

zu TOP .....

Mainz, 29.09.2024

## Anfrage 1422/2024 zur Sitzung am Baustellenmarketing in Mainz strukturiert etablieren (FDP)

Die Ratsfraktion der Freien Demokraten in Mainz hatte für die Ratssitzung am 04. September einen Antrag zur strukturierten Etablierung eines professionellen Baustellenmarketings in der Landeshauptstadt einbringen wollen. Mit Verweis auf einen Eingriff in die Verwaltungshoheit hatte Oberbürgermeister Haase diesen Antrag für nicht zulässig erklärt, aber darauf hingewiesen, dass die Verwaltung entsprechende Punkte des Antrags aufgreifen wolle. Insbesondere die Baustelle im Rahmen der geplanten Instandsetzung des Gutenbergmuseums, die einen intensiven und längerfristigen Eingriff in den öffentlichen Raum am Liebfrauenplatz nach sich ziehen wird, muss mit entsprechenden Maßnahmen eines Baustellenmarketings versehen werden, um drohende Umsatzeinbußen abzufedern. Aus Medienberichten wie auch aus persönlichen Gesprächen mit Anwohnerinnen und Anwohnern und dort ansässigen Gewerbetreibenden ist bekannt, dass der Einbezug der vorgenannten Personengruppe spät und, zumindest zunächst, nicht umfänglich genug erfolgte. Wir teilen darüber hinaus die Einschätzung, dass die geplanten Maßnahmen (noch) nicht das Niveau eines professionellen Baustellenmarketings erreicht haben.

### Wir fragen an:

1. Sieht die Verwaltung die Notwendigkeit, dass jeder bauliche Eingriff im öffentlichen Raum, bei dem Gastronomiebetriebe, der Einzelhandel oder sonstige Einrichtungen, in denen Gewerbe betrieben wird, tangiert werden, ist mit einem konsequenten „Baustellenmarketing“ zu versehen ist?
2. Welche Maßnahmen ergreift die Verwaltung bislang, um bei anstehenden Baumaßnahmen, bei denen Gewerbetreibende tangiert sind, eine rechtzeitige und umfassende Information der betroffenen Betriebe sowie der betroffenen Anwohnerinnen und Anwohner bezüglich der anstehenden Baumaßnahme sicherzustellen?
3. Ist es von Seite der Verwaltung üblich, dass vor jeder Baumaßnahme ein gemeinsamer Ideenaustausch zwischen der zuständigen Verwaltung, den betroffenen Betrieben, Anwohnerinnen und Anwohnern und der ausführenden Bauunternehmung stattfindet, um Aktionen, Maßnahmen und Veranstaltungen für die Zeit des Eingriffs zu erörtern und unter Federführung der Verwaltung einen entsprechenden Zeitplan samt Maßnahmenkatalog zu erarbeiten?

4. Wenn nein, warum nicht? Mit welcher Herangehensweise stellt die Verwaltung ansonsten sicher, dass ein rechtzeitiger und umfänglicher Informationsfluss zu den betroffenen Gewerbetreibenden sowie Anwohnerinnen und Anwohnern sichergestellt ist? Wie organisiert die Verwaltung den Einbezug der betreffenden vorgenannten Personengruppen?
5. Wie bewertet es die Verwaltung, im Vorfeld des Eingriffs eine Interessengemeinschaft (IG) aus Vertreterinnen und Vertretern der Verwaltung, der betroffenen Betriebe, Anwohnerinnen und Anwohnern sowie der ausführenden Bauunternehmung zu bilden? Dabei solle eine zentrale Ansprechpartnerin oder zentraler Ansprechpartner von Verwaltungsseite die entsprechenden Aktivitäten und unterstützt die IG koordinieren.
6. Ist für die Verwaltung denkbar, dass im Rahmen der Ausschreibung der durchzuführenden Baumaßnahme die Realisierung des Baustellenmarketings in den Leistungskatalog der Bewerbung aufgenommen wird?

Susanne Glahn  
Fraktionsvorsitzende