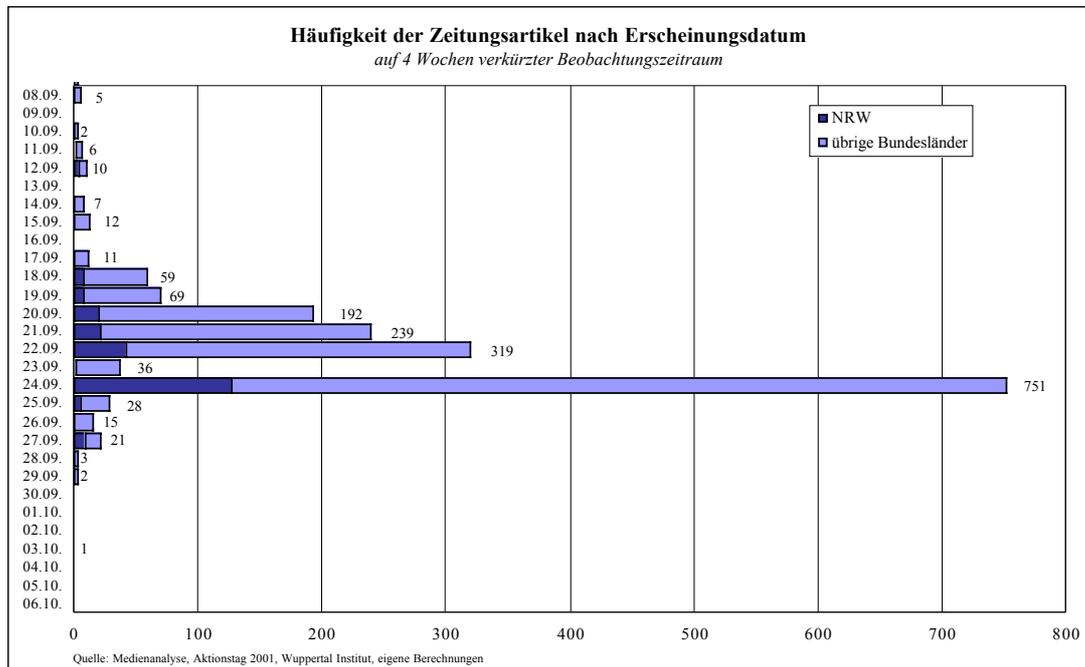
Bei dieser Gruppierung ist zu beachten, dass Zeitungsartikel, die vor oder am Aktionstag erschienen sind, größtenteils als „Ankündigung“ zu werten sind. Artikel, die nach dem 22. September veröffentlicht wurden, gehören dagegen in die Kategorie „Nachlese“. Bei den TV- und Hörfunk-Beiträgen ist diese Unterscheidung nicht so eindeutig. Sendungen, die am 22.9. tagsüber ausgestrahlt wurden, waren „Ankündigungen“, Sendungen am späten Nachmittag oder Abend fallen in den Bereich „Nachlese“. Im Folgenden wird nur noch zwischen diesen beiden Kategorien unterschieden.

### 3.3.1 Berichterstattung in Zeitungen

Die Berichterstattung in Zeitungen ist insgesamt sehr ausführlich. Eine nach dem Erscheinungsdatum differenziertere Auszählung der Artikel in Tageszeitungen zeigt, dass die Häufigkeit der Berichterstattung in der Woche vor dem Aktionstag kontinuierlich zunahm. Mit Abstand die meisten Zeitungsartikel sind am Montag nach dem Aktionstag (24. September) erschienen. Die Nachlese ist somit an einem Tag besonders konzentriert. Abbildung 40 zeigt, dass diese Entwicklung für Nordrhein-Westfalen und die gesamte Bundesrepublik gleichermaßen gilt<sup>34</sup>.

<sup>34</sup> Die Darstellung der Häufigkeit der Zeitungsartikel nach Erscheinungsdatum bezieht sich auf einen verkürzten vierwöchigen Erhebungsraum, da vor dem 8.9. und nach dem 6.10.2001 nur eine unwesentliche Anzahl von Artikeln erschienen sind.

**Abbildung 40: Häufigkeit der Zeitungsartikel nach Erscheinungsdatum**



Aufgrund des lokalen Bezugs der jeweiligen Aktionen in den Städten wird darüber im Wesentlichen in Regional- oder Lokalteilen berichtet. Im Hinblick darauf wird bei der Auswertung der Artikel zwischen stadtbezogenen und überregionalen Beiträgen unterschieden. Die stadtbezogenen Artikel überwiegen in der Anzahl und sind an die örtlichen Leser gerichtet. Sie dienen dazu, das Programm vor Ort anzukündigen und im Nachgang zu bewerten. Diese Tendenz ist sicherlich auf den spezifischen Charakter des Aktionstages als lokales Ereignis zurückzuführen. Auf die stadtbezogene Berichterstattung wird in den Abschnitten zu Nordrhein-Westfalen und den sechs Modellstädten näher eingegangen.

#### *Überregionale Berichterstattung*

Bei den nicht ortsbezogenen Artikeln kann neben dem quantitativen Übergewicht der Regionalzeitungen zwar ein qualitativer Unterschied zwischen Regionalzeitungen und überregionalen Zeitungen festgestellt werden, allerdings gibt es nur die überregionale Berichterstattung in den Regionalzeitungen, welche von zwei Artikeln der Deutschen Presse Agentur (dpa) entscheidend geprägt wird (vgl. Anhang). Diese Artikel tauchen unter veränderten Überschriften und mit leicht variierenden Schlussfolgerungen in den meisten Regionalzeitungen auf.

Beide Artikel sind eher neutral in der Aussage. Der erste (vor bzw. am 22.9. erschienen) ist kurz gehalten, kündigt lediglich den Aktionstag an und nennt die Anzahl der Teilnehmerstädte. Der zweite zählt zur Nachlese und gibt Auskunft über die Aktionen in Berlin und anderen europäischen Metropolen und bewertet den Aktionstag verhalten negativ. Allerdings

werden positive Ausnahmen erwähnt und der Aktionstag 2001, aufgrund des schlechten Wetters und der weltpolitischen Lage, unter einem unglückliche Vorzeichen gesehen. Insgesamt kommt der Artikel zu dem Schluss, dass der Aktionstag ein *geteiltes Echo* bzw. *verhaltene Resonanz* hervorgerufen hat.

Eine wichtige Quelle dieser Artikel und zu einem großen Teil auch anderer Berichte der überregionalen Berichterstattung sind sechs Pressemitteilungen des Klima-Bündnisses zum Aktionstag, die zwischen dem 22.8. und dem 22.9. veröffentlicht worden sind.

### Pressemitteilungen des Klima-Bündnisses zum Aktionstag (vgl. Anhang)

22.08.2001	In die Stadt - ohne mein Auto! - europaweit am 22. September 2001
30.08.2001	Frauen bewegen die Stadt - am 22. September 2001
11.09.2001	In die Stadt - ohne mein Auto!
18.09.2001	In die Stadt - ohne mein Auto!, Städte und Bundesumweltministerium halten am Aktionstag fest
22.09.2001	Der europaweite Aktionstag In die Stadt - ohne mein Auto! - Vorläufige Ergebnisse
24.10.2001	Preisverleihung für den Wettbewerb In die Stadt – ohne mein Auto! 2001

Quelle: Medienanalyse, Aktionstag 2001, Wuppertal Institut, eigene Berechnungen

Auch in der überregionalen Presse wurde eher in den Regional- oder Lokalteilen berichtet. Insgesamt sind 22 Artikel in den überregionalen Zeitungen erschienen; davon 9 mit überregionaler Bedeutung. In Tabelle 7 sind die neun Artikel mit den jeweiligen Überschriften aufgeführt.

### Tabelle 7: Artikel mit überregionaler Bedeutung

Datum	Zeitungsname	Überschrift Artikel
19.9.	Frankfurter Rundschau	Verkehrspolitik aus Sicht der Frauen
20.9.	Süddeutsche Zeitung	Wenn doch der Verkehr nicht wär'
22.9.	Frankfurter Allgemeine Zeitung	Mehr als tausend Städte
22.9.	Tageszeitung taz	In die Stadt - ohne mein Auto
24.9.	Frankfurter Allgemeine Zeitung	Mit dem Auto in die autofreie Innenstadt
24.9.	Frankfurter Allgemeine Zeitung	Der autofreie Samstag
24.9.	Frankfurter Rundschau	Die IAA-Tüte für den Jäger und Sammler bis 30
24.9.	Tageszeitung taz	Nicht alle ohne Auto in die Stadt
24.9.	Frankfurter Allgemeine Zeitung	Chronik

Quelle: Medienanalyse, Aktionstag 2001, Wuppertal Institut, eigene Berechnungen

Bei den wenigen Artikeln, die den Aktionstag ohne konkreten Ortsbezug behandeln, wird ein differenziertes Bild des Aktionstages gezeichnet. In der Frankfurter Rundschau wird am 19.9. auch über das Schwerpunktthema des Aktionstages „Frauen und Mobilität“ berichtet. In allen anderen Medienberichten wird dieses Thema sonst nur sehr selten erwähnt. In der Nachlese

wird der Aktionstag eher kritisch beurteilt. Die Frankfurter Allgemeine Zeitung bewertet den Aktionstag insgesamt als *Enttäuschung* und als wenig hilfreich für die Verkehrsproblematik in den Städten. Dagegen stellen die anderen Zeitungen eher das Verhalten der Besucher der Städte als kritikwürdig dar und setzen den Aktionstag häufig in Kontrast zur gleichzeitig stattfindenden Internationalen Automobil-Ausstellung (IAA) in Frankfurt, die am 22.9. einen Besucherrekord meldet.

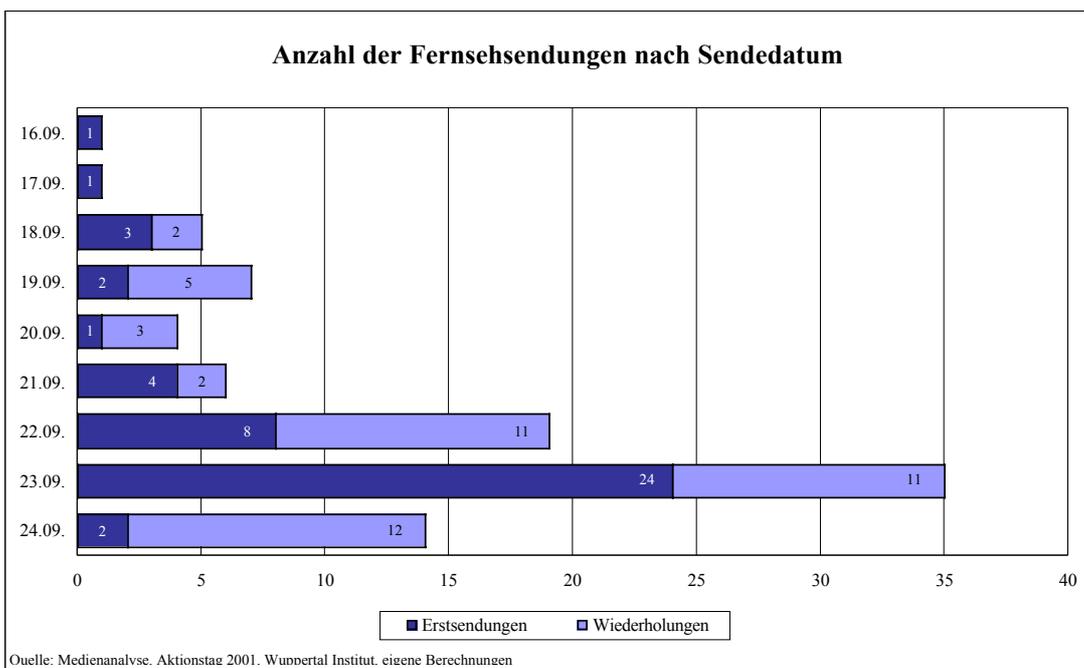
### 3.3.2 Berichterstattung in Fernsehen und Hörfunk

Im Vergleich zu den Zeitungen wurde im Fernsehen und im Radio wesentlich weniger berichtet. Im Hörfunk konnten kaum Sendungen zum Thema festgestellt werden. Hinzu kommt, dass für beide Medien lediglich Kurzzusammenfassungen der Beiträge vorliegen und somit keine validen inhaltlichen Aussagen zum Tenor der Berichterstattung getroffen werden können.

#### *Fernsehen*

Von den insgesamt 92 festgestellten Fernsehsendungen sind lediglich 46 originäre Beiträge, der Rest sind Wiederholungen, die teilweise spät in der Nacht ausgestrahlt worden sind. Mehr als die Hälfte aller Sendungen wurden am Aktionstag selbst ausgestrahlt (vgl. Abb. 40).

**Abbildung 41: Anzahl der Fernsehsendungen nach Sendedatum**



Von den 46 Sendungen sind 39 in den dritten Programmen oder Lokalfenstern von privaten Sendern gezeigt worden. Neun dieser Berichte wurden vom WDR ausgestrahlt. Bis auf Kabel 1 und ZDF zeigten die großen bundesweiten Sender keine Berichte zum Aktionstag.

Ein ca. 20 Sekunden langer Überblick mit dem Schwerpunkt Berlin, ausgestrahlt in der Nachrichtensendung „heute“ des ZDF um 19 Uhr hatte am 22.09.01 mit fast 3,7 Mio. Zuschauern die höchste Einschaltquote. Ebenfalls im ZDF, allerdings um 13 Uhr, erreichte ein 4-Minuten-Beitrag im Magazin „ZDF.umwelt“ im Vorfeld des Aktionstages die zweitbeste Zuschauerquote. Auf den nächsten Rängen folgen Beiträge von Nord 3 und vom Westdeutschen Rundfunk (vgl. Tabelle 8.)

**Tabelle 8: Sendungen mit den höchsten Einschaltquoten**

Datum	Quelle	Name der Sendung	Dauer	Zuschauer- quote (in Mio.)	Uhrzeit	Headline
22.9.	ZDF	heute	0:21	3,68	19:00	In die Stadt ohne mein Auto
16.9.	ZDF	ZDF.umwelt	3:52	1,13	13:15	Ohne Auto in die Stadt'
22.9.	N3	Das! - Das Abendstudio	5:05	0,61	18:44	Drag-Race am autofreien Tag
22.9.	WDR3	Aktuelle Stunde	0:39	0,48	18:49	In die Stadt mit meinem Auto
18.9.	WDR3	Servicezeit Verkehr	3:53	0,47	18:20	Autofreier Tag

Quelle: Medienanalyse, Aktionstag 2001, Wuppertal Institut, eigene Berechnungen

Um die Intensität der Berichterstattung bewerten zu können, müssen neben der Anzahl der Sendungen auch die Dauer der einzelnen Beiträge bewertet werden. Dabei zeigt sich, dass fast ein Drittel der Beiträge relativ kurz war und weniger als 30 Sekunden dauerte. Nur acht Berichte bzw. Sendungen dauerten länger als drei Minuten (vgl. Tabelle).

**Tabelle: Anzahl der Fernsehsendungen nach Dauer**

	Anzahl
5:00 Min. und mehr	1
4:00 Min. - 4:59 Min.	2
3:00 Min. - 3:59 Min.	5
2:00 Min. - 2:59 Min.	6
1:00 Min. - 1:59 Min.	6
0:30 Min. - 0:59 Min.	9
weniger als 0:30 Min.	17

Quelle: Medienanalyse, Aktionstag 2001, Wuppertal Institut, eigene Berechnungen

### *Hörfunk*

Es wurden nur zehn Beiträge im Hörfunk dokumentiert. Allerdings wurden kurze Spots mit dem Aufruf zur Beteiligung, wie sie beispielsweise vom WDR Sender Eins Live gesendet

wurden, nicht als journalistische Beiträge gewertet. Die gefundenen Beiträge (vgl. Tabelle) waren nur im Vorfeld des Aktionstages angesiedelt und sind damit vollständig als Programmankündigung zu werten.

**Tabelle 9: Hörfunkbeiträge zum Aktionstag**

Datum	Quelle	Name der Sendung	Dauer (Min.)	Uhrzeit	Headline
17.9.	REGEN	Nachrichten (06 bis 09 Uhr)	0:13	06:00	Ohne Auto in die Stadt
17.9.	100,6 (Berlin)	Berlin Report	1:22	20:51	Ohne Auto in die Stadt
18.9.	Deutschland-radio Köln	Umwelt & Landwirtschaft	5:20	11:35	Europaweiter Aktionstag: In die Stadt ohne mein Auto
18.9.	100,6 (Berlin)	Kompakt am Mittag	7:28	12:10	Aufruf zu In die Stadt ohne mein Auto
19.9.	HR-SKY	Thema des Tages	3:23	19:21	Autofreier Tag in Frankfurt
20.9.	Deutschland-radio Köln	Umwelt & Landwirtschaft	0:44	11:35	Thüringens Umweltminister gegen autofreien Tag
20.9.	100,6	Kompakt am Mittag	1:22	12:10	Ohne Auto in die Stadt
22.9.	NDR4	Service	3:40	06:25	Aktion: In die Stadt ohne mein Auto
22.9.	NDR4	Service	4:08	09:24	Aktion: In die Stadt ohne mein Auto
22.9.	FFH	Nachrichten (12 bis 18 Uhr)	0:19	12:56	Autofreier Tag

Quelle: Medienanalyse, Aktionstag 2001, Wuppertal Institut, eigene Berechnungen

### 3.3.3 Internet

Das Internet nimmt eine Sonderrolle unter den hier betrachteten Medien ein. Aufgrund seiner dezentralen Struktur und der Tatsache, dass jeder eigene Beiträge veröffentlichen kann, ist die Berichterstattung im „World Wide Web“ besonders heterogen und prinzipiell nicht in seiner Gesamtheit zu prüfen. Die Abgrenzung zwischen journalistischer Berichterstattung, Werbung bzw. Aufrufen und privaten Erlebnisberichten kann nicht in allen Fällen klar vorgenommen werden. Daher stellt dieser Abschnitt nicht einzelne Artikel und Beiträge dar, sondern einen Überblick über die verschiedenen Kategorien von Beiträgen. Auszählungen von Seiten sind im Internet nicht möglich, da das Medium sich dynamisch verändert und nur selten Abgrenzungen zwischen räumlichen Einheiten (wie z.B. die Bundesrepublik Deutschland) machbar sind. Da sich diese Probleme im Bereich der Newsgroups<sup>35</sup> noch verstärken, beschränkt sich die Analyse auf Angebote im WWW.

<sup>35</sup> Newsgroups entsprechen globalen schwarzen Brettern und es gibt mindestens 1.000 in deutscher Sprache. Innerhalb von Newsgroups formieren sich Interessengemeinschaften, um zu bestimmten Themen

Um trotzdem einen Eindruck über die Vielfalt im Internet zu gewinnen, wurde am 18. September eine exemplarische Suche in der Suchmaschine „Google“ (<http://www.google.com>) durchgeführt. Die verwendeten Suchbegriffe und die Anzahl der gefundenen Seiten sind in Tabelle 10 dargestellt<sup>36</sup>.

**Tabelle 10: Anzahl der gefundenen Homepages zum Aktionstag in Google am 18.9.2001**

Suchbegriff	Anzahl der gefundenen Seiten
„autofreie Mobilität/Tag/Kampagne“:	30
Europaweiter autofreier Tag	240
„In die Stadt ohne mein Auto“	ca. 1400

Quelle: Medienanalyse, Aktionstag 2001, Wuppertal Institut, eigene Berechnungen

Im Internet überwogen Ankündigungen im Vorfeld des 22. Septembers. Eine Reflexion des Tages fand im Internet nicht statt und wird von anderen Medien abgedeckt. Dies spiegeln auch die fünf wichtigen Kategorien von Internetseiten zum Aktionstag wider:

- **Veranstalter** – Ganz allgemeine Informationen bot der Veranstalter, die Europäische Kommission, in allen EU-Sprachen an. Zentrale Internetseiten für den Aktionstag waren die Homepage der Koordinierungsstelle Klima-Bündnis (<http://www.klimabuendnis.org> und <http://www.22september.de>) und ein englischsprachiges Äquivalent Campaign 22nd September (<http://www.22september.org>). Dort fanden sich schon früh Informationen über Teilnehmer, Themenschwerpunkte u.ä. Im Bereich der Nachlese wurden auf beiden Seiten Bilanzen des Tages veröffentlicht.
- **Unterstützer** – Die Umweltministerien des Bundes und der Länder oder nachgeordnete Ämter traten teilweise als Unterstützer des Aktionstages in Erscheinung. Diese veröffentlichten einerseits generelle Aufrufe zur Teilnahme und boten andererseits Links zu den teilnehmenden Städten. In Nordrhein-Westfalen wurden die Programme der Städte für den Aktionstag zentral auf der Homepage des Umweltministeriums veröffentlicht.
- **Teilnehmerstädte** – Veröffentlichungen zum Aktionstag der Teilnehmerstädte dienten vor allen Dingen dazu, das geplante Programm vorzustellen und zum Mitmachen aufzurufen. Auf den Seiten zum Aktionstag spiegelt sich die allgemein recht unterschiedliche Qualität der Homepages bei deutschen Städten und Gemeinden wider. Die Angebote der sechs Modellstädte reichen von einfachen Ankündigungen im Online-Veranstaltungskalender über Grußworte bis hin zu detaillierten Programmbeschreibungen. Kurz vor dem 22. September erschien teilweise das Logo des Aktionstages auf der

---

Informationen, Kommentare, Kritiken oder Meinungen auszutauschen (die dann per Mail an die gesamte Gruppe geschickt werden).

<sup>36</sup> Diese Zahlen schließen auch Internetseiten zu vorhergehenden Aktionstagen mit ein.

Startseite des Angebots. In NRW wurden die Internetangebote der Städte durch das Angebot des Umweltministeriums vereinheitlicht und komplettiert.

- **Online-Nachrichtendienste** – Neben den oben erwähnten offiziellen Angeboten berichteten auch Online-Nachrichtendienste über den Aktionstag. Hier erschienen die eigentlichen journalistischen Berichte zum 22. September. Neben Spiegel Online, der zwei Artikel veröffentlichte, haben große Tageszeitungen teilweise Artikel aus Printausgaben veröffentlicht.
- **Private und inoffizielle Seiten** – Zu dieser letzten Kategorie von Internetseiten zählen sowohl die professionellen Ankündigungen und Aufrufe von Umweltverbänden als auch Beiträge von lokalen Organisatoren (z.B. Lokale Agenda Büros). Diese Angebote wurden größtenteils in Eigenengagement erstellt und dienten der Ausbreitung der Idee des Aktionstages.

Seiten in den Kategorien „Veranstalter“, „Unterstützer“ und „Nachrichtendienste“ sind eher dem Bereich der übergreifenden Berichterstattung zuzuordnen, während sich Beiträge von den Teilnehmerstädten und inoffizielle Seiten stärker lokal orientierten. Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass die Berichterstattung im Internet trotz der hohen Zahl von Beiträgen nicht die Bedeutung anderer Medien erreicht, sondern größtenteils als zusätzliche Möglichkeit der Ankündigung des Tages genutzt wird.

### 3.4 Berichterstattung in Nordrhein-Westfalen

In Nordrhein-Westfalen sind insgesamt 244 Artikel erschienen und 9 Fernsehsendungen mit lokalem Bezug gesendet worden. Von den Zeitungsartikeln sind 102 vor bzw. am 22. September erschienen. Deutlich mehr wurden im Bereich der Nachlese (142) veröffentlicht. Eine Verteilung der Zeitungsartikel auf die einzelnen Gemeinden wurde aufgrund der unzureichenden Sammlung und Dokumentation der Pressebeiträge von kleineren Zeitungen nicht vorgenommen. Im Anhang sind stattdessen die in NRW gefundenen Artikel nach Erscheinungsorten aufgeführt (vgl. Anhang S. 210)

Der Tenor der Zeitungsartikel in Nordrhein-Westfalen war zum überwiegenden Teil neutral. Im Vorfeld gab es Programmankündigungen und Informationen über Sperrungen o.ä. und in der Nachlese wurde über den Programmablauf berichtet. Ein großer Teil dieser neutralen Berichterstattung beinhaltet auch Kurzmeldungen und überregionale Artikel, die auf Meldungen von Nachrichtenagenturen basieren.

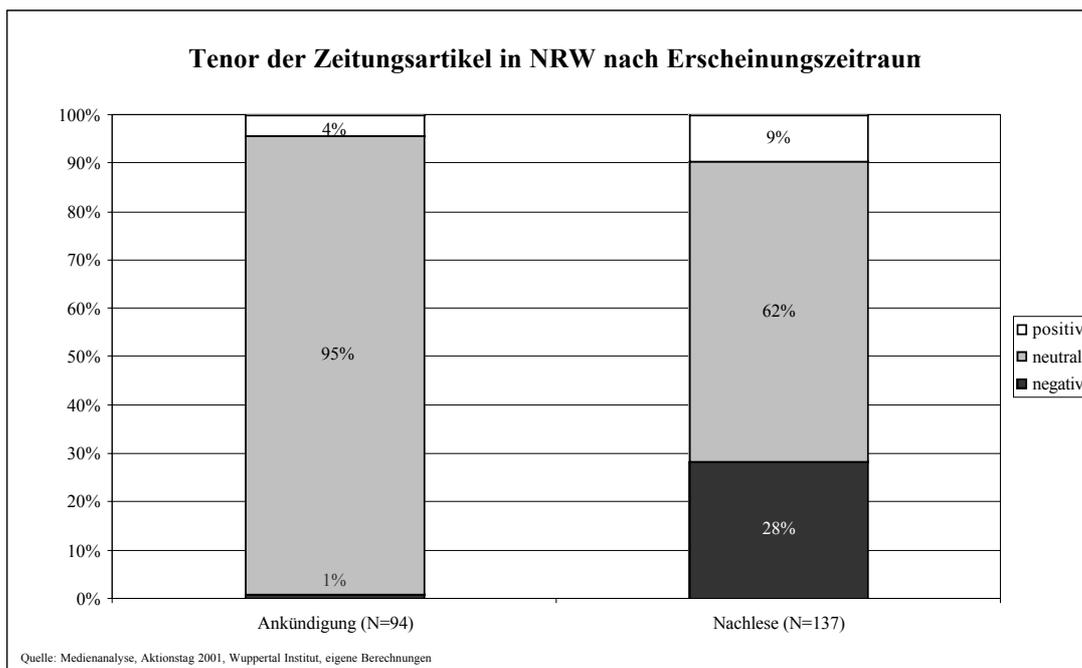
Analysiert man den Tenor der Zeitungsartikel im Vorher-Nachher-Vergleich, sind jedoch deutliche Unterschiede zu erkennen. Während vor dem Aktionstag fast ausschließlich neutrale

Artikel erschienen sind, ist nach dem 22. September eine deutlich höhere Zahl an wertenden Artikeln zu verzeichnen (vgl.

Abbildung ). Ohne die Kurzmeldungen und die Artikel der Presseagenturen würde sich sogar ein Übergewicht der Artikel mit wertendem Tenor (positiv oder negativ) ergeben. Obwohl in den Artikeln in der Phase der Ankündigungen keine expliziten Erwartungen formuliert waren, wurden in der Nachlese verstärkt Werturteile getroffen. Der Erfolg oder Misserfolg des Tages ist in diesen Artikeln resümierend dargestellt. Neben dem Wetter sind häufig auch die Lage des Veranstaltungsortes, die Qualität des Programms und das Engagement der Veranstalter als mögliche Ursachen aufgeführt.

Bei den wertenden Artikeln zeigt sich zudem ein klares Übergewicht der Berichte mit negativem Tenor. Dies drückt sich auch in einer Vielfalt von Überschriften aus, die von *einem Reinfeld* o.ä. sprechen. Unterschiede in der Bewertung des Tages zwischen Zeitungen aus Teilnehmerstädten und anderen Städten können nicht festgestellt werden. Die positive oder negative Grundhaltung korrespondiert stattdessen eng mit der Annahme der Aktionen durch die Bürger. Als zentrales Kriterium für eine negative Bewertung wurde häufig auch die Tatsache aufgeführt, dass keine Entlastung vom Autoverkehr in den Städten spürbar gewesen sei. Die Ankündigungen zu einem autofreien Tag waren zum großen Teil mit Erwartungen zu einer deutlichen Reduzierung des Autoverkehrs verknüpft. In einigen Fällen wurden in diesem Sinne die autofreien Sonntage zu Beginn der 70er Jahre als direkter Vergleich herangezogen, obwohl damals ein bundesweites Fahrverbot ausgesprochen wurde.

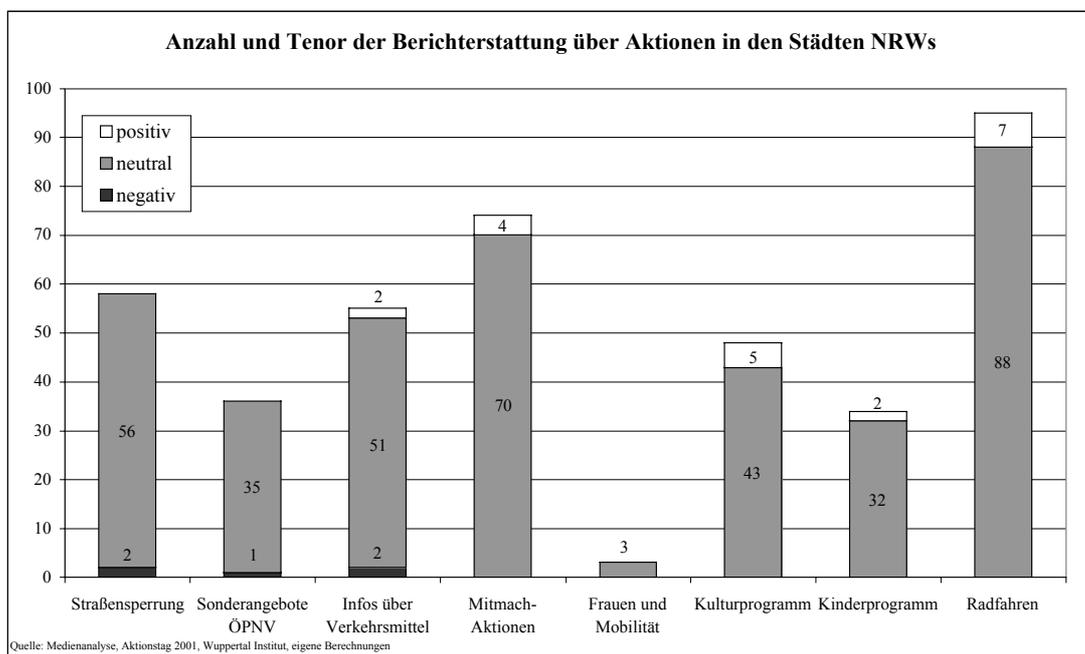
**Abbildung 42: Tenor der Zeitungsartikel in NRW vor und nach dem Aktionstag**



### Bewertung der Aktionen in den Städten

In 63 der 244 Artikel wurde nicht über Aktionen berichtet. Darunter befinden sich fast ausschließlich Kurzmeldungen und Meldungen der Presseagenturen. In den restlichen 181 Artikeln werden Aktionen erwähnt. Allerdings wird in über 90 Prozent der Artikel lediglich darüber berichtet, dass Aktionen stattgefunden haben, ohne sie explizit positiv oder negativ zu bewerten.

**Abbildung 43: Anzahl und Tenor der Berichterstattung über Aktionen in den Städten Nordrhein-Westfalens**



Die häufigste Nennung hatten Aktionen rund um das Fahrrad. Straßensperrungen hatten nach Mitmachaktionen die drittmeisten Nennungen. Über das Schwerpunktthema des Aktionstages „Frauen und Mobilität“ wurde mit Abstand am wenigsten berichtet. Abbildung zeigt die genauen Ergebnisse der Auswertung.

Positiv erwähnt wurden insbesondere Aktionen mit Fahrrädern, Mitmachaktionen und das Kulturprogramm des Aktionstages. Einige negative Bewertungen bekamen Straßensperrungen und ÖPNV-bezogene Aktionen. Auffällig war, dass Straßensperrungen nicht in größerem Maßstab negativ beurteilt worden sind. Häufig werden bei diesem Thema konkurrierende Meinungen der Bevölkerung oder des ansässigen Einzelhandels gegenübergestellt. Ein weiterer interessanter Aspekt ist, dass Sonderangebote für Bus und Bahn nicht explizit positiv hervorgehoben werden. In den meisten Artikeln wird lediglich angekündigt, dass die Busse oder Bahnen an diesem Tag günstiger sind.

### Fernsehsendungen in NRW

Im Fernsehen wurde wesentlich weniger über die in NRW geplanten Aktionen berichtet als in den Lokalzeitungen. Zwei Sendungen sind landesweit ausgestrahlt worden und acht Sendungen in Lokalfenstern. Das Lokalfenster Köln berichtete dabei am häufigsten. Neben sechs Berichten im Vorfeld wurde am Aktionstag eine halbe Stunde live vom Veranstaltungsort in Köln gesendet. Eine Ankündigung des Programms in Dortmund strahlte das Lokalfenster Dortmund aus.

**Tabelle 11: Fernsehsendungen über den Aktionstag in NRW**

Landesweite Sendungen:	Lokalfenster:
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 x Servicezeit Verkehr am 18.9.</li> <li>• 1 x Aktuelle Stunde am 22.9</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 5 x Lokalzeit Studio Köln – vor dem 22.9.</li> <li>• 1 x Lokalzeit Südwestfalen (20.9.)</li> <li>• 1 x WDR-Punkt Köln (21.9.)</li> <li>• 1 x Lokalzeit Studio Köln am 22.9. – live vom „Neumarkt“ in Köln</li> </ul>

Quelle: Medienanalyse, Aktionstag 2001, Wuppertal Institut, eigene Berechnungen

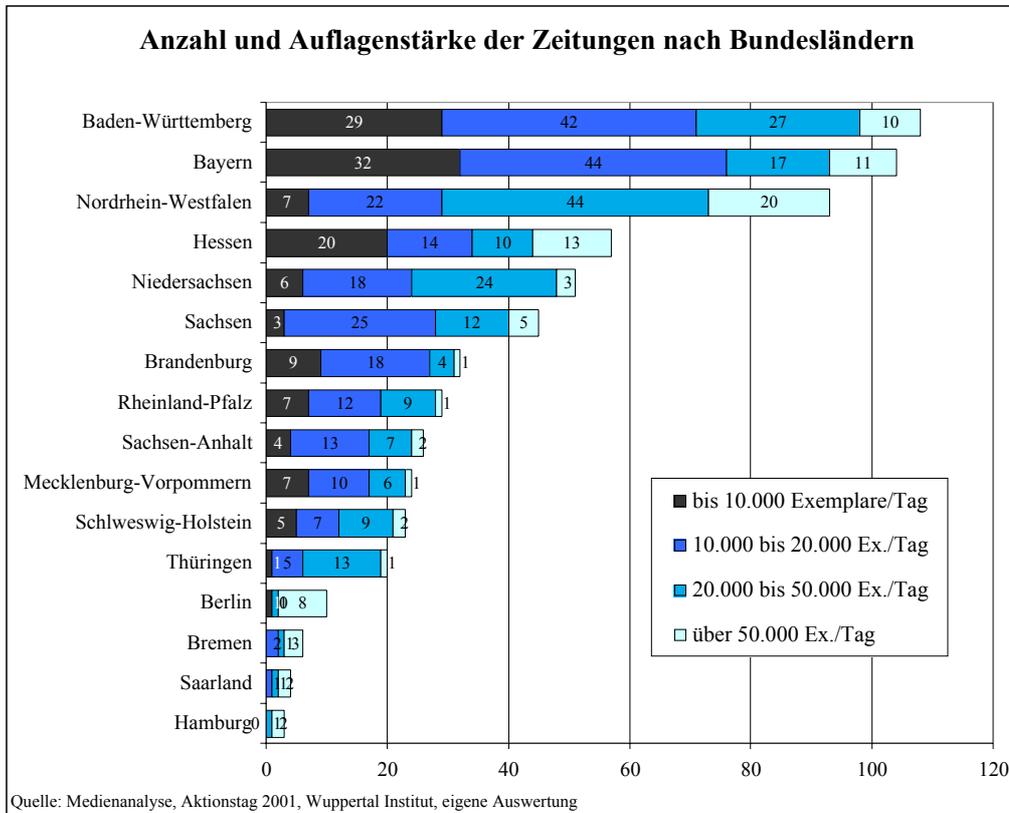
### 3.5 Nordrhein-Westfalen im Vergleich

Nur in Baden-Württemberg und Bayern sind mehr Artikel erschienen als in Nordrhein-Westfalen (vgl. Abbildung 43). Da aufgrund unterschiedlicher Zeitungskulturen die Anzahl der Zeitungen bzw. Nebenausgaben variieren kann, lässt diese Angabe noch keine unmittelbaren Aussagen über die Intensität der Berichterstattung zu.

**Abbildung 44: Häufigkeit der Zeitungsartikel nach Bundesländern**



**Abbildung 45: Anzahl und Auflagenstärke der Zeitungen nach Bundesländern**

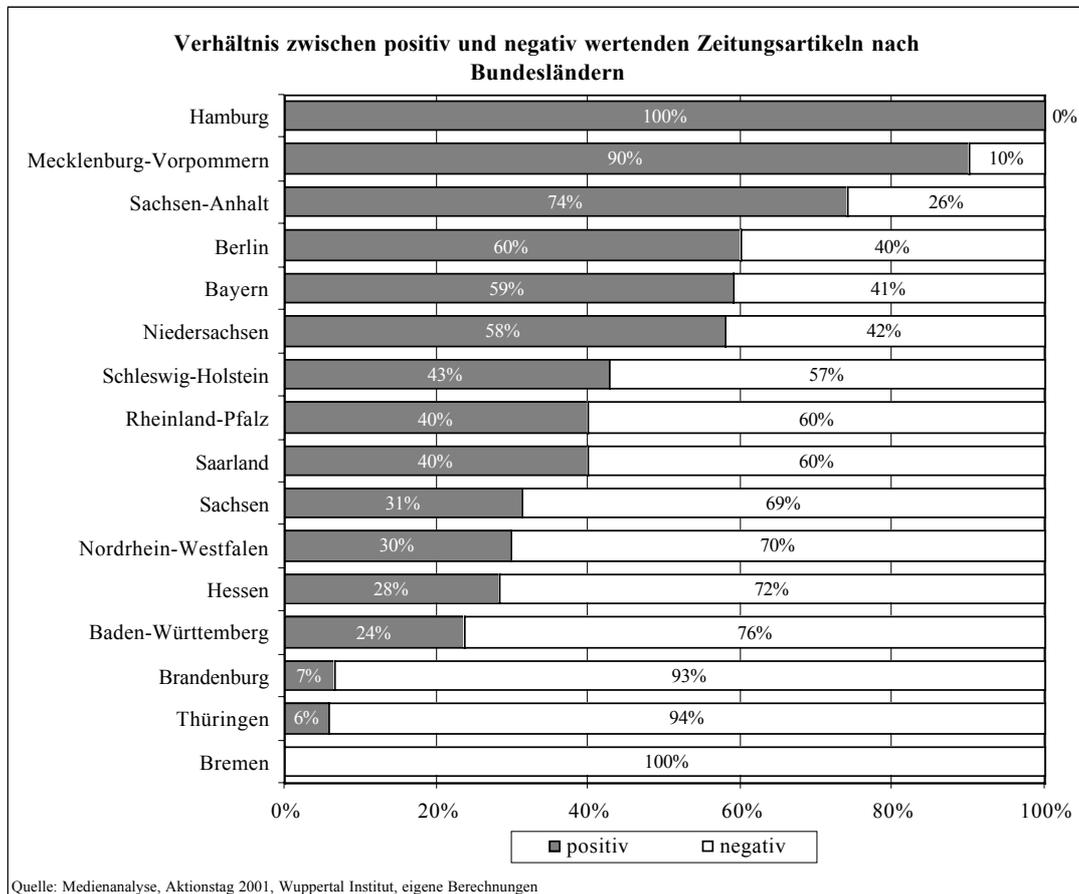


NRW lässt sich daher nicht ohne weiteres mit anderen Bundesländern vergleichen. Abb. 44 zeigt, dass z.B. in Bayern und Baden-Württemberg mehr unterschiedliche Zeitungen existieren als in Nordrhein-Westfalen, dagegen ist die Auflagenstärke in NRW deutlich höher als in den beiden südlichen Bundesländern.

Die Tatsache, dass in Bayern und Baden-Württemberg mehr Artikel erschienen sind als in Nordrhein-Westfalen lässt sich also durch die Auflagenstärke erklären. Insgesamt ist demnach anzunehmen, dass in allen Bundesländern mit ähnlicher Intensität berichtet worden ist.

Ein Gros der Zeitungsartikel ist neutral gehalten. Der Tenor der wertenden Berichterstattung variiert jedoch zwischen den Bundesländern (vgl. Abb. 45). Während in Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen-Anhalt, Berlin, Bayern und Niedersachsen mehr positive als negative Artikel erschienen sind, sind in Brandenburg und Thüringen kaum Artikel mit positivem Tenor veröffentlicht worden. Auch in Nordrhein-Westfalen ist eher negativ über den Aktionstag berichtet worden. Da die Auswertung in den kleinen Bundesländern nur auf sehr wenigen Artikeln beruht, sind z.B. die extremen Ergebnisse von Hamburg und Bremen wenig aussagekräftig.

**Abbildung 46: Verhältnis zwischen positiv und negativ wertenden Zeitungsartikeln nach Bundesländern**



Da die Beurteilung des Aktionstages lokal bezogen ist und die Programme und Aktionen unterschiedlich von den Bürgern angenommen werden, lässt sich kein eindeutiges Muster der Berichterstattung nach Bundesländern feststellen. Obwohl es Unterschiede gibt, deuten auf einer makrostrukturellen Ebene weder die politische Ausrichtung der Regierungsparteien noch die Unterscheidung in Ost und West auf direkte Zusammenhänge hin.

### 3.6 Berichterstattung in den Modellstädten

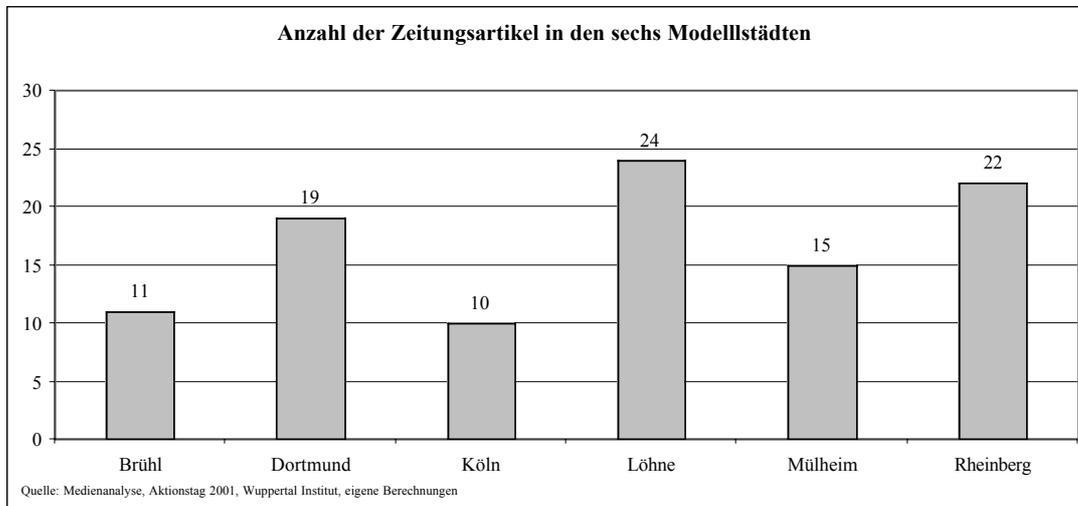
Der folgende Abschnitt bezieht sich stärker auf die räumlichen Besonderheiten als die vorangehenden Analysen. Außerdem werden die speziellen Rahmenbedingungen in den einzelnen Modellstädten berücksichtigt. Einen ersten quantitativen Eindruck über die Berichterstattung in den sechs Städten bietet Abbildung 47. Die Zahlen enthalten auch die zusätzlichen Artikel, die von den Multiplikatoren in den Modellstädten gesammelt worden sind.

Einen Eindruck zum Tenor der Berichterstattung bietet die Auswahl von charakteristischen Artikelüberschriften in den Zeitungen der Modellstädte (siehe nachfolgenden Kasten).

Abbildung 47: Überschriften in den Zeitungen der Modellstädte



**Abbildung 48: Anzahl der Zeitungsartikel in den sechs Modellstädten**



### 3.6.1 Einzeldarstellung der Städte

#### *Brühl*

In Brühl war die Berichterstattung nicht sehr umfangreich. Bei den vor dem 22.9. erschienenen Artikeln wird das „Fest des Umweltverbundes“ angekündigt. Besonders hervorgehoben werden auch die Möglichkeit der kostenlosen Nutzung des Stadtbusses und die Rallye ‚Männer auf Frauenwegen‘. Erwähnt wird auch eine Wurfsendung der Verkehrsbetriebe an die Brühler Haushalte mit dem Titel ‚Mobil in Brühl‘. Im Kölner Stadtanzeiger erschien zudem ein Artikel, in dem fünf Bewohner des Erftkreises die Meinung zum Aktionstag und Gründe für oder gegen die Teilnahme erläutern.

In der Phase der Nachlese war die Meinung zum Aktionstag sehr unterschiedlich. Während im Kölner Stadtanzeiger von *schönem Wetter und deutlich weniger Autos* gesprochen und der Aktionstag als Erfolg gewertet wurde, beobachtete die Kölnische Rundschau die entgegengesetzte Tatsache: *Allerdings scheint der Verzicht auf das Auto für viele ein zu großes Opfer gewesen zu sein. Die Blechlawine rollte am Samstag wie sonst durch die Städte.* In diesem Artikel wurde jedoch nicht ausschließlich auf Brühl als Teilnehmerstadt eingegangen, sondern Brühl nur als eine von vier Städten des Erftkreises betrachtet.

Zusätzlich zu diesen bilanzierenden Berichten erschienen in beiden Zeitungen Reportagen über die Rallye ‚Männer auf Frauenwegen‘, die mehr beschreibenden Charakter hatten und einen Vater bei der Erfüllung der Aufgaben begleiteten. Das grundsätzliche Thema des Aktionstages ‚Frauen und Mobilität‘ ist darin jedoch nicht näher diskutiert worden.

### *Dortmund*

Zur Ankündigung des europaweiten Aktionstages „In die Stadt ohne mein Auto“ sind in Dortmund eine ganze Reihe von neutral gehaltenen Berichten erschienen. Ein Teil dieser Artikel kündigte die offiziellen Aktionen der Stadt und die Sperrung eines Teilstücks der Kampstraße an. Als Höhepunkt wurde in dieser Phase der Berichterstattung stets das Fahrradklingelkonzert bezeichnet. Die Ruhr Nachrichten titelten: *Klingelkonzert zum autofreien Samstag*. Der andere Teil der Artikel kündigten die Einweihung eines neuen Radweges und die Sternfahrt des ADFC in die Dortmunder City an. Erwähnt wird auch das Angebot eines Schnupperabos der Dortmunder Stadtwerke. In einem Artikel der WAZ über den autofreien „Boulevard Kampstraße“ wird der Aktionstag auf eine besondere Art gedeutet: *Das bedeutet nicht, dass niemand mit dem Auto in die City kommen darf, sondern nur, dass der Aktionsbereich an diesem Tag autofrei bleibt*. Dagegen wird in einem Artikel der Ruhr Nachrichten, die sich selber am Aktionstag beteiligt haben, dazu aufgerufen, das Auto stehen zu lassen: *Möglichst mit dem Fahrrad und ohne Auto sollen die Dortmunder am Samstag zum Einkaufen in die Innenstadt kommen*.

Die Zeitungsartikel, die nach dem Aktionstag erschienen sind, beurteilen zum großen Teil den Verlauf des Aktionstages negativ. Zu Stichwort „Boulevard Kampstraße“ schlussfolgert die Westfälische Rundschau: *Doch es zeigte sich, dass die Kampstraße eben doch kein Boulevard ist*. In einem Kommentar der Ruhr Nachrichten wurde die Sperrung als *Mogelpackung* bezeichnet und geurteilt, dass ein Verzicht auf die Sperrung *ehrlicher* gewesen wäre.

Auch die Überschriften drücken aus, dass der Tag als Misserfolg gewertet wird: *Besucher blieben aus* und *Fuß am Gas statt City zu Fuß*. Auffällig ist, dass gerade in der WAZ bemängelt wird, dass die meisten Besucher in der City mit dem Auto gekommen sind und trotz der Aktion die Parkhäuser voll waren. Als Gründe für den fehlenden Erfolg des Aktionstages wurden einerseits die schlechte Lage des abgesperrten Teilstücks der Kampstraße und andererseits die mangelhafte Vorabinformation der Besucher angeführt.

### *Köln*

In Köln war die Berichterstattung über den Aktionstag geprägt durch die konkurrierenden Veranstaltungen auf dem Neumarkt und dem Hohenzollernring. Sowohl zur Ankündigung als auch in der Nachlese erschienen nur wenige Artikel in den beiden Lokalzeitungen. Die Boulevardzeitungen Bild und Express berichteten ebenfalls über die Veranstaltungen auf ihren Lokalseiten.

In der Phase der Ankündigung lassen sich zwei Arten von Berichten unterscheiden. Zum einen wurde das Programm auf dem Neumarkt kurz angekündigt und zum anderen die abendliche Sperrung des Rings als Test für die von der Stadt anvisierte Sperrung am Wochen-

ende interpretiert. In einem Beitrag wurde der Ring optimistisch als *Flaniermeile* betitelt. In der Nachlese verwischten jedoch die zeitliche und organisatorische Trennung beider Veranstaltungsbereich. Der Grundtenor der Artikel wird durch Zitate wie *Der autofreie Tag fiel ins Wasser* und *Klägliche Beteiligung* deutlich. Die Bild-Zeitung titelt noch negativer: *Autofreier Samstag – Das war wohl nix*.

Hauptthema der Berichterstattung war die Sperrung des Ringes, während der Mobilitätsmarkt am Neumarkt lediglich am Rande erwähnt und als *schwaches Programm* bezeichnet worden ist. Besonders kritisiert wurden die Möglichkeit des *unpassenden* Gewinns eines Cabrio-Wochenendes sowie der dichte Autoverkehr am Veranstaltungsort. Neben der Sperrung der Ringe werden insbesondere der einsetzende Regen und die geringe Beteiligung thematisiert. Der zuvor angekündigte Test wird als misslungen interpretiert.

Ein weiterer Artikel thematisiert den Bringdienst der Kölner Verkehrsbetriebe, der anlässlich des Aktionstages erstmals in Köln angeboten worden ist. Dieses Angebot wird im Gegensatz zu den anderen Veranstaltungen als Erfolg gewertet.

### *Löhne*

Die Berichterstattung der Löhner Zeitung und der Neuen Westfälischen über den Aktionstag in Löhne setzt sich deutlich positiv von den zuvor betrachteten Modellstädten ab. Der Aktionstag steht im Zeichen der Löhner Innenstadt, die in eine *Fußgängerzone* verwandelt wird. Schon im Vorfeld des Aktionstages wird die Veranstaltung positiv angekündigt: *flanieren, gucken, klönen, einkaufen und spielen – das alles soll möglich sein*. Die Menschen in Löhne können die Innenstadt *als Fußgängerzone genießen* und einen *Riesenspaß* haben. Mehr Leben und Lebensqualität in der Innenstadt soll erreicht werden. Hervorgehoben wird auch, dass Löhne Modellstadt des Landes ist (*Ganz NRW schaut auf diese Stadt*) und die Planung einer Einkaufsrallye überregional Beachtung gefunden hat.

Den positiven Erwartungen für den 22. September folgt in der Nachlese die Enttäuschung. Der grundlegende Tenor der Berichterstattung ist, dass Regen und Stau die *Zeit und Mühe der Vorbereitung* teilweise zunichte gemacht haben. Das Programm wurde trotz geringer Beteiligung als positiv bewertet. Hervorgehoben wurde in mehreren Artikeln die „Politikerstaffel“ zum Schwerpunktthema „Frauen und Mobilität“, bei der als Frauen verkleidetet männliche Politiker bestimmte Aufgaben erfüllen mussten.

Insgesamt ergibt sich der Eindruck, dass in Löhne der Aktionstag als Anlass genommen wurde, für die schon länger diskutierte Problematik der Innenstadt Lösungswege zu finden. Der fehlende Erfolg des Tages wurde eher auf das Wetter zurückgeführt, da das Programm als sehr positiv geschildert worden ist. Als Konsequenz wird in einigen Artikeln das Fazit gezogen, dass der Aktionstag im nächsten Jahr wiederholt werden sollte.

