



Blick ins Studio

ÖFFENTLICHKEITSARBEIT AM MÜNCHENER AUTOBAHNRING

AUTOREN

Anna Strehl
Sandra Tänzler
Jochen Eid

Das A 99-Projekt zur Sanierung des Tunnels Allach samt Errichtung einer temporären Seitenstreifenfreigabe zwischen den Autobahndreiecken München-Allach und München-Feldmoching ist nicht nur technisch eine große Herausforderung, sondern auch hinsichtlich der Öffentlichkeitsarbeit und der Bürgerinformation. Und dann kam noch Corona dazu ...

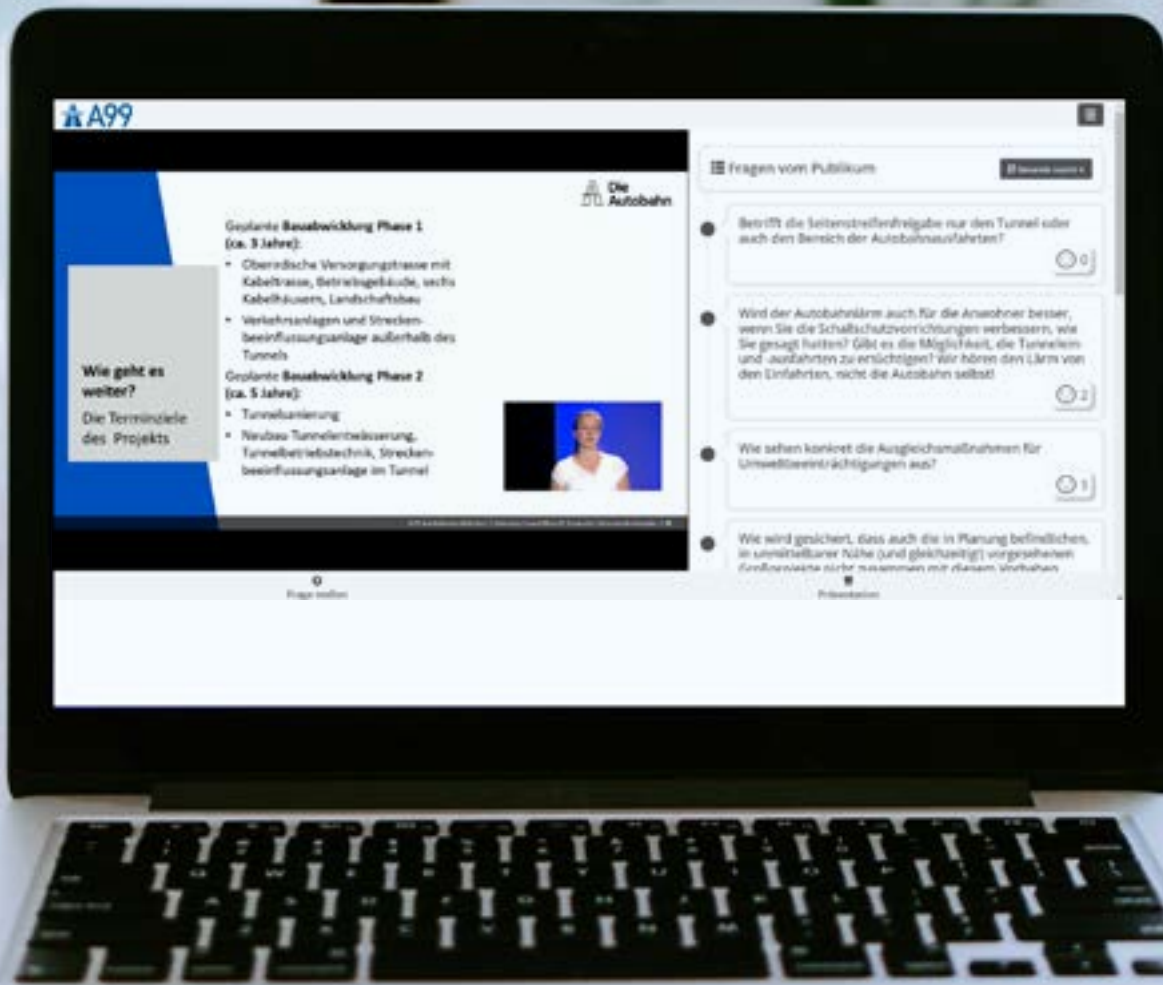
NEUE WEGE IM DIALOG AUS BAUHERREN-SICHT

Am 17. Juni 2021 ging daher das Projektteam der Niederlassung Südbayern der Autobahn GmbH neue Wege: In dieser Form für uns erstmalig traten wir in den virtuellen Austausch mit den Bürgerinnen und Bürgern.

