



Antwort zur Anfrage Nr. 1422/2024 der FDP-Stadtratsfraktion betreffend **Baustellenmarketing in Mainz strukturiert etablieren (FDP)**

Die Anfrage wird wie folgt beantwortet:

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?

In unserer Stadt gibt es mehrere Großbaustellen, deren Auswirkung auf die Erreichbarkeit der Innenstadt und des Einzelhandels sich unterschiedlich auswirkt. Diese umfangreichen Arbeiten sind Teil wichtiger Investitionen in die Infrastruktur, die darauf abzielen, unsere Stadt für

die kommenden Jahre zu verbessern und zukunftssicher zu machen. Obwohl diese Maßnahmen notwendig sind, um die Lebensqualität zu erhöhen und die Verkehrsanbindung zu optimieren, führen sie leider auch zu Verkehrsbehinderungen. Umleitungen und temporäre Schließungen können den Alltag der Bürger:innen und Besucher:innen beeinträchtigen. Die Bauarbeiten sind jedoch unerlässlich und ein Zeichen für Fortschritt und Entwicklung mit dem Ziel eine bessere, modernere Stadt, welche auch in Zukunft ein attraktiver Ort zum Leben und Arbeiten sein wird.

Generell ist eine umfassende Kommunikation zu Baumaßnahmen wichtig. Dies beginnt in einer Möglichkeit zur Beteiligung vor dem eigentlichen Baustart und auch während der gesamten Maßnahme Informationen zum Stand der Umgestaltung zu erhalten. So können eventuell auftretende Bauverzögerungen sowie Veränderungen der Verkehrsführung schnell mitgeteilt werden. Durch diese Maßnahmen kann die Akzeptanz der Baumaßnahme gesteigert werden. Die Landeshauptstadt Mainz hat solche umfassenden Großbaustellen in der Innenstadt auch schon umgesetzt z.B. in der Großen Langgasse. Hier wurde bei der städtischen Umgestaltung des Straßenraums interdisziplinär an dem Projekt gearbeitet. Bei Großbaustellen, bei denen die Landeshauptstadt Mainz nicht die Bauherrin ist, ist diese Vorgehensweise nicht umsetzbar. Da die Stadtverwaltung keine öffentlichen Mittel für Baustellen dritter verausgaben kann.

Zur Kommunikation der gesamten Baustellensituation in Mainz ergänzt seit diesem Jahr ein Maskottchen den Slogan: Fit für die Zukunft. Mainz baut. Die fleißige Bauarbeiter-Ameise weist die Verkehrsteilnehmenden auf die Einschränkungen hin und dankt für die Geduld, aktuell unter anderem auf dem LED-Giant Screen Mainz am Hauptbahnhof/Aliceplatz. Eine Übersicht der Großbaustellen ist zudem unter mainz.de/verkehr zusammengestellt.

Derzeit besteht ein Baustellenmanagement zur Koordinierung der umfassenden kleineren und größeren Baumaßnahmen im öffentlichen Raum. Hier werden die Genehmigungen zu Beginn der Maßnahmen festgelegt, sowie die individuelle Verkehrsführung und Beschilderung vorgeschrieben. Des Weiteren werden über Pressemitteilungen, welche für die Öffentlichkeit relevante Verkehrseinschränkungen beinhalten, informiert.

Die Landeshauptstadt Mainz baut die Kommunikationswege unter anderem über Social Media sukzessive aus. In ämterübergreifenden Arbeitsgruppen werden Strategien zur Baustellenkommunikation aufgegriffen. Gleichzeitig sollen sogenannte Mindeststandards für Baumaßnahmen in großem Umfang an Versorgungsträgern sowie weitere Bauträger herangetragen werden. Ziel ist es, dass alle über einen längeren Zeitraum andauernde und mobilitätseinschränkende Baumaßnahmen eine Information vor Ort aufweisen. Die Verwaltung in Form eines interdisziplinären Teams aus Wirtschaftsförderung, Öffentlichkeitsarbeit sowie des Verkehrswesen befindet sich derzeit in Gesprächen mit Vertreter:innen des Handels. Die Stakeholder tragen einen wichtigen Teil zur erfolgreichen Zusammenarbeit bei. Um ein „Baustellenmarketing“ langfristig zu etablieren und zu verstetigen benötigt es hierfür personelle Ressourcen. Ein Blick in andere Städte zeigt, dass dies auch bei externen Stakeholdern angesiedelt werden kann.

Mainz, 08.10.2024

gez. Steinkrüger

Janina Steinkrüger
Beigeordnete