### *Mülheim*

Die Problematik einer nicht ausgelasteten Innenstadt stand auch in Mülheim im Mittelpunkt der Berichterstattung über den Aktionstag. Der Aktionstag wird schon in der Phase der Ankündigung mit dem parallel veranstalteten „Brunnenfest“ und dem am folgenden Tag stattfindenden verkaufsoffenen Sonntag in Verbindung gebracht. Die NRZ titelt z.B. *In der Innenstadt ist nichts los? – Von wegen!* Gleichzeitig wird in einem Artikel aber auch betont, dass Mülheimer *Pkw-Fans* sind und den Aktionstag kaum annehmen werden.

In Mülheim ist die Erwartung an die Veranstaltungen am Wochenende des 22. und 23. Septembers eine gut besuchte City. Auf Basis dieser Bewertungsgrundlage werden am 24.9. der Aktionstag am Samstag als Misserfolg und der verkaufsoffene Sonntag als Erfolg gewertet. Ein Artikel titelt: *Leere Stände und Straßen erzürnen die City-Händler* und in einem anderen Artikel wird von einem *schleppenden Fest-Start* und einer *vollen City am Sonntag* berichtet.

Zum Thema Mobilität ohne Auto erscheinen Beiträge mit unterschiedlichen Aussagen. Ein Artikel berichtet über eine Umfrage, die zu dem Schluss kommt, dass der Autoverzicht in Mülheim gut angekommen ist, während ansonsten der Aktionstag als *wenig begeisternd* bezeichnet wurde.

### *Rheinberg*

Im Gegensatz zu den fünf anderen Modellstädten ist in Rheinberg ausschließlich neutral oder positiv über den Aktionstag berichtet worden. Unter dem Slogan „Wir-vier“ wurde bereits im Vorfeld der Verbund mit drei weiteren Städten (Moers, Neukirchen-Vluyn und Kamp-Lintfort) vorgestellt. Die gemeinsame Radtour der Bürgermeister und die Sonderfahrten eines modernen Eisenbahn-Triebwagens (Talent) ist in allen Berichten als verbindende Komponente hervorgehoben worden. In allen Artikeln wurden in der Phase der Ankündigungen die Aktionen der Städte vorgestellt. Anstelle des offiziellen Slogans „In die Stadt ohne mein Auto“ wurden die Programmpunkte in der Innenstadt unter dem Stichwort „Rheinberg in Bewegung“ teilweise sehr ausführlich und als attraktiv dargestellt .

Im Gegensatz zu Löhne hat sich der positive Grundtenor der Ankündigungen in der Phase der Nachlese noch verstärkt. Die Rheinische Post titelte dementsprechend: *Erfolgreicher Aktionstag*. Über die Vier-Städte-Tour der Bürgermeister gab es zudem ausführliche Reportagen und die häufigen Sonderfahrten des „Talent“-Triebwagens zwischen Rheinberg, Neukirchen und Vluyn sind ebenfalls positiv erwähnt worden. Zu den Aktionen in Rheinberg wurden das Programm als *schier unerschöpflich* gelobt und der Leiter des Umweltamtes als die dafür verantwortliche Person herausgestellt. Bemerkenswert ist, dass in den Presseartikeln zu Rheinberg keine Bilanz zur Pkw-Nutzung erschienen ist.

### 3.6.2 Vergleich der Berichterstattung

Die Analyse der Berichterstattung in den Städten hat gezeigt, dass sehr unterschiedlich über den Aktionstag berichtet worden ist. Im Vorfeld wurde zwar in allen Modellstädten neutral bis positiv berichtet, in der Nachlese sind jedoch in den Großstädten Köln, Dortmund und Mülheim die Veranstaltungen eher negativ aufgenommen worden. In Löhne und Brühl gab es ein geteiltes Echo und in Rheinberg ist fast ausschließlich positiv berichtet worden.

Es zeigt sich, dass die Durchführung des Aktionstages sehr eng mit der infrastrukturellen und politischen Situation vor Ort zusammenhängt. In Köln war der Tag als Test für die Sperrung eines Teilstücks des vielbefahrenen Ringes interpretiert worden, der jedoch aufgrund des einsetzenden Regens nicht abschließend beurteilt werden kann. Dort, wo der Aktionstag dazu genutzt werden sollte, die Innenstädte aufzuwerten (Löhne und Mülheim), hat sich kein Erfolg eingestellt. Da in Löhne der Aktionstag die zeitweise Einrichtung einer bis dahin nicht vorhandenen Fußgängerzone ermöglichte, waren dort die Erwartungen der Presse relativ hoch. In Mülheim hat die Verknüpfung des Aktionstages mit einem verkaufsoffenen Sonntag und einem Fest sogar dazu geführt, dass der Aktionstag in direktem Vergleich zu anderen Veranstaltungen bewertet wurde. Auch in den Städten, in denen das symbolische Kriterium „weniger Autos in der Stadt“ eine große Rolle als Bewertungsgrundlage gespielt hat (Köln, Dortmund und Mülheim), haben sich die Erwartungen nicht erfüllt.

Eine positive Berichterstattung über den Aktionstag war hingegen sehr eng mit dem Programm, das die örtlichen Organisatoren zu verantworten hatten, verbunden (Löhne und Rheinberg). Bereits in der Phase der Ankündigungen wurde in den Städten mit einem umfangreichen und attraktiven Programm wesentlich „wohlwollender“ berichtet als in den Städten, wo die Aktionen hauptsächlich aus Demonstrationen von alternativen Verkehrsmitteln, Infoständen und einem begleitenden Kulturprogramm bestanden. Zudem ist offensichtlich, dass es gerade in den Großstädten, in denen der Aktionstag am Rande der durch Einkaufsbummler gefüllten Citybereiche stattfand und das Programm keine überregionale Anziehungskraft hatte, schwierig war, die von der Presse erwarteten Besucherzahlen zu erreichen.

### 3.7 Fazit

Wichtigstes Merkmal der Berichterstattung über den Aktionstag war, dass fast ausschließlich in lokalen Medien berichtet wurde. In Funk und Fernsehen sowie überregionalen Zeitungen ist der Aktionstag nur sehr eingeschränkt wahrgenommen worden. Die Gründe dafür müssen einerseits beim Vorrang weltpolitischer Themen kurz nach den Terroranschlägen auf die USA und andererseits bei der nach Städten sehr unterschiedlichen Umsetzung des Aktionstages selbst gesucht werden, andererseits ist der Aktionstag als kommunales Ereignis konzipiert und wird auch so wahrgenommen.

Die überregionale Berichterstattung ist daher durch einen einzelnen dpa-Artikel entscheidend beeinflusst, der dem Aktionstag keinen übermäßigen Erfolg bescheinigt (vgl. Anhang S. 202). Die überregionalen Zeitungen berichten kaum außerhalb der eigenen Regional- oder Lokalteile. Ähnliches kann beim Fernsehen festgestellt werden. Der einzige bedeutende Beitrag in einer großen Nachrichtensendung ist am Abend des 22. Septembers im ZDF ausgestrahlt worden und dauerte 20 Sekunden.

Die Tatsache, dass vor dem Aktionstag fast keine negativen Artikel in der Lokalpresse erschienen sind, deutet darauf hin, dass grundsätzlich keine negativen Erwartungen mit dem Aktionstag verbunden waren. Es wird auch nur in wenigen Fällen darüber berichtet, dass einzelne politische Parteien einem solchen Aktionstag grundsätzlich ablehnend gegenüberstehen.

Allerdings wird der Slogan des Aktionstages „In die Stadt ohne mein Auto“ mit recht hohen Erwartungen verknüpft. Die Akzeptanz der Bürger einer stadt- und umweltverträglicheren Mobilität stand auf dem Prüfstand und der Erfolg des Tages wurde durch die Medien an zwei Kriterien gemessen:

- eine „spürbare“ Entlastung der Städte vom Autoverkehr und
- die Teilnahme vieler Menschen an den Aktionen.

Diese Kriterien wurden nicht im Vorfeld des Aktionstages benannt, kommen dafür aber in den bilanzierenden Berichten zum Tragen. Die Wahrscheinlichkeit, dass der Aktionstag überall als Erfolg wahrgenommen wurde, ist unter diesen Voraussetzungen äußerst gering gewesen. Externe Faktoren wie schlechtes Wetter und die Anschläge auf die USA sind zwar in den Medien reflektiert worden, veränderten aber nicht die Erwartungshaltung der Kommentatoren. Die These, dass dort, wo das Motto des Aktionstages geändert worden ist, die Erwartungen weniger hoch sind und die Berichterstattung dementsprechend positiv ausfällt, kann durch das Beispiel Rheinberg unterstützt werden. In Rheinberg wurde der Aktionstag unter dem Slogan „Rheinberg in Bewegung“ durchgeführt, welcher außerdem Anlass für eine medienwirksame Fahrradtour der Bürgermeister war.

Die nähere Analyse der Berichterstattung in den Modellstädten zeigt zudem, dass die Wahrnehmung des Aktionstages sehr heterogen war. Der Aktionstag wurde fast überall zum Anlass genommen, aktuelle Probleme der Städte zu thematisieren. In Köln war es die Diskussion über die Sperrung der Ringe, in Mülheim die mangelnde Attraktivität der Innenstadt und in Löhne der Wunsch nach einer Fußgängerzone in der Innenstadt. Hinzu kommt, dass an einem solchen Aktionstag die Qualität des Programms entscheidend für eine positive Berichterstattung ist.

## **4. Die Passantenbefragung am Aktionstag 2001**

Im Rahmen der Begleituntersuchung wurden Daten und Informationen über die Rezeption des Aktionstages „In die Stadt ohne mein Auto“ 2001 bei der Bevölkerung in den Modellstädten am Aktionstag innerhalb einer Passantenbefragung erhoben. Da der diesjährige Aktionstag auf einen Samstag fiel bestand das Ziel der Untersuchung darin vor dem Hintergrund vermehrter Einkaufsverkehre Aussagen zur Akzeptanz des Aktionstages unter diesen speziellen Rahmenbedingungen zu treffen. Im Zentrum der Untersuchung stand die Wahrnehmung und Beurteilung der einzelnen Aktionen durch die Bevölkerung, um im Anschluss die Bedeutung der unterschiedlichen Aktionen einschätzen und erfolgreiche Einzelaktionen benennen zu können.

Neben erhebungsmethodisch relevanten Variablen wie Uhrzeit, Standort, Anzahl und Verhältnis realisierter Interviews zu Verweigerungen ging die Passantenerhebung im Einzelnen den folgenden Fragen nach:

- Welche Aussagen können zu den soziodemographische Strukturdaten der Befragten: Geschlecht, Alter, Kinder im Haushalt, Wohnort, Pkw-Besitz zum Aktionstag und zum Einkaufsverkehr getroffen werden?
- Zu welchem Zweck wurde die Innenstadt besucht und welche Verkehrsmittel wurden dazu genutzt?
- In welchem Maße waren die Innenstadtbesucher im Vorfeld über den Aktionstag informiert und welches Medium war die häufigste Informationsquelle zum Aktionstag?
- Wie wurden die einzelnen Aktionen des Aktionstages wahrgenommen und bewertet?
- Wie wurde der Aktionstag generell bewertet?
- Wovon hängt die Wahrnehmung und Beurteilung der Aktionen und des gesamten Aktionstages ab?
- Wie wird die Straßensperrung – als von Politik, Verwaltung und Handel besonders kontrovers diskutierte Einzelmaßnahme – in der Bevölkerung aufgenommen?

### **4.1 Methodik der Befragung**

Durch den Einsatz von quantitativen Methoden der empirischen Sozialforschung sollte die Rezeption des Aktionstages durch die Bevölkerung erfasst und eingeschätzt werden. Die Grundgesamtheit der Innenstadtbesucher setzt sich nicht nur aus der städtischen Wohnbevölkerung zusammen, sondern umfasst auch Besucher aus Nachbarstädten und räumlich weiter entfernten Orten. Deshalb konnte die Befragung nicht als Telefon- oder postalische

Befragung durchgeführt werden, da hierfür keine definierbare Grundgesamtheiten und Stichprobenauswahlpläne vorliegen.

Die Befragung (Fragebogen siehe Anhang) wurde vielmehr als standardisierte mündliche Befragung der Passanten in den Teilnahmestädten konzipiert (im folgenden: Passantenbefragung).

Mit dieser Erhebungsmethode konnte die Bewertung der Aktionen und der Anteil des Einkaufsverkehrs direkt gemessen und eine hohe Anzahl von Interviews realisiert werden. Die kleinräumigen Erhebungsstandorte in den einzelnen Städten wurden aufgrund der Angaben der städtischen Ansprechpartner im Vorfeld festgelegt. Sie wurden so gewählt, dass in jeder untersuchten Modellstadt Passantenströme in direkter Nähe zu Aktionsorten und Einkaufsorten durch Interviewer abgedeckt wurden.

Nach bekannten Untersuchungen weicht die soziodemographische Struktur von befragten Passanten in Innenstädten im Hinblick auf Alter, Haushaltsgröße und Geschlechterverteilung üblicherweise signifikant von der Zusammensetzung in der Gesamtwohnbevölkerung einer Stadt ab<sup>37</sup>. Die Ergebnisse der Passantenbefragung können deshalb nicht auf die lokale Wohnbevölkerung verallgemeinert werden, sind jedoch repräsentativ für die Innenstadtbesucher.

#### 4.1.1 Stichprobenauswahl

Für die Passantenbefragung am 22. September wurden alle Innenstadtbesucher über 18 Jahren, die sich zu den jeweiligen Befragungszeiten in den ausgewählten sechs Modellstädten aufhielten als Grundgesamtheit definiert.

Die zu befragenden Personen wurden per Zufallsverfahren durch das Interviewpersonal ausgewählt. Dazu wurde eine virtuelle Linie (an einem Kanaldeckel oder Laternenpfahl) in 3 bis 5 Metern Entfernung vom Standort festgelegt und jede fünfte Person, die diese Linie passierte befragt. Bei Verweigerung wurde die unmittelbar folgende Person befragt, wobei die Anzahl der Verweigerungen pro realisiertem Interview auf einer gesonderten Strichliste notiert wurde. Die Auswahl der Passanten aus Paaren oder Gruppen erfolgte durch abwechselnde Befragung von Männern und Frauen.

Die Erhebungsintervalle, d.h. eine Sollzahl geführter Interviews pro Stunde wurden im Vorfeld der Befragung anhand der Länge des Fragebogens und der Annahme von Verhältnis realisierter Interviews zu Verweigerungen pro Interviewer und Standort festgelegt. Um bei dieser „disproportionalen“ Stichprobenplanung trotzdem tageszeitlichen Schwankungen der Passantenströme gerecht werden zu können, sollten die Interviewer zwischen vier und acht

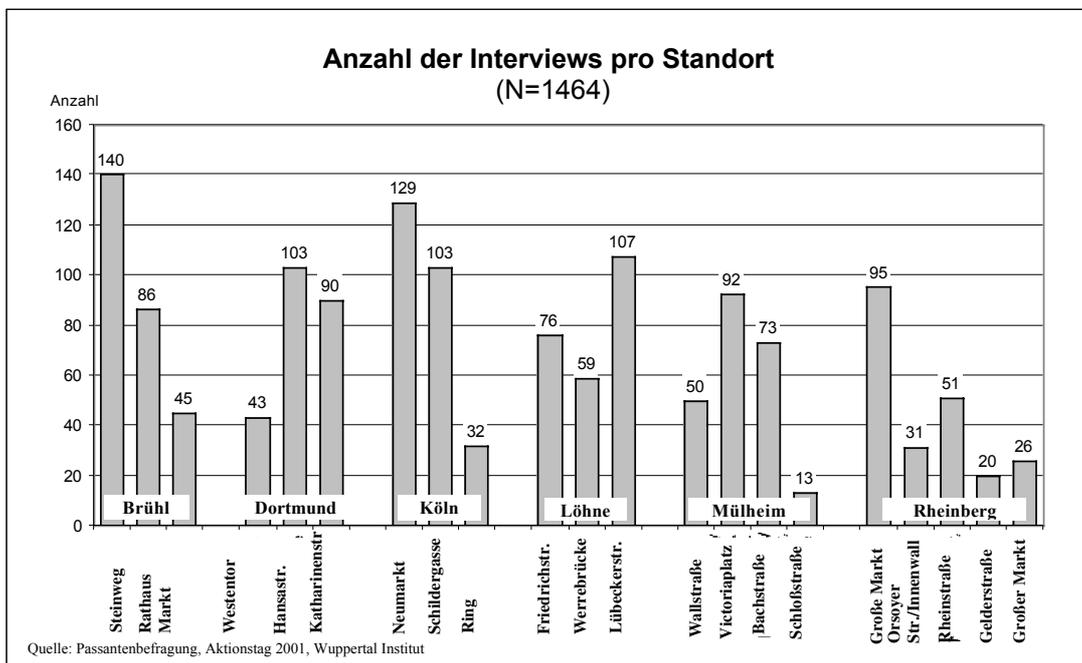
---

<sup>37</sup> Vgl. Friedrichs, 1990

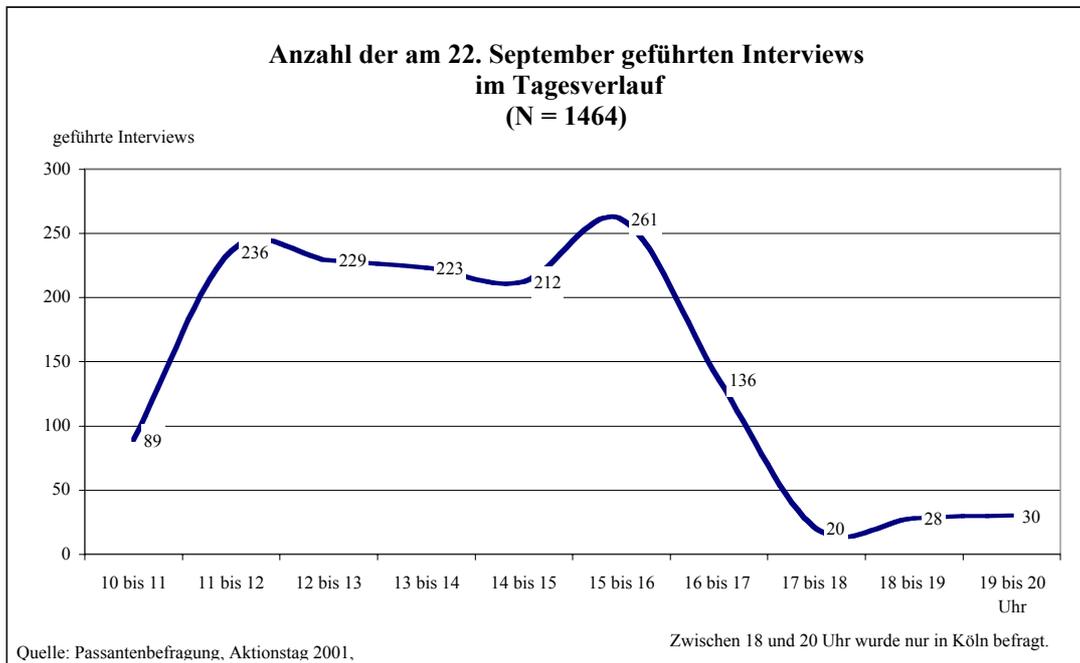
Interviews pro Stunde realisieren. Die Organisation der Befragungsfrequenz erfolgte in enger Abstimmung mit der überregionalen Einsatzleitung, die vom Wuppertal Institut aus organisiert wurde.

Die methodische Anforderung einer kurzen Befragungsdauer wurde bei der Fragebogenentwicklung berücksichtigt und in Pre-Tests evaluiert. Die maximale Befragungsdauer pro Befragung lag bei fünf Minuten.

**Abbildung 49: Anzahl der Interviews pro Stadt**



**Abbildung 50: Anzahl der am 22. September geführten Interviews im Tagesverlauf**



#### 4.1.2 Auswahl und Schulung des Interviewerpersonals

Der Interviewerstab für die Passantenbefragung rekrutierte sich aus Studierenden verschiedener Fachrichtungen, die über die Jobvermittlungen der Arbeitsämter und Universitäten in den einzelnen Städten und Regionen vermittelt wurden. Insgesamt wurden 52 Interviewerinnen und Interviewer eingesetzt. Für mögliche Interviewerausfälle stand eine Liste mit Reserveinterviewern zur Verfügung, von der kein Gebrauch gemacht werden mußte. Die Interviewer wurden vor der Befragung über Ziel und Aufbau der Befragung informiert und am Befragungstag in den Modellstädten durch die zuständigen Stadtkoordinatoren des Wuppertal Instituts geschult. Sie trugen während der Befragung zur Erhöhung der Teilnahmebereitschaft in der Bevölkerung Namensschilder mit dem Logo des Wuppertal Instituts. Die Einhaltung der methodischen Vorgehensweise sowie das Auftreten des Interviewpersonals wurde über den gesamten Befragungszeitraum durch die Stadtkoordinatoren und die zentrale Einsatzleitung am Wuppertal Institut kontrolliert und korrigiert.

#### 4.1.3 Verweigerungen

Die Teilnahmebereitschaft unter der Bevölkerung kann trotz teilweise schlechter Witterungsbedingungen wie beispielsweise in Löhne als gut eingeschätzt werden.

Auf 1508 realisierte Interviews wurden 1911 Verweigerungen registriert. Dies entspricht einer Verweigerungsquote von rund 56%, die in den Städten zwischen 37% (Rheinberg) und 66% (Mülheim) schwankte. Insgesamt ist die Realisierungsquote damit als sehr gut einzuschätzen<sup>38</sup>.

#### 4.1.4 Bearbeitung der Rohdaten

Die Codierung der Datensätze von 1508 Fragebögen wurde in eine Microsoft-Excel Tabelle eingegeben. Die offene Frage 4 wurde analog zum Codeplan der Frage 3 vercodet. Die offene Antwortmöglichkeit zum Nichtgefallen in Frage 5 blieb aufgrund der geringen Fallzahl unvercodet.

Für die Datenanalyse wurde die Datei in SPSS für Windows überführt und auf Codier- bzw. Eingabefehler überprüft und berichtigt. Nach einer Plausibilitätsprüfung wurden die Daten derjenigen Fälle, deren Antwortmuster einer Verweigerung oder Inkonsistenz gleichkamen aus dem Datensatz entfernt. Erst aufgrund der Angaben der Stadtkoordinatoren konnte eine Übersicht über die tatsächlich angebotenen Aktionen in den einzelnen Städten erstellt werden. Die entsprechenden Variablen der Fragen 3 und 4 wurden bei fehlenden Programmpunkten ex post in „dazu kein Programm“ umcodiert und in den weiteren Auswertungen als fehlende Werte behandelt. Im Hinblick auf die Handhabbarkeit der Daten für die angestrebten Kreuzauswertungen und Signifikanzprüfungen nach Chi-Quadrat wurden die Codierungen „kein Eintrag“, „kein Eintrag wegen Filter“ und „keine Angabe“ ebenfalls als fehlende Werte behandelt und ergeben sich jeweils aus der Differenz der gültigen Antworten zu  $n=1472$ . Die Auswertungen der Fragen 3 bis 6 beruhen jeweils auf einem verminderten Stichprobenumfang von  $n=1000$ , da nur die Daten derjenigen Personen einbezogen wurden, denen mindestens eine Aktion des Aktionstages aufgefallen war. Die unter 4.3.2, 4.3.3 und 4.3.4 aufgeführten Befragungsergebnisse beziehen sich jeweils auf die gültigen Prozente.

Für die routinemäßige Untersuchung des Datensatzes wurden folgende Variablen als standardmäßig anzuwendende Kreuztabellierungsvariablen festgelegt:

Geschlecht, Alter, Kinder im Haushalt, Autobesitz im Haushalt, am 22. September genutztes Verkehrsmittel (Frage 8), Besucher und Bewohner (Frage 11), Grund des Innenstadtbesuches (Frage 7), sowie die Informiertheit über den Aktionstag (Frage 1).

In Frage 8 wurden die Antwortvorgaben „Auto als Fahrer“, „Auto als Beifahrer“ und „Motorrad“ zu „Motorisierter Individualverkehr (MIV)“ und die Antwortvorgaben „Taxi“, „Bus und Bahn“, „Park+Ride“, „Fahrrad“ sowie „zu Fuß“ zu „Umweltverbund“ zusammengefasst. In Frage 7 ergab eine Untersuchung im Hinblick auf die genutzten Verkehrsmittel

---

<sup>38</sup> Friedrichs berichtet von hohen Verweigerungsquoten bei Passantenbefragungen, die allerdings stark variieren in Abhängigkeit beispielsweise vom Standort und der Uhrzeit. Die angegebenen Werte liegen zwischen 50 bis 75 Prozent.

keinen signifikanten Unterschied zwischen dem Einkaufs- und Berufsverkehr, so dass diese Kategorien zusammengefasst wurden. Die Kategorien „Arbeit oder Ausbildung“, „Wohnen“, „Treffen mit Freunden und Verwandten“ und „Sonstiges“ wurde zu „Sonstiges“ zusammengefaßt. Die Kategorie „zum Aktionstag selber“ wurde im Hinblick auf die Forschungsfragen aufrechterhalten.

Bewohner und Besucher wurden aufgrund der erfragten Postleitzahlen ihrer Wohnadresse mit Hilfe der Suchfunktion der Homepage der Deutschen Post AG ermittelt und anhand der Postleitzahlenkarte der Deutschen Post AG bestimmten Raumtypen zugeordnet. Zur Unterscheidung der Herkunftsorte der Innenstadtbesucher wird eine Einteilung in fünf Raumkategorien vorgenommen:

1. Bewohner des Stadtgebietes
2. Besucher aus unmittelbar angrenzenden Nachbarkommunen
3. Besucher aus der Region (hierzu gehören Städte die einen regionalen Bezug zum jeweiligen Fallbeispiel haben bzw. sich im gleichen Nahverkehrsgebiet befinden)
4. Besucher aus weiter entfernt gelegenen Städten innerhalb Nordrhein-Westfalens
5. Besucher deren Wohnort sich außerhalb von Nordrhein-Westfalen befindet

**Tabelle 12: Räumliche Zuordnung der befragten auswärtigen Besucher in den Modellstädten am Aktionstag**

Modellstadt	Nachbarstädte	Regionale Städte	Städte in Nordrhein-Westfalen	Außerhalb Nordrhein-Westfalens
<b>Brühl</b>	Bornheim Erfstadt Hürth Köln Weilerswist Wesseling	Aachen, Bonn Alfter Engelskirchen Eußkirchen Frechen, Kerpen Kürten, Leverkusen Wipperfürth, Zülpich	Brilon Duisburg Solingen	Birresborn Drochtersen Erfurt Speichersdorf Wöllstein
<b>Dortmund</b>	Bochum Castrop Hagen Holzwickede Kamen Lünen Schwerte Unna Waltrop Witten	Arnsberg, Bergkamen Bönnen, Breckerfeld Dorsten, Duisburg Essen-Steele Fröndenberg Gelsenkirchen Hattingen, Herne Iserlohn, Lüdenscheid Lüdinghausen Menden Sauerland, Hamm Westfalen Olfen, Recklinghausen Soest, Welper Wetter, Wuppertal,	Erndtebrück Harsewinkel Kleve Krefeld Minden Mönchengladbach Münster Paderborn	Arnstadt, Berlin Göttingen Höchberg München Stadecken-Elsheim, Speyer

<b>Köln</b>	Bergisch-Gladbach Brühl	Aachen Alsdorf Bethdorf Bonn, Erfstadt	Bielefeld Bochum Burbach Siegerland,	Bensheim, Braubach Castell, Chemnitz Delve Holstein
<b>Modellstadt</b>	<b>Nachbarstädte</b>	<b>Regionale Städte</b>	<b>Städte in Nordrhein- Westfalen</b>	<b>Außerhalb Nordrhein- Westfalens</b>
	Frechen Hürth Leverkusen Monheim am Rhein Wesseling	Hennef, Langenfeld Linnich, Lohmar Overath, Remscheid Siegburg, Viersen Wegberg, Wuppertal Würselen	Finnentrop Emmerich Iserlohn Münster Olsberg Siegen Sundern	Ehningen, Freiburg i.Br., Halle (Saale) Hamburg, Heppenheim Koblenz, Landau München Neubrandenburg Neumarkt, Nürnberg Pforzheim Stadtoldendorf, Trier
<b>Löhne</b>	Bad Oeynhaus Herford Hiddenhausen Hüllhorst Kirchlengern	Bielefeld Lübbecke Minden		Garmisch- Patenkirchen
<b>Mühlheim</b>	Duisburg Essen Oberhausen Ratingen	Bochum Castrop-Rauxel Dortmund, Düsseldorf Erkrath, Herten Kamp-Lintfort, Marl Mönchengladbach	Bönen Paderborn Rheinbach	Burgen bei Bernkastl, Mühlheim/Main Kressbronn/ Bodensee Zetel
<b>Rheinberg</b>	Alpen Dinslaken Duisburg Kamp-Lintford Moers, Voerde	Geldern, Goch Issum, Meerbusch Nettetal Neukirchen-Vluyn Sonsbeck, Viersen Xanten	Köln Leverkusen	Lübeck

Quelle: eigene Erhebungen

Diese Variablen stellen einerseits die Soziodemographika, andererseits verkehrswissenschaftlich relevante Einflussfaktoren dar und wurden daher in den Signifikanzprüfungen nach Chi-Quadrat als unabhängige Variablen betrachtet.

#### 4.2 Ergebnisse der Passantenbefragung

Zunächst werden die soziodemographischen Daten der Befragten im Vergleich zu den Basisdaten aus Nordrhein-Westfalen vorgestellt. Im Anschluss daran werden die Ergebnisse zu den einzelnen Themenkomplexen der Befragung erläutert und interpretiert. Im Vordergrund stehen dabei die Kenntnisse über den Aktionstag und die genutzten Medien, der Verkehrszweck und die genutzten Verkehrsmittel sowie die Beurteilung des Aktionstages und von Einzelaktionen. Die Befragung wurde am Samstag des Aktionstages in den Innenstädten in räumlicher Nähe zu den Aktionsorten an belebten Einkaufsorten der Modellstädte durchgeführt (siehe Übersichtskarten zu den Innenstädten der Modellstädte in Kapitel 2).

#### 4.2.1 Soziodemographie

In den nachfolgenden Abbildungen sind die Merkmale Alter nach Altersklassen, Geschlecht, Kinder im Haushalt und Pkw-Besitz im Haushalt zur Gesamterhebung sowie jeweils für die einzelnen Modellstädte dargestellt. Bereits unter 4.2 wurde auf die methodischen Nachteile einer Passantenbefragung hingewiesen. Der wichtigste Befund vorliegender Studien lautet, dass die Stichprobe der Passanten nicht repräsentativ für die Bewohner einer Stadt oder Stadtregion ist. Nur ein Teil der Bewohner sucht regelmäßig die Innenstadt oder City auf. Insbesondere die soziodemographische Struktur der Passanten in der Innenstadt unterscheidet sich von der Gesamtwohnbevölkerung einer Stadt. Dies betrifft (bezogen auf die vorliegende Befragung) insbesondere die Merkmale: Geschlecht und Alter. Frauen sowie die Altersgruppe der 35 bis 50jährigen weisen eine überdurchschnittlich hohe Verweigerungsrate auf, so dass diese unterrepräsentiert sind.

Zum Abgleich der erhobenen soziodemographischen Daten werden diesen Referenzdaten der Bevölkerungsstruktur des Landes Nordrhein-Westfalen gegenübergestellt (außer zum Verhältnis von Bewohnern und Besuchern, das ein lokalspezifischer Befund ist).

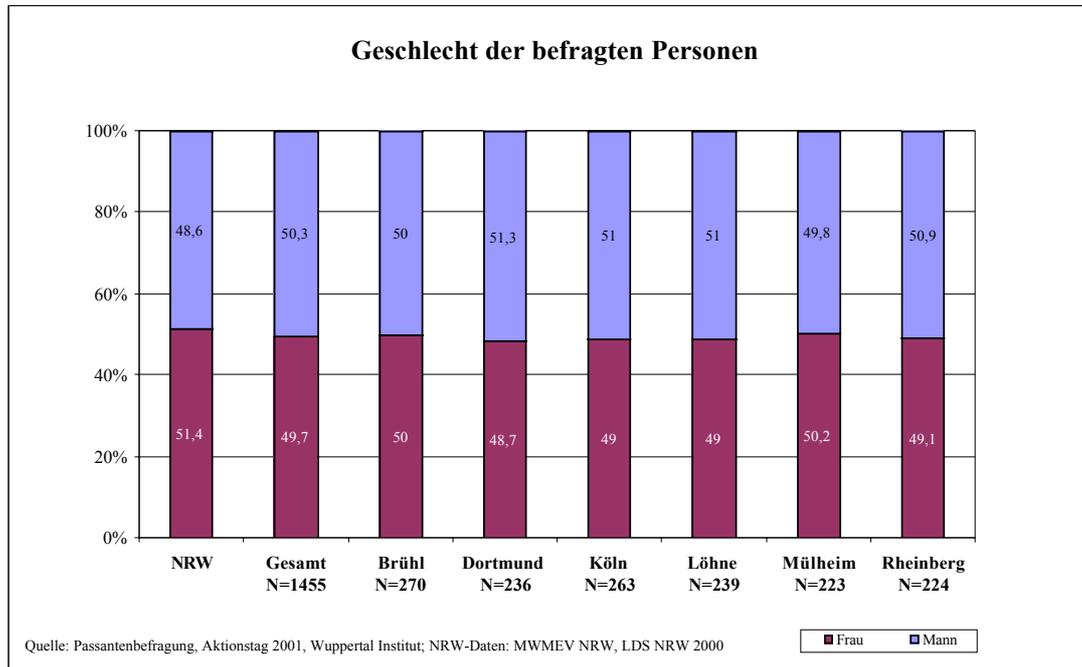
##### *Geschlecht*

Die Befragungsergebnisse zum Geschlecht bestätigen die Befunde vorliegender Studien zur Methode der Passantenbefragung, die einen deutlichen Unterschied in der Befragungssituation zwischen Männern und Frauen feststellen<sup>39</sup>. Insgesamt wurden trotz eines höheren Frauenanteils in Nordrhein-Westfalen etwas mehr Männer (50,3 %) als Frauen (49,7 %) befragt.

#### **Abbildung 51: Geschlecht der befragten Personen**

---

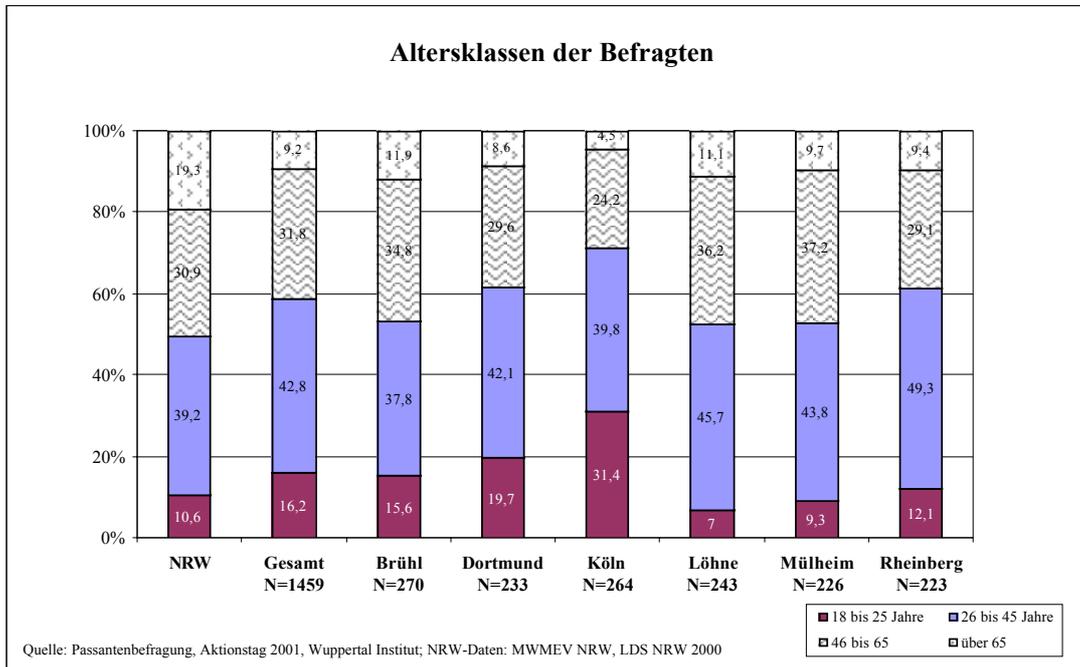
<sup>39</sup> Vgl. Friedrichs, 1990



### Altersklassen

Im Vergleich zur Altersverteilung in Nordrhein-Westfalen sind in fast allen Modellstädten überdurchschnittlich mehr junge Menschen befragt worden. Die 18 bis 45jährigen sind in allen Städten mit über 50 Prozent befragt worden, obwohl sie nur ca. 50 Prozent der NRW-Bevölkerung darstellen. Die höchste Abweichung ist in Köln zu verzeichnen, wo ein deutlich junges Innenstadtpublikum vorherrscht. Da die über 65jährigen keine typischen Innenstadtbesucher sind, sind diese auch mit bis zu 10 prozentiger Abweichung weniger befragt worden. Die Ergebnissen der Altersverteilung zeigen am deutlichsten die Einflussfaktoren des Standortes Innenstadt auf die Stichprobe.

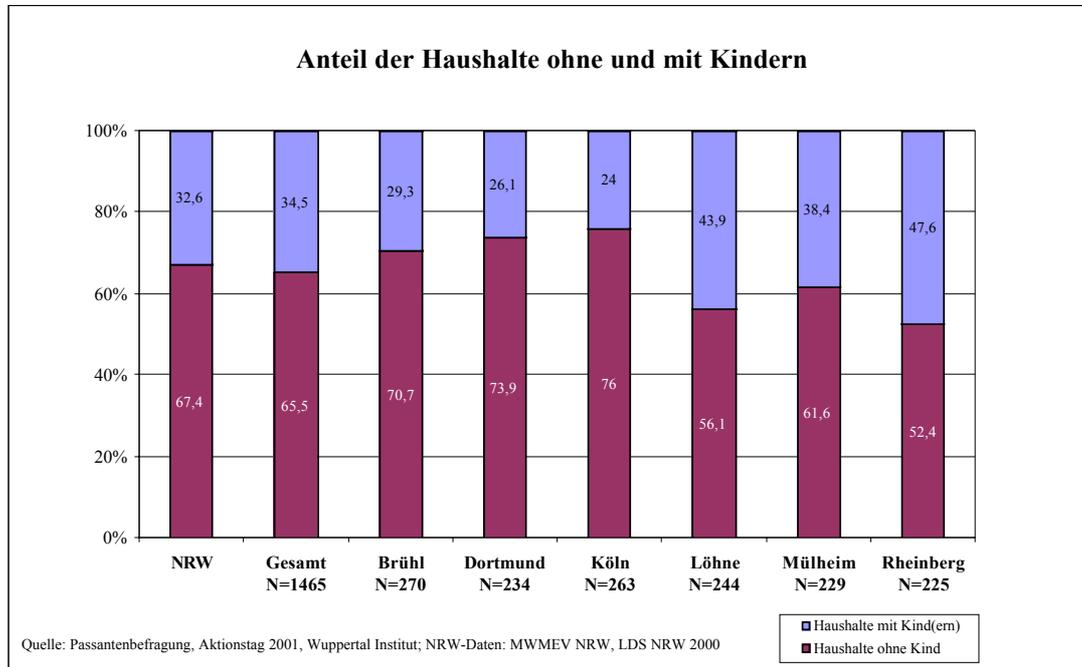
### Abbildung 52: Altersklassen der Befragten



### *Haushalte mit Kindern*

Der Gesamtbefund ähnelt in der Tendenz den statistischen Befunden für ganz Nordrhein-Westfalen, wo in 32,2 Prozent der Haushalte Kinder leben. Größere Schwankungen zum Vergleichswert liegen in den Großstädten und den Kleinstädten vor. In Dortmund und Köln wurden insgesamt mehr Haushalte mit Kindern befragt in Rheinberg und Löhne hingegen fast 10 Prozent weniger als zum NRW-Vergleichswert.

**Abbildung 53: Anteil der Haushalte mit und ohne Kindern unter den befragten Passanten**

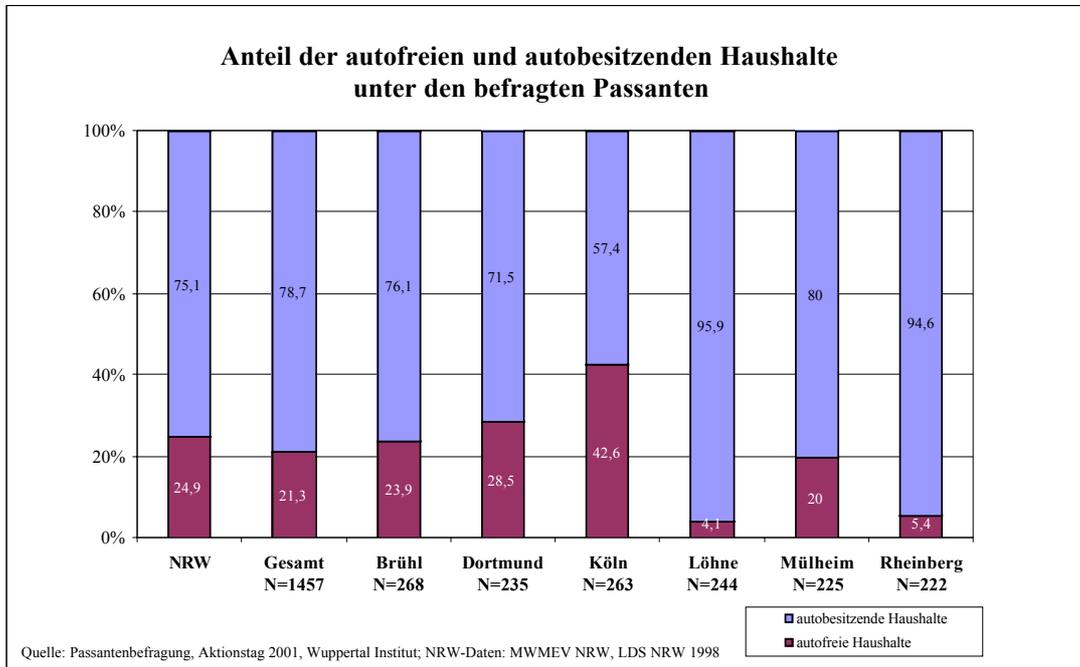


### *Pkw-Verfügbarkeit im Haushalt*

Der Gesamtwert der durchschnittlichen Pkw-Verfügbarkeit liegt insgesamt unter dem NRW-Vergleichswert von 81,4 Prozent autobesitzenden Haushalten. In der Tendenz ist die Pkw-Verfügbarkeit bei den Befragten in den Großstädten deutlich geringer als der offizielle regionale Vergleichswert, der beispielsweise für Köln mit 78,6 Prozent angegeben ist. Bei den Klein- und Mittelstädten ist die Pkw-Verfügbarkeit dagegen höher als der offizielle regionale Vergleichswert<sup>40</sup>. In Löhne sind nur 4,1 Prozent autofreie Haushalte befragt worden; die statistische Pkw-Verfügbarkeit für die Haushalte in Ostwestfalen liegt bei 84,6 Prozent. Insgesamt belegen die Befunde die deutlichen Unterschiede im Motorisierungsgrad zwischen eher ländlich und städtisch geprägten Regionen.

<sup>40</sup> MWMEV NRW, LDS NRW 2000

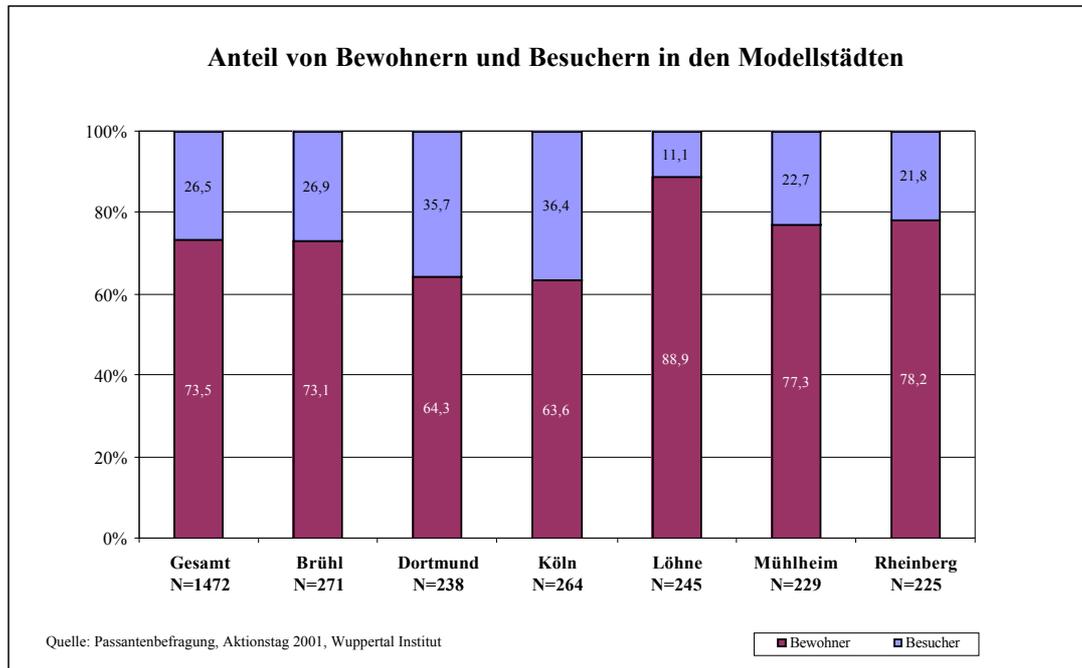
**Abbildung 54: Anteil der autofreien und autobesitzenden Haushalte unter den befragten Passanten**



### *Besucheranteile und Entfernungsklassen*

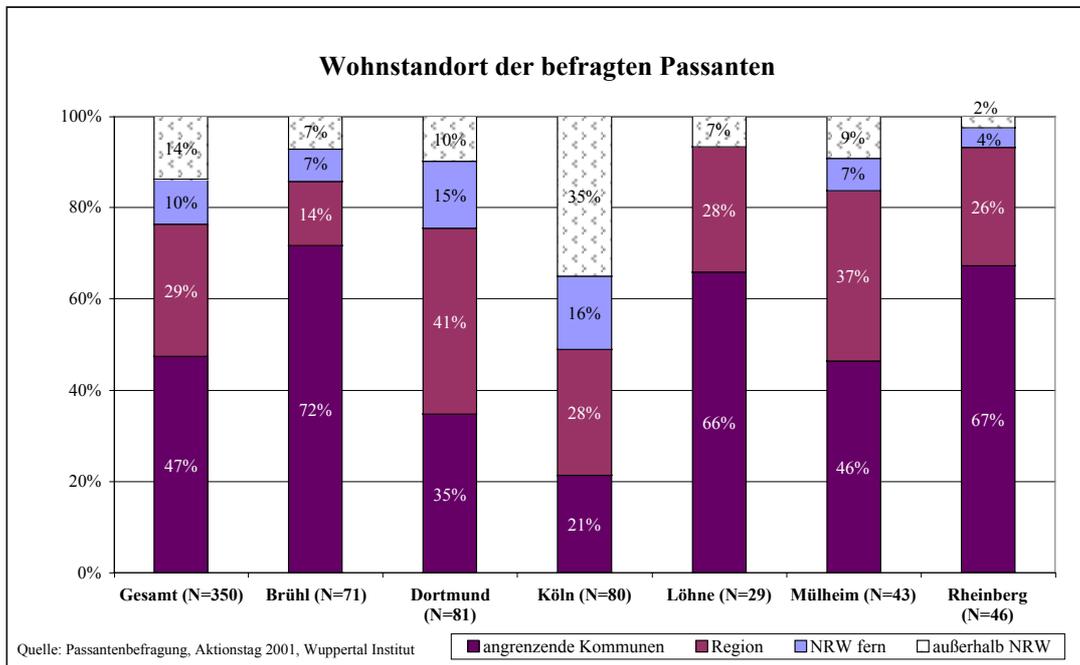
Insgesamt sind 26,5 Prozent Personen befragt worden, die nicht unmittelbar zu den Stadtbezirken der Modellstädte gehören und als Besucher aufgenommen worden sind. Aufgrund der oberzentralen Funktion weisen Dortmund und Köln mit über einem Drittel die höchsten Besucheranteile auf. Auch hier fällt der deutliche Unterschied zwischen den Groß- und Kleinstädten auf. In Löhne mit einem kleinen Einzugsgebiet konnten lediglich 14,3 Prozent Besucher befragt werden.

**Abbildung 55: Anteil von Bewohnern und Besuchern in den Modellstädten**



Bei der Betrachtung der Herkunft der Besucher wird der beachtliche Unterschiede in den Einzugsbereichen der Modellstädte deutlich. Der größte Anteil der Besucher (außer in Köln) kommt aus den direkten Nachbargemeinden oder aus dem regionalen Umfeld der Modellstädte. In den drei Kleinstädten Brühl, Löhne und Rheinberg kommen über zwei Drittel aus den angrenzenden Kommunen. Die unterschiedlichste Besucherstruktur mit den weitesten Entfernungen weisen wiederum die beiden Großstädte Dortmund und Köln auf. Der Besucheranteil ist insbesondere bei der Betrachtung der Verkehrsmittelwahl von Interesse.

**Abbildung 56: Wohnstandort der befragten Passanten**

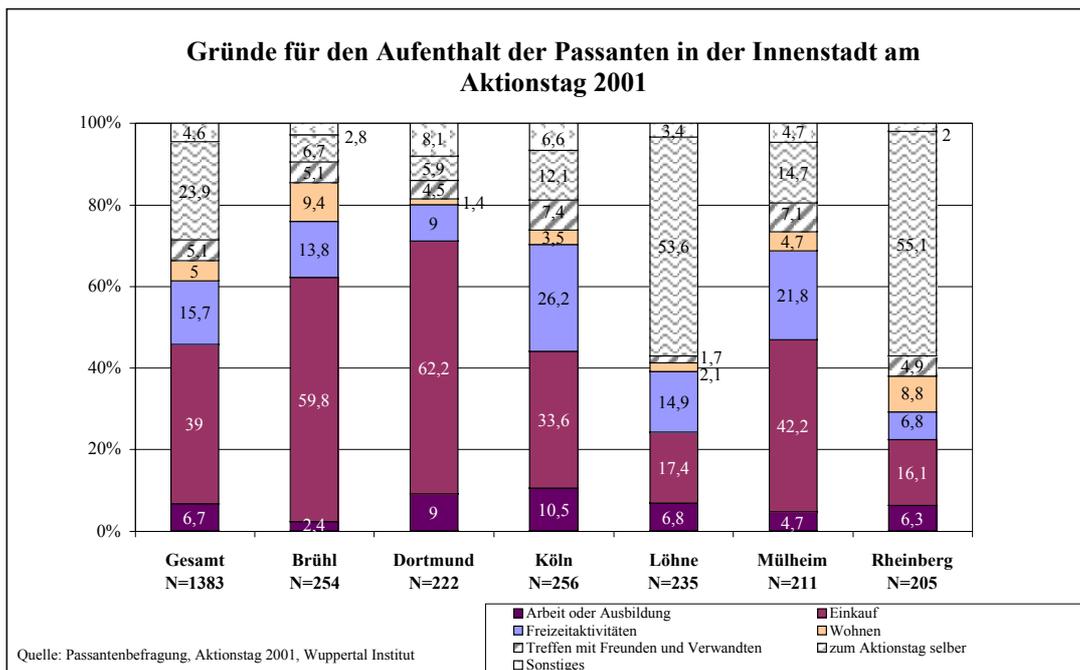


Insgesamt geben die soziodemographischen Daten und die Befunde zur Besucherstruktur einen Querschnitt der Gesamtheit der Innenstadtbesucher in den Modellstädten am Aktionstag wider, d.h., dass mit der hier vorliegenden Passantenbefragung eine repräsentative Befragung der Innenstadtbesucher am Aktionstag zu den Geschäfts- und Programmzeiten des Aktionstages vorliegt. Teilweise werden Befunde zu anderen Befragungen in Innenstädten bestätigt, zum anderen besteht eine Tendenz im Hinblick auf die Vergleichsstatistik.

#### 4.2.2 Verkehrszweck und Verkehrsmittelwahl

Zum Aktionstag selber waren insgesamt 23,9 Prozent der Befragten in die Innenstädte der sechs Städte gekommen. Allerdings sind die Unterschiede zu diesem Besuchszwecke zwischen den Städten ganz erheblich.

