

# Mehr wissen - klüger entscheiden

**Infrastrukturausbau** Die Leipziger Gruppe hat systematisch die Erwartungen der Bevölkerung und wichtiger Stakeholder ermittelt. Auch die konkrete Lebenssituation der Bürger wurde erfasst. Ein Grundlagenatlas ermöglicht eine neue Qualität bei der Realisierung von Infrastrukturvorhaben

Frank Viereckl und Uwe Hitschfeld, Leipzig

Leipzig entwickelt sich. Vor der Corona-Krise war die Stadt einer der wachstumsstärksten Standorte in Deutschland. Dies bedeutet, dass die Standortqualität weiter verbessert und die Infrastruktur ausgebaut werden müssen. Die kommunalen Unternehmen, insbesondere die in der L-Gruppe zusammengefassten Stadtwerke, Verkehrsbetriebe und Wasserwerke, spielen dabei eine zentrale Rolle. Um diese Aufgabe optimal erfüllen zu können, müssen mehrere Faktoren berücksichtigt werden. Dazu gehören die gute Kenntnis des Standorts und der jeweiligen Projekträume, die projektspezifisch angemessene Einbeziehung der Bürger in Meinungsbildungs- und Entscheidungsfindungsprozesse sowie eine gute und transparente Informationspolitik für die unterschiedlichen Zielgruppen.

**Umfassende Bestandsaufnahme** | In einem Projekt, das die L-Gruppe mit dem auf die Betreuung akzeptanzkritischer Projekte spezialisierten Beratungsunternehmen Hitschfeld durchgeführt hat, wurde deshalb zunächst eine systematische Analyse von Meinungen,



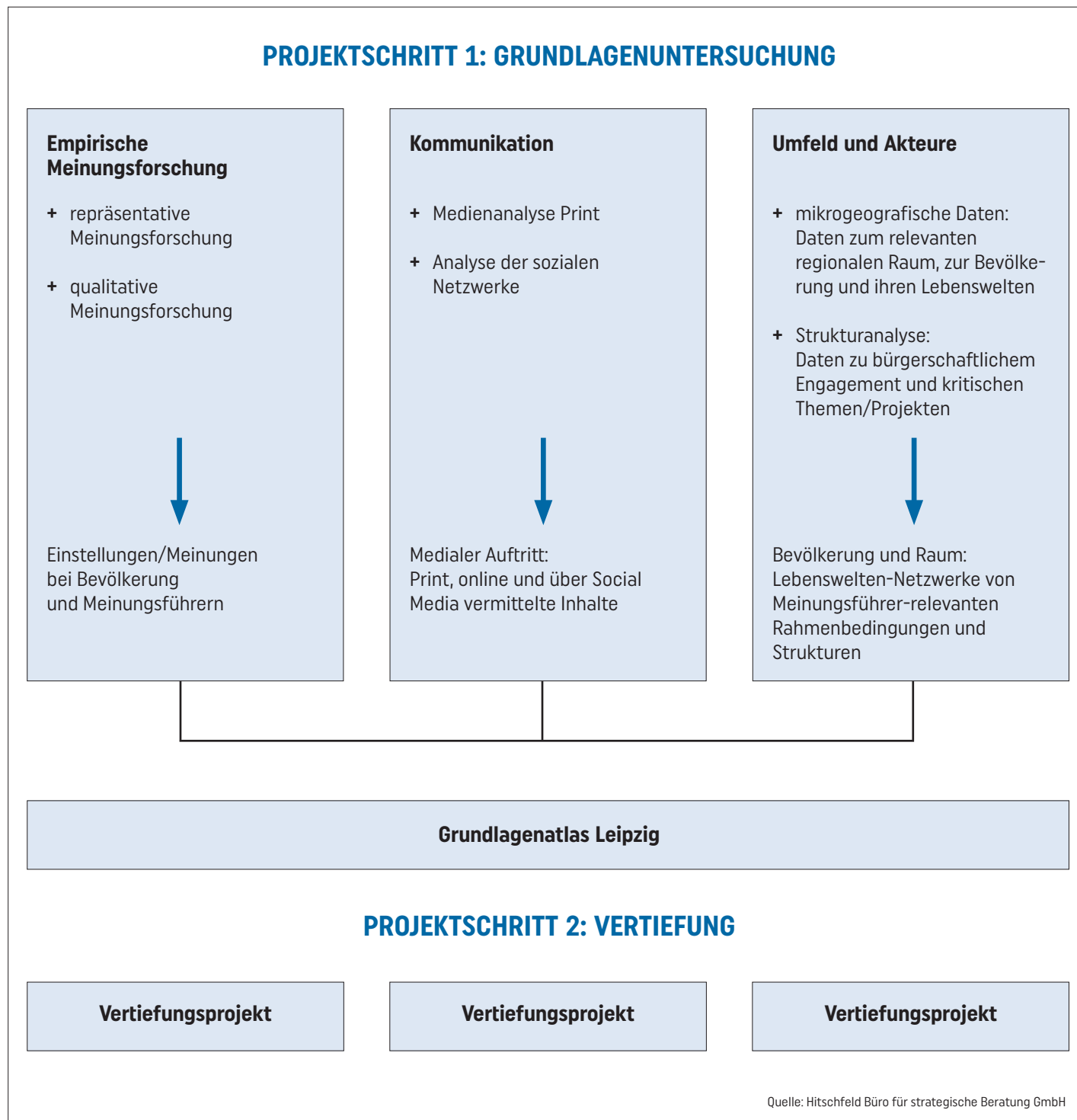
Die Bürger wünschen sich einen Ausbau Schritt für Schritt, die Stakeholder bevorzugen ein möglichst hohes Tempo.

