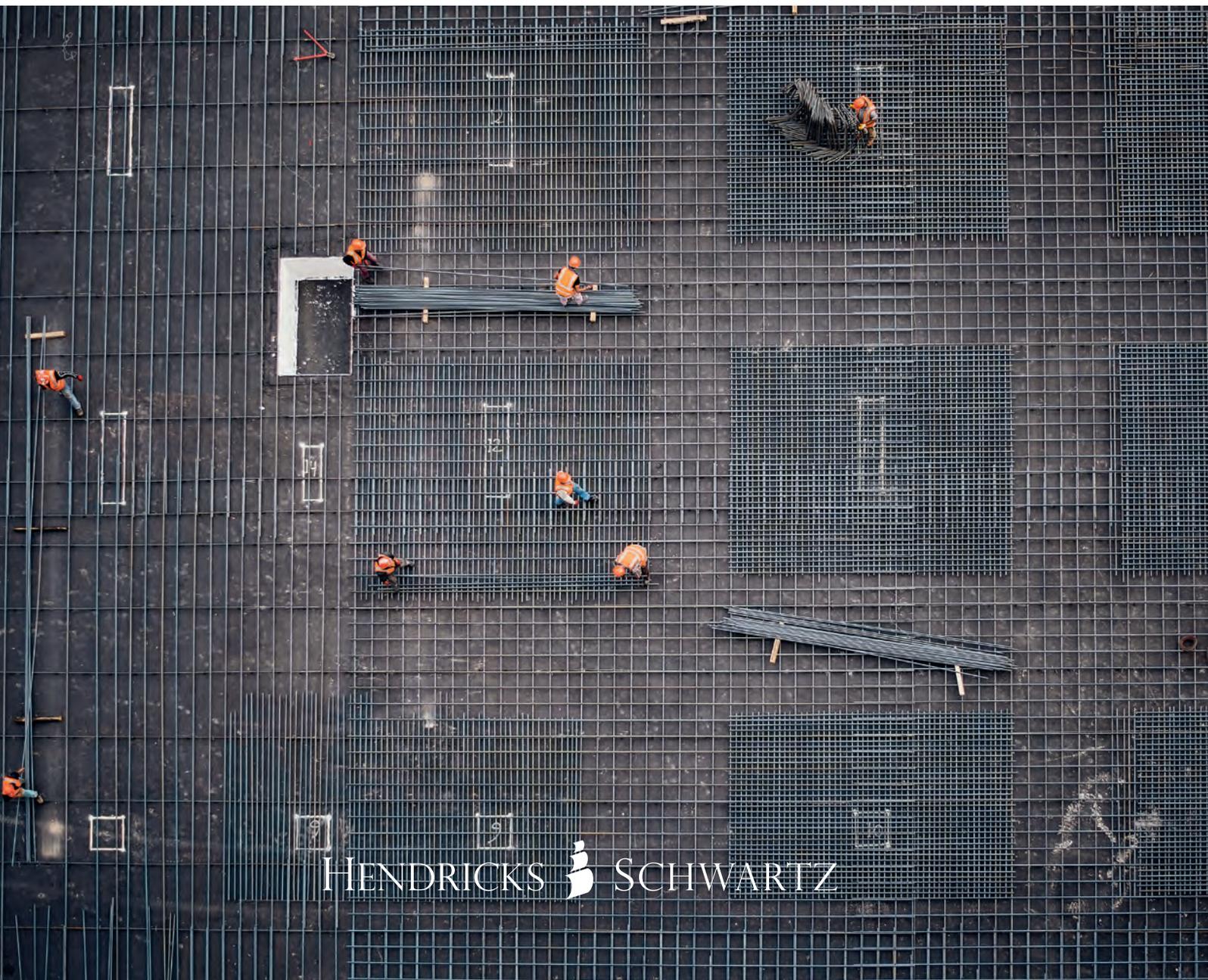


VOL 01

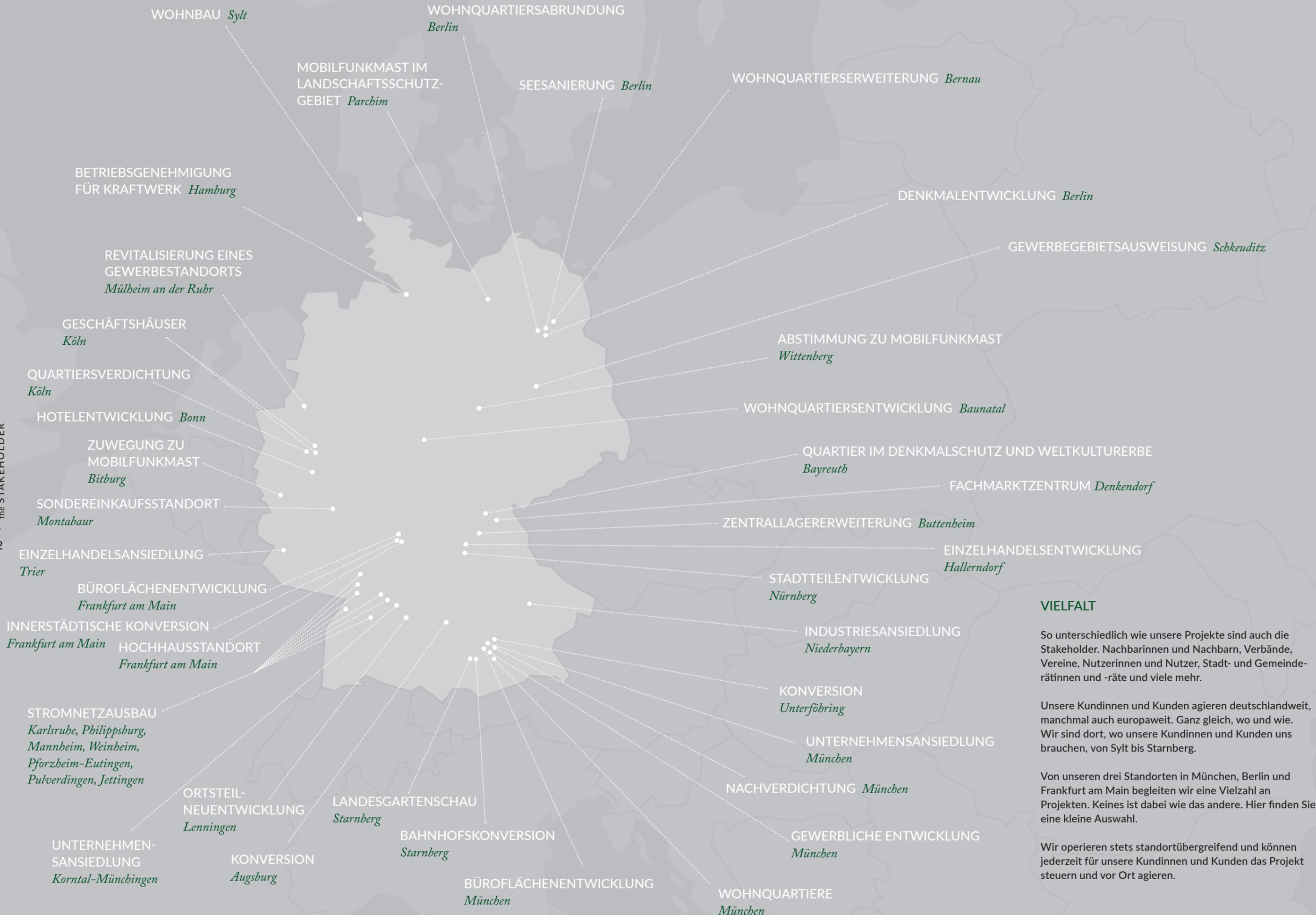
In dieser Ausgabe | Erfahren Sie, wie man mit **intelligenter Projektkommunikation** auch in verfahrenen Situationen einen **Stimmungsumschwung** erreichen kann | Geben Persönlichkeiten aus der freien Wirtschaft und der Öffentlichen Verwaltung **Einblicke in ihre Denk- und Arbeitsweise bei Genehmigungsverfahren** | Gewinnen Sie wertvolle Erkenntnisse aus erfolgreichen Projekten und Anregungen für eigene **Vorhaben in der Baurechtschaffung** | Lesen Sie, welche **Stakeholder** für eine **reibungslose Projektumsetzung** tatsächlich entscheidend sind.

