



Antwort zur Anfrage Nr. 0176/2025 der SPD-Stadtratsfraktion betreffend **Baustellenmarketing in Mainz (SPD)**

Die Anfrage wird wie folgt beantwortet:

- 1. Gibt es mittlerweile geklärte Strukturen innerhalb der Verwaltung bzgl. des Baustellenmarketings? Wenn ja, welche Stelle in der Verwaltung organisiert und koordiniert künftig das Baustellenmarketing für alle Baustellen der Innenstadt?**

Für das Baustellenmarketing ist innerhalb der Verwaltung federführend das Dezernat III zuständig. Bei den Planungen und der Durchführung von Marketingmaßnahmen werden andere involvierte Stellen, wie beispielsweise die Straßenverkehrsbehörde, die Mainzer Mobilität, die Wirtschaftsförderung, mainzplus CITYMARKETING oder die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit, mit eingebunden. Das gilt auch für betroffene Gewerbetreibende und Stakeholder.

- 2. Wie werden die durch die Verwaltung bereits bei früheren Baustellen gesammelten Erfahrungen im Baustellenmarketing nachhaltig gesammelt und konserviert?**

Die Verwaltung hat beispielsweise während der Umgestaltung der Großen Langgasse ein Baustellenmarketing betrieben.

Das Baustellenmarketing wurde hierbei durch das Stadtplanungsamt als Bauherrenvertreter und dem Amt für Öffentlichkeitsarbeit in Kooperation mit dem City-Management, IHK, Unser Mainz in Rheinhessen, dem Wirtschaftsdezernat und der Quartiergemeinschaft Große Langgasse durchgeführt.

In diesem Kontext wurden verschiedene Maßnahmen zum Baustellenmarketing durchgeführt, u.a. wurden Flyer gedruckt, Bauzäune mit Werbebanner gestaltet und es gab auch immer einen Ansprechpartner von Seiten der Stadt.

Die Städtischen Stellen waren im regelmäßigen Austausch mit den Gewerbetreibenden.

Eine Evaluation der Maßnahmen hat nicht stattgefunden.

- 3. Wird für künftige Bauvorhaben eine übergeordnete Strategie für das Baustellenmarketing, die der konkreten Situation vor Ort jeweils anzupassen ist, erarbeitet?**

Eine übergeordnete Strategie ist aktuell nicht in Arbeit. Jede Baustelle ist anders. Bei der einen ist die Wahrnehmbarkeit eines Quartiers ein großes Problem, bei der anderen fehlende Kundenströme, weil aufgrund von verkehrlichen Arbeiten bestimmte Areale nur schwer zu erreichen sind.

Gemeinsam mit beteiligten Stellen innerhalb der Verwaltung, stadtnahen Gesellschaften, betroffenen Gewerbetreibenden sowie Stakeholdern werden situationsabhängig Strategien, Aktionen und Maßnahmen entwickelt, damit die Kunden trotz der Baustelle in die dort ansässigen Geschäfte kommen.

Mainz, 5 Januar 2025

gez.

Manuela Matz
Beigeordnete