



Workshop
Wir bauen auf Ihr Verständnis!
Baustellen in der Stadt & Anrainer-Kommunikation
Ergebnisprotokoll

Zeit: Montag, 8. März 2004 von 9:00 bis 15:30 Uhr

Ort: Bruno Kreisky Forum für internationalen Dialog, Armbrustergasse 15, 1190 Wien

TeilnehmerInnen: 65 ExpertInnen: MitarbeiterInnen von Dienststellen/Institutionen der Stadt Wien und des Bundes, VertreterInnen der Bezirke der Stadt Wien sowie der Wirtschaft

Moderation: DI Wolfgang Gerlich

TO 0 Begrüßung, Ablauf

Margit Schmidt begrüßt als Hausherrin (Generalsekretärin) die Anwesenden im Bruno Kreisky Forum für internationalen Dialog – einem Ort der Begegnung.

Wolfgang Gerlich stellt die Veranstaltung unter das Motto „Wien ist anders, Wien spricht anders, Wien baut anders“.

SR Ralf Lhotzky leitet das EU-Life-Projekt Rumba „Richtlinien für umweltfreundliche Baustellenabwicklung“. Die Ziele von Rumba sind: Reduktion des Lkw-Schwerverkehrs, Reduktion der Verkehrsbehinderungen, Reduktion der Entsorgungsfahrten, Erhöhung der Akzeptanz von Baustellen durch den Abbau von Konflikten in Zusammenhang mit dem innerstädtischen Baugeschehen. Bestehende gesetzliche Rahmenbedingungen werden in diesem Sinne durchforstet und verbessert, Richtlinien für ein umweltfreundliches Baustellenmanagement werden erarbeitet. Ein weiterer Projektschwerpunkt ist die praktische Umsetzung der Ergebnisse am Beispiel von 3 Demonstrationsvorhaben.

Weitere Informationen zum Projekt Rumba unter www.rumba-info.at.



TO 1 Impulsreferate

Anrainer-Kommunikation Projekt TownTown

Dr. Sigrid Neureiter, PR-Agentur Neureiter

Das Projekt TownTown gilt als vorbildlich für die gelungene Öffentlichkeitsarbeit im Rahmen eines Großbauvorhabens. In unmittelbarer Nachbarschaft sind 500 Haushalte betroffen, 14.000 sind es im weiteren Umfeld.

„Anrainer zuerst“ lautet die Devise der Kommunikation. In der Kommunikationsarbeit werden bestehende, bewährte Kommunikationsschienen genutzt – beispielsweise hat die Bezirksvorstehung zu Veranstaltungen eingeladen – sowie neue innovative Akzente gesetzt, die in Form von Beispielen präsentiert wurden:

Die Auftaktveranstaltung fand in einem Betriebsgebäude nahe der Baustelle statt – ohne Beteiligung von Politikern, es waren nur Experten am Podium. Ziel der Auftaktveranstaltung war die Sorgen der AnrainerInnen kennen zu lernen (Verkehr, Hundewiese). Das Catering wurde an einen lokalen Anbieter, ein Wirtshaus in der Nähe der Baustelle, vergeben. Als Goodie wurde ein Lebkuchenherz an die AnrainerInnen verteilt (ein Herz für Sie, ein Herz für TownTown).

Es gibt einen Ombudsmann.

2 x jährlich erscheint eine Anrainerzeitung, die TownTownNews. Die News werden von der Firma Feibra an 14.000 Haushalte verteilt und sie liegen in Betrieben in der Nachbarschaft auf.

Es gibt eine Website: www.towntown.info.

Unter dem Titel „Mais Walks“ wurden seitens der Stadt Wien Führungen angeboten, bei denen Experten von TownTown vertreten waren.

Derzeit wird ein Schülerwettbewerb durchgeführt, bei dem die SchülerInnen ihre Ideen zur Gestaltung der Piazza einbringen.

