Klimamobilitätsplan des Gemeindeverbands Mittleres Schussental

Öffentlichkeitsbeteiligung, Onlineerhebung & Kommunikationsstrategie

25. August 2021

Green City Experience GmbH
Türkenstrasse 55-57
80799 München
Deutschland

Telefon +49 89 890668-600
Telefax +49 89 890668-650
experience@greencity.de

Geschäftsführung: Rauno Andreas Fuchs

USt-IdNr.: DE231221033
Amtsgericht München
HRB 148908
Sitz der Gesellschaft: München

Inhalt

1 Kurzvorstellung und bisherige Arbeiten ... 3
2 Einleitung ... 3
3 Angebotsbausteine ... 4
3.1 Projektgruppen und Projektmanagement ... 4
3.2 Phase 1 – Maßnahmen der begleitenden Öffentlichkeitsarbeit und Bürgerbeteiligung ... 4
3.3 Phase 2 – Onlinebeteiligung ... 7
3.4 Phase 3 – Kommunikationsstrategie ... 8
3.5 Phase 4 – Datenübergabe / Schlussbericht ... 9
4 Zeitplanung ... 9
5 Kostenkalkulation ... 9
6 Vertraulichkeitserklärung und Bindungsfrist ... 10

1 Kurzvorstellung und bisherige Arbeiten

Green City Experience GmbH unterstützt in den Kernthemen Mobilität, Stadtentwicklung und Klimaschutz Kommunen, Organisationen und Unternehmen auf dem Weg in eine nachhaltige Zukunft. Der Leistungsumfang reicht von Beratung, Strategieentwicklung und Konzeption, über Beteiligungs- und Governance-Formate bis hin zur zielgruppenorientierten Kommunikation und der Organisation von Großveranstaltungen. Green City Experience (GCX) ist eine Tochtergesellschaft der Green City AG, deren Hauptaktionär der Green City e.V. ist (www.greencity.de).

Das GCX-Team ist seit 2016 aktiv im Gemeindeverband Mittleres Schussental in Mobilitäts- und Klimaschutzprozesse eingebunden und verfügt daher über einen umfangreichen Erfahrungsschatz hinsichtlich der Themen, Menschen und Strukturen vor Ort. Als verantwortliche Agentur für Partizipation begleitete GCX den Ende 2016 gestarteten und 2021 beschlossenen Verkehrsentwicklungsplan des Gemeindeverbands Mittleres Schussental. Losverfahren, Onlinebeteiligung sowie Workshops mit Bürgerinnen und Bürgern, Akteuren, Politik und Verwaltung wurden hier bereits umfangreich und erfolgreich durchgeführt.

Im Rahmen der Klimakommission Ravensburg unterstützte GCX außerdem die Stadt Ravensburg ab November 2019 bei der Gestaltung und Durchführung des Prozesses, der schließlich im Juli 2020 in den historischen Klimakonsens Ravensburg mündete – ein wegweisendes Pionierprojekt städtischen Klimaschutzes. Die Mobilität in und um Ravensburg spielte hierbei eine zentrale Rolle und wurde sowohl in den Sitzungen als auch in der Onlinebeteiligung vertieft.

Mit diesen Vorkenntnissen und der gewachsenen Vertrautheit und Sympathie für das Mittlere Schussental hoffen wir, den Gemeindeverband auch in diesem Vorhaben engagiert unterstützen zu können.

2 Einleitung

Klimaschutz bedeutet Veränderung, Veränderung bedeutet Emotion. Nach umfangreichen Vorarbeiten sollen nun mittels des Klimamobilitätsplans einzelne besonders klimarelevante Maßnahmen im GMS so weit konkretisiert und auf den Weg gebracht werden, dass eine vollständige Umsetzung erfolgen kann. Neben den verkehrsfachlichen Arbeiten wird dabei berücksichtigt, dass Eingriffe in die Mobilitätsgewohnheiten der Menschen – genauso wie andere extern verursachte Veränderungen – zunächst häufig auf Bedenken und Ablehnung stoßen.