Im Vorlauf war eine klassische Präsenzveranstaltung zur Information über das Projekt und im Zusammenhang mit

dem Planfeststellungsverfahren beabsichtigt. Aufgrund der Corona-Pandemie und den damit einhergehenden Kontaktbeschränkungen musste diese immer wieder aufgeschoben werden. Gleichzeitig wurde durch Presseberichte und Einwendungen immer deutlicher, dass es einen großen Informationsbedarf der Anlieger gibt. Bauzeitliche Verkehrsbelastungen, Lärm, landschaftspflegerische Maßnahmen, steigende Grundwasserstände – all diese Themen beschäftigen die Menschen vor Ort.

Der Lösungsansatz führte auch hier ins Digitale. Jedoch nicht mit WebEx, Zoom und Co., sondern in ein echtes Fernsehstudio, das einen Live-Stream an interessierte Teilnehmer senden würde. Mit Distanz, Corona-Test, Mikrocheck, Maske und – ehrlich gesagt – einer Portion Lampenfieber ging das Projektteam mit vier Personen ins Studio; drei weitere Experten waren virtuell zugeschaltet in der Sendung mit dabei.



Live-Bild mit eingeblen- detem Chat

Die Sendung wurde live auf der Projektwebsite und im Internet von München TV übertragen. Im Wechsel wurden zwei Erklärfilme eingespielt und inhaltliche Schwerpunkte mit kurzen themenbezogenen Präsentationen erläutert. Die Gäste des Dialogformats konnten Fragen sowohl im Vorfeld per Mail, im Chatraum und auch per Anrufbeantworter stellen. Diese wurden von einem Team laufend zusammengestellt und thematisch geordnet. Ein Co-Moderator in einem zweiten Studio übernahm die Rolle als "Sprecher für die Anlieger", umriss anhand des Fragen-spektrums die Interessens-schwerpunkte und stellte die Fragen ins Hauptstudio. Auch wenn die eine oder andere harte Nuss dabei war, konnte das Team dank intensiver Vorbereitung und breitem Wissensspektrum die meisten Fragen beantworten.

Das Format hat eine Möglich- keit zum Kontakt mit den Bür- gerinnen und Bürgern geschaf- fen. Als Projektteam konnten wir so Transparenz schaffen und Informationen aus erster Hand geben.

Naturgemäß konnten in einer zweistündigen Sendung nicht alle eingebrachten Fragen beantwortet werden. Die Fragen aus dem Dialogformat wurden im Nachgang struk- turisiert und stehen mitsamt den Antworten dazu mittler- weile ebenfalls auf der Projekt- seite zum Nachlesen bereit.

Dieses neue Format kann und soll die formale Beteiligung im Plan- feststellungsverfahren sowie den Erörterungstermin nicht ersetzen. Die Veranstaltung ist insofern auch kein Beitrag, um die von dem Vorhaben berührten öffentlichen und privaten Belange im Rahmen der Abwägung zu berücksichtigen.

Aber: Das Format hat eine Möglichkeit zum Kontakt mit den Bürgerinnen und Bürgern geschaffen. Als Projektteam konnten wir so Transparenz schaffen und Informationen aus erster Hand geben.

Hinter den Kulissen:
Im Regieraum entsteht die Sendung



Der Abend war für das Projektteam eine ganz neue Erfahrung. Unter den gegebenen Randbedingungen konnten wir mit ca. 300 Teilnehmern eine große Anzahl an Interessierten erreichen und rund 100 Fragen einsammeln und beantworten. Der Abend verlief aus Sicht des Projektteams, aber auch aus Sicht von Teilnehmerinnen und Teilnehmern, deren Feedback wir erhalten haben, sehr professionell, war gut organisiert und konnte pünktlich beendet werden.