Aus der Sicht von Frau Dr. Neureiter sind folgende Punkte entscheidend:

- Überlegen: wer ist betroffen?
- Überlegen: wen kann man einbinden? Welche lokale Betriebe gibt es? Wer sind die Meinungsbildner?
- Überlegen: welche bestehenden Strukturen können genutzt werden?
- Kontinuität ist ausschlaggebend!



Ausgewählte Fragen:

Wie ist der Ombudsmann verankert?

Es wurden mehrere Möglichkeiten diskutiert: ein Notar bis hin zu einem Call-Center. Gewählt wurde ein Vertreter der Projektleitung, der die Kompetenz hat, unmittelbar einzugreifen und bei Anliegen der Anrainer (beispielsweise Lärm, Schmutz) sofort Abhilfe zu schaffen.

U-Bahn-Bau in Wien

Ing. Gerhard Ullmann, Ombudsmann der Wiener Linien

Herr Ullmann ist stellvertretender Projektleiter und Ombudsmann des Bauloses U2-5 Stadion. Den Ombudsmann gibt es bei den Wiener Linien seit 1984, er wird jeweils aus dem Bauteam nominiert, auch vorher gab es schon entsprechende Ansprechpartner. Für jedes Baulos gibt es grundsätzlich nur einen Ombudsmann. Der Ombudsmann wird als Person, mit Foto, bekannt gemacht. Ziel ist eine Vertrauensperson für jeden Bauabschnitt zu verankern (Bauvorbereitung bis Baufertigstellung, Dauer rund 5 bis 6 Jahre). Es wird nicht nur reagiert, sondern es wird auch vorbeugende Öffentlichkeitsarbeit gemacht. Die Tätigkeit als Ombudsmann erfolgt zusätzlich zu den anderen Aufgaben, es gibt dafür auch keine besondere Bezahlung. Herr Ullmann weist auf die Funktion des Ombudsmannes als „Seelsorger“ hin. Viele AnrainerInnen wollen einfach nur Dampf ablassen, der Ombudsmann fängt Probleme ab und trägt damit dazu bei größere Konflikte zu vermeiden.

Zu den Innovationen: als neues Medium werden Computeranimationen eingesetzt.

Zum Budget: von den Finanzmitteln, die in den U-Bahn-Bau investiert werden, werden nur Summen im Promillebereich für die Öffentlichkeitsarbeit aufgewendet.

Ausgewählte Fragen:

Wie wird man Ombudsmann?

In der Regel werden neue Mitarbeiter als Ombudsmänner bestellt. Man wächst in die Rolle hinein, kristallisiert sich sozusagen als Ombudsmann heraus.

Neugestaltung Schwarzenbergplatz

DI Vera Layr, Magistrat der Stadt Wien, MA 28 – Straßenverwaltung und Straßenbau

Vera Layr berichtet über die Öffentlichkeitsarbeit begleitend zum Umbau des Schwarzenbergplatzes (2002 – 2004). Mit der Öffentlichkeitsarbeit wurde im Frühjahr 2002 begonnen, die Kommunikation erfolgte „in Wellen“ angelehnt an die Bauphasen.



Die Ziele der Kommunikationsarbeit waren:

- Verständnis für die Behinderungen während des Umbaus zu schaffen,
- die Bevölkerung von der Notwendigkeit der Neugestaltung zu überzeugen,
- die Leute neugierig zu machen sowie
- den „Schwarzenbergplatz Neu“ von Anfang an positiv zu besetzen.

Die Verkehrsführungen (Umleitungen) während des Umbaus waren sehr gut überlegt.

Wichtiger Bestandteil des Kommunikationskonzeptes war eine „Charmoffensive“ vor Ort – Verteilung von „Schwarzenbergplätzchen“.

Als Infomedien wurden weiters eingesetzt: Infobriefe an die AnrainerInnen, Folder, eine Wanderausstellung, die „Verkehrsbim“, Megaboards, Internet und Info-Telefon. Telefonische Infos konnten auch über die Baustellenhotline der MA 46 erhalten werden, Frau Layr hatte ihre Mobil-Telefonnummer zur Verfügung gestellt.