**Abbildung 57: Gründe für den Aufenthalt der Passanten in der Innenstadt am Aktionstag 2001**

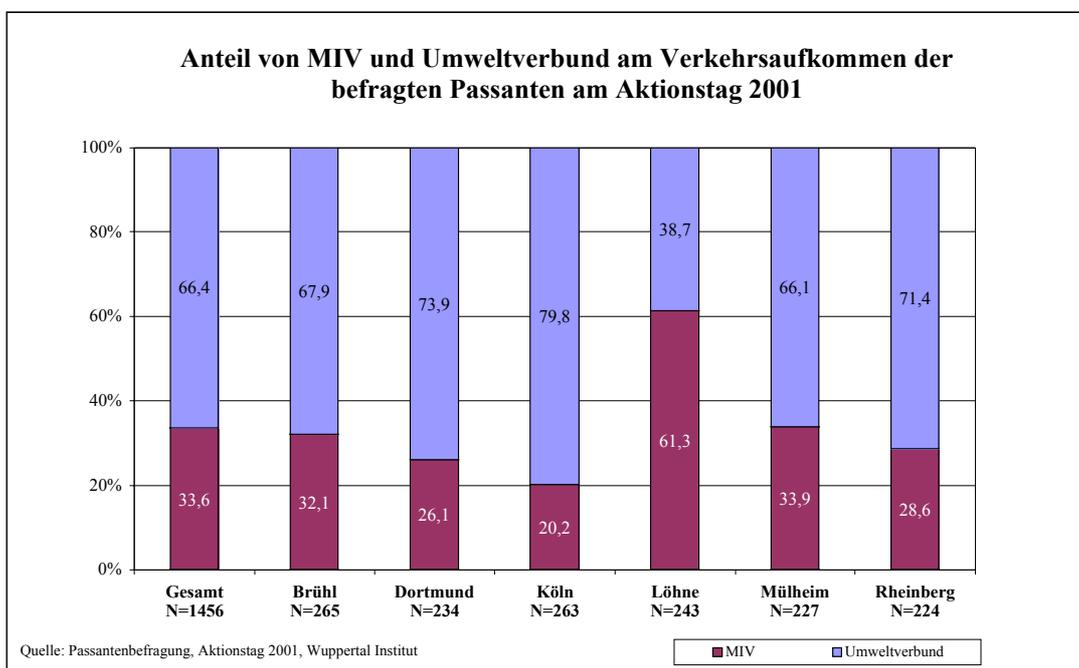


In Dortmund sind mit 5,9 Prozent die wenigsten Besucher direkt zum Aktionstag gekommen, im Gegensatz zu Löhne mit 53,6 und Rheinberg mit 55,1 Prozent. In diesen beiden kleinsten Städten sind mehr Besucher zum Aktionstag gekommen als zum Einkaufen. Die beiden Oberzentren Dortmund und Köln wurden vornehmlich zum Einkaufen und für Freizeitaktivitäten aufgesucht. Alle weiteren Besuchszwecke spielen eine eher untergeordnete Rolle. Die Stadt Brühl hinsichtlich Größe vergleichbar mit Löhne und Rheinberg wurde ebenfalls vorwiegend zum Einkaufen (59,8 %) aufgesucht. Der Unterschied war, dass Brühl als einzige der sechs Modellstädte keine Straßen gesperrt hatte. In Mülheim ist der Aktionstag in Verbindung mit einem Stadtfest – dem Brunnenfest – durchgeführt worden, was den mit Köln (26,2 %) vergleichbar hohen Anteil an Freizeitbesuchern (21,8 %) erklären könnte. Die Befunde zu den am Samstag dominierenden Verkehrszwecken Einkaufen und Freizeit entspricht der vorliegenden NRW-Statistik. An einem Samstag werden insgesamt 40,8

Prozent (Werktage 35,5 %) aller Wege zum Einkaufen und 48,6 Prozent (Werktage 30,8 %) zu Freizeit Zwecken unternommen<sup>41</sup>.

Der Umweltverbund spielt für die Erreichbarkeit der Innenstadt bei den Befragten eine wesentliche Rolle: zwei Drittel kamen mit Bus, Bahn, Taxi, zu Fuß oder mit dem Fahrrad in die Innenstädte; lediglich ein Drittel kam mit dem Pkw als Fahrer oder Mitfahrer. Aber auch hier sind die Unterschiede zwischen den Modellstädten groß. In Köln kommen lediglich 20 Prozent der Befragten mit dem Pkw, in Löhne sind es 61,3 Prozent.

**Abbildung 58: Anteil von MIV und Umweltverbund am Verkehrsaufkommen der befragten Passanten am Aktionstag 2001**



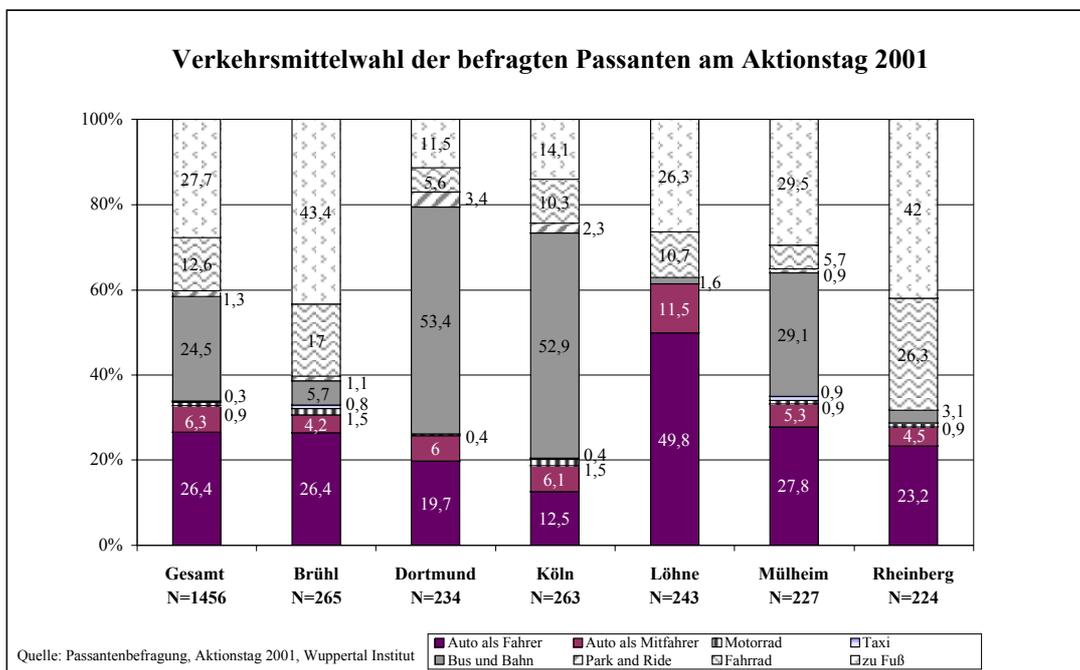
Ein wesentliches Kennzeichen für die Attraktivität und Erreichbarkeit eines Verkehrssystems ist die tatsächlich realisierte Verkehrsmittelwahl. In den beiden Großstädten Dortmund und Köln ist die Angebotsdichte und -qualität ein Grund für die hohen Anteile des Umweltverbundes bzw. des ÖV. In Dortmund und Köln kommen knapp über die Hälfte aller Befragten mit Bus oder Bahn; auch Park+Ride hat zwar eher geringe aber doch erkennbare Bedeutung. Die unmotorisierten Verkehrsarten haben im Vergleich zu den kleineren Städten eine allerdings geringe Bedeutung. In den kleinen Städten Löhne und Rheinberg in ländlich geprägter Region gelegen, spielen Bus und Bahn eine untergeordnete Rolle. Diese Ergebnisse zum Unterschied in der Verkehrsmittelwahl zwischen den überwiegend städtisch und überwiegend ländlich geprägten Regionen entsprechen im Wesentlichen den Befunden der aktuellen Studie zum Verkehrsverhalten 2000 in Nordrhein-Westfalen<sup>42</sup>. Die in den

<sup>41</sup> MWMEV NRW, LDS NRW 2000

<sup>42</sup> ebenda

ländlichen Regionen wohnende Bevölkerung nimmt weitere Wege zu Arbeitsstätten sowie zu Freizeit und Einkaufseinrichtungen in Kauf. Die überdurchschnittliche hohe Pkw-Verfügbarkeit begünstigt den motorisierten Individualverkehr. Für das Verkehrsverhalten und die Verkehrsmittelwahl der Bevölkerung in den städtisch geprägten Regionen ist die gute Erreichbarkeit öffentlicher Verkehrsmittel eine bedeutsamer Faktor. Neben der geringeren Pkw-Verfügbarkeit und dem räumlich konzentrierten Angebot an Arbeits- und Einkaufsmöglichkeiten fördert die gute Erreichbarkeit eine relativ hohe und tendenziell steigende Nutzung der öffentlichen Verkehrsmittel<sup>43</sup>.

**Abbildung 59: Verkehrsmittelwahl der befragten Passanten am Aktionstag 2001**



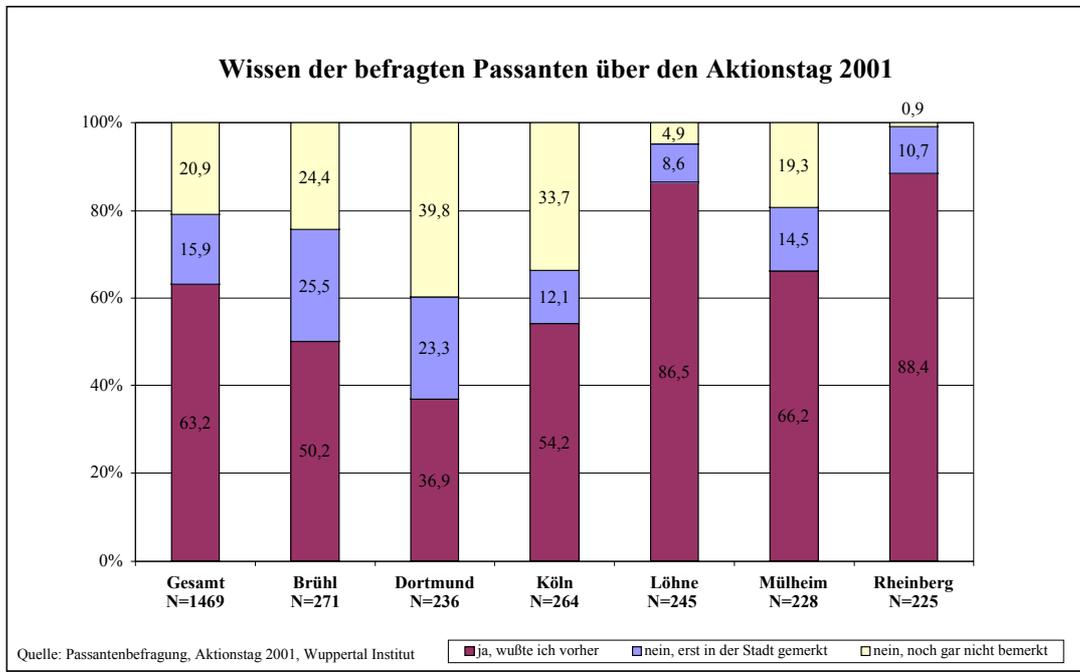
Ein anderes Bild hinsichtlich der Verteilung innerhalb des Umweltverbundes zeigt sich in den kleineren Städten Brühl, Löhne und Rheinberg, die hohe Anteile im Fußverkehr (bis zu 43,4 % in Brühl) und im Falle von Rheinberg auch im Fahrradverkehr (26,3 %) haben.

Statistisch hoch signifikant ist der Zusammenhang zwischen Verkehrsmittelwahl und Besucher bzw. Herkunftsort: Besucher, die nicht aus dem Stadtgebiet kamen, sind vorwiegend mit dem Pkw in die Stadt gekommen.

<sup>43</sup> MWMEV NRW, LDS NRW 2000

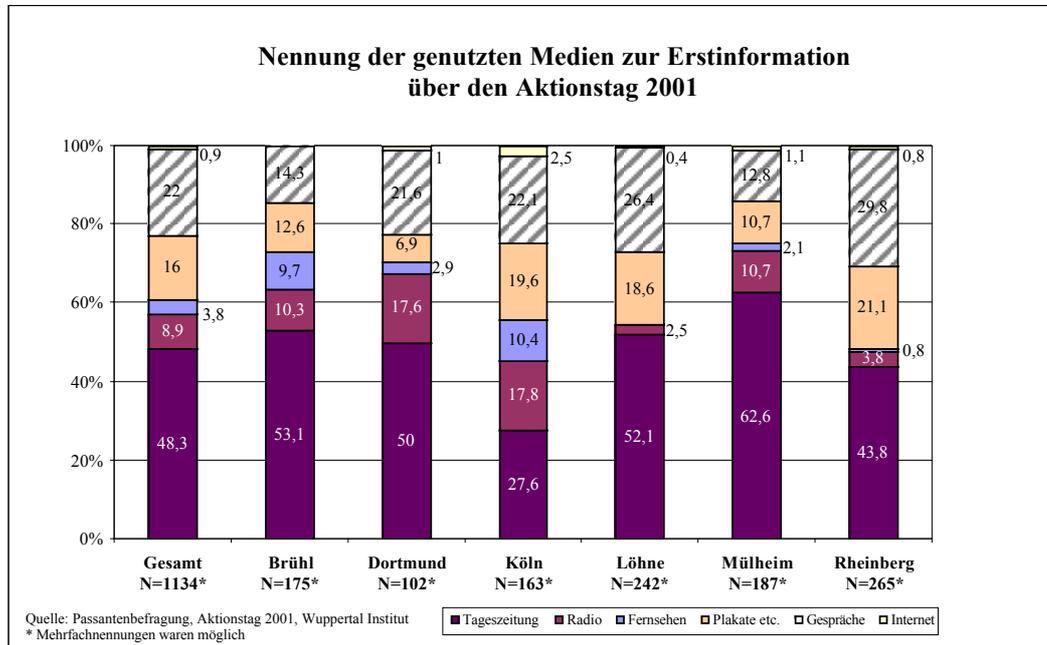
#### 4.2.3 Wissen über den Aktionstag und Informationsquellen

**Abbildung 60: Wissen der befragten Passanten über den Aktionstag 2001**



Außer in Dortmund haben mehr als die Hälfte der Befragten gewusst, dass der Aktionstag stattfindet bevor sie in die Innenstadt gekommen sind. Die höchsten Werte mit fast 90 Prozent werden allerdings in den beiden Kleinstädten Löhne und Rheinberg erzielt. Die Befragten in den beiden Großstädten Dortmund und Köln hatten mit ca. 37 bzw. 54 Prozent deutlich weniger Kenntnis über den Aktionstag. Eine Erklärung dafür könnte sein, dass die Vielfalt großstädtischer Kultur- und Aktionsangebote die Wahrnehmung einer Einzelaktion wie den Aktionstag erschwert. In Betracht gezogen werden muss allerdings, dass Dortmund und Köln in der Funktion als Oberzentrum mit einem guten Drittel die höchsten Besucheranteile verzeichnet. Diese sind je nach Herkunft von der lokalen Öffentlichkeitsarbeit zum Aktionstag nicht erreicht worden, denn die Tageszeitungen spielen auch beim Aktionstag als Informationsmedium mit fast 50 Prozent aller Nennungen eine bedeutende Rolle.

**Abbildung 61: Nennung der genutzten Medien zur Erstinformation über den Aktionstag 2001**



Neben den Tageszeitungen spielen die elektronischen Medien Radio und Fernsehen insbesondere in den Großstädten mit fast 20 Prozent eine beachtliche Rolle. Eine vergleichbar große Bedeutung mit einer gleichmäßigeren Verteilung über die Städte hinweg spielen die persönlichen Gespräche, also die Mund-zu-Mund Propaganda, und zwar in den Kleinstädten noch stärker, als in den Großstädten. Das Internet hat – entgegen der zunehmenden Beachtung dieses Interaktionsmediums – auch in Köln mit einem hohen Studierendenanteil eine erstaunlich geringe Bedeutung<sup>44</sup>.

Von den 1472 Befragten in den sechs Städten sind genau 1000 Befragten mindestens eine Aktion aufgefallen (67,9 %)<sup>45</sup>. Die höchste Aufmerksamkeit erhält die Straßensperrung mit insgesamt 19,3 Prozent<sup>46</sup>. Statistisch hoch signifikant ist die Wahrnehmung der Straßensperrung sowohl durch die Autohaushalte als auch von den Befragten, die mit dem Pkw in die Innenstadt gekommen waren. Den autofreien Haushalten und denen die mit dem Umweltverbund in die Innenstadt ist die Straßensperrung hingegen statistisch hoch signifikant weniger oft aufgefallen. Offenbar hat die Sperrung als wichtigste Einzelaktion vor allem bei der für den Aktionstag relevanten Zielgruppe – den Autofahrern – Wirkung entfaltet.

<sup>44</sup> Das Klima-Bündnis registrierte am Aktionstag selber eine um zehn mal höhere Anzahl von Besuchern ihrer Homepage.

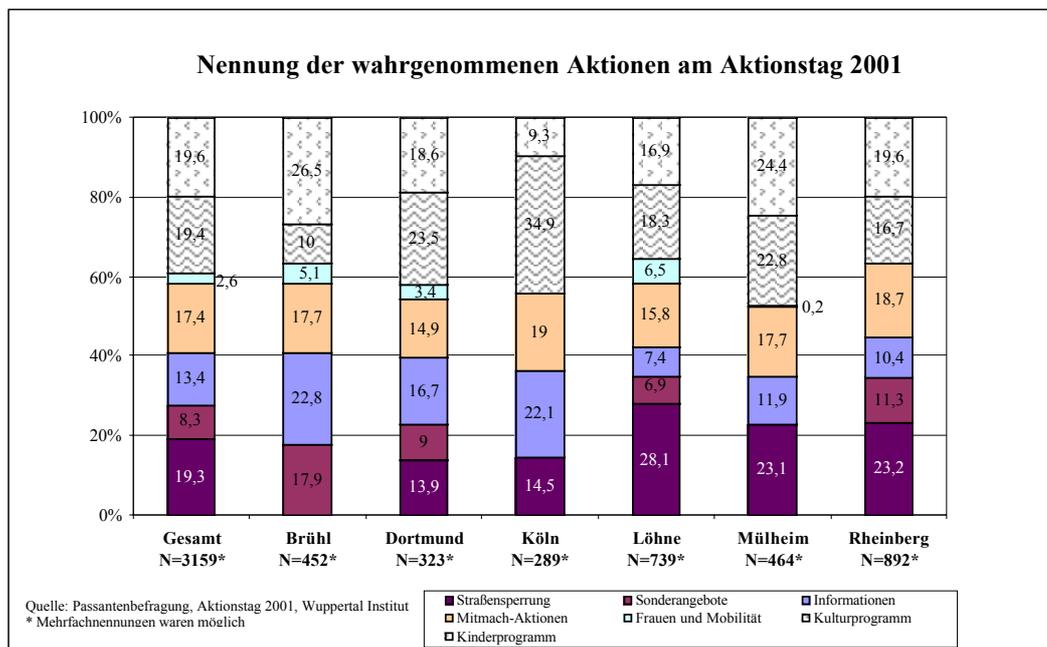
<sup>45</sup> 307 Befragte gaben an, den Aktionstag noch gar nicht bemerkt zu haben, obwohl sie sich schon länger in der Stadt aufhielten. 165 Befragten waren entweder keine Aktionen aufgefallen, obwohl sie über den Aktionstag informiert waren oder haben zu dieser Frage keine Angaben gemacht.

<sup>46</sup> Dieses Ergebnis bezieht sich nur auf fünf Städte, da es in Brühl keine Straßensperrung gab.

In der Betrachtung des Gesamtergebnisses und der sechs Städte fällt auf, dass jede Aktion eine gewisse Aufmerksamkeit erhalten hat. Die Straßensperrung ausgenommen ist die Wahrnehmung der einzelnen Aktionen in den Städten Löhne, Mülheim und Rheinberg recht ausgewogen. Die unterschiedlichen Anteile der einzelnen Aktionen zwischen den Städten ist auf das lokal spezifische Programm zurückzuführen. Auffallend ist allerdings die geringe Wahrnehmung des Themenschwerpunktes Frauenmobilität, der allerdings von den Städten sehr unterschiedlich intensiv umgesetzt worden ist. Mit der prämierten Aktion „Männer auf Frauenwegen“ erhält Löhne in diesem Themenbereich die höchste Aufmerksamkeit (6,5 %) im Vergleich zu den anderen Städten. Auffallend, dass es keine Unterschiede in der Wahrnehmung und Bewertung dieses Programmpunktes zwischen Männern und Frauen gibt. Lediglich Personen mit Kindern im Haushalt nehmen diese Aktion signifikant häufiger wahr als Personen aus Haushalten ohne Kinder.

#### 4.2.4 Wahrnehmung und Bewertung der Aktionen

**Abbildung 62: Nennung der wahrgenommenen Aktionen am Aktionstag 2001**

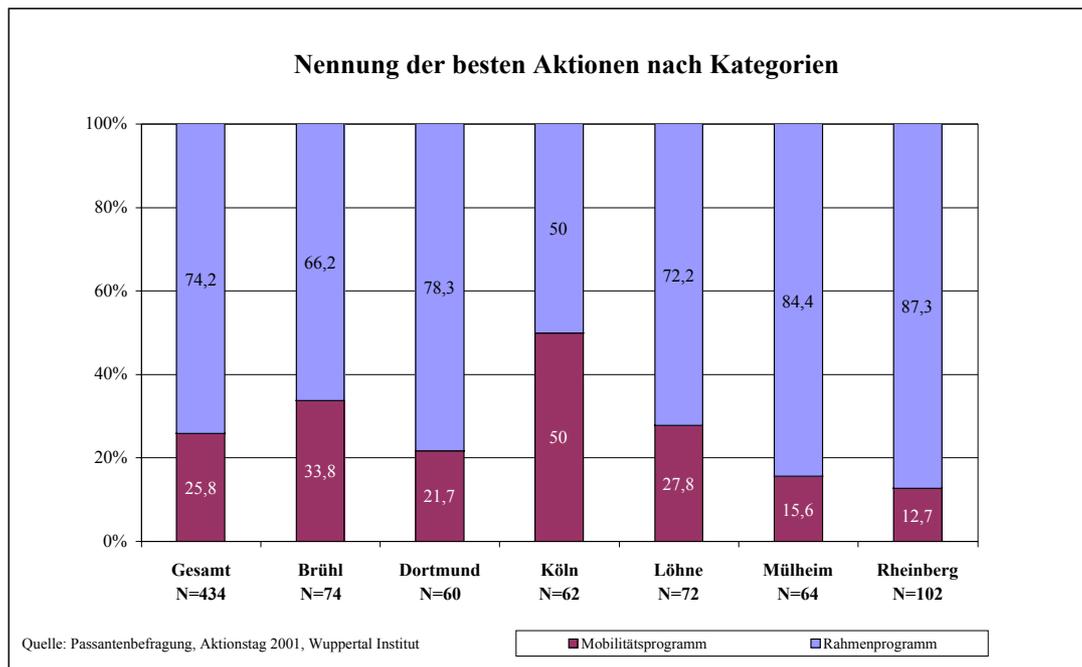


Bemerkenswert – jedoch aufgrund der hohen Präsenz<sup>47</sup> nachvollziehbar – ist die Wahrnehmung des Kinder- und Kulturprogramms, die in allen Städten zusammengenommen zwischen 30 und 40 Prozent liegt. In allen Städten wurde ein umfangreiches Rahmenprogramm angeboten, in das Aktionen und Informationen zu Mobilitätsthemen und -angebote integriert waren. Das Rahmenprogramm wurde als Medium genutzt, um die Wahrnehmung und Aufmerksamkeit der Passanten erregen zu können, um darin eingebettete themen-

<sup>47</sup> In fast allen Städten machte das Rahmenprogramm mehr als zwei Drittel des Gesamtprogramms aus.

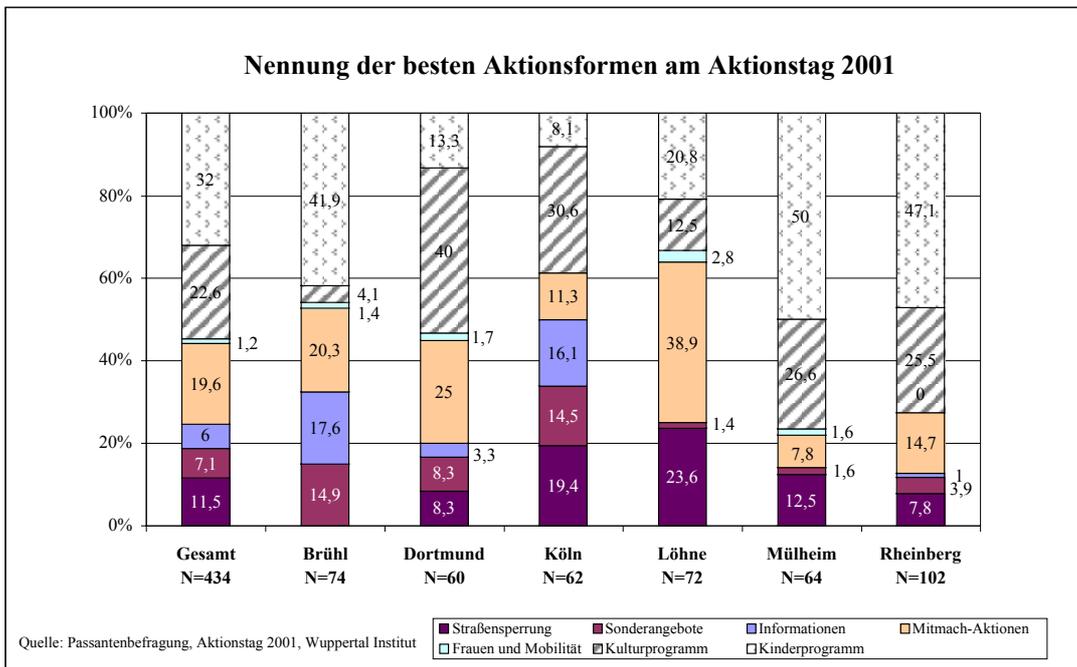
spezifische Inhalte zu vermitteln. Um die Bedeutung des Rahmen- und des Mobilitätsprogramms einschätzen zu können, wurden die Einzelaktionen diesen beiden Kategorien zugeordnet. Bei der Frage nach der ihrer Meinung nach besten Aktion zeigt sich, dass Aktionen des Rahmenprogramms (Kinder- und Kulturprogramm) die besten Beurteilungen erhalten haben. Bezogen auf die Anzahl der Nennungen erhält das Kinderprogramm mit 21,2 Prozent“ und das Kulturprogramm mit 18, Prozent die Beurteilung „Beste Aktion“.

**Abbildung 63: Nennung der besten Aktionen nach Kategorien**



Überraschend ist, dass auch die öffentlich kontrovers diskutierte Straßensperrung ebenfalls als beste Einzelaktion genannt worden ist, beispielsweise in Löhne mit 23, 6 Prozent und in Köln mit 19,4 Prozent, wo die Sperrung erst außerhalb des offiziellen Programms nach Geschäftsschluss stattfand. Statistisch signifikant beurteilen, die Haushalte mit Pkw überdurchschnittlich oft die Straßensperrung als schlecht, die autofreien Haushalte überdurchschnittlich oft als gut.

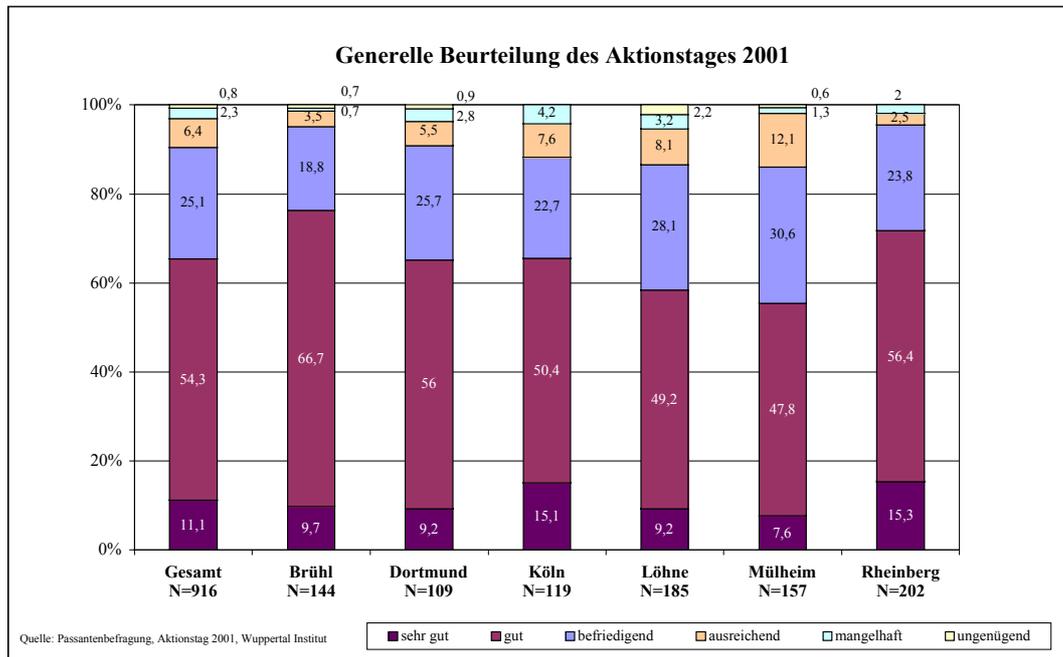
**Abbildung 64: Nennung der besten Aktionsformen am Aktionstag 2001**



Die Sonderangebote der Nahverkehrsunternehmen wurden signifikant häufiger von Befragten zwischen 46 und 65 Jahren und von Personen über 65 Jahren wahrgenommen, obwohl gerade die Gruppe der 46 bis 65-jährigen Befragten, denen die Aktionen zum öffentlichen Verkehr und deren Sonderangebote aufgefallen sind, signifikant häufiger aus autobesitzenden Haushalten stammen.

Die Wahrnehmung und Beurteilung von Informationen über den öffentlichen Nahverkehr zeigt in Bezug auf das Alter der Befragten eine analoge Struktur wie die Wahrnehmung der Sonderangebote des Öffentlichen Verkehr. Ältere Personen nehmen diese signifikant häufiger wahr und beurteilen diese auch besser als Personen bis 45 Jahre. Weiterhin nehmen gerade Nutzer des MIV, die im Vorfeld über den Aktionstag informiert waren dieses Angebot häufiger wahr und beurteilen es positiver.

**Abbildung 65: Generelle Beurteilung des Aktionstags 2001**



In der Gesamtbewertung beurteilen fast zwei Drittel aller Befragten, denen mindestens eine Aktion vor Ort aufgefallen ist, den Aktionstag auf einer Schulnotenskala von eins bis sechs mit gut (Schulnote 2) bis sehr gut (Schulnote 1)<sup>48</sup>. Befragte zwischen 18 und 25 Jahren antworten mit statistisch hoher Signifikanz deutlich kritischer als andere Altersgruppen; Befragte über 65 Jahre beurteilen den Aktionstag mit statistisch hoher Signifikanz deutlich positiver als die jüngeren Altersgruppen. Ebenfalls mit hoher statistischer Signifikanz beurteilen die Befragten, die mit dem Pkw in die Innenstadt gekommen sind den Aktionstag schlechter, als die Befragten, die den Umweltverbund genutzt haben. Den geringsten Zufriedenheitsgrad in der Kategorie gut und sehr gut erhielten Mülheim und Löhne. Ein Erklärungsansatz dafür könnte sein, dass in diesen beiden Städten die meisten Befragten mit dem Pkw in die Innenstadt gekommen waren, die wie erläutert den Aktionstag deutlich schlechter beurteilen.

Werden die einzelnen Aktionsarten auf weitere mögliche Einflussfaktoren auf die Wahrnehmung und eine positive Beurteilung untersucht, so ergeben sich zwei generelle

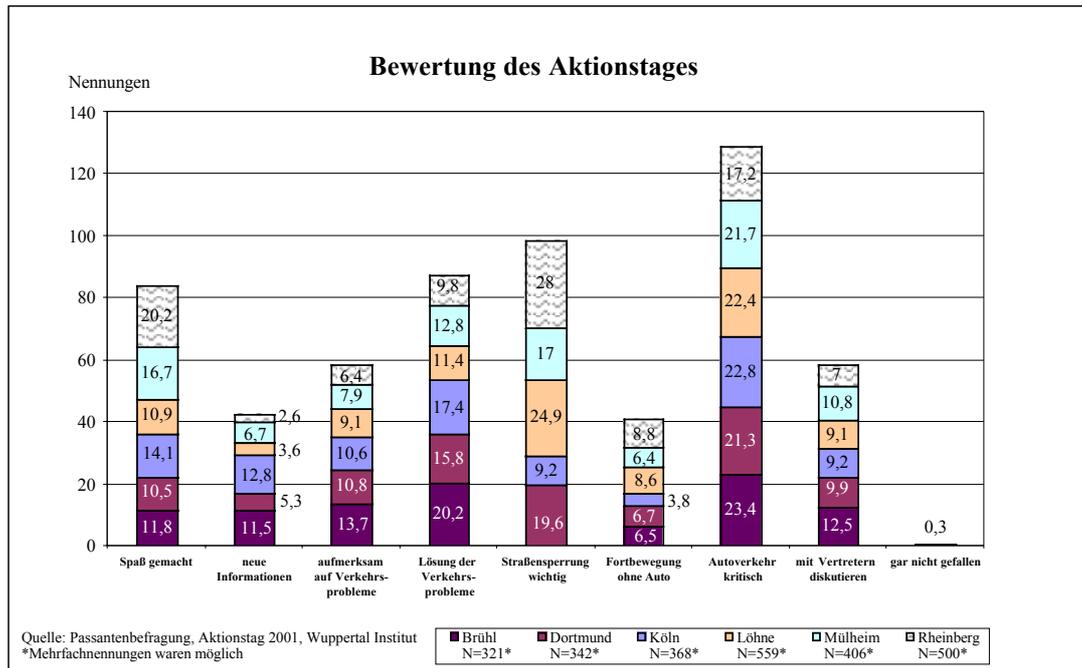
<sup>48</sup> Innerhalb der Methodendiskussion der empirischen Sozialforschung wird vom „Erwünschtheitseffekt“ in einer Befragung gesprochen. Bereits die Tatsache, dass eine Frage gestellt wird, setzt implizit das Vorhandensein einer Meinung voraus und vermittelt dem Befragten entsprechende Erwartungen. Diese Anforderung dürfte im Face-to-Face-Interview am grössten sein, besteht doch hier ein direkter Kontakt zum Interviewer, die Situation ohne Gesichtverlust zu überstehen. Heikle und sensible Fragen unterliegen am stärksten dem Erwünschtheitseffekt, denn dort geben sich die Befragten im Interview konformer als sie realiter sind. Die Befragten orientieren sich am vermuteten Meinungsklima und den gesellschaftlichen Normen. Im Zweifelsfall unterstellen sie dem Interviewer eine normgerechte Orientierung und geben sich entsprechend angepasst (vgl. Reuband; Blasuis, 1996). In der Betrachtung des hohen Zustimmungsgades zum Aktionstag könnte dieser beschriebene Erwünschtheitseffekt auch in der vorliegenden Befragung eine Rolle gespielt haben.

Einflussfaktoren: Personen, die die Innenstadt speziell zum Aktionstag aufsuchen nehmen alle Aktionen häufiger wahr als Personen, die andere Besuchszwecke angeben. Weiterhin nehmen deutlich mehr Personen die Aktionen wahr, wenn sie bereits im Vorfeld über den Aktionstag informiert waren. Kommen die Befragten zum Aktionstag selber bzw. sind vorab informiert so liegen die beobachteten Aktionen über den statistisch erwarteten Häufigkeiten (Signifikanz), wenn die Befragten älter als 25 Jahre sind oder aus Haushalten mit Kindern stammen, zur städtischen Wohnbevölkerung gehören oder wenn im Haushalt der Befragten ein Pkw vorhanden ist.

Passanten, denen der Aktionstag insgesamt nicht gefiel (Note ausreichend oder schlechter) nahmen in erster Linie die Straßensperrung und das Kultur- und Kinderprogramm wahr. Insgesamt entspricht dies der Wahrnehmungstendenz der Passanten, die den Aktionstag insgesamt als eher gut bewerteten, wobei die Straßensperrung ein polarisierendes Element darstellt, da sich ein statistisch hoch signifikanter Zusammenhang zwischen der Beurteilung der Straßensperrung und der Gesamtbeurteilung des Aktionstages beobachten lässt. Hier führt eine schlechte Beurteilung der Straßensperrung zu einer überzufällig hohen Negativbeurteilung des Aktionstages. Da die Straßensperrung zudem signifikant häufiger von Männern als von Frauen negativ beurteilt wird, stellt die Konzeption dieses Programmpunktes gerade für die männliche, Pkw-besitzende Bevölkerung eine Herausforderung dar.

In der Betrachtung der Beurteilung von inhaltlichen Einzelaspekten des Aktionstages beziehen sich die meisten Nennungen auf die Problematisierung des Autoverkehrs. Die Befragten befürworten, dass der Aktionstag den Autoverkehr kritisch thematisiert (21,3 %) und betonen die Wichtigkeit der Straßensperrung (18 %). Die Kritik am Autoverkehr ist in allen Städten in Bezug auf die Anzahl der Nennungen fast identisch. Den größten Zuspruch erhielt die Straßensperrung in Köln (24,9 %) und Rheinberg (28 %), wo relativ große Straßenabschnitte – wenn auch in Köln erst nach Geschäftsschluss – gesperrt worden waren.

**Abbildung 66: Bewertung des Aktionstages**

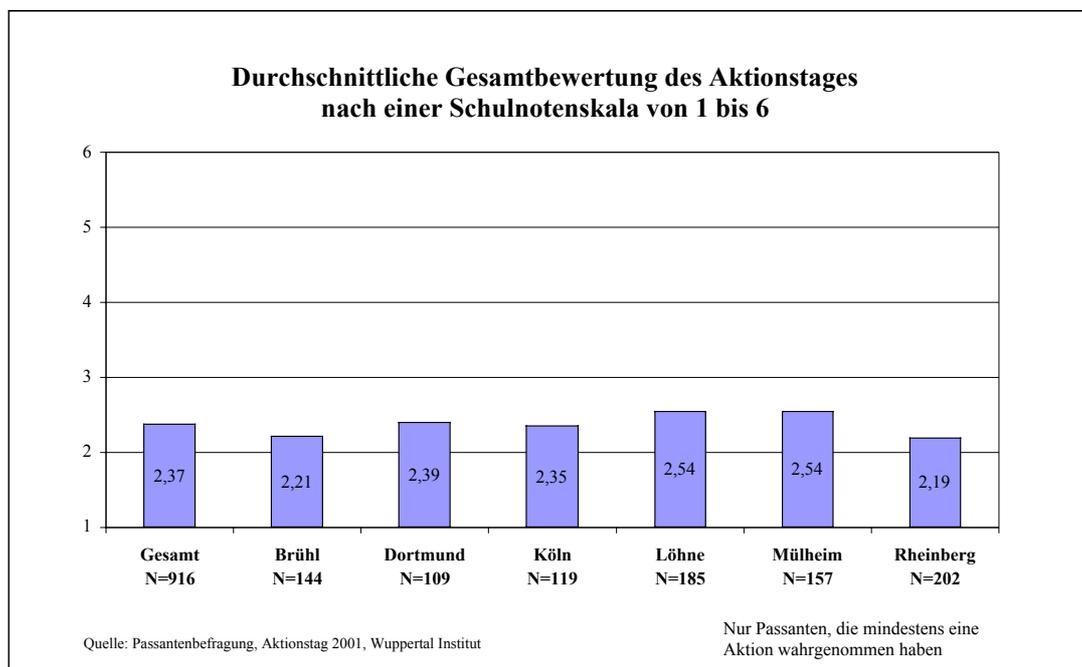


Allerdings erhält die Frage nach der Möglichkeit „Mobilität auch einmal ohne Auto auszuprobieren“ die niedrigste Anzahl von Nennungen. Dies weist auf eine differenzierte Haltung der Befragten zum Pkw hin. Dieser ist einerseits Bestandteil der eigenen Mobilität andererseits werden dessen problematische Auswirkungen realisiert. Dass der Aktionstag dazu beitragen könnte die Verkehrsprobleme zu lösen erhält die dritt häufigsten Nennungen; dies wird insgesamt zu 13,9 Prozent befürwortet. Der Fun-Faktor erhält die viert häufigsten Nennungen (14,3 Prozent) und verweist damit wiederum auf die Bedeutung der „Verpackung“ der inhaltlichen Anliegen des Aktionstages in ein Erlebnisprogramm.

Folgendes sollte bei Anzahl und Kombination von inhaltlichem und begleitendem Programm beachtet werden: Tendenziell führt die Wahrnehmung von mobilitätsorientierten Aktionen eher zu einer positiven Gesamtbeurteilung (Note befriedigend oder besser) des Aktionstages als die Wahrnehmung des Rahmenprogramms. So liegt die beobachtete Häufigkeit der Positivbewertung über der statistisch erwarteten wenn Passanten zwei Mobilitätsaktionen wahrgenommen hatten. Bei den Rahmenaktionen liegt diese Schwelle bei drei wahrgenommenen Aktionen. Weiterhin beurteilten Passanten, die alle Mobilitätsaktionen wahrnahmen den Aktionstag ausschließlich positiv, während noch ca. 15 Prozent der Passanten, die alle Aktionen des Rahmenprogramms wahrnahmen, den Aktionstag als eher schlecht (Note ausreichend und schlechter) bewerteten. Bei zukünftigen Aktionstagen sollte die Bedeutung des Rahmenprogramms zur Publikumsanziehung weiter berücksichtigt werden, wobei hinter dem Rahmenprogramm jedoch mobilitätsthemennahe Inhalte sichtbar sein sollten.

Die Bildung einer Durchschnittsnote (arithmetisches Mittel) von 2,37 auf einer Schulnotenskala von 1 bis 6 zeigt insgesamt die positive Tendenz in allen sechs Modellstädten (Modus=2). Insgesamt kann man also von einer eher hohen Gesamtzufriedenheit der Passanten sprechen, die mindestens eine Aktion wahrgenommen haben. Einzelergebnisse wie beispielsweise die im Vergleich beste Note in Brühl und die „schlechtesten“ Noten in Mülheim und Löhne lassen sich nicht direkt von bestimmten lokalen Gegebenheiten ableiten<sup>49</sup>. An diesem Ergebnis ist insgesamt eher die positive Grundstimmung und Wahrnehmung des Aktionstag durch die Passanten abzulesen.

**Abbildung 67: Durchschnittliche Gesamtbewertung des Aktionstages nach einer Schulnotenskala**



### 4.3 Fazit zur Passantenbefragung am Aktionstag 2001

Insgesamt ist die Reaktion der Passanten auf den Aktionstag und die lokalen Programme durchweg positiv. Die Aktionsprogramme vor Ort erhalten eine Durchschnittsnote von 2 bis 2,5 auf einer Schulnotenskala von 1 (sehr gut) bis 6 (sehr schlecht). Der Kenntnisstand und die Informiertheit variierten deutlich zwischen den Städten, wobei die Bevölkerung in den Kleinstädten Löhne und Rheinberg am besten vorab informiert war. Dort hatte der Aktionstag aufgrund einer geringeren Anzahl von auswärtigen Besuchern und von Konkurrenzveranstaltungen eine höhere Chancen zur Wahrnehmung bei der Bevölkerung sowie bei der lokalen Presse. Die Lokalzeitung spielt angesichts dieser lokal orientierten Initiative als

<sup>49</sup> Obgleich in Löhne das schlechteste Wetter herrschte und die Ausgestaltung des Programms deutlich behinderte.

Informationsmedium eine zentrale Bedeutung. Dies spricht bei der Öffentlichkeitsarbeit weiterhin dafür, insbesondere die lokalen Tageszeitungen anzusprechen und in die Vorbereitung des Aktionstages einzubinden.

Die Vielfalt des Programms – von der Straßensperrung über die ÖV-Sonderangebote bis zu den Kinderprogrammen – wird von den Passanten wahrgenommen. Die Ausgestaltung des Rahmenprogramm als Transportmedium für inhaltliche Informationen und als Magnet für Besucher erhält eine überdurchschnittlich gute Bewertung. In der Betrachtung der Bewertung des gesamten Aktionstages wird jedoch die Bedeutung eines inhaltlichen mobilitätsbezogenen Programms deutlich. Das zentrale Anliegen des Aktionstages muss über mobilitätsbezogene Programmpunkte den Teilnehmern vermittelt werden und darf nicht im Unterhaltungsprogramm untergehen. Dies bedeutet, dass bei der Programmgestaltung Art, Anzahl, Abfolge und Kombination von Begleitprogramm- und inhaltlichem Programm beachtet werden sollte.

Die Straßensperrung als zentraler Programmpunkt erfährt dort, wo sie durchgeführt wurde, sowohl eine hohe Aufmerksamkeit und erhält eine gute Bewertung, sei es als beste Aktion oder als Einzelbewertung ihrer Wichtigkeit. Sie ist andererseits die für die Gesamtbewertung ausschlaggebendste Einzelmaßnahme. Die Sperrung ist in erster Linie denen aufgefallen, die sie betrifft, und zwar den Autofahrenden, die den Aktionstag auch eher schlecht beurteilen. Deutlich wird, dass dieses von Politik und Handel kontrovers diskutierte Instrument bei den Passanten eher auf Akzeptanz stößt. Dies ist daraufhin zurückzuführen, dass die Erreichbarkeit der Innenstadt für die große Anzahl von Nutzern des Umweltverbundes durch die Sperrung nicht eingeschränkt war. Außerdem sind die Passanten mit Straßensperrungen im Rahmen von Stadtfesten, bei denen regelmäßig in den meisten Städten Sperrungen durchgeführt werden, durchaus vertraut.

Die raumstrukturellen Mobilitätsvoraussetzungen in Groß- und Kleinstädten sind sehr unterschiedlich, was sich auch in der Verkehrsmittelwahl am Aktionstag ausgedrückt hat. Löhne hat als die am ländlichsten geprägte Modellstadt den deutlich höchsten Anteil beim motorisierten Verkehr. Einen beachtlichen Unterschied zur Vergleichsstatistik ergibt sich in Rheinberg, das durch vergleichbare verkehrliche Rahmendaten wie Löhne gekennzeichnet ist. In Rheinberg ist ein zur Vergleichsstatistik überdurchschnittlich hoher Anteil an Fuß- und Radverkehr erhoben worden<sup>50</sup>. Aufgrund des hohen Bekanntheitsgrades des Aktionstages in Rheinberg könnte dies möglicherweise auf die Botschaft des Aktionstages zurückgeführt werden. Ausschlaggebend für die Verkehrsmittelwahl insbesondere im öffentlichen Verkehr wird allerdings die gute Verkehrsinfrastruktur für den Umweltverbund bei den innenstadt-orientierten Verkehren sein. Im Einkaufsverkehr spielt bereits heute der öffentliche Verkehr eine beachtliche Rolle. Die Verbesserung der Erreichbarkeit von Klein- und Mittelstädten mit

---

<sup>50</sup>MWMEV NRW, LDS NRW 2000

Bus und Bahn ist ein Sonderthema, das ggf. von zukünftigen Aktionstagen aufgegriffen werden könnte.

Trotz eines insgesamt hohen Anteils an autobesitzenden Haushalten wird der Autoverkehr von einem großen Anteil der Passanten kritisch thematisiert. Das Problembewusstsein des eigenen Verkehrsverhaltens ist vorhanden, obgleich der Pkw Bestandteil der alltäglichen Mobilitätsgestaltung ist. Die positive Vermittlung einer differenzierten multimodalen Verkehrsmittelwahl, z.B. über den Aktionstag greift diesen offensichtlich bestehenden Informations- und Auseinandersetzungsbedarf auf.

Festgestellt wurde ein doch weiterhin bestehender Informationsbedarf zu den Verkehrsmitteln des öffentlichen Verkehrs. Insbesondere ältere Menschen – und damit aufgrund der geringeren Automobilität eigentlich eine typische Kundengruppe für den öffentlichen Verkehr – scheinen sich für Informationen und Sonderangebote in diesem Bereich zu interessieren. Im Zuge weiterer demographischer Veränderungen dürfte hinsichtlich der Ausrichtung an eine ältere Kundschaft über die Verbesserungen der technische Ausstattung hinaus, auch die Form der Informationsvermittlung für die Verkehrsunternehmen zunehmend an Bedeutung gewinnen.

## 5. Multiplikatorenbefragung zum Aktionstag 2001

Um ein möglichst umfassendes Bild der derzeitigen Wahrnehmung des Aktionstages zu erhalten, ist es notwendig, neben der Bevölkerung auch Multiplikatorinnen und Multiplikatoren nach ihrer Einstellung zum Aktionstag „In die Stadt ohne mein Auto“ zu befragen. Sie sind Meinungsbildner in ihrer jeweiligen Institution und in ihrer Stadt und beeinflussen die Einstellung vieler weiterer Personen. Multiplikatorinnen und Multiplikatoren können damit entweder potentielle Förderer für diesen und die nachfolgenden Aktionstage oder Kritiker sein.

Ziel der qualitativen Befragung ist es, Hinweise zu erhalten, wie die verschiedenen Akteure künftig erfolgreich angesprochen und in folgende Aktionstage einbezogen werden können, um daraus Kommunikationsstrategien und Verbesserungen in der Öffentlichkeitsarbeit für zukünftige Aktionstage abzuleiten. Mit den Interviews sollen die Tendenzen und Strukturen, die in den verschiedenen Städten und Institutionen auftreten, offen gelegt werden.

Für die Multiplikatorenbefragung wurden alle Institutionen ausgewählt, die relevant für den Aktionstag 2001 waren und innerhalb dieser Institutionen wurden die jeweils sachkundigen Personen identifiziert (vgl. Anlage S. 222). Besonderes Interesse galt den Vertretern des Einzelhandels und der Einzelhandelsverbände, da der diesjährige Aktionstag auf einen Samstag fiel und an diesem Wochentag traditionell der höchste Umsatz verbucht wird. Aus diesem Grund zielt die Befragung darauf ab, die grundsätzliche Einstellung des Einzelhandels gegenüber einem solchen Aktionstag zu erfassen. Bei der Befragung mittels teilstandardisiertem Fragebogen stand nicht die persönliche Meinung der Befragten im Vordergrund, sondern es sollte vielmehr die jeweilige institutionelle Sichtweise erhoben werden.

Im Einzelnen sollten folgende Fragen aus Sicht der Multiplikatoren beantwortet werden:

- Wie werden die Umsetzung des Aktionstages sowie die Einwohner- und die Medienresonanz bewertet und welche Unterschiede bestehen zwischen den institutionellen Kategorien bzw. Stadttypen?
- Spielt die jeweilige verkehrspolitische Grundhaltung der befragten Institutionen eine Rolle für deren Bewertung des Aktionstages?
- Welche Gesichtspunkte werden hauptsächlich zur Beurteilung der Umsetzung des Aktionstages herangezogen?
- Was wird als wichtig bzw. unwichtig für die erfolgreiche Umsetzung eines Aktionstages angesehen?

- Welche Bedeutung wird dem Rahmenprogramm an einem solchen Aktionstag zugemessen?
- Welche Haltungen bestehen in Bezug auf Straßensperrungen für den Autoverkehr? Gibt es Unterschiede zwischen den Institutionen und Städten?
- Wie werden die Wirkungen des Aktionstages eingeschätzt? Hat er nach Meinung der Multiplikatorinnen und Multiplikatoren Einfluss auf das Verkehrsverhalten und die Verkehrsmittelwahl der Bevölkerung?
- Welche Haltung hat der Einzelhandel gegenüber dem Aktionstag? Welches sind die Hemmnisse und Probleme und wo liegen die Chancen für den Einzelhandel?
- Wie werden die Auswirkungen auf den Einzelhandel eingeschätzt, existieren hierbei Unterschiede zwischen den Institutionen?
- Hat der Aktionstag dem diesjährigen Schwerpunktthema „Mobilität von Frauen“ genutzt und wie ist das Problembewusstsein bezüglich der besonderen Mobilitätsbedürfnisse von Frauen?
- Wo lagen die größten Schwierigkeiten bei der Vorbereitung des Aktionstages und welche Verbesserungsvorschläge werden von den Trägern des Aktionstages genannt?
- Wie groß ist die Bereitschaft zu einer weiteren Unterstützung des Aktionstages in Zukunft? Gibt es einen Zusammenhang zwischen seiner allgemeinen Bewertung und einer weiteren Unterstützung?
- Gibt es Zusammenhänge zwischen der Bewertung der allgemeinen Umsetzung des Aktionstages und der Einschätzung der Einwohner- bzw. Medienresonanz?
- Gibt es einen Zusammenhang zwischen der Beurteilung der Einwohnerresonanz und der Wirksamkeit des Aktionstages?