Im Themenfeld „Öffentlichkeitsbeteiligung, Onlineerhebung und Kommunikationsstrategie“ des Klimamobilitätsplans sollen deshalb Bausteine umgesetzt werden, die eine zielgerichtete Information gewährleisten und die Bewertung und Diskussion von Maßnahmenentwürfen durch die Bürgerschaft und relevante Akteure ermöglichen. Im hierbei entstehenden Dialog werden Ängste abgebaut, indem diese ernst genommen werden, gegenseitiges Verständnis für die unterschiedlichen Anliegen geschaffen wird und wichtige Hintergrundinformationen vermittelt werden. Auch die gemeinsame Suche nach Anpassungen und Lösungen sowie die Diskussion der Zusatznutzen der Klimaschutzmaßnahmen (z.B. erhöhte Verkehrssicherheit, Kostenersparnisse) finden Raum und tragen entscheidend zur Akzeptanz der Maßnahmen bei. Transparenz und ein proaktives Zugehen auf die Öffentlichkeit wirken einer Lagerbildung entgegen und schaffen Vertrauen.

Im vorliegenden Angebot sind Bausteine enthalten, für die die Mitwirkung der weiteren Bearbeiter des Klimamobilitätsplans notwendig ist, z.B. indem Informationen zur Verfügung gestellt werden oder die Expertinnen und Experten an vorgeschlagenen Veranstaltungen teilnehmen. Bei einem gemeinsamen Kick-off mit allen Beteiligten sind die Elemente des Prozesses zu verzahnen und zeitlich zu planen.

3 Angebotsbausteine

3.1 Projektgruppen und Projektmanagement

Dem hohen Abstimmungsbedarf im Rahmen der Erstellung des Klimamobilitätsplans wird anhand folgender Elemente Rechnung getragen:

3.1.1 Gesamtprojektgruppe und Unterprojektgruppen

Zur verwaltungsinternen Besprechung der Fortschritte und auftretenden Fragestellungen im Projektverlauf wird eine Gesamtprojektgruppe gebildet. Die GMS Kommunen werden hierfür gebeten, entsprechende Vertreter*innen zu benennen, die intern die relevanten Themenbereiche verantworten. Berechnet ist die Teilnahme von GCX an insgesamt sechs Treffen der Gesamtprojektgruppe.

Zur Vertiefung der Maßnahmen wird von der Bildung zweier Unterprojektgruppen für die Themenbereiche „Verkehrsmodellierung“ und „ÖPNV-Konzept“ ausgegangen. Hier werden unter anderem zu ausgewählten Maßnahmen Stakeholder Mappings vorgenommen (siehe 3.2.3 Stakeholder-Dialogrunden) und Kommunikationsansätze auf ihre Eignung bewertet. Im Angebot enthalten ist die Teilnahme von GCX an insgesamt vier Unterprojektgruppensitzungen, wobei davon ausgegangen wird, dass jeweils zwei nacheinander an einem Tag durchgeführt werden.

3.1.2 Team-Abstimmungen

Im Hinblick auf die Aufteilung des Vorhabens in drei Teilbereiche ist ein regelmäßiger Austausch zwischen den Bearbeitern notwendig. Geplant ist daher ein gemeinsamer digitaler Kick-off Termin, bei dem die Teilvorhaben zusammengeführt und zeitlich verschränkt werden. Des Weiteren sind monatliche digitale Jour Fixe der Bearbeiter, möglichst unter Teilnahme der Projektleiterin bzw. des Projektleiters auf Seiten des Auftraggebers, von maximal zwei Stunden vorgesehen, bei denen Updates und aktuelle Fragestellungen besprochen werden.

3.1.3 Politische Sitzungen

Die Präsentation von Ergebnissen und Unterstützung bei den kommuneninternen Vorberatungen und der beschlussfassenden Verbandsversammlung werden ebenfalls von GCX angeboten. Kalkuliert sind hierfür drei vor Ort Termine sowie drei digitale Termine, die jedoch bei Bedarf und entsprechender Budgetanpassung auch ausnahmslos als vor Ort Termine durchgeführt werden können.