the STAKEHOLDER

MAGAZIN FÜR BETEILIGUNG, DIALOG UND POLITISCHE KOMMUNIKATION



HENDRICKS  SCHWARTZ



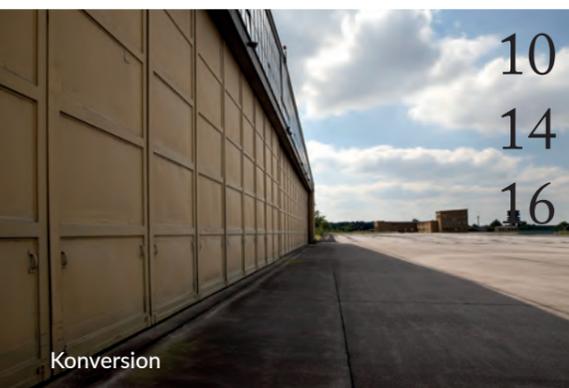
VIELFALT

So unterschiedlich wie unsere Projekte sind auch die Stakeholder. Nachbarinnen und Nachbarn, Verbände, Vereine, Nutzerinnen und Nutzer, Stadt- und Gemeinderätinnen und -räte und viele mehr.

Unsere Kundinnen und Kunden agieren deutschlandweit, manchmal auch europaweit. Ganz gleich, wo und wie. Wir sind dort, wo unsere Kundinnen und Kunden uns brauchen, von Sylt bis Starnberg.

Von unseren drei Standorten in München, Berlin und Frankfurt am Main begleiten wir eine Vielzahl an Projekten. Keines ist dabei wie das andere. Hier finden Sie eine kleine Auswahl.

Wir operieren stets standortübergreifend und können jederzeit für unsere Kundinnen und Kunden das Projekt steuern und vor Ort agieren.



10
14
16



18
20
22
24
26



32
34
38

Auf einen Espresso zwischen München und Frankfurt	6
Besondere Biographien Einblicke in unser Team	8
Ein einzigartiges Projekt Die Fliegerhorstkonzersion in Fürstenfeldbruck	10
Zielgruppe Gen Z Social Media, Fish Bowl und Lagerfeuer	14
No one left behind Migrationsbedingte Vielfalt in Beteiligungsprozessen	16
Jeder Meter zählt Nationaler Netzausbau mit strategischer Begleitung	18
Im Gespräch mit Markus Golde von der TransnetBW	20
Heterogener Dialog Wie saniert man einen städtischen See	22
Covid Communication Arbeit unter erschwerten Bedingungen	24
Zukunft made in Niederbayern Straßkirchen sagt JA zur BMW Group	26
Wer wir sind ... und das in Zahlen	30
Stadtentwicklung im Dialog Interview mit der Gautinger Bürgermeisterin Dr. Brigitte Kössinger	32
Alt zu Neu Zwischennutzung als Kommunikations-Chance	34
Gemeinsam für die Stadt von morgen Interview mit Alexander Möll von Hines	38
Kommunikation unter Strom Die Mobilität von Morgen ermöglichen	42
10 Wahrheiten zur Projektkommunikation	44
Allianz für München 100 Unterstützer, 20 Branchen, ein Ziel	46

LIEBE FREUNDINNEN UND FREUNDE VON HENDRICKS & SCHWARTZ

Mit dem brandneuen, erstmalig erscheinenden Magazin **the STAKEHOLDER** bieten wir Ihnen Einblicke in aktuelle Themen aus Akzeptanzkommunikation und Genehmigungsmanagement. Mit über 20 Jahren Erfahrung auf dem deutschsprachigen Markt betrachten wir für Sie grundsätzliche Themen und Hintergründe zu Beteiligung, Dialog und Kommunikation. Kurz Stakeholdermanagement.

Wir nehmen Sie mit in unseren Arbeitsalltag zwischen Politik, Wirtschaft und Gesellschaft.

Wir haben Schlaglichter auf unterschiedliche Bereiche vorbereitet, neben einer Übersicht unserer vielfältigen Mandate, über Grundlegendes zum Thema Projektkommunikation bis hin zu Berichten zu ausgewählten Projekten und Interviews mit Kunden.

Wir freuen uns, dass wir Dr. Brigitte Kössinger, Bürgermeisterin der Gemeinde Gauting, Alexander Möll, Senior Managing Director und Geschäftsführer Deutschland bei Hines, und Markus Golde, Projektsprecher bei TransnetBW als Interviewpartner gewinnen konnten, um mit ihnen verschiedene Facetten sowie aktuelle Herausforderungen und Chancen von Projektentwicklung, Kommunikation und Zusammenarbeit zu beleuchten. Ebenso geben wir Ihnen einen Einblick in unsere Dialogformate: Von einer Jugendveranstaltung in Fürstenfeldbruck bis hin zu einem Info-Stand auf dem Seefest an der Rummelsburger Bucht in Berlin haben sich zahlreiche Formate bewährt – wir entwickeln diese stetig weiter.

Aber auch den Blick hinter die Kulissen von Hendricks & Schwartz wollen wir Ihnen nicht vorenthalten und stellen daher unser großartiges Team vor, ohne das die Vielzahl an beeindruckenden Projekten nicht zu stemmen wären.

Ihnen eine interessante Lektüre und herzliche Grüße


Daniel Schreyer
Managing Director


Arnold Vitez
Director

Auf einen Espresso zwischen München und Frankfurt

Kommunikation auf allen Kanälen für unsere Kunden gehört zu unserem Alltagsgeschäft. Doch dieses Mal kommunizieren wir in eigener Sache: welche aktuellen Entwicklungen beschäftigen uns, welche Konstanten gibt es in unserer Arbeit und wie tickt eigentlich Hendricks & Schwartz?

Ein Magazin, ganz gleich ob online oder in Print, ist immer auch ein Versprechen. Ein Versprechen für einen Wissenszuwachs, einen erfrischenden Erkenntnisgewinn oder mindestens aber etwas gute Unterhaltung. Wir wollen Ihnen hier einen anderen Blick auf unsere tägliche Arbeit und darüber hinaus geben. Zumal wir genau wie die gesamte Immobilien- und Infrastrukturbranche den rasanten gesellschaftlichen Wandel, die neuen Anforderungen an Vorhaben und die herausfordernden Rahmenbedingungen spüren.

So begegnen uns immer häufiger Stakeholdergruppen, die einen anderen Anspruch an Teilhabe haben und neue Standards für Bauprojekte, insbesondere im Bereich Nachhaltigkeit, fordern. Niemand setzt heute mehr einfach so ein Gebäude auf die „grüne Wiese“. Auch Genehmigungsverfahren werden immer komplexer, so dass ein ständiger Austausch zwischen einer Vielzahl von Akteurinnen und Akteuren notwendig wird, um nicht am Ende festzustellen, dass ein Veto-Spieler übersehen wurde. Diese Themen sind nicht ortsabhängig, sondern beschäftigen uns an vielen Orten in der gesamten Bundesrepublik. Trotzdem sind unsere Lösungen immer passgenau zugeschnitten. Auch wenn wir natürlich Erfahrungen und Wissen aus gelungenen Projekten aus über 20 Jahren Tätigkeit und unser gemeinsames starkes Netzwerk immer mit einbringen. Denn die Dinge ändern sich, und wir bleiben weiter neugierig für unsere Kundinnen und Kunden.

Die Frage ist also weniger, ob es ein solches Magazin braucht, sondern was wir Ihnen damit an Mehrwert liefern können. Wir wollen Ihnen Hintergründe aufzeigen, gelungene Konzepte vorstellen und im besten Fall Inspiration dafür geben, wie wir gemeinsam Ihre Projekte umsetzen können.

Wir beide freuen uns darauf, Ihnen in Zukunft an dieser Stelle einen kurzen Gedanken zu einem Thema zu geben, das uns derzeit beschäftigt. Ein kurzer Impuls für einen Espresso zwischen München und Frankfurt.

Alle Impulse in diesem Heft sind übrigens Werke unserer Kolleginnen und Kollegen. Sehr gelungen, wie wir finden.