## **5.1 Methodik der Befragung**

Das folgende Kapitel stellt die Methodik der Multiplikatorenbefragung dar. Dabei wird zunächst auf die Auswahl der Multiplikatorinnen und Multiplikatoren eingegangen, d.h. welche Institutionen und nach welchen Kriterien die einzelnen Personen ausgewählt worden sind. Anschließend werden einige generelle Anmerkungen zur Durchführung der Interviews gemacht und es wird dargelegt, vor welchem Hintergrund die Interviews ausgewertet werden.

### 5.1.1 MultiplikatorenAuswahl

Bei der Auswahl der Multiplikatorinnen und Multiplikatoren sind die sechs folgenden institutionellen Kategorien berücksichtigt worden, da sie die wichtigsten Akteursgruppen des europaweiten Aktionstag widerspiegeln:

- Stadtverwaltung
- Politik
- Nahverkehrsunternehmen
- Lokalpresse
- Einzelhandel
- Nichtregierungsorganisationen (NGOs)

Auf (über)regionaler Ebene wurden zusätzlich nach folgenden Institutionen recherchiert:

- Verbände der Kommunen
- Verbände des Einzelhandels
- Verkehrsbetriebe und -verbände
- NGOs, sofern keine Ortsgruppe vorhanden

#### *Auswahl der Institutionen*

Die relevanten Institutionen wurden aus dem Internet recherchiert sowie über die Auskünfte der Städte darüber, mit welchen Institutionen sie bei der Vorbereitung des Aktionstages kooperiert haben. Zu den Ortsgruppen der Umwelt- und Verkehrsverbände BUND, VCD und ADFC wurden Informationen bei den jeweiligen Landesgeschäftsstellen eingeholt. Darüber hinaus wurden Informationen aus Nachschlagewerken gewonnen<sup>51</sup>.

Bei der Auswahl der Institutionen wurde soweit möglich denjenigen Akteuren der Vorzug gegeben, die mit der jeweiligen Stadt kooperieren oder sich in anderer Form mit dem Aktionstag befassen. Damit sollte gewährleistet werden, dass den interviewten Multiplikatorinnen und Multiplikatoren entweder Informationen über die örtliche Gestaltung des Aktionstages vorlagen oder sie selbst vor Ort waren.

#### *Auswahl der Personen*

Auch bei der Auswahl der Personen wurden vorzugsweise diejenigen ausgewählt, die sich selbst mit dem Aktionstag befasst haben. Deshalb wurde bei der Auswahl der

---

<sup>51</sup> Oeckl, 2000/01

Multiplikatorinnen und Multiplikatoren auf Informationen der zuständigen städtischen Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen zurückgegriffen. Sie konnten in den ausgewählten Organisationen die zuständigen Ansprechpartner und Ansprechpartnerinnen benennen und die Institutionen angeben, die sich in den sechs Modellkommunen am eingehendsten mit dem Aktionstag „In die Stadt ohne mein Auto“ beschäftigt hatten.

In allen Städten wurde diejenige Person in der Stadtverwaltung ausgewählt, die für die Durchführung des Aktionstages als Projektleiterin oder Projektleiter zuständig war. Aufgrund des diesjährigen Schwerpunktthemas „Mobilität von Frauen“ wurden auch alle Gleichstellungsbeauftragten ausgewählt.

Bei den lokalen Institutionen wurden die Ansprechpartnerinnen bzw. Ansprechpartner der Stadt als Zielpersonen für die Befragung übernommen. Immer wenn von dem Koordinator bzw. der Koordinatorin keine Kontaktperson genannt wurde, wurde die Leitung der Institution angeschrieben. Bei der Recherche nach Multiplikatorinnen und Multiplikatoren in Ausschüssen und Ämtern der Städte wurde gezielt nach der leitenden Person gefragt, um eine einheitliche Auswahl innerhalb der Hierarchie zu gewährleisten.

Etwa eine Woche vor dem Aktionstag am 22.09.2001 wurden 105 Multiplikatorinnen und Multiplikatoren angeschrieben. Von diesen 105 Multiplikatorinnen und Multiplikatoren sind 82 auf der lokalen und 23 auf regionaler Ebene tätig. Das Anschreiben war mit einer Antwortpostkarte versehen, auf der ein Terminvorschlag, eine Telefonnummer und ein(e) alternativ fachlich zuständige(r) Ansprechpartner(in) angegeben werden konnten.

In einigen Fällen konnten Personen einer institutionellen Kategorie innerhalb einer Stadt nicht erreicht werden bzw. die angeschriebenen Multiplikatorinnen und Multiplikatoren waren nicht zu einem Interview bereit und konnten auch keine Ersatzperson nennen. In diesen Fällen wurde eine Nachrecherche durchgeführt, um weiterhin zu gewährleisten, dass alle institutionellen Kategorien bei der Durchführung der Interviews abgedeckt sind. Lediglich in Köln gelang es nicht, eine Person aus dem Bereich Medien für ein Interview zu gewinnen.

### 5.1.2 Durchführung der Multiplikatoreninterviews

Bevor die eigentliche Befragung der ausgewählten Multiplikatorinnen und Multiplikatoren durchgeführt wurde, wurde der Fragebogen einem Pre-Test vollzogen. Hierzu wurden eine Person aus der Stadtverwaltung und ein Multiplikator einer NGO anhand des aufgestellten Fragebogens befragt. Der Test ergab, dass der Fragebogen funktioniert, so daß sind nur geringfügige Änderungen erforderlich waren.

Insgesamt wurden 80 Interviews mit Multiplikatorinnen und Multiplikatoren geführt, davon 61 in den ausgewählten Städten Brühl, Dortmund, Köln, Löhne, Mülheim und Rheinberg sowie 19 mit Vertretern (über-) regionaler Institutionen.

Bei den 80 Interviews sind Multiplikatorinnen und Multiplikatoren aus dem Bereich Stadtverwaltung und aus Nichtregierungsorganisationen (NGO) besonders stark vertreten. Das Gewicht wurde besonders auf diese Akteursgruppen gelegt, da sie auch überdurchschnittlich stark an der Umsetzung des Aktionstages beteiligt waren. Die genaue Zusammensetzung der einzelnen Befragten, unterteilt nach ihrer jeweiligen institutionellen Kategorie und Stadt, ist der Tabelle 12 zu entnehmen. Unter den Multiplikatorinnen und Multiplikatoren sind 19 Frauen und 61 Männer.

**Tabelle 13: Realisierte Multiplikatoreninterviews nach institutionellem und räumlichem Bezug**

	Politik	Verwaltung	Nahverkehr	Einzelhandel	Medien	NGO	gesamt
Brühl	3	4	1	1	1	2	12
Dortmund	1	3	1	1	1	2	9
Köln	1	3	1	1	0	2	8
Löhne	2	5	1	1	1	2	12
Mülheim	1	3	1	2	2	2	11
Rheinberg	1	3	1	1	1	2	9
Regionale	1	0	6	9	0	3	19
gesamt	10	21	12	16	6	15	80

Quelle: eigene Erhebungen

Der Großteil der befragten Multiplikatorinnen und Multiplikatoren (60 von 80) gibt an, mit der eigenen Institution am Aktionstag beteiligt gewesen zu sein, lediglich ein Viertel der Befragten ist nach eigenen Angaben nicht beteiligt gewesen. Unter den Befragten sind die Bereiche Politik (5 von 10) und Einzelhandel (9 von 16) bei der Vorbereitung des Aktionstages unterrepräsentiert. Stark vertreten hingegen waren die Stadtverwaltung (18 von 21), die Verkehrsanbieter (10 von 12) und die NGOs (12 von 15). Die Medien nehmen hierbei eine Sonderrolle ein, da an dieser Stelle nicht gefragt wurde, ob sie an den Vorbereitungen und an der Gestaltung des Aktionstages beteiligt waren, sondern ob sie im Vorfeld über den Aktionstag berichtet haben. Alle von uns befragten Medienvertreter bejahen dies. Die hohe Beteiligung ist natürlich auch darauf zurückzuführen, dass die Multiplikatorinnen und Multiplikatoren aufgrund ihrer Zuständigkeit für den Aktionstag ausgewählt worden sind. Dennoch weisen die Auswertungsergebnisse darauf hin, dass der Aktionstag 2001 vor allem aus den Bereichen Stadtverwaltung, Verkehrsanbieter und Nichtregierungsorganisationen vorbereitet wurde, weniger hingegen aus den Bereichen Politik und Einzelhandel.

#### *Beantwortungsperspektive*

Zusätzlich ist eingangs gefragt worden, ob die Interviewten selbst am Aktionstag vor Ort waren, um ihre Beantwortungsperspektive festzustellen. Dies dient dazu festzustellen, inwieweit die Einschätzungsfragen zur Umsetzung und Resonanz des Aktionstages auf persönliche Erfahrungen vor Ort beruhen oder ob es sich um Informationen aus zweiter Hand handelt. Zwei Drittel der Befragten (54 der 80 Personen) geben an, am 22. September 2001 selber vor Ort gewesen zu sein und sich so einen Überblick über den Aktionstag verschafft zu

haben. Bei den Multiplikatorinnen und Multiplikatoren, die nicht vor Ort waren, ist davon auszugehen, dass sie die nachfolgenden Fragen von einer abstrakteren Ebene beantworten. Bei denjenigen Interviewpartnern und -partnerinnen, die selber vor Ort waren, muss berücksichtigt werden, dass sie ihre Einschätzungen eventuell nicht ausschließlich aus ihrer institutionellen Sicht geben, sondern mitunter auch die persönlichen Eindrücke des Aktionstages mit in ihre Bewertung hineinspielen. Auch wenn die einzelnen Interviews hinsichtlich ihrer Dauer zwischen 5 und 45 Minuten variierten, lässt sich insgesamt festhalten, dass alle Gesprächspartner und -partnerinnen aufgeschlossen und auskunftsbereit gewesen sind. An dieser Stelle sei allen Multiplikatorinnen und Multiplikatoren noch einmal recht herzlich für die Gesprächsbereitschaft gedankt.

### 5.1.3 Auswertung der Multiplikatoreninterviews

Insgesamt hat der Fragebogen weitestgehend funktioniert. Lediglich die Auswertung der Rubrik Funktion wirft Schwierigkeiten auf, weil die Angaben dazu uneinheitlich sind. In diesem Feld wurde teilweise die hierarchische Funktion (z.B. Leiter oder Mitarbeiter) und teilweise die fachliche Funktion (z.B. Verkehrsreferent oder Verantwortlicher für die Öffentlichkeitsarbeit) angegeben. Folglich kann im Nachhinein keine Unterscheidung mehr bezüglich der hierarchischen oder fachlichen Funktion vorgenommen werden, da die Eintragungen in der einen oder anderen Art unvollständig sind.

Um zu verdeutlichen, dass die Auswertung der Interviews die Einschätzung der befragten Multiplikatorinnen und Multiplikatoren widerspiegelt, werden die Aussagen der Multiplikatoren im Konjunktiv wiedergegeben. Schlussfolgerungen, die das Wuppertal Institut aus diesen Angaben zieht, werden hingegen im Indikativ getroffen. An einzelnen Stellen werden zur Unterstützung der Einschätzungen inhaltliche Zitate hinzugezogen. Auch wenn es nicht möglich ist, den genauen Wortlaut des Zitats wiederzugeben, werden diese Passagen in Anführungsstriche gesetzt, um den Zitatcharakter zu unterstreichen.

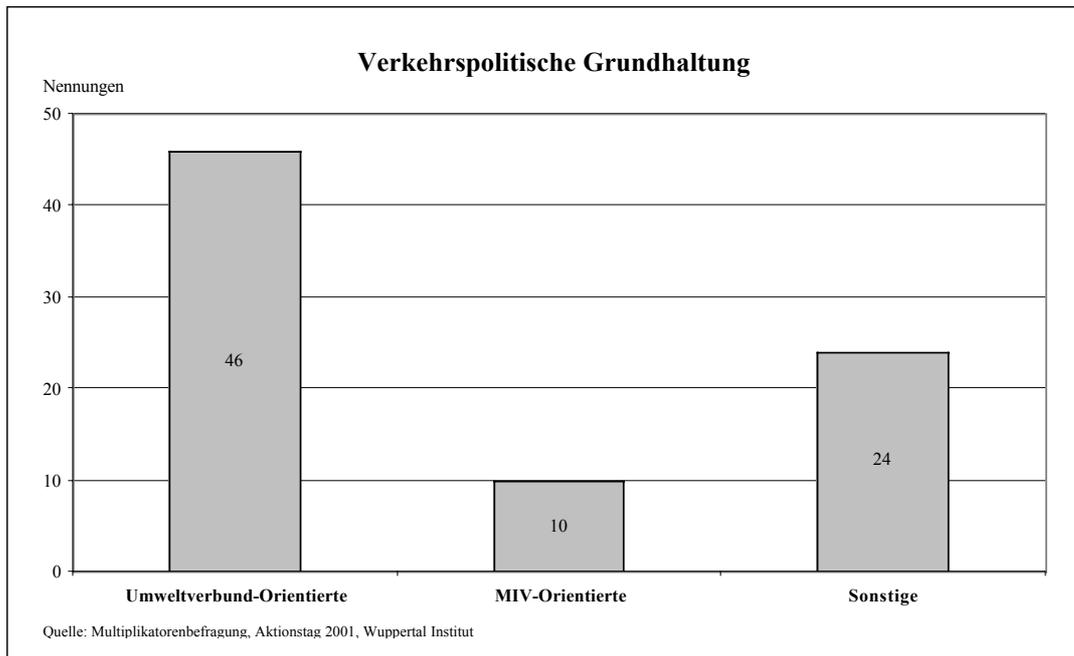
## 5.2 Ergebnisse der Multiplikatorenbefragung

Die Multiplikatoreninterviews werden anhand von acht Themenfeldern ausgewertet, wobei jeweils zunächst ein Gesamtüberblick über alle 80 Interviews gegeben wird, um anschließend in einer stadt- bzw. institutionsbezogenen Betrachtungsweise wesentliche Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen den verschiedenen typologischen Gruppen herauszuarbeiten. Im Rahmen der Gesamtbetrachtung werden die Aussagen sowohl der lokalen als auch der regionalen Multiplikatorinnen und Multiplikatoren zusammengefasst. An Stellen, wo sich Unterschiede zwischen den lokalen und regionalen Multiplikatorinnen und Multiplikatoren ergeben, werden diese gesondert aufgeführt. Die Auswertung orientiert sich unter Beachtung von Wechselwirkungen an den folgenden Themenfeldern.

- Auswertung der Resonanz
- Auswertung der Aktionen
- Aktion „Straßensperrung für Autos“
- Aktionen zu „Frauen und Mobilität“
- Wirksamkeit des Aktionstages
- Auswirkungen auf den Einzelhandel
- Schwierigkeiten bei der Vorbereitung des Aktionstages
- Weitere Unterstützung im nächsten Jahr

Neben der Unterteilung der Multiplikatorinnen und Multiplikatoren nach ihrer institutionellen Kategorie bzw. ihrer Ortszugehörigkeit werden sie nach ihrer verkehrspolitischen Grundhaltung unterschieden. Anhand der ihrer Meinung nach wichtigsten verkehrspolitischen Maßnahme in der Innenstadt sind die Multiplikatorinnen und Multiplikatoren in zwei verschiedene Typen eingeteilt worden. Insgesamt 70 der 80 befragten Multiplikatorinnen und Multiplikatoren geben die ihrer Meinung nach wichtigste(n) verkehrspolitische(n) Maßnahme(n) an. Da teilweise mehr als eine Maßnahme genannt wird, ergeben sich 90 Antworten, die in 11 verschiedene Kategorien eingeordnet werden können (vgl. Abbildung 67).

**Abbildung 68: Verkehrspolitische Grundhaltung**



*Typ „Umweltverbund-Orientierte“ vs. Typ „MIV-Orientierte“*

Anhand der Prioritäten in der Verkehrspolitik werden die Multiplikatorinnen und Multiplikatoren in die Typen „Umweltverbund-Orientierte“, „MIV-Orientierte“ und „Sonstige“ unterteilt. Dabei werden bei den 46 Umweltverbund-Orientierten diejenigen zusammengefasst, die ihre verkehrspolitische Priorität auf Maßnahmen im Bereich ÖPNV, Rad- und Fußverkehr und/oder Reduzierung des MIV legen. Demgegenüber sprechen sich die 10 MIV-Orientierten für allgemeine Verbesserungen des MIV und/oder mehr Parkraum bzw. ein Parkraumkonzept aus. Die übrigen 24 Personen lassen sich keinem dieser beiden Typen zuordnen, da sie entweder keine Angabe zur wichtigsten verkehrspolitischen Maßnahme machen oder es sich um sonstige nicht einordbare Maßnahmen handelt.

Die Hälfte der MIV-Orientierten gehört dem Einzelhandel(sverband) an, wohingegen die Umweltverbund-Orientierten in allen institutionellen Kategorien vertreten sind. Besonders deutlich ist jedoch die Zahl derjenigen, die Maßnahmen im Umweltverbund Priorität einräumen in der Stadtverwaltung (14 Umweltverbund-Orientierte, 0 MIV-Orientierte, 7 Sonstige), bei den Verkehrsanbietern (10 Umweltverbund-Orientierte, 0 MIV-Orientierte, 2 Sonstige) und den NGOs (11 Umweltverbund-Orientierte, 1 MIV-Orientierte und 3 Sonstige). Hierdurch wird deutlich bestätigt, dass der Aktionstag eher ein Anliegen der Stadtverwaltung, Verkehrsanbieter und entsprechender NGOs ist, die im Folgenden als Befürworter des Aktionstages bezeichnet werden. Der Einzelhandel wiederum steht dem Aktionstag aufgrund seiner verkehrspolitischen Grundhaltung eher kritisch gegenüber.

Im weiteren Verlauf der Auswertung wird an geeigneter Stelle auf die beiden oben genannten Typen Bezug genommen.

### 5.2.1 Auswertung der Resonanz

#### *Gesamtüberblick: Beurteilung der allgemeinen Umsetzung*

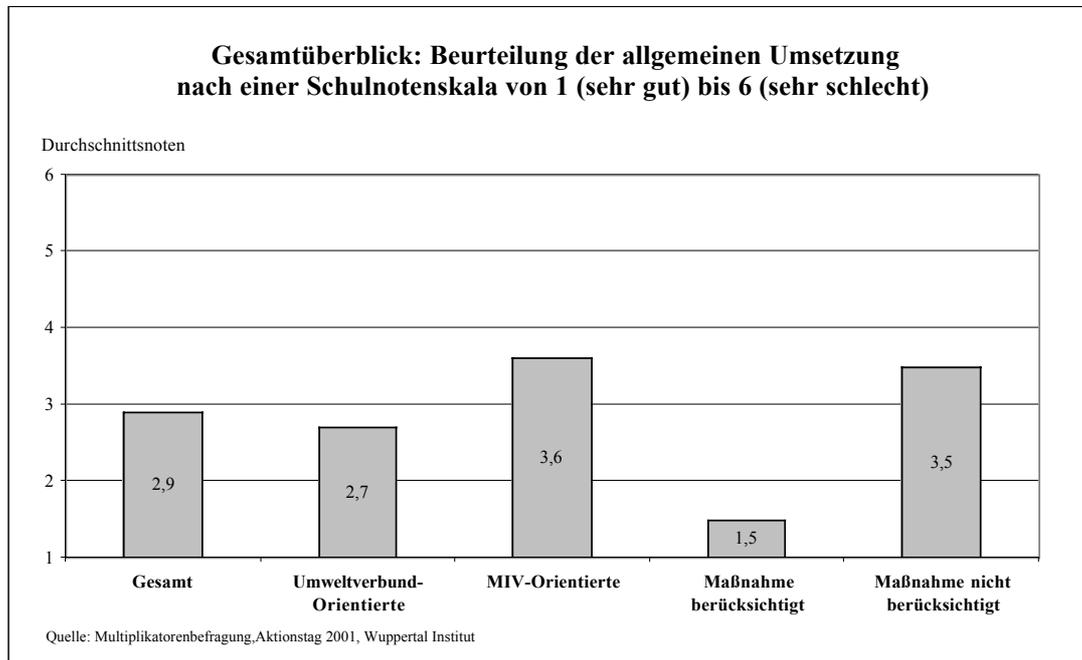
Die allgemeine Umsetzung des Aktionstages wird von den Multiplikatorinnen und Multiplikatoren sehr unterschiedlich beurteilt. Das gesamte Notenspektrum von Schulnote 1 bis 6 wird abgedeckt, und es treten erkennbare Differenzen zwischen den unterschiedlichen Stadttypen und den verschiedenen Institutionen auf. Ein Viertel (20 von 80) aller Befragten beurteilt die Umsetzung im Allgemeinen mit befriedigend, 17 mit gut und 14 mit ausreichend. Lediglich 8 der Befragten geben der Umsetzung des Aktionstages das Prädikat „sehr gut“, wohingegen beinahe ebenso viele (7 von 80) die Umsetzung mangelhaft oder ungenügend empfinden. Damit ergibt sich unter allen Befragten, die eine Note verteilen (67 von 80), für die allgemeine Umsetzung des Aktionstages, eine Durchschnittsnote von 2,9.

Ein beträchtlicher Teil (13 von 80) kann keine eindeutige Note zuweisen. Begründet wird dies von Seiten der Multiplikatorinnen und Multiplikatoren hauptsächlich (in 7 von 13 Fällen) damit, dass die Durchführung des Aktionstages unter verschiedenen Aspekten differenziert betrachtet werden müsse. So gäbe es durchaus positive aber auch negative Aspekte bei der Umsetzung des Aktionstages, weshalb eine Gesamtnote nicht vergeben werden könne. Positiv werden beispielsweise die Teilnahme der Stadt am Aktionstag und auch ein Großteil der Aktionen selbst bewertet, wohingegen negativ zu Buche schlägt, dass die Wirkung bezüglich der Autoreduzierung nicht gut gewesen sei und auch das originäre Anliegen des Aktionstages, die Vorteile einer Mobilität ohne Auto aufzuzeigen, nicht ausreichend vermittelt worden sei. Diese differenzierte Betrachtung gibt Hinweis darauf, dass die Umsetzung des Aktionstags aus zwei verschiedenen Perspektiven betrachtet wird.

Zum einen wird der (kurzfristige) Erfolg des Aktionstages durch Indikatoren wie Engagement und Aktionsvielfalt bewertet, demgegenüber steht die langfristige Betrachtung, die die Wirksamkeit und Möglichkeiten der Verhaltensveränderung und Vermittlung eines komplexen Themas mit in Betracht zieht.

Der andere Teil der Multiplikatorinnen und Multiplikatoren, die die allgemeine Umsetzung des Aktionstages nicht benoten können, ist entweder selbst nicht vor Ort gewesen oder aber sie beurteilen nur ihre eigene Veranstaltung im Rahmen des Aktionstages. Hier liegt der Schluss nahe, dass diese Multiplikatorinnen und Multiplikatoren nicht in der Lage sind, die Umsetzung des Aktionstages von einem distanzierteren Blickwinkel aus ihrer institutionellen Sicht zu bewerten.

**Abbildung 69: Gesamtüberblick: Beurteilung der allgemeinen Umsetzung**



Interessant ist die differierende Einschätzung der allgemeinen Umsetzung des Aktionstages, wenn zwischen den Umweltverbund-Orientierten und MIV-Orientierten unterschieden wird. Tendenziell wird der Aktionstag von denjenigen besser bewertet, die auch bei den wichtigsten verkehrspolitischen Maßnahmen den Schwerpunkt auf den Umweltverbund legen.

So bewerten die Befürworter von Maßnahmen im Bereich des Umweltverbundes den Aktionstag durchschnittlich mit einer 2,7, wohingegen diejenigen, die eine Förderung des MIV verlangen, den Aktionstag durchschnittlich fast eine Note schlechter mit 3,6 beurteilen.

Niemand der MIV-Orientierten vergibt die Note sehr gut für die Umsetzung des Aktionstages. Noch deutlicher wird der Unterschied, wenn man die Multiplikatorinnen und Multiplikatoren, die Maßnahmen im Fußgängerbereich als wichtig erachten und insgesamt eine 2,2 vergeben (bei insgesamt 5 Nennungen) den Multiplikatorinnen und Multiplikatoren gegenüberstellt, die allgemeine Verbesserungen für den MIV fordern und den Aktionstag mehr als zwei Noten schlechter mit einer 4,3 bewerten.

Diejenigen, die die allgemeine Umsetzung des Aktionstages mit sehr gut bewerten, finden ihre verkehrspolitische Maßnahme bei der Umsetzung des Aktionstages berücksichtigt. Insgesamt sehen 19 Personen ihre verkehrspolitische Maßnahme bei der Umsetzung des Aktionstages berücksichtigt, gleichzeitig bewerten sie den Aktionstag überdurchschnittlich gut (8 mit sehr gut, 6 mit gut, 1 mit befriedigend und 4 keine Angabe, das ergibt eine Durchschnittsnote von 1,5). Dies lässt also darauf schließen, dass ein Zusammenhang

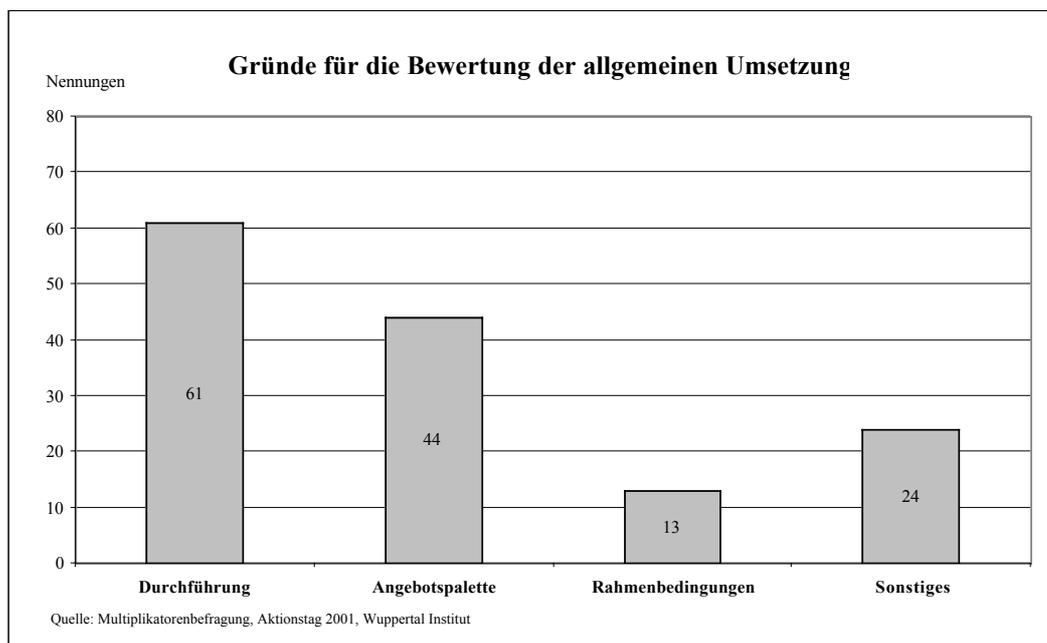
zwischen der Beurteilung des Aktionstages und den dringendsten verkehrspolitischen Maßnahmen besteht. Da diese wichtigsten verkehrspolitischen Maßnahmen sich mit dem Anliegen des Aktionstages vertragen (insbesondere Förderung des Umweltverbundes), liegt es nahe, dass diese Multiplikatorinnen und Multiplikatoren dem Aktionstag gegenüber aufgeschlossener und positiver eingestellt sind.

Die Personen also, die ihre eigene verkehrspolitische Maßnahme im Konzept des Aktionstages wiedererkennen, bewerten die Umsetzung auch positiver.

Demgegenüber stehen die Multiplikatorinnen und Multiplikatoren, die ihre wichtigste verkehrspolitische Maßnahme nicht berücksichtigt sehen. Hierunter fallen einerseits Maßnahmen zur Förderung des MIV, aber es werden auch Maßnahmen zur Förderung des Umweltverbundes genannt, die die Multiplikatorinnen und Multiplikatoren in diesem Fall nicht konsequent genug umgesetzt sehen. 33 Personen geben an, dass ihre verkehrspolitisch wichtigste Maßnahme im Aktionstag nicht ausreichend berücksichtigt worden sei. Setzt man diese in Verbindung mit der allgemeinen Bewertung des Aktionstages, ergibt sich eine Durchschnittsnote von 3,5 (6 mit gut, 9 mit befriedigend, 9 mit ausreichend, 5 mit mangelhaft, 1 mit ungenügend, 3 keine Angabe), also genau zwei Noten schlechter als diejenigen, die ihre verkehrspolitische Maßnahme berücksichtigt sehen.

Dieses Ergebnis kann dahingehend interpretiert werden, dass diejenigen, die tendenziell andere verkehrspolitische Belange im Vordergrund sehen und somit ein europaweiter Aktionstag nicht erste Priorität besitzt, und diejenigen, die ihre Maßnahmen (im Bereich des Umweltverbundes) nicht konsequent genug berücksichtigt sehen, auch die Umsetzung des Aktionstages schlechter bewerten.

#### **Abbildung 70: Gründe für die Bewertung der allgemeinen Umsetzung**



Ferner sind die Multiplikatorinnen und Multiplikatoren nach einer Begründung für ihre Einschätzung gebeten worden. Von den 80 Multiplikatorinnen und Multiplikatoren geben 72 einen oder mehrere Gründe für ihre Bewertung an; danach lassen sich die insgesamt 142 genannten Begründungen in die folgenden Begründungskategorien einordnen:

- Durchführung: Hierunter fallen Aspekte zur Stimmung/Atmosphäre/Besucherzahl, Engagement/Organisation/Präsentation, Werbung/Öffentlichkeitsarbeit, Unterstützung durch Stadt und/oder Einzelhandel.
- Angebotspalette: Darunter sind sowohl die Angebotspalette allgemein als auch spezielle Aktionen wie z.B. Straßensperrung oder Sonderaktionen zum ÖPNV, Radverkehr oder zu Mobilität von Frauen zusammengefasst.
- Rahmenbedingungen wie Wetter und Standortwahl.
- Sonstiges.

Differenziertere Angaben zur Begründung der allgemeinen Umsetzung sind unter „Städtevergleich: Beurteilung der allgemeinen Umsetzung“ zu finden (vgl. S. 152)

#### *Gesamtüberblick: Beurteilung der Einwohnerresonanz*

Die Resonanz der Einwohner auf den Aktionstag wird von den Multiplikatorinnen und Multiplikatoren durchschnittlich um fast eine Note schlechter beurteilt als die allgemeine Umsetzung des Aktionstages. So ergibt sich bei den Multiplikatorinnen und Multiplikatoren eine Durchschnittsnote von 3,8 für die Resonanz bei den Einwohnern. Die detaillierte Analyse

der Notenvergabe ergibt, dass die Resonanz der Einwohner überwiegend mit ausreichend (18 von 80) bis mangelhaft (23 von 80) bewertet wird. Nur 13 von den 80 Befragten bewerten die Resonanz mit gut bis sehr gut.

Die Gründe für die schlechte Resonanz sind vielfältig und nach Meinung der Multiplikatorinnen und Multiplikatoren hauptsächlich in den geringen Besucherzahlen aufgrund einer schlechten Öffentlichkeitsarbeit und des in einigen Städten schlechten Wetters begründet. Darüber hinaus wird darauf aufmerksam gemacht, dass kein sichtbares Interesse der Menschen an einem solchen Aktionstag bestehe. Dies kann vereinzelt damit zusammenhängen, dass die Aktionen nicht wahrnehmbar waren und der Standort ungünstig gewählt war. Zusätzlich wird zur Begründung der schlechten Resonanz herangezogen, dass sich die Zahl der Autos nicht verringert habe und generell keine Betroffenheit und somit Breitenwirkung erzeugt worden sei. So wird von verschiedenen Personen befürchtet, dass nur die Menschen am Aktionstag teilnahmen, die bereits im Vorfeld offen für dieses Thema gewesen seien. Autofahrer aber beispielsweise würden durch den Aktionstag nicht angesprochen, als Indikator hierfür wird angeführt, dass gleich viele Autos wie jeden Samstag in der Stadt gewesen seien.

Die positiveren Einschätzungen der Multiplikatorinnen und Multiplikatoren kommen überwiegend aufgrund bestimmter Aktionen, die besonders gut von den Personen vor Ort angenommen worden seien (vgl. Tabelle 13), zustande. Vereinzelt wird die Resonanz der Einwohner differenziert bewertet, da die Besucherzahl zwar gering gewesen sei, die Resonanz bei den Personen, die über den Aktionstag informiert und vor Ort waren, aber durchaus positiv zu bewerten sei.

**Tabelle 14: Schwerpunktthemen und Aktionen mit guter Resonanz nach Einschätzung der Multiplikatorinnen und Multiplikatoren**

Stadt	Schwerpunkt	spezielle Aktion
Brühl	• keine Nennung	• Männer auf Frauenwegen
Dortmund	• Radverkehr	• Fahrradsternfahrt
Köln	• ÖPNV	• keine Nennung
Löhne	• Radverkehr	• Radversteigerung • Männer auf Frauenwegen
Mülheim	• keine Nennung	• keine Nennung
Rheinberg	• keine Nennung	• Straßensperrung

		<ul style="list-style-type: none"><li>• Citylauf</li><li>• Radtouren der Bürgermeister</li></ul>
--	--	--

Quelle: eigene Erhebungen

Bei der Beurteilung der Einwohnerresonanz lassen sich demnach zwei Ebenen unterscheiden. Es gibt die Resonanz bezogen auf die an den Veranstaltungen des Aktionstages teilnehmenden Menschen vor Ort, die unterschiedlich eingeschätzt wird und sich somit nur auf einen Bruchteil der Gesamtbevölkerung bezieht.

- Diese Sichtweise wird zumindest teilweise positiver bewertet als die zweite Betrachtungsebene, die sich eher auf die Breitenwirkung des Aktionstages in der Bevölkerung und auf die Autoreduzierung bezieht. Wenn dieser umfassendere Blickwinkel explizit genannt wird, ist die Beurteilung durchgängig negativ.

#### *Gesamtüberblick: Beurteilung der Medienresonanz*

Die durchschnittliche Beurteilung der Resonanz auf den Aktionstag insgesamt in den Medien wird mit 3,1 nur geringfügig schlechter beurteilt als die allgemeine Beurteilung der Umsetzung, aber um 0,7 Notenpunkte besser als die Resonanz der Einwohner. Diese relativ positive Beurteilung der Resonanz in den Medien überrascht zunächst aufgrund der in der Multiplikatorenbefragung häufiger geäußerten Kritik der schlechten Vorabinformation über den Aktionstag, so dass der Schluß gezogen wird, dass die Medien nur mäßig über den Aktionstag berichtet haben.

Zu beachten ist jedoch, dass bei der Bewertung der Resonanz in den Medien auf den Aktionstag unterschiedliche Kriterien herangezogen werden. Teilweise wird zwischen Vor- und Rückbetrachtung unterschieden, ferner bestehen häufig Differenzen zwischen der Quantität der Berichterstattung und dem Tenor. Mitunter herrscht keine einheitliche Meinung, sondern die Bewertung variiert zwischen positiver und negativer Berichterstattung<sup>52</sup> ebenso wie zwischen quantitativ ausreichender/guter bis zu geringer/schlechter Berichterstattung.

Ferner wird öfter darauf verwiesen, dass die Berichterstattung sich auf die einzelnen Events konzentriert, die nötige Seriosität und Hintergrundinformationen hingegen gefehlt haben. Dieser Hinweis und die Anmerkung eines anderen Multiplikators, der angibt, dass schließlich nur noch über das Rahmenprogramm berichtet worden sei, legt den Schluß nahe, dass weniger der Aufklärungsgedanke im Vordergrund des Aktionstages bzw. der Berichterstattung stand, sondern der Aktionstag eher als Veranstaltung der Stadt zur Attraktivierung der Innenstadt und Unterhaltung der Menschen wahrgenommen wurde.

---

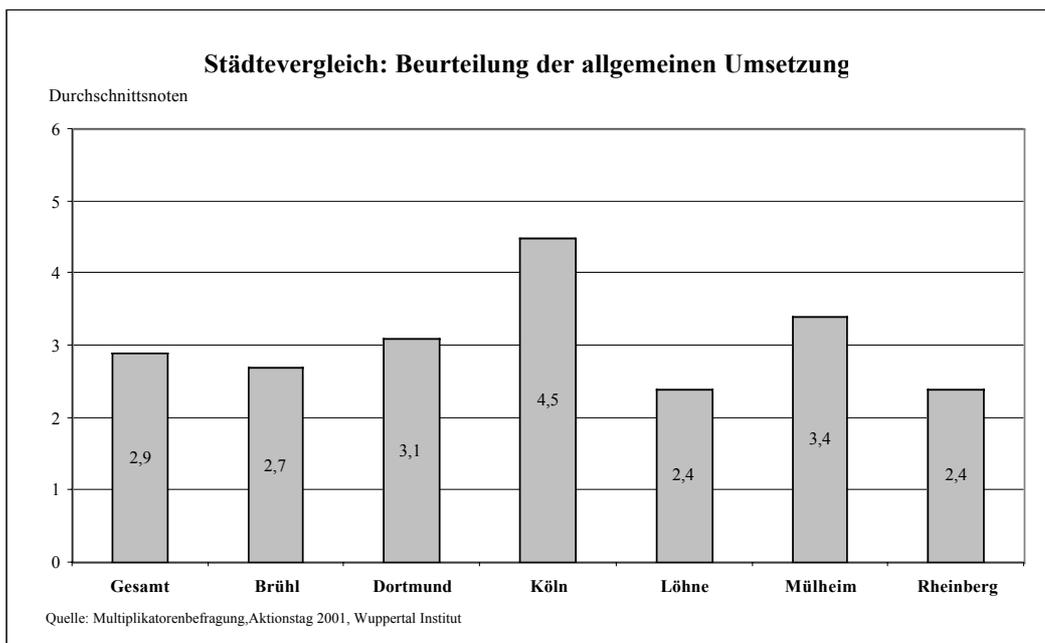
<sup>52</sup> Mitunter kommt es zu unterschiedlichen Einschätzungen ein und derselben Berichterstattung. So wird beispielsweise die WDR Lokalzeit einmal als gut und einmal als schlecht bewertet.

Aufgrund der unterschiedlichen Bewertung der Resonanz der Einwohner und der Resonanz insgesamt in den Medien kann davon ausgegangen werden, dass diese Bereiche von den Multiplikatorinnen und Multiplikatoren weitestgehend getrennt voneinander betrachtet werden. Allerdings ist zu vermuten, dass eine weitere Verbesserung der Öffentlichkeitsarbeit und somit auch der Medienberichterstattung zusätzlich Einwohner zur Teilnahme motiviert und folglich auch die Resonanz bei den Einwohnern positiv beeinflussen kann.

#### *Städtevergleich: Beurteilung der allgemeinen Umsetzung*

Insgesamt lässt sich feststellen, dass die Umsetzung des Aktionstages ebenso wie die Resonanz der Einwohner in den Kleinstädten wesentlich besser beurteilt wird als in den Großstädten. So wird die allgemeine Umsetzung in Löhne und Rheinberg mit einer 2,4 bzw. in Brühl mit einer 2,7 bewertet, wohingegen in Dortmund (3,1), Mülheim (3,4) und Köln (4,5) die Beurteilung um bis zu ein bis zwei Noten schlechter ausfällt.

**Abbildung 71: Städtevergleich: Beurteilung der allgemeinen Umsetzung**



Auffällig ist insbesondere in *Löhne*, dass immerhin sieben von zwölf Multiplikatorinnen und Multiplikatoren die Umsetzung mit sehr gut bzw. gut bewerten. Diese auffallend gute Benotung in Löhne ist besonders bemerkenswert, da die Wetterverhältnisse (durchgehend stark bewölkt und von 9.00 Uhr bis 16.00 Uhr Dauerregen) an diesem Tag dort äußerst schlecht waren.

Ausschlaggebend für diese positive Bewertung in Löhne (6 von 7) und Brühl (9 von 12) sind vor allem Durchführungsaspekte, wie das Engagement der Akteure und die gute Organisation des Aktionstages. In Löhne wird zusätzlich die Präsentation gelobt, die in Brühl dagegen als

antiquiert und langweilig bezeichnet wird und somit als verbesserungsfähig eingeschätzt wird. Die Vielfalt der Aktionen und Infostände, gerade auch im Hinblick auf die Größe der Stadt, fällt weiterhin positiv bei den Multiplikatorinnen und Multiplikatoren in Löhne ins Gewicht.

In *Brühl* werden die Besucherzahl, die Stimmung und Atmosphäre vor Ort als zusätzliche Begründungsaspekte genannt. Weiterhin positiv beeinflusst wird die Benotung von immerhin vier der zwölf Brühler Multiplikatorinnen und Multiplikatoren durch die breite, ausgewogene und nicht einseitige Angebotspalette der Aktionen, lediglich eine Person empfindet die Informationen als zu einseitig, da die Kfz-Bedürfnisse nicht berücksichtigt worden seien. Ferner wird angemerkt, dass, obwohl die Aktionen und die Infostände ansprechend gewesen seien, das Anliegen einer stadt- und umweltverträglicheren Mobilität nicht transportiert worden sei. Außerdem sei die Öffentlichkeitsarbeit eher schlecht gewesen und die Abstimmung der Akteure untereinander könne noch verbessert werden.

In *Rheinberg* werden weniger die Durchführungsaspekte zur Begründung der positiven Bewertung herangezogen als vielmehr die Angebotspalette (6 von 7). Obwohl verschiedene Aktionen kurzfristig wegen Betreuungsmangel nicht stattgefunden haben, seien viele Aktionen in einer großen Bandbreite laut Aussage der Multiplikatorinnen und Multiplikatoren vertreten gewesen. Allerdings ist nach Meinung eines Multiplikators zu kritisieren, dass die Aktionen insgesamt zu sportlich angelegt gewesen seien und sich so nur junge Menschen angesprochen fühlten.

Dies deutet darauf hin, dass nur eine bestimmte Klientel durch den Aktionstag angesprochen wird, gleichzeitig aber andere Personenkreise eher ausgeschlossen werden.

Dies kann bedeuten, dass autoorientierte Personen, die ihre Mobilität eher auf Bequemlichkeit und weniger auf eigene Bewegung hin ausrichten, sich durch diesen Aktionstag nicht angesprochen fühlen. Aus dem gleichen Grund ist auch die fehlende Breitenwirkung, die von den Multiplikatorinnen und Multiplikatoren an verschiedenen Stellen angemerkt wird, zu erklären.

Auch in den Großstädten ist die Vielfalt der Aktionen und Veranstaltungen ausschlaggebend für die Benotung des Aktionstages. In *Dortmund* fällt bei der Angebotspalette negativ ins Gewicht, dass in letzter Minute einige Akteure abgesagt hatten, so dass die Aktionen im Straßenbild untergegangen und insgesamt kaum spürbar gewesen seien. Besonders gut angekommen sind nach Meinung der Befragten die Aktionen zum Radverkehr in Dortmund. Beinahe ebenso wichtig werden verschiedene Aspekte der Durchführung (6 von 9) für die Begründung der Einschätzung angesehen; obwohl der gute Wille des Aktionstages erkennbar gewesen sei, bestünde insbesondere im Bereich der Präsentation und der Öffentlichkeitsarbeit Verbesserungsmöglichkeiten. Ferner wird bemängelt, dass der Standort für die Aktionen

(fernbab von der Haupteinkaufsstraße) schlecht gewählt sei, die Unterstützung in der Politik mangelnd und die Abstimmung innerhalb der Stadtverwaltung schlecht gewesen seien.

Während der Einzelhandel den Aktionstag nicht als Veranstaltung für den ÖPNV, sondern gegen das Auto empfindet, wird von Seiten der NGOs darauf hingewiesen, dass trotz der Sperrung fahrende und parkende Autos im abgesperrten Bereich gewesen seien. So sind also auch in Dortmund die Fronten bezüglich der Straßensperrungen verhärtet. Außerdem wird an dem Sinn und Nutzen eines solchen Aktionstages gezweifelt, da dieser ausschließlich appellativen Charakter besitzt, das Auto stehen zu lassen, Menschen so aber schwer zu erreichen seien.

Negativ ins Auge fällt bei zwei Multiplikatorinnen und Multiplikatoren eine Aktion von Greenpeace, die mit Gasmasken auf die autobedingte Luftverschmutzung aufmerksam machten. Diese Aktion wird gerade im Hinblick auf die kurz vorher stattgefundenen Terrorakte in den USA als geschmacklos angesehen.

Bemerkenswert ist, dass trotz dieser insgesamt eher negativen Einschätzung des Aktionstages keiner der Multiplikatorinnen und Multiplikatoren negative Auswirkungen für den Einzelhandel aufgrund des Aktionstages sieht, sondern übereinstimmend angegeben wird, dass der Aktionstag keine Auswirkungen auf den Einzelhandel gehabt habe.

In *Mülheim* liegt die Bewertung hauptsächlich im unteren Mittelfeld der Notenskala, sieben von elf urteilen entweder mit ausreichend oder befriedigend. Nur zwei von elf der befragten Multiplikatorinnen und Multiplikatoren schätzen die Umsetzung des Aktionstages als gut ein, wohingegen aber auch eine Person zu dem Urteil mangelhaft gelangt.

Von Seiten der Stadt wird die Umsetzung des Aktionstages am besten bewertet, vor allem aufgrund einer guten Organisation, dem guten Engagement der Beteiligten, einer guten Atmosphäre vor Ort und einem ausgewogenen Aktionsangebot. Von den Institutionen Medien, Verkehrsanbieter und Einzelhandel wird der Aktionstag durchgehend nur mit ausreichend und einmal mit mangelhaft bewertet.

Auffällig ist, dass hierbei ähnliche Begründungen genannt werden, die bei der Stadtverwaltung allerdings zu einer positiven Bewertung führen. So bewerten die Multiplikatorinnen und Multiplikatoren die Angebotspalette als zu klein, da beispielsweise nach Meinung des Verkehrsanbieters Aktivitäten im Rahmen der Lokalen Agenda 21 unterrepräsentiert gewesen seien. Weiterhin seien Organisation, Präsentation und Öffentlichkeitsarbeit unprofessionell gewesen, so dass der Aktionstag insgesamt schwach umgesetzt worden sei. Darüber hinaus wird kritisiert, dass der Dialog mit den Einzelhändlern unprofessionell geführt worden sei, so hätten im Vorfeld überhaupt keine Gespräche mit dem Einzelhandel

stattgefunden. Ferner wird das schlechte Wetter als ein ausschlaggebender Punkt für die schlechte Bewertung genannt.

Insgesamt kann in Mülheim zusammengefasst werden, dass die Meinungen über den Aktionstag weit auseinandergehen, so werden die gleichen Aspekte, z.B. Organisation und Angebotspalette, sehr unterschiedlich wahrgenommen und bewertet.

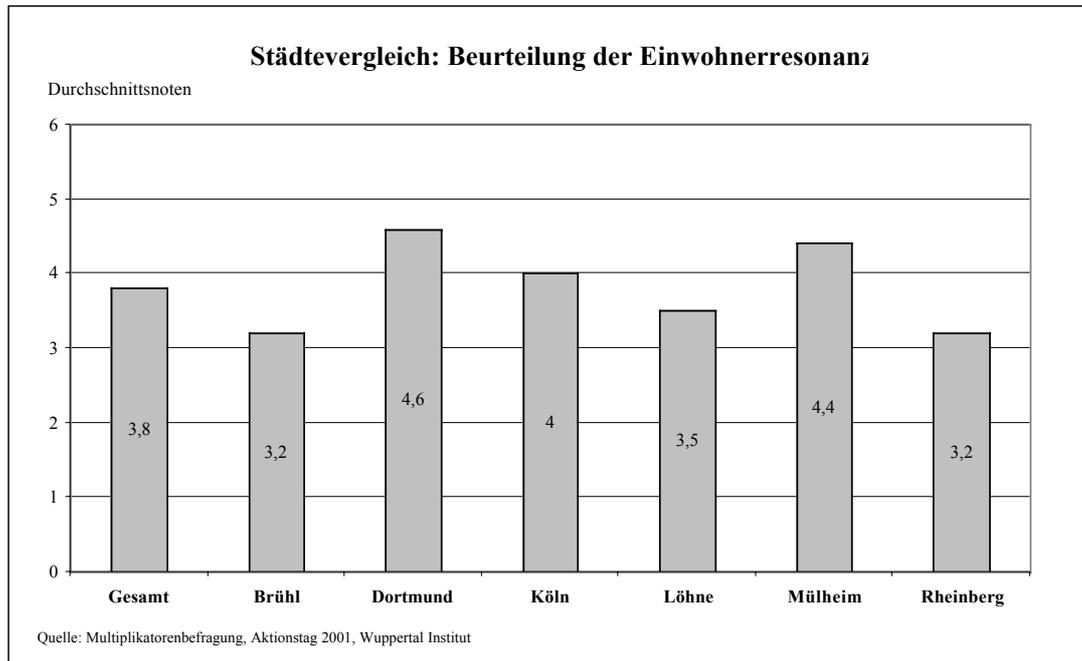
In Köln ist die allgemeine Bewertung des Aktionstages am schlechtesten, so beurteilen zwar zwei Personen (von acht) die Umsetzung als gut bzw. sehr gut, demgegenüber stehen aber zwei andere, die den Aktionstag mit ausreichend, und sogar drei, die ihn mit mangelhaft bis ungenügend bewerten. Diese negativen Beurteilungen ziehen sich durch alle institutionelle Kategorien.

Auffällig an der Kölner Bewertung ist, dass die Note befriedigend nicht ein einziges Mal vergeben wird, obwohl diese Note in der Gesamtbetrachtung aller Städte am häufigsten genannt wird. Dies lässt darauf schließen, dass die Beurteilung des Aktionstags weit auseinandergeht. Betrachtet man vor diesem Hintergrund die Begründungskategorien, fällt auf, dass bei den zwei Personen, die den Aktionstag positiv einschätzten, vor allem die Angebotspalette ausschlaggebend gewesen sei und als gut angesehen wird. Die Multiplikatorinnen und Multiplikatoren, die den Aktionstag negativ bewerten, begründen dies vor allem damit, dass die Aktionen kaum wahrgenommen worden seien, die Kooperation zwischen den Beteiligten schlecht gewesen sei, die Wirkung - bezogen auf eine tatsächliche Autoreduzierung - nicht gut und kaum Interesse vorhanden gewesen sei, auch weil andere politische Belange im Vordergrund gestanden hätten.

#### *Städtevergleich: Beurteilung der Einwohnerresonanz*

Auch bei der Beurteilung der Einwohnerresonanz vergeben die lokalen Multiplikatorinnen und Multiplikatoren der Kleinstädte bessere Noten. So ergibt sich in Brühl und Rheinberg die Durchschnittsnote von 3,2 und in Löhne von 3,5, wohingegen die Großstädte Köln (4,0), Mülheim (4,4) und Dortmund (4,6) wieder ungefähr eine Note schlechter beurteilt werden.

**Abbildung 72: Städtevergleich: Beurteilung der Einwohnerresonanz**



In *Rheinberg* wird positiv hervorgehoben, dass die Aktionen mit schätzungsweise 4.000 bis 6.000 Menschen vor Ort sehr gut besucht gewesen seien und insgesamt eine gute Atmosphäre geherrscht habe. Ein Großteil der Besucher sei durch den Citylauf angezogen worden, allerdings gibt ein Multiplikator zu bedenken, dass zeitgleich zu viele Konkurrenzangebote durch das Stadtfest stattgefunden hätten und dadurch die Resonanz auf den Aktionstag mangelhaft bei den Einwohnern gewesen sei.

Dies kann dahingehend interpretiert werden, dass der europaweite Aktionstag in der Masse der weiteren Veranstaltungen unterging. Das Rahmenprogramm, auch gerade durch das Stadtfest, war so umfangreich und attraktiv, dass das eigentliche Anliegen einer stadt- und umweltverträglicheren Mobilität nicht transportiert werden konnte. Ein weiterer Hinweis für diese These lässt sich aus der Anmerkung eines weiteren Multiplikators ablesen, der bestätigt, dass viele Menschen vor Ort gewesen seien, diese jedoch meist Familien gewesen seien, von denen ein Familienmitglied am Citylauf teilgenommen habe.

- Es war also weniger ein Interesse an Informationen zu einer autoreduzierten Mobilität, als vielmehr der sportliche Aspekt, der im Vordergrund stand.

Ebenso wird kritisiert, dass außerhalb des gesperrten Bereichs keine reduzierte Autonutzung festzustellen gewesen sei, folglich das Ziel des Aktionstages verfehlt worden sei und so die Resonanz bei den Einwohnern mit mangelhaft bewertet werden müsse. Anhand dieser Bemerkung, die exemplarisch für viele Multiplikatorinnen und Multiplikatoren auch in anderen Städten steht, wird deutlich, dass die Erwartungshaltung und damit zusammen-

hängend der Erfolg des Aktionstages unter den Multiplikatorinnen und Multiplikatoren variiert.

