



Stadt Ulm 89070 Ulm

CDU/UfA-Fraktion
Rathaus
Marktplatz 1
89073 Ulm

18.09.2023

Baustellenkommunikation in Ulm

- Ihr Antrag Nr. 117 vom 11.07.2023 -

Sehr geehrte Stadträtinnen,
sehr geehrte Stadträte,

vielen Dank für Ihren Antrag vom 11.07.2023, mit welchem Sie eine Verbesserung der Baustellenkommunikation in Ulm anmahnen und verschiedene Vorschläge unterbreiten.

Es ist uns absolut bewusst, dass eine gute und wirkungsvolle Öffentlichkeitsarbeit entscheidend ist, welche frühzeitig und aus erster Hand über aktuelle und bevorstehende Baustellen im öffentlichen Raum angemessen informiert, um damit das Verständnis der Bürgerinnen und Bürger gewinnen zu können. Wie Sie wissen, wurden ja seit vielen Jahren -über Ihre Vorschläge hinaus- bekannte und bereits regelmäßig von der Verwaltung erfolgreiche Kommunikationsmaßnahmen bei verschiedenen Bauvorhaben in unterschiedlicher Intensität angewandt. Hierbei wurden abhängig vom Bauprojekt jedes Mal die spezifisch geeigneten Kommunikationskanäle herausgefiltert und dementsprechend bedient. Im Folgenden dürfen wir Ihnen ein paar wesentliche Kriterien darstellen, nach denen wir uns bemühen, die Kommunikationsarbeit aufzubauen:

1. Festlegung der Kommunikationsziele, die mit der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit erreicht werden sollen. Dazu gehören u.a. den Bürgerinnen und Bürgern den Zweck des Projekts zu erläutern, den Mehrwert darzustellen, Feedback aus der Bürgerschaft einzuholen, verkehrliche Einschränkungen anzukündigen und v. a. die Umleitungsempfehlungen bekanntzugeben.
2. Frühzeitige Planung der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bereits in einer frühen Projektphase, um ausreichend Zeit zu haben, alle notwendigen Maßnahmen zielgruppenspezifisch (u. a. MIV, Anwohner*innen, Geschäftsinhaber*innen, Pendler*innen, Bedarfsträger*innen und Stakeholder*innen) festlegen und umsetzen zu können.
3. Festlegung der geeigneten Kommunikationskanäle, um die Botschaften effektiv verbreiten zu können. Dazu gehören u. a. Pressemitteilungen, aktuelle Website-Beiträge, Nachrichten und Reels in den sozialen Medien, Printmedien (Flyer, Anwohneranschreiben), Informationsveranstaltungen (Bürgerforen, Führungen, Events), Lotsen vor Ort und Aushänge bzw. Infopoints im Umfeld der Baustellen.

4. Frühzeitige Kommunikation der Maßnahmen und ggf. bevorstehender Störungen oder Umleitungen, damit die Betroffenen entsprechende Vorkehrungen treffen können.

5. Verwendung klarer und einfach verständlicher Sprache, die möglichst frei von Fachbegriffen ist, um sicherzustellen, dass die Botschaften von der breiten Öffentlichkeit gut verstanden werden.

6. Visuelle Unterstützung anhand von Grafiken, Fotos, Plänen und Diagrammen, um komplexe Informationen zu veranschaulichen und das Interesse der Zielgruppen zu wecken.

7. Offene Kommunikationskultur, die Bürgerinnen und Bürger ermutigt, Fragen zu stellen und Bedenken zu äußern. Hierzu Bürgerbeteiligungen anbieten, entsprechende Feedback-Möglichkeiten etablieren z. B. in Form von öffentlichen Informationsveranstaltungen oder Website-Kontaktformularen, bei denen Fragen gestellt und Anliegen geäußert werden können.

8. Konsistente und regelmäßige Updates über den Projektfortschritt geben, mögliche Bauphasenänderungen darstellen, um Transparenz zu gewährleisten.

9. Regelmäßige Bewertung der Presse und Öffentlichkeitsarbeit, um deren Effektivität überprüfen und ggf. die Maßnahmen anpassen zu können.