Und für die Zukunft: Nur noch digitale Informationsveranstaltungen? Antwort: Nicht nur, aber auch! Ohne direkten Kontakt mit den Bürgerinnen und Bürgern kam es zu keiner heftigen Eigendynamik in der Veranstaltung, was aus Sicht des Vorhabensträgers nicht unangenehm ist. Aber eben auch zu keinen persönlichen Gesprächen am Rande. Diese halten wir für sehr wertvoll; sie können durch eine digitale Veranstaltung alleine nicht ersetzt werden. Die Mischung macht es am Ende vermutlich aus; die verschiedenen Informationsformate und Medien ergänzen sich gut. Gerade bei anspruchsvollen Projekten – und welches größere Infrastrukturprojekt ist das heutzutage nicht – lohnt es sich daher, auch die Projektkommunikation als Teil der gesamten Projektleistung mitzudenken und bewusst anzugehen.

Der Mitschnitt der Dialogveranstaltung ist zusammen mit anderen Informationen sowie den kurzen Erklärfilmen auf der Projektseite abrufbar.

Anna Strehl, M.Sc

Projektingenieurin, Niederlassung Südbayern
der Autobahn GmbH des Bundes,
München

Dipl.-Ing. Sandra Tänzler

Teamleiterin, Niederlassung Südbayern
der Autobahn GmbH des Bundes,
München

Dr.-Ing. Jochen Eid

Geschäftsbereichsleiter Planung, Bau, Niederlassung Südbayern
der Autobahn GmbH des Bundes,
München



Die Projektseite
www.tunnel-allach.de



NEUE WEGE IM DIALOG AUS EXPERTEN-SICHT

Henning Schulze

ERFOLGSFAKTOREN AUS PERSPEKTIVE DER BERATUNG

Die Lots* – Gesellschaft für verändernde Kommunikation berät und unterstützt die Niederlassung Südbayern beim Projekt „A 99 – Sanierung Tunnel Allach und temporäre Seitenstreifenfreigabe“ seit dem Jahreswechsel 2020/21 in allen Fragen der Kommunikation. In dieser Rolle haben wir die digitale Dialogveranstaltung im Juni 2021 gemeinsam mit dem Projektteam konzipiert, vorbereitet und moderiert. Der folgende Text reflektiert die Erfolgsfaktoren aus unserer Sicht.

STRATEGISCH VORGEHEN

Das Wichtigste zuerst: Die Dialogveranstaltung am 17. Juni 2021 war kein Einzelevent, sondern Bestandteil einer Kommunikationsstrategie für ein komplexes Vorhaben, das in der Öffentlichkeit und bei verschiedenen Stakeholdern unter besonderer Beobachtung stand und steht. Der Veranstaltung vorangegangen waren eine Reihe von Gesprächen mit Bezirksausschüssen, großen Arbeitgebern, Bürgerinitiativen, Mobilitätsdienstleistern und Abgeordneten. Begleitend zur laufenden Planfeststellung

ging es darum, das Projekt vorzustellen, die eigene Vorgehensweise zu erläutern, Fragen und Hinweise entgegenzunehmen, um damit möglichst breite Akzeptanz zu schaffen und ein Netzwerk zu etablieren. Ein willkommener Nebeneffekt dieser Termine war, recht gut vorhersehen zu können, wo die inhaltlichen Schwerpunkte für den Dialog mit der Öffentlichkeit liegen werden und wie weit die Betroffenheiten reichen.

Im Rahmen dieser Strategie wurde auch die Projektwebseite www.tunnel-allach.de als zentrale Plattform für die Projektkommunikation entwickelt. Veröffentlicht sind hier Eckdaten, Antworten auf häufige Fragen, die Planfeststellungsunterlagen und zwei kurze Filme zu Umfang und Auswirkungen des Vorhabens.

