

Frau Oberbürgermeisterin

Dr. Otilie Scholz

Änderungsantrag

zur Sitzung des Rates am 22. Januar 2015

Freies Internet für Bochum (TOP 2.1)

Der Beschlussvorschlag wird durch folgende Formulierung ersetzt:

1. Bochum-Marketing wird gebeten, einen Erfahrungsbericht zum WLAN-Angebot auf dem Bochumer Weihnachtsmarkt 2014 zu erstellen.
2. Bochum-Marketing wird gebeten darzulegen, ob das während des Weihnachtsmarktes umgesetzte Konzept als Blaupause für eine dauerhafte Einrichtung von freien WLAN-Angeboten in der gesamten Innenstadt dienen kann und welche Voraussetzungen dafür geschaffen werden müssen.
3. Bochum-Marketing wird gebeten, in diesem Zusammenhang eine Ausweitung dieses Angebots mindestens auf die Wattenscheider Innenstadt in Betracht zu ziehen. Auch das Rewirpower-Stadion und weitere Orte könnten in Frage kommen.

4. Bochum-Marketing wird gebeten zu prüfen, welche Kooperationen möglich sind, etwa mit Freifunk-Initiativen oder den Hochschulen, die bereits eigene Netze betreiben.
5. Die Verwaltung wird gebeten, die datenschutzrechtlichen Aspekte zu prüfen und eine Einschätzung hinsichtlich der Störerhaftung zu geben.
6. Als kommunales Unternehmen bieten die Stadtwerke beziehungsweise Tochterunternehmen der Stadtwerke Kommunikationsdienstleistungen an. Die Stadtwerke werden gebeten darzulegen, ob es Planungen für freie WLAN-Angebote in Bochum gibt.
7. Die Verwaltung wird gebeten, Erkenntnisse über die aktuelle LTE-Abdeckung in der Innenstadt und den Stadtteilzentren zu sammeln.
8. Die Bogestra und der VRR werden gebeten zu erläutern, welche Pläne es für WLAN-Angebote in Bussen und Bahnen gibt.

Der Rat stellt klar, dass jedes vorzuschlagende Konzept für die Stadt Bochum kostenneutral umsetzbar sein muss.

Das Ergebnis der Prüfungen soll dem zuständigen Fachausschuss vorgelegt werden.

Begründung

Nach einer ersten Einschätzung von SPD und Grünen hat Bochum-Marketing beim Weihnachtsmarkt 2014 das Angebot von offenen WLAN erfolgreich getestet. Statt grundsätzlich neue Konzepte zu entwerfen, sollte deshalb zunächst untersucht werden, ob der Ansatz von Bochum-Marketing ausgebaut werden kann.

Die weitere Begründung erfolgt mündlich.

Dr. Peter Reinirkens
Manfred Preuß