



## P R E S S E M I T T E I L U N G

Hannover, 2. Dezember 2013

### **Klinisch sauber, abweisend, menschenleer, autofrei – das neue »Image« der D-Linie**

Vor wenigen Tagen wurde die neue Imagebroschüre der Infra zur D-Linie ausgeliefert. Unter dem neuen Namen »Projekt Zehn Siebzehn« werden Bürgerinnen und Bürgern auf 18 Seiten die wichtigsten Merkmale zur Oberflächenstrecke in der Innenstadt vorgestellt. Man kann sie entweder als PDF-Download auf der Infra-Homepage einsehen ([www.infra-hannover.de/downloads/zehnsiebzehn/ZEHN\\_SIEBZEHN\\_Projekt\\_broschuere\\_11\\_2013.pdf](http://www.infra-hannover.de/downloads/zehnsiebzehn/ZEHN_SIEBZEHN_Projekt_broschuere_11_2013.pdf)) oder als gedrucktes Heft z. B. bei der Üstra bekommen (hier allerdings nur auf Anfrage bei den Service-Mitarbeitern, nicht als freie Mitnahme).

Nach jahrelangen Diskussionen soll nun die D-Linie ein besseres Image bekommen. Während die ersten Bilder das freundliche und lebendige Hannover von heute zeigen, wie die Bürgerinnen und Bürger es kennen – Stadtbahnen, Fußgänger, Autos, Radfahrer, geschäftiges City-Leben –, zeigen die Infra-Visualisierungen ein kaltes Zukunftsbild (auch einsehbar unter [www.infra-hannover.de/downloads/zehnsiebzehn/ZEHN\\_SIEBZEHN\\_Visualisierungen\\_11\\_2013.pdf](http://www.infra-hannover.de/downloads/zehnsiebzehn/ZEHN_SIEBZEHN_Visualisierungen_11_2013.pdf)). In der Goethestraße, am Steintor in der Münzstraße, in der Kurt-Schumacher-Straße und am Raschplatz drehen eine Stadtbahn und ein Regio-Bus einsam ihre Runden. Die Straßen sind leergefegt – trotz eines hellen Tages sieht man weder Autos noch Radfahrer und ohnehin nicht ein einziges Auto. Menschen sind ebenfalls nicht zu sehen.

Sind klinisch saubere, kalte, menschenleere und abweisende Straßenzüge das bevorzugte neue Image zur D-Linie? Hannover als »Geisterstadt« – Hauptsache, neue Bäume stehen und die Stadtbahn kann ungehindert fahren. Menschen, Autos und Radfahrer hätten diese Szenerien (und den Betrieb) offenbar nur gestört. Dieses »Image« ist allerdings gründlich danebengegangen – eine abweisend sterile Umgebungskälte wird auch weiterhin kaum Anwohner und Bürger mit der unsinnigsten Planung der hannoverschen Stadtbahngeschichte anfreunden können.

Es bleibt festzuhalten, dass der erste Wurf der hannoverschen Agentur für Markenkommunikation Windrich & Sörgel ([www.windrich-soergel.de](http://www.windrich-soergel.de)) erwarteterweise überhaupt nicht die bekannten Probleme entlang der Strecke anspricht und diese auch nicht visualisiert, sondern vielmehr eine abschreckend blasse Infobroschüre darstellt – mit blumig-geschliffener Sprache, jedoch ohne wichtige Details.

Initiative Pro D-Tunnel e. V. · J. Pielawa · H.-Heine-Straße 21 · 30173 Hannover · [pielawa@pro-d-tunnel.de](mailto:pielawa@pro-d-tunnel.de)

Herausgegeben am 2. Dezember 2013 · V.i.S.d.P.: Jens Pielawa