Einige der Multiplikatorinnen und Multiplikatoren beurteilen die Resonanz und den Erfolg des Aktionstag ganz eindeutig danach, ob durch den Aktionstag eine erkennbare Reduzierung der Autonutzung stattgefunden hat. Andere wiederum beurteilen die Resonanz und den Erfolg aufgrund anderer Aspekte, wie z.B. der Stimmung und Besucherzahl vor Ort, ohne gleichzeitig direkt eine Verhaltensänderung nachweisen zu müssen. So lassen sich die Multiplikatorinnen und Multiplikatoren zumindest teilweise in Typen einteilen, die verschiedene Beurteilungskriterien für die Resonanz der Einwohner auf den Aktionstag heranziehen.

- Zum einen gibt es diejenigen, die die Mobilisierung einer großen Besucherzahl bereits positiv bewerten. Diese Gruppe ist dadurch gekennzeichnet, dass sie bereits kleine Schritte positiv bewertet. Die Chance in der Mobilisierung liegt darin, dass Menschen durch entsprechende Aktionen sensibilisiert werden können. Erst wenn eine Sensibilisierung in den Köpfen der Menschen stattgefunden hat, können in einem weiteren Schritt Verhaltensalternativen aufgezeigt werden, um so möglicherweise langfristig auch Verhaltensänderungen zu bewirken.
- Die andere Gruppe ist dadurch charakterisiert, dass sie die Resonanz der Einwohner maßgeblich von der tatsächlich sichtbaren Verhaltensänderung direkt an dem Aktionstag abhängig macht und die Resonanz stark mit der Wirksamkeit des Aktionstages verknüpft.

In *Dortmund* ist die Resonanz der Einwohner auf den Aktionstag nach Meinung der Multiplikatorinnen und Multiplikatoren überwiegend negativ und am schlechtesten innerhalb der sechs Städte mit einer durchschnittlichen Bewertung von 4,6. Fünf der neun Befragten beurteilen die Resonanz mit mangelhaft oder ungenügend und jeweils zwei Befragte mit ausreichend bzw. befriedigend. Auffällig ist, dass niemand der befragten Multiplikatorinnen und Multiplikatoren die Resonanz der Einwohner positiv bewertet.

Vergleicht man die Benotung von der allgemeinen Umsetzung des Aktionstages und die der Resonanz der Einwohner fällt auf, dass die allgemeine Umsetzung tendenziell besser bewertet wird (1,5 Noten besser, der gravierendste Notenunterschied verglichen mit den anderen Städten). Allerdings spielen bei der Begründung für die allgemeine Umsetzung des Aktionstages die Stimmung und Atmosphäre vor Ort und die Besucherzahl keine Rolle, ausschlaggebend sind dort viel mehr die Aktionen selbst, das Engagement der Akteure, die Organisation und Präsentation der Aktionen sowie die Öffentlichkeitsarbeit.

Als wesentliche Gründe für die schlechte Resonanz der Einwohner wird von Seiten der Multiplikatorinnen und Multiplikatoren in Dortmund, aber auch in Mülheim, angegeben, dass

die Resonanz ausblieb, da die Aktionen kaum wahrnehmbar gewesen seien. Aufgrund mangelnder Öffentlichkeitsarbeit seien die Menschen kaum über den Aktionstag informiert gewesen, so dass (dadurch) auch *„kein einziges Auto weniger in der Stadt gewesen sei, sondern die Parkhäuser wie an jedem Samstag gut gefüllt gewesen seien“*.

- Dies legt den Schluss nahe, dass eine umfassende und ausführliche Öffentlichkeitsarbeit die Resonanz in der Bevölkerung erhöhen kann.

Ferner fällt negativ ins Gewicht, dass der Standort der Aktionen in Dortmund ungünstig gewählt gewesen sei, da er abgeschnitten von den Fußgängerströmen lag. So sei beispielsweise ein Straßenabschnitt gesperrt, *„der auch sonst kaum genutzt wird, weder von Autos noch von Fußgängern“*. Demnach hätten andere Straßen gesperrt werden müssen, um eine Einschränkung des MIV an diesem Tage zu erreichen. Andererseits wurde aber von Seiten des Einzelhandels der *„schlechte Ansatz“* des Aktionstages kritisiert, der in den Augen des Multiplikators nicht auf eine Förderung des Umweltverbundes ausgerichtet war, *„sondern gegen den MIV“*. In Dortmund treffen widersprüchliche Meinungen aufeinander.

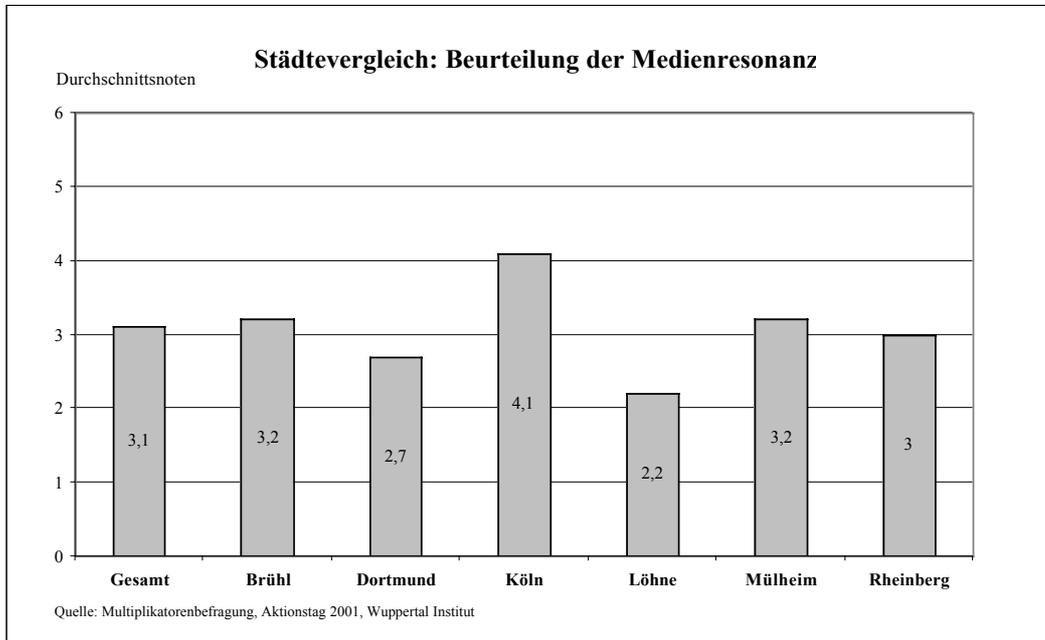
In *Köln* wird die Resonanz der Einwohner auf den Aktionstag überwiegend mit mangelhaft (fünf von acht) beurteilt, lediglich zwei Personen empfinden die Umsetzung als gut und eine Person als befriedigend, so dass sich insgesamt eine Durchschnittsnote von 4,0 ergibt.

- In *Köln* scheint ein Zusammenhang zwischen der Bewertung der allgemeinen Umsetzung und der Einschätzung der Einwohnerresonanz zu bestehen.

Die beiden Personen, die die Resonanz der Einwohner mit gut beurteilten, bewerten auch die allgemeine Umsetzung im oberen Notenspektrum, wohingegen die schlechte Bewertung der Einwohnerresonanz mit einer dementsprechend schlechten Umsetzung des Aktionstages korrespondiert.

*Städtevergleich: Beurteilung der Medienresonanz*

**Abbildung 73: Städtevergleich: Beurteilung der Medienresonanz**



In *Löhne* wird die Resonanz in den Medien von den Multiplikatorinnen und Multiplikatoren am positivsten innerhalb der sechs Städte mit einer Durchschnittsnote von 2,2 bewertet. Damit wird das Echo in den Medien sogar leicht besser bewertet als die generelle Umsetzung des Aktionstages und sogar über eine Note besser als die Resonanz bei den Einwohnern.

Insgesamt kann man über die Medienberichterstattung nach Meinung der Multiplikatorinnen und Multiplikatoren zusammenfassen, dass die lokalen Medien sowohl im Vorfeld als auch im Anschluss des Aktionstages in guter Quantität und mit positivem Tenor berichtet hätten. Lediglich eine Person merkt an, dass die Artikel beschönigend gewesen seien. Die schlechtere Bewertung der Einwohner mit einer Durchschnittsnote von 3,5 kam hauptsächlich aufgrund des Regenwetters zustande, weshalb weniger Menschen in der Stadt waren.

Die Medienresonanz wird in *Köln* am schlechtesten innerhalb der sechs Städte beurteilt. So wird durchschnittlich von den Multiplikatorinnen und Multiplikatoren eine 4,1 für die Berichterstattung vergeben, verglichen mit *Löhne* also fast zwei Noten schlechter. Ausschlaggebend für die Bewertung sei hier laut der Interviews insbesondere der negative Tenor der Berichte und der viel zu geringe Umfang, insbesondere im Vorfeld des Aktionstages.

Gravierend ist der Unterschied zwischen der Resonanz der Einwohner (4,6) auf der einen Seite und der Medienresonanz (2,7) auf der anderen Seite in *Dortmund*. Obwohl der Aktionstag aus verschiedenen Gründen nach Meinung der Multiplikatorinnen und

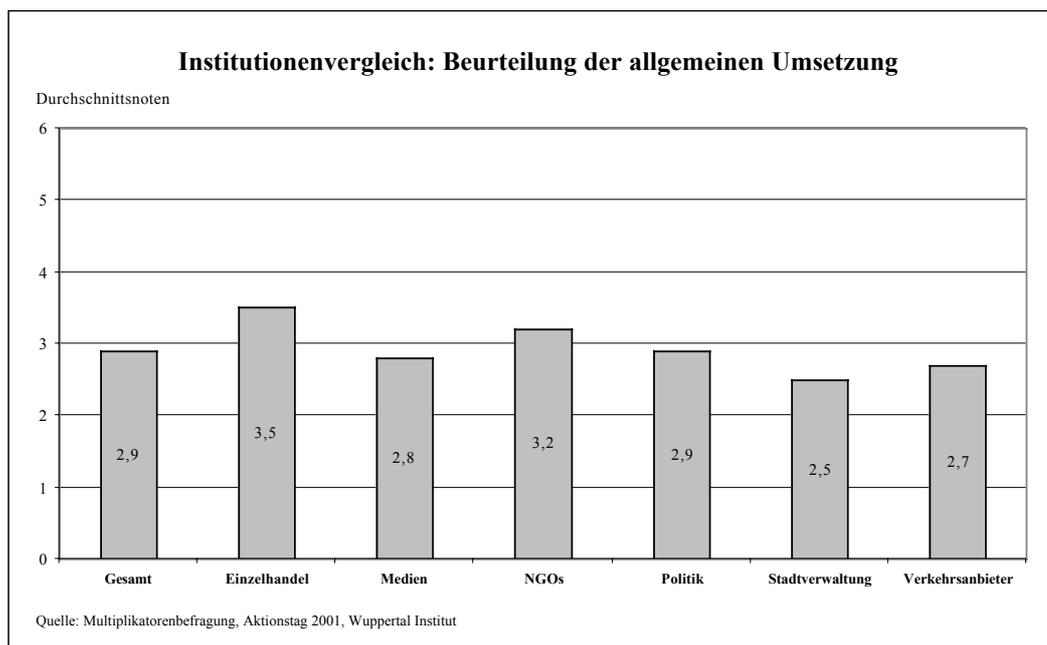
Multiplikatoren von der Bevölkerung in Dortmund nicht angenommen worden sei, sei die Resonanz in den Medien sogar überdurchschnittlich gut gewesen.

Diejenigen (3), die die Berichterstattung mit gut beurteilen, begründen dies mit einer breiten Berichterstattung. Ansonsten spielt vor allem der Tenor eine Rolle, der im Vorfeld eher gegen die Autofahrer gerichtet und erst im Nachhinein differenzierter gewesen sei. Ferner wird angemerkt, dass die Berichterstattung über das Thema „autofrei“ als solches fehlte, statt dessen sei nachher nur über das Kulturprogramm berichtet worden, wesentliche Hintergrundinformationen jedoch hätten gefehlt.

#### *Institutionenvergleich: Beurteilung der allgemeinen Umsetzung*

In den Reihen des *Einzelhandels* und der *Einzelhandelsverbände*, von denen eher eine ablehnende Haltung zu autoreduzierenden oder autofreien Aktionen angenommen wird, zeigt sich eine überwiegend schlechte Beurteilung des Aktionstages. Mit einer Durchschnittsnote von 3,5 ist die Bewertung des Einzelhandels und der Einzelhandelsverbände die schlechteste Beurteilung im Vergleich mit den anderen institutionellen Kategorien.

**Abbildung 74: Institutionenvergleich: Beurteilung der allgemeinen Umsetzung**



Ein Viertel der Befragten (4 von 16) vergibt die Note ausreichend, drei Personen benoten sogar mit mangelhaft. Diese Bewertung unterstützt die These, dass aus Reihen der Gegner des Aktionstages seine Umsetzung allgemein negativer gesehen wird.

Bei der genaueren Betrachtung der Vertreter von Einzelhandel und Einzelhandelsverbänden fällt auf, dass die Bewertung zwischen den lokalen und regionalen Multiplikatorinnen und

Multiplikatoren stark variiert. Mit Ausnahme eines Einzelhandelsvertreters einer Kleinstadt wird die allgemeine Umsetzung des Aktionstages ausschließlich mit ausreichend oder mangelhaft bewertet, so dass sich eine Durchschnittsnote von 4,1 ergibt. Die regionalen Vertreter vergeben demgegenüber fast ausschließlich die Noten gut und befriedigend, so dass sich hier eine durchschnittliche Bewertung von 2,8 errechnet.

- Diese deutlichen Notenunterschiede deuten darauf hin, dass je räumlich distanzierter die befragte Person zum Aktionstag ist, desto wohlwollender fällt die Bewertung aus. Gleichzeitig verdeutlicht dies, dass insbesondere der lokale Einzelhandel für den Aktionstag gewonnen werden muss.

Das positivste Bild vom Aktionstag wird von den Vertretern der *Stadtverwaltung* gegeben. Durchschnittlich bewerten die Multiplikatorinnen und Multiplikatoren die allgemeine Umsetzung mit 2,5, genau eine Note besser als die Vertreter des Einzelhandels, bzw. sogar fast zwei Noten besser als die lokalen Einzelhandelsvertreter.

Immerhin knapp die Hälfte der Befragten aus der Stadtverwaltung (10 von 21) bewerten die Umsetzung mit gut oder sehr gut. Diese positive Beurteilung ist vor allem auf die breite Angebotspalette (14 von 20) und die erfolgreiche Durchführung (11 von 20) zurückzuführen.

Da der Großteil der Befragten (18 von 21) an der Vorbereitung des Aktionstages beteiligt war und von den Stadtverwaltungen auch jeweils der Großteil der Aktionen veranstaltet wurde, überrascht diese Einschätzung nicht sehr, da bei einer negativen Bewertung in erster Linie ein eigenes Scheitern eingestanden würde. Diese bessere Bewertung unterstützt die These, dass die Befürworter eines solchen Aktionstages seine Umsetzung mit besseren Noten beurteilen.

Gleichermaßen zeichnet sich bei den *Verkehrsanbietern* ein überwiegend gutes Bild des Aktionstages mit einer durchschnittlichen Bewertung von 2,7 ab. Auch diese Einschätzung ist nicht sehr überraschend, da der Aktionstag den öffentlichen Verkehr promotet und eine negative Einschätzung auch hier ein eigenes Scheitern bei der Umsetzung bedeuten würde.

Insgesamt negativer wird der Aktionstag von den lokalen Multiplikatorinnen und Multiplikatoren der Verkehrsanbieter (Durchschnittsnote 3,0), verglichen mit den regionalen Vertretern (Durchschnittsnote 2,3), eingeschätzt. Dies weist darauf hin, dass lokale Besonderheiten die Umsetzung des Aktionstages beeinträchtigt haben könnten und somit auch Einfluss auf die Notengebung gehabt haben. Von einer räumlich distanzierteren Perspektive, die keinen eindeutigen lokalen Bezug hat, wird die Umsetzung positiver eingeschätzt, da im Vordergrund eher die Chancen einer öffentlichkeitswirksamen Werbung für den öffentlichen Nahverkehr gesehen werden.

Vertreter aus dem Bereich *Politik* (5 von 10) ebenso wie Vertreter aus dem Bereich der *NGOs* (5 von 15) bewerten die Umsetzung des Aktionstages mit befriedigend, wobei sowohl bei den

Politikern (8 von 10) wie auch bei den Vertretern der Nichtregierungsorganisationen (8 von 14) vor allem die Durchführung Ausschlag für die Benotung gab, die Angebotspalette selber wird nur von jeweils 4 Personen als wichtig angesehen.

Bemerkenswert ist innerhalb der Multiplikatorinnen und Multiplikatoren der NGOs ein hoher Anteil von sonstigen Begründungsaspekten (6 von 14). Bemängelt wird von einer Person aus den Reihen der NGO, dass es sich bei dem Aktionstag um *„ein konzeptloses Abarbeiten dieses Tages gehandelt habe, ohne ihn jedoch in einen größeren Rahmen eingebunden zu haben“*. So wird der Tag von einem Multiplikator als reine *„Farce“* bezeichnet, da an den restlichen 364 Tagen im Jahr das Thema autofreie Mobilität nicht weiter thematisiert werde. In die gleiche Richtung zielt die Kritik, dass es sich bei dem Aktionstag um *„keine konzentrierte Aktion der Gesamtstadt“* gehandelt habe, sondern *„nur eine bestimmte Klientel vorhanden gewesen sei“*, die unter anderem dadurch gekennzeichnet sei, dass sie kein ausreichendes finanzielles Budget und keine Lobby besitze.

- An diesen Äußerungen lässt sich ablesen, dass nach Meinung einiger Vertreter der NGOs der Aktionstag nur halbherzig umgesetzt worden sei und eher eine Alibifunktion habe, um zu demonstrieren, dass man sich am europaweiten Aktionstag beteilige. Die bestehenden Strukturen, die das derzeitige Verkehrsaufkommen und –verhalten bestimmen, würden jedoch nicht hinterfragt und versucht aufzubrechen. Ohne ein umfassendes Konzept, das aus vielen verschiedenen Bausteinen bestehe, bleibe der Aktionstag wirkungslos.

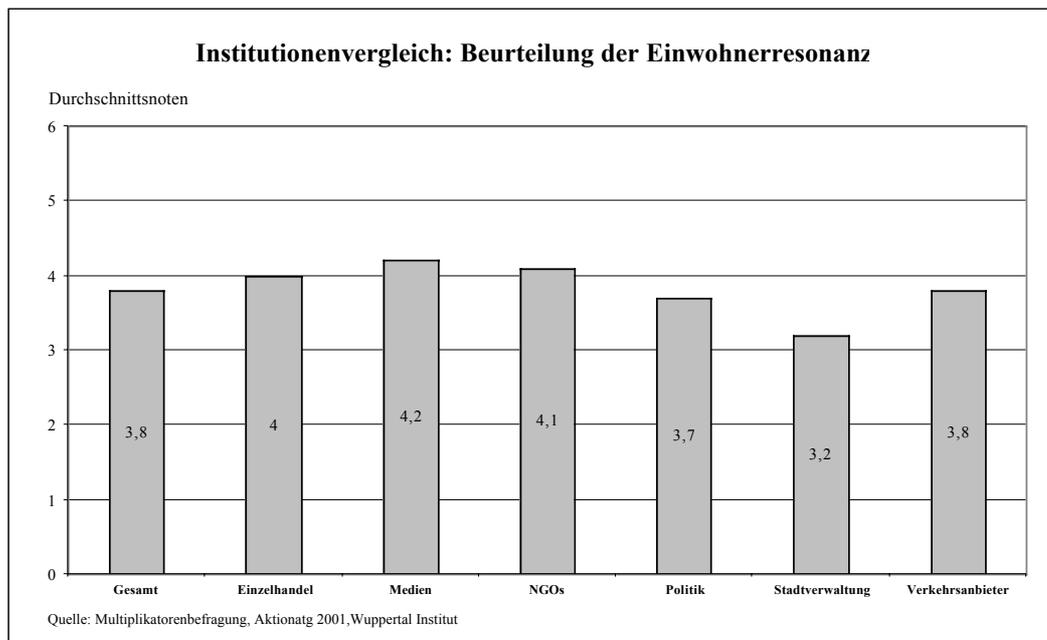
Allerdings, so nach Meinung einiger Multiplikatorinnen und Multiplikatoren, kann der Aktionstag auf dem langen Weg dorthin eine Hilfe sein und von daher sollte die Beteiligung am Aktionstag durchaus positiv bewertet werden, auch wenn bisher noch kein ausreichender Erfolg erkennbar sei.

- Diese Anmerkungen aus den Reihen der NGOs verdeutlichen, wie differenziert auch in den Reihen der Befürworter die Umsetzung des Aktionstages gesehen wird.

### *Institutionenvergleich: Beurteilung der Einwohnerresonanz*

Die Bewertung der Resonanz der Einwohner auf den Aktionstag variiert zwischen 3,2 in der Kategorie Stadtverwaltung und 4,2 im Bereich der Medien.

**Abbildung 75: Institutionenvergleich: Beurteilung der Einwohnerresonanz**



Eine genauere Betrachtung der Multiplikatorinnen und Multiplikatoren des Einzelhandels mit einer Durchschnittsnote von 4,0 ergibt, dass auch hier deutliche Unterschiede zwischen den regionalen Multiplikatorinnen und Multiplikatoren, die durchschnittlich eine 3,5 vergeben, und den lokalen Vertretern mit einer Durchschnittsnote von 4,4 bestehen. Während die regionalen Multiplikatorinnen und Multiplikatoren Noten zwischen gut und mangelhaft vergeben (bzw. einige keine Angaben machen), bewerten alle Befragten der lokalen Ebene die Resonanz der Einwohner mit ausreichend oder mangelhaft. Die bessere Bewertung der regionalen Einzelhandelsvertreter mag hier wieder darin begründet sein, dass die Einwohnerresonanz von einer räumlich distanzierteren Perspektive wohlwollender eingeschätzt wird.

Innerhalb der Stadtverwaltung ergeben sich deutliche Unterschiede zwischen den Groß- und Kleinstädten. Bei der Beurteilung der Umsetzung des Aktionstages herrscht noch ein relativ ausgeglichenes Bild zwischen den Groß- und Kleinstädten, Unterschiede hingegen treten bei der Beurteilung der Einwohnerresonanz auf. So wird die Resonanz in den Kleinstädten von den Multiplikatorinnen und Multiplikatoren mit einer 2,6 deutlich besser bewertet als in den Großstädten mit 4,0. Noch gravierender ist der Unterschied bei der Medienresonanz, die in den Kleinstädten mit 2,1, in den Großstädten jedoch fast zwei Noten schlechter mit 3,9 beurteilt wird. Dieser Unterschied unterstützt die These, dass die Strukturen und Verhältnisse

in den Kleinstädten überschaubarer und weniger komplex sind als in den Großstädten, weshalb eine Durchdringung des Themas einer stadt- und umweltverträglicheren Mobilität in Kleinstädten größer ist als in Großstädten.

Am Beispiel einer ländlichen Kleinstadt wird deutlich, dass es innerhalb einer Stadt durchaus stark polarisierte Meinungsunterschiede, die den Aktionstag betreffen, gibt. So wird in einer der drei Kleinstädte zwar ein überwiegend positives Bild von der Umsetzung des Aktionstages wiedergegeben, allerdings kommt dies aufgrund der positiven Einschätzung der Stadtverwaltung, der Medien und der NGOs zustande, die ausschließlich die Noten gut und sehr gut vergeben.

Demgegenüber geben Verkehrsanbieter und Einzelhandel, ebenso wie das Amt für Wirtschaftsförderung, welches inhaltlich eher die Seite des Einzelhandels vertritt, eine (sehr) negative Bewertung ab. Die negative Einschätzung des Verkehrsanbieters ist damit zu begründen, dass die Anliegen des öffentlichen Nahverkehrs im ländlichen Raum generell schwerer zu vermitteln sind. Beim Einzelhandel und beim Amt für Wirtschaftsförderung scheint hingegen die Einschätzung fortzubestehen, dass eine autounabhängigere Mobilität den Handelsinteressen zuwiderlaufe.

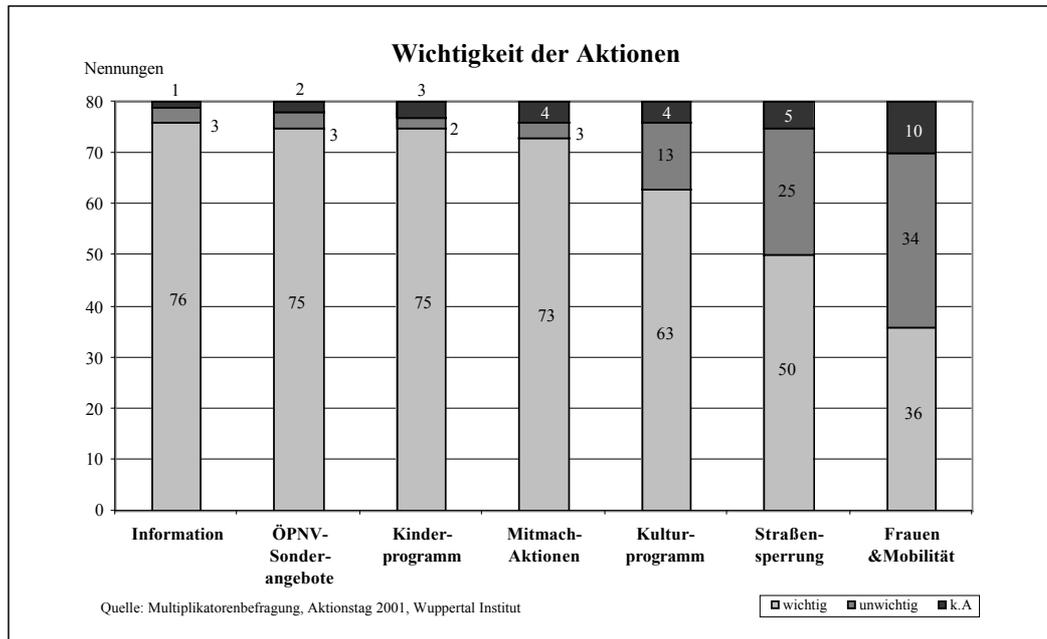
Interessant ist in diesem Zusammenhang die Einschätzung der Multiplikatorinnen und Multiplikatoren auf die Auswirkungen des Aktionstages auf den Einzelhandel. Lediglich die Stadtverwaltung, abgesehen von dem Amt für Wirtschaftsförderung, schätzt den Aktionstag eher positiv für den Einzelhandel ein, wohingegen der Einzelhandel (inklusive Amt für Wirtschaftsförderung) und die Medien die Auswirkungen als eher negativ beurteilen, da es aufgrund des Aktionstages zu Umsatzeinbußen kommen würde. Hier treten die polarisierte Meinungsunterschiede zwischen den Institutionen noch deutlicher zu Tage.

### 5.2.2 Auswertung der Aktionen

Ein weiteres Themenfeld bei der Auswertung der Multiplikatoreninterviews sind die Aktionen an diesem Tag, denn schon die Auswertung der allgemeinen Umsetzung des Aktionstages hat gezeigt, dass die Angebotspalette ausschlaggebend für dessen Beurteilung ist. So wurden die Multiplikatorinnen und Multiplikatoren gebeten, die Wichtigkeit bzw. Unwichtigkeit verschiedener Aktionen für den erfolgreichen Verlauf eines Aktionstages einzuschätzen.

Ziel ist es, zum einen eine gewichtete Rangliste der verschiedenen Aktionen zu erhalten, zum anderen sollen aber auch konkrete Thesen bestätigt bzw. widerlegt werden. So lässt sich beispielsweise vermuten, dass ein Rahmenprogramm benötigt wird, um Menschen zu mobilisieren bzw. dass die Straßensperrung für den Autoverkehr die kontroverseste Aktion ist.

**Abbildung 76: Wichtigkeit der Aktionen**



Unter den vorgeschlagenen Aktionen werden als die vier wichtigsten für den erfolgreichen Verlauf eines Aktionstages „Information über Verkehrsmittel“ (76 von 80), „ÖPNV-Sonderangebote“, „Kinderprogramm“ (jeweils 75 von 80) sowie „Mitmach-Aktionen“ (73 von 80) angegeben (vgl. Abbildung 85). Dabei lassen sich keine großen Unterschiede zwischen den einzelnen institutionellen Kategorien bzw. zwischen den einzelnen Städten feststellen. Ebenso sind bei diesen vier genannten Aktionsarten keine wesentlichen Unterschiede zwischen den Umweltverbund-Förderern und MIV-Förderern abzulesen.

- Diejenigen Aktionen, die das eigene Verhalten nicht einschränken, bzw. zusätzliche Angebote (Rahmenprogramm und ÖPNV-Sonderangebote) eröffnen, werden durchweg als wichtig eingeschätzt. Die persönliche Freiheit wird dadurch nicht eingeschränkt, sondern es werden zusätzliche Angebote „umsonst“ für die interessierten Menschen in der Stadt geschaffen.

Die These, dass ein Rahmenprogramm zur Mobilisierung der Menschen benötigt wird, kann durchaus an den Antworten der Multiplikatorinnen und Multiplikatoren abgelesen werden. Innerhalb eines Rahmenprogramms werden vor allem Aktionen für Kinder (75 von 80) und Mitmach-Aktionen (73 von 80) als wichtig bewertet, aber auch ein allgemeines Kulturprogramm wird von 63 der Multiplikatorinnen und Multiplikatoren als wichtig angesehen.

- Es lässt sich also der Schluss ziehen, dass ein Rahmenprogramm zwar meistens viel Aufwand und hohe Kosten verursacht, es aber gleichzeitig auch als Garant dafür gilt,

Menschen in die Stadt zu locken und somit maßgeblich für den Erfolg eines Aktionstages verantwortlich ist.

Die Aktion „Straßensperrung für Autos“ bzw. „Aktionen zur Mobilität von Frauen“ werden unterschiedlich eingeschätzt, weshalb sie im Folgenden separat behandelt werden.

### 5.2.3 Straßensperrung für Autos

#### *Gesamtüberblick*

Insgesamt sprechen sich ungefähr zwei Drittel der Multiplikatorinnen und Multiplikatoren für Straßensperrungen aus, wohingegen ein Drittel sie als unwichtig betrachtet. Hierbei deutet sich an, dass es sich bei Eingriffen in die persönliche Mobilität um kontroverse Aktionen handelt, die vereinzelt auf heftigen Widerspruch stoßen.

Weiterhin kann beobachtet werden, dass bei denjenigen, die Verbesserungen im Umweltverbund verkehrspolitische Priorität einräumen, Straßensperrungen einen großen Zuspruch erfahren. Immerhin 35 von 46 der Umweltverbund-Orientierten sprechen sich für die Wichtigkeit von Straßensperrungen für Autos aus. Noch deutlicher wird das Ergebnis, wenn man die Multiplikatorinnen und Multiplikatoren betrachtet, die Verbesserungen des Fußwegenetzes bzw. eine Reduzierung des MIV als wichtigste verkehrspolitische Maßnahme in ihrer Innenstadt ansehen; dort werden von allen Multiplikatorinnen und Multiplikatoren Straßensperrungen für Autos als wichtige Aktion für die erfolgreiche Umsetzung des Aktionstages angesehen.

Diejenigen Multiplikatorinnen und Multiplikatoren, die jedoch Maßnahmen zur Verbesserung des MIV als besonders wichtig betrachten, sind in der Einschätzung der Absperrungen gespalten. So bezeichnen drei der insgesamt zehn MIV-Orientierten Straßensperrungen als unwichtig.

Dieses Ergebnis überrascht nicht, sondern unterstreicht, dass Straßensperrungen von den Umweltverbund-Orientierten eher als Chance begriffen werden, da in dem abgesperrten Bereich beispielsweise die Vorteile einer autounabhängigen Mobilität, wie Lärmfreiheit, aber auch die spezifischen Qualitäten von ÖPNV, Fuß- und Radverkehr aufgezeigt werden können. Ferner deutet sich an, dass nach ihrer Meinung eine Veränderung des Modal Splits zugunsten des Umweltverbundes nicht allein durch eine Attraktivierung desselben in Form von Pull-Maßnahmen vollzogen werden kann, sondern gleichzeitig auch Push-Effekte im Bereich des MIV, z.B. in Form von Einschränkungen des Autoverkehrs, eintreten müssen.

Die MIV-Orientierten sehen hingegen durch Straßensperrungen eher die eigenen Freiheiten in der Mobilitätsgestaltung beschränkt. Ähnlich kann die Aussage eines Vertreters eines Einzelhandelsverband interpretiert werden, der sich wiederholt negativ zu Straßensperrungen äußert

und als wichtigste verkehrspolitische Maßnahme auf „freiwillige Anreize“ zum Umsteigen auf umweltfreundlichere Verkehrsmittel setzt.

- Dies bestätigt die These, dass in den Reihen der MIV-Förderer Einschränkungen von außen eher negativ empfunden werden und zur Förderung des Umweltverbundes lediglich Pull-Maßnahmen zugestanden werden.

Fünf Multiplikatorinnen und Multiplikatoren haben sich bei der Beurteilung der allgemeinen Umsetzung des Aktionstages bereits negativ zu Straßensperrungen für Autos geäußert. Drei davon sprechen sich hinterher auch dafür aus, dass Sperrungen generell unwichtig seien. Allerdings gibt es mitunter auch widersprüchliche Meinungen, d.h. die Absperrung wird als negativ empfunden, aber dennoch als wichtig für den Erfolg angesehen.

Weiterhin erstaunlich ist das Ergebnis, dass die Personen, die Straßensperrungen für Autos als unwichtige Aktionen für den erfolgreichen Verlauf eines Aktionstages beurteilen, gleichzeitig zum überwiegenden Teil (14 von 25) angeben, dass der Aktionstag keine Auswirkungen (weder positiv noch negativ) auf den Einzelhandel gehabt habe. Ursprünglich hätte man auch annehmen können, dass die befragten Multiplikatorinnen und Multiplikatoren Straßensperrungen als unwichtig ansehen, da sie dadurch Umsatzeinbußen für den Einzelhandel erwarten.

Betrachtet man andererseits die elf Interviews näher, die dem Aktionstag negative Auswirkungen für den Einzelhandel zuschreiben, dann ist auffällig, dass sieben dieser Multiplikatorinnen und Multiplikatoren Straßensperrungen sogar als wichtig betrachten.

- Alle diese Ergebnisse weisen in die Richtung, dass die ablehnende Haltung von Straßensperrungen nicht mit negativen Auswirkungen auf den Einzelhandel, z.B. durch etwaige Umsatzeinbußen in Verbindung gebracht werden kann. Viel eher scheint es so, dass es sich um allgemeine Ablehnung von Straßensperrungen als zu tiefen Eingriff in die individuellen Freiheiten handelt, weshalb diese abgelehnt werden.

### *Städtevergleich*

Interessant sind auch die Unterschiede zwischen den sechs Städten (bei denen die Straßensperrung innerhalb der Geschäftszeiten stattfand) bei der Einschätzung, ob Straßensperrungen für Autos wichtig seien oder nicht. Dortmund (7 von 9 Befragten), Löhne (9 von 12), Mülheim (10 von 11) und Rheinberg (8 von 9) sprechen sich überwiegend für Straßensperrungen aus. Dies sind genau die Städte, in denen am 22. September 2001 auch Sperrungen stattgefunden haben.

Interessant ist das Beispiel einer Kleinstadt, die Straßensperrungen überwiegend zustimmt. Dort wurde versuchsweise vor einigen Jahren bereits eine Straße in eine Fußgängerzone

umgewandelt. Aufgrund massiver Gegenwehr des Einzelhandels sei diese Maßnahme allerdings nach relativ kurzer Zeit wieder zurückgenommen worden. Obwohl eine Mehrheit der Befragten die Wichtigkeit von Straßensperrungen sieht und sogar von drei Befragten die Sperrung des ehemals gesperrten Bereichs als wichtigste verkehrspolitische Maßnahme in ihrer Innenstadt angesehen wird, ist dies nicht gegen die Gruppe der Gegner, die sich aus dem Einzelhandel und dem Amt für Wirtschaftsförderung zusammensetzt, durchzusetzen. Ein Multiplikator betont ausdrücklich, dass die wichtigste verkehrspolitische Maßnahme die Sicherstellung der Zufahrt zu den Geschäften sei und keinesfalls eine Sperrung durchgesetzt werden dürfte.

Anhand dieser Kleinstadt lässt sich sehen, dass, obwohl die Mehrheit scheinbar für Straßensperrungen und die Errichtung einer Fußgängerzone ist, die Fronten verhärtet sind und der Kreis der Gegner nicht zu überzeugen ist. Gleichzeitig unterstreicht dies die Bedeutung des Einzelhandels, da gegen ihn eine solche Maßnahme nicht durchzusetzen ist.

Bemerkenswert ist die unterschiedliche Beurteilung der Straßensperrung in einer anderen Kleinstadt, die von drei der Befragten zur Begründung ihrer Einschätzung angegeben wird. Während sie von der Politik als negativ empfunden wird, da jeglicher Hinweis zum Aktionstag fehlte und die Absperrung so eher Katastrophencharakter hatte, wird die Straßensperrung von den beiden anderen Personen (eine aus der Stadtverwaltung und eine aus den Reihen der NGOs) als positiv bewertet.

Die Straßensperrung wird als Chance gesehen, verschiedene Aspekte einer Mobilität ohne Auto aufzuzeigen, wie Lärmfreiheit, Raum für Bewegung, ÖPNV-, Rad- und Fußwegequalitäten. So sei auch nach Meinung eines Multiplikators die Akzeptanz der tatsächliche Sperrung bei den ca. 1.450 Anwohnern hoch gewesen. Negativ fällt jedoch ins Gewicht, dass außerhalb des gesperrten Gebietes keine reduzierte Autonutzung festzustellen gewesen sei.

In Brühl (6 von 12) und Köln (4 von 8) sowie bei den regionalen Multiplikatorinnen und Multiplikatoren (8 von 19) ist die Ablehnung gegenüber Sperrungen deutlich größer. Nach Auswertung der Fragebögen in Köln ergibt sich, dass die ablehnende Haltung zu Straßensperrungen ausschließlich bei Vertretern der Stadtverwaltung und des Einzelhandels zu finden ist.

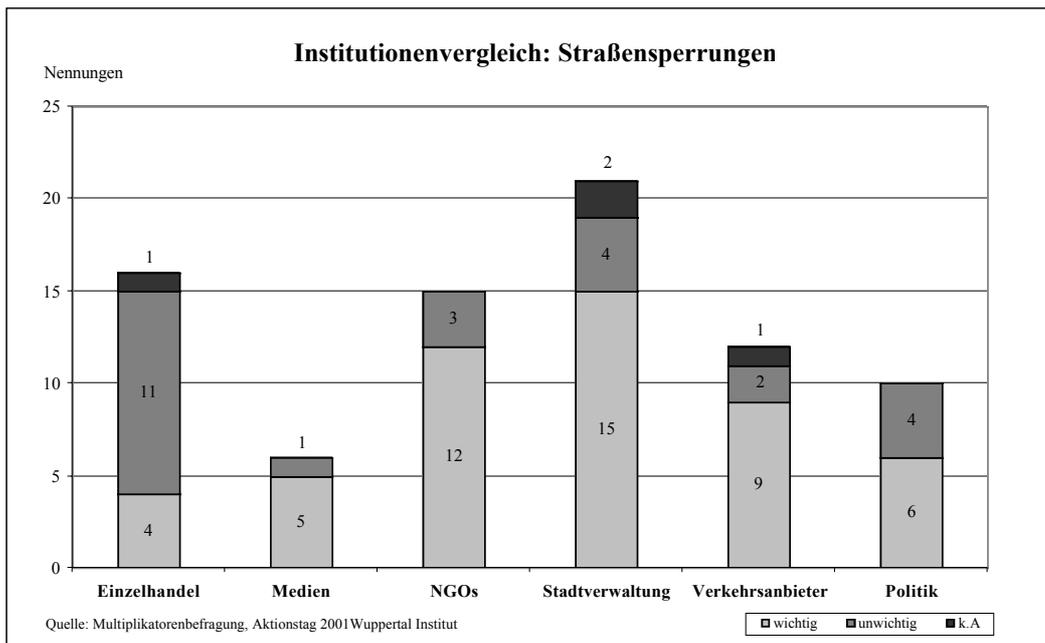
So fanden in Köln keine Straßensperrungen statt, obwohl die Stadt dem Klima-Bündnis beigetreten ist und sich damit zur Sperrung verpflichtet hatte. Der Stadtrat hatte sich eindeutig gegen Straßensperrungen entschieden. Diese strikte Trennung von Befürwortern und Gegnern von Absperrungen für den MIV in dieser Stadt verdeutlicht, wie kontrovers hier die Meinungen aufeinander stoßen und wie stark die Fronten zwischen den beiden Lagern verhärtet sind.

Auch in Brühl fand keine Straßensperrung für den Kfz-Verkehr statt. Begründet wird diese Entscheidung damit, dass an den Enden der Fußgängerzone Parkplätze und Parkhäuser angesiedelt seien und die Zufahrten hierzu insbesondere am Samstag, dem traditionellen Einkaufstag, nicht versperrt werden könnten und Umleitungen aufgrund von Baustellen nicht möglich gewesen seien. Die Gegner von Straßensperrungen lassen sich aufgrund der Interviews nicht einem bestimmten Bereich zuordnen, denn abgesehen von dem Vertreter der Verkehrsanbieter sind in allen institutionellen Kategorien Stimmen zu finden, die eine Straßensperrung für Autos als nicht wichtig für den erfolgreichen Verlauf eines Aktionstages ansehen.

Insgesamt kann man feststellen, dass die Straßensperrung zwischen den Städten und auch innerhalb dieser Städte unterschiedlich beurteilt wird. Dieses Ergebnis bestärkt die These, dass die Diskussion über Einschränkungen des MIV äußerst kontrovers ist.

### *Institutionenvergleich*

**Abbildung 77: Institutionenvergleich: Straßensperrung**



Bei der Frage nach der Bedeutung von Straßensperrungen für Autos ging die Meinung der Multiplikatorinnen und Multiplikatoren auseinander. Während der überwiegende Teil von Vertretern aus den Bereichen NGO (12 von 15), Stadtverwaltung (15 von 21, wobei die 3 der 4 Gegenstimmen aus einer einzigen Großstadt stammen), Verkehrsanbieter (9 von 12) und Medien (5 von 6) Straßensperrungen für Autos als wichtig einstufte, ist die Meinung bei den politischen Vertretern relativ ausgewogen (6 für wichtig, 4 für unwichtig).

Bei den Vertretern des Einzelhandels und der Einzelhandelsverbände herrscht eine überwiegend ablehnende Haltung. 11 der 16 Befragten im Bereich des Einzelhandels sehen Straßensperrungen für Autos als unwichtig für den erfolgreichen Verlauf eines Aktionstages an, nur vier halten sie für wichtig und eine Person macht hierzu keine Angaben.

- Diese Auswertung der einzelnen Aktionen bestätigt, dass die Straßensperrung, die einen Eingriff in die individuelle Mobilität darstellt, eine Aktion ist, die zwischen den verschiedenen Interessensverbänden äußerst kontrovers gesehen wird. Gerade in den Reihen des Einzelhandels rufen Straßensperrungen Ängste hervor.

Aber nur vier der elf befragten Einzelhandelsvertreter, die Straßensperrungen für unwichtig einschätzen, geben gleichzeitig an, dass der Aktionstag eher negative Auswirkungen auf den Einzelhandel habe. Es lässt sich also kein Zusammenhang feststellen zwischen der ablehnenden Haltung gegenüber Straßensperrungen und Umsatzeinbußen oder anderweitigen negativen Auswirkungen auf das Geschäft.

Von den Vertreter des Einzelhandels werden unterschiedliche Begründungen für ihre negative Haltung zu Straßensperrungen angeführt. So merkt ein Multiplikator an, dass *„punktuelle Straßensperrungen kontraproduktiv seien und an Samstagen die Innenstadt nicht gesperrt werden dürfe, da gerade am Wochenende die ÖPNV-Angebote nicht dicht genug seien“*. Straßensperrungen können nach Meinung eines anderen Multiplikators sogar dazu führen, dass *„das eigentliche Ziel konterkariert werde, da infolge der Sperrung von den Autofahrern Umwege gefahren werden und es somit zu einer Steigerung anstelle einer Reduzierung des Autoverkehrs komme“*. Ein weiterer regionaler Multiplikator aus dem Bereich Einzelhandel spricht sich gegen punktuelle Straßensperrungen aus, da diese in ihrer *„Wirkung entweder untergingen oder zum Teil sogar kontraproduktiv wirkten“*, da sie Staus verursachten und somit nicht zur Akzeptanz unter den Autofahrern (die eigentliche Zielgruppe zum Umsteigen) beitragen.

#### 5.2.4 Aktionen zu „Frauen und Mobilität“

Überraschend ist, dass es auch bei der Frage nach der Wichtigkeit bzw. Unwichtigkeit von Aktionen von Frauen und Mobilität, die das diesjährige Schwerpunktthema bildeten, eine äußerst divergierende Beurteilung gibt. In der Gesamtbetrachtung stehen 36 Befürworter einer fast ebenso großen Gruppe von 34 Gegnern gegenüber, 10 Personen konnten hierzu keine Angabe abgeben.

Die größten Unterschiede treten zwischen Vertretern der Stadtverwaltung, die diese Aktionen großteils wichtig finden (16 von 21), und Vertretern des Einzelhandels, von denen die Mehrheit Aktionen zu Frauen und Mobilität als unwichtig einstuft (11 von 16), auf. Bei den

anderen institutionellen Kategorien halten sich die Befürworter und Gegner ungefähr die Waage.

Der hohe Anteil von Personen, die Aktionen zu Frauen und Mobilität als unwichtig ansehen, ist anders zu bewerten als die Meinungsunterschiede bei den zuvor angesprochenen Straßensperrungen. Vielmehr liegt der Schluss nahe, dass das Bewusstsein für Bedürfnisse bestimmter Zielgruppen (hier Mobilität von Frauen) in bestimmten Kreisen relativ gering ausgeprägt ist.

- Die Notwendigkeit für Aktionen im Bereich Frauen und Mobilität wird nicht gesehen, da auch die Mobilitätsbedürfnisse und –probleme von Frauen weitestgehend unbekannt sind.

Es ergeben sich auch keine wesentlichen Unterschiede bei der Beantwortung der Frage zwischen Männern und Frauen. Etwas mehr als die Hälfte der Frauen (10 von 19) schätzen Aktionen zu Frauen und Mobilität als wichtig ein, bei den Männern waren es jeweils 26 Personen, die solche Aktionen als wichtig bzw. unwichtig beurteilen.

Auch zwischen den untersuchten Städten treten Unterschiede bei der Einschätzung zu der Wichtigkeit von Aktionen zur Mobilität von Frauen auf. In Dortmund und Löhne scheinen die Multiplikatorinnen und Multiplikatoren mehr sensibilisiert zu sein als beispielsweise in Köln. Dies legt den Schluss nahe, dass in Städten, in denen auch tatsächlich Aktionen zu Frauen und Mobilität stattgefunden haben, die besonderen Bedürfnisse von Frauen besser bekannt sind und von daher auch weitere Aktionen als notwendig angesehen werden.

Dem widerspricht allerdings, dass in Brühl, wo eine Einkaufsrallye stattgefunden hat, die sehr großen Anklang bei den Personen vor Ort fand, lediglich vier Personen Aktionen zu Frauen und Mobilität als wichtig ansehen, wohingegen sechs Multiplikatorinnen und Multiplikatoren diese ablehnen.

#### *Nutzen des diesjährigen Schwerpunktthemas*

Zusätzlich werden die Multiplikatorinnen und Multiplikatoren gebeten einzuschätzen, ob das diesjährige Schwerpunktthema „Mobilität von Frauen“ ihrer Meinung nach dem Anliegen von Frauen genutzt habe. Mehr als die Hälfte der Multiplikatorinnen und Multiplikatoren (46 von 80) verneinen dies. Lediglich zehn Personen gehen davon aus, dass der Aktionstag dem Thema Mobilität von Frauen genützt habe und vier weitere räumen einen eventuellen Nutzen ein. Hinzugefügt werden muss an dieser Stelle, dass eine beträchtliche Zahl der befragten Personen gar nicht wusste, dass Mobilität von Frauen den diesjährigen Themenschwerpunkt bildete.

Die Gründe dafür, dass der Aktionstag dem diesjährigen Schwerpunktthema „Mobilität von Frauen“ nicht genützt habe, lassen sich aufgrund der Interviews in fünf Begründungstypen unterteilen.

- Zunächst wird angegeben, dass zwar Sonderveranstaltungen zum Thema gelaufen, diese aber nicht stark besucht gewesen seien, so dass aufgrund der geringen Resonanz kein Effekt zu erwarten sei.
- Damit hängt eng zusammen, dass im Vorfeld in der Werbung zum Aktionstag der Schwerpunkt nicht klar genug herausgestellt worden sei. Da der Schwerpunkt also nicht ausreichend bekannt war, kann der Aktionstag folgerichtig dem Anliegen von Frauen nicht genützt haben.
- An anderer Stelle wird angemerkt, dass z.B. in Köln kein solches Schwerpunktthema existiert habe und infolgedessen auch keine speziellen Aktionen zu diesem Thema stattgefunden haben.
- Außerdem wird vereinzelt behauptet, dass kein Bedarf für Aktionen zur Mobilität von Frauen gesehen werde und folglich ein solcher Schwerpunkt als übertrieben betrachtet wird. Ein Multiplikator merkt hierzu an, dass *„Frauenparkplätze in Tiefgaragen noch sinnvoll seien, aber alles andere sei überflüssig“*. Gerade durch diese Äußerung wird offenkundig, dass kein Problembewusstsein bezüglich Frauen und ihrer Mobilität vorhanden ist.
- Zuletzt wird verschiedentlich angemerkt, dass es sich um ein zu komplexes Thema handele, um es umfassend zu vermitteln, und dass ein hoher Erklärungsbedarf notwendig sei, um verschiedene Aspekte der Mobilität von Frauen zu transportieren. In dieser Bemerkung klingt an, dass generell bezweifelt wird, dass ein Aktionstag komplexe Themen vermitteln kann und von daher auch der Nutzen und die Wirksamkeit in diesem Bereich äußerst gering seien.

Diejenigen hingegen, die im Aktionstag einen Nutzen für das diesjährige Schwerpunktthema gesehen haben, begründen entweder allgemein, dass jede Veranstaltung zum Thema Mobilität von Frauen dem Anliegen von Frauen nütze, da es so wenigstens thematisiert werde. Von einer Frauenbeauftragten wird trotz des kleinen Publikums bei der Sonderveranstaltung ein Nutzen gesehen, da klar geworden sei, dass das Thema weiter angegangen werden müsse und es dazu auf der Veranstaltung Anregungen und Ideen gegeben habe.

- Diese beiden Begründungen können als Minimalnutzen bezeichnet werden, da keine langfristigen Verbesserungen im Bereich der Mobilität von Frauen durch den Aktionstag erwartet werden, aber zumindest gewürdigt wird, dass das Thema durch den Aktionstag eine, wenn auch begrenzte Öffentlichkeit bekommt.

Darüber hinaus wird dem Aktionstag von zwei Personen ein Nutzen aufgrund der gut angenommenen Aktionen zum Themenfeld „Mobilität von Frauen“ zugesprochen. In Brühl, wo die Einkaufsrallye mit prominenten Vätern zum Thema „Organisation des Alltags“ stattfand, bzw. in Löhne („Männer auf Frauenwegen“) werden dieser Aktion Lerneffekte zugeschrieben. So werden z.B. nach Meinung eines Multiplikators Unabgestimmtheiten im Dienstleistungsangebot für Frauen offen gelegt und somit gleichzeitig für bestehende Probleme im Mobilitätsalltag von Frauen sensibilisiert.

- Dieser Nutzen geht über die reine Informationsvermittlung hinaus, da von einzelnen Personen Sensibilisierungseffekte erwartet werden.

Es lässt sich kein Zusammenhang feststellen, dass Aktionen zu Frauen und Mobilität als unwichtig angesehen werden und daher gleichzeitig das diesjährige Schwerpunktthema nichts genützt hat.