Ein weiterer Schwerpunkt der Kommunikationsarbeit war die laufende Medienarbeit.

Zusammengefasst stellt Frau Layr fest, dass der Umbau relativ konfliktfrei abgelaufen ist. Derzeit gibt es eine schwierige Phase, die Platzgestaltung stößt auf Widerspruch. Frau Layr betont, dass das Lichtkonzept ein wesentlicher Teil des Platzkonzeptes ist, das Licht ist noch nicht fertig. Eine Imagekampagne wird gebraucht, es wird auch noch ein kleines Fest anlässlich der Fertigstellung geben.

Die Kosten der Kommunikationsarbeit sind aus der Sicht von Frau Layr im Vergleich mit den Baukosten unerheblich.

Instandsetzung der Gürtelunterführungen Matzleinsdorfer und Südtiroler Platz

Ing. Kurt Wurscher, Magistrat der Stadt Wien, MA 29 – Brückenbau und Grundbau

Herr Wurscher berichtet über die Kommunikationsarbeit der MA 29 am Beispiel eines Sanierungsprojektes.

Es gab folgende Ausgangssituation: eine Instandsetzung des stark befahrenen Straßenabschnittes war unbedingt erforderlich, Staus wurden befürchtet.

Innovative Massnahmen der Öffentlichkeitsarbeit wurden zusätzlich zu traditionellen (Pressekonferenz, Infofolder) eingesetzt:

- Baustelleninformation mittels Info-LED (Infoscreen)
- WebCam zur Übertragung der Baustellentätigkeit
- WebSite mit Folder zum DownLoad



Durch den Betrieb der WebCam konnten die Zugriffszahlen auf die Seiten der MA 29 bis um das 2,5fache gesteigert werden.

Die Kosten der Baustelleninformation lagen unter 1 % der Sanierungskosten. Aus Sicht der Öffentlichkeitsarbeit wäre ein Budget von 5 % der Baukosten ideal.

Kommentar von Roman Freihs (Standard):

Die Medien informieren über Baustellen, Infos für die folgende Woche können Freitags einfach per Email übermittelt werden.

Es gibt die Möglichkeit von Medienkooperationen! Auch die so genannte „saure Gurken-Zeit“ (Content-Lücken) gibt es – im Sommer, im Jänner. Ein Beispiel dafür war die Präsentation der neuen U-Bahnlinien (U1 Nord, U2 Nord) in Form einer Serie im Sommer 2003.

Auch für die Medien gilt: gute Ansprechpartner und rasche Auskünfte werden gebraucht.

Kommentar von Bezirksvorsteher Ing. Kurt Wimmer (Margareten):

Aus der Sicht von Herrn Bezirksvorsteher Wimmer ist die Größe der Baustelle unerheblich, eine gute Kommunikation von Baumassnahmen ist jedenfalls notwendig. Die Dienststellen sind bemüht. Die Erfahrung zeigt, dass sich auch Einflüsse wie bestimmte Mondphasen auf das Reaktionsverhalten der BürgerInnen auswirken können.

Aus der Sicht von Herrn Wimmer wäre ein Handbuch Öffentlichkeitsarbeit begleitend zu Baumassnahmen wünschenswert.



TO 2 Diskussion in Arbeitsgruppen

Drei Arbeitsgruppen zu drei Typen von Ausgangslagen für Anrainerinfo: was macht jeweils erfolgreiche Kommunikationsarbeit aus, welche Methoden haben sich bewährt?

1 kontinuierliche Anrainerinfo bei langfristigen Großvorhaben (U-Bahn, Brückensanierung,...)

