

Kommunikations- und Beteiligungskonzept zum „Verkehrsversuch Postplatz“

Dr. Rebecca Körnig-Pich

Warum ein Kommunikations- und Beteiligungskonzept?

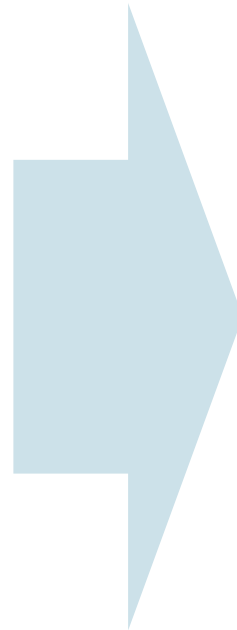
Hohe Komplexität des Projekts

- Neuralgischer Punkt
- Vielzahl an Bedarfen
- Vielzahl an Interessen



Große Bedeutung des Projekts

- Eingangstor Innenstadt
- Langfristige Lösung
- Hohe Investitionssumme



Ziel: Ein Prozess von hoher Qualität, der breit getragen und verstanden wird.

- ✓ Transparenz!
- ✓ Frühzeitige und kontinuierliche Einbindung der betroffenen Akteure
- ✓ Verständliche Kommunikation
- ✓ Raum für Dialog schaffen
- ✓ Ergebnisse in Entscheidungsfindung einbeziehen
- ✓ Crossmedialer Methodenmix



Phasen der Beteiligung

2022

2023

2024

2025

Phase 1:
Auftaktphase

Phase 2:
Belebungsphase

Phase 3:
Intensivierungsphase

Phase 4:
Wettbewerbsvorbereitung



Gilgenstraße/ Bahnhofstraße

Postplatz

Kontinuierliche Bausteine

- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
 - ✓ Webseite
 - ✓ Bespielung Brezelhäusel
 - ✓ Pressearbeit
 - ✓ Bewerbung Veranstaltungen
- Begleitgruppe
 - ✓ Schlüsselakteure/ Multiplikatoren
 - ✓ Beratende Funktion, Austausch
 - ✓ 1 Termin/ Quartal
- Gremienarbeit



Veranstaltungen

- „klassische“ öffentliche Veranstaltungen
 - ✓ 2 mal jährlich (Phasenmitte und -abschluss)
 - ✓ Ergebnispräsentation bisheriger Erkenntnisse; Ausblick
- Runder Tisch Gewerbetreibende
 - ✓ 1 mal pro Phase
 - ✓ Inhalte: Jahresbilanz, Austausch, Informationen zum aktuellen Sachstand, Befragung Kunden, Ergebnisse Verkehrsbefragung, Rückkopplung der Versuchsphase, Ideen zur Bespielung des Postplatzes



Veranstaltungen

- Aktionen
 - ✓ Insgesamt 8 Termine in 3 Jahren
 - ✓ Aufsuchende Beteiligung, z.B. Beteiligung an Festen und Märkten



Quelle: [pinterest.com/pin/505458758155474836/](https://www.pinterest.com/pin/505458758155474836/)

Ergänzende Bausteine

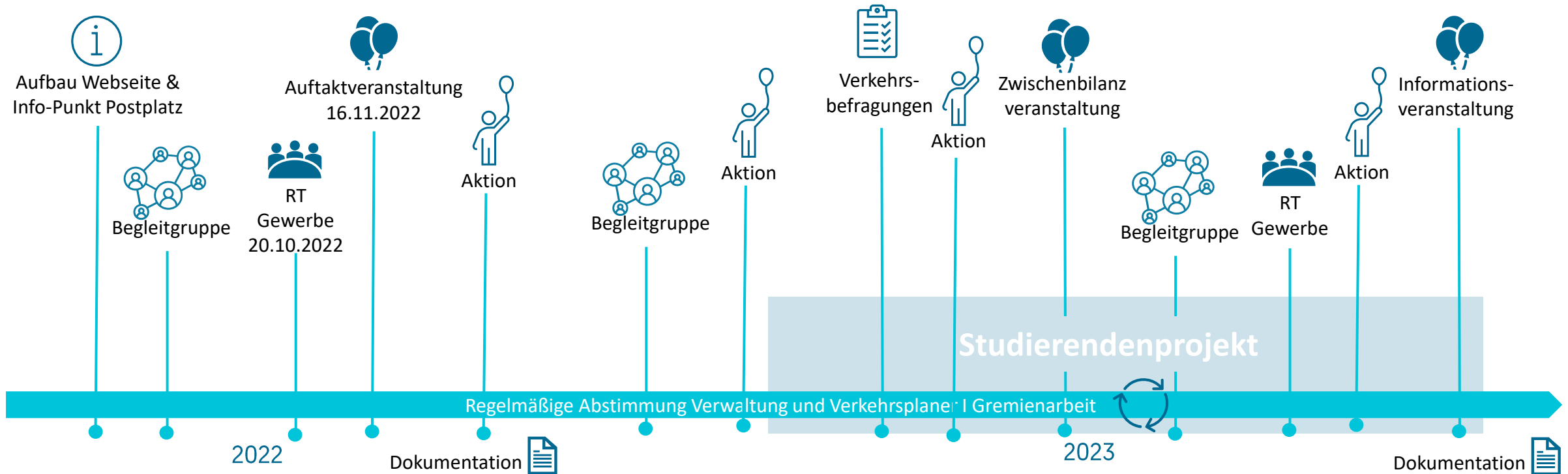
- Begleitung Studierendenprojekt (2023)
 - ✓ Öffentliche Präsentationen und Planungswerkstatt



Ergänzende Bausteine

- Verkehrsbefragung (2023 und 2024)
 - ✓ Konzeption in enger Abstimmung mit Verkehrsplanern und unter Einbezug relevanter Akteure
 - ✓ Inhalte: Auswirkungen auf den Einzelhandel / Erreichbarkeit der Parkräume und Geschäfte, Erfassung der Verkehrsströme
 - ✓ Befragung analog und digital
- Wettbewerbsvorbereitung (2025)
 - ✓ Formulierung von Leitzielen auf der Basis gewonnener Erkenntnisse

Nächste Schritte im Überblick



Begleitende Öffentlichkeits- und Pressearbeit

Phase 1:
Auftaktphase

Phase 2:
Belebungsphase



Foto: Klaus Venus