Für die Baustellenkommunikation gibt es im Stadtkonzern einen Baukasten mit einer breiten Palette von Instrumenten und Kanälen, aus dem sich sowohl Verwaltung als auch die Töchter des Stadtkonzerns bedienen. Die wichtigsten Bausteine sind:

- **Pressearbeit:**
Die Pressemitteilung beschreibt die Baumaßnahme, deren Mehrwert nach Fertigstellung, sämtliche Auswirkungen auf Bürgerinnen und Bürger sowie mögliche Beeinträchtigungen des Straßenverkehrs und konkrete Alternativrouten.
- **Social Media:**
 - bei kleinen bis mittelgroßen Maßnahmen: Kommunikation via Twitter, Reels und Stories auf Instagram/Facebook/TikTok mit dem Schwerpunkt, alle Beeinträchtigungen im Straßenverkehr aufzuzeigen und Hilfestellungen anzubieten.
 - bei großen Baumaßnahmen: Kommunikation via Beitrag auf Twitter, Instagram und Facebook mit dem Schwerpunkt, alle Beeinträchtigungen im Straßenverkehr und alle Auswirkungen auf die Bürgerinnen und Bürger aufzuzeigen und Hilfestellungen anzubieten.
- **Info-Banner/Hinweistafeln/Infobereiche/Ausstellungen:**
 - Beschilderung aller Baustellen mit Info-Bannern und Hinweistafeln und dem Verweis auf die dazugehörige Website für Detailinformationen und einer zentralen Hotline für Bürgerfragen (z. B. SWU Verkehr)
 - Temporäre Infobereiche im Umfeld der Baustellen
 - Temporäre Ausstellungen im m25
- **Website und Newsletter:**
Detailinformationen zu jeder Baustelle, den Bauherren, den Baustellenbeauftragten und der voraussichtlichen Dauer. Eine Übersichtskarte zu allen Baustellen ist aus der Website einsehbar und im digitalen Newsletter dargestellt.
- **Anwohnerinfo:**
Zur frühzeitigen Aufklärung werden Wurfsendungen mit den Informationen zu den Baumaßnahmen an alle betroffenen Anwohnerinnen und Anwohner rechtzeitig vor Baubeginn verteilt bzw. Infoabende oder Führungen vor Ort angeboten.

Bei verhältnismäßig kleinen Baumaßnahmen wird auf ein aufwändiges Pressegespräch verzichtet und mit Mitteilungen über die lokale Presse sowie über die städtische Internetseite und Social Media informiert. Da kleinere Maßnahmen oftmals für die Nutzenden der Hauptverkehrsstraßen und damit für den Großteil der Bürgerschaft weniger von Interesse sind, jedoch vielmehr die direkten Anliegerinnen und Anlieger betreffen, werden diese über den geplanten Bauablauf, die Einschränkungen und die voraussichtliche Dauer selbiger mittels Hauswurfsendungen informiert. Dieses Instrument wurde in der Vergangenheit u. a. bei den Baumaßnahmen an der Zinglerbrücke, an der Königstraße, bei den Belagsmaßnahmen am Eselsberg, am Weinberg oder an der derzeit laufenden Baumaßnahme an der Ulmer Straße in Wiblingen erfolgreich eingesetzt.

Neben der dargelegten Vorgehensweise werden vereinzelt Bürgerinformationsveranstaltungen, wie es beispielsweise an der Gänstorbrücke der Fall war, durchgeführt. In diesem Rahmen haben interessierte Bürgerinnen und Bürger zusätzlich noch die Möglichkeit, direkt Rückfragen zur Maßnahme zu stellen.

Die städtische Straßenverkehrsbehörde verfügt in verkehrsrechtlichen Anordnungen für Dritte, die Auswirkungen auf den Verkehr und die Nachbarschaft haben, grundsätzlich, dass eine Information der Anwohnerinnen und Anwohner rechtzeitig (i.d.R. mind. drei Tage vor Baustellenbeginn) zu erfolgen hat und eine Öffentlichkeitsarbeit erfolgen muss. Die Mitteilungen an die Anwohnerinnen und Anwohner und an die Presse sind der Verkehrsbehörde vorzulegen. Sofern relevante Einschränkungen zu erwarten sind, werden die Informationen an die städtische Öffentlichkeitsarbeit und über den "Ulm baut um"-Newsletter weitergegeben.

Das Ziel ist es, den Dialog mit der Bevölkerung zu fördern und so ein partnerschaftliches Miteinander zu schaffen. Durch diese Dialogbereitschaft können Bedenken frühzeitig erkannt und mögliche Konflikte vermieden oder zumindest minimiert werden.

Bitte beachten Sie, dass Umfang und Qualität der Öffentlichkeitsarbeit und Baustellenkommunikation auch eine Frage der Kapazitäten und der Kompetenzen der jeweils zuständigen Kolleginnen und Kollegen ist. In diesem Zuge sei daran erinnert, dass die Stadtverwaltung z. B. im Bereich der Hauptabteilung VGV derzeit rd. sechs vakante Stellen im ingenieurtechnischen Gebiet beklagt, die trotz wiederholten Bemühungen nicht zu besetzen sind. Zwangsläufig sind dadurch leider Abstriche in der Anzahl der abwicklungsfähigen Projekte, dem Aufwand der Betreuung und/oder der Qualität der Ergebnisse erforderlich. Dennoch handelt der Stadtkonzern insgesamt stets im Wissen und Verständnis, im Auftrag von und für die Bürgerinnen und Bürger zu agieren.

