

Finanzielle Auswirkungen (mit der Kämmerei abzustimmen!): ja nein

Aufwendungen/Auszahlungen

| | | | |
|---|------------|---|------------|
| Ergebniswirksam: <input checked="" type="checkbox"/> | | Investiv: <input type="checkbox"/> | |
| Einmaliger Aufwand | 3.700 Euro | Einmalige Auszahlung | _____ Euro |
| Jährlicher Aufwand | _____ Euro | Jährliche Auszahlungen | _____ Euro |
| Gesamtbetrag | _____ Euro | Gesamtbetrag | _____ Euro |
| Aufwand 1. Jahr | _____ Euro | Auszahlung 1. Jahr | _____ Euro |
| Aufwand 2. Jahr | _____ Euro | Auszahlung 2. Jahr | _____ Euro |
| Aufwand 3. Jahr | _____ Euro | Auszahlung 3. Jahr | _____ Euro |
| Aufwand 4. Jahr | _____ Euro | Auszahlung 4. Jahr | _____ Euro |
| | | Jährliche Abschreibung | _____ Euro |

Erträge/Einzahlungen

| | | | |
|--|------------|---|------------|
| Ergebniswirksam: <input type="checkbox"/> | | Investiv: <input type="checkbox"/> | |
| Einmaliger Ertrag | _____ Euro | Einmalige Einzahlungen | _____ Euro |
| Jährliche Erträge | _____ Euro | Jährliche Einzahlungen | _____ Euro |
| Gesamtbetrag | _____ Euro | Gesamtbetrag | _____ Euro |
| Ertrag 1. Jahr | _____ Euro | Einzahlung 1. Jahr | _____ Euro |
| Ertrag 2. Jahr | _____ Euro | Einzahlung 2. Jahr | _____ Euro |
| Ertrag 3. Jahr | _____ Euro | Einzahlung 3. Jahr | _____ Euro |
| Ertrag 4. Jahr | _____ Euro | Einzahlung 4. Jahr | _____ Euro |
| | | Jährliche Auflösung | _____ Euro |

Mittelbereitstellung im Haushalt:

| | | | |
|--|-----------|---|-------|
| Ergebnishaushalt: <input checked="" type="checkbox"/> | | Investitionshaushalt: <input type="checkbox"/> | |
| Produkt: | 51106 | Investitions-Nr. | _____ |
| Kostenstelle: | 2099010 | | |
| Sachkonto: | 442900000 | | |
| Zur Verfügung stehende Mittel: _____ Euro | | | |

ggf. noch bereit zu stellen: _____ Euro

Deckungsvorschlag:

| | | | |
|---|-------|---|-------|
| Ergebnishaushalt: <input type="checkbox"/> | | Investitionshaushalt: <input type="checkbox"/> | |
| Produkt: | _____ | Investitions-Nr. | _____ |
| Kostenstelle: | _____ | | |
| Sachkonto: | _____ | | |

Medien: PowerPoint pdf-Datei CD/DVD Stick

Sofern Präsentationen erforderlich werden, lassen Sie diese bitte mindestens fünf Tage vor den jeweiligen Sitzungen der Geschäftsstelle Kreistag zukommen.

Elektronisch mitgezeichnet von:

| | | |
|--|-------------------------------------|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> Landrat | <input type="checkbox"/> Dezernat 1 | <input checked="" type="checkbox"/> Dezernat 2 |
| <input checked="" type="checkbox"/> Dezernat 3 | <input type="checkbox"/> Dezernat 4 | <input type="checkbox"/> |

1. Ausgangslage:

Am 5. November 2019 wurde im Ausschuss für Umwelt und Technik ein einstimmiger Beschluss zur Teilnahme am Förderprogramm RadKULTUR des Landes gefasst. In diesem Zusammenhang stellte die Kreistagsfraktion von Bündnis 90/Die Grünen einen Ergänzungsantrag für die Durchführung einer Aufklärungskampagne im Jahr 2020. Ziel soll es sein, auf den Sicherheitsabstand hinzuweisen, den der KFZ-Verkehr beim Überholen und im Gegenverkehr gegenüber Radfahrenden einhalten muss. Damit soll die Sicherheit der Radfahrerinnen und Radfahrer im Straßenverkehr erhöht werden. Anschließend soll die Wirkung der Kampagne ordnungsdienstlich überprüft werden. Bei Nichteinhaltung soll der Verstoß geahndet werden.

2. Sachverhalt:

Mitte Februar 2020 wurde vom Ministerium für Verkehr bekannt gegeben, dass der Bodenseekreis in das kleine Förderprogramm RadKULTUR aufgenommen wurde. Sicherheits-, Beleuchtungs- oder Aufklärungskampagnen sind nicht Bestandteil förderfähiger RadKULTUR-Module, können aber unabhängig davon umgesetzt werden.