Lassen Sie uns gemeinsam daran arbeiten, erfolgreich und zielgerichtet Strategien für die Baurechtschaffung zu entwickeln und umzusetzen.



Dr. Marc Tenbücken
Gründer & Managing Partner



Paul-Jörg Feldhoff
Gesellschafter

Mit einzigartigem Talent in ihrem Metier

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Hendricks & Schwartz verfügen über langjährige Erfahrung auf allen politischen Ebenen, insbesondere der Kommunalpolitik, in Verbänden und in der Privatwirtschaft. Während unser Research- und Analyseteam durch strukturierte Prozesse erfolgskritische Informationen generiert, ermitteln wir schwer zugängliches Hintergrundwissen über unser Senior Advisory Board, besetzt mit ehemaligen Top-Entscheiderinnen und Entscheidern aus Politik und Verwaltung, Wirtschaft, Medien, Wissenschaft und NGOs.

Darüber hinaus sind unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter vielseitig interessierte und engagierte Persönlichkeiten. Ob in Kultur, Sport oder Ehrenamt, wir begeistern uns auch neben der Arbeit für vieles im Leben und bringen diese Inspiration, den Wissensdurst und die Leistungsfähigkeit tagtäglich in unsere Arbeit mit ein.

Seit dem Jahr 2022 ist Feldhoff & Cie. aus Frankfurt am Main aktiver Gesellschafter des Unternehmens. Durch die strategische Partnerschaft verfügt Hendricks & Schwartz über das umfassendste Entscheidernetzwerk in der Immobilien- und Infrastrukturbranche sowie der Politik und dem Öffentlichen Sektor.

An dieser Stelle stellen wir jeweils einige Kolleginnen und Kollegen unseres stetig wachsenden Teams vor. Hier drei von über 30.



Dinah Elisa Kreutz

Als Senior Consultant bringt Dinah ihre Expertise in die Projekte aus den Bereichen Infrastruktur sowie Immobilien- und Stadtentwicklung ein, unter anderem für einen großen Automobilhersteller. Hier begleitet sie das Genehmigungsmanagement und die Akzeptanzkommunikation, insbesondere in Form lokaler Kommunikationsformate. Sie ist seit 2020 für Hendricks & Schwartz GmbH tätig. Zuvor arbeitete sie in verschiedenen Abgeordnetenbüros, sowohl auf Landesebene als auch im Deutschen Bundestag. Das Fundament ihrer Karriere wurde durch ein Studium der Politikwissenschaft in München gelegt. Sie ist Mutter von zwei Kindern und organisiert als Alumna der Konrad-Adenauer-Stiftung bis heute hochkarätige Veranstaltungen.



Birte Wiele

Birte ist seit über 10 Jahren im Bereich Stakeholderdialog aktiv. Ihr Schwerpunkt liegt dabei auf der Projektkommunikation bei Großprojekten sowie auf zielorientierten Beteiligungskonzepten für verschiedene Stakeholdergruppen. Als Manager bei Hendricks & Schwartz verantwortet sie stellvertretend den Bereich „Infrastruktur und Großprojekte“ und leitet unterschiedlichste Akzeptanz- und Dialogprojekte: von der Ansiedlung neuer Industrieanlagen, dem Bau von Erneuerbaren-Energie-Kraftwerken und dem Ausbau von Stromtrassen, über Konversionsprozesse bis zur Entwicklung neuer Stadtquartiere. Vor Ihrer Tätigkeit für Hendricks & Schwartz hat Birte Internationales Politikmanagement sowie Staatswissenschaften studiert und unter anderem in den Bereichen Kampagnenmanagement und Public Affairs gearbeitet.

Maximilian hat Soziologie studiert und anschließend erste Erfahrungen in der Unternehmenskommunikation der BMW Group gesammelt. Heute betreut er als Consultant bei der Hendricks & Schwartz unter anderem die Fliegerhorstkonzersion in Fürstfeldbruck. Auch im Infrastrukturbereich ist Maximilian unterwegs, zum Beispiel in Sachen Stromnetzverstärkung für die TransnetBW GmbH. Außerdem ist er kommunalpolitisch aktiv. Neben der so entstandenen Expertise für umsetzungsorientierte Dialogformate und seiner Freude an gesellschaftspolitischen Prozessen ist Maximilian ein ausgewiesener Weinkenner und wichtigster Kulinarik-Ansprechpartner im Team.



Maximilian Brauer



EINFACH EINZIGARTIG

Fliegerhorst- konversion in Fürstentfeldbruck

Seit 2021 begleitet Hendricks & Schwartz die Öffentlichkeitsbeteiligung der Großen Kreisstadt Fürstentfeldbruck zur Konversion des Fliegerhorsts in einen integrierten Stadtteil. Die Informations- und Dialogangebote orientieren sich an den Phasen des zweistufigen landschaftsplanerischen und städtebaulichen Wettbewerbs. An der ersten Phase beteiligen sich sowohl vorab bestimmte, als auch durch ein zusätzliches, EU-weites Bewerbungsverfahren ausgewählte Planungsbüros. Diese entwerfen anhand der durch die Auslobung definierten Rahmenbedingungen und Ziele jeweils ihre Vision für das Areal.

Die 13-köpfige, interdisziplinäre Jury bewertet die eingereichten Entwürfe, von denen fünf bis sechs Projekte mit gleichrangigen Preisen ausgezeichnet und damit für die zweite Wettbewerbsrunde ausgewählt werden. Hier werden die ursprünglichen Entwürfe weiter ausgearbeitet und drei Preise vergeben, wobei der erste Siegerentwurf zur Beauftragung empfohlen wird. Sowohl vor der Auslobung als auch zwischen den beiden Wettbewerbsstufen gibt es Beteiligungsangebote für die Öffentlichkeit.

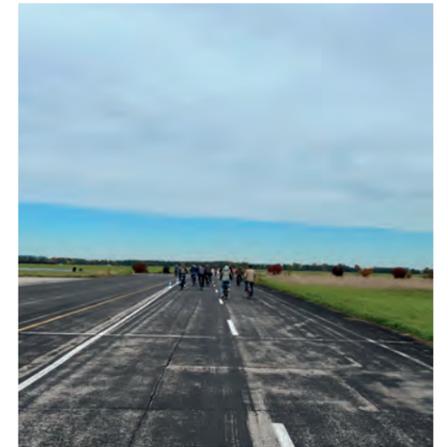
>>>

Aufgrund der städtebaulichen Bedeutung der Konversion für die Große Kreisstadt Fürstfeldbruck selbst, aber auch der Strahlkraft des Projekts für den Landkreis und die ganze Region ergeben sich spezifische Herausforderungen für die Kommunikation.

Dieser besonderen Komplexität wird durch die Einbindung aller Stakeholder Rechnung getragen, indem zielgruppenspezifische Dialog- und Beteiligungsangebote geschaffen werden: ein Workshop im World-Café-Format für die Beiräte der Stadt, eine Diskussionsveranstaltung speziell für die Jugend sowie informative Radtouren um das Gelände des Fliegerhorsts, um nur einige Beispiele

zu nennen. Die verschiedenen Beiräte der Stadt (auch hier Jugend-, Umwelt-, Sport-, Seniorenbeirat und Beirat für Menschen mit Behinderung) konnten im World-Café aktiv werden und in rotierenden Gruppen an unterschiedlichen Fragestellungen mitarbeiten. Da insbesondere die Jugendlichen langfristig von dem Vorhaben betroffen sind und davon profitieren können, gab es auch eine Diskussionsveranstaltung spezifisch für die Brucker Jugendlichen. Die Rückmeldungen der Teilnehmenden aller Formate sind jeweils in das Bürgerprotokoll zum Wettbewerb eingeflossen.

Diese wertvollen Ergebnisse dienen nun für die Planungsbüros als Inspiration, Leitplanken und Anregungen für die Ausgestaltung ihrer Entwürfe. Der Runway wurde mit unserer Arbeit gelegt, die Büros starten nun durch.



... wer in zwanzig Jahren hier wohnt, ist automatisch Teil unserer Kommunikation!

Weshalb insbesondere die Einbindung der jungen Generation entscheidend war, erfahren Sie auf der übernächsten Seite.