Freundliche Grüße



Gunter Czisch

- Flyer:
Bei größeren bzw. lang andauernden Baustellen werden die Bürgerinnen und Bürger durch zusätzliche Detailinformationen über die Baumaßnahmen rechtzeitig vor Baubeginn durch die Flyerverteilung vor Ort informiert.
- Veranstaltung:
Bei größeren bzw. lang andauernden Baustellen werden ggf. ergänzende Informationsveranstaltungen für alle Bürgerinnen und Bürger rechtzeitig vor Baubeginn angeboten. Nach Fertigstellung werden die Erfolge gemeinsam bei Bürgerfesten gefeiert.
- TFT-Bildschirme in den Fahrzeugen der SWU und die Doorshow im Deutschhaus:
Informationen über lang andauernde Baumaßnahmen werden als digitale Anzeige in den Fahrzeugen der SWU ausgespielt. Die Monitore in Bus und Bahn erreichen viele tausend Menschen täglich. Auch die Beamer bei den Aufzügen im Parkhaus Deutschhaus (Doorshow) werden genutzt.

Natürlich ist nicht bei jedem Projekt eine so umfassende Beteiligung möglich, da hierfür die personellen Kapazitäten nicht ausreichend verfügbar sind. Darüber hinaus muss auch immer eine Angemessenheit der Mittel gewahrt werden.

Es gibt in Ulm verschiedene Akteure, die Baustellen abwickeln. Besonders relevant sind hierbei die Baumaßnahmen im öffentlichen Raum, da sie besondere Auswirkungen auf einen größeren Personenkreis und über die direkte Nachbarschaft hinaus haben. So bauen im öffentlichen Straßenraum die Stadtverwaltung selbst, aber auch die Entsorgungs-Betriebe Ulm, die Stadtwerke Ulm/Neu-Ulm, die Fernwärme Ulm GmbH, die Sanierungstreuhand Ulm, andere Straßenbaulastträger (Land Baden-Württemberg, Freistaat Bayern) und verschiedene Leitungsträger (Telekom, Vodafone, ...). Alle Maßnahmen unterscheiden sich je nach Größe, Umfang, Dauer und Einschränkungen des Projekts und damit auch in Aufwand und Qualität der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.

Exemplarisch sind nachstehend einige Verfahrensweisen in den Einheiten des Stadtkonzerns beschrieben.

Verkehrsplanung und Straßenbau, Grünflächen, Vermessung (VGV)

Bei Maßnahmen, die eine gewisse Größe einnehmen und zu spürbaren verkehrlichen Einschränkungen führen, lädt die Abteilung Verkehrsinfrastruktur im Vorfeld zu einem Pressegespräch ein. In diesem Pressegespräch werden den Personen der Presse anhand einer Präsentation erläutert, wie die Bauabwicklung aussieht und mit welchen Einschränkungen zu rechnen ist. Die Pressegespräche finden in der Regel wenige Wochen vor dem Baustart statt. Bei der Wahl des Termins besteht die Kunst, den richtigen Zeitpunkt zu erwischen, an dem es voraussichtlich zu keinen größeren Änderungen im Bauablauf mehr kommt, die betroffenen Personen sich aber noch rechtzeitig im Vorfeld informiert fühlen können. Kurz vor den genannten Baumaßnahmen werden nochmals Pressemitteilungen über die stadteigene Pressestelle veröffentlicht, die zudem über die städtische Internetseite, über die Social-Media-Kanäle und den "ulm baut um"-Newsletter der Stadt Ulm verbreitet werden. Dieses Vorgehen wurde in den letzten Jahren u. a. beim Abbruch der Beringerbrücke, an der Ludwig-Erhard-Brücke, der Haßlerstraße, der Zinglerbrücke oder dem Neubau des Kienlesbergradwegs erfolgreich angewandt. Ebenfalls wurde die breite Öffentlichkeit auf diese Weise über die Sanierung der Wallstraßenbrücke in den Sommerferien letzten Jahres informiert. Bei den erst genannten Maßnahmen an der Ludwig-Erhard-Brücke, der Haßlerstraße oder auch an der B 10 wurden zusätzlich noch eigene Internetseiten (u. a. www.erneuerung-b10.de) online erstellt, um Interessierte über die neusten Entwicklungen auf dem Laufenden zu halten.