Besonders vor dem Hintergrund der neuen Gesetzeslage der Straßenverkehrsordnung (StVO) ist eine Sicherheitskampagne zum Thema „Abstand“ sinnvoll. Bisher war nach StVO ein „ausreichender Seitenabstand“ beim Überholvorgang des KFZ-Verkehrs von Fahrrädern genügend. Seit dem 1. Januar 2020 gilt jedoch eine klare Gesetzeslage: Außerorts muss ein Mindestabstand von 2 Metern und innerorts ein Mindestabstand von 1,5 Metern eingehalten werden. Um diese Neuerung zu transportieren, soll eine Aufklärungskampagne im Bodenseekreis umgesetzt werden.

In einem ersten Schritt soll die Thematik von den gängigen Medien (Presse, Landratsamt-Homepage, Facebook) aufgegriffen und kommuniziert werden. Eine eindeutige und leicht verständliche Visualisierung soll dabei auf die neuen Abstandsregelungen hinweisen. Alle Kreiskommunen sollen die Möglichkeit bekommen, sich an der Kampagne zu beteiligen, indem Piktogramm und Pressemitteilung durch den Radverkehrsorganisator zur Verfügung gestellt werden.

Im zweiten Schritt soll das Thema Sicherheitsabstand durch den Druck und die Verteilung von Plakaten erweitert werden. Diese sollen im öffentlichen Raum die Aufmerksamkeit auf die bestehenden Abstandsregelungen lenken. Hierbei hoffen wir auch auf die Unterstützung der Städte und Gemeinden, welche mit ihren Bauhöfen die Plakate auch innerorts an geeigneten Orten im Straßenraum (z.B. an Straßenlaternen) aufstellen sollten, um somit die größtmögliche Wirkung zu erzielen.

Die zweistufige Herangehensweise hat den Vorteil, dass das Thema über einen längeren Zeitraum mediale Aufmerksamkeit erfährt und eine höhere Sensibilisierung der Verkehrsteilnehmer garantiert. Ferner plant die AGFK Baden-Württemberg in einer Projektgruppe der AG Kommunikation im Jahr 2020 entsprechende Materialien zum Thema „Überholabstand“ für die Mitgliedskommunen zu erstellen, die voraussichtlich im kommenden Jahr vor Ort genutzt werden können.

Eine Überwachung der Abstandsregelung durch die Polizei ist schwierig, da es keine Abstandsmessgeräte gibt. Das Landratsamt Bodenseekreis wird trotzdem im Zuge der Aufklärungskampagne die Polizei bitten, ein besonderes Augenmerk auf den Sicherheitsabstand zu richten.

Piktogrammerstellung und Nutzung

Entwürfe liegen dem Landratsamt vom Druckhaus Zanker sowie vom Servicebüro für Grafik und Gestaltung des Landratsamtes vor. Weitere Schilder, welche auf die Abstandsthematik hinweisen, wurden z.B. in Sonthofen angebracht. Es ist möglich, die Rohdatei zu nutzen. Der ADFC Köln hat ferner Aufkleber entworfen und damit die Dienstwagen der Polizei beklebt. Diese Aufkleber, aber nicht die Druckdatei, können erworben werden. Der ADFC und die AGFK haben derzeit kein vorgefertigtes Material. Die in der Anlage beigefügte PDF-Datei enthält eine Übersicht möglicher Piktogramme.

3. Finanzielle Auswirkungen:

Bei der Nutzung eines Piktogramms vom Servicebüro für Gestaltung und Internet des Landratsamtes entstehen für die Logoerstellung- und Nutzung keine Kosten. Ebenso wäre die Nutzung der Rohdatei der Schilder, die in Sonthofen angebracht wurden, kostenlos. Für die Neukonzeption eines Logos durch ein externes Büro würden hingegen Kosten in Höhe von ca. 1.500 Euro entstehen. Aufkleber für Dienstfahrzeuge der Polizei können beim ADFC Köln bestellt werden. 50 Aufkleber kosten 245 Euro inklusive Umsatzsteuer und Versand. Für Druck und Produktion von 500 Plakaten fallen Kosten in Höhe von ca. 2.200 Euro an (DIN A1/Hohlklammer mit Lochbohrung in den Ecken).

Somit würden sich die Kosten für die Aufklärungskampagne – je nachdem, welches Logo verwendet wird – auf maximal 3.700 Euro belaufen. Diese können aus den im Haushalt vorhandenen Mitteln des Radverkehrskordinators bestritten werden.