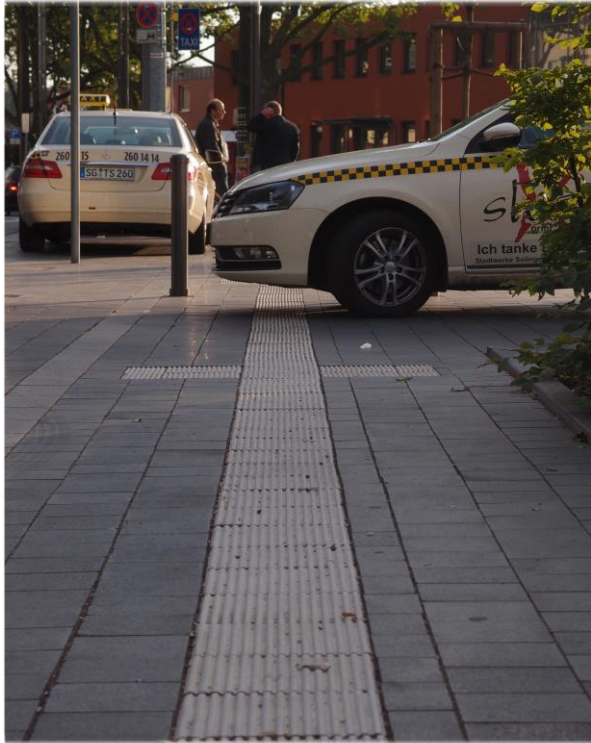


Ein Konzept zur Verbesserung der Verkehrsverhältnisse
mobilitätsbehinderter Menschen

linespot

:DÜSSELDORF
Marketing



Leitsystem **Blinden**

Eine Umfrage



Ausgangslage

Die Wichtigkeit taktiler Blindenleitsysteme für sehbehinderte und blinde Menschen ist sehr vielen sehenden Menschen nicht bewusst (wie uns unsere Umfrage in der Düsseldorfer Innenstadt gezeigt hat). Für die meisten Menschen spielen die Leitsysteme einfach keine Rolle in ihrem Leben und sind daher für sie echte "Blind Spots".

Und das führt zu kleineren und größeren – meist unbewussten – „Stolperfallen“ auf den Leitsystemen, bspw. wenn Koffer, Fahrräder oder Autos achtlos auf den taktilen Streifen achtlos abgestellt werden. Aber auch das Mobiliar von Geschäften und Restaurants (bspw. Stühle, Tische, Pflanzen) blockiert immer häufiger die Leitsysteme. Obwohl meist unbewusst dort platziert, führt es zu einer erheblichen Einschränkung der Orientierung von sehbehinderten und blinden Menschen, da sie und ihr weißer Stock daran gehindert werden den taktilen Streifen zu folgen.

Wie können wir also die breite (Düsseldorfer) Öffentlichkeit für die Wichtigkeit der taktilen Bodenindikatoren zur Teilhabe von sehbehinderten und blinden Menschen am Leben sensibilisieren – und das ohne erhobenen Zeigefinger!

Antrag 50/ 40/2018

Ausschuss für Gesundheit und Soziales

„Die Verwaltung wird beauftragt, in Kooperation mit dem Beirat zur Förderung der Belange von Menschen mit Behinderung ein Konzept für eine Info-Kampagne über das Vorhandensein und die Bedeutung taktiler Leitsysteme im öffentlichen Raum zu erarbeiten.“