3.2 Phase 1 – Maßnahmen der begleitenden Öffentlichkeitsarbeit und Bürgerbeteiligung

Die bürgernahe Kommunikation und der möglichst niederschwellige und repräsentative Dialog sind Schlüsselaspekte einer gelungenen Beteiligung für den Klimamobilitätsplan. Daher wird im vorliegenden Angebot insbesondere auf zwei Methoden gesetzt: Pop-up Partizipation und die Losung aus dem Einwohnermelderegister für eine Reflexionsgruppe. Besonders betroffene Stakeholder und die Politik werden als Schlüsselakteure für eine erfolgreiche Umsetzung ebenfalls eingebunden in Form von Workshops.

3.2.1 Pop-up Aktion

Im Rahmen einer Pop-up Aktion kommt die Möglichkeit zur Beteiligung direkt in den Alltag der Menschen. Sie begegnet einer möglichst breitgefächerten Bürgerschaft quasi zufällig, ist sehr leicht zugänglich, einladend, ansprechend, und ermöglicht mit wenig Zeitaufwand, Kerninformationen und -fragen zu erfassen und ein Feedback dazu zu geben.

Konkret wird angeboten, hierfür ein Lastenrad mit Anhängern und Aufbau zu versehen (siehe Fotos). Der Lastenradzug macht strategisch platziert an frequentierten Orten viele Passantinnen und Passanten neugierig, z.B. einem Wochenmarkt oder beliebten Platz. Je nach Situation kann das Lastenrad stationär bleiben oder zeitweise für einen Ortswechsel geschoben oder gefahren werden, was erfahrungsgemäß ebenfalls die Aufmerksamkeit auf die Aktion zieht.

Auf den senkrechten Plakatwänden werden ansprechend aufbereitete Informationen und auffordernde Fragestellungen in Form von wetterbeständigen Plakaten angebracht. Hier können ausgewählte

Maßnahmen, z.B. mit hohem Konfliktpotenzial oder mit besonders weitreichender Wirkung, und auch übergeordnete Zielsetzungen etc. vorgestellt werden. Die parallel stattfindende Onlinebeteiligung (siehe 3.3) kann, ggf. in Teilen, in die fahrende Ausstellung einfließen, indem einzelne Fragen vor Ort gestellt werden. Auch vertiefende Fragen, die über die Onlinebeteiligung hinausgehen, können hier gestellt werden. Es empfiehlt sich eine spielerische Art der Beantwortung, z.B. eine Abstimmung indem kleine Give-Aways bei den gewählten Antwortmöglichkeiten entfernt und mitgenommen werden können (verpacktes Essbares o.ä.). Je weniger Give-Aways bei einer Antwortoption verbleiben, desto beliebter ist diese. Die Verknüpfung der Beteiligung mit einem Geschenk verdeutlicht die wertschätzende Haltung gegenüber den Bürgerinnen und Bürgern und wurde in der Vergangenheit bereits sehr positiv aufgenommen. Qualitative Rückmeldungen in Form von schriftlichen oder mündlichen Beiträgen sind im vorliegenden Angebot nicht eingepreist, können jedoch nach Wunsch ebenfalls erhoben werden.

Die Pop-up Aktion dient somit auch als Bewerbung der Onlinebeteiligung, für die auch ein Postkartenflyer mit QR-Code erstellt wird. Interessierte vor Ort werden gebeten, damit Verwandte und Bekannte ebenfalls auf die digitale Beteiligungsmöglichkeit hinzuweisen.

Aufgrund der für die Schussentalkommunen zum Teil unterschiedlich relevanten Maßnahmenvorschläge ist vorgesehen, maximal zwei Plakate pro Kommune lokalspezifisch anzupassen, also beispielsweise spezielle Maßnahmen nur an ausgewählten Orten vorzustellen und Rückfragen dazu zu stellen. Zu berücksichtigen ist grundsätzlich bei der Erstellung der Plakate, dass die Bearbeiter der weiteren Bausteine des Klimamobilitätsplans die fachlichen Inhalte hierfür liefern müssen. Der Arbeitsaufwand der anderen Bearbeiter ist in der vorliegenden Kalkulation nicht berücksichtigt. Wichtig erscheint außerdem, auf den Plakaten den Zusammenhang zwischen den Maßnahmenvorschlägen und den Ergebnissen der VEPlan-Beteiligung aufzuzeigen. Denn hier bietet sich die Möglichkeit, zu verdeutlichen, dass die Wünsche und Bedürfnisse der Bürgerinnen und Bürger eingeflossen sind und berücksichtigt wurden. Da die Ergebnisse der VEPlan-Beteiligung dem Bieter in vollem Umfang vorliegen, ist dies mit keinem besonderen Mehraufwand verbunden.