Begleitung: DI Helmut Hiess, Sandra Fuit

In einer ersten Runde wurde das Nutzen/Kostenverhältnis von Anrainerinformation und mögliche Evaluierungskriterien evaluiert. Dabei wurde einerseits die Auffassung vertreten, dass es wichtig wäre, den Erfolg der Massnahmen zu überlegen, um den Einsatz von Budgetmitteln legitimieren zu können. Andererseits wurde bezweifelt, dass es sinnvolle Messgrößen für die Effektivität von PR und Anrainerinformation geben kann. Außerdem sind die Verhältnismäßigkeit von Bau- zu PR-Kosten zu sehen und das Risiko von überproportionalen Mehrkosten durch fehlende Kommunikationsarbeit. In der Stadt Wien wird das Budget für Öffentlichkeitsarbeit für jede Baustelle von den zuständigen Abteilungen festgelegt, sofern es nicht übergeordnete politische Anweisungen gibt. Bei der HL-AG werden zirka sechs Prozent der Baukosten für Öffentlichkeitsarbeit aufgewendet. Folgende Vorschläge für eine Evaluierung der Öffentlichkeitsarbeit wurden zur Diskussion gestellt:

- Fragebögen für Feed-Back
- Medienscreening mit bewerteter Berichterstattung
- Bewertung durch Bezirke/Politiker
- Internetzugriffe
- Umfragen wie „Leben in Wien“ als Referenz

In einer zweiten Runde wurde der Verbesserungs- und Innovationsbedarf aus der Sicht der ArbeitsgruppenteilnehmerInnen gesammelt.

Folgende Veränderungsvorschläge wurden eingebracht:

- Derzeit fehlt eine übergeordnete Koordinierung der Öffentlichkeitsarbeit von der Planung bis zum Bau bei unterschiedlichen Planungs- und Bauträgern (z.B. Wiener Linien / Stadt Wien, HL-AG / Stadt Wien, mehrere Abteilungen der Stadt Wien, etc.). Es wäre aber eine übergeordnete Koordinierung und eine klare Projektzuständigkeit erforderlich, durch die auch die interne Kommunikation sichergestellt wird.
- Die Kommunikation sollte bereits vor Baubeginn starten, am besten in der Erhebungsphase, wenn zum ersten Mal vor Ort etwas getan wird.
- Für die Ombudsmänner der Wiener Linien wäre eine Verbesserung der Ausbildung, eine regelmäßige gemeinsame Reflexion und eine professionelle Supervision wünschenswert.



- Generell wird eine professionelle Begleitung durch Medienprofis als notwendig erachtet.
- Zur Diskussion gestellt wird auch ein allgemeines Info-Center in dem Information zu Baustellen gebündelt wird.
- Die Internetnutzung sollte erweitert werden.
- Die Öffentlichkeitsarbeit soll als flexibles Instrument organisiert sein, das ein rasches Reagieren ermöglicht.
- Baustellen sollten vermehrt als Ereignis/Event inszeniert werden, wie dies zum Beispiel am Potsdamer Platz erfolgreich praktiziert wurde.
- Evaluierungsmethoden und –kriterien sollten gefunden werden, um die Ausgaben für Kommunikation besser legitimieren zu können.

Zusammenfassend lassen sich drei Schwerpunkte für eine Verbesserung der Öffentlichkeitsarbeit und der Kommunikation mit AnrainerInnen bei Großbauvorhaben definieren:

1. Institutionenübergreifende Koordination,
2. Interne Kommunikation, Wissensmanagement und Ausbildung,
3. Evaluierung von Kommunikations- und Öffentlichkeitsarbeit zur besseren Legitimierung der Ausgaben.



Innovationen/Verbesserungsbedarf ^①

- Interne Kommunikation auf aktuellem Stand halten
- Professionelle Befähigung durch Medienprofi
- Ausbildung der Ombudsmänner verbessern
- Erweiterte Internetnutzung
- Frühzeitige Anmerkungen/Konflikte
- Allgemeines Infocenter mit koordinierter Information
- Baustelle als Ereignis/Event nutzen, Baustellensichtbarkeit
- Mut zur Innovation!