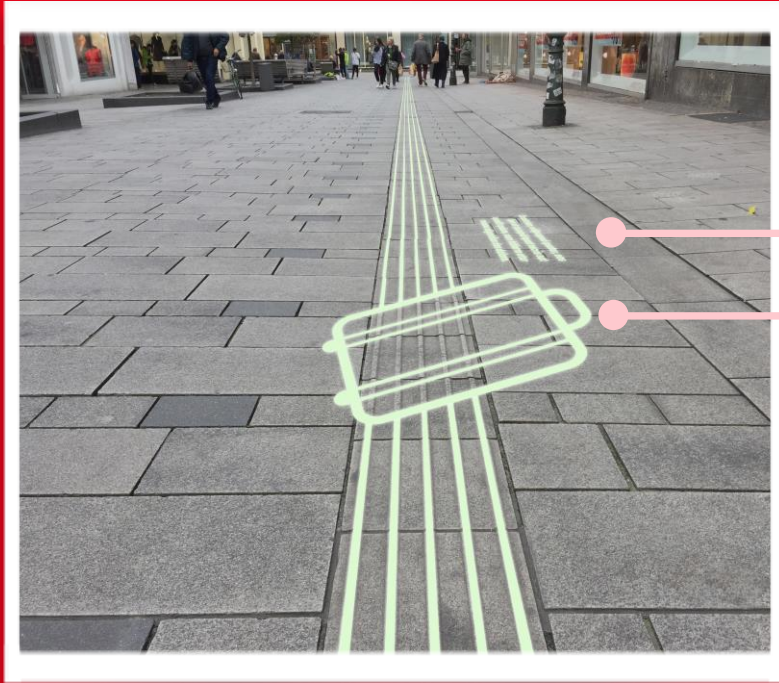
ZENTRALE AUFGABE

Unsere Aufgabe ist es, die taktilen Blindenleitsysteme vom gesellschaftlichen Blindspot ins öffentliche Spotlight zu bringen. Dafür müssen wir einen möglichst direkten Bezug zur Wirksamkeit der Leitsysteme und der damit verknüpften Herausforderungen herstellen.

Genau deshalb sollen die Indikatoren selbst zum Aushängeschild der Kampagne werden. Wir inszenieren die Herausforderung exakt dort wo sie ist: vor den Füßen der Menschen.