Im vorliegenden Angebot ist die Gestaltung und der Transport von zwei Anhängern mit jeweils zwei beidseitig nutzbaren Plakatwänden inkludiert, d.h. es können insgesamt maximal acht Plakate gestaltet werden. Die Verlängerung des Zugs ist nach Wunsch gegen Aufpreis möglich. Des Weiteren ist kalkuliert, dass die Aktion in jeder der fünf GMS Kommunen einmalig für jeweils zwei Stunden durchgeführt wird, gebündelt innerhalb von maximal fünf aufeinanderfolgenden Tagen. Erweiterungen sind auch hier nach Wunsch gegen Aufpreis möglich. Die Auswertung der quantitativen Dialogelemente und die Aufbereitung der Ergebnisse in Form einer detaillierten Präsentation ist im Angebot inbegriffen. Nicht inkludiert ist die Bereitstellung eines Lastenrades sowie von Give-Aways.

3.2.2 Geloste Bürgerschaftsgruppe

Zur gemeinsamen Reflexion und Bewertung der Ergebnisse aus der Pop-up Aktion und der Onlinebeteiligung wird in Anlehnung an das Format „Bürgerräte“ eine Bürgerschaftsgruppe zusammengestellt. Um eine möglichst repräsentative Besetzung zu gewährleisten, soll wie bereits im Rahmen des VEPlan eine Zufallsauswahl aus den Einwohnermelderegistern der fünf GMS Kommunen durchgeführt werden. Green City Experience stellt hierfür eine Losungsanleitung und einen Entwurf des Anschreibens an die Gelosten zur Verfügung. Außerdem wird ein Vorschlag für die Gruppengröße, Anzahl der Gelosten und Kategorienbildung innerhalb der Anmelde- und Warteliste erstellt, der mit dem Auftraggeber abgestimmt und anschließend überarbeitet als Excel Datei zur Verfügung gestellt wird. Kernkriterien sind die Vertretung aller GMS Kommunen in sinnvollem Umfang sowie ein möglichst repräsentatives Geschlechter- und Altersverhältnis. Auch auf eine arbeitsfähige Gruppengröße ist zu achten: Green City Experience empfiehlt maximal 25 Personen. Die Anmeldung erfolgt über den Gemeindeverband.

Im Angebot enthalten ist die Durchführung eines halbtägigen Bürgerworkshops, bei dem zunächst im Plenum Zielsetzung und Hintergründe der Maßnahmen zusammengefasst sowie die Gesamtergebnisse und zentralen Rückmeldungen aus der Beteiligung vorgestellt und gemeinsam reflektiert werden. So wird z.B. diskutiert, welche Elemente überraschen und wie sie zu interpretieren sind, wie ausgewählte Positionen einzuordnen sind und welche Anpassungen bzw. Kommunikationsschritte ggf. Widerstände oder Hemmnisse abbauen können. Für besonders konfliktbehaftete Punkte können gemeinsame Haltungen entwickelt werden. Bei Bedarf können Untergruppen gebildet werden, um kommunenspezifische Fragestellungen zu diskutieren. Die Bearbeiter der weiteren Klimamobilitätsplan-Bausteine sind auch hier einzubeziehen, um fachliche Erläuterungen beizutragen und Fragen zu beantworten.

Die Durchführung mehrerer Workshops nach diesem Schema kann bei zusätzlicher Beauftragung zum selben Preis erfolgen. So kann ein Bürgerschaftsworkshop z.B. bereits vor der Pop-up Aktion und Onlinebeteiligung durchgeführt werden, um mit den Bürger*innen zu sondieren, welche Fragestellungen aus ihrer Sicht besonders relevant sind. Auch Einzelworkshops mit Vertreter*innen nur einer Kommune des GMS können angeboten werden. Bei Erweiterung der Workshopanzahl wird ein iteratives Vorgehen empfohlen, bei dem sich Bürgerworkshops mit Stakeholder-Dialogrunden, Projektgruppensitzungen und / oder den politischen Workshops abwechseln. Hierdurch können die Sichtweisen der jeweiligen Gruppen gegenseitig gespiegelt werden, was zwar einen höheren Arbeitsaufwand bedeutet, jedoch die Umsetzbarkeit und Akzeptanz des Klimamobilitätsplans erhöht.