Vorverhalten, Wünschen und Erwartungen in der Bevölkerung allgemein und bei relevanten Stakeholdern, in Bezug auf den Infrastrukturausbau am Standort und in Bezug auf die Unternehmen der L-Gruppe, durchgeführt.

Auf diese Weise sollte ein »Grundlagenatlas« erarbeitet werden, der für die Vorbereitung, Durchführung und Evaluierung einzelner Projekte herangezogen und projektspezifisch vertieft werden kann.

**Der Untersuchungsansatz** | Um ein breites und mittelfristig belastbares Datenfundament zu erhalten, wurden unterschiedliche Analyseinstrumente gleichzeitig eingesetzt und miteinander verknüpft. Dazu gehören unter anderem leitfadengestützte Tiefeninterviews mit ausgewählten Stakeholdern, eine repräsentative Bevölkerungsumfrage mit 3000 Befragten sowie Medienanalysen.

Als Grundlage für die differenzierte Betrachtung konkreter Projekträume wurde das ganze Stadtgebiet mikrogeografisch untersucht. Neben den Informationen, etwa zu den Lebenswelten und Wertevorstellungen anhand von Milieubetrachtungen, Sozialstruktur, Kaufkraft oder Kommunikationsver-



**Belastbare Datenbasis:** Der Grundlagenatlas dient der Vorbereitung und Durchführung von Infrastrukturvorhaben und kann projektspezifisch vertieft werden.

halten, können auch Daten zur Wirtschaft vor Ort, der Struktur der Bebauung und der Nutzung der Immobilien aber auch zum Mobilitäts- und Verbrauchsverhalten erhoben werden. Die Mikrogeografie ermöglicht es, diese Aspekte auch mit Raumbezug zu analysieren und ausgewählte Teilgebiete, sowohl an sich als auch im Kontrast zum gesamten Stadtgebiet, zu verstehen.

**Erste Ergebnisse** | Die Auswertung und Operationalisierung läuft zurzeit. Beispielfhaft sollen hier erste Ergebnisse skizziert werden:

Die kommunalen Unternehmen genießen auch in Leipzig ein großes Vertrauen. Bevölkerung und Stakeholder meinen, dass sie beim

Ausbau der Infrastruktur eine zentrale Rolle spielen sollen. Wesentliche Unterschiede bestehen in der Auffassung, in welchem Tempo der Ausbau der Infrastruktur stattfinden solle. Während 73 Prozent der befragten Bürger sich einen Ausbau Schritt für Schritt wünschen, der die alltäglichen Beeinträchtigungen erträglich lässt, bevorzugen Stakeholder einen Ausbau mit möglichst hohem Tempo. Hier zeigt sich ein potenzieller Konflikt und eine Aufgabe für Information und Partizipation.