Social Media, Fish Bowl und Lagerfeuer

Gerade Jugendliche und junge Menschen gehören zu denjenigen, die von klassischen Beteiligungsformaten kaum erreicht werden. Zugleich wird diese Bevölkerungsgruppe am längsten mit der Ausgestaltung und den Konsequenzen von Projektentwicklungen leben – zumal, wenn diese stadtplanerische Dimensionen wie die Fliegerhorstkonzersion in Fürstenfeldbruck haben. Doch nicht nur die persönliche Betroffenheit, auch die persönliche Aufgeschlossenheit und Veränderungsbereitschaft sind in jüngerem Alter noch größer. Damit verspricht die Beteiligung der jüngeren Generationen einen besonders produktiven und konstruktiven Austausch für die Projektentwicklung, der auch die allgemeine Unterstützung und Qualität von Projekten steigern kann. Durch eine gezielte Veranstaltung mit Vertreterinnen und Vertretern der Jugend in Fürstenfeldbruck wurde diese wichtige Stakeholdergruppe in besonderem Maß eingebunden. Die Anliegen der Jugendlichen, die sich häufig von denen Erwachsener unterscheiden, sollten ebenfalls in dieses für die zukünftige Entwicklung Fürstenfeldbrucks so wichtige Projekt einfließen.

Grillen und Diskussion im „Subkultur“

Um das Beteiligungsangebot möglichst niedrigschwellig und einladend zu gestalten, fand die Veranstaltung im beliebten Brucker Jugendclub Subkultur statt. So hatte bereits der Veranstaltungsort eine gewisse Attraktivität, unabhängig von dem komplexen Thema. Geworben wurde mit Flyern vor den Schulen, aber auch über die Social Media Accounts des Clubs Subkultur, des Stadtjugendrats und von FridaysForFuture Fürstenfeldbruck. Nach dem informativen Input der Konversionsleitung fand eine 15-minütige Podiumsdiskussion mit Vertretungen aus Stadtjugendrat,

FridaysForFuture und des Kreisjugendrings statt. Diese hatten die Gelegenheit, jeweils ihre eigene These oder einen Vorschlag für die Zukunft des neuen Stadtteils zu formulieren. Anschließend hatten alle interessierten Jugendlichen – und nur die Jugendlichen – in der FishBowl-Diskussion die Gelegenheit, ihre Fragen zu stellen und Anregungen und Kritik zu äußern. Besonders wichtig waren den Jugendlichen die Nachhaltigkeit bei Mobilität und Energieversorgung, aber auch zukünftige Arbeitsplätze und neue Freizeitangebote in dem zu errichtenden Stadtviertel. Begleitet wurde die Veranstaltung von Fragen via Mentimeter ans Publikum, so dass auch weniger redefreudige Interessierte die Möglichkeit zur Beteiligung an der Diskussion hatten. Zwischen Podiumsdiskussion und FishBowl wurde zur Stärkung gegrillt, und am Ende der Veranstaltung blieb der Club für weitere Gespräche am Lagerfeuer geöffnet.

Unser Fazit: Daumen hoch!

Im Vergleich zu anderen Dialogformaten wie den Radltouren um den Fliegerhorst, war die Diskussion mit den Jugendlichen nicht minder inhaltlich anspruchsvoll. Das große Interesse an dem vielschichtigen und komplexen Thema zeigte sich in einer konstruktiven und kreativen Diskussion, in der zahlreiche Schlaglichter auf die Zukunftsfähigkeit des neuen Quartiers geworfen wurden. Trotz fortschreitender Stunde wurden zahlreiche gute Ideen entwickelt, weshalb dieses Format bei vergleichbaren Projekten sicherlich wieder Anwendung finden wird. Einbindung führt zu Fürsprecherinnen und Fürsprechern.



NO ONE LEFT BEHIND

Migrationsbedingte Vielfalt in Beteiligungsprozessen

Die adäquate Abbildung unserer in großen Teilen diversen Gesellschaft, in welcher wir heutzutage in Deutschland überwiegend leben, stellt eine der größten Herausforderungen der modernen Bürgerbeteiligung dar. Denn wie bekomme ich den größtmöglichen Querschnitt der Gesellschaft in einem Dialogformat abgebildet?

Egal ob in Frankfurt am Main, Hannover, Nürnberg oder Dresden. Egal ob auf dem Land oder im Einzugsgebiet einer Metropolregion. Überall begegnen uns im Alltag Menschen mit unterschiedlichen Lebensgeschichten und Lebensrealitäten. Hinzukommen religiöse, kulturelle und ethnische Unterschiede, aber auch Gemeinsamkeiten, die moderne Stadt- und auch Landgesellschaften in hohem Maße bis heute prägen. Sie prägen die Art, wie wir zusammenleben, wohnen und arbeiten, Angebote der Mobilität und die Intensität der städtebaulichen Weiterentwicklung urbaner Lebensräume. Denn Vielfalt konstituiert sich über ein breites Spektrum an Merkmalen, die definitorisch nicht auf die Mehrzahl einer Gemeinde zutreffen mögen, dadurch aber keinesfalls an Bedeutung verlieren. Sie gewinnen sogar eher an Bedeutung – auch aus unserer unmittelbaren Alltagserfahrung.

Wege der Umsetzung

Alles beginnt mit der Definition, denn unter einer anzusprechenden Zielgruppe versteht jeder etwas völlig anderes. So ist die Einbindung von Menschen mit beispielsweise Migrationshintergrund in Dialogformate eine besondere Herausforderung. Am besten beginnt man mit einem möglichst genauen Radius um die lokale Bevölkerung. Es ist essenziell sich darüber klar zu werden, wer anzusprechen ist, was die Bevölkerung vor Ort auszeichnet,

welche möglichen Besonderheiten es lokal gibt und welche Wege der Ansprache üblich und bekannt sind. Zentral bleibt dabei immer auch die Frage: Haben wir jemanden übersehen? Diese und weitere Leitfragen sind vor jeder Konzeption entscheidend und prägen das Mandat. Anhand dieser Informationen lässt sich der spätere Werkzeugkasten für die Kommunikation vor Ort noch genauer spezifizieren und auf die Bedürfnisse der Zielgruppe abstimmen. Nur so kann Kommunikation ihr Ziel erreichen – indem die Zielgruppe erfasst, analysiert und verstanden wird.

Gemeinsam Fragen stellen

Auch wir fragen uns: Wie erreichen wir einen möglicherweise zu wenig berücksichtigten Anteil der Bevölkerung? Die Gründe dafür können stets vielseitig sein. Jugendliche lassen sich anders ansprechen als Seniorinnen und Senioren. Wiederum ganz anders sind Menschen mit einer körperlichen oder geistigen Behinderung anzusprechen und einzubinden. Hinzukommen Sprachbarrieren sowie kulturelle Unterschiede, die die Kommunikation beeinflussen können. Diese Fragestellungen sind wichtiger denn je, sollen kommunale Entwicklungen doch „alle“ Bürgerinnen und Bürger erreichen.

Doch was genau ist Beteiligung denn eigentlich? Beteiligung beschreibt im Allgemeinen die Form der Einbindung, die von Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträgern vorgegeben werden, gleichzusetzen mit dem „Top-Down-Ansatz“. Partizipation wiederum geht vom „Bottom-Up-Ansatz“ aus und befähigt die Angesprochenen, also die Bevölkerung oder die Betroffenen, sich methodisch aktiv einzubringen und somit auch den Rahmen der Partizipation vorzugeben.

Unser Verständnis von Beteiligung besteht darin, dass nur ein Prozess, in den möglichst unterschiedliche Bevölkerungsgruppen zielgerichtet eingebunden sind, zu einem langfristig guten Ergebnis führen kann. Jedes Mandat erfordert stets neue Lösungsansätze. Daher bilden unsere Erfahrungswerte nur einen allgemeinen Ausgangspunkt, von dem aus wir jeweils neu erarbeiten müssen, welche Maßnahmen im konkreten Fall zielführend sind.

Am Anfang unserer Arbeit in den Projekten steht daher stets die Analyse der Stakeholder, ihrer jeweiligen Themen, sowie der Prozesse und darauf aufbauend das individuelle strategische Konzept.