CONNECT

Innovationen/Verbesserungsbedarf ^①

- Evaluierung/Methoden Ex ante / ex post zur Besserlegitimation der Ausgaben
- flexibles Instrumentarium für rasches Reagieren
- Übergeordnete Koordination von Planung bis Bau auch bei unterschiedlichen Planung und Bauherren
- Klare projektbezogene Zuständigkeiten
- Kommunikation vor Baubeginn bereits in Erhebungsphase
- Lobbying bei Politik (Stadt, Bezirk)

CONNECT

• Kosten: Budget/Baustelle ^①
wird festgelegt
Abteilungsentscheidung

- Induzierte Flexibilität
 - Koordinierte Medienarbeit über Wiener Linien über Ombudsmänner
 - Ausbildung/Steuerung der Öffentlichkeitsarbeiter
 - Übergeordnete Koordination innerhalb Wien
 - Koordinierte Planung/Bau über mehrere Bauherren
- ↳ Innovationsbedarf

CONNECT

→ 6 % der Baukosten d. Öffentlichkeitsarbeit bei HLAS

Evaluierungskriterien ^① Nutzen/Kosten-Verhältnis

- Fragebogen für Feedback
- Medienscreening und bewerteter Berichterstattung
- Keine Maßstäbe für Effektivität von PR
- Verhältnismäßigkeit von Bau- zu PR-Kosten
- Zusatzkosten durch fehlende Kommunikation
- Interventionen
- Bewerbung durch Bezirke/Politiker



2 punktueller Anrainerinfo bei eher kurzfristigen, lokalen Baustellen (Mindeststandards, Kosten)

Begleitung: DI Wolfgang Gerlich, DI Georg Stafler

Bei dieser Form von Baustellen liegt das Interesse der Dienststellen, der bauausführenden Firmen und der lokalen Politik vor allem in einer konfliktfreien und ressourcenschonenden Abwicklung, jenes der Betroffenen in einer Minimierung der objektiven aber auch der subjektiven Beeinträchtigungen. Gezielte Baustelleninformation kann dabei wesentlich unterstützen, wenn sie bestimmten Qualitätskriterien folgt:

1. **Rechtzeitigkeit:** wenn für alle relevanten handelnden Akteure die Information so zeitgerecht erfolgt, dass individuelle Handlungsspielräume für die Vermeidung von Beeinträchtigungen genutzt werden können (etwa durch „Kompensationsverhalten“). Dies hat auch eine räumliche Komponente: wenn etwa Infos über zu erwartende Verkehrsbehinderungen in ausreichender Entfernung vorher platziert werden.
2. **Verständlichkeit:** Information wird dann zu Wissen und damit schließlich zu entsprechendem Handeln, wenn sie einfach und verständlich (in der Sprache der Betroffenen) vermittelt wird. Weniger ist mehr, „Wien spricht vielfach auch auf Baustellen derzeit schon anders“.
3. **Glaubwürdigkeit:** Es gilt, Vertrauen aufzubauen. Informationen sollten soweit irgend möglich auch halten. Falls dies das Baugeschehen nicht zulässt, ist es besser, Unwägbarkeiten offensiv zu vermitteln, Änderungen auch kurzfristig zu kommunizieren. Gerade bei kleineren Vorhaben ist dieser Aspekt in der PR besonders wichtig.
4. **Personalisierung:** Es stehen bemühte Menschen hinter dem Baugeschehen. Dies sollte auch vermittelt werden (z. B. durch Nennung einer Ansprechperson, ev. auch durch persönlichen Kontakt; „Charmeoffensive“).

