

„Über Fachgrenzen hinweg gemeinsam an einem Strang“ Bad Vilbeler Baustellenmarketing blickt auf erfolgreiche Projekte zurück

Die Stadt Bad Vilbel hat vor knapp zweieinhalb Jahren das Baustellenmarketing (kurz BSM) ins Leben gerufen. Den umfangreichen Arbeiten an der Friedberger Straße wollte die Stadt, in Zusammenarbeit mit dem Verein für Stadtmarketing, ein Gremium zur Seite stellen, das alle Fragen und Herausforderungen, die rund um bauliche Tätigkeiten anfallen, begleiten sollte. Seit dem Beginn des BSM Anfang des Jahres 2010 sitzen regelmäßig Vertreter von Magistrat, Bauamt, Straßenverkehrsbehörde, Amt für öffentliche Ordnung, Stadtmarketing, Gewerbeverein sowie externe Marketingdienstleister zusammen. Dadurch werden an einem Tisch die Aktivitäten intern koordiniert, kanalisiert und gesteuert. Der Vorsitzende des Baustellenmarketings und 1. Vorsitzender des Vereins Stadtmarketing, Kurt Liebermeister, dazu: „Der Erfolg unseres Baustellenmarketings kann sich sehen lassen. Die Stimmung in der Bevölkerung ist deutlich positiver, was den Umgang mit Baustellen anbetrifft. Zwar ist in der Tat niemand allzu glücklich über eine Baustelle, aber man weiß, warum gebaut wird und man ist permanent über die hiesigen Medien und unseren Internetauftritt www.bad-vilbel-baut.de gut informiert.“

So verzeichnet die speziell dafür eingerichtete Website ca. 1.000 Besuche pro Monat. Darüber hinaus wird die Bevölkerung über Flyer zu jeder Bauphase, Banner an zentralen Punkten der Stadt sowie eine mit den Gewerbevertretern abgestimmte einheitliche Beschilderung informiert.

„Am Ende profitieren alle davon“, ist sich Liebermeister sicher: „Die Gewerbetreibenden die ihre Kunden halten. Die Bürger und Bürgerinnen, die sich besser informiert fühlen und dadurch Verständnis für die Situation entwickeln. Und die vielen Abteilungen und Mitarbeiter der Städte und Kommunen, ob Bauamt, Straßenverkehrsbehörde oder Ordnungsamt, die sich in der Akzeptanz ihrer Arbeit bestätigt sehen können. Dies kann aber nur funktionieren, wenn man alle relevanten Interessensgruppe über Fachgrenzen hinweg dazu einbindet und diese alle an einem Strang ziehen.“ Negative Begleiterscheinungen von Großbaustellen können mit Hilfe des Baustellenmarketings und der dafür geeigneten Kommunikationsmaßnahmen abgemildert bzw. verhindert werden.

„In Bad Vilbel wurde darüber hinaus auch ein direkter Dialog sowohl mit der Bevölkerung als auch mit den Gewerbetreibenden forciert. Neben speziellen Anliegerversammlungen und Informationsabenden gibt es regelmäßige Treffen mit Vertretern des Gewerbes, um die Belange, die während der Bauphase entstehen, sofort gemeinsam zu bearbeiten. Zusätzlich wurde eine wöchentliche Baustellensprechstunde fest installiert, in der sich die Betroffenen im persönlichen Dialog mit dem Bauamt helfen lassen“, so André Haußmann, der das Konzept für das Baustellenmarketing gemeinsam mit Friedemann Kuhl erarbeitet hat.

Generelles Ziel des Baustellen-Info-Service ist es, einen konstruktiven Austausch mit den örtlichen Gewerbetreibenden, Dienstleistern und sonstigen Berufszweigen zu erzeugen. Auch der Gewerbering Bad Vilbel unterstützt dieses Angebot. Durch eine „lösungsorientierte Kommunikation“ sollen Begleiterscheinungen und Auswirkungen der Baumaßnahmen abgemildert werden. Wichtig dabei ist der Transport der Botschaft, dass alle Geschäfte bzw. Einkaufsmöglichkeiten, Restaurants, Tankstellen etc. während der Bauarbeiten grundsätzlich erreichbar sind.

Die größten Bauprojekte, die das Baustellenmarketing in den knapp zweieinhalb Jahren begleitet hat, waren sicherlich die Umbaumaßnahmen auf der Friedberger Straße und der Neubau der Unterführung am Nordbahnhof. Ganz aktuell sind es die Herausforderungen, die rund um die Entstehung der „Neuen Mitte“ mit der Stadtbibliotheksbrücke und der Nidda-Renaturierung, die das BSM fordern. Zudem werden noch unzählige kleinere Projekte begleitet, die zwar im Ausmaß nicht ganz so umfangreich, jedoch für die betroffenen Anwohner und Bürger von Bedeutung sind. In der nächsten Zeit wird das Hauptaugenmerk des BSM dann sicherlich auf den Baustellen der zu entwickelnden „Sprudelgärten“, der 3-Kreisel-Lösung an der Homburger bzw. Kasseler Straße und der Sanierung des Kurhaus-Vorplatzes liegen. „Wir hoffen auch bei den kommenden Projekten die Bürgerinnen und Bürgern als auch die Gäste Bad Vilbels gut durch die Baustellen führen zu können“, so Kurt Liebermeister abschließend.

Kurt Liebermeister

1. Vorsitzender Stadtmarketing Bad Vilbel e.V.

Statements von Projektbegleitern

Kurt Liebermeister (1. Vorsitzender Stadtmarketing Bad Vilbel e.V.)

„Wir sind froh, dass wir das Baustellenmarketing in Bad Vilbel initiiert haben. Jetzt sind alle an einem Tisch und ziehen an einem Strang.“

Erik Schächer (Fachbereichsleiter Technische Dienste/Bauwesen der Stadt Bad Vilbel)

„Die vielen positiven Reaktionen beflügeln und motivieren beim täglichen Kampf um Fertigstellungstermine und korrekte Bauausführung.“

Timo Jehner (Straßenverkehrsbehörde der Stadt Bad Vilbel)

„Baustellenmarketing ist wesentlich mehr als man auf den ersten Blick sieht.“

Klaus Zeller (Öffentliche Sicherheit und Ordnung der Stadt Bad Vilbel)

„Die gemeinsame Abstimmung vor Ort zeigt schnell die Grenzen, aber auch das Machbare. Gestaltungsspielräume gibt es immer. Über den Dialog können sie genutzt werden.“