JEDER METER ZÄHLT

Nationaler Netzausbau mit strategischer Begleitung

Netzbauvorhaben sind eine besondere Herausforderung in der Kommunikation. Zwar ist für nahezu jede und jeden klar, warum diese notwendig sind, sobald jedoch eine konkrete Maßnahme vor Ort ansteht, schwindet die potenzielle Zustimmung meist schnell. Das klassische NIMBY-Problem: Not in my backyard?

Gerade im Zusammenhang mit der Umsetzung der Energiewende ist der Aus- und Umbau unseres Stromnetzes in den Fokus der Öffentlichkeit gerückt. Bei Leitungsvorhaben entlang der oft viele Kilometer langen Strecke wollen eine Vielzahl von unterschiedlichen Stakeholdern mitgenommen werden. Ein besonders komplexer Kraftakt, bei welchem wir seit über einem Jahrzehnt beratend zur Seite stehen.

Gerade diese Herausforderung macht diese Aufgabe für uns so spannend. Die technisch komplexen Projekte,

die oft umfangreiche Genehmigungsverfahren durchlaufen, haben dabei eines gemeinsam: Sie können nur durch einen kontinuierlichen Dialog von Anfang an gelingen. Gerade der fort dauernde Austausch mit Gemeinden und Behörden, Institutionen und Verbänden sowie Initiativen und Bürgerinnen und Bürgern ist in diesen oft langen Zeiträumen eine wichtige Aufgabe. Ansonsten drohen Unsicherheiten aufgrund von Sorgen, Falschmeldungen oder Gerüchten.

Damit der Prozess nachhaltig gelingt, führen wir unter anderem regelmäßig den „Blick in die Werkstatt“ durch. In Runden mit den Trägern öffentlicher Belange werden Zwischenstände weitergegeben, um insbesondere Multiplikatoren, z. B. die Bürgermeisterinnen und Bürgermeister der Gemeinden, auf dem Laufenden zu halten. Damit entsteht auf beiden Seiten Vertrauen, das auch in möglichen kritischen Momenten dazu beitragen kann, die Kommunikation zu

erleichtern. Zudem werden die Bürgervertreterinnen und Bürgervertreterinnen und -vertreter in die Lage versetzt, bei Fragen der Öffentlichkeit klare Aussagen zu treffen. Darüber hinaus ist noch eine Vielzahl von unterschiedlichen Maßnahmen notwendig, von regelmäßigen Newslettern, über Info-Mobiltouren bis hin zu einer kostenlosen Hotline, um die technisch anspruchsvollen Themen zu vermitteln und Akzeptanz zu fördern. Raus aus dem Hinterhof also.

Mit diesem breiten Ansatz dürfen wir nun bereits seit zehn Jahren die TransnetBW bei ihren Projekten begleiten. Von der Errichtung, Erweiterung oder dem Umbau von Umspannwerken bis hin zu kilometerlangen Stromleitungen konnten wir bei unterschiedlichen Vorhaben aktiv unterstützen. Dadurch konnten und können wir auch weiterhin wichtige Erkenntnisse für eine dauerhaft gelingende Kommunikation gewinnen.



Seit November 2021 ist Markus Golde als Projektsprecher im Team Kommunikation Projekte Dialog Netzbau bei der TransnetBW GmbH tätig. Dabei verantwortet er u. a. die Kommunikation für das Leitungsprojekt Projekt 380-kV-Netzverstärkung Weilheim-Karlsruhe, bei dem das Übertragungsnetz zwischen Weinheim und Karlsruhe von 220 auf 380 Kilovolt verstärkt wird. Zum Vorhaben gehört zudem der Umbau von insgesamt fünf Umspannwerken. Hendricks & Schwartz darf TransnetBW und Markus Golde u. a. bei diesem Projekt begleiten.

H&S: Herr Golde, die Energiewende ist eine große Herausforderung für die gesamte Gesellschaft. Wie sehen Sie hierbei die Rolle der TransnetBW?

Markus Golde: Noch vor wenigen Jahren lag die Entfernung zwischen Stromerzeugung und -verbrauch bei durchschnittlich 80 Kilometern. Heute ist sie extrem kurz, etwa bei dezentraler Erzeugung mit Photovoltaik auf dem Dach. Oder extrem lang, wie beim Windstrom-Transport von Nord nach Süd. Unser Einsatz gilt deshalb einem Übertragungsnetz, das schnell, sicher und flexibel ist. Und fit für Herausforderungen der Energiewende. Dafür braucht es in vielen Fällen einen Aus- oder Umbau der bestehenden Infrastruktur. Dies kann nur schnell gelingen, wenn wir alle Beteiligten mitnehmen.

Die Genehmigungsverfahren für Netzbauprojekte sind trotz verschiedener Beschleunigungsziele weiterhin komplex und zum Teil langwierig, was bedeutet das für die Kommunikation in einem Projekt?

Eine vorausschauende Planung ist einer der wichtigsten Bestandteile der Kommunikation. Neben der Information und Beteiligung zu den wichtigen Schritten, die durch das Netzausbau-beschleunigungsgesetz vorgesehen sind, müssen die einzelnen Anspruchsgruppen kontinuierlich mitgenommen werden. Dadurch können Sorgen und Ängste frühzeitig erkannt, Fragen schnell beantwortet und Themen für die Planung aufgegriffen werden. Dabei gilt es jedoch auch, eine klare Erwartungshaltung für die Verfahrensschritte zu formulieren, so dass keine Enttäuschungen ent-

stehen, sondern immer deutlich wird, welche Mitwirkungsmöglichkeiten es gibt und wann konkrete Punkte diskutiert werden.

Der Netzausbau zwischen Weinheim und Karlsruhe umfasst insgesamt rund 80 Kilometer, dementsprechend viele Kommunen, Vereine, Verbände, Institutionen, Grundstückseigentümerinnen und -eigentümer und Interessierte haben Sie zu beachten. Wie behält man dabei den Überblick?

Hier braucht es eine effiziente Projektsteuerung und das Zusammenwirken von allen Projektbeteiligten. Nicht nur der Dialog, sondern auch andere Abteilungen der TransnetBW haben Kontakt zu unterschiedlichen Behörden oder den Grundstückseigentümerinnen und -eigentümern. Gerade bei dieser Aufgabe unterstützen mich die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Hendricks & Schwartz und sorgen so dafür, dass Großprojekte möglichst reibungslos verlaufen und keine Information verloren geht.

Darüber hinaus sind auch die „kleineren Vorhaben“ der TransnetBW wie die Umspannwerke technisch hoch anspruchsvolle Konstruktionen. Wie schafft man es da die breite Öffentlichkeit mitzunehmen?

Hier gilt es viel Aufklärungsarbeit zu leisten und manche Vorurteile zu entkräften. Gerade die Auswirkungen von elektrischen und magnetischen Feldern oder die Lärmentwicklung von Anlagen führen immer wieder zu Spekulationen. Hier müssen wir die komplexen Themen so beschreiben, dass sie mit dem Alltagswissen der Menschen vor Ort verständlich werden. Gemeinsam mit H&S und den Fachexpertinnen und -experten entwickeln wir so zielgruppenspezifische Texte und Bilderwelten. So haben wir

u. a. verglichen, wie sich die elektrischen und magnetischen Felder von Elektrogeräten im Haushalt zu dem verhalten, was bei Stromleitungen entsteht.

Gerade die großen Stromtrassen von Nord nach Süd wurden immer wieder kritisch von denjenigen betrachtet, die direkt von dem Leitungsbau betroffen sind. Wie geht man damit um?

Deswegen gehen wir von Anfang an auf die Betroffenen zu und gestalten einen transparenten Prozess zur Findung der eigentlichen Trasse. Dadurch können Themenstellungen und potenzielle Herausforderungen früh erkannt und dann im besten Fall mit allen Beteiligten gut gelöst werden. So hat TransnetBW bei der Findung des Konverterstandorts nach anfänglicher Kritik und der Gründung einer Bürgerinitiative durch eine von H&S unterstützte Krisenkommunikation und der Abstimmung mit den Akteurinnen und Akteuren eine für alle Seiten zufriedenstellende Lösung mit der Errichtung auf dem Gelände des ehemaligen Kernkraftwerks in Philippsburg gefunden.

Wie unterstützt Sie H&S in Ihrer täglichen Arbeit?