Dazu geeignet erscheinen vor allem folgende **Medien:**

- Zielgruppengerechte Infoblätter, (lokale) Medienarbeit, Homepage, Hotline (bei konfliktträchtigeren Baustellen)

Einige wichtige **Prinzipien** der Kommunikationsarbeit:

- Die Kommunikationsstrategie sollte fixer Bestandteil des Projektmanagements sein (als Routine, Arbeitspaket)
- Die Bezirke haben eine zentrale Rolle und sollten als Drehscheibe für Info früh eingebunden werden, z. B. im Rahmen von Einbautenkoordinierungsgesprächen.
- Qualitätssicherung: eine Sammlung von Beispielen und der Aufbau von Netzwerken für den Erfahrungsaustausch könnten generelle Standards („Handbuch“) sinnvoll ergänzen.



punktuelle Anrainerinfo bei kurzfristigen, (2-4 Monaten) lokalen Baustellen
Öffentl. Standort (private Baustellen)



Baustellen in der Stadt & Anrainer-Kommunikation

Wer ist beteiligt? Was sind Ihre Interessen?

2





Ziele der Anrainer-Kommunikation



Wege / Maßnahmen



- * Konflikt-freie Abwicklung
- * Minimierung d. Beeinträchtigungen (objektiv + subjektiv)

„Rechtzeitige“ Information
- räumlich + zeitlich
- verständlich und glaubwürdig

Baustellentafeln

Infoblätter, Flugblätter - zielgruppengerecht (weniger ist mehr)

Medienkontakte, Medienarbeit - f. Programme

Info an Bezirke, Bürgerdienst, Permanenzingenieur...

„Charmeoffensive“ -> Gesichter geben / persönl. Kontakt

Homepage, e-mail mit rascher Antwort
erreichbar sein

Kommunikationsstrategie für Projekte + Programme
-> Arbeitspaket

Baustelleneinführung

Wie wird Medium eingesetzt

„Querulantensuche“ -> Schlüsselpersonen

Bezirke als Drehscheibe / frühzeitig - umfassend einbinden

-> Kontakt (Dienstl., Private)

-> Bezirksrat rechtzeitig informieren

Hindernisse & Schwierigkeiten

Was kann dabei helfen?



- Kooperationen mit Bauwirtschaft
- Nicht Behindertengerechte Baustellenabsicherung

-> Schulung + Kontrolle

-> Kontakt / Netzwerk aufbau

-> Sammlung von Beispielen

-> Routinen über Projektmanagement entwickeln



Massnahmen / Ideen

→ Informationsmanagement (Bürgerdienst)

→ Charmeoﬀensive → heikel!
BürgerInnen wollen nicht überumpelt werden

→ Finanzierung v. Massnahmen
Teil d. Projektes
eigenes Budget Fachdienststelle

↳ "Standardisierung" Bsp. Handbuch

→ Bezirke sind spezialisiert wo welche Info notwendig ist!

→ Infoblätter, ...

↳ Problem Reizüberflutung

↳ Lösung Koordination
Bsp. Einbauten koordinierungsgespräche

↳ Problem unterschiedl. Disziplin

↳ Bezirk als zentr. Ansprechpartner

FOAHL



3 Anrainer-Kommunikation bei besonders sensiblen, konflikträchtigen Baustellen

Begleitung: Dr. Robert Korab, DI Thomas Romm, DI Marianne Leitgeb-Zach

Der Nutzen der Baustelle bzw. dessen was hergestellt wird, ist zu kommunizieren – und zwar bereits weit vor Baubeginn.

Die nur am Rande (flüchtig) Betroffenen haben oft zu wenig Information – für diese Zielgruppe erscheint das Medium Infoscreen gut geeignet. Die direkten AnrainerInnen (bzw. AnwohnerInnen) einer Baustelle können mit Info-Foldern versorgt werden.

Ziel ist die Bevölkerung im Vorfeld so gut zu informieren, dass sie dem Projekt positiv gegenüber steht, dies erleichtert dann den Umgang mit einer im Vergleich dazu in der Regel kleinen Gruppe von Gegnern. Ist es nicht gelungen, dem Bauprojekt von vorne herein ein positives Image zu verleihen, dann kann von einzelnen Personen (Meinungsbildnern) relativ leicht Kontra-Stimmung gemacht werden, Medien können dies unterstützen. Die Erfahrung ist auch, wenn's einmal schwierig wird, wird die Sache zäh. Ein negatives Image in ein positives umzukehren erfordert immense Anstrengungen. Daher: bereits im Vorfeld gut informieren und damit Widerstand vermeiden.