Sollten im Zuge der Öffentlichkeitsbeteiligung massive Widerstände im Zusammenhang mit Maßnahmen auftreten, deren Umsetzung besonders zentral sind, kann Green City Experience nach Absprache einen Mediationsworkshop anbieten. Eine ausgebildete, erfahrene Mediatorin und freie Mitarbeiterin der GCX steht hierfür gemeinsam mit unserem Team zur Verfügung. Die Angebotserstellung erfolgt auf Wunsch separat.

3.2.3 Stakeholder-Dialogrunden

Neben den Bürgerinnen und Bürgern werden auch unterschiedliche Stakeholder von Veränderungen betroffen sein. Auch hier gilt es, die Beweggründe, ausgleichenden Faktoren und Vorteile der angedachten Maßnahmen proaktiv und zielgruppengerecht zu kommunizieren und einen direkten Dialog zu ermöglichen.

Um den Kreis der Betroffenen und Interessenten zu erfassen, werden in den Projektgruppensitzungen und Politik-Workshops Stakeholder Mappings durchgeführt bzw. ergänzt. Hierbei wird die Sammlung relevanter Institutionen, Unternehmen, Behörden, zivilgesellschaftlicher Gruppen als auch informeller Gruppen und Einzelpersonen in einer Grafik mit folgenden Achsen verortet (siehe Abbildung 1): Auf der y-Achse wird das Einflusspotenzial der Stakeholder erfasst, auf der x-Achse ihr (vermutetes) aktuelles Interesse am Vorhaben. Aus den vier entstehenden Quadranten ergeben sich folgende Stakeholdergruppen: Zuschauer, Interessierte, Potenzialgruppe und Schlüsselakteure. Insbesondere letztere, doch je nach Situation auch die Interessierten und die Potenzialgruppe werden zu den Stakeholder-Dialogrunden eingeladen und/oder gezielt mit Informationen versorgt, was in der Kommunikationsstrategie beachtet wird.

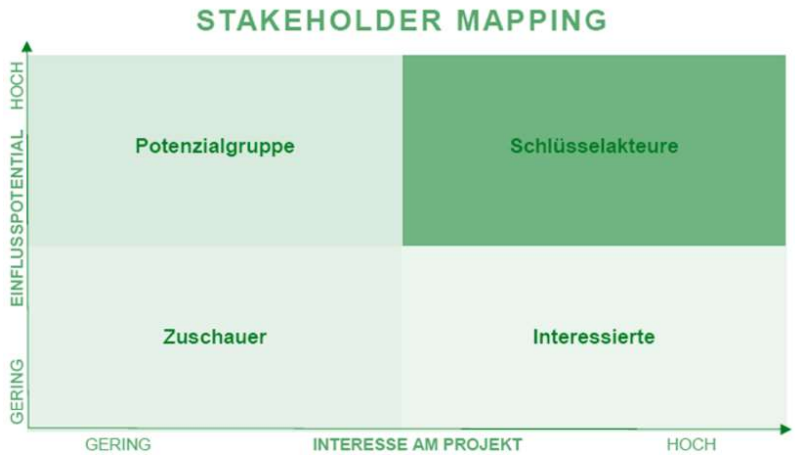

Abbildung 1: Stakeholder Mapping

Da an dieser Stelle für GCX nicht abzusehen ist, wie viele Maßnahmen einer direkten Kommunikation mit betroffenen Akteuren bedürfen, wird zunächst von einer Stakeholder-Dialogrunde ausgegangen. Die Anzahl der Teilnehmenden wird mit maximal ca. 15 Stakeholdern pro Dialogrunde angesetzt.