Die Unterstützung ist vielfältig, aber vor allem flexibel und zielgerichtet, je nachdem welche Aufgaben gerade

anstehen. Von der strategischen Beratung bei den zum Teil diffizilen Fragen rund um die Projektkommunikation über die Analyse und Hintergrundrecherche bis hin zur verlängerten Werkbank bei der Erstellung von Texten ist das gesamte Spektrum abgedeckt. Und gerade, wenn es dann vor Ort auch mal in die sogenannte Wagnisniederung geht, kommen auch mal die Gummistiefel zum Einsatz.

Seit rund zehn Jahren ist H&S für TransnetBW tätig. Was gab den Ausschlag für die lange Zusammenarbeit?

In den Jahren und über alle Projekte hinweg war Hendricks & Schwartz stets ein vertrauensvoller Partner, den wir zuletzt auch für unseren internen Lieferanten-Award vorgeschlagen hatten. Die unkomplizierte und auf den Erfolg der Vorhaben ausgerichtete Arbeit ist für uns ein wichtiger Baustein. Zumal H&S uns neben der direkten Arbeit auch immer wieder in Ausschreibungen überzeugt. Vor diesem Hintergrund freuen wir uns auch in den kommenden Jahren auf eine gute gemeinsame Projektarbeit.

... vor Ort kommen auch mal die Gummistiefel zum Einsatz.

Wie saniert man einen städtischen See? Und wie kommuniziert man dazu?

Einer der am häufigsten wiederholten Sätze im Bereich Dialog ist die simple Aussage: Kommunikation ist das, was beim anderen ankommt. Nichtsdestotrotz bleibt die grundlegende Wahrheit dahinter bestehen und ist für unsere Projekte immer wieder eine wichtige Richtschnur.

Ein gutes Beispiel dafür ist das Vorhaben Sanierung Rummelsburger See. Der rund 45 Hektar große Seitenarm der Spree wurde im 19. und 20. Jahrhundert stark durch die umliegende industrielle Nutzung belastet. Vor diesem Hintergrund werden seit den 1990ern verschiedene Sanierungsmaßnahmen durchgeführt. Wir dürfen seit 2021 die Arbeiten für einen rund drei Hektar großen Bereich am Westufer begleiten.

Das Umfeld ist geprägt durch viele Neubaugebiete, gleichzeitig gibt es auch alteingesessene Anwohnerinnen und Anwohner sowie auf Hausbooten Lebende. Dadurch bedarf es einer Vielzahl von unterschiedlichen Maßnahmen, um die Informationen zu den einzelnen

Schritten im Projekt für alle Beteiligten ersichtlich zu machen. Von Flyern, die wir per Boot selbst den Seenutzenden übergeben haben, über Online-Sprechstunden für die jüngeren Generationen bis hin zu Besuchen von Kiezforen der etablierten Bewohnerinnen und Bewohner haben wir für alle Stakeholder ein Format gefunden, in dem die individuellen Themen behandelt wurden.

Ein weiterer wichtiger Faktor war zuletzt auch die Durchführung eines Info-Stands beim sogenannten Wasserfest an der Rummelsburger Bucht. Mit rund 200 Gesprächen, in verschiedenen Sprachen, konnte so an einem Tag eine Vielzahl von interessierten Bürgerinnen und Bürgern erreicht und in lockerer Atmosphäre die wichtigsten Themen vermittelt werden. Wir waren dort, wo die Stakeholder sowieso sind, und haben so einen weiteren Bezugspunkt geschaffen. Zumal man auch die Faszination der Bucht, gerade an einem strahlenden Sommertag, besonders gut nachvollziehen kann.



Arbeit unter erschwertten Bedingungen



Die zurückliegende Covid-Pandemie forderte von Unternehmen und Verwaltungen, klassische und eingeübte Denkmuster und Lösungswege zu verlassen und neue Wege auszuprobieren. Anders ging es auch nicht, in Zeiten von Ungewissheit und regelmäßiger Isolation. Unser Kunde, die Stadt Starnberg, fragte sich im November 2021, wie ihre Stadtverwaltung die Bevölkerung bezüglich einer Bewerbung zur Austragung der Landesgartenschau 2032 in ihrer Gemeinde ansprechen und aktiv einbinden kann.

Eine zentrale Frage in unruhigen Zeiten, der wir uns gemeinsam mit der Stadtverwaltung annehmen durften. Es war von Beginn an klar: Es muss anders gehen – und es gelang. Hendricks & Schwartz wurde im Zuge dieses Vorhabens beauftragt, die strategische Kommunikation mit Fokus auf die politischen und gesellschaftlichen Akteurinnen und Akteure in dem Bewerbungsverfahren zu orchestrieren und gleichzeitig die Bevölkerung aktiv anzusprechen und in die Bewerbung mit einzubinden. Dafür brauchte es von vornherein ein geeignetes Format. Doch wie erreicht man die Bevölkerung im dritten Lockdown richtig? Wie interessiert man die Menschen für solch ein Thema und wie lässt sich echte Begeisterung von Bildschirm zu Bildschirm übertragen? Die Antwort: mit einem interaktiven und digitalen Bürgerdialog.

Im Zuge der Beauftragung waren spezifische Dialogformate gefordert, die im Rahmen der damals geltenden Covid-Hygieneschutzmaßnahmen einen dennoch lebensnahen und produktiven Austausch untereinander ermöglichen sollten. Ziel war es, in Richtung aller relevanten Stakeholdergruppen eine zielgruppen- und bedarfsgerechte Kommunikation herzustellen und inhaltlich mit Leben zu füllen. Diese Aufgabe verlangte viel Fingerspitzengefühl, da auch eine Landesgartenschau als Großprojekt viel Skepsis erfährt. Die Bevölkerung war dabei ein besonders wichtiger Akteur, da es von besonderer Bedeutung war, die Lebenserfahrung in ihrer Heimatstadt unmittelbar abzufragen und in die weiteren Planungen mit einzuspeisen. Doch nur alles auf digital umzustellen, reichte hier nicht, es brauchte eine echte Interaktion mit Mehrwert.

Nicht bloß digital – sondern interaktiv

Als eines der Kernangebote für die interessierte Öffentlichkeit konzipierte Hendricks & Schwartz für die Stadt Starnberg einen digitalen Bürgerdialog. Damit dieser Bürgerdialog keine reine Frontalveranstaltung wurde, lag der Schwerpunkt der Veranstaltung auf einer interaktiven und moderierten Gruppenarbeit.

Im Rahmen dieses öffentlich zugänglichen Formates hatten die Bürgerinnen und Bürger die Gelegenheit, alles über den Bewerbungsprozess, die Ziele und die anstehenden Aufgaben zur Bewerbung für die Landesgartenschau 2032 zu erfahren. Vertreterinnen und Vertreter der Gemeinde präsentierten themenspezifische Inhalte im digitalen Plenum, ehe es anschließend in den interaktiven Workshop-Teil in

sogenannten Breakout-Rooms weiterging. Die zuvor präsentierten Inhalte boten dabei die relevante Diskussionsgrundlage, auf der die moderierten Breakout-Room-Sessions aufsetzten. Die Teilnehmenden waren dabei aufgefordert, in einer freien Brainstorm-Runde Ideen einzuwerfen, ehe diese im zweiten

moderierten Gruppenarbeiten zusammen erarbeitet. Alle Inhalte wurden gesammelt und in einem Bürgerprotokoll festgehalten und veröffentlicht.

So bleiben alle erarbeiteten Inhalte für die weiteren Planungen erhalten.

Wie kann eine Stadtverwaltung in Covid-Zeiten die Öffentlichkeit erreichen?

Schritt kondensiert wurden. Ziel war es, eine konzentrierte Auswahl an Ergebnissen für das spätere Plenum vorzubereiten. Keep it simple war die Devise. Alle weiteren Ideen, die es nicht in die engere Auswahl schafften, wurden dennoch im „Ideen-Speicher“ gesammelt.

Das Wissen der Bevölkerung heben

Woran muss man bei einer Landesgartenschau-Bewerbung alles denken? Was ist der Bevölkerung besonders wichtig und welche Auswirkungen kann eine solche Bewerbung auf die Gemeinde haben?