Die Zustimmung der von Baumaßnahmen unmittelbar negativ Betroffenen kann auch erkaufte werden – mit klar abgegrenzter wirtschaftlicher Kompensation.

Vertreter der HL-AG weisen darauf hin, dass ihrer Einschätzung nach die Rechte der nicht unmittelbar betroffenen AnrainerInnen (subsumiert sind hier auch jene weiter entfernten AnrainerInnen, die unmittelbar keinen Nutzen von der Baumaßnahme erwarten) zu stark sind. Anrainerrechte sollten für bestimmte Fälle überlegt und gegebenenfalls eingeschränkt werden. Die Erfahrung der Mitarbeiter der HL-AG zeigt ebenfalls, dass die Information oft zu spät passiert.

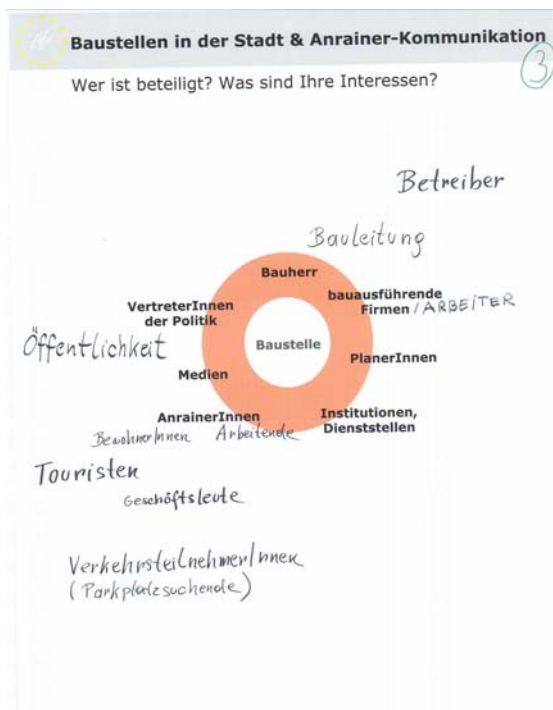
Bei kleinen Baustellen sollte der Baulogistik mehr Aufmerksamkeit geschenkt werden und die baulogistischen Anforderungen und Ziele sollten auch an die AnrainerInnen kommuniziert werden. Die Baulogistik sollte so weit als möglich, auf die Bedürfnisse der AnrainerInnen abgestimmt werden bzw. dort, wo dies nicht möglich ist, sollte die aus der Sicht eines reibungslosen Bauablaufes erforderliche Logistik den AnrainerInnen verständlich gemacht werden. Folgende Ansätze wären denkbar: laute Arbeiten wenn möglich zusammenfassen bzw. in weniger sensiblen Zeiten (z.B. frühe Morgenstunden) durchführen, Arbeitspausen ankündigen (Erholungsphasen aus der Sicht der AnrainerInnen). Aus der Sicht der VertreterInnen der Bezirke werden Gebrauchserlaubnisse für Baustellen oftmals zu lange genehmigt, sollten kürzer, dafür aber verlängerbar sein, die Gebrauchsabgaben sollten höher sein.

Aus der Sicht der VertreterInnen der Bezirke sollte die Information der AnrainerInnen grätzweise erfolgen, die Überwachung ist aber ein Problem, beispielsweise müssen Bescheide (MA 46) veröffentlicht werden, die Anschläge in Gebäuden sind jedoch oftmals sehr schwer oder nicht zu finden. In diesem Bereich wird das Baustelleninformationssystem der MA 46



