

A 14 / TANGERMÜNDE Wissenschaftler untersucht Wirkung touristischer Tafeln

# An der Autobahn Gäste locken

Der Bau der Altmark-Autobahn kommt voran. Wie kann die regionale Wirtschaft davon profitieren? Tangermünde hofft auf einen Touristenboom und will Gäste mit Hinweisschildern an der A 14 gezielt in die Kaiserstadt locken.

VON CHRISTIAN WOHLT

Tangermünde/Tangerhütte – Im Stadtrat von Tangermünde wird bereits über Inhalt und Aussehen der Hinweisschilder für die A 14 diskutiert. Auch Tangerhüttes Bürgermeister Andreas Brohm (parteilos) kann sich eine solche Werbung für die Einheitsgemeinde gut vorstellen.

## ■ Groß: „Wichtige Informationsquelle“

Die touristischen Unterrichtungstafeln, so die offizielle Bezeichnung der braunen Schilder am Fahrbahnrand, sind eine wichtige Informationsquelle, weiß Sven Groß. Der Professor für das Management von Verkehrsträgern an der Hochschule Harz hat die Anzahl in den einzelnen Bundesländern erfasst und ihre Wirkungen untersucht. Immer wieder hätten Journalisten und Verbände die Frage nach Sinn und Nutzen dieser Beschilderung gestellt. Also nahm er Wahrnehmung und Effekte wissenschaftlich unter die Lupe.

## ■ Erscheinungsbild amtlich festgeschrieben

Hinweistafeln auf touristische Ziele stehen an Deutschlands Fernstraßen schon seit den 1950-er Jahren. In den 1980-er Jahren wurde ihr jetziges Erscheinungsbild amtlich festgeschrieben. Es ist in der Richtlinie für die wegweisende Beschilderung auf Autobahnen (RWBA) definiert. Rund 3500 gibt es heute davon bundesweit. „Sie sind sehr unterschiedlich verteilt“, nennt Groß ein Ergebnis seiner Forschung. Während im Bundesland Berlin nur ein einziges Schild zu finden ist, sind es im Freistaat Bayern mehr als 800. In Sachsen-Anhalt weisen 149 Tafeln an den Autobahnen auf touristische Ziele hin.

## ■ Werbung ganz unterschiedlicher Art

Wer von Niedersachsen kommend auf der A 2 nach Sachsen-Anhalt fährt, wird bei Marienborn als Erstes mit dem Hinweis auf die ehemalige innerdeutsche Grenze konfrontiert. Dort lädt die Gedenkstätte Deutsche Teilung zu einem Besuch ein. Meist haben die Motive einen fröhlicheren Hintergrund. So wie im Harz, wo die Hexe und der Brocken als verbindendes Symbol der Tourismusregion fungieren und daher auf vielen Schildern zu finden sind. Nicht immer sind es Regionen (Magdebur-



So könnte die touristische Hinweistafel an der A 14 aussehen: Der Tangermünder Stadtrat diskutiert bereits über das Aussehen eines möglichen Schildes. In Sachsen-Anhalt gibt es aktuell 149 solcher Tafeln, deren Aussehen amtlich festgeschrieben ist.

FOTO: PRIVAT



Im Harz weisen zahlreiche Hinweistafeln auf touristische Ziele hin. Das müssen nicht unbedingt Regionen sein. An der A 39 wirbt zum Beispiel Volkswagen für seine Autostadt, an der A 36 und A 38 machen die Harzer Schmalspurbahnen Werbung für ihr Unternehmen.

ger Börde, A 2), Sehenswürdigkeiten (Schloss Hundsburg, A 2) oder andere klassische touristische Ziele (Burg Querfurt, A 38), die so auf sich aufmerksam machen. An der A 36 und A 38 weisen beispielsweise die Harzer Schmalspurbahnen auf ihr Unternehmen hin. An der A 39 wirbt Volkswagen für seine Autostadt.

## ■ Jeder Fünfte sieht die Schilder positiv

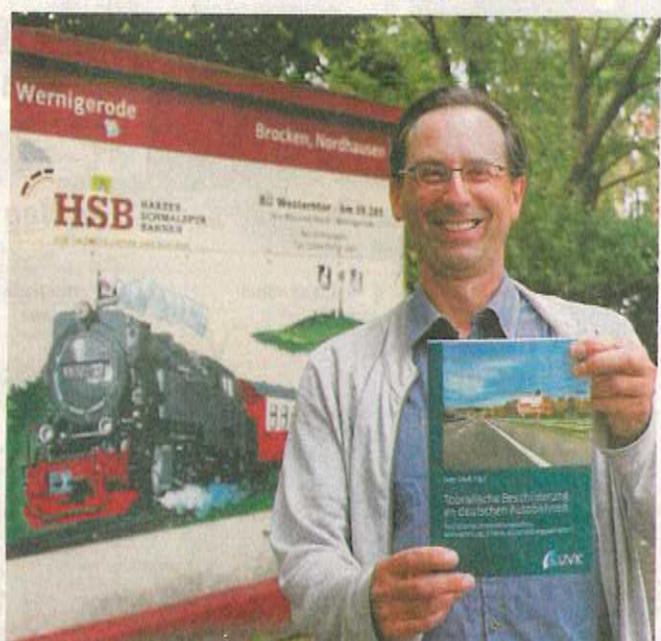
Es scheint zu funktionieren. Knapp 17 Prozent der 1100 von Groß für seine Studie Befragten gaben an, aufgrund einer solchen Hinweistafel schon mal spontan die Autobahn verlassen zu haben. Zwei Drittel erklärten, sich an solche Tafeln erinnern zu können. Bei einem Drittel weckten sie die Neugier, das dargestellte Ziel später einmal zu besuchen. Jeder Fünfte sieht die Schilder ausdrücklich positiv, findet sie interessant, hält sie für eine gute Idee und hilfreich. Es gebe sogar Leute, die es sich zum Hobby gemacht haben, alle Schilder aufzulisten, um gezielt ein touristisches Ziel

nach dem anderen anzusteuern. Nur sechs Prozent der Befragten verbanden mit den Tafeln negative Gedanken und sie bezweifelten den Sinn beziehungsweise kritisierten die damit verbundenen Kosten.

## ■ Kosten zwischen 8000 und 15 000 Euro

Die werden übrigens vom jeweiligen Auftraggeber getragen, also in der Regel Tourismusverband, Kommune oder Unternehmen. Insgesamt müssen laut Groß jeweils zwischen 8000 und 15 000 Euro aufgewendet werden. In der Straßenverkehrsordnung sind die technischen Details der als Zeichen 386.3 geführten touristischen Hinweistafeln festgelegt. Maximal zwei davon sollten zwischen zwei Anschlussstellen stehen. Eine Ausnahme macht Sachsen, da können es bis zu vier sein. Die dargestellte Sehenswürdigkeit soll höchstens zehn Kilometer Luftlinie entfernt sein.

Über die Genehmigung entscheidet die jeweilige Verkehrsbehörde.



Prof. Sven Groß hat die Wirkung der „Touristischen Unterrichtungstafeln“, wie sie im Amtsdeutsch heißen, untersucht.

FOTOS: BY CT-MARS