AKZEPTANZKOMMUNIKATION NICHT ALS MARKETING MISSVERSTEHEN

An zweiter Stelle kommt die Haltung. Wir erleben in der Beratung häufig, dass die Infrastrukturvorhaben begleitende Kommunikation auf reines Marketing reduziert wird: Berechtigten Interessen und Betroffenheiten



Ihr kompetenter Partner für besseres Planen:

- Tragwerksplanung aller Art
- Brandschutz
- Objektplanung von Ingenieurbauwerken
- Sanierung und Instandsetzung
- Bauphysikalische Nachweise
- Bauüberwachung
- Bauwerksprüfungen DIN 1076
- Baustatische Prüfungen durch Prüfsachverständige
- Gutachten, OSA (Objektbezogene Schadensanalyse)

und dem Wunsch nach Information und Aufklärung wird, schlimmstenfalls schönfärberisch, mit schmissigen Claims und glänzenden Kampagnen begegnet. Das geht meistens schief, zumindest auf lange Sicht. Akzeptanzkommunikation als Haltung, wie wir sie verstehen, nimmt die Adressaten der Kommunikation ernst. Sie findet auf Augenhöhe statt und ist nahbar, indem sie den Dialog zwischen Fachleuten und Stakeholdern in den Mittelpunkt rückt. Sie ist ehrlich und erläutert, ohne zu belehren. Sie darf und soll gut gemacht sein, die Aufmachung aber ist und bleibt Mittel zum Zweck.

Das Veranstaltungskonzept für den Dialog im Juni sollte, im Rahmen der digitalen Möglichkeiten, diese Haltung widerspiegeln: Es kommen die Fachleute direkt zu Wort, nicht nur die Kommunikationsprofis. Die Vorträge sind kurz

Auch das gehört zur Haltung: Kritik aushalten zu können, dabei sachlich zu bleiben und allen voran diejenigen zu adressieren, die berechtigterweise Argumente und Erläuterungen erwarten, und dafür auch erreichbar sind.

gehalten und die Visualisierungen verständlich sowie fernsehtauglich aufbereitet. Die Niederlassung Südbayern stellt sich auch kritischen Fragen und Themen, aniziert diese sogar. Dabei sind die Spielregeln klar benannt: Dass es um frühzeitige Information geht – um nicht mehr und nicht weniger. Dass es nicht möglich sein wird, alle zu Wort kommen zu lassen. Aber: Dass alle Fragen aufgenommen und spätestens im Zuge der Dokumentation beantwortet werden. Wir wissen, dass wir damit nicht jede und jeden der 300 Bürgerinnen und Bürger im Live-Stream zufrieden stellen konnten. Auch das gehört zur Haltung: Kritik aushalten zu können, dabei sachlich zu bleiben und allen voran diejenigen zu adressieren, die berechtigterweise Argumente und Erläuterungen erwarten, und dafür auch erreichbar sind.

TEAMWORK UND RESSOURCEN

Auch mit professioneller Unterstützung bei der Produktion bedeuten digitale Formate gegenüber Präsenzveranstaltungen einen höheren Aufwand. Das beginnt bereits während der Vorbereitung. Angesichts begrenzter Sendezeit die erforderlichen Inhalte zu komprimieren, und via Chat und Telefon den Dialog zu organisieren, erfordert ein hohes Maß an Planung und Teamwork. Unsere Empfehlung: Mit einem Drehbuch arbeiten, so wenig wie möglich dem Zufall überlassen und auf professionelle Unterstützung vor Ort zurückgreifen. Wir haben gute Erfahrungen damit gemacht, lokale Fernsehstudios als Partner bei der Vorbereitung und Umsetzung zu gewinnen. Die Veranstaltung wurde im Studio von München TV aufgezeichnet und Hand in Hand mit den Kolleginnen und Kollegen dort vorbereitet und produziert. Parallel dazu ermöglichen enge interne, bereichs- und abteilungsübergreifende Abstimmungen zu Inhalten und Sprachregelungen mit der Niederlassung Südbayern einen gemeinsamen Auftritt und das „Sprechen mit einer Stimme“ vor laufenden Kameras. Das beinhaltet genaueste Absprachen zur Rollenverteilung und Technik, auch angesichts begrenzter Platzverhältnisse im Studio und aufgrund der Abstandsregeln.