Das Problem direkt vor unseren Füßen



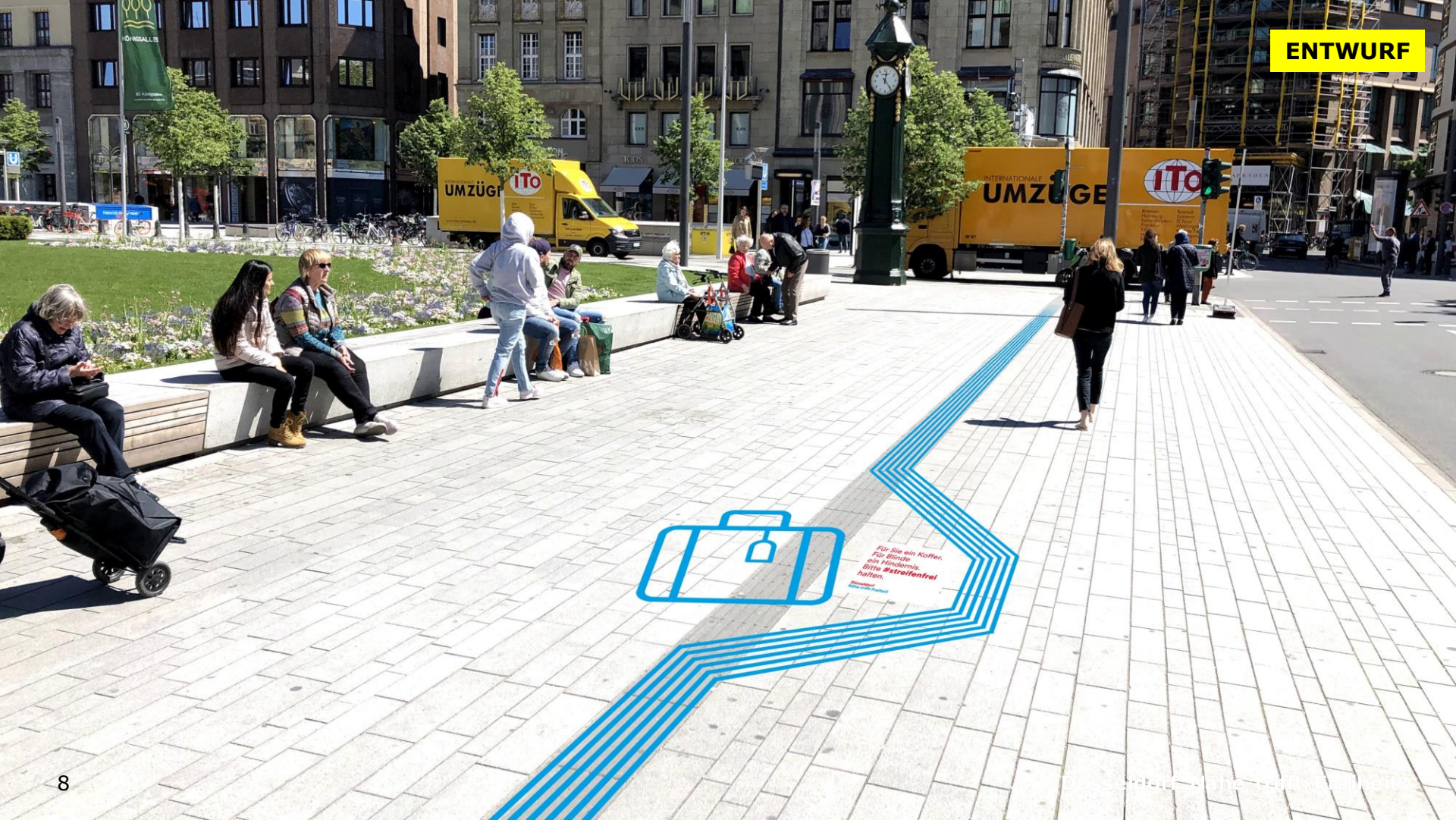
#1 Das Objekt

Um auf die Herausforderungen für blinde und sehbehinderte Menschen aufmerksam zu machen, bringen wir typische u. alltägliche „Stolperfallen“ sichtbar auf die Bodenindikatoren

#2 Der Erklärungstext

Direkt am Objekt befindet sich z.B. ein Textbaustein, der auf die Wichtigkeit der Bodenindikatoren für die Teilhabe am öffentlichen Leben aufmerksam macht und das Zustellen/Zuparken“ konkret als Herausforderung benennt

*beispielhaft illustriert, keine reale Installation, Änderungen bei Farbe und bei der Platzierung der Objekte noch möglich



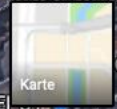
*Für Sie ein Koffer.
Für Blinde ein Hindernis.
Bitte #streifenfrei
helfen.*



Für Sie ein Fahrrad.
Für Blinde
ein Hindernis.
Bitte **#streifenfrei**
halten.