#### 5.2.5 Wirksamkeit des Aktionstages

##### *Gesamtüberblick*

Der Großteil der Multiplikatorinnen und Multiplikatoren (57 von 80) verneint die Frage, ob der Aktionstag das Verkehrsverhalten der Einwohner beeinflussen werde und lediglich 7 (bzw. 13) Personen messen ihm (eventuell) einen Einfluss auf das Verkehrsverhalten bei. Drei Personen geben an, dass sie dies nicht einschätzen können.

##### *Gründe, die aus Sicht der Multiplikatorinnen und Multiplikatoren gegen die Wirksamkeit sprechen*

Mit Ausnahme eines Multiplikators denken alle, die die Resonanz der Einwohner (Ähnliches gilt auch für die allgemeine Umsetzung) schlecht beurteilen (mangelhaft oder ungenügend), dass der Aktionstag das Verkehrsverhalten der Einwohner nicht beeinflussen wird.

- Daraus kann der Schluss gezogen werden, dass ein solcher Aktionstag keinen Einfluss auf das Verkehrsverhalten der Bevölkerung hat, da er gar nicht (ausreichend) zur Kenntnis genommen wird.

In diesem Fall ist sicherlich die Öffentlichkeitsarbeit zu intensivieren, um eine Betroffenheit für das Thema „Mobil ohne Auto“ herzustellen. Dies deckt sich mit vielen Äußerungen der Multiplikatorinnen und Multiplikatoren, die die schlechte Resonanz damit begründen, dass der europaweite Aktionstag weitgehend unbekannt in der Bevölkerung sei.

Des Weiteren deutet sich aber auch an, dass ein einzelner Tag nicht zu einer Bewusstseinsveränderung und infolgedessen auch zu einer Verhaltensänderung führen kann, da es sich um eine einmalige Aktion handelt. Dieser Eindruck wird noch verstärkt durch die Anmerkungen

vieler Multiplikatorinnen und Multiplikatoren, die dem Aktionstag keine Chance einräumen, da er nicht in langfristige Maßnahmen und Konzepte eingebunden sei. So wird beispielsweise von einer Person angemerkt, dass die Aktionen rund um den Aktionstag nicht umfangreich und drastisch genug gewesen seien. Es wird ein Vergleich zu den autofreien Tagen in den 70er Jahren hergestellt, „*die Auswirkungen auf das Verkehrsverhalten der Bürger gehabt hätten, da sie für alle spürbar gewesen wären*“. Punktuelle Straßensperrungen hingegen gingen in ihrer Wirkung unter bzw. wirkten zum Teil sogar kontraproduktiv, da sie Staus verursachten und somit nicht zur Akzeptanz unter den Autofahrern (die die eigentliche Zielgruppe zum Umsteigen darstellen) beitragen.

Weiter wird argumentiert, dass am 22. September 2001 keine Reduzierung des Autoverkehrs stattgefunden habe, d.h. es hätten nicht einmal am Aktionstag Änderungen beim Verkehrsverhalten der Einwohner stattgefunden. Von daher könne auch nicht davon ausgegangen werden, dass in der Folgezeit des Aktionstages eine merkliche Verhaltensänderung eintreten würden.

Ferner wird von einem anderen Multiplikator angeführt, dass ein Umstieg auf umweltfreundliche Verkehrsmittel zudem noch erschwert werde, da keine attraktiven Alternativen im öffentlichen Verkehr beständen. So wird angeregt, dass Verhaltensänderungen nur langfristig zu erreichen seien und dabei besonders positive Aktionen, die die Vorteile des Umweltverbundes herausstellen, förderlich seien. Folglich müssen zunächst die Angebote in öffentlichen Verkehr attraktiver gestaltet werden, gerade für Menschen, die ihn noch nicht nutzen.

Einen anderen Aspekt spricht ein Vertreter eines regionalen Verkehrsanbieters an, der fordert, „*den Aktionstag aus der „Ökologieecke“ herauszuholen*“.

- Diese Kritik an dem Aktionstag weist auf einen Wechsel in der Marketingstrategie des Aktionstages hin, da durch reine Umweltargumente kaum Menschen zum Wechsel von Autoverkehr auf den Umweltverbund zu überzeugen sind. Erst wenn der persönliche Nutzen erkennbar gemacht wird, können Aktionen zur umweltfreundlichen Mobilität auch mit Erfolg gekrönt sein.

Ferner wird von einem Multiplikator einer regionalen NGO der Aktionstag als „*Farce*“ bezeichnet, da nur an einem von insgesamt 365 Tagen im Jahr das Thema „autofreie Mobilität“ thematisiert und dazu gearbeitet werde. An dieser Äußerung lässt sich ablesen, dass dem Aktionstag eine Wirksamkeit abgesprochen wird. Dies bestätigt sich im weiteren Verlauf des Gesprächs, als nachgefragt wird, ob der Aktionstag das Verkehrsverhalten der Einwohner beeinflussen wird. Dies wird eindeutig verneint und zum wiederholten Male betont, dass der Aktionstag ausschließlich eine „*Alibifunktion*“ habe. Weiterer Beleg hierfür ist die Beurteilung der Resonanz bei den Einwohnern, die von dem Multiplikator als

unbedeutend angesehen wird, da der Aktionstag keine Breitenwirkung entfalte, sondern nur die Einwohner ansprache, die für dieses Thema bereits sensibilisiert seien.

Interessant ist die Einschätzung eines NGO-Vertreter, der die fehlende Wirksamkeit mit der fehlenden Beteiligung des Einzelhandels begründet. Kehrt man diese Aussage um, bedeutet dies, dass der Einzelhandel das Verkehrsverhalten der Einwohner durch eine aktive Beteiligung am Aktionstag beeinflussen kann, etwa in der Form, dass der Einzelhandel aktiv zur Nutzung des Umweltverbundes aufruft oder durch anderweitige Mobilitätsdienstleistungen dem Kunden ermöglicht, für größere Einkäufe nicht auf ein eigenes Auto angewiesen zu sein.

Demgegenüber bemängelt ein Einzelhandelsvertreter die Durchführung des Aktionstages und macht diese gleichzeitig dafür verantwortlich, dass der Aktionstag wirkungslos sei bzw. eher noch die Gräben zwischen Autofahrern und Nutzern des Umweltverbundes vergrößere, da der Aktionstag nicht für den Umweltverbund, sondern gegen den Autoverkehr ausgerichtet gewesen sei. Da die Veranstaltung aufgrund dieses schlechten Ansatzes kein Erfolg gewesen sei, sei auch kein Autofahrer zum Umstieg auf andere Verkehrsmittel zu überzeugen. So sei das Endergebnis, dass die Veranstalter gefrustet gewesen seien, wohingegen die *„Autofahrer diesen Tag belächelten“*.

Eine Sonderstellung nimmt nach Meinung verschiedener Personen der ländliche Raum bei der Frage nach der Wirksamkeit eines solchen Aktionstages ein, da der ÖPNV dort nicht gleichermaßen stark im Vergleich zur Großstadt ausgeprägt sei und somit der eigene PKW unverzichtbar sei. So seien viele SB-Märkte auf der grünen Wiese nur mit dem Auto zu erreichen und daran könne auch ein Aktionstag nichts ändern.

#### *Gründe für eine (eventuelle) Wirksamkeit*

Einige Multiplikatorinnen und Multiplikatoren sprechen dem Aktionstag zumindest eventuell eine Wirkung auf das Verkehrsverhalten der Bevölkerung zu. Diejenigen, die dem Aktionstag (eventuelle) Wirksamkeit auf das Verkehrsverhalten der Bevölkerung zuschreiben, haben die Resonanz der Einwohner ebenso wie die allgemeine Umsetzung tendenziell besser (zwischen sehr gut und befriedigend) bewertet.

Es wird von den Multiplikatorinnen und Multiplikatoren darauf verwiesen, dass ein solcher Aktionstag lediglich der erste Schritt sein könne, um Alternativen bei der Verkehrsmittelwahl aufzuzeigen. So wird auch immer wieder betont, dass der Aktionstag nur eine Komponente zur Beeinflussung sein könne und eher langfristig Auswirkungen haben könne, wenn der Aktionstag *„als Mosaikstein eingebettet sei in mehrere, regelmäßige Aktionen“*. Bei einer entsprechend guten Umsetzung des Aktionstages könne er einen *„Marketingeffekt“* haben, um auf langfristige Maßnahmen und Konzepte hinzuweisen. An anderer Stelle wird der

Einfluss des Aktionstages auf die bereits sensibilisierten Menschen, d.h. diejenigen, die schon mehrere Verkehrsmittel nutzen, beschränkt. Dabei handelt es sich allerdings nicht um die Mehrheit, so dass der Effekt relativ gering sein mag.

#### *Städte- und Institutionenvergleich*

Bezüglich der Wirksamkeit des Aktionstages existieren keine wesentlich divergierenden Ansichten zwischen den sechs Städten. In Köln jedoch besteht ein Zusammenhang zwischen der Wirksamkeit des Aktionstages und seiner Bewertung. Diejenigen, die dem Aktionstag keine Wirksamkeit zuschreiben, beurteilen die Umsetzung mit ausreichend oder schlechter. Wird dem Aktionstag jedoch eine eventuelle Einflussmöglichkeit zugesprochen, wird er auch besser eingeschätzt.

Ebenso sind nur leichte Unterschiede zwischen den institutionellen Kategorien abzulesen. Während die Vertreter der Stadtverwaltungen das Einflusspotential des Aktionstages auf das Verkehrsverhalten der Einwohner noch leicht positiv sehen, indem zwei Personen dem Aktionstag eine Wirksamkeit zusprechen bzw. vier eventuell (von 21), erwartet nur einer der Einzelhandelsvertreter eine eventuelle Auswirkung auf das Verkehrsverhalten der Menschen.

#### 5.2.6 Auswirkungen auf den Einzelhandel

##### *Gesamtüberblick*

Knapp die Hälfte der Multiplikatorinnen und Multiplikatoren (39 von 80) gibt an, dass der Aktionstag keine Auswirkungen auf den Einzelhandel habe. Die Menge derer, die eher positive Auswirkungen für den Einzelhandel sehen und derjenigen, die die Auswirkungen für den Einzelhandel eher negativ einschätzen, halten sich in etwa die Waage (13 zu 11).

Der überwiegende Teil verbindet mit dem Aktionstag keine Auswirkungen auf den Einzelhandel, hauptsächlich deswegen, weil es sich um einen ganz normalen Einkaufssamstag gehandelt habe und die Aktionen keinen Handelsbezug gehabt hätten. Der fehlende Handelsbezug sei aber auch, wie in verschiedenen Interviews eingeräumt wird, auf eine mangelnde Teilnahme der Einzelhändler selbst zurückzuführen. So hätte sich beispielsweise das City-Marketing durch längere Öffnungszeiten im Rahmen dieses Aktionstages durchaus engagieren können. Eine Person schlägt sogar vor, den Aktionstag grundsätzlich auf einen Sonntag zu legen, damit der Einzelhandel die Chance eines verkaufsoffenen Sonntags ergreifen könne. Ansonsten wiederholen sich auch hier die Argumente, dass der Aktionstag eher positive Auswirkungen auf den Einzelhandel habe, da durch die verschiedenen Aktionen mehr Menschen in die Stadt gezogen werden und ähnliches.

Interessant ist die Einschätzung einer Person, die angibt, dass „*die Zielgruppe des Aktions-trägers nicht der Umsatzträger der City sei*“. Hinter dieser Bemerkung ist verborgen, dass der

Aktionstag insbesondere für eine bestimmte Klientel ausgerichtet zu sein scheint. Allerdings gilt es zu bedenken, dass durch diesen Tag gerade die Personen sensibilisiert werden sollen, die bisher wenig Aufmerksamkeit auf den Umweltverbund gesetzt haben.

Von anderer Seite wird angemerkt, dass bei Restriktionen für den MIV die Haltung des Einzelhandels sehr kritisch sei, da der Konkurrenzdruck mit den Zentren auf der grünen Wiese sehr hoch sei. Ähnlich äußert sich ein weiterer Multiplikator, der die Auswirkungen eher negativ einschätzt, da ein „*überdurchschnittlicher Anteil der Pkw-Kunden im Einzelhandel für überdurchschnittliche Einkaufsbeträge verantwortlich sei*“, die aufgrund der Restriktionen für den MIV ausblieben. Aus diesen beiden Aussagen ist zu folgern, dass aufgrund von Restriktionen im Bereich des MIVs die Kaufkraft nicht weiter an die Innenstädte gebunden werden kann. Dieser Einschätzung steht allerdings die Meinung eines anderen Multiplikators entgegen, der durch die Belegung der Innenstadt infolge der Aktionen und Veranstaltungen durchaus Möglichkeiten der Kaufkraftbindung sieht.

Ein Zusammenhang zwischen der Einschätzung, welche Auswirkungen der Aktionstag auf den Einzelhandel hat, lässt sich weder mit den Prioritäten in der Verkehrspolitik noch mit der Beurteilung der allgemeinen Umsetzung feststellen.

### *Städtevergleich*

Bei der detaillierten Betrachtung der sechs untersuchten Städte lassen sich keine typischen Unterschiede zwischen Groß- und Kleinstädten feststellen, vielmehr ist jede Stadt für sich getrennt zu betrachten. Innerhalb der Städte selbst kommt es mitunter zu widersprüchlichen Aussagen, die im Folgenden auch so wiedergegeben werden. Insgesamt lässt sich festhalten, dass in Brühl, Dortmund und Köln niemand der befragten Multiplikatorinnen und Multiplikatoren dem Aktionstag negative Auswirkungen auf den Einzelhandel zuschreibt, sondern in Dortmund und Köln fast von allen Interviewpartnern übereinstimmend angegeben wird, dass der Aktionstag keine Auswirkungen auf den Einzelhandel gehabt habe.

In *Brühl* fällt die Bilanz sogar noch positiver aus, da immerhin fünf der zwölf Personen angeben, dass der Einzelhandel eher vom Aktionstag profitiert habe. So werden die positiven Effekte vor allem auf Umsatzsteigerungen zurückgeführt, da durch die Veranstaltung mehr Menschen in die Stadt gezogen worden seien. Positiv wird in diesem Zusammenhang hervorgehoben, dass eine Kinderbetreuung vor Ort gegeben war, so dass Eltern ungestört einkaufen konnten. Im Widerspruch hierzu steht die Aussage zweier Personen, dass die Stadt generell leer gewesen sei, bzw. weder mehr noch weniger Menschen in der Stadt gewesen seien und somit auch kein Einfluss bestanden habe.

Ferner werden in *Brühl* widersprüchliche Aussagen zur Beteiligung des Einzelhandels am Aktionstag gemacht. Von einem Multiplikator wird positiv angemerkt, dass der Einzelhandel

selbst zur Nutzung des Umweltverbundes aufgerufen habe, d.h. dadurch dass sich der Einzelhandel am Aktionstag beteiligt habe, seien auch die Effekte für ihn positiv. Demgegenüber wird von anderen Multiplikatoren aber auch behauptet, dass keine Beteiligung des Einzelhandels stattgefunden habe, da es sich bei dem Aktionstag um eine Veranstaltung der Stadt gehandelt habe.

Die fehlende Beteiligung des Einzelhandels wird von einem weiteren Multiplikator bestätigt, der die Frage nach den Auswirkungen auf den Einzelhandel nicht mit den vorgegebenen Kategorien beantwortet, sondern sehr differenziert Auskunft erteilt. Er behauptet, dass der Brühler Handel jede Veranstaltung, die den Umweltverbund stärkt, eher negativ betrachte und sich daher auch nicht beteilige. Der Handel erkenne das Potential nicht, dass bei einer Beteiligung mehr Menschen in die Stadt gelockt werden könnten und somit Umsatzsteigerungen zu erwarten seien. Dadurch, dass sich der Handel nicht beteilige, seien die Auswirkungen eher negativ. Objektiv betrachtet sei der Aktionstag aber positiv zu betrachten, nämlich dann, wenn der Handel erkenne, dass durch Aktionen und Veranstaltungen jeglicher Art Menschen in die Stadt gezogen würden und diese Chance wahrnehmen würde.

Demgegenüber wird von anderer Seite angemerkt, dass der Aktionstag keine Auswirkungen auf den Einzelhandel habe. Obwohl der Einzelhandel zwar von jedem Event profitiere, infolgedessen auch kein spezieller Tag herausgehoben werden könne, sei aber gleichzeitig Kaufkraft nur in einem gewissen Maße vorhanden. Im Idealfall könne die Kaufkraft durch Aktionstage und sonstige Events in der Innenstadt an Brühl gebunden werden. Demnach lässt sich aus dieser Begründung letztlich folgern, dass durch den Aktionstag Kaufkraft gebunden werden kann und somit auch die Auswirkungen für den Einzelhandel eher positiv sind.

In *Dortmund* werden dem Aktionstag weder positive noch negative Auswirkungen in Bezug auf den Einzelhandel von den Multiplikatorinnen und Multiplikatoren zugesprochen, sondern sieben der neun befragten Personen geben an, dass er keine Auswirkungen habe, und die beiden anderen können dies nicht einschätzen. Bemerkenswert ist, dass trotz der insgesamt eher negativen Einschätzung des Aktionstages niemand negative Auswirkungen für den Einzelhandel aufgrund des Aktionstages sieht, sondern übereinstimmend angegeben wird, dass der Aktionstag keine Auswirkungen auf den Einzelhandel habe.

Nach Meinung der Multiplikatorinnen und Multiplikatoren werden keine zusätzlichen Menschen in die Innenstadt gelockt, was insbesondere auf die schlechte Öffentlichkeitsarbeit zurückzuführen sei. Weitere Gründe dafür, dass der Aktionstag keine Auswirkungen auf den Einzelhandel gehabt habe, liegen laut der Aussage der Multiplikatorinnen und Multiplikatoren darin, dass die Haupteinkaufsstraße von den Aktionen nicht tangiert war und infolge dessen der Platz nur wenig frequentiert gewesen sei. Diejenigen Passanten, die bei den Aktionen vorbei kamen, seien größtenteils eher zufällig vorbeigekommen und ohne im Vorfeld über den Aktionstag informiert gewesen zu sein.

Außerdem handele es sich bei dem abgesperrten Bereich um ein Gebiet, das generell zu zwei Drittel autofrei sei und folglich kaum Auswirkungen auf den MIV gehabt habe. Und dennoch sei die Straßensperrung im Vorfeld auf Widerstand gestoßen, da nach Meinung eines Multiplikators der Begriff „autofrei“ in den Reihen des Einzelhandels negativ besetzt sei.

Überraschend ist die Einschätzung zur Auswirkung auf den Einzelhandel auch in *Köln*. Obgleich die Bewertung zur allgemeinen Umsetzung des Aktionstages sowie die Resonanz bei den Einwohnern und in den Medien schlecht ist, werden von keiner Person in Köln negative Auswirkungen auf den Einzelhandel gesehen.

Obwohl also die Fronten in Köln bezogen auf autofreie Mobilität, Straßensperrungen etc. verhärtet scheinen, wird in dieser Diskussion nicht mit Umsatzaspekten argumentiert. Ein Multiplikator gibt sogar unter Berufung auf Einzelhändler an, dass der Aktionstag positive Auswirkungen gehabt habe. Überwiegend geben die Multiplikatorinnen und Multiplikatoren jedoch an, dass es sich um einen ganz gewöhnlichen Einkaufssamstag gehandelt habe, auch deshalb, weil bis 16.00 Uhr keine Einschränkungen z.B. in Form von Straßensperrungen vorhanden gewesen seien. Zum anderen wird aber auch kein positiver Effekt verzeichnet, da der Aktionstag nicht kommuniziert worden sei, auch hier wieder ein Hinweis auf mangelnde Öffentlichkeitsarbeit.

Auch in *Rheinberg* gehen die meisten Multiplikatorinnen und Multiplikatoren davon aus, dass der Aktionstag keine Auswirkungen auf den Einzelhandel gehabt habe, da der Einzelhandel nicht behindert worden sei, auch nicht durch Straßensperrung.

Im Vorfeld sei die Werbegemeinschaft positiv gegenüber dem Aktionstag eingestellt gewesen und habe so die Öffnungszeiten an diesem Samstag von 13.00 Uhr auf 16.00 Uhr verlängert. Allerdings sei kein Effekt spürbar gewesen. Bis 13.00 Uhr seien die Geschäfte wie an jedem durchschnittlichen Samstag frequentiert worden, ab 13.00 Uhr leerten sich die Geschäfte dann trotz der verlängerten Öffnungszeiten, da die Menschen von da an verstärkt an den Aktionen im Rahmen des Aktionstages teilgenommen hätten.

Ferner werden die nicht vorhandenen Effekte auf den Einzelhandel damit begründet, dass er sich nicht selbst an der Koordinationsgruppe beteiligt habe. So liegt auch hier die Vermutung nahe, dass der Effekt auf den Einzelhandel im Wesentlichen vom eigenen Engagement des Einzelhandels abhängt.

Lediglich von einem Multiplikator wird der Aktionstag als negativ für den Einzelhandel gesehen, da „*die Absperrungen Katastrophencharakter ohne jegliche weitere Information gehabt haben*“ und es somit zu keiner positiven Selbstdarstellung gekommen sei.

In *Löhne* und *Mülheim* scheinen die Meinungen zu den Auswirkungen auf den Einzelhandel am stärksten zu differieren. So geben in Löhne 4 der 12 Befragten an, dass diese eher negativ

seien, da Umsatzeinbußen zu verzeichnen gewesen seien. Außerdem sei der Tag nicht positiv besetzt gewesen, so dass nur „*Resteinkäufe*“ erledigt worden seien, „*ein Großteil der Kundschaft aber weggeblieben sei*“, da man nicht vor dem Geschäft hätte parken können. Eine Umsatzsteigerung hätte es nur bei gutem Wetter gegeben, wenn zusätzliches Publikum angezogen worden wäre.

An anderer Stelle wird angemerkt, dass es schwer gewesen sei, die Einzelhändler zur Beteiligung am Aktionstag zu gewinnen. Letztendlich habe sich der Einzelhandel aber beteiligt und von daher seien die Auswirkungen auch positiv gewesen. So gäbe es positive Rückmeldungen der teilnehmenden Einzelhändler.

- Daraus lässt sich folgern, dass diejenigen Einzelhändler, die sich auch aktiv an dem Aktionstag beteiligten, von zusätzlicher Kundschaft profitiert haben. So kann in der Beteiligung am Aktionstag die Chance liegen, durch ein positives Image („umweltfreundlich und engagiert“) zusätzliche Kundschaft zu binden.

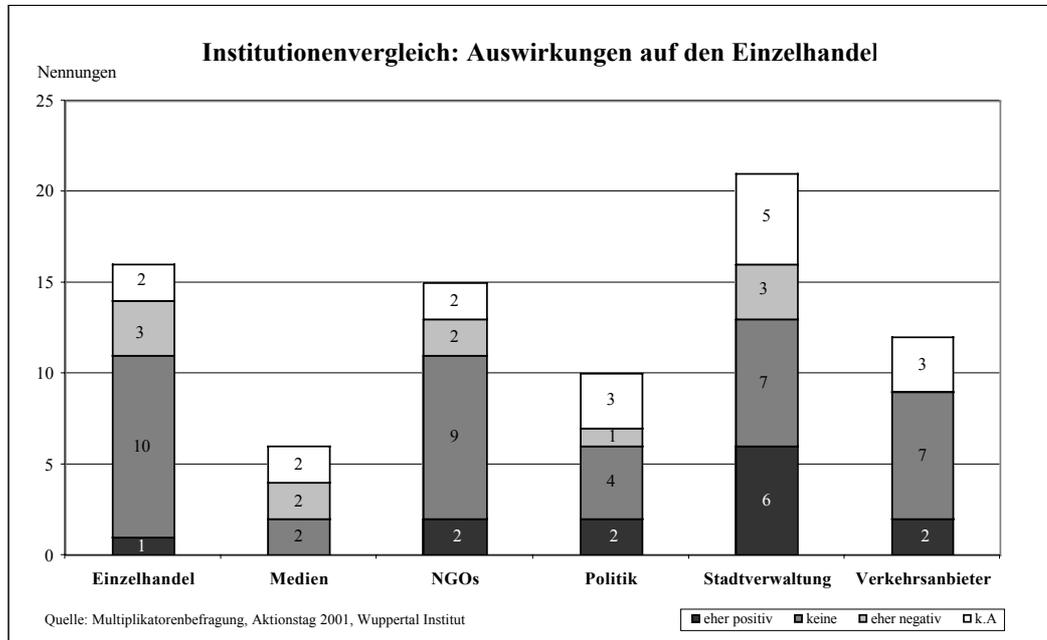
Auch in *Mülheim* ist ähnlich wie in Löhne die Zahl derer, die dem Aktionstag eher negative Auswirkungen für den Einzelhandel zuschreiben, beträchtlich (5 von 11), wohingegen nur drei Personen positive Auswirkungen sehen und einer keine. Es werden gegensätzliche Begründungen für die jeweiligen Einschätzung gegeben.

Als positiver Aspekt wird auch in Mülheim angeführt, dass durch den Aktionstag zusätzliche Menschen in die Innenstadt gekommen seien. Gleichzeitig wird aber in einem anderen Gespräch angemerkt, dass zeitgleich weitere Veranstaltungen stattgefunden haben und es von daher schwer sei, dem jeweiligen Event auch die entsprechende Wirkung zuzuordnen. Die Belebung der Innenstadt wird nach Meinung eines Teils der Multiplikatorinnen und Multiplikatoren auch von den Händlern positiv empfunden. Allerdings nur solange, wie es nur am Aktionstag zu Straßensperrungen komme. Bei einer langfristigen Straßensperrung würde die Akzeptanz verloren gehen und die Empfindung ins Negative schwanken. Ein anderer Multiplikator gibt an, dass bereits die bestehende Straßensperrung den Einkaufsverkehr verhindert habe, da die Einzelhändler gerade auch von dem Einkaufsverkehr lebten, der mit dem Auto verbunden sei.

Insgesamt lässt sich in Mülheim feststellen, dass die Meinung über die Auswirkungen auf den Einzelhandel weit auseinandergehen. Obwohl sich verschiedene Multiplikatorinnen und Multiplikatoren in ihrer Einschätzung und Begründung auf Einzelhändler berufen bzw. selbst die Einzelhändler vertreten, variieren die Antworten zwischen eher positiven Auswirkungen, eher negativen Auswirkungen oder gar keinen Auswirkungen. Sogar die Akzeptanz der Straßensperrung wird von einem Teil der Multiplikatorinnen und Multiplikatoren mit gering bzw. positiv bei den Einzelhändlern empfunden.

*Institutionenvergleich*

**Abbildung 78: Institutionenvergleich: Auswirkungen auf den Einzelhandel**



Betrachtet man die einzelnen institutionellen Kategorien, so überrascht zunächst einmal, dass in den Reihen des Einzelhandels der Aktionstag nicht durchgehend als negativ eingeschätzt wurde, sondern dass auch hier der überwiegende Teil (10 von 16) angab, dass der Aktionstag keine Auswirkungen auf den Einzelhandel hatte.

Bei den Vertretern der Verkehrsanbieter schätzt keiner die Auswirkungen eher negativ ein, sondern auch hier sagt die Mehrheit, dass keine Effekte auf den Einzelhandel ausgingen.

Innerhalb der Stadtverwaltung wird tendenziell eher davon ausgegangen, dass der Aktionstag positive Auswirkungen auf den Einzelhandel hat, da durch ihn mehr Menschen in die Stadt gezogen werden, die potentiell auch zu Umsatzsteigerung beitragen können.

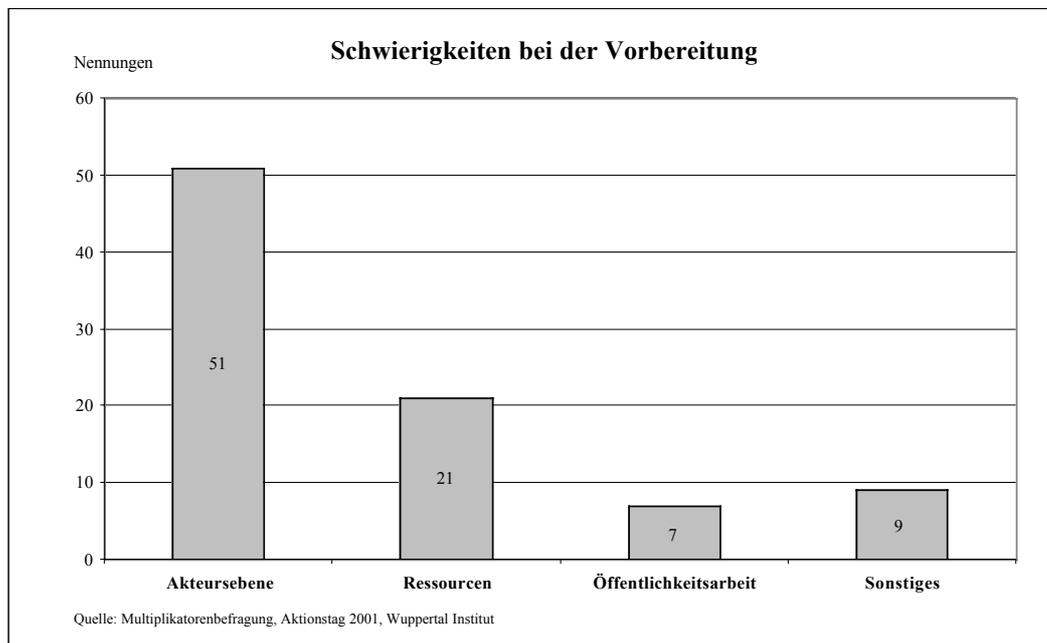
Demgegenüber steht die Aussage eines regionalen NGOs, dass die Zielgruppe des Aktionstages nicht identisch ist mit den Umsatzträgern der Stadt und von daher auch keine (weder positive noch negative) Effekte auf den Einzelhandel zu erwarten sind.

## 5.2.7 Schwierigkeiten bei der Vorbereitung des Aktionstages

### Gesamtüberblick

Nur zwölf Multiplikatorinnen und Multiplikatoren geben an, dass es keine Schwierigkeiten bei der Vorbereitung des Aktionstages gegeben habe, wohingegen 54 der 80 Multiplikatorinnen und Multiplikatoren Schwierigkeiten benennen. Insgesamt werden 88 Antworten<sup>53</sup> gegeben, die sich in zehn Kategorien bzw. drei Hauptgruppen einteilen lassen.

**Abbildung 79: Schwierigkeiten bei der Vorbereitung**



Schwierigkeiten auf Akteursebene setzen sich zusammen aus:

- schwieriger Abstimmung/Zusammenwirken der Akteure: 16
- geringer Unterstützung/Beteiligung der Politik: 13
- geringer Unterstützung/Beteiligung/Kommunikation Einzelhandel: 13
- keiner ausgewogenen Beteiligung der Akteure: 6
- geringes Engagement der Akteure: 3

Schwierigkeiten im Bereich der Ressourcen bestehen aus:

- zu kurzer Vorbereitungszeit: 11

<sup>53</sup> Mehrfachantworten sind möglich.

- zu knappes Budget: 5
- zu wenig Personal/Anzahl der Beteiligten: 5
- Schwierigkeiten bei der Öffentlichkeitsarbeit: 7
- Sonstiges: 9

Die meisten Schwierigkeiten sind nach Meinung der Multiplikatorinnen und Multiplikatoren auf der Akteursebene aufgetreten, insbesondere bei der Abstimmung und dem Zusammenwirken der Akteure sowie bei der Beteiligung und Unterstützung von Seiten der Politik, Stadtverwaltung und/oder des Einzelhandels. Auch die vorhandenen Ressourcen spielen eine Rolle, wobei zumeist die geringe Vorbereitungszeit als problematisch angegeben wird. Überraschend hingegen ist, dass der Bereich der Öffentlichkeitsarbeit scheinbar nur eine untergeordnete Rolle bei den Schwierigkeiten im Vorfeld des Aktionstages gespielt hat. So bezeichnen nur 7 der 80 Personen die Öffentlichkeitsarbeit als schwierig, obwohl sie während der Interviews wiederholt angesprochen wird, z.B. in Bezug auf die schlechte Resonanz der Einwohner auf den Aktionstag.

#### *Städtevergleich*

In jeder der sechs Städte werden Schwierigkeiten bei der Vorbereitung des Aktionstages genannt. Es lassen sich keine Tendenzen feststellen, ob beispielsweise die Großstädte hauptsächlich mit den selben Schwierigkeiten zu kämpfen hatten. So sind nach Auswertung der Interviews in allen sechs Städten die größten Probleme auf der Akteursebene aufgetreten, allerdings variieren diese zwischen den einzelnen Städten, so dass keine Aussagen darüber getroffen werden können, dass bestimmte Schwierigkeiten in jeder Stadt aufgetreten sind.

Neun der zwölf Multiplikatorinnen und Multiplikatoren, die angeben, dass es im Vorfeld keine Schwierigkeiten gegeben habe, stammen aus zwei Kleinstädten. In der einen Kleinstadt wird lediglich vereinzelt die Kritik innerhalb der Verwaltung laut, dass es schwierig gewesen sei, Kooperationspartner im Einzelhandel zu finden und die Einbindung der Politik ebenso wie die Pressearbeit verbessert werden könnten.

Aus den Reihen der Politik hingegen wird dort angemerkt, dass kein breites bürgerschaftliches Engagement vorhanden gewesen sei. So sollten in Zukunft z.B. auch Autohersteller miteinbezogen und Schüler stärker umworben werden. Da es sich aber nur um einzelne Stimmen zu den einzelnen Problemkategorien handelt, kann davon ausgegangen werden, dass keine grundlegenden Probleme bestanden haben. Dies deckt sich übrigens auch mit der insgesamt positiven Bewertung in dieser Kleinstadt.

In der anderen Kleinstadt geben vier von neun Personen (aus Politik, Verwaltung, Verkehrsanbieter, NGO) an, dass es keine Schwierigkeiten gegeben habe. Als problematisch wird dort die Verabschiedung des Ratsbeschlusses angesehen. Außerdem sei das organisatorische Know-how seitens der Stadtverwaltung zu verbessern, damit ihre Außendarstellung positiver werde und gezeigt werde, dass engagierte Mitarbeiter vertreten seien. Als weitere Mängel werden - wie auch in anderen Städten - die zu kurze Vorbereitungszeit, die schlechte Öffentlichkeitsarbeit, das zu knappe Budget und die zu geringe Anzahl von Beteiligten aufgeführt. Auch hier handelt es sich um vereinzelte Meinungen und keine Schwierigkeit wird mehrfach genannt, so dass auch in diesem Fall davon ausgegangen werden kann, dass keine grundlegenden Probleme bestanden haben.

Bei der dritten Kleinstadt, die sich im ländlichen Raum befindet, werden abgesehen von zwei Personen, die diese Frage nicht beantworten können, von allen Schwierigkeiten genannt. Dort bestand nach Auswertung der Interviews das Hauptproblem darin, den Einzelhandel für den Aktionstag zu gewinnen (5 von 10). Der Straßenzug, an dem die Aktionen stattgefunden haben, war in der Vergangenheit bereits einmal autofrei, mittlerweile allerdings nur noch verkehrsberuhigt. Die Händler befürchteten nach eigener Aussage, dass der Aktionstag und die damit verbundene Straßensperrung der Einstieg in eine dauerhafte Fußgängerzone sei und stellten sich somit zunächst gegen diesen Aktionstag. Diese Angst vor einer erneuten dauerhaften Sperrung erzeugte eine negative Grundhaltung bei den Einzelhändler.

Neben der (anfänglich) schwierigen Einbindung des Einzelhandels wird generell ein schwieriges Zusammenwirken der zu wenigen Akteure kritisiert. Außerdem wird das generelle Problem erwähnt, dass Nahverkehr im ländlichen Raum schwer zu vermitteln sei. Trotz dieser aufgeführten Probleme ist der Aktionstag relativ gut bewertet worden.

- Dies zeigt, dass die Probleme im Vorfeld dort keinen oder nur einen geringen Einfluss auf die Umsetzung des Aktionstages und seine Resonanz gehabt haben.

In den Großstädten wurden von den Multiplikatoren eine Vielzahl von Schwierigkeiten bei der Vorbereitung des Aktionstages angesprochen. So gibt keiner der befragten Multiplikatorinnen und Multiplikatoren in Dortmund und Mülheim an, dass es keine Probleme gegeben hätte. Auf Akteursebenen werden in zwei der Großstädte vor allem Schwierigkeiten bei der Beteiligung von Politik, Verwaltung und Einzelhandel angeführt, wohingegen dies in der dritten Großstadt allgemeiner gefasst wird und hauptsächlich Probleme bei der Abstimmung der Akteure genannt werden.

In einer Großstadt lässt sich bei der Auswertung der Interviews deutlich erkennen, dass die Verantwortung für die Schwierigkeiten im Vorfeld von einer Institution zur nächsten geschoben wird. Der Einzelhandel sieht die Hauptprobleme darin, dass er selbst bei der

Erarbeitung des Ratsbeschlusses nicht eingebunden worden sei und das Stadtplanungsamt generell gegen Autos eingestellt sei.

Demgegenüber wird von Seiten der Stadtverwaltung (und von den Medien) angemerkt, dass der Einzelhandel für den Aktionstag, z.B. in Form von Sponsoring, nicht gewonnen werden konnte. Aber auch von Seiten der Stadtverwaltung wird als wesentliche Schwierigkeit der späte Ratsbeschluss genannt, woraufhin die Vorbereitungszeit und auch die finanziellen Mittel äußerst knapp kalkuliert gewesen seien. Aufgrund der Kürze der Zeit seien keine gemeinsamen Treffen mit allen Beteiligten möglich gewesen, was wiederum zu Abstimmungsproblemen der Akteure untereinander geführt habe. Ferner wird von Seiten eines Medienvertreters angeführt, dass die Verwaltung eine gewisse Gleichgültigkeit an den Tag gelegt und keinen großen Elan gezeigt habe.

Generell wird von verschiedenen Seiten der späte Ratsbeschluss als ein wesentliches Hemmnis bei der Vorbereitung des Aktionstages angesehen. Dies gibt ein Vertreter der Politik sogar selber zu, indem er sagt, dass „*in der Politik die Liebe zu solch einem Aktionstag nicht sehr groß sei*“. Dieser späte Ratsbeschluss hatte eine Reihe anderer Problemen zur Folge, die sich gegenseitig noch verstärkten.

- Für die Zukunft sind insbesondere eine längere Vorbereitungszeit und eine damit verbundene bessere Einbindung und Abstimmung der Akteure wünschenswert.

In einer anderen Großstadt äußert sich die geringe Unterstützung von Seiten der Politik so, dass die Mehrheit im Rat sich gegen Einschränkungen des Autoverkehrs ausgesprochen hat und somit keine deutlichen Signale für diesen Aktionstag gesetzt worden seien.

#### *Institutionenvergleich*

Die Vertreter der *Verkehrsanbieter* sehen relativ wenig Schwierigkeiten bei der Vorbereitung des Aktionstages. Drei Personen geben an, dass keine Probleme existiert haben, und die restlichen geben vereinzelt Schwierigkeiten an, wobei sich allerdings kein spezieller Problembereich herauskristallisiert. Insgesamt gibt es unter den Vertretern der Verkehrsanbieter jeweils nur zwei Nennungen für Probleme auf der Akteursebene, im Bereich Ressourcen oder bei der Öffentlichkeitsarbeit.

Im Vergleich mit den anderen institutionellen Kategorien scheint dies vernachlässigbar. Daher liegt die Vermutung nahe, dass die Verkehrsanbieter ihre Aktionen relativ unabhängig von den weiteren Akteuren durchgeführt haben, so dass sie wenig von den Schwierigkeiten bei der Vorbereitung des Aktionstages im Zusammenspiel mit den anderen Akteuren bemerkt haben.

Auch die Vertreterinnen und Vertreter der *Politik* und der *Medien* geben nur wenig Schwierigkeiten an, was vor allem darin zu begründen ist, dass sie weniger in die Vorbereitungen involviert waren.

Die Vertreterinnen und Vertreter der *NGOs* und der *Stadtverwaltung* geben eine große Vielfalt von Schwierigkeiten an, die jedes Problemfeld abdecken. Sowohl bei den NGOs wie auch bei der Stadtverwaltung liegt der Schwerpunkt der Kritik auf der Akteursebene und hier insbesondere in der Einbindung bzw. Unterstützung von Politik und/oder Verwaltung und Einzelhandel sowie der Abstimmung der Akteure untereinander. Auf der Ebene der Ressourcen wird vor allem die geringe Vorbereitungszeit bemängelt, aber auch auf das begrenzte Personal verwiesen.

In den Reihen des *Einzelhandels* werden viele verschiedene Aspekte bei der Vorbereitung des Aktionstages kritisiert. Neben den bisher schon von Vertretern anderer institutionellen Kategorien ist besonders bemerkenswert, dass vier Vertreter bemängeln, dass der Einzelhandel nicht eingebunden gewesen sei. So kann davon ausgegangen werden, dass zumindest in einigen Fällen eine intensivere Kommunikation mit dem Einzelhandel ihn zu einer Unterstützung des Aktionstages überzeugen kann.

Ein Vertreter des Einzelhandels in einer Großstadt sieht neben der mangelnden Beteiligung des Einzelhandels ein wesentliches Problem darin, dass das Stadtplanungsamt gegen das Auto eingestellt sei. Dies deutet an, dass in dieser Großstadt die Fronten verhärtet zu sein scheinen und ein intensiver Kommunikationsprozess notwendig ist, um die bestehenden Vorurteile aufzubrechen.

Ähnlich argumentiert ein Vertreter des Einzelhandels in einer Kleinstadt, der eine wesentliche Schwierigkeit darin sieht, dass durch die Straßensperrung am Aktionstag die Angst vor einer dauerhaften Sperrung geschürt worden sei und somit schon eine negative Grundhaltung seitens der Einzelhändler bestanden habe.

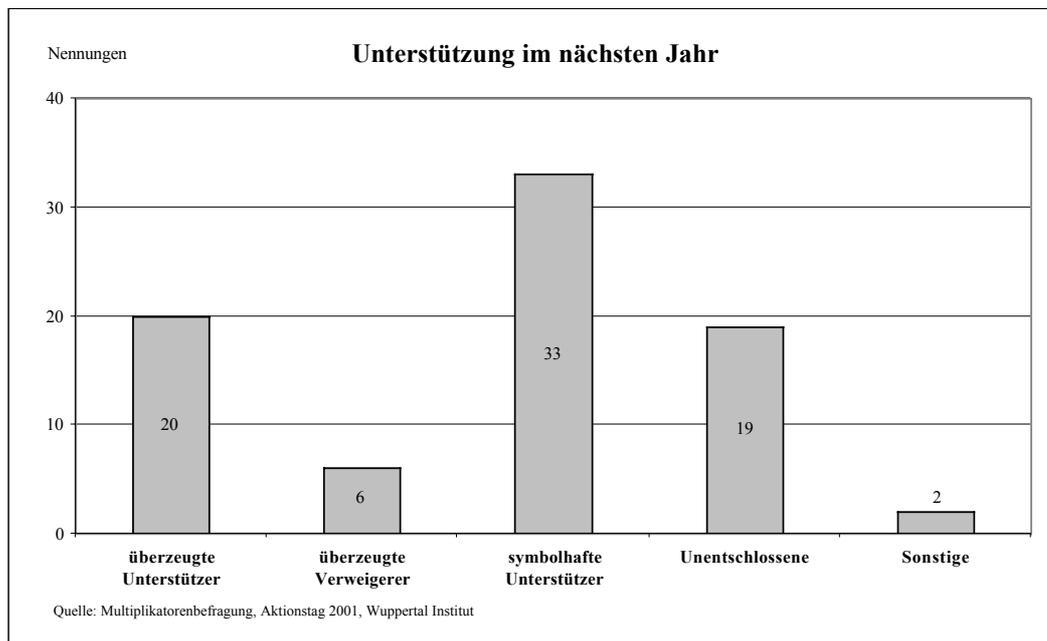
- Auch hier wird wiederum deutlich, dass eine Kommunikation zwischen allen beteiligten und betroffenen Akteuren notwendig ist, um bereits bei der Vorbereitung des Aktionstages eine positive Einstellung zu erreichen.

## 5.2.8 Weitere Unterstützung im nächsten Jahr

### Gesamtüberblick

Die Mehrheit der befragten Multiplikatorinnen und Multiplikatoren (52 von 80) spricht sich für eine weitere Unterstützung im nächsten Jahr aus. Lediglich sechs Personen geben an, dass sie den Aktionstag in Zukunft nicht unterstützen werden. Die Analyse der Interviews ergibt, dass sich die Multiplikatorinnen und Multiplikatoren insgesamt in vier Typen einteilen lassen.

**Abbildung 80: Unterstützung im nächsten Jahr**



Diejenigen (20 Multiplikatorinnen und Multiplikatoren), die dem Aktionstag eine (eventuelle) Verhaltensbeeinflussung zuweisen, werden den Aktionstag auch weiterhin unterstützen bzw. drei Personen geben an, den Aktionstag eventuell im nächsten Jahr zu unterstützen. Dieser Typ wird im Folgenden „überzeugter Unterstützer“ genannt. Seine Haltung kann dahingehend interpretiert werden, dass die Personen, die von dem Aktionstag eine Wirksamkeit bezüglich einer möglichen Verhaltensänderung erwarten, auch einen Sinn in der Durchführung des Aktionstages sehen und ihn daher auch weiter unterstützen wollen.

Demgegenüber steht der Typ der „überzeugten Verweigerer“, der sich aus denjenigen zusammensetzt, die angeben, den Aktionstag im nächsten Jahr nicht weiter zu unterstützen (6 Multiplikatorinnen und Multiplikatoren) und den Aktionstag gleichzeitig auch als unwirksam ansehen. Auch hier hinter verbirgt sich eine konsequente Schlussfolgerung, da diese Vertreter ihre Ressourcen nicht weiter in eine Veranstaltung investieren wollen, von deren Nutzen sie nicht überzeugt sind.

Auffällig ist, dass immerhin drei dieser sechs Personen innerhalb der regionalen Institutionen zu finden sind. Möglicherweise werden diese Personen den Aktionstag im nächsten Jahr nicht unterstützen, da ihnen auf der regionalen Ebene der Bezug zu lokalen Aktivitäten fehlt.

Als dritte Gruppe, die „symbolhaften Unterstützer“, haben sich diejenigen Multiplikatorinnen und Multiplikatoren, die den Aktionstag weiter unterstützen wollen, obwohl sie ihm keine Wirksamkeit bezüglich einer Änderung des Verkehrsverhaltens zusprechen, herausgebildet. Dies ist mit 33 Personen die größte Gruppe. Ihre Einstellung ergibt sich daraus, dass nach ihrer Ansicht keine weitere Beteiligung oder sogar die Abschaffung des Aktionstages ein negatives Symbol darstellen würde. Ein anderer Grund für die weitere Unterstützung kann darin liegen, dass sie den Aktionstag auch aufgrund des umfangreichen Rahmenprogramms zur Unterhaltung der Menschen und zur Attraktivitätssteigerung bzw. Belebung der Innenstadt weiter fortbestehen lassen möchten.

Zuletzt gibt es noch den Typ der „Unentschlossenen“, die noch keine Angabe dazu machen können, ob sie den Aktionstag in Zukunft unterstützen werden bzw. eventuell bereit sind, ihn zu unterstützen. Diese Gruppe besteht hauptsächlich aus Personen, die dem Aktionstag keine Wirkung zuschreiben bzw. nicht einschätzen können, ob der Aktionstag eine Wirkung auf das Verkehrsverhalten der Einwohner hat.

Diese Unentschlossenheit ist wahrscheinlich darauf zurückzuführen, dass sich die einzelnen Personen noch zwischen der Gruppe der „symbolhaften Unterstützer“ und den „überzeugten Verweigerern“ befinden, d.h. sie können sich bisher noch nicht festlegen, ob sie den Aktionstag nicht unterstützen wollen, da sie ihm keine Wirkung zuschreiben, oder ob ihnen der symbolische Wert einer eigenen Unterstützung dennoch wichtiger ist.

Lediglich zwei der insgesamt 80 Multiplikatorinnen und Multiplikatoren lassen sich nicht in diese vier Gruppen einteilen. Diese beiden Personen geben an, den Aktionstag im nächsten Jahr zu unterstützen, machen aber keine Aussage dazu, ob sie dem Aktionstag eine Wirksamkeit bezüglich des Verkehrsverhaltens der Einwohner zugestehen.

Eine weitere Betrachtungsweise bietet die Unterteilung der Multiplikatorinnen und Multiplikatoren in Umweltverbund-Orientierte und MIV-Orientierte. Die Auswertung der Interviews offenbart einen Zusammenhang zwischen der verkehrspolitischen Grundhaltung und der weiteren Unterstützung. Insgesamt 37 der 46 Umweltverbund-Orientierten sprechen sich für eine Unterstützung des Aktionstages im nächsten Jahr aus, nur zwei Personen lehnen eine Beteiligung in Zukunft ab. Bei den MIV-Orientierten hingegen verneinen vier der zehn Personen eine Unterstützung im nächsten Jahr und nur zwei sagen eine weitere Beteiligung zu.

- Anhand dieser Tendenz liegt die Vermutung nahe, dass die verkehrspolitische Grundhaltung ausschlaggebend ist für die Unterstützung des Aktionstages.

### *Städtevergleich*

Es bilden sich keine deutlichen Unterschiede zwischen den einzelnen Städte oder im Vergleich von Groß- und Kleinstädten heraus.

### *Institutionenvergleich*

Innerhalb des Institutionenvergleichs lassen sich leichte Tendenzen ablesen. So ist auffällig, dass in den Reihen der Verkehrsanbieter niemand zu der Gruppe der „überzeugten Verweigerer“ zählt. Dies ist durchaus verständlich, da der Aktionstag die Anliegen der Verkehrsanbieter unterstützt. So spielt der öffentliche Nahverkehr eine wesentliche Rolle in der autounabhängigen Mobilität und Aktionen im Rahmen des Aktionstages können die Vorteile des ÖPNV herausstellen.

Ebenso teilen sich die Vertreter der Stadtverwaltung hauptsächlich zwischen den Gruppen der überzeugten Unterstützter (6 von 21) und der symbolhaften Unterstützter (11 von 21) auf. Einzig der Vertreter der Wirtschaftsförderung lehnt eine Unterstützung ab und zwei Vertreter haben sich noch nicht entschieden.

Ein ähnliches Bild ergibt sich auch bei den Vertretern der NGOs, wobei sich hier die zwei Unterstütztergruppen die Waage halten. Drei Vertreter von NGOs gehören zwar der Gruppe der überzeugten Verweigerer an, allerdings handelt es sich dabei ausschließlich um regionale Multiplikatorinnen und Multiplikatoren, von denen zwei die Automobilfahrer vertreten.

Bei den Vertretern des Einzelhandels und der Einzelhandelsverbände herrscht überwiegend Unentschlossenheit, ob der Aktionstag im nächsten Jahr unterstützt werden soll oder nicht. So können immerhin 11 der 16 Personen hierzu noch keine Angabe machen oder sind eventuell bereit, sich im nächsten Jahr zu beteiligen.

- Diese Unentschlossenheit kann als Chance gesehen werden, dass sich der Einzelhandel nicht generell gegenüber dem Aktionstag verschließt, sondern durch eine aktive Kommunikation mit dem Einzelhandel durchaus die Möglichkeit besteht, dass er sich im nächsten Jahr beteiligt.

Nur eine einzige Person aus dem Bereich des Einzelhandels ist der Gruppe der überzeugten Verweigerer zuzuordnen und immerhin vier Multiplikatorinnen und Multiplikatoren entscheiden sich bereits, den Aktionstag im nächsten Jahr zu unterstützen.

- Diese genauere Betrachtung der Einzelhandelsvertreter ist als Motivation zu sehen, den Einzelhandel bei der Umsetzung eines Aktionstages stärker miteinzubinden.

### 5.3 Fazit

Im folgenden sind wesentliche Ergebnisse und Schlußfolgerungen der Multiplikatorenbefragung thesenhaft zusammengestellt.

#### *Resonanz des Aktionstages*

Bei den Multiplikatorinnen und Multiplikatoren existieren Unterschiede bei der allgemeinen Bewertung der Umsetzung des Aktionstages je nachdem, welcher Institution die befragte Person angehört bzw. welche verkehrspolitische Grundhaltung sie vertritt.

Bei der Bewertung der allgemeinen Umsetzung des Aktionstages wird von den Multiplikatorinnen und Multiplikatoren zwischen dem kurzfristigen Erfolg, der sich im Engagement der Akteure und der Aktionsvielfalt widerspiegelt, und der langfristigen Betrachtung, der die Wirksamkeit des Aktionstages zugrunde liegt, unterschieden.

Die allgemeine Umsetzung des Aktionstages wird von den Multiplikatorinnen und Multiplikatoren in den Kleinstädten besser beurteilt als in den Großstädten.