**Information schlägt Beteiligung** | Die pauschale politische Forderung nach »mehr Möglichkeiten für Bürgerbeteiligung« und »besserer Information« ist für Unternehmen

und die öffentliche Verwaltung nicht einfach zu erfüllen. Was ist hier das richtige Maß?

Hier ist den Leipzigern die rechtzeitige Information (35 Prozent) wichtiger, als die Möglichkeit, »Einfluss auf Planungen für mein Quartier zu nehmen« (22 Prozent). Diese Erkenntnis ist bei der künftigen Schwerpunktsetzung der Kommunikation wichtig.

In die Untersuchung flossen auch Milieubetrachtungen ein. Diese werden bei der Analyse des Konsumverhaltens, der Kaufkraft der Bevölkerung, seit vielen Jahren erfolgreich angewendet. Im Zusammenhang mit Akzeptanz, Kommunikation oder der Vorbereitung und Durchführung von Infrastrukturvorhaben ist dieser Ansatz neu. Mit ihm ist es zum

Beispiel möglich, einzuschätzen, an welchen Wertevorstellungen die Kommunikation zu einem Projekt anknüpfen sollte, welche Interessen dabei berücksichtigt werden können und was zu vermeiden ist.

**Heterogener Standort** | Leipzig ist eine vielfältige Stadt. Die Untersuchung zeigt die Unterschiede nicht nur zwischen Stadtbezirken, sondern ermöglicht es, zum Teil erhebliche Differenzierungen innerhalb der Quartiere bis zur Baublockebene zu identifizieren. So können auch kleinräumige Besonderheiten,



Den Leipzigern ist die rechtzeitige Information wichtiger, als Einfluss auf die Planungen in ihrem Quartier nehmen zu können.

etwa in Bezug auf Alter, Mobilitätsverhalten, Milieuzugehörigkeit und Kommunikationsverhalten der Bewohner sowie maßgeschneiderte Überlegungen, auch im Hinblick auf technische und technologische Aspekte von Projekten, angestellt werden.

**Nutzen für die L-Gruppe** | Eine erste, prototypische Vertiefung dieser Grundlagen in einem zentrumsnahen Quartier zeigt schon heute die neue Qualität der Informationsbasis und die vielfältigen Möglichkeiten, die sich daraus für die Unternehmen der L-Gruppe und gegebenenfalls auch für Dritte ergeben.

Für das ausgewählte Quartier stehen Informationen zu Fläche, Einwohnern, Zahl der Haushalte, Eigentumsquote, Pkw-Dichte und Anzahl, auch im Vergleich zur Gesamtstadt, zur Verfügung. Darüber hinaus sind unter anderem die prägenden Milieus, die Altersverteilung, die Medienaffinität der Bewohner, die Werbeverweigererquote, die Zahl und Größe der Unternehmen im Quartier sowie die Meinungen und Ansichten der Bewohner zu wesentlichen, den Ausbau der Infrastruktur und die kommunalen Unternehmen betreffenden Themen – auch im Kontrast zum restlichen Stadtgebiet oder anderen Quartieren – bekannt.

Die Verknüpfung dieser Informationen ermöglicht nicht nur eine neue Qualität bei der Planung und Durchführung von Infrastrukturvorhaben, sondern auch noch zielgruppengenaue Produktentwicklungen und Marketingmaßnahmen.

**Frank Viereckl** ist Leiter der Unternehmenskommunikation der L-Gruppe und Projektverantwortlicher. **Uwe Hitschfeld** ist Geschäftsführer der Gesellschafter, Hitschfeld Büro für strategische Beratung, Leipzig, und Projektleiter.