Düsseldorf
Nähe trifft Freiheit

• **Haltstelle Heinrich-Heine-Allee und Königsallee am Corneliusplatz**

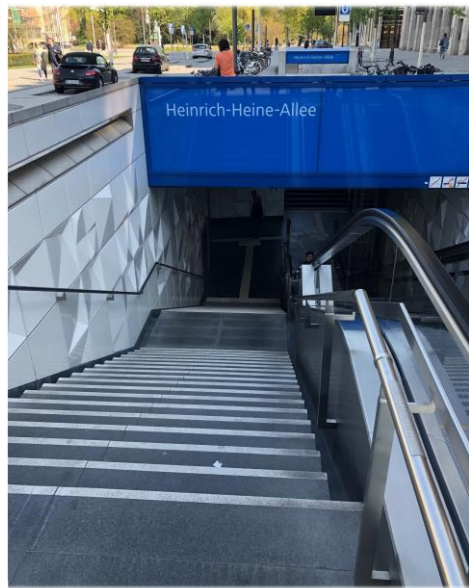




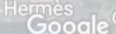
Unterhalb



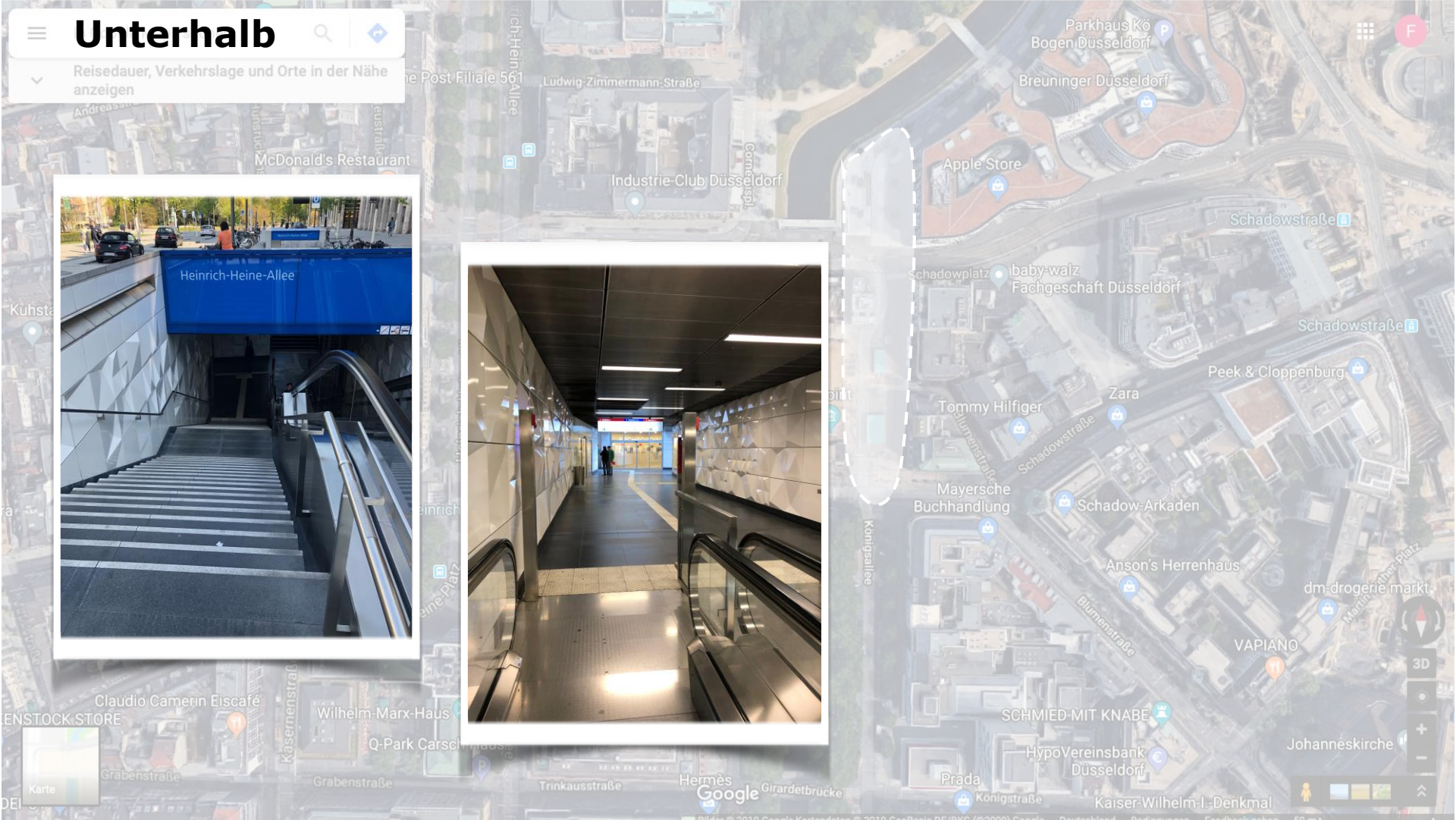
Reisedauer, Verkehrslage und Orte in der Nähe anzeigen