Eine weitere Betrachtungsmöglichkeit bietet sich, wenn man die sechs Städte unterteilt in CDU- bzw. SPD-regierte Städte. Demnach fallen Brühl, Köln, Mülheim und Rheinberg in die Gruppe der CDU-regierten Städte, wohingegen Dortmund und Löhne zu den SPD-regierten Städten gehören. Insgesamt läßt sich nach Auswertung der Multiplikatoreninterviews feststellen, dass es keine großen Differenzen bezüglich der politischen Ausrichtung der Stadt gibt, sondern lokale und institutionelle Besonderheiten sowie persönliche Grundhaltungen in erster Linie eine Rolle bei der Einschätzung des Aktionstages spielen.

Multiplikatorinnen und Multiplikatoren, die Maßnahmen im Bereich des Umweltverbundes höchste Priorität einräumen, bewerten den Aktionstag allgemein positiver. Noch deutlicher wird diese Tendenz, wenn die Personen betrachtet werden, die ihre wichtigste verkehrspolitische Maßnahme auch ausreichend bei der Umsetzung des Aktionstages berücksichtigt sehen.

Die Vertreter des Einzelhandels bewerten den Aktionstag tendenziell schlechter als die anderen Institutionen.

Die Resonanz der Einwohner wird von den Multiplikatorinnen und Multiplikatoren überwiegend negativ und deutlich schlechter als die allgemeine Umsetzung bzw. die Medienresonanz eingeschätzt, insbesondere dann, wenn von dem Aktionstag eine Breitenwirkung und tatsächliche Autoreduzierung erwartet wird. Positiver hingegen fällt die Beurteilung dann aus, wenn sich die Einschätzung auf bestimmte Aktionen oder auf die Personen bezieht, die vor Ort waren.

Von einigen Multiplikatorinnen und Multiplikatoren wird kritisiert, dass durch den Aktionstag nur eine bestimmte Klientel angesprochen wird, aber nicht die gesamte Bevölkerung. Durch viele zu sportliche Aktionen würden vor allem junge aktive Menschen angesprochen, die Zielgruppe der Autofahrer aber eher nicht.

### *Aktionen*

Aktionen, die das eigene Verhalten nicht einschränken bzw. zusätzliche Angebote schaffen, werden von den Multiplikatorinnen und Multiplikatoren als wichtig eingeschätzt. Hier herrscht große Übereinstimmung in allen Städten und in allen Institutionen.

Ein attraktives Rahmenprogramm wird von den Multiplikatorinnen und Multiplikatoren als Garant dafür angesehen, dass Menschen in die Stadt kommen und ist somit auch für den Erfolg eines Aktionstages wesentlich mitverantwortlich.

Straßensperrungen werden von den Multiplikatorinnen und Multiplikatoren kontrovers beurteilt. In den Reihen der Umweltverbund-Orientierten werden sie zur Ergänzung der Pull-Maßnahmen als notwendige Push-Maßnahmen angesehen. In den Reihen der MIV-Orientierten werden diese Einschränkungen der individuellen Mobilität als negativ bewertet.

Die Notwendigkeit von Aktionen im Bereich Mobilität von Frauen wird von einem Großteil der Multiplikatorinnen und Multiplikatoren nicht gesehen, da kaum Problembewusstsein über die Mobilitätsbedürfnisse von Frauen besteht. Der Aktionstag hat dem Anliegen „Mobilität von Frauen“ höchstens in sehr begrenztem Umfang in der Weise genutzt, dass die spezifischen Mobilitätsbedürfnisse von Frauen überhaupt thematisiert worden sind. Nur vereinzelt wurde angegeben, dass durch Aktionen wie „Männer auf Frauenwegen“ Sensibilisierungseffekte auftreten könnten.

### *Wirksamkeit des Aktionstages*

Der Aktionstag hat aus Sicht der Multiplikatorinnen und Multiplikatoren eher eine kurzfristige symbolische Wirkung. Die Verkehrsmittelwahl der Einwohner wird nicht beeinflusst.

Damit er nach Auffassung der Multiplikatorinnen und Multiplikatoren eine Wirksamkeit entfalten kann, müsse vor allem der persönliche Nutzen des Umweltverbundes herausgestellt und weniger mit Umweltaspekten argumentiert werden. Ferner müsse der Tag in langfristige Konzepte eingebunden sein, einmalige Events hätten keine langfristige Wirkung.

### *Auswirkungen auf den Einzelhandel*

Nach der überwiegenden Meinung der Multiplikatorinnen und Multiplikatoren gehen weder positive noch negative Auswirkungen vom Aktionstag auf den Einzelhandel aus, speziell auch in den Reihen der Einzelhändler selbst wird dies so gesehen.

Positive Effekte hängen in starkem Maße vom Engagement des Einzelhandels für den Aktionstag ab.

#### *Schwierigkeiten bei der Vorbereitung des Aktionstages*

Probleme haben nach der Einschätzung der Multiplikatorinnen und Multiplikatoren in allen Städten existiert, allerdings waren sie unterschiedlich stark ausgeprägt.

Hauptsächlich lagen die Schwierigkeiten auf der Akteursebene, d.h. insbesondere in einer problematischen Abstimmung der Akteure untereinander und bei der Unterstützung seitens der Politik, der Stadtverwaltung und/oder des Einzelhandels.

Im Bereich der Ressourcen wurde die unangemessen kurze Vorbereitungszeit von den Multiplikatorinnen und Multiplikatoren hervorgehoben. Ferner sei die Öffentlichkeitsarbeit zu verbessern.

#### *Unterstützung*

Die Mehrheit der Multiplikatoren ist bereit, den Aktionstag zu unterstützen, obwohl sie nicht an seine Wirksamkeit glaubt.

Eine weitere große Gruppe, gerade auch viele Einzelhandelsvertreter, ist bisher noch unentschlossen, ob sie den Aktionstag unterstützen soll. Diese Unentschlossenheit sollte als Chance angesehen werden, durch geeignete Kommunikations- und Kooperationsstrategien diese Akteure für eine Teilnahme zu gewinnen, damit der Aktionstag von einer breiten Koalition unterschiedlicher Akteure getragen wird.

## 6. Gesamteinschätzung zum Aktionstag 2001

In diesem Kapitel wird, vor dem Hintergrund der in den vorangegangenen Kapiteln dargestellten differenzierten Einzelanalysen zum Verlauf des Aktionstages und zu seiner Rezeption in den Medien, bei den Besucherinnen und Besuchern der Innenstadt und bei den Multiplikatorinnen und Multiplikatoren, eine zusammenfassende Gesamteinschätzung des Aktionstages am 22. September 2001 für die untersuchten sechs Modellstädte in Nordrhein-Westfalen vorgenommen. Dabei werden sowohl die dabei gesammelten positiven als auch die negativen Erfahrungen gewürdigt.

### *Erwartungshaltungen an den symbolischen Aktionstag*

Von fast keiner Seite wird ernsthaft erwartet, dass der auf einen symbolischen Tag begrenzte Aktionszeitraum unmittelbar zu nachhaltig wirksamen Veränderungen des Verkehrsverhaltens über den Tag hinaus beitragen könnte. In der Multiplikatorenbefragung ist deutlich geworden, dass vor dem Hintergrund dieser Generaleinschätzung über die Wirksamkeit des Tages vier unterschiedliche Standpunkte in Bezug auf seine weitere Unterstützung eingenommen werden: Einige unterstützen den symbolischen Ansatz des Tages, einige erhoffen sich doch langfristige Effekte, vor allem wenn der Tag häufiger an jedem 22. September wiederholt wird, einige sind überzeugt, dass dieser Tag keine real messbaren positiven Effekte bringt und verweigern deshalb ihre Unterstützung und ein durchaus nennenswerter Teil ist in dieser Frage noch unentschlossen. Allerdings wird in der Berichterstattung der Medien und in der Multiplikatorenbefragung deutlich, dass am Aktionstag selbst mit einer deutlichen und sichtbaren Reduzierung des Autoverkehrs gerechnet worden ist.

Sowohl bei den Multiplikatoreninterviews als auch in der Medienanalyse schiebt sich aber ein anderes zentrales Erfolgskriterium in den Vordergrund: die Anzahl der Besucher, die den Aktionstag miterlebt hat. Generell besteht die Erwartungshaltung, dass sehr viele Besucher in die Innenstadt kommen werden und zwar gerade dann, wenn der Vorbereitungsaufwand für den Aktionstag sehr hoch war.

Gemessen an diesem Erfolgskriterium „Besucherzahl“ fallen vor allem die Bewertungen in den Klein- und Mittelstädten (Brühl, Rheinberg) recht positiv aus, wenn man Löhne wegen des schlechten Wetters (Dauerregen) als Sonderfall betrachtet. Offensichtlich gewinnt der Aktionstag bei dieser Stadtgröße den Charakter eines (Innen)Stadtfestes mit besonderer inhaltlicher Note, das geeignet ist, als professionell vorbereitetes Event größere Besucherzahlen aus der Stadt selbst und dem Umland in die Innenstadt zu locken. Ein solcher stadtfestartiger Aktionstag wird tendenziell dort auch vom lokalen Einzelhandel unterstützt, der sich von dem Aktionstag als Publikumsmagneten zusätzliche Kundenströme erwartet.

### *Das Motto des Aktionstages: „In die Stadt ohne mein Auto“*

Vor allem in der Medienanalyse und in der Multiplikatorenbefragung zeigte sich, dass mit dem Motto vielerorts die Erwartungshaltung verbunden wird, dass an diesem Tag in nennenswertem Umfang weniger Autoverkehr in die Stadt fahren würde. Bei einigen erweckte diese Vorstellung Vorfreude, bei anderen, insbesondere bei manchen Vertretern des Handels, eher Befürchtungen. Je größer die Erwartungshaltung an ein verändertes Verkehrsverhalten war, desto größer war auch die Enttäuschung, die sich einstellte, als sich zeigte, dass an diesem Tag der innenstadtbezogene Autoverkehr nicht entscheidend und spürbar zurückgegangen ist – dies wird besonders klar aus dem Vorher-Nachher-Vergleich der Medienberichterstattung.

Umgekehrt ist festzustellen, dass die öffentliche Reaktion in solchen Städten positiver ist, die nicht nur den Rahmen, den der Aktionstag für ihre lokalen Verhältnisse bietet, genutzt haben, sondern auch das Rahmen-Motto für ihre spezielle Stadt in einen positiven Slogan, der nicht explizit den Zungenschlag „ohne Auto“ hat, übersetzt haben wie z.B. „Rheinberg in Bewegung“.

### *Vorbereitungsphase*

In allen untersuchten Städten gelang eine ausreichende Vorbereitung des Aktionstages durch die Stadtverwaltung, obgleich es überall mehr oder wenig große Hemmnisse zu bewältigen gab. In einigen Städte, in denen der förmliche Ratsbeschluss zur Beteiligung relativ spät gefasst wurde, war die Vorbereitungszeit für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sehr kurz, so dass dadurch die erforderliche Kommunikationsarbeit mit den beteiligten lokalen Akteuren, insbesondere mit dem Handel, und der Programmumfang am Aktionstag selbst eingeschränkt waren. Es kommt also darauf an, die Vorbereitungsarbeiten für den Aktionstag so früh wie möglich aufzunehmen.

### *Der Standort Innenstadt am Aktionstag 2001*

Der insgesamt gelungene Verlauf, die teilweise beachtlichen Teilnehmerzahlen und vor allem die Analyse der von den befragten Passanten benutzten Verkehrsmittel, die eine stark umweltverbundorientierte Anreise belegt, machten deutlich, dass die Innenstadt grundsätzlich der richtige räumliche Bezugspunkt für den Aktionstag ist. Hier spielen sich auf eng konzentriertem Raum alle Themen und Konflikte ab, die von dem Aktionstag aufgegriffen und im Sinne einer umweltverträglicheren Mobilität gestaltet werden: die (Innen)Stadt als attraktiver Ort des Handels und bestimmter Freizeiteinrichtungen, der viele Menschen anzieht, die Aufenthalts- und Verweilqualität des innerstädtischen öffentlichen Raumes sowie seine Belastungen durch den fahrenden und ruhenden Autoverkehr.

Vor allem die Innenstädte von Klein- und Mittelstädten scheinen sich gut für den Ansatz des Aktionstages zu eignen, wie die positiven Erfahrungen in den drei untersuchten kleineren Städte (Brühl, Löhne, Rheinberg) deutlich machen. Im Vergleich zur City einer Großstadt haben diese eine noch überschaubare Problemkomplexität, in die der Aktionstag in Vorbereitung und Durchführung gut eingefügt und kommuniziert werden kann. Außerdem kann der Aktionstag in solchen Klein- und Mittelstädten besser den bereits erwähnten Erwartungshaltungen gerecht werden, weil es hier weniger Konkurrenzveranstaltungen gibt. Daher wiegen dort die vergleichsweise ungünstigen Mobilitätsvoraussetzungen (zersiedelte Raumstrukturen, hohe Motorisierung) nicht so schwer. Zudem können diese Nachteile durch eine gute Öffentlichkeitsarbeit weiter abgemildert werden. Für die zukünftige Handhabung des Aktionstages in Großstädten sollte eine Erweiterung des räumlichen Geltungsbereiches zusätzlich zur City auch auf die Stadtteilzentren, die in ihrer Maßstäblichkeit wohl so mancher klein- oder mittelstädtischen Innenstadt entsprechen, erprobt werden.

### *Öffentlichkeitsarbeit*

Eine intensive und professionelle Öffentlichkeitsarbeit ist für das Gelingen des Aktionstages unerlässlich, wie die Untersuchungsbefunde klarmachen. Ein deutlicher personeller und finanzieller Aufwand für die frühzeitige Öffentlichkeitsarbeit, insbesondere für die Zusammenarbeit mit den lokalen Medien, ist notwendig und gerechtfertigt. Aus der Medienanalyse, der Multiplikatoren- und der Passantenbefragung wird einhellig deutlich, dass es dabei vor allem auf die Printmedien und ganz besonders auf die Lokalpresse ankommt. Die Lokalzeitungen sind das entscheidende Kommunikationsmedium, durch das die Bevölkerung in der Vorbereitungsphase von dem geplanten Aktionstag erfährt und sich auf dieser Grundlage für eine eigene Beteiligung, einen persönlichen Innenstadtbesuch entscheiden kann. Auch kritische öffentlichkeitswirksame Diskussionen über den Sinn und die Konzeption des Aktionstages werden im redaktionellen Teil der Lokalzeitungen ausgetragen bzw. berichtend wiedergegeben. Dabei spielt es des Öfteren eine Rolle, inwiefern der Aktionstag dem innerstädtischen Einzelhandel nützt oder schadet und ob der Innenstadt-Einzelhandel den Aktionstag unterstützt oder ablehnt.

Zusätzlich zur Lokalpresse sind in Kleinstädten die Mund-zu-Mund-Propaganda und in Großstädten der Hörfunk ein wichtiges Informationsmedium im Vorfeld des Aktionstages. Offenbar hat sich der landesweit gesendete Radiospot des Umweltministeriums NRW vor allem für die Großstadtregionen wie den Großraum Köln oder das Ruhrgebiet mit den beiden Modellstädten Mülheim und Dortmund bezahlt gemacht.

Die kommunale Öffentlichkeitsarbeit hat sich für den Aktionstag 2001 vor allem auf die Vorbereitungs- und Werbephase konzentriert. Da die Presseauswertung aber deutlich macht, dass der Tenor der Presseberichterstattung in der Nachschau des Aktionstages weitaus kritischer ausfällt als in der Vorschau, ist der Schluss zu ziehen, dass der Pressebetreuung am

Aktionstag selbst und in der Kommunikationsphase in den ersten Tagen unmittelbar nach dem Aktionstag in Zukunft mehr Beachtung geschenkt werden sollte.

#### *Haltung des Einzelhandels zum Aktionstag 2001*

Die in den untersuchten Modellstädten mit dem Einzelhandel gemachten Erfahrungen bezüglich des Aktionstages sind sehr differenziert einzuschätzen, da sich die lokalen Verhältnisse sehr stark unterscheiden. Die regional aktiven Lobbyisten des Einzelhandels stehen dem Aktionstag insgesamt positiver gegenüber als die meisten lokalen Einzelhandelsvertreter, die den Aktionstag kritischer begleiten. Die Lokalpresse berichtet auch eher von kritischen Stimmen des örtlichen Innenstadt Einzelhandels und stellt den Handel tendenziell eher als „Bremsen“ des Aktionstages dar.

In Städten, in denen konkrete innenstadtbezogene Verkehrsberuhigungsmaßnahmen, wie zum Beispiel die Einrichtung einer Fußgängerzone, bereits seit längerem ein lokales Streitthema sind, denen der Innenstadthandel aus Sorge um etwaige Kaufkraftverluste durch die Auto-kundschaft sehr kritisch gegenübersteht, wird auch der Aktionstag 2001 vom Einzelhandel sehr kritisch bis ablehnend beurteilt. Allerdings geben ca. die Hälfte der Multiplikatoren, auch die aus dem Feld des (Innenstadt)Handels an, dass der Aktionstag nach ihrer Einschätzung generell kaum Auswirkungen und vor allem keine wesentlichen negativen Auswirkungen auf den Handel gehabt habe.

Andererseits gibt es auch positive Beispiele, insbesondere dort, wo es gelungen ist, Teile des Einzelhandels in die Vorbereitungen des Aktionstages mit einzubeziehen. Dort konnte eine Tolerierung des Aktionstages seitens des Einzelhandels erzielt werden, weil der Aktionstag genutzt wurde, um mit positiven Botschaften für die Innenstadt als Einkaufs- und Erlebnisort und ihrer guten Erreichbarkeit mit den Verkehrsmitteln des Umweltverbundes zu werben und der Aktionstag als Innenstadtfest verstanden wurde. Hierdurch konnten zusätzliche Besucher in die Innenstadt gelockt und damit auch Kundschaft für den innerstädtischen Einzelhandel angezogen werden. Dadurch konnte der Innenstadt-Einzelhandel die Erfahrung machen, dass sich der Aktionstag durchaus für ihn lohnen kann. Offenbar kommt es darauf an, den Einzelhandel mit dieser positiv-gestaltenden Interpretation des Aktionstages in einem partnerschaftlichen und frühzeitig angelegten Kommunikationskonzept für eine proaktive Unterstützung des Aktionstages durchaus im Sinne der ureigsten Handelsinteressen zu gewinnen. Einige Einzelhandelsvertreter haben jedenfalls in der Multiplikatorenbefragung zu erkennen gegeben, dass sie zukünftig durchaus an einer frühzeitigen Einbeziehung in die Planungen für den nächsten Aktionstag 2002 interessiert sind.

Vermutlich besteht die Chance, durch die Darstellung der ersten positiven Erfahrungen des Handels mit dem Aktionstag 2001 und bei einer frühzeitigen kooperativen Vorbereitungsarbeit mit dem Handel, in manchen Städten den Handel für die Zukunft zu einer stärkeren

Unterstützung des Aktionstages zu gewinnen. Auch in den 70er Jahren war der innerstädtische Einzelhandel zunächst vielerorts kritisch gegen die Einführung von innerstädtischen Fußgängerzonen als Einkaufsmeilen eingestellt, hat dann aber, nachdem die ersten sehr positiven Erfahrungen damit vorlagen, nicht nur relativ schnell seinen Widerstand gegen Fußgängerzonen aufgegeben, sondern in manchen Städten sogar die Einrichtung von Fußgängerzonen aktiv unterstützt oder sogar eingefordert.

#### *Ausgestaltung des Aktionstages*

Alle Untersuchungsbefunde belegen, dass es für ein Gelingen des Aktionstages, gemessen an der positiven Wahrnehmung der Besucherinnen und Besucher, der Medien und der Multiplikatoren, auf die richtige Mischung der thematischen Kernveranstaltungen zum Thema Verkehr und Umwelt bzw. Stadtqualität und des Rahmenprogramms wie Kinder- und Kulturprogramm bis hin zur Budengastronomie ankommt. Offenbar ist es richtig, das inhaltliche Anliegen des Aktionstages, für die umweltverträglicheren Verkehrsmittel und für eine höhere Stadtqualität zu werben, in einem positiven Rahmenprogramm zu verpacken, das den Aktionstag zu einem gelungenen Innenstadtfest gestaltet. Das Rahmenprogramm trägt mit dazu bei, Besucher und Besucherinnen in die Innenstadt zu locken, so dass sie dort den Aktionstag miterleben können.

Allerdings machen sowohl die Ergebnisse der Passantenbefragung als auch die Interviews mit den Multiplikatoren und Multiplikatorinnen deutlich, dass dabei das thematische Anliegen des Aktionstages nicht verloren gehen darf. Wer etwa von den befragten Innenstadtbesucherinnen und -besuchern nur das Rahmenprogramm wahrnimmt schätzt nämlich den Aktionstag deutlich schlechter ein, als diejenigen, die sowohl das Kernprogramm als auch die Begleitveranstaltungen wahrgenommen haben. Der Aktionstag sollte sich deshalb auch mit einer themennahen, mobilitätsorientierten Ausgestaltung seines Begleitprogramms, wie z.B. in Form von Laufwettbewerben oder Fahrradgeschicklichkeitstest, deutlich von den üblichen Innenstadtfesten unterscheiden.

Die Befragungsergebnisse zeigen ferner, dass es unter den Innenstadtbesuchern und -besucherinnen, durchaus auch bei den Autofahrerinnen und Autofahrern, ein erkennbares Problembewusstsein über das Spannungsverhältnis zwischen Autoverkehr und Umweltbelastungen bzw. Stadtqualität gibt. Die positive Vermittlung einer differenzierten multimodalen Verkehrsmittelwahl, z.B. über den Aktionstag greift diesen offensichtlich bestehenden Informations- und Auseinandersetzungsbedarf auf. Dabei ist der Informationsbedarf zu den verschiedenen Aspekten einer autonabhängigen Mobilitätsgestaltung z.B. zu den Bussen und Bahnen des ÖPNV oder zum lokalen Car-Sharing-Angebot besonders stark ausgeprägt bei den mittelalten (etwa 45 bis 65 Jahre) und den älteren Bevölkerungsgruppen (ab 65 Jahre).

Bei der Informationsvermittlung haben sich anstelle traditioneller, eher rezeptiver Vermittlungsformen wie Vorträgen oder Podiumsdiskussionen vor allem aktivierende Vermittlungsformen bewährt. Aktionen, bei denen die Menschen selbst etwas machen, erleben oder ausprobieren können kommen bei den Beteiligten und den Zuschauern gut an und werden von den Medien gerne aufgegriffen und mit positivem Tenor berichtet. Insgesamt kommen vor allem solche Aktionen und Angebote gut an, welche die Optionen zur individuellen Mobilitätsgestaltung erweitern.

Als Open-air-Veranstaltung im Herbst eines Jahres ist der Aktionstag in besonderem Maße auf gutes oder doch zumindest akzeptables Wetter angewiesen. Bei schlechtem Wetter wie am 22.9.2001 vor allem in Löhne, wo es den ganzen Tag regnete, oder am Abend in Köln ist das Risiko hoch, dass der ganze Aktionstag am mangelnden Besucherzuspruch leidet oder regelrecht „ins Wasser fällt“. Umgekehrt ist natürlich gutes Wetter kein Erfolgsgarant, sondern lediglich eine Voraussetzung, die das vorbereitete Veranstaltungsprogramm besser zum Tragen bringt.

### *Sperrung*

Der Aktionstag versteht sich selbst als eintägige symbolische Veranstaltung, die durch die Kraft des positiven Anschauungsfalles einer weniger vom Autoverkehr belasteten oder partiell völlig für den Autoverkehr gesperrten Innenstadt, sowie durch eine entsprechende Werbung für die Verkehrsmittel des Umweltverbundes, die Nutzung umweltverträglicherer Verkehrsmittel motivieren will.

Dieser Ansatz trifft bei allen Akteuren, befragten Passanten und Multiplikatoren wie auch bei den ausgewerteten Medienberichten, auf eine doppelte und durchaus widersprüchliche Ausgangshaltung: einerseits nutzen viele Menschen für ihre eigene Mobilität den privaten Pkw mehr oder weniger differenziert, und andererseits erleben sie als Anwohner oder Fußgänger die Folgeprobleme des massenhaften Autoverkehrs bewußt und kritisch. Vor diesem Hintergrund werden die geäußerten Einschätzungen zu den Straßensperrungen am Aktionstag durchaus verständlich.

Fünf der sechs untersuchten Modellstädte in NRW haben mehr oder weniger große Teile der (Innen)Stadt oder wichtige Straßenzüge am Aktionstag für den Autoverkehr gesperrt. Als Ergebnis der Mehrebenenanalyse (Dokumentation, Medienauswertung, Passantenbefragung, Multiplikatorenbefragung) ist festzuhalten, dass Sperrungen nicht generell abgelehnt oder begrüßt werden. Für die gewünschte positive Wahrnehmung der Sperrung kommt es sehr genau auf das wo und wie der Sperrung an. Wenn Sperrungen einleuchtend sind, werden sie von allen Beteiligten auch eher wohlwollend bewertet, als unplausible Sperrungen, die als verkehrspolitischer Selbstzweck oder ideologisch begründete sinnlose Schikane empfunden werden.

Die vorgenommenen Straßensperrungen wurden von den Umweltverbundnutzern teilweise gar nicht wahrgenommen, während sie von den MIV-Nutzern deutlich bemerkt wurden. Wie nicht anders zu erwarten, werden die Sperrungen von Innenstadtbesuchern, die mit dem Auto angereist sind, grundsätzlich kritischer beurteilt als von Passanten, die mit den Verkehrsmitteln des Umweltverbundes in die City gekommen sind. Gleichfalls werden Sperrungen von MIV-orientierten Multiplikatoren als unwichtig angesehen und von umweltverbundorientierten Multiplikatoren eher akzeptiert oder begrüßt.

Unter welchen Bedingungen genau eine Sperrung als plausibel angesehen wird, hängt von den Verhältnissen des lokalen Einzelfalles ab. Unter Berücksichtigung der kleinen untersuchten Fallzahl können die folgenden ersten qualitativen Hinweise gegeben werden:

- Bei dem gesperrten Bereich muss es sich um einen Straßenabschnitt, Platzbereich oder Teilgebiet handeln, bei dem die Sperrung einen unmittelbaren und sofort verstehbaren Entlastungseffekt mit sich bringt, weil dort der Autoverkehr und der innenstadtbezogene Fußgängerverkehr massiv und konflikthaft aufeinanderstoßen. Sperrungen von Straßenabschnitten in denen der Autoverkehr keine Probleme für den Fußgängerverkehr verursacht sind nicht als logisch vermittelbar.
- Die Sperrung muss unabhängig von dem einen Aktionstag auch im Fall einer langfristigen Anwendung schlüssig und sinnvoll sein, dann wird sie auch am Aktionstag selbst eher positiv beurteilt.
- Während der Sperrung muss in dem gesperrten Straßenraum etwas stattfinden, was die Benutzung der gesperrten Fahrbahn für den Fuß- und Radverkehr und für den Aufenthalt nahelegt und sinnvoll macht. Es muss ein deutlicher Qualitätsgewinn sichtbar und erlebbar werden. Wenn die Sperrung lediglich eine leere, auf den dann fehlenden Autoverkehr ausgerichtete Fahrbahnfläche zurücklässt, und der Straßenraum weder mit mobilen Elementen zeitlich befristet umgestaltet wird noch sozial belebt wird, wirkt die Sperrung für niemanden plausibel. Gerade die Passantenbefragung macht deutlich, dass zeitlich begrenzte Straßensperrungen für den Autoverkehr, um auf der gesperrten Fläche etwas anderes zu veranstalten, etwas Positives zu gestalten, zum Beispiel ein Stadtfest, eine Sportveranstaltung oder eine Demonstration, als etwas völlig normales und alltägliches durchaus akzeptiert werden.

### *Themenschwerpunkt Frauen und Mobilität*

Der Themenschwerpunkt Frauen und Mobilität hat bei der Realisierung und Rezeption des diesjährigen Aktionstages in den untersuchten nordrhein-westfälischen Modellstädten, insgesamt gesehen keine sehr große Rolle gespielt. Das Thema ist in den Städten nur vereinzelt aufgegriffen und gestaltet worden. Dementsprechend ist es von den befragten

Passantinnen und Passanten kaum wahrgenommen und in den Medien kaum berichtet worden. Auch bei den befragten Multiplikatorinnen und Multiplikatoren stieß dieser Aspekt kaum auf Resonanz. Geschlechtsdifferenzierende Auswertungen zeigen, dass die insgesamt geringe Wahrnehmung sowohl bei Männern wie auch bei Frauen festzustellen ist. Offenbar gibt es für dieses besondere Mobilitätsthema in weiten Kreisen der Bevölkerung, wie auch bei den Multiplikatoren, bisher noch ein nur sehr geringes Problembewußtsein. Immerhin kann festgestellt werden, dass der Aktionstag 2001 in seiner Breitenwirkung diesem Anliegen nicht geschadet hat.

In einigen Städten, hervorzuheben sind besonders Löhne und Brühl, wurde das Thema Mobilität von Frauen in Form öffentlichkeitswirksamer Aktionen gestaltet, die bei den direkt Beteiligten, bei den Zuschauerinnen und Zuschauern sowie in der Presse Aufmerksamkeit hervorriefen, Spaß machten und Beachtung fanden – „sie kamen gut rüber“. Diese positiven Erfahrungen können Mut machen, mit solchen inszenierten Aktionsformen, die sich von klassischen Kommunikationsformen wie Vorträgen oder Diskussionsformen deutlich abheben, in der Bevölkerung auch noch relativ unbekannte und schlecht verankerte Themen durchaus erfolgreich transportieren zu können, um so damit Aufmerksamkeit wecken und Problembewußtsein entwickeln zu können.

#### *Thema Fahrradverkehr*

Aktionen und Veranstaltungen zum Thema Radverkehr haben sowohl bei den lokalen Aktionen als auch in der Berichterstattung der Medien und in der Rezeption der Multiplikatoren eine unerwartet hohe Bedeutung gewonnen. Offenbar eignet sich das Verkehrsmittel Fahrrad in besonders guter Weise, um das Anliegen des Aktionstages zu transportieren. Einerseits ist das Fahrrad ein sehr individuelles, flexibles und im Stadtverkehr auch vergleichsweise schnelles Verkehrsmittel, das relativ preiswert und damit für weite Teile der Bevölkerung nutzbar ist; außerdem ist es ein sehr breitbandig nutzbares Verkehrsmittel: für jeden Geldbeutel, jeden Fahrradfahrertypus (Freizeitradler oder Alltagsradler, sportlicher oder gemüthlicher Fahrstil), jede Altersgruppe und jede technisch-ästhetische Vorliebe (Mountainbike, Hollandrad, Rennrad, Citybike usw.) finden sich inzwischen entsprechende Angebote.

Andererseits eignet sich das Rad in besonderer Weise für das Kommunikationsanliegen des Aktionstages, wie die vielen sehr unterschiedlichen Veranstaltungen zum Fahrrad deutlich machen: Geschicklichkeitsfahren für groß und klein, Informationen zum Fahrradkauf und Fahrradzubehör, mobile Fahrradwerkstätten für Wartung und Reparatur, Fahrradversteigerungen bis hin zu einem Fahrradklingelkonzert in Dortmund. Hinzu kommt das zunehmend positive Image, das das Fahrradfahren unter Gesundheits-, Freizeitgestaltungs- und Umweltgesichtspunkten zur Zeit in unserer Gesellschaft gewinnt.

### *Fazit*

In der Gesamtschau aller Untersuchungsergebnisse aus der Dokumentation des Aktionstages, der Medienanalyse, der Passanten- und der Multiplikatorenbefragung lässt sich bilanzieren, dass in keiner der untersuchten sechs nordrhein-westfälischen Modellstädte der Aktionstag fehlgeschlagen ist, sondern dass der Tag je nach den lokalen Verhältnissen einen mehr oder weniger guten Erfolg brachte.

Aus den vorliegenden und hier aufbereiteten Erfahrungen lassen sich wichtige Rückschlüsse ziehen, wie zukünftige Aktionstage erfolgreich als gewinnbringender Erlebnistag gestaltet werden können. Offen ist, ob sich der 22. September auf diese Weise mit der Zeit als alljährlicher Aktionstag für alle an seiner Vorbereitung und Durchführung beteiligten Akteure und für die Stadtbevölkerung als feste Einrichtung einprägt und etabliert und inwieweit dieses soziale Experiment dann dazu beiträgt eine nachhaltige Verkehrsentwicklung zu unterstützen.

## **7. Empfehlungen für zukünftige Aktionstage**

Auf der Grundlage der Ergebnisse der Begleitforschung zum Aktionstag 2001 in den sechs untersuchten nordrhein-westfälischen Modellstädten werden im Folgenden einerseits Empfehlungen an die Kommunen für die zukünftige Gestaltung des Aktionstages „In die Stadt - ohne mein Auto!“ und andererseits Empfehlungen an das Land Nordrhein-Westfalen für den strategischen Umgang mit dem Aktionstag gegeben. Selbstverständlich müssen diese generellen Empfehlungen bei der örtlich-konkreten Vorbereitung eines neuen Aktionstages jeweils an die lokalen Bedingungen angepasst werden.

### **7.1 Empfehlungen an die Kommunen**

#### **Realistische Erwartungshaltungen**

Nach den Befunden der Begleitforschung zum Aktionstag 2001 können von einem einzelnen Aktionstag als einmalige kommunale Veranstaltung zum Thema „Stadtverträgliche Verkehrsgestaltung“ und als eintägige Sonderaktion „In die Stadt - ohne mein Auto!“ in der bisher von den meisten Städten praktizierten Form keine kurzfristig sichtbaren durchgreifenden Veränderungen im Verkehrsverhalten der Innenstadtbesucher erwartet werden. Von der bisherigen Kombination aus eher moderaten Sperrungen, einem überschaubaren Mobilitätsprogramm und einem stadtfestartigem Unterhaltungsprogramm kann weder am Aktionstag selbst noch direkt danach eine signifikante Minderung des MIV-Aufkommens erwartet werden. In den meisten untersuchten Modellstädten entsprechen die erhobenen modal-split-Werte der Innenstadtbesucher denen eines durchschnittlichen Einkaufssamstages.

Soweit sich Erwartungen, insbesondere bei der Lokalpresse, auf ein stärker umweltverbundorientiertes Verkehrsverhalten der Innenstadtbesucher gerichtet hatten, wurden diese im Großen und Ganzen nicht erfüllt, so dass die Medien in der Rückschau recht kritisch über den Aktionstag berichtet haben und deshalb auch eine Reihe von Multiplikatoren eine kritische Haltung zum Aktionstag 2001 eingenommen hat. Würde man also zukünftig solche Erwartungen mit dem Aktionstag verknüpfen, wären Misserfolge und Enttäuschungen vorprogrammiert.

Wenn vorerst davon auszugehen ist, dass in den meisten Städten sich bei zukünftigen Aktionstagen keine kommunalpolitischen Mehrheit für eine großflächige Sperrung der Innenstadt für den motorisierten Individualverkehr finden wird, dann werden auch nicht wesentlich weniger Autos in der Stadt unterwegs sein als bisher. Unter dieser Voraussetzung wird empfohlen, den Aktionstag in Zukunft nicht mit einem solchen auf kurzfristige Verhaltensänderungen orientierten Selbstverständnis fortzuführen und dies auch öffentlichkeitswirksam zu kommunizieren. Damit sollen falsche Erwartungen verhindert und Enttäuschungen vermieden werden.

### **Das Selbstverständnis des Aktionstages**

Demgegenüber gibt es nach den Erfahrungen des Jahres 2001 in den sechs untersuchten nordrhein-westfälischen Modellstädten eine Reihe von Hinweisen, die darauf hindeuten, dass der Aktionstag durchaus einen Beitrag leisten kann, zur Entwicklung eines stärker umweltverbundorientierten verkehrspolitischen Meinungsklimas bei der Stadtbevölkerung, den kommunalen Entscheidungsträgern und in der lokalen öffentlichen Meinung.

Folgt man diesen Befunden, so gibt es offenbar Chancen, den Aktionstag zu einem Instrument der verkehrspolitischen kommunalen Öffentlichkeitsarbeit und Bewusstseinsbildung zu Gunsten der autounabhängigen Mobilität und der Verkehrsmittel des Umweltverbundes an Stelle des Automobils und des motorisierten Individualverkehrs zu entwickeln.

Offen ist allerdings, ob der Aktionstag, wie andere Symboltage auch, eher den Charakter eines einmal im Jahr stattfindenden, insgesamt relativ folgenlosen Symboltages gewinnen wird, oder ob er auf Dauer dazu beitragen kann das verkehrspolitische Meinungsklima in einer Stadt im umweltverbundorientierten Sinne mitzuprägen. Der Aktionstag, der in Deutschland überhaupt erst zum zweiten Mal durchgeführt wurde, ist noch zu jung und zu wenig erprobt, um bereits heute diese Frage sicher beantworten zu können.

Darum wird empfohlen, den Aktionstag vorläufig als festen und regelmäßig wiederkehrenden Bestandteil einer auf Kontinuität angelegten kommunalen Öffentlichkeitsarbeit für auto-unabhängige Mobilität und für den Umweltverbund auch in Zukunft fortzuführen und die Optimierungspotenziale zu nutzen, die aus den Ergebnissen der nordrhein-westfälischen Begleitforschung zum Aktionstag 2001 erkennbar sind.

Am Aktionstag sollte als „Tag der kommunalen Verkehrspolitik für autounabhängige Mobilität“ öffentlich und kritisch Bilanz über das kommunale verkehrspolitische Geschehen des zuvor vergangenen Jahres gezogen werden. Es sollte diskutiert werden, was die Kommune in diesem Zeitraum bereits für die Verkehrsmittel des Umweltverbundes erreicht hat und was in der Zukunft noch zu tun bleibt.

Der Aktionstag kann mit diesem Selbstverständnis einen Kristallisationskern einer auf langfristige Einstellungs- und Verhaltensänderungen angelegten kommunalen Öffentlichkeitsarbeit für die autounabhängige Mobilität bilden. So verstanden könnte der Aktionstag am 22. September auch Auftakt, Höhepunkt oder Abschluss einer auf einen längeren Zeitraum ausgerichteten Kampagne der Öffentlichkeitsarbeit sein.

### **Ein kommunaler Tag im europäischen Kontext**

Der alljährlich am 22. September durchgeführte Aktionstag ist bisher angelegt als ein an der lokalen Basis, also in den teilnehmenden Kommunen in Europa gestalteter, feststehender Tag, an dem sie ihre umweltverbundorientierte Stadtverkehrsplanung in den Mittelpunkt stellen. Dieser Aktionstag wird von den übergeordneten Handlungsebenen (Europäische Union, Bund und Länder) ideell und materiell mehr oder weniger stark unterstützt.

Die Vielzahl der im Jahr 2001 in Nordrhein-Westfalen und in ganz Deutschland beteiligten Kommunen unterschiedlichster Größe sowie verschiedenster raumstruktureller und verkehrspolitischer Ausgangsbedingungen, die Vielfalt der erfolgreich durchgeführten Aktionen und die insgesamt doch überwiegend wohlwollende öffentliche Resonanz bestätigen dieses Grundkonzept. Gerade für die kleineren und mittleren Städte scheint auch die Einbindung der eigenen Aktivitäten in ein Städtenetzwerk, das deutschland- und europaweit die unterschiedlichsten lokalen Aktivitäten und Ansätze am Fixpunkt eines regelmäßig wiederkehrenden Tages unter einem Motto auf ein Ziel bündelt, eine wichtige Motivation für das eigene lokale Engagement zu sein.

Daher wird empfohlen, auch in Zukunft an diesem Grundkonzept der Einbindung in ein nationales und europäisches Netzwerk festzuhalten. Ohnehin sind viele Städte mit Partnerstädten in verschiedenen europäischen Ländern freundschaftlich verbunden. Diese Städtepartnerschaften sollten auch als Chance für eine gemeinsame Gestaltung des Aktionstages genutzt werden.

### **Das feststehende Datum 22. September als Rahmenbedingung**

Im europäischen Kontext findet der Aktionstag alljährlich am 22. September statt und orientiert sich auf den Verkehr in der Stadt, speziell in der Innenstadt. Die Qualität der Stadt als urbaner Erlebnisraum unter freiem Himmel soll an diesem Tag durch entsprechende Aktionen und weniger Belastungen durch den motorisierten Individualverkehr sichtbar und erlebbar gemacht werden; dazu sollen auch Teile der Innenstadt für den Kraftfahrzeugverkehr gesperrt werden. Die Ergebnisse der Begleitforschung bestätigen diesen Ansatz insgesamt, aber machen auch deutlich, dass damit bestimmte Konsequenzen verbunden sind, auf die sich die lokale Tageskonzeption als unbeeinflussbare Rahmenbedingungen einzustellen hat.

Zunächst führt der auf das Datum 22. September festgelegte Aktionstermin dazu, dass der Aktionstag immer an einem anderen Wochentag stattfindet. Der 22.9.2001 fiel beispielweise auf einen Samstag, einen traditionellen Einkaufstag, so dass sich als Schwerpunktthema für die innenstadtbezogene Veranstaltung und die entsprechenden innenstadtbezogenen Verkehre automatisch das Thema „Einkaufsverkehr“ und die Auseinandersetzung mit dem lokalen Einzelhandel um das Anliegen des Aktionstages stellte.

Der 22. September 2002 ist ein Sonntag. Darum bietet sich als Schwerpunktthema für diesen Tag das Thema „Die Innenstadt als Freizeitort und urbaner Erlebnisraum“ an. Weil sonntags die Geschäfte in der Innenstadt geschlossen sind, ist an diesem Tag grundsätzlich mit geringeren Vorbehalten und Widerständen des innerstädtischen Einzelhandels gegen auto-kritische Aktionen und Straßensperrungen zu rechnen.

Der 22.9.2002 ist außerdem der Termin für die nächste Bundestagswahl in Deutschland. Zunächst ergibt sich daraus auf der praktischen Ebene der Mobilitätssicherung die Aufgabe, die Erreichbarkeit der innerstädtischen Wahllokale für die gesamte in der Innenstadt wohnende Wahlbevölkerung sicherzustellen. Wenngleich die Abgrenzung der Wahlbezirke auf eine fußläufige Erreichbarkeit der Wahllokale ausgerichtet ist, so müssen dennoch Anforderungen beachtet werden, die sich auf die Sicherung der Wahlmöglichkeit von mobilitätsbehinderten Personen ergeben. Um die Rechtsstaatlichkeit des Wahlverfahrens zu gewährleisten und eine Anfechtung der Wahlergebnisse zu vermeiden, wird empfohlen, bei Sperrungen von Straßenzügen eine Anfahrbarkeit der Wahllokale mit Kraftfahrzeugen sicherzustellen.

Darüber hinaus ist davon auszugehen, dass die Endphase des Wahlkampfes und der eigentliche Wahltag 22. September 2002 die verkehrspolitische Öffentlichkeitsarbeit des Aktionstages stark prägen und wahrscheinlich die Berichterstattung rund um den Aktionstag weitgehend überlagern werden, wie dies beim Aktionstag 2001 durch die Terroranschläge des 11. September 2001 festzustellen war. Dieser Zusammenhang muss bereits bei der Planung des Aktionstages 2002 und der zugehörigen Öffentlichkeitsarbeit bedacht werden. Möglicherweise gelingt es, den Aktionstag 2002 aus dem Schatten der Bundestagswahl zu lösen, wenn er offensiv unter das Motto „Wählen gehen!“ gestellt wird und damit ganz bewusst der Gang zum Wahllokal zu einem wichtigen Thema des Aktionstages gemacht wird.

Außerdem wird empfohlen, von vornherein auch ein Schlechtwetterprogramm vorzubereiten, da in Deutschland am 22. September üblicherweise auch mit einer regennassen, herbstlich-kühlen Witterung gerechnet werden muss. Dazu können beispielsweise überdachte Freizeit- und Kultureinrichtungen in der City in das Aktionsprogramm einbezogen werden, die Eigenschaften der Öffentlichen Verkehrsmittel einschließlich der Bahnhöfe und Haltestellen als Witterungsschutz aktiv vermarktet werden, stationäre und mobile Überdachungselemente in ein städtisches Erlebnisraumkonzept eingebunden werden oder das Thema witterungsgerechte Ausrüstungselemente für das zu Fuß gehen und Fahrradfahren aktiv ausgestaltet werden.

### **Die Innenstadt als Bezugsraum**

Die Innenstadt wird weiterhin als der richtige konzeptionelle Bezugsraum des Aktionstages empfohlen, denn sie ist integrierter Ort für Einkauf, Freizeit und Stadterlebnis und als imageprägender Symbolraum der wichtigste Bezugspunkt jeder Stadt. Viele Menschen besuchen die Innenstadt für Stadtfeste aller Art und die Innenstadt ist meistens sehr gut mit den Verkehrsmitteln des Umweltverbundes, speziell mit Bussen und Bahnen zu erreichen. Außerdem werden in dort die Ansprüche an die städtische Aufenthaltsqualität und die Beeinträchtigungen durch den Autoverkehr auf engstem Raum im Alltag sehr deutlich sichtbar, so dass der Aktionstag dazu ein außergewöhnliches, gut sichtbares Zeichen als Alternative für ein positives Stadterlebnis setzen kann. Insofern wird empfohlen, die Fokussierung auf die Innenstadt als Aktionsraum grundsätzlich beizubehalten.

Zusätzlich wird empfohlen nicht nur die Innenstadt als unmittelbaren Aktionsraum anzusehen, sondern auch die Wege in die Innenstadt zu Fuß, mit dem Rad oder die Anfahrt mit Bussen und Bahnen in den Aktionsansatz mit einzubeziehen.

Um die Qualitätsgewinne eines zeitweilig autoreduzierten bis autofreien Wohnumfeldes für die Wohnbevölkerung sichtbar zu machen, wird außerdem empfohlen, in dafür geeigneten lokalen Situationen den innerstädtischen Aktionsraum auf bestehende direkt an die Innenstadt angrenzende Wohngebiete auszuweiten.

Speziell für Großstädte wird zusätzlich empfohlen, das Aktionskonzept auch für größere Stadtteilzentren im Sinne eines Stadtbezirksmarketings durchzuführen, weil sie einerseits in ihrer Bedeutung so manchem Stadtzentrum einer Kleinstadt gleich kommen und sie andererseits in Gefahr laufen, im Konkurrenzkampf zwischen den Standorten „City“ und „Grüne Wiese“ ins Abseits zu geraten oder gänzlich aufgegeben zu werden.

### **Der Aktionstag als Stadtfest der autounabhängigen Mobilität und des Stadterlebnisses**

Der europaweite Aktionstag am 22. September steht für alle teilnehmenden Kommunen einerseits unter dem einheitlichen und verbindenden Motto „In die Stadt - ohne mein Auto!“. Er lässt aber andererseits entsprechend seines Selbstverständnisses als Basisaktion der Kommunen jeder teilnehmenden Stadt genug Spielraum, dieses Rahmenmotto auf eigene Weise zu konkretisieren.

Es wird empfohlen, den Aktionstag als „Stadtfest der autounabhängigen Mobilität und des Stadterlebnisses“ anzulegen. Dazu sollte der Aktionstag mit lokal spezifischen Inhalten konkretisiert werden; er sollte gewissermaßen von der europäischen Ebene in die lokalen Bezugssysteme übersetzt werden. Außerdem sollte der Aktionstag nicht mit negativen Kommunikationsbotschaften des Typs „Ohne Auto“, „Verzicht“ oder „Sperrung“, sondern mit positiven Inhalten wie „Gewinn für Aufenthaltsqualität und Stadterlebnis“ oder „Vorteile

der autounabhängigen Mobilität“ mit Leben gefüllt werden. Die Spielräume, die der europaweite Aktionstag für positiv kommunizierbare, stadtspezifische Interpretationen bietet, sollten offensiv genutzt werden.

Es wird empfohlen, in erster Linie sehr wohl themenfeldbezogene Veranstaltungen und Aktionen, welche die Folgeprobleme des Autoverkehrs für die Stadt- und Umweltqualität thematisieren, und die verschiedenartigen individuellen und kollektiven Gewinne, die aus einer autounabhängigen Mobilität erwachsen, in den Mittelpunkt des Aktionstages zu stellen.

Es kommt darauf an, den Aktionstag als eindeutig identifizierbaren kommunalen „Tag der autounabhängigen Mobilität und des Stadterlebnisses“ zu gestalten und dazu durchaus als ansprechendes Stadtfest „zu verpacken“. Allerdings sollte diese „Verpackung“ auch einen thematischen Bezug zum Inhalt haben und ihn nicht dominieren, so dass der Aktionstag nicht in der Vielzahl irgendwelcher (Innen)Stadtfeste untergeht, sondern seinen spezifischen Themenansatz vermitteln kann.

Dies ist ganz besonders wichtig für Großstädte, wo sich der Aktionstag von einer Vielzahl anderer Stadtfeste abheben muss. Speziell für Klein- und Mittelstädte gibt es gute Chancen, ein aktives Stadtmarketing mit dem Konzept des Aktionstages zu verbinden, an dem Aktionstag viele Menschen in die Innenstadt zu locken und sie mit den verschiedenen Veranstaltungen erfolgreich anzusprechen.

### **Plausible Straßensperrungen**

Straßensperrungen für den motorisierten Individualverkehr sind an dem Aktionstag das zentrale öffentlichkeitswirksame Aktionselement. Sie vermitteln einen physisch-konkreten und sinnlich erlebbaren Eindruck der möglichen Gewinne für die Stadtqualität durch eine autounabhängig organisierte Mobilität und durch weniger Autoverkehr in der Stadt. Deshalb wird empfohlen, auch zukünftig plausible Straßensperrungen durchzuführen.

Allerdings wird empfohlen, die Diskussion um Straßensperrungen zukünftig weniger um das „Ob“ zu führen, sondern stärker auf das „Wie“ einer möglichen Straßensperrung, auf ihre stimmige Inszenierung zu achten. Richtig eingesetzte und positiv kommunizierte Straßensperrungen finden durchaus öffentliche Zustimmung und werden nicht als unplausibel und anti-auto-ideologischer Selbstzweck bewertet.

Wann eine Sperrung als plausibel akzeptiert wird, hängt von den lokalen Bedingungen des Einzelfalles ab. Mit heutigem Wissen können drei Kriterien genannt werden:

- Sperrungen müssen an einem verkehrlich neuralgischen Punkt ansetzen, wo Gewinne für den Umweltverbund und die Aufenthalts- und Stadtqualität durch Sperrungen für den Kfz-Verkehr unmittelbar sichtbar werden.
- Sperrungen müssen prinzipiell über den Aktionstag hinaus sinnvoll sein, auch wenn sie nur für den Aktionstag durchgeführt werden.
- Während der Sperrungen muss in dem gesamten Straßenraum etwas Positives und etwas Gestaltetes stattfinden, was den Sinn der Sperrung verständlich macht.

Ob es für den kommunikativen Erfolg von Straßensperrungen eher auf die strategische Bedeutung auch relativ kurzer Straßenabschnitte (wie in Löhne) ankommt oder eher auf einen möglichst großen und flächenhaften Ansatz (wie in Rheinberg), kann mit den vorliegenden Erfahrungen noch nicht abschließend beurteilt werden.

### **Themenzentriertes Mobilitätsprogramm**

Es wird empfohlen, die Straßensperrung als Kernelement des Aktionstages durch ein mobilitätsspezifisches Begleitprogramm zu ergänzen, bei dem das Gehen, Radfahren und das Fahren mit Bussen und Bahnen, bzw. auf die verschiedenen Verkehrsmittel für eine auto-unabhängige Mobilität eingegangen wird.

Für alle Unternehmen, die Produkte und Dienstleistungen für eine autounabhängige Mobilität anbieten, ist der Aktionstag eine gute Möglichkeit, in der ganzen Innenstadt als eintägige, kostenlose „Freiluftmesse“ über ihre Geschäftsfelder zu informieren und mit geeigneten Sonderangeboten ihre potenzielle Kundschaft zu umwerben. Dies gilt für Fahrradgeschäfte genauso wie für Car-Sharing-Unternehmen, aber ganz besonders für die lokalen Nahverkehrsunternehmen und Verkehrsverbünde. Sie haben die Chance, an diesem Tag mit einem vorbildlichen Geschäftsauftritt, also mit überzeugenden, alltagstauglichen Produkten und speziellen Werbe- und Schnupperangeboten, die Anreize zum Ausprobieren geben, nicht nur ihr öffentlich wahrgenommenes Image zu verbessern, sondern auch neue Kunden an ihre Produkte heranzuführen und für das Fahren mit Bussen und Bahnen zu gewinnen. Insofern sind die ÖPNV-Unternehmen sehr wichtige Verbündete mit einem erheblichen zielkonformen Eigeninteresse bei der Gestaltung des Aktionstages. Sie sollten deshalb frühzeitig in seine Vorbereitung einbezogen werden.

