

Beschlussvorlage für Ausschüsse



Landeshauptstadt
Mainz

öffentlich		Drucksache Nr. 1742/2024
Amt/Aktenzeichen V/Dez 5	Datum 18.11.2024	TOP

Beratungsfolge Gremium	Zuständigkeit	Datum	Status
Ortsbeirat Mainz-Altstadt	Kenntnisnahme	14.01.2025	Ö

Betreff:

Sachstandsbericht zu Antrag 1250/2024, FDP, Ortsbeirat Mainz Altstadt
hier: Baustellenmarketing in der Mainzer Altstadt

Mainz, 21.11.2024

gez. Steinkrüger

Janina Steinkrüger
Beigeordnete

Beschlussvorschlag:

Der Ortsbeirat nimmt den Sachstandsbericht zur Kenntnis

Sachverhalt:

Baumaßnahmen wie beispielsweise die Binger Straße, wirken sich auf die Erreichbarkeit der Innenstadt und des Einzelhandels unterschiedlich aus. 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 einer besseren, moderneren 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 gesam-

ten 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 wird 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 Versorgungsträger 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.