(Online-Service) eine wesentliche Verbesserung bringen. Ab März 2004 werden die Informationen über alle genehmigungspflichtigen Baustellen (zirka 18.000 Baustellen in Wien pro Jahr) via Internet zur Verfügung gestellt. Ein Problem ist aus Erfahrung der VertreterInnen der Bezirke die Überwachung der Baustellen bzw. die Organisation von Abhilfe bei Missständen. Ein weiterer Erfahrungswert ist: 90 % der Baustellen laufen gut, nur 10 % laufen schlecht. Besonders hilfreich wären bekannte, eindeutige Verantwortlichkeiten für Baustellen; Wer ist für eine bestimmte Baustelle zuständig? Die VertreterInnen der Stadt Wien weisen darauf hin, dass sie bezüglich der Veröffentlichung der Daten der verantwortlichen Personen mit großen rechtlichen Schwierigkeiten kämpfen – Datenschutzproblematik. Tiefbaudienststellen müssen die Namen der ÖffentlichkeitsarbeiterInnen bekannt geben bzw. Auskunftspersonen nennen, wichtig wären in erster Linie Ansprechpartner, die unmittelbar auf der Baustelle sind bzw. sehr gut Bescheid wissen, was auf der Baustelle gerade gemacht wird und die Massnahmen direkt und rasch veranlassen können.

Die TeilnehmerInnen der Arbeitsgruppe weisen auf die große Bedeutung der Tätigkeit der BürgerdienstmitarbeiterInnen hin. Der Bürgerdienst ist eine zentrale Auskunfts- bzw. Anlaufstelle für die BewohnerInnen. Ist der Bürgerdienst über die Baustellen informiert, kann er eine wichtige Multiplikatorenfunktion erfüllen. Besonders das Angebot des mobilen Bürgerdienstes sollte verstärkt genutzt werden. Der Bürgerdienst verfügt über 3 mobile Infobüros, diese können mit oder ohne MitarbeiterIn des Bürgerdienstes angefordert werden.



③

INTERESSEN

- öffentlicher Nutzen kommunizieren
- frühzeitig Vorteile formulieren



MAßNAHMEN ^③

- GEPLANT
- UNGEPLANT

LEBENSWELTEN

BAUSTELLE

↑
↓
PROJEKT



Wege / Maßnahmen ^③

- BaustellenInformationssystem
- = Presseinformation
- = Abgrenzung von Zuständigkeiten vor Baubeginn
- = ^(Temporären) Mobiler Bürgerdienst einsetzen



TO 3 Resumée

In Zusammenhang mit Anrainerkommunikation und Öffentlichkeitsarbeit sind die Bezirke eine wichtige Drehscheibe.

Medienkooperationen sind möglich, diese sollten verstärkt genutzt werden.

Die Bedeutung der Medien Email und Websites nimmt zu.

Es gibt den Wunsch mehr über Beispiele von gelungener Kommunikationsarbeit zu erfahren, diese Informationen sollten einem größeren Kreis zugänglich gemacht werden.

Einer Vernetzung jener Personen, die für Baustellenkommunikation zuständig sind, wäre im Sinne von Wissensmanagement wünschenswert. Als Ergebnis des Workshops wird eine Teilnehmerliste mit Emailadressen vorliegen.

Der Nutzen von Baumassnahmen muss rechtzeitig, also weit vor Baubeginn, kommuniziert werden.

Die Erfahrung zeigt, dass es sehr schwer ist, ein negatives Image in ein positives zu verwandeln – daher rechtzeitig informieren.

Wichtige Erkenntnisse sind: der magistratsinterne, projektbezogene Erfahrungsaustausch zu Anrainerkommunikation ist für die ÖffentlichkeitsarbeiterInnen hilfreich und sollte deshalb verstärkt erfolgen, eine Institutionenübergreifende Kommunikationsarbeit ist zielführend.

Folgende Informationsangebote sind derzeit in Planung bzw. werden in Kürze zur Verfügung stehen:

- Baustelleninformationssystem der MA 46 (via Internet zugänglich, ab März 2004)
- Call Center Verkehr (Stadtratbüro Schicker)

Wolfgang Gerlich dankt den Anwesenden für Ihre Teilnahme am Workshop.

Wien, 16. März 2004

M. Leitgeb-Zach
Rosinak & Partner