Beim Aktionstag 2001 wurden in vielen Städten unterschiedlichste Fahrradaktionen wie Sternfahrten, Radtouren, Geschicklichkeitswettbewerbe, Fahrradreparaturservice oder Fahrradversteigerungen mit gutem Erfolg durchgeführt. Wegen der sehr positiven öffentlichen Resonanz auf die Angebote zum Thema Fahrradfahren wird für zukünftige

Aktionstage empfohlen, die Bedeutung des Fahrrades als alltagstaugliches und im Sinne der Wellness-Bewegung auch durchaus modernes Stadtverkehrsmittel mit positiv besetztem öffentlichem Image stärker herauszustellen. Im Bereich des Fußverkehrs wären zum Beispiel geführte Stadtpaziergänge, Volksläufe auf Kurz- und Mittelstrecken in der Innenstadt oder auch große Marathonveranstaltungen wie der Köln-Marathon denkbar.

Themenferne Begleitveranstaltungen, wie Kultur- und Musikveranstaltungen, spezielle Kinderangebote oder die übliche Kleingastronomie, die dazu dienen, den Aktionstag sichtbar und lebendig zu machen und viele Menschen für diesen Tag in die Innenstadt zu locken, können das mobilitätsbezogene Programm zu einem kompletten und attraktiven „Stadt- und Mobilitätsevent-Paket“ abrunden.

### **Aktivierende Aktionsformen**

Als wichtiger Befund des aktionsbezogenen Benchmarkings aus der Begleitforschung zum Aktionstag 2001 kann für zukünftige Aktionstage empfohlen werden, weniger auf klassische, eher rezeptiv angelegte Vermittlungsformen wie Vorträge und Podiumsdiskussionen zu setzen. Informationsstände lassen zumindest teilweise eine aktive und auswählende Benutzung durch die Interessierten zu.

Besonders günstig ist es, aktivierende Formen anzubieten, also Mitmachveranstaltungen aller Art, bei denen interessierten InnenstadtbesucherInnen selbst etwas machen, beitragen oder ausprobieren können. Besonders günstig sind spielerische oder wettbewerbsorientierte Mitmachaktionen. Solche Aktionen kommen gut an, weil sie die gesamte Person ansprechen und ihre verschiedenartigen Sinneszugänge nutzen und weil sie im Sinne eines „learning-by-doing“ ihre primären, intrinsisch gesteuerten Erkenntnis- und Lerninteressen aufgreifen und ihnen selbstgesteuerte neue „Selbst-Erfahrungen“ erlauben. Je besser die Veranstaltungen mit positiven Konnotationen belegt sind, also interessant und lebendig sind und einfach Spass machen, desto besser kommen sie sowohl bei den mitmachenden Menschen an als auch bei den darüber berichtenden Medien.

### **Frühzeitige und kooperative Vorbereitung des Aktionstages**

Wenn der Aktionstag in Zukunft vor allem dazu dienen soll, auf kommunaler Ebene eingebettet in eine entsprechende dauerhaft angelegte verkehrs- und umweltbezogene Öffentlichkeitsarbeit, ein umweltverbundorientiertes Verkehrsbewusstsein und Meinungsklima zu stärken, dann ist es auch schlüssig, die Trägerschaft des Tages weiterhin bei der kontinuierlich damit befassten Stadtverwaltung, z.B. bei der Stadt- und Verkehrsplanung, den kommunalen Umweltämtern oder den lokalen Agenda 21-Büros anzusiedeln. Sie muss dafür

von der Stadtpolitik einen entsprechenden strategischen Handlungsauftrag und operative Handlungsressourcen erhalten.

Nach den vorliegenden Erfahrungen wird empfohlen, mit den kommunalen Vorbereitungen für den Aktionstag am 22. September auf der Seite der Stadtverwaltung spätestens zum Jahresanfang zu beginnen, um eine angemessene Vorbereitungszeit zu haben. Besonders wichtig ist ein frühzeitiger Grundsatzbeschluss zur kommunalen Beteiligung im Gemeinde- oder Stadtrat.

Der Ansatz vieler nordrhein-westfälischer Städte, projektbezogen und frühzeitig ein breites Bündnis zur Vorbereitung und Durchführung des Aktionstages zu bilden, hat sich grundsätzlich bewährt und kann weiterempfohlen werden. In einem solchen Aktionsbündnis, einer „Public-Private-Partnership“ zur Vorbereitung des Aktionstages können unter Federführung der Stadtverwaltung, als „Public-Private-Partnership in Public Leadership“, alle in der Kommune verkehrspolitisch für den Umweltverbund engagierten Initiativen, Organisationen und Verkehrsunternehmen erfolgreich zusammenwirken, um den Aktionstag gemeinsam zu gestalten. Auf diese Weise wirkt die Vorbereitungsphase und die Durchführung des Aktionstages wie ein informeller Partizipationsprozess für eine umweltorientierte Verkehrspolitik auf kommunaler Ebene. Besonders in Klein- und Mittelstädten mit einem relativ überschaubaren Netzwerk aus Politik, Verwaltung, Vereinen und Initiativen sind die Erfolgsaussichten für diesen Ansatz günstig.

Mit diesem dialogorientierten Vorbereitungsansatz empfiehlt es sich auch, aktiv auf die Vertreter des örtlichen innerstädtischen Einzelhandels zuzugehen, um sie zur Unterstützung des Aktionstages zu gewinnen. Gerade für den kommenden Aktionstag am 22.9.2002, der auf einen Sonntag fällt, gibt es gute Chancen, den Tag weniger im Konflikt sondern im Konsens mit dem Handel vorbereiten zu können.

### **Breite Zielgruppenansprache**

Bei der Vorbereitung des Aktionstages empfiehlt es sich, sehr genau das Verhältnis zwischen breitenwirksam gestreuter und auf bestimmte Zielgruppen orientierter Ansprache zu planen. In kleineren und mittleren Städten wird es vermutlich schon wegen der geringeren Einwohner- bzw. Besucherzahl, die für diesen Aktionstag angesprochen werden kann, vor allem auf eine breitenwirksame Kommunikationsstrategie ankommen. In Großstädten besteht demgegenüber wegen der größeren Grundgesamtheiten eher die Chance, durch eine zielgruppendifferenzierte Kommunikationsstrategie nennenswerte Anteile bestimmter Bevölkerungsgruppen gezielt ansprechen zu können.

Generell bietet der Aktionstag eine gute Gelegenheit, sehr viele und ganz unterschiedliche Stadtbewohnerinnen und -bewohner bzw. Innenstadtbesucher und Innenstadtbesucherinnen für sein thematisches Anliegen erfolgreich anzusprechen. Darum wird empfohlen, bei seiner konkreten Konzeption darauf zu achten, dass durch das lokale Motto, die Form der Kommunikation und die geplanten Aktionen nicht unüberlegt einen nennenswerten Anteil des potenziell erreichbaren Publikums von vorneherein ausgeschlossen wird.

Beispielsweise können sich gerade Autofahrerinnen und Autofahrer, die ja mit dem Aktionstag bewusst angesprochen und für ein umweltverbundorientierteres Verkehrsverhalten umworben werden sollen, durch eine betont autokritische Kommunikationsstrategie ausgegrenzt und verprellt fühlen. Problemsensibilisierte Autofahrer und Autofahrerinnen können möglicherweise mit innovativen umweltorientierten Automobilkonzepten wie z.B. das automobiltechnische Konzept des so genannten 3-Liter-Autos oder das Car-Sharing als zum individuellen Pkw-Besitz alternatives öffentliches Automobilnutzungskonzept eher angesprochen werden.

Durch eine zu kinder- und familienorientierte Anlage werden möglicherweise kinderlose Menschen vom Besuch dieses „Kinderjahrmarktes“ abgehalten oder durch ein zu sportlich angelegtes Tagesprogramm mit Laufveranstaltungen oder Fahrradaktionen fühlen sich unter Umständen viele ältere Menschen nicht mehr angesprochen. Genauso sprechen bestimmte Kommunikationsmedien im Vorfeld des Aktionstages wie z.B. die Lokalpresse, das Radio oder das Internet unterschiedliche Zielgruppen ganz unterschiedlich erfolgreich an. Da sich aus den vorliegenden Erfahrungen nicht pauschal ableiten lässt, welche Zielgruppen für den Aktionstag angesprochen werden sollten, kann insoweit auch nur empfohlen werden, für die lokale Planung des Aktionstages diese Frage sehr genau zu bedenken und bewusst zu planen.

Schließlich wird auch empfohlen, dass der Aktionstag als breitenwirksame Veranstaltung als Gelegenheit genutzt wird, ganz gezielt in der Öffentlichkeit noch zu wenig beachtete Aspekte aus dem großen Spektrum einer umwelt- und stadtverträglicheren Mobilitätsgestaltung, vermeintlichen „Nischenthemen“, größere Aufmerksamkeit zu verschaffen.

### **Öffentlichkeitsarbeit zum Aktionstag und Umgang mit den Medien**

Weil empfohlen wird, den Aktionstag als Instrument der kommunalen Öffentlichkeitsarbeit für die autounabhängige Mobilität im Umweltverbund und für mehr Stadtqualität zu nutzen, kommt einer frühzeitigen, intensiven und professionell geplanten Öffentlichkeitsarbeit, die sich als Kampagne um den Aktionstag rankt, eine zentrale Bedeutung zu.

Für die praktische Durchführung wird der kommunalen Öffentlichkeitsarbeit empfohlen, die Medien und zwar vor allem die Lokalpresse kontinuierlich und professionell zu betreuen.

Durch ihre redaktionelle Berichterstattung ist sie im Vorfeld das wichtigste Kommunikationsmedium, um in der Stadtöffentlichkeit auf den Aktionstag aufmerksam zu machen und für ihn zu werben. Darum ist im Vorfeld eine als kontinuierliche Kampagne durchdachte Medienarbeit mit Pressekonferenzen und Pressemitteilungen unerlässlich. Dabei kommt es besonders darauf an, der Presse ein realistisches Bild von der Funktion des Aktionstages als „Kommunaler Tag des umweltverträglichen Stadtverkehrs“ zu vermitteln und überzogenen Erwartungen an die Effekte des Aktionstages zu verhindern. Wenn von den Journalistinnen und Journalisten massenhafte Umsteigeeffekte vom Auto auf den Umweltverbund zwar erwartet, aber am Aktionstag als nicht erfüllt erlebt werden, dann kippt ihre ursprüngliche Offenheit um in eine sehr kritische bis negative Berichterstattung.

Unmittelbar am Aktionstag ist eine professionelle Pressebetreuung erforderlich, die nochmals über die Ziele und Hintergründe des Aktionstages aufklärt und die Reporter individuell betreut und mit Führungen zu den Aktionen informiert.

## **7.2 Empfehlungen an das Land Nordrhein-Westfalen**

Das Land sollte die Kommunen in Nordrhein-Westfalen ermutigen, sich mit dem hier skizzierten Selbstverständnis am nächsten Aktionstag am 22. September 2002 neu oder erneut zu beteiligen, so dass die Anzahl der aktiven Kommunen wächst. Das Land kann für die Kommunen vor allem motivierend und koordinierend wirken.

Es wird empfohlen, dass die nordrhein-westfälische Landespolitik die Kommunen wie bisher auch in Zukunft ideell und materiell bei der Vorbereitung, Durchführung und Evaluation des Aktionstages unterstützt. Im einzelnen sollte das Land:

- den Erfahrungsaustausch zum bisherigen Verlauf des Aktionstages und die Planung der Kommunen für die zukünftigen Aktionstage durch eine geeignete landesweite Netzwerkbildung unterstützen; insbesondere wird empfohlen, dass das Land frühzeitig, also jeweils zu Jahresbeginn, Planungsseminare zur Vorbereitung des Aktionstages im Herbst organisiert und anbietet;
- ausreichende Landesmittel zur Förderung einer kommunalen umweltverbundorientierten Öffentlichkeitsarbeit, insbesondere zur Planung und Durchführung des Aktionstages zur Verfügung stellen; für den Aktionstag 2002 sollte das Land im Gespräch mit den Kommunen überprüfen, ob eine Aufstockung der bisher zur Verfügung gestellten Sachmittel erforderlich ist;
- die lokale Öffentlichkeitsarbeit vor und während des Aktionstages durch eine eigene landesweite Öffentlichkeitsarbeit flankieren und dazu insbesondere die Möglichkeiten der

Werbung und Berichterstattung in den regionalen und überregionalen Medien wie z.B. im Hörfunk nutzen;

- als Reflexionspartner der Kommunen die jeweiligen lokalen Erfahrungen jedes Jahr systematisch evaluieren bzw. von einem unabhängigen Forschungsinstitut evaluieren lassen und im Sinne eines kontinuierlich „lernenden Projektes“ rechtzeitig für die Planung des nächsten Aktionstages zur Verfügung stellen.

Dazu sollten sich auf Landesebene die drei sachlich berührten Ressorts, das Verkehrsministerium, das Städtebauministerium und das Umweltministerium abstimmen. Im Verständnis des Aktionstages als kontinuierlich angelegtes Instrument der Öffentlichkeitsarbeit zur Entwicklung eines verkehrsbezogenen Umweltbewußtseins bzw. eines umweltorientierten Verkehrsbewusstseins ist es schlüssig, die Federführung wie bisher auch zukünftig beim Umweltministerium anzusiedeln.

Dort sollten ebenfalls strategisch die landesseitigen Handlungsansätze zur Förderung des Umweltbewusstseins für die Verkehrsmittel des Umweltverbundes durch eine entsprechende Öffentlichkeitsarbeit, den so genannten „Soft Policies“, gebündelt werden. Die Anwendung des Instrument der bewusstseinsbildenden Maßnahmen, in Form einer systematischen, geplanten und professionellen Kommunikationsarbeit für die Verkehrsmittel des Umweltverbundes, nimmt bislang noch keine herausragende Stellung im Aufgabenbereich der im Land Nordrhein-Westfalen mit Verkehrspolitik befassten Ministerien ein.

Anwendung auf Bundes-, Landes- und Kommunalebene finden bislang vorwiegend die klassischen Instrumentarien zur Lenkung und Verlagerung des Verkehrsgeschehens auf die Verkehrsmittel des Umweltverbundes. Dies sind insbesondere die ordnungsrechtlichen Maßnahmen (z.B. Fahrbeschränkungen, Parkraummanagement), die Maßnahmen der Angebots- und Infrastrukturplanung und -gestaltung (z.B. Angebote im öffentlichen Verkehr) und die preispolitischen Maßnahmen (z.B. über Gebühren für Straßen- und Parkraumnutzung).

Trotz dieser Maßnahmen konnten bislang nicht die gewünschten Veränderungen im Verkehrsbereich erzielt werden, denn Mobilität hängt auch wesentlich von Meinungen, Einstellungen, Gewohnheiten und Lebensstilen der Verkehrsmittelnutzer ab. Diese sozialen Faktoren bestimmen wiederum die subjektive Wahrnehmung und Bewertung der einzelnen Verkehrsmittel hinsichtlich Kosten, Zeitbedarf, Komfort und Sicherheit. Die Veränderungen von Meinungen und Einstellungen können zu einem veränderten Verkehrsverhalten beitragen und unter Umständen für eine Änderung des Verkehrsverhaltens deutlich wirksamer sein als die Änderung der objektiven Rahmenbedingungen<sup>54</sup>. Die so genannten „weichen Politik-

---

<sup>54</sup> Rauh et. al., 2000

instrumente“ (Soft Policies) versuchen, die Verhaltensänderungen auf freiwilliger Basis und durch Einsichtsfähigkeit zu erreichen<sup>55</sup>. Sie können dazu auch mit materiellen Anreizen, den so genannten „Incentives“, gekoppelt werden. Die Wirkung jeder Angebotsverbesserung kann durch eine geeignete Maßnahme aus dem Soft-Policy-Bereich deutlich erhöht werden<sup>56</sup>.

Eine professionelle Informations- und Öffentlichkeitsarbeit – wie sie in anderen Bereichen (insbesondere der Automobilindustrie) schon lange üblich ist – kann, wie mehrere Beispiele belegen, das Konsumverhalten im Verkehr beeinflussen. Beispielhaft auf kommunaler Ebene anzuführen sind in diesem Zusammenhang die Zürcher Verkehrsbetriebe, die beachtliche Fahrgastzuwächse aufgrund ihrer neu strukturierten Kommunikations- und Marketingstrategie zu verzeichnen hatten, oder die Stadt Detmold, die mit einer einjährigen Kampagne für den Radverkehr eine höhere Wirksamkeit erzielen konnte, als mit baulichen Maßnahmen im Radwegenetz<sup>57</sup>.

Das „VRR-Ticket 2000“ beispielsweise wurde von einer umfassenden Werbekampagne begleitet und erreichte so einen hohen Bekanntheitsgrad. Ausgangspunkt war die Einschätzung, dass aufgrund von mangelhafter Wahrnehmung oft subjektive Gründe die ÖPNV-Nutzung verhindern. Diese fehlerhafte oder unzureichende Wahrnehmung kann durch Soft Policies, mit den Mitteln Informationen, Kommunikation und Motivation oft schneller und preiswerter relativiert werden, als durch eine Systemverbesserung der ÖPNV-Hardware. Der Erfolg des „Ticket 2000“ hat sicherlich wesentlich die Gestaltung der Markteinführung des „Schokotickets“ bestimmt, das ähnlich intensiv mit einer Kommunikations- und Marketingkampagne eingeführt wird.

In Bezug auf die Art der Informationsvermittlung bei Soft Policy-Kampagnen wird zwischen Interventions- und Diffusionsformen unterschieden<sup>58</sup>, die miteinander kombinierbar sind (siehe nachfolgende Tabelle). Innerhalb der Konzeptentwicklung für eine Kampagne müssen die Kommunikationsbotschaften entwickelt und die Kommunikationsmedien festgelegt werden. Dabei sind sowohl der Einsatz von Medien zur Erzielung einer Breitenwirksamkeit als auch eine zielgruppengenaue Ansprache sinnvoll. Die Kopplung der Kampagne an thematische und/oder saisonale Anlässe und das Angebot von „Incentives“ können die Wahrnehmbarkeit und Wirksamkeit erhöhen.

---

<sup>55</sup> Hautzinger, 1997

<sup>56</sup> Socialdata, 1993, S. 31-39

<sup>57</sup> Rauh et. al., 2000

<sup>58</sup> Moser, 1999

Interventionsformen <sup>59</sup>	
Hinweise	Geschriebene, gesprochene oder gezeichnete Hinweise, welches Verhalten gewünscht wird (Schilder, Poster, Flyer, Aufkleber etc.)
Selbstverpflichtung	Personen werden gebeten, sich zeitlich beschränkt zu einem bestimmten Verhalten zu verpflichten, um vorhandene umweltgerechte Einstellungen bewusst zu machen
Vorbildverhalten	Modellpersonen machen erwünschtes Verhalten vor (im Alltag, im Fernsehen oder in anderen Medien)
Feedback und Selbstüberwachung	Personen erhalten Rückmeldungen über ihr Verhalten (z.B. Strom- oder Wasserverbrauch)
Persuasion	Glaubwürdiger Kommunikator versucht überzeugende Argumente für ein bestimmtes Verhalten zu vermitteln

Diffusionsformen <sup>60</sup>	
Über Multiplikatoren	Zentrale Personen informieren Öffentlichkeit
Über Aktivatoren	Unterwiesene Personen, die andere anwerben
„Weitersagen-Weitergeben“-Aufgaben	Weiterreichung von Informationen von verschiedenen Personenstartpunkten an andere Personen
Kollektive Aktionen und Medienkampagnen	Als zeitliches Event oder über materiellen Anlass
Postalische Aktionen	Ansprache über Briefe

Der europäische Aktionstag sowie andere Aktionen und Programme des Landes Nordrhein-Westfalen im Verkehrssektor arbeiten nach dem beschriebenen Prinzip der freiwilligen Verhaltensänderung und nutzen unterschiedliche Formen für Intervention und Diffusion. So ist die NRW-Verkehrsaktion 2001 – Mehr Sicherheit für Kinder im Straßenverkehr eine Kombination aus Information, Hinweisen und aktivierendem Verhalten (teilweise über Modellpersonen bzw. über Personen des öffentlichen Lebens). Für an den Verkehrsmitteln des Umweltverbundes ausgerichteten Programmen beispielhaft für Selbstverpflichtung und Modellverhalten anzuführen, ist die landesweite Aktion „Umdenken, Umsteigen – Neue Mobilität in NRW aus dem Jahre 1998. Modelle, in denen Systemverbesserungen durch Informations- und Aktionskampagnen flankiert werden, sind die zur Zeit durchgeführten Landesprogramme „100 Radstationen für NRW“ oder „Der Neue Nahverkehr in NRW“. Weiterhin wird im Jahr 2002 in Nordrhein-Westfalen von Sommer bis Herbst die Kampagne „You-Move-NRW“ durchgeführt, die Jugendliche in ganz Nordrhein-Westfalen für eine

<sup>59</sup> Die Interventionsformen besitzen nur dann weitreichende Wirkung, wenn die Interventionsziele von großen Teilen der Bevölkerung umgesetzt werden. Sie zielen aufgrund ihrer Wirkungsmechanismen auf eine Verhaltensänderung des Individuums ab.

<sup>60</sup> Die Diffusionsformen zielen auf eine möglichst flächendeckende Durchdringung der Maßnahmen ab.

autounabhängige Mobilitätsgestaltung mit den Verkehrsmitteln des Umweltverbundes ansprechen will.

Diese in Nordrhein-Westfalen bisher singulär und nicht aufeinander abgestimmt, stattfindenden Aktionen für die Verkehrsmittel des Umweltverbundes, sollten als Öffentlichkeitsarbeit in der umweltbezogenen Verkehrsplanung verantwortlich im Umweltministerium gebündelt werden, um so diesen Handlungsbereich zentral zu besetzen. Dazu müssten in einem ersten Schritt, im Rahmen einer Bestandsanalyse, die in der Verkehrspolitik des Landes bestehenden Soft Policy-Ansätze, deren Zielrichtung und Wirksamkeit systematisch untersucht und ggf. konzeptionell weiterentwickelt werden. Der europaweite Aktionstag „In die Stadt – ohne mein Auto!“ könnte dabei der Ausgangspunkt einer langfristigen systematischen Öffentlichkeitsarbeit für den Umweltverbund z.B. in Form von landesweiten Soft Policy-Kampagnen sein. Der in 2002 stattfindende Aktionstag könnte Anlass für das Umweltministerium sein, erste Schritte einer systematischen Öffentlichkeitsarbeit für den Umweltverbund einzuleiten.

Potenzielle Partner dieser Vorgehensweise sind zentral die in den einzelnen Ministerien für Public-Awareness und Kampagnen zuständigen Mitarbeiter. Zusätzlich sollten Experten der Verkehrs- und Nachhaltigkeitsforschung, aus Planung und Marketing, Kommunalvertreter aus dem Bereich Planung, Verkehr und Stadtmarketing, Vertreter von Umwelt- und Verkehrsverbänden und von Verkehrsunternehmen (aus dem Nahverkehr, von der Deutsche Bahn, von weiteren Mobilitätsdienstleistern z.B. CarSharing-Anbieter) in den Prozess aktiv einbezogen werden.

### **7.3 Zusammenfassung**

Insgesamt wird auf der Grundlage der Ergebnisse der Begleitforschung zum Aktionstag 2001 empfohlen, den europaweiten Aktionstag „In die Stadt - ohne mein Auto!“ als Instrument einer kontinuierlichen kommunalen verkehrspolitischen Öffentlichkeitsarbeit für eine auto-unabhängigere Mobilität anzusehen und als einen kommunalen Tag des umweltverträglichen Stadtverkehrs im europäischen Kontext weiterzuführen.

Der Aktionstag sollte als ein Stadtfest der autounabhängigen Mobilität und des Stadterlebnisses lokalspezifisch ausgestaltet und positiv kommuniziert werden. Er sollte professionell und rechtzeitig vorbereitet werden. Die Trägerschaft sollte bei der Stadtverwaltung liegen, die dafür als „Public-Private-Partnership in Public Leadership“ alle in der Kommune verkehrspolitisch für den Umweltverbund engagierten Initiativen, Organisationen und Verkehrsunternehmen zusammenführt. Für die wichtige Öffentlichkeitsarbeit ist besonders auf eine professionelle Medienarbeit zu achten.

Das Land NRW sollte seine Kommunen auch in Zukunft bei ihrer Vorbereitung und Durchführung des Aktionstages ideell und materiell unterstützen.

Der Aktionstag könnte Ansatzpunkt einer systematischen, integrierten und langfristig angelegten Kampagne für eine autounabhängigere Mobilität in der Stadt werden.

## 8. Literaturverzeichnis

BUNDESARBEITSGEMEINSCHAFT DER MITTEL- UND GROßBETRIEBE DES EINZELHANDELS, BAG (1996)

BAG- Untersuchung Kundenverkehr 1996, Sonderauswertung Bonn, Köln

DIEKMANN, ANDREAS (2001)

Empirische Sozialforschung – Grundlagen, Methoden, Anwendungen, Hamburg

FRIEDRICHS, JÜRGEN (1990)

Die Methode der Passantenbefragung, In: Zeitschrift für Soziologie, Jg. 19, Heft 1, S. 46ff, Bielefeld

HAUTZINGER, HEINZ (1997)

Mobilität und Verkehr besser verstehen, Berlin

KLIMA-BÜNDNIS

- Ergebnisse-Erfahrungen-Empfehlungen (2000) a
- Leitfaden (2000) b
- Faltblatt, Europaweiter Autofreier Tag (2000/2001) a
- Frauen bewegen die Stadt (2001) b
- Newsletter (2001) c

LANDESAMT FÜR DATENVERARBEITUNG UND STATISTIK NRW

- Die Gemeinden in Nordrhein-Westfalen (2000)
- Angaben zum Raumtyp, den zentralen Orten, Regierungsbezirken und Regionen (Fax, 2001)

MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT UND MITTELSTAND, ENERGIE UND VERKEHR des Landes Nordrhein-Westfalen (2000)

Integrierte Gesamtverkehrsplanung in NRW, Verkehrsverhalten 2000, Düsseldorf

MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT UND MITTELSTAND, TECHNOLOGIE UND VERKEHR des Landes Nordrhein-Westfalen (2000)

- Mobilität in NRW – Daten und Fakten, Düsseldorf
- Verkehrsverhalten 2000

[www.klimabuendnis.org](http://www.klimabuendnis.org)

[www.22september.de](http://www.22september.de)

[www.bruehl.de](http://www.bruehl.de)

[www.koeln.de](http://www.koeln.de)

MOSER, H.J. (1999)

Umweltpsychologische Soft Policies im Verkehr: Theoretische Konzeption und praktischer Einsatz.

OECKL (2000/01)

Taschenbuch des öffentlichen Lebens: Deutschland 2000/01, Bonn

RAUH, WOLFGANG; DUDEK, SANDRA; RIEDLE, HUBERT (2000)

Kommunikation und Marketing für sichere, umweltorientierte Mobilität. Hrsg.: Verkehrsclub Österreich, Wien

REUBAND, KARL-HEINZ; BLASIUS, JÖRG (1996)

Face-to-Face, telefonische und postalische Befragungen, In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Jg. 48, Heft 2, S. 307ff, Köln

Untersuchung des europaweiten Aktionstages „In die Stadt – ohne mein Auto“ in Nordrhein-Westfalen am 22. September 2001

**SOCIALDATA (1993)**  
**Basisbroschüre, München**

## 9. Anhang

### Häufigkeit der Zeitungsartikel nach Erscheinungsorten und -zeitpunkt in NRW

Ankündi - Nachlese gesamt gung				Ankündi - Nachlese gesamt gung			
Aachen	2	4	6	Kamen	1	2	3
Ahaus	1	1	2	Köln	5	7	12
Bad Oeynhausen	0	1	1	Leverkusen	3	5	8
Bergheim	3	5	8	Lüdenscheid	0	1	1
Bergisch-Gladbach	5	2	7	Lünen	0	1	1
Bielefeld	1	1	2	Marl	2	2	4
Bonn	2	3	5	Menden	0	4	4
Dorsten	0	1	1	Meschede	0	2	2
Dortmund	8	6	14	Moers	1	4	5
Duisburg	1	2	3	Mülheim	3	5	8
Duisburg-Rheinh.	0	1	1	Münster	2	2	4
Düren	0	1	1	Neuss	2		2
Düsseldorf	2	1	3	Oberhausen	3	3	6
Emmerich	0	1	1	Olpe	0	2	2
Emsdetten	0	1	1	Recklinghausen	9	5	14
Erkelenz	0	1	1	Remscheid	2	2	4
Eschweiler	0	1	1	Rheinberg	2	4	6
Essen	2	2	4	Rheine	1	1	2
Euskirchen	3	6	9	Schwelm	0	1	1
Frechen	3	5	8	Siegburg	6	5	11
Gladbeck	1	1	2	Siegen	1		1
Gummersbach	2	4	6	Soest	1	2	3
Gütersloh	2		2	Solingen	1	1	2
Hagen	0	4	4	Stolberg	1	3	4
Halle/Westfalen	1		1	Unna	3	3	6
Harsewinkel	3		3	Waldbröl	1	2	3
Hattingen	2	4	6	Warendorf	2		2
Herne	3	2	5	Warstein	0	2	2
Hilden	0	1	1	Wesel	0	2	2
Hohenlimburg	0	1	1	Wetter	0	1	1
Ibbenbüren	1	1	2	Witten	1	1	2
Iserlohn	0	1	1	Wuppertal	1		1
Jülich	0	2	2	Insgesamt	102	142	244

Quelle: Medienanalyse, Aktionstag 2001, Wuppertal Institut, eigene Berechnungen

## **Pressemitteilungen der Deutsche Presse Agentur (dpa)**

Vor dem bzw. am 22. September 2001

### **EU-Kommission: Europaweiter Autofreier Tag 2001 in 1000 Städten**

Brüssel (dpa) - Mehr als 100 Millionen Menschen wollen an diesem Samstag in ganz Europa das Auto stehen lassen. Diese Erwartung äußerte EU-Umweltkommissarin Margot Wallström am Freitag in Brüssel, wo sie zur Teilnahme am Europaweiten Autofreien Tag 2001 aufrief. Nach ihren Angaben beteiligen sich 1000 Städte an der Initiative, einen Teil des Stadtgebietes für den Autoverkehr zu sperren und stattdessen zu Fuß zu gehen, zu radeln oder auf Bus oder Straßenbahn umzusteigen. Veranstalter des Aktionstages ist das Klima-Bündnis, in dem sich rund 1000 europäische Städte und Initiativen mit Partnern in tropischen Ländern zusammengeschlossen haben. Seine Hauptsitze sind in Caracas und Frankfurt.

«Von Bürgern geschaffene örtliche Initiativen können die Umwelt und die Lebensbedingungen in unseren Städten verbessern und die Politik zur Bekämpfung des Klimawandels beeinflussen», sagte Wallström. Der Aktionstag diene der Aufklärung und soll die europäischen Bürger unmittelbar in den Umweltschutz miteinbeziehen, hieß es weiter. Im vergangenen Jahr hatte die EU-Kommission erstmals zum Europäischen Autofreien Tag aufgerufen. Daran hatten sich 760 Städte beteiligt. Nach Umfragen beklagen sich Europäer zunehmend über die von Autos verursachte Luftverschmutzung und Lärm. Gesundheitlich betroffen seien vor allem Kinder. Trotzdem steige der Fahrzeugbestand weiter an. Nach offiziellen Angaben sind mehr als die Hälfte aller Autofahrten in Europa kürzer als fünf Kilometer. In den teilnehmenden Städten können sich Interessierte unter anderem über besonders umweltfreundliche Fahrzeuge informieren. An einigen Orten sind bestimmte öffentliche Verkehrsmittel an diesem Tag kostenlos. Daneben sind eine Reihe von Ausstellungen, Aktionen und Vorführungen geplant. Wegen der Terroranschläge in den USA haben einzelne Städte Unterhaltungselemente aus dem Programm gestrichen.

Nach dem 22. September 2001

### **Autofreier Tag in ganz Europa - 200 000 Menschen in Berlin**

Berlin (dpa) - Unter dem Motto «In die Stadt - ohne mein Auto» haben am Samstag die Bewohner zahlreicher Städte in ganz Europa ihr Auto in den Garagen gelassen. In Deutschland beteiligten sich nach Angaben der Veranstalter rund eine halbe Million Menschen in insgesamt 160 Städten am autofreien Samstag. In Berlin wurden bis zum Abend 200 000 Menschen erwartet. 5000 Radler starteten dort zu einer Tour über mehr als 70 Kilometer durch alle zwölf Berliner Bezirke. Im Rest der Republik war die Teilnahme am

autofreien Samstag zum Teil verhalten. Das Klima-Bündnis als Initiator wertete den Aktionstag dennoch als Erfolg.

Bundesinnenminister Otto Schily (SPD) begrüßte auf der zentralen Auftaktveranstaltung in Berlin die Teilnehmer einer «Tour de Tolerance», die am Morgen in Eberswalde gestartet war, und gratulierte den etwa 1000 Radlern zu ihrer «grandiosen sportlichen Leistung». Die Fahrt für Toleranz zeige, dass Deutschland ein offenes und ausländerfreundliches Land sei. Auch der Regierende Bürgermeister Klaus Wowereit (SPD) spazierte durch die autofreie Innenstadt. Die «Tour de Tolerance» lobte er als «hervorragende Idee», die zeige, dass jeder etwas gegen Fremdenfeindlichkeit tun könne.

Während die Berliner in großer Zahl ihre Autos in den Garagen ließen, war bereits in Brandenburg kaum etwas vom autofreien Samstag zu spüren. Nach Angaben des Innenministeriums rollten die Autos in gleicher Zahl und Stärke wie immer. Auch in Thüringen stieß die Aktion von Klimaschützern auf wenig Resonanz. Lediglich Gotha und Weimar beteiligten sich daran. Thüringens Umweltminister Volker Sklenar (CDU) kritisierte, dass Aktionen wie «In die Stadt ohne Auto» am eigentlichen Problem und an den Bedürfnissen der Bürger vorbei gingen. Besonders in ländlichen Gegenden sei das Auto zum Erhalt des Arbeitsplatzes zwingend notwendig. Auch im Autoland Baden-Württemberg fand der autofreie Samstag auf den Autobahnen und Landstraßen kaum Beachtung gefunden. Das Verkehrsaufkommen sei genauso hoch wie an jedem Wochenende, sagte ein Sprecher des Lagezentrums. Gleiches gilt für Hessens größte Stadt Frankfurt, in der sich die Menschen mehr für die Internationale Automobilausstellung (IAA) als für den autofreien Samstag interessierten. In Nordrhein-Westfalen beteiligten sich 38 Städte an der Aktion. In der Landeshauptstadt Düsseldorf war es dennoch genauso schwer wie immer, in der Innenstadt einen Parkplatz zu finden.

Im europäischen Ausland stieß der autofreie Samstag ebenfalls auf unterschiedliche Resonanz. In Frankreichs Hauptstadt Paris wurde der «Tag ohne Auto» sogar abgesagt. Wegen der verschärften Sicherheitsmaßnahmen nach den Terroranschlägen in den USA stünde nicht genug Personal zur Verfügung, um die Innenstadt weiträumig absperren zu können, teilte die rotgrüne Stadtregierung mit. In Madrid war das Stadtzentrum für den Verkehr gesperrt. Da es jedoch in weiten Teilen Spaniens regnete, wollten doch nicht so viele Menschen wie erhofft auf ihr Auto verzichten. Ähnlich war es in Lissabon und Porto, wo sogar von einem Scheitern der Aktion die Rede war. In der portugiesischen Hauptstadt, in der Staatspräsident Jorge Sampaio mit gutem Beispiel voran ging und von seiner Wohnung zu seinem Amtssitz durch die Altstadt lief, gab es sogar Staus. Zwar hatte die U-Bahn verbilligte Fahrkarten angeboten, doch die Tickets waren schnell vergriffen, so dass es zu Protesten wütender Bürger kam.

In der Schweiz beteiligten sich an dem Aktionstag neun Städte, in den Niederlanden waren es neben der Hauptstadt Amsterdam 40 weitere Gemeinden. Die Verbannung der Autos im Zentrum von Amsterdam schuf insbesondere entlang den Grachten eine gemütliche Atmosphäre, berichteten Verkehrsexperten. In anderen Großstädten wie Den Haag und Rotterdam riss der Strom der Kraftwagen am traditionellen Einkaufstag dagegen kaum ab. Kühles, regnerisches Wetter wurde zugleich dafür verantwortlich gemacht, dass der gleichzeitige «Tag des Radfahrens» kein auffälliger Erfolg wurde. Der Tag war in diesem Jahr wegen der Maul- und Klauenseuche von seinem günstigeren Termin im Mai verschoben worden. Jährlich nehmen an den Spazierfahrten etwa 200 000 Radler teil.

## Pressemitteilungen des Klimabündnis

22. August 2001

### **„In die Stadt - ohne mein Auto!“ - europaweit am 22. September 2001**

In einem Monat ist es wieder so weit! Dann heißt es zum zweiten Mal in ganz Europa "In die Stadt - ohne mein Auto!". Die Europäische Koordination des Aktionstages geht von mindestens 800 Teilnehmerstädten in diesem Jahr aus. Mit Ausnahme von Stockholm sind alle EU-Hauptstädte mit von der Partie. Und mehr als das: "Die Bezeichnung, 'Europaweiter Aktionstag' stimmt eigentlich schon nicht mehr", so der Europäische Koordinator Christophe Fréring. "Die Idee - 1999 von EU-Umweltkommissarin Margot Wallström lanciert - ist längst über den Atlantik geschwappt. Toronto ist ebenso dabei wie mehrere südamerikanische Städte."

Mehr als 100 Teilnehmer in Deutschland

In Deutschland sind insgesamt mehr als 100 Städte als Teilnehmer registriert, darunter auch die Hauptstadt Berlin und die meisten Landeshauptstädte. Die erfreuliche Zunahme um rund 30 Prozent gegenüber dem Vorjahr kommentiert die Geschäftsführerin des Klima-Bündnis, Gotelind Alber: "Eine Verkehrswende in den Städten wird eben nicht nur durch die reine Umsetzung von Maßnahmen zur Verkehrsminderung herbeigeführt. Das offensive Marketing attraktiver Tarife, neuer Buslinien oder lebendiger Innenstädte mit weniger Autoverkehr ist elementarer Bestandteil kommunaler Verkehrspolitik - und dafür bietet der Europaweite Aktionstag den idealen Kontext."

Unsere Städte neu "erfahren"

Der Aktionstag soll erlebbar machen, wie sich "eingefahrene" Alltagswege auch ohne Auto bequem bewältigen lassen. Mit Sonderermäßigungen oder zusätzlichen Linien locken die

Teilnehmerstädte die Bevölkerung in Bus und Bahn - natürlich in der Hoffnung, das aus den probeweisen Nutzern zukünftig Dauerkunden werden. Die Einweihung neuer Fahrradstationen und Straßenbahnhaltestellen, von Radwegen oder Tempo-30-Zonen setzt am Aktionstag Zeichen: für dauerhaft bessere Luft und mehr Lebensqualität in unseren Städten. Anreiz für alle, die einsteigen: Phantasievolle Veranstaltungen und Aktionen bringen am 22. September - einem Samstag - spürbar Leben in die Stadt. Ganz in diesem Sinne greift auch der Einzelhandel in den meisten Städten den Aktionstag mit viel Eigeninitiative auf. Koordinationsstelle für die deutschen Kommunen ist das Städtenetzwerk Klima-Bündnis / Alianza del Clima. Hier werden die Kommunen mit Materialien für ihre eigene Öffentlichkeitsarbeit versorgt und erhalten Tipps zur Organisation des Tages und Informationen aus anderen Teilnehmerstädten. Der Aktionstag wird vom Bundesumweltministerium und Umweltbundesamt gefördert sowie von allen großen Umwelt- und Verkehrsverbänden unterstützt.

30. August 2001

### **"Frauen bewegen die Stadt" - am 22. September 2001**

Die Mobilität von Frauen, das ist der Schwerpunkt des diesjährigen Aktionstages "In die Stadt - ohne mein Auto!". Unter dem Motto "Frauen bewegen die Stadt" haben die rund 110 Teilnehmerkommunen in Deutschland, am Aktionstag das Thema aufgegriffen: Denn eine Stadtplanungs- und Verkehrspolitik aus dem Blickwinkel von Frauen bietet zahlreiche Ansätze für zukunftsweisende und nachhaltige Verkehrskonzepte. Frauen absolvieren durchschnittlich viermal so viel Servicewege wie Männer: Zum Erledigen von Einkäufen, zur Pflege sozialer Kontakte oder zum Begleiten von Kindern und hilfsbedürftigen Nahestehenden - oft weil sie um deren Sicherheit im Straßenverkehr fürchten. "Der Frauenalltag aus Erwerbs- und Familienarbeit - weitgehend ohne Auto - ist in unseren autogerechten Städten nicht mitgeplant", kritisiert Gila Altmann, Parlamentarische Staatssekretärin im Bundesumweltministerium. Unüberwindbare Hürden für Frauen mit Kinderwagen, düstere Ecken und Wege, die als bedrohlich empfunden werden, oder die fehlende Anbindung von wichtigen Alltagszielen durch öffentlichen Verkehrsmittel: Das sind einige der Hindernisse, die Frauen auf ihren alltäglichen Wegen durch die Stadt zu überwinden haben.

Der Aktionstag am 22. September soll eine Plattform bieten, um solche Probleme aufzuzeigen und die Anforderungen von Frauen an Verkehrspolitik und Stadtplanung zu formulieren. Und er soll Frauen noch stärker als bisher aktiv an der Mobilitätsgestaltung in ihrer Stadt beteiligen. So werden bei Stadtspaziergängen Gefahrenpunkte und Angst-Räume identifiziert,

Wegeketten von Frauen spürbar gemacht oder frauenspezifische Bedürfnisse in anstehende Neuplanungen eingebracht.

Am 22. September "bewegen Frauen die Stadt" - auch, indem sie Männer in Bewegung setzen: Männer - vor allem Prominente und Fachmänner aus der Verwaltung - dürfen an diesem Tag bei verschiedenen Aktionen einmal Frauenalltag auf Zeit bewältigen. So erfahren sie am eigenen Leib, welche Anforderungen verbesserte Verkehrssysteme erfüllen müssen. "Ziel kommunaler Verkehrspolitik muss es sein, das umweltverträglichere Verkehrsverhalten von Frauen zu unterstützen und zu fördern", konstatiert Gotelind Alber, Geschäftsführerin des Klima-Bündnis. "Denn von einer räumlichen Nähe der Alltagsziele, sicheren Wegen und einem attraktiven öffentlichen Nahverkehr profitieren alle. Mehr Lebensqualität mit doppelter Umweltdividende: Jeder Weg, der zu Fuß, mit dem Rad oder Bus zurückgelegt wird, ist ein Beitrag zu besserer Luft in der Stadt und zugleich zum Schutz des Weltklimas."

Mit "Frauen bewegen die Stadt" unterstützt das Klima-Bündnis als Koordinator des Aktionstages in Deutschland die Bemühungen des Bundesumweltministeriums, die Gleichstellung in allen Umweltbereichen zu fördern. Über die konkreten Aktionen in den einzelnen Kommunen informiert das Klima-Bündnis gerne vorab.

11. September 2001

### **"In die Stadt - ohne mein Auto!"**

Lassen sich Alltagswege, die normalerweise mit dem Auto zurückgelegt werden, eigentlich auch anders bewältigen? Spart man dadurch vielleicht sogar Zeit und Nerven? Wenn es am 22. September zum zweiten Mal heißt: "In die Stadt - ohne mein Auto!", dann ist das für rund 80 Millionen Europäer und Europäerinnen die Gelegenheit, die eigene Stadt einmal anders zu erleben. Anlaß genug für Bundesumweltminister Jürgen Trittin, den Aktionstag während einer Presse-Fahrt in der Berliner Panorama-S-Bahn vorzustellen. "Die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel in Verbindung mit Fahrradfahren und Fussgängen ist ein Beitrag, die Schadstoffe in der Luft und die Lärmbelästigung zu reduzieren. Damit wird auch die Lebensqualität ein Stück erhöht", stellt Trittin fest.

Über 1000 Städte aus 34 Ländern stehen bisher auf der bei der Europäischen Koordination in Paris geführten Teilnehmerliste. Kommunen aus allen EU-Mitgliedsstaaten sind mit dabei. Erfreulich ist vor allem die Ausdehnung über die Grenzen der Europäischen Union hinaus: Rund 120 Städte stellen allein die Länder Mittel- und Osteuropas, allen voran Ungarn und sogar in Serbien beteiligen sich alle größeren Städte. Toronto, Phnom Penh, Ankara und Tokyo erlauben es inzwischen, von einem weltweiten Aktionstag zu sprechen.

## Der 22. September in Deutschland

130 Städte mit insgesamt knapp 20 Millionen Einwohnern sind in Deutschland als Teilnehmer des Aktionstages registriert, darunter auch Berlin und viele Landeshauptstädte. "Die Werbetrommel für die öffentlichen Verkehrsmittel zu rühren ist die wichtigste Aktivität dieses Tages", so Wolfgang Schwenk, Leiter des Hauptstadtbüros des Verbandes Deutscher Verkehrsunternehmen. Dessen Mitgliedsgesellschaften und -betriebe lassen die BürgerInnen vielerorts zu Sonderpreisen fahren. Mehr als 1200 Aktionen und Veranstaltungen sind angemeldet, mit Spiel und Sport soll die Lust auf unmotorisierte Fortbewegung geschürt werden. Innenstadt-Rallyes, Inline-Cityläufe oder Streetball stehen auf dem Programm. In vielen Städten greift der Einzelhandel den Aktionstag mit Eigeninitiative auf und wirbt seinerseits für attraktive Innenstädte. Und die Einweihung neuer Fahrradstationen, neuer Radwege oder Tempo-30-Zonen setzt ebenfalls Zeichen: für dauerhaft bessere Luft und mehr Lebensqualität in unseren Städten.

Bundesumweltminister Trittin sieht eine zukünftige positive Entwicklung der Umwelt- und Lebensqualität in unseren Städten in der Gleichberechtigung aller Verkehrsmittel: "Schadstoffbelastung und Lärmbelästigung können wir nur mit einem sinnvollen Mix aller Verkehrsmittel reduzieren. Jeder Verkehrsträger muss dort zum Einsatz kommen, wo er seine Vorzüge und besonderen Stärken hat."

18. September 2001

## **"In die Stadt - ohne mein Auto!"**

### **Städte und Bundesumweltministerium halten am Aktionstag fest**

In Deutschland wird am Samstag, den 22. September mit mehr als 1200 Aktionen und Veranstaltungen für das Umsteigen auf umweltfreundliche Verkehrsmittel geworben. Zwar überlegen - angesichts der Terroranschläge in den USA - einzelne der 130 teilnehmenden Städte, Aktionen mit Unterhaltungs- und Spaßelementen abzusagen und den ganzen Tag ernsthafter zu gestalten. Prinzipiell halten die Organisatoren jedoch an dem Aktionstag fest. "Dieser Aktionstag ist nicht nur als Spaß-Event gedacht: Er soll Anlass sein, langfristige Maßnahmen zur umweltfreundlicheren Verkehrsgestaltung in den Städten zu initiieren," begründet Gotelind Alber, Geschäftsführerin des Klima-Bündnis die Entscheidung. Auch das Bundesumweltministerium, das den Aktionstag in Deutschland fördert, sieht keine Veranlassung, den Tag abzusagen: Ein Jahr intensive Vorbereitung der Städte und das große Engagement der ehrenamtlich mitwirkenden Bürger und Bürgerinnen sollen nicht umsonst gewesen sein.

Die Mehrzahl der geplanten Veranstaltungen belegen denn auch, dass der Aktionstag vor allem dem Nach- und Umdenken und dem Dialog gewidmet ist. Die langfristige und nachhaltige Veränderung der Verkehrsgestaltung ist das Anliegen der teilnehmenden Kommunen: Rund 20 Präsentationen dauerhafter, nachhaltiger Maßnahmen, 20 Podiumsdiskussionen zu aktuellen Planungen und 15 Meinungsumfragen stehen auf der Agenda. In Berlin wird als Teil eines großen Programms die umfangreichste Ausstellung in Deutschland zur Machbarkeit autofreier Wohngebiete zu sehen sein. In München werden - unter dem Dach eines Kongress-Zeltes - hochrangige Verkehrsexperten, Umweltpsychologen und Ärzte unseren Auto-Bedürfnissen und selbst gemachten Mobilitäts-Zwängen auf den Grund gehen. In Kiel werden Bürgerinnen und Bürger eine große Kreuzung der Stadt in einen grünen Kiel(o)meter verwandeln und eine 2 km lange Spiele-Meile einrichten. So werden Straßen - spürbar - zum Erlebnisraum. Für greifbare Wirkung über den Aktionstag hinaus sorgen rund 20 dauerhafte Maßnahmen, die am 22. September vorgestellt werden.

Die unvoreingenommene Gleichberechtigung aller Verkehrsmittel in unseren Städten, das ist einer der Grundgedanken des Aktionstages und ein wichtiger Ansatz, um zukünftig eine positive Entwicklung der Umwelt- und Lebensqualität in unseren Städten möglich zu machen. Das unterstreicht auch Bundesumweltminister Jürgen Trittin:

"Schadstoffbelastung und Lärmbelästigung können wir nur mit einem sinnvollen Mix aller Verkehrsmittel reduzieren. Jeder Verkehrsträger muss dort zum Einsatz kommen, wo er seine Vorzüge und besonderen Stärken hat."

22. September 2001

## **Der Europaweite Aktionstag "In die Stadt - ohne mein Auto!"**

### **Vorläufige Ergebnisse**

Der zweite Europaweite Aktionstag "In die Stadt - ohne mein Auto!" darf durchweg als Erfolg gewertet werden. Die rund 50 Rückmeldungen aus den insgesamt 160 beteiligten Städten in Deutschland lassen sich folgendermaßen zusammenfassen: Dort wo das Wetter mitspielte, war der Tag der "Renner". In den Innenstädten wurden wesentlich mehr Radfahrer und vor allem Fußgänger gezählt. Die Nutzung der öffentlichen Verkehrsmittel wird mit "so wie sonst auch" bis "überfüllt" gemeldet. Der bedeutendste Rückgang des motorisierten Verkehrs konnte offenbar in Regensburg verzeichnet werden. Dort berichtete man von "einigen verschämten Autofahrern". Auch aus Marburg wurde "Autoverkehr wie sonst nur an einem Sonntag" gemeldet.

Schätzungen über Teilnehmerzahlen liegen bisher aus Berlin (200.000), Kiel (jetzt schon 20.000), Frankfurt (bis zum Mittag 8.000) und Augsburg (10.000) vor. Am Nachmittag und Abend werden noch einmal Tausende - auf Rädern, aber unmotorisiert - unterwegs sein: Dann starten die "Blade-Nights", "Move-Parades" und Fahrradsternfahrten der Umweltverbände in Köln, Bremen, Hamburg, Magdeburg, Erfurt, Stuttgart und vielen weiteren Städten. Wermutstropfen sind eigentlich nur aus den Städten zu melden, wo das Wetter nicht mitgespielt hat. Bei strömendem Regen bewiesen die Veranstalter aber Organisationstalent, etwa im bayerischen Trostberg, wo der "Jazz im Bus" zum Publikumsmagneten wurde.

Erfreulich ist auf jeden Fall das vorläufige Fazit zur Beteiligung des Einzelhandels: In allen Städten, in denen sich der Einzelhandel engagiert beteiligte, wurde er mit viel Kundschaft belohnt. In Hannoversch-Münden forderte der Einzelhandel, den heutigen Veranstaltungsbereich dauerhaft als Fußgängerzone einzurichten.

Endgültige Ergebnisse wird die Koordinationsstelle erst in den nächsten Tagen bekannt geben können. Rund drei Dutzend Meinungsumfragen, Teilnehmer- und Verkehrszählungen harren ihrer Auswertung. Die "Meldungen des Tages", Stimmungsbilder aus den Städten, erste Ergebnisse usw. finden Sie hier.

24. Oktober 2001

### **Preisverleihung für den Wettbewerb "In die Stadt - ohne mein Auto!" 2001**

An der Aktion "Prominente auf Frauenwegen" in der Stadt Löhne durften nur Männer aktiv mitmachen. Beifall und Anfeuerungsrufe bekamen sie - trotz Dauerregen - von 500 begeisterten Männern und Frauen. Am europaweiten Aktionstag "In die Stadt - ohne mein Auto!" mussten die teilnehmenden Mannschaften - jeweils drei Spieler aus den Fraktionen und der Verwaltung - einen symbolischen Parcours mit einer typischen täglichen Wegekette von Frauen bewältigen: Kind in Kinderwagen packen, den richtigen Bus erreichen, mit Kinderwagen ein- und aussteigen, Einkaufen gehen, zurück nach Hause und auch noch mit einer Federboa für Mann und Familie schön machen