Im Fokus steht die Aufarbeitung der Fragen und Bedenken der Stakeholder. Diese werden vorab schriftlich abgefragt und zusammengefasst an den Auftraggeber und die Bearbeiter übermittelt, sodass eine zielgerichtete Vorbereitung erfolgen kann. Anhand geeigneter Methoden werden die Themen strukturiert gemeinsam bearbeitet und z.B. mithilfe des systemischen Konsensierens bestmögliche Lösungen ermittelt.

3.2.4 Politik-Workshops

Eine frühzeitige Bewertung der Maßnahmenvorschläge und -entwürfe durch die Politik ist essenziell, nicht zuletzt um den vorgesehenen Dialog sensibel und zielführend gestalten zu können. Im Rahmen der Politik-Workshops werden sowohl die Entscheider*innen vertieft über die fachlichen Hintergründe der Maßnahmenentwürfe informiert, als auch ihr Hintergrundwissen in die Prozessentwicklung aufgenommen. Möglich ist beispielsweise das bewährte Stationenkonzept, bei dem die geladenen politischen Vertreter*innen der GMS Kommunen verschiedene Maßnahmen(-bündel) vertiefen können. Besonders wichtige Maßnahmen können außerdem im Plenum diskutiert werden.

Auch in den Politik-Workshops kann das systemische Konsensieren zur Ermittlung aktueller Stimmungslagen bezüglich einzelner Maßnahmen verwendet werden. Hierdurch kann zügig festgestellt werden, welche Maßnahmen und Aspekte besonders diskussionsbedürftig sind.

Geplant werden zwei Politik-Workshops, die mit dem Auftraggeber und den weiteren Bearbeitern zu Beginn des Projekts zeitlich einzutakten sind. Ausgegangen wird im Sinne eines schlanken Budgets von einer terminlichen Kombination mit einem weiteren vor Ort Termin, z.B. einer Projektgruppensitzung.

3.3 Phase 2 – Onlinebeteiligung

Eine Onlinekonsultation bietet die Möglichkeit, Kernaspekte zu Maßnahmen in Kurzform zu erläutern und ein umfassendes Stimmungsbild aus der Bevölkerung einzuholen. Eine möglichst große Anzahl von Bürgerinnen, Bürgern und Akteuren kann auf diesem Wege eingebunden werden. Erfahrungen im VEPlan des GMS sowie beim Klimakonsens der Stadt Ravensburg zeigen, dass vor Ort sehr gute Online-Beteiligungsquoten erreichbar sind und sich die Bevölkerung hierfür gewinnen lässt.

Für die Durchführung wird ein niederschwelliger, leicht verständlicher Online-Fragebogen erstellt, der zur quantitativen Erhebung in Form von Skalenbewertungen dient. Nach zusammenfassenden Erklärungen zu den Maßnahmen können ausgewählte Aspekte bewertet werden. Auch Präferenzen bezüglich unterschiedlicher Gestaltungsoptionen können so erhoben werden. Möglich ist außerdem die dynamische Anpassung des Fragebogens bei der Beantwortung, basierend auf einer Auswahl der GMS Kommune, in der die beantwortende Person wohnt (aktive Angabe erforderlich). Hierdurch können, wie bei der Pop-up Aktion,

kommunenspezifische Vertiefungen behandelt werden, ohne dass der Fragebogen im Umfang für die Teilnehmenden an Attraktivität verliert.

Vorgeschlagen wird eine 2-3-wöchige Laufzeit der Umfrage. Zur Umsetzung der Online-Umfrage nutzt GCX das Online-Umfragetool LimeSurvey, welches die deutschen datenschutzrechtlichen Vorgaben erfüllt. Eine Erweiterung um qualitative Erhebungen (Freitexte) ist gegen Aufpreis möglich und auf Wunsch hinsichtlich ihres Umfangs und Bearbeitungsaufwands zu besprechen.

Grundlage bilden, wie oben erwähnt, die Zwischenergebnisse aus den Maßnahmenentwicklungen. Eine fachliche Zuarbeit durch die weiteren Bearbeiter und den Auftraggeber ist somit für die Aufbereitung der Informationen essenziell. GCX übernimmt die Redaktion der Texte sowie die grafische und technische Aufbereitung der Befragung. Nach einem Pre-Test wird diese durch den GMS großflächig verbreitet, u.a. durch die Pop-up Aktion. Während der 2-3-wöchigen Laufzeit wird die Konsultation betreut und anschließend ausgewertet. Die aufbereiteten Ergebnisse, die auch kommunenspezifisch differenziert werden, werden in Form eines Berichts und einer Präsentation vorgelegt und der Projektgruppe präsentiert.