DAS FORMAT GESTALTEN

Stichwort Corona: Die Niederlassung Südbayern hatte lange gehofft, die Veranstaltung als Präsenzformat vor Ort umsetzen zu können. So nachvollziehbar dieser Wunsch für uns war, so gut und richtig ist aus unserer Sicht die Entscheidung für ein digitales Format gewesen. Auch aus heutiger Sicht ist eine Rückkehr zum status quo ante Corona nicht absehbar. Große Veranstaltungen bleiben risikobehaftet und auch über die Pandemie hinaus spricht einiges dafür, bei der Wahl des Formats mit der Zeit zu gehen. Unsere Gesellschaft geht heute viel offener und routinierter als noch vor zwei Jahren mit Online-Kommunikation um und digitale Formate bergen großes Potenzial, neue Zielgruppen zu erreichen ohne dabei ausschließend zu wirken.

Wichtig ist hier, wie auch bei Präsenzformaten, zunächst die bewusste Wahl des Zeitpunkts der Veranstaltung. Um ein möglichst breites Publikum zu erreichen, sollte sie abends, außerhalb der üblichen Arbeits- und Bürozeiten liegen, möglichst nicht während der Schulferien oder an Feiertagen. Es geht weiter mit der Wahl der technischen Plattform. Wir haben uns bewusst für einen einfachen, browsergestützten Zugang entschieden, da die gängigen Videokonferenzsysteme wie Zoom, MS Teams oder WebEx erfahrungsgemäß eine Hürde darstellen. Für den Dialog bieten wir neben einer moderierbaren Chat-Funktion in der Regel auch einen Anrufbeantworter an. Das kommt denjenigen entgegen, die (noch) nicht routiniert zur Tastatur greifen. Ein positiver Nebeneffekt des digitalen Formats ist die quasi integrierte Möglichkeit der Aufzeichnung und späteren Veröffentlichung: Der auf der Webseite eingebettete Mitschnitt des Dialogformats wurde – Stand Oktober 2021 – über 830 Mal angesehen.

DARÜBER SPRECHEN

Ob Präsenz oder digital: Die Öffentlichkeitsarbeit kommt bei der Vorbereitung von Veranstaltungen gern zu kurz. Wir empfehlen, sich nicht auf den üblichen Hinweis im Internet und auf eine Presseankündigung zu verlassen. Zu dieser Veranstaltung hatte die Niederlassung Südbayern im Projektgebiet per Postwurfsendungen rund 29.000 Haushalte eingeladen. Die Ankündigung ging, verbunden mit der Bitte um Bekanntmachung, auch an die Gemeinden beziehungsweise Bezirksausschüsse im Projektgebiet sowie an die großen Arbeitgeber; wichtige Stakeholder wurden persönlich eingeladen. Dokumentation und Veranstaltungsmitschnitt sind prominent auf der Projektwebseite zu finden.

WIE DEN ERFOLG MESSEN?

„Und dieser Aufwand für lediglich 300 Zuschauende“ werden Sie vielleicht denken. Dazu ein abschließender Gedanke: Der Erfolg von Kommunikation bemisst sich nicht nur quantitativ, sondern auch qualitativ. Nach der Veranstaltung urteilte die Süddeutsche Zeitung unter dem Titel „Auf Augenhöhe“ in einem Kommentar: „Statt zu lamentieren, sind für verträgliche Lösungen jetzt alle gefragt.“ Mit der Veranstaltung stehe die Offerte „den angebotenen konstruktiven Dialog aufzunehmen.“ Besser kann ein Pressefeedback kaum ausfallen.

Darüber hinaus erreichte die Niederlassung Südbayern aus verschiedenen Richtungen Zuspruch für das Format und das Projekt. Und aus der Öffentlichkeit kam seitdem nicht eine einzige negative Stimme. Das darf motivierend und bestärkend wirken, vor allem für diejenigen, die das Projekt planen und umsetzen: Ziel ihrer Arbeit ist es eben nicht, Widerstände zu erzeugen, sondern für die Allgemeinheit wichtige und technisch anspruchsvolle Probleme zu lösen. Das kann Kommunikation erreichen, auch während einer Pandemie.

Henning Schulze M.A.

Senior-Berater, Lots* – Gesellschaft für
verändernde Kommunikation mbH,
Berlin