Das wissen erfahrungsgemäß die Bürgerinnen und Bürger genauer. Um dieses Wissen zu generieren, zu verdichten und in konkrete Planungsansätze für die Gestaltung des Landesgartenschau-Areals zu überführen, wurden alle Ergebnisse protokollarisch gesammelt. Diese Informationen, hier als „Ideen-Speicher“ bezeichnet, wurden dem beauftragten Landschaftsplanern übergeben. Diese und viele weitere Fragen wurden in dem insgesamt dreistündigen Format präsentiert, diskutiert und in

Was lernen wir daraus

Auch in der Post-Covid-Zeit empfiehlt es sich, gewöhnliche und einstudierte Arbeitsweisen und Arten der Kommunikation zu überdenken und sie gelegentlich neu herauszufordern. Denn auch wenn wir uns glücklicherweise wieder in Persona begegnen können, sollten die in den zweieinhalb Jahren Covid-Zeit erlernten digitalen Skills sowohl in den Unternehmen wie Verwaltungen nicht einfach wieder in den Schubladen verschwinden. Projekte wie diese zeigen uns, dass es stets Mittel und Wege gibt, Brücken zu bauen und Begeisterung auch digital in einem interaktiven Format zu streuen. Wichtig dabei ist, den Fokus auf die entsprechende Zielgruppe zu legen, denn auch im Jahr 2023 werden digitale und hybride Formate zwar weniger, aber weiterhin gefragt sein. Die erlernten Skills sind dabei eine ideale Grundlage und Motivation zugleich, die eingelaufenen Pfade auch mal zu verlassen. Wir von Hendricks & Schwartz helfen Ihnen gerne, dabei den Überblick zu bewahren.

ZUKUNFT MADE IN NIEDERBAYERN

75% der Straßkirchner sagen JA zur BMW Group

Bürgerentscheid gibt den Weg frei für den geplanten BMW Group Standort zur Montage von Hochvoltbatterien im niederbayerischen Landkreis Straubing-Bogen



Rund 2.800 Wahlberechtigte waren beim Bürgerentscheid am 24. September 2023 im niederbayerischen Straßkirchen/ Landkreis Straubing-Bogen aufgerufen, über die Ansiedlung eines neuen BMW Group Werksstandortes in ihrer Gemeinde abzustimmen. Sie zu erreichen, in ein Gespräch auf Augenhöhe zu kommen, war Ziel vieler Maßnahmen. Im eigens errichteten Info-Pavillon wurden unzählige Interessierte erreicht.

Seit 1922 produziert BMW in München, seit 1973 in Dingolfing, seit 1987 in Regensburg. Die BMW Group ist global tätig, aber ihr Herz schlägt in Bayern. Auch das Werk zur Montage der Hochvoltbatterien, die für den Antrieb der E-Fahrzeuge sorgen, soll in Bayern entstehen – denn dies sichert die zuverlässige Belieferung der drei bayerischen Produktionsstandorte mit Hochvoltbatterien für Elektrofahrzeuge der nächsten Generation.

Für den geplanten Standort erfüllte von einer Vielzahl untersuchter Standorte nur einer alle notwendigen Kriterien: eine Ackerfläche auf dem Gemeindegebiet von Straßkirchen und Irlbach im niederbayerischen Landkreis Straubing-Bogen.

Alles schien zu passen, die Bürgermeister und Gemeinderäte der beiden Gemeinden sprachen sich in nichtöffentlichen Sitzungen geschlossen FÜR die Ansiedlung aus, auch die Grundstückseigentümer waren zum Verkauf bereit. Doch zeitgleich hatte sich die Bürgerinitiative (BI) „Lebenswerter Gäuboden“ gegründet und argumentierte für die Beibehaltung der landwirtschaftlichen Nutzung und gegen die Industriensiedlung.

Genau in dieser Lage kam Hendricks & Schwartz als Strategieberater und Realisator für Kommunikation an Bord. Kurz darauf startete die Kommunikation: als erstes ein Hintergrundgespräch zwischen der BMW Group, den beiden Bürgermeistern und den BI-Initiatoren, nur wenige Tage später auf einem vom Planungsverband veranstalteten Infomarkt – zu diesem kamen rund 1.800 Besucherinnen und Besucher, mehr als ein Drittel der Bevölkerung der beiden Gemeinden.



Vor Ort in Straßkirchen und Irlbach setzten sich zahlreiche Unterstützer aus der Bürgerschaft kreativ für die Ansiedlung und eine gemeinsame Zukunft mit der BMW Group ein.

Das war der Startschuss für eine beispiellose Kommunikationsoffensive ...

... in beiden Gemeinden und mit allen relevanten Teilzielgruppen: mit Gemeinderäten, Vereinsvorsitzenden, ortsansässigen Unternehmern und den Freiwilligen Feuerwehren, mit Seniorinnen und Senioren, den in den beiden Gemeinden lebenden BMW Group Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, mit Nachbarn, ortsansässigen Dienstleistern und all den Bürgerinnen und Bürgern, die sich früh für die Ansiedlung der BMW Group, für moderne Technologie und zukunftsgerichtete Arbeits- und Ausbildungsplätze ausgesprochen hatten.

Maßgeschneiderte Dialogformate und Präsenz vor Ort

Die BMW Group setzte von Beginn an auf gute Nachbarschaft, auf vielfältige, maßgeschneiderte Dialogformate und vor allem auf das persönliche Gespräch mit den Menschen vor Ort. Hendricks &

Schwartz empfahl, konzipierte, gestaltete, schrieb, organisierte, machte möglich, zeigte zusammen mit den für das Projekt verantwortlichen Vertretern der BMW Group Gesicht in Straßkirchen und Irlbach. Grundlage jeder Kommunikation waren die von der BMW Group bereitgestellten Fakten.

Zudem empfahl Hendricks & Schwartz eine BMW Group Präsenz in Straßkirchen selbst: Treffpunkt über Monate wurde dann der eigens aufbaute und eingerichtete BMW Group Infopavillon – zweimal die Woche waren hier die Bürgerinnen und Bürger eingeladen, ihre Fragen und Anliegen mit Vertretern der BMW Group zu besprechen.

In vielen persönlichen Gesprächen entwickelte sich so ein tieferes Verständnis für die Bedürfnisse der Menschen vor Ort. Gleichzeitig zeigte sich der Weltkonzern BMW Group nahbar und zugänglich. So wuchs eine breite Unterstützung für die BMW Group. Immer im Hintergrund Regie führend: das Team von Hendricks & Schwartz.



Auf einem Infomarkt boten die Gemeinden Straßkirchen und Irlbach ihren Bürgerinnen und Bürgern vielfältige Informationen zum gemeinsam geplanten Industriegebiet an. Auch die BMW Group präsentierte dort ihre Inhalte zur geplanten Ansiedlung des Werksstandortes zur Montage von Hochvoltbatterien. Rund 1.800 Bürgerinnen und Bürger besuchten den Infomarkt und konnten dabei all ihre Fragen stellen. Damit bildete der Infomarkt das inhaltliche Fundament der faktenbasierten Kommunikation mit den Menschen vor Ort.

Es geht um alles!

Zeitgleich sammelte die Bürgerinitiative in Straßkirchen Unterschriften für den Erhalt des Ackerbodens, und machte mit den benötigten Unterschriften von 10% der wahlberechtigten Straßkirchnerinnen und Straßkirchner den Weg frei für einen Bürgerentscheid.

So kam's dann auch: Ende Mai reichte die BI die Unterschriften ein, im Juni bestätigte der Gemeinderat die Zulässigkeit und setzte ein eigenes Ratsbegehren dagegen, als Termin für den Bürgerentscheid wurde der 24. September 2023 beschlossen.

Aufgrund der frühen Einreichung der Unterschriften konnte der Termin der Landtagswahl am 8. Oktober 2023 nicht mehr erreicht werden. Für

eine hohe demokratische Legitimation schickte die Gemeinde Straßkirchen dafür allen wahlberechtigten Bürgerinnen und Bürgern mit der Wahlbenachrichtigung die Briefwahlunterlagen gleich mit. So entschieden sich viele Straßkirchnerinnen und Straßkirchner, beim Bürgerentscheid per Briefwahl abzustimmen.