3.4 Phase 3 – Kommunikationsstrategie

Mit vielen Jahren Erfahrung als Fachagentur für Kommunalberatung und Kommunikation in dem Bereich nachhaltiger Mobilität und Stadtentwicklung ist es Green City Experience möglich, konfliktäre Interessenslagen und Reaktionen vorwegzudenken. GCX wählt den richtigen Ton und entwickelt nicht nur kreative Ideen, sondern eine Kampagnen-Strategie, die zielgerichtet und zielgruppengerecht die gewünschte Wirkung entfaltet.

Im Fokus steht das Schaffen von Verständnis und Akzeptanz für die Maßnahmen aus dem VEPlan und dem Klimamobilitätskonzept, die in die Umsetzung überführt werden. Grundlage hierfür ist ein positives und nachhaltiges Zukunftsbild, das auf Basis der übergeordneten Zielvereinbarung – klimaneutrales Schussental und Stärkung des ÖPNV – und der umfangreichen Bürger- und Akteursbeteiligung entstanden ist. Daher fußt die Kommunikationsstrategie auf der Sensibilisierung für dieses Zielbild und seine Hintergründe.

Gleichzeitig sollen die konkreten Entscheidungsgründe für die einzelnen Maßnahmen sowie ihre zu erwartenden Umsetzungsphasen und -abläufe transparent und nachvollziehbar aufgezeigt werden. Die proaktive, bürgernahe Kommunikation wirkt frühzeitig Ängsten entgegen und stärkt das Vertrauen in ein verantwortungsvolles Vorgehen. Insbesondere bei Maßnahmen, die Befürchtungen über eine Verschlechterung der Verkehrssituation auslösen, gilt es, ausgleichende Faktoren und die zugrundeliegende Gesamtvision zu vermitteln.

Basierend auf den Stakeholder Mappings und einer Gesamt-Stakeholderanalyse sowie der Aufbereitung der Grundlagen erarbeitet GCX zentrale Botschaften, Konzept und Strategie. Der enge Austausch mit Auftraggeber und den weiteren Bearbeitern ist essenziell. Geplant und im Angebot inbegriffen ist daher ein halbtägiger gemeinsamer Workshop zur Sondierung und Vertiefung. Schwerpunkt-Maßnahmen werden definiert und bzgl. ihrre Kern-Kommunikationspunkte skizziert.

Mögliche Kommunikationskanäle, die in der Strategie bedacht werden können, sind:

- Webseite
- Kommunikation im öffentlichen Raum
- Veranstaltungen
- Social Media
- Klassische Kommunikation (z.B. Print)

Mit Blick auf die Zielgruppe „Bürgerschaft und Akteure des GMS“ - die breit angelegt, inklusiv und divers zu verstehen ist - wird eine Webseite als einfach zugänglicher Wissens-Hub empfohlen: Dort können die aktuellen Planungen, deren Hintergründe, Fortschritte und Meilensteine zeitnah abgebildet werden. Ob die Berichterstattung auf der Webseite des GMS oder auf einer eigenen Kampagnen-Webseite integriert werden kann, erfolgt in Abstimmung mit dem Auftraggeber. Es wird nahegelegt, die Kommunikation

niedrigschwellig auszugestalten: Wenn möglich durch eine mobil-optimierte Web-Version (für eine nutzerfreundliche Usability auf Handys und Tablets), durch eine priorisierte Content-Auswahl, durch den Einsatz von Bildern (ggf. Audio und Video) und kurzformatige Texte, die Interesse wecken und gut verständlich sind. Für Special Interest-Zielgruppen – wie z.B. Unternehmen - können in Abstimmung mit dem Auftraggeber eigene Konzepte erarbeitet werden.

Formate wie Veranstaltungen (Diskussionsrunden/Workshops mit Bürger*innen) und Aktionen im öffentlichen Raum unterstreichen den Dialog-Charakter des Projekts. Der direkte Austausch mit den Bürger*innen ist wichtig, um Ängste in Akzeptanz – oder am besten in ein Gefühl des gemeinschaftlichen Aufbruchs zu verwandeln.