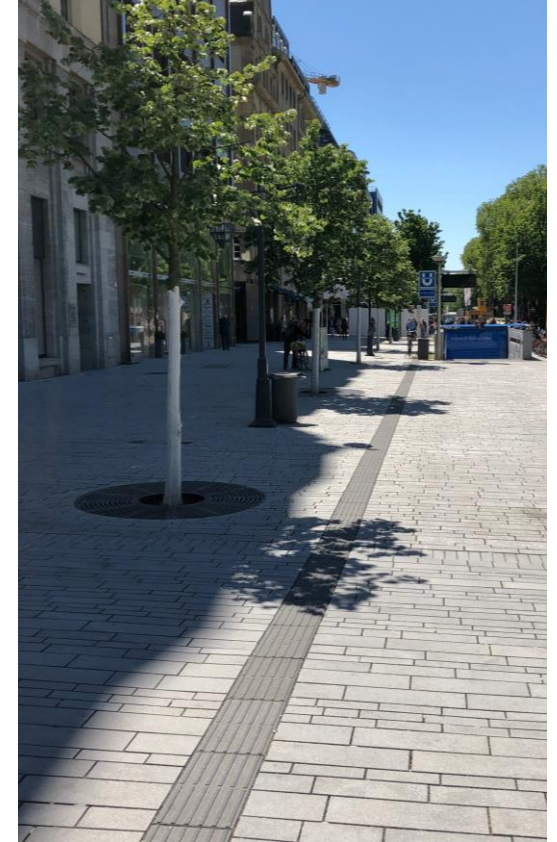
Karte



3D



Aktionsfläche: U-Bahn Heinrich-Heine-Allee



Kampagne „Streifenfrei“ | Zusammengefasst

- Die Marketing-Aktion soll vom 06. Juni (Tag der Sehbehinderung) bis spätestens 09. Juni 2019 (Pfingstsonntag) an einem publikumsstarken und öffentlichen Ort in Düsseldorf mit direkter Verbindung zum öffentlichen Nahverkehr durchgeführt werden. Gesamtverantwortlich ist das Sozialamt der Landeshauptstadt Düsseldorf, Idee und Durchführung liegt bei der Düsseldorf Marketing GmbH. Das Verkehrsamt hat im „ABL“ der Marketingaktion offiziell zugestimmt.
- Nach Begehung und Bewertung verschiedener Alternativen sind die taktilen Leitstreifen am Ende der Königsallee direkt am Corneliusplatz und dem Zugang zur Haltestelle Heinrich-Heine-Allee als präferierter Aktionsort ausgewählt worden
- Die taktile Bodenmarkierungen werden von uns streckenweise über den oben genannten Zeitraum aufmerksamkeitsstark von einem Künstlerkollektiv (TAPE THAT) farbigem Spezialklebeband streckenweise beklebt. So machen wir schnell und unterhaltsam auf die Streifen aufmerksam und sensibilisieren die breite Düsseldorfer Öffentlichkeit für das Thema.
- Vorstellbar ist zudem durch Klebeband skizzierte „Hindernisse“ wie Koffer, Autos und Fahrräder einen direkten Bezug zu häufig vorkommenden „Stolperfallen“ zu visualisieren. Unter dem #streifenfrei klärt ein sehr kurzer Textbaustein die Passanten über die Aktion auf
- Sowohl die taktilen Leitstreifen als auch die Bürgersteig werden in ihrer Beschaffenheit nicht verändert/beschädigt. Das Klebeband wird am Ende der Aktion von einem Dienstleister (bspw. AWISTA) rückstandslos entfernt werden.
- Die Marketing-Aktion ist mit dem Blinden- und Sehbehindertenverband Düsseldorf e.V. als auch mit Pro Retina diskutiert und abgestimmt worden. Beide Initiativen haben ihre Unterstützung zugesichert und wollen sich an der Aktion beteiligen.
- Neben der Kampagne „Streifenfrei“ sind noch weitere Kommunikationsmaßnahmen wie Flyer und ein Aufklärungs-Film geplant. Der Oberbürgermeister sowie der Stadtdirektor sind als Paten der Aktion angefragt. Die Rheinbahn unterstützt uns ebenfalls bei der Aktion, bspw. durch Radiozeit bei der Sendung „Freifahrt“ auf Antenne Düsseldorf.

Düsseldorf

Nähe trifft Freiheit

Herausgegeben von:

:DÜSSELDORF
Marketing

Düsseldorf Marketing GmbH
Benrather Straße 9
40213 Düsseldorf

Florian Bünning
Leiter Markenstrategie
0211 17 202 2229
buening.f@duesseldorf-marketing.de