Der Tag der Entscheidung

Die Spannung war zu greifen, als Straßkirchens Erster Bürgermeister Dr. Christian Hirtreiter am Sonntag, 24. September 2023, um 20:23 Uhr in dem aus allen Nähten platzenden Sitzungssaal des Rathauses das Endergebnis des Bürgerentscheids bekannt gab: 75:25 für die Ansiedlung der BMW Group, bei einer Wahlbeteiligung von 76,9%. Die letzte Landtagswahl in Bayern, die diese Wahlbeteiligung übertraf, war 1982!

Kurzum: Erfolgreiche Kommunikation erfordert eine klare Strategie, faktenbasierte Informationsmedien, individuelle, aufs jeweilige Ziel ausgerichtete Dialoge, aufsuchende Formate bei allen relevanten Teilzielgruppen – und vor allem das zugewandte, persönliche Gespräch, wieder und immer wieder.

2023

im Stakeholdermanagement

12

kommunale
Bürgerdialoge wurden
bislang vor Ort
durchgeführt

20%

unserer Mandanten sind
öffentliche Vorhabenträger

8222

Stunden für unsere Kunden auf
Reisen unterwegs gewesen

27 Mrd.

Euro aktuelles Projektvolumen in
unseren Mandaten

46

Infomärkte veranstaltet und
Infostände auf Marktplätzen
organisiert

über

150

kommunale Sitzungen für
und mit unseren Kunden besucht

2

neue Mitarbeiter
im Büro in Frankfurt
am Main eingestellt

85

Kundenmandate im
Jahr 2023 begleitet

3

Fahrrad-Exkursionen mit interessierten
Bürgerinnen und Bürgern veranstaltet

80%

der Kolleginnen und Kollegen
engagieren sich privat in der
Kommunalpolitik

STADTENTWICKLUNG IM DIALOG

Die Menschen haben heute ein großes Bedürfnis, sich einzubringen und mitzugestalten.

H&S: Frau Dr. Kössinger, was sind aus Ihrer Sicht die größten kommunalen Herausforderungen bei der Stadtentwicklung heute?

Brigitte Kössinger: In der aktuellen Lage ist kommunale Stadtentwicklung natürlich immer auch eine finanzielle Herausforderung. Damit hängt die Frage nach dem Ausgleich aller Anliegen, die an Gemeinden herangetragen werden, ganz eng zusammen. Aber auch die Zukunftsfähigkeit von Projekten angesichts von Herausforderungen wie dem Klimawandel und der Anpassung daran sind wichtige Themen.

Wie wichtig ist aus Ihrer Sicht die (frühzeitige) Einbindung von Bürgerinnen und Bürgern in Stadtentwicklungsvorhaben?

Die Menschen interessieren sich heute viel mehr als noch vor vielleicht 15 oder 20 Jahren dafür, was in ihrem Umfeld passiert, und haben ein großes Bedürfnis, sich einzubringen und mitzugestalten. Aufgrund des großen Interesses der Bürgerinnen und Bürger ist es wichtiger denn je, frühzeitig die Öffentlichkeit einzubinden. Im Dialog entstehen oftmals nicht nur gute Ideen, sondern auch ein Gefühl der Identifikation mit dem jeweiligen Vorhaben.

Wie muss ein modernes Dialogverfahren heute aus kommunaler Sicht aussehen, was hat sich in den vergangenen Jahren geändert?

Vor allem seit der Pandemie sind Online-Beteiligungsmöglichkeiten und virtuelle oder hybride Formate nicht mehr aus dem Bürgerdialog wegzudenken. Da alle mitgenommen werden sollen, müssen Dialogverfahren niedrigschwellig und aufsuchend gestaltet werden, das ist online teilweise sogar einfacher und man kann Personengruppen erreichen, die Vor-Ort-Termine eher weniger wahrnehmen. Grundsätzlich ist die Erwartungshaltung an transparente Verfahren und eine transparente Kommunikation höher als noch vor einigen Jahren.

Bei der Beteiligung hat sich unserer Erfahrung nach vor allem die Kraft des persönlichen Gesprächs bewährt. Bei einem Info-Markt kann man sich im direkten Austausch mit den Expertinnen und Experten mit den Themen befassen, die man selbst für besonders wichtig hält. In einer Plenumsdiskussion beispielsweise ist dies nicht möglich. Gleichzeitig ist ein anderes Kommunikationsverhalten wichtig - individuell, auf Augenhöhe, weniger konfrontativ.

Wie gehen Sie mit dem Spannungsfeld um, einerseits die Entscheidungen für oder gegen Vorhaben im Gemeinderat zu treffen, andererseits aber auch die Bürgerinnen und Bürger mitnehmen zu wollen, die möglicherweise Vorhaben kritisch sehen?

Gerade hier ist Kommunikation wichtig: intern im Gemeinderat müssen wir uns auf eine Planung einigen und diese dann nach außen geschlossen und überzeugend vertreten. Eine einheitliche und klare politische Linie zu einem Projekt sind wichtig, um Vertrauen und Unterstützung für Vorhaben in der Öffentlichkeit sicherzustellen. Die Abwägung aller Interessen ist oftmals ein komplexer Prozess, daher ist die transparente Darstellung der Gründe für eine Entscheidung umso wichtiger.

Welche Themen spielen bei der Neuentwicklung von Wohnraum oder auch Gewerbeflächen die größte Rolle?

Kommunen müssen ihrer Verantwortung gerecht werden und im Sinne des Gemeinwohls zukunftsfähige Entscheidungen treffen, sowohl beim Wohnen als auch beim Gewerbe. Die bereits angesprochenen Themen Klimawandel und Klimaanpassung spielen eine große Rolle, dazu gehören z. B. auch der Artenschutz und die Frage der Versiegelung. Neben dieser inhaltlichen Ebene ist auch die Prozessebene sehr wichtig: Die Integration unterschiedlicher Anliegen und Interessen durch Kompromisse, die für alle tragbar sind, ist bei jedem Projekt aufs Neue ein Thema.

Wie sollte man aus Ihrer Sicht mit kritischen Stimmen im Rahmen von Stadtentwicklungsprozessen umgehen?

Transparenz, Information und Dialogbereitschaft sind hier der Schlüssel. Die Anliegen der Kritikerinnen und Kritiker müssen angehört und ernst genommen werden. Durch den Dialog können Missverständnisse ausgeräumt und manchmal auch Sorgen genommen werden. Durch den Austausch kann man dann auch konkret Kompromisse erarbeiten, mit denen idealerweise alle zufrieden sind.

Was ist die wichtigste Erkenntnis seit Ihrem Amtsantritt zu städtebaulichen Entwicklungen?

Die Vielfalt und Komplexität städtebaulicher Anliegen sind bei jedem Projekt wieder herausfordernd. Kein Projekt ist wie das andere, daher lernt man immer etwas dazu. Dabei brauchen manche Entwicklungsprojekte mehr Zeit als man sich eigentlich erhofft. Umso wichtiger ist es von Anfang an möglichst alle Beteiligten ins Boot zu holen, um ein möglichst effizientes und zielführendes Verfahren durchzuführen.



Dr. Brigitte Kössinger (CSU) ist seit 2014 Erste Bürgermeisterin der Gemeinde Gauting im oberbayerischen Landkreis Starnberg. Wie viele Gemeinden in Oberbayern verzeichnet Gauting ein stetiges Bevölkerungswachstum, so ist die Einwohnerzahl seit Ende der 80er-Jahre um ca. 15 Prozent gestiegen. Das stellt unter anderem den Wohnungsmarkt vor Herausforderungen.

Warum engagieren Sie sich als Gemeinde bei den Themen Kommunikation und Dialog besonders?

Aufgrund des hohen öffentlichen Interesses war und ist es uns wichtig, von Anfang an möglichst transparent und inklusiv zu kommunizieren und Unterstützerinnen und Unterstützer zu gewinnen. Zudem wollen wir durch umfassende Kommunikation und Dialog langfristig Vertrauen in die Gemeinde aufbauen und die Prozesse stärken. Da in der Zukunft die Themen Wohnen und Gewerbe weiterhin eine wichtige Rolle spielen werden, wollen wir zu einem grundlegenden Verständnis für die Notwendigkeit von Entwicklung und das stete Bemühen um Interessensausgleich durch die Gemeinde beitragen.



ALT ZU NEU

Zwischennutzung als Teilschritt der