Der Einsatz weiterer Kanäle wird im Rahmen der Strategieentwicklung abgewogen und entsprechend ausgearbeitet. Die Umsetzung der Kommunikationsstrategie ist im vorliegenden Angebot nicht enthalten.

3.5 Phase 4 – Datenübergabe / Schlussbericht

Die Ergebnisse der Pop-up Aktion und Onlinebeteiligung werden wie beschrieben in einer anschaulichen Ergebnispräsentation im Power Point Format übergeben, gemeinsam mit den Rohdaten im Excel Format. Im Angebot enthalten sind außerdem detaillierte Ergebnisberichte bzw. Protokolle jeglicher hier aufgeführten Angebotsbausteine. Eine Zusammenfassung jedes Bausteins wird für den Abschlussbericht erstellt und kann bereits vorab, je nach Bedarf und sofern der Baustein durchgeführt wurde, in Zwischenberichten bzw. Sach-/Projektstandsberichten für den Fördermittelgeber zusammengefasst werden.

4 Zeitplanung

Ein konkreter Zeitplan kann erst im Anschluss an einen Kick-off Termin mit dem Auftraggeber und den weiteren Bearbeitern des Klimamobilitätsplans erstellt werden, um eine sinnvolle Vertaktung der Aktivitäten zu gewährleisten.

5 Kostenkalkulation

AP	Beschreibung	Kosten
3.1	**Projektgruppen und Projektmanagement**	**28.800,00 €**
3.1.1	Gesamtprojektgruppe und Unterprojektgruppen	19.200,00 €
3.1.2	Team-Abstimmungen	6.400,00 €
3.1.3	Politische Sitzungen	3.200,00 €
3.2	**Phase 1 - Öffentlichkeitsarbeit und Bürgerbeteiligung**	**48.400,00 €**
3.2.1	Pop-up Aktion	24.800,00 €
3.2.2	Geloste Bürgerschaftsgruppe (1)	6.000,00 €
3.2.3	Stakeholder-Dialogrunde (1)	6.400,00 €
3.2.4	Politik-Workshops (2)	11.200,00 €
3.3	**Phase 2 - Onlinebeteiligung**	**6.800,00 €**
3.4	**Phase 3 - Kommunikationskonzept**	**10.000,00 €**
3.5	**Phase 4 - Datenübergabe / Schlussbericht**	**1.600,00 €**
Gesamtkosten netto		**95.600,00 €**

Alle Kosten verstehen sich zuzüglich der jeweils gültigen gesetzlichen Umsatzsteuer. Die Veranstaltungen wurden wie angegeben als Präsenz- oder Onlineveranstaltungen kalkuliert. Die Umgestaltung von Präsenz- in Onlinetermine ist möglich und je nach Gestaltung ggf. mit geringeren Kosten verbunden.

6 Vertraulichkeitserklärung und Bindungsfrist

Informationen, die der Auftraggeber bereitstellt, werden von dem Auftragnehmer vertraulich behandelt. Ebenso sind die Inhalte dieses Angebots geistiges Eigentum des Anbieters und unterliegen den geltenden Urhebergesetzen. Die Weitergabe an Dritte ist nicht gestattet.

Das Angebot ist bis zum 15. November 2021 gültig.

Gerne sichern wir Ihnen eine sorgfältige, engagierte und vertrauenswürdige Zusammenarbeit zu und würden uns über Ihren Auftrag sehr freuen.

München, 25.08.2021

p.p.a Marianne Pfaffinger

Marianne Pfaffinger
Prokuristin, Leitung Partizipation

Green City Experience GmbH
Türkenstrasse 55-57
80799 München
Deutschland

Telefon +49 89 890668-611
Telefax +49 89 890668-650
Wählen Sie ein Element aus.

ppA.

Georg Tinnefeld
Prokurist

Green City Experience GmbH
Türkenstrasse 55-57
80799 München
Deutschland

Telefon +49 89 890668-613
Telefax +49 89 890668-650
georg.tinnefeld@greencity.de