

Oberbürgermeister  
Marcel Philipp  
Rathaus  
52058 Aachen

11. Juli 2012  
CDU 12.008  
GRÜNE 08 / 2012

## **Ratsantrag**

### **Verbesserung des Baustellenmarketing bei Straßenbaustellen**

Sehr geehrter Herr Oberbürgermeister,

die Fraktionen von CDU und GRÜNEN beantragen, im Rat der Stadt Aachen folgenden Beschluss zu fassen:

Die Planungsverwaltung wird beauftragt, Strategien zu entwickeln, wie das Baustellenmarketing bei Straßenbaustellen in Zusammenarbeit mit den Fachbereichen Presse und Marketing und Wirtschaftsförderung und dem Einzelhandel verbessert werden kann.

#### **Begründung**

Die Aachener Innenstadt zeichnet sich aktuell durch eine Vielzahl von Straßenbaustellen aus. Das Kanalsystem der Stadt entstand Ende des 19. Jahrhunderts. Viele der damaligen Kanäle sind heute noch in Betrieb und müssen dringend saniert werden. Jetzt und in den kommenden Jahren müssen zahlreiche Baumaßnahmen in der Innenstadt durchgeführt werden.

Innerstädtische Baumaßnahmen von Stadt, STAWAG und anderen Unternehmen, vor allem in Geschäftslagen, stellen alle Beteiligten vor besondere Herausforderungen. Sie verursachen Parkplatzengpässe, Zufahrtsschwierigkeiten und Verkehrsumleitungen. Die räumliche Ausdehnung sowie die Dauer der Baumaßnahme spielt eine erhebliche Rolle. Lärm und Schmutz vermindern die Aufenthaltsqualität vor Ort und Ladenlokale verzeichnen in aller Regel Umsatzeinbußen über mehrere Wochen oder gar Monate. Sowohl die Baustellen an sich, als auch dadurch notwendige Umleitungen des Verkehrs betreffen also nicht nur die Anwohner, sondern auch viele Geschäfte und deren Kundschaft.

Die Zusammenarbeit zwischen Stadt und STAWAG funktioniert gut, sämtliche Baustelleninformationen werden durch regelmäßige Pressekonferenzen veröffentlicht. Zwar werden auch der MAC und die betroffenen Ladeninhaber von der Verwaltung über zu erwartenden Baustellen informiert, aus ihrer Sicht aber nicht immer ausreichend in Ablauf und Gestaltungsprozesse eingebunden. Hier soll nun Abhilfe geschaffen werden, indem die Baustellenplaner gemeinsam mit Marketingexperten des Presseamtes, erfahrenen Leuten aus der Wirtschaftsförderung, sowie Vertretern vom MAC und der IHK gemeinsame Strategien für ein so genanntes Baustellenmarketing erarbeiten.

Baustellenmarketing ist nicht mit Baustellenmanagement zu verwechseln. Unter dem Begriff Baustellenmarketing werden Aktivitäten zusammengefasst, bei denen es einerseits um die Vermeidung bzw. das Abmildern von möglichen Nachteilen geht, z.B. die Koordinierung von Liefer- und Ladetermine mit dem Baustellenverkehr. Andererseits aber auch darum, unausweichliche Baumaßnahmen positiv zu nutzen. Denn: Eine Baustelle fällt automatisch auf. So könnten z.B. Bauzäune vor Schaufenstern als Werbeträger von den angrenzenden Geschäften genutzt werden. Ein gutes Baustellenmarketing kann helfen aus der Not eine Tugend zu machen und Umsatzeinbußen zu verringern.

Mit freundlichen Grüßen



Harald Baal  
Fraktionsvorsitzender



Ulla Griepentrog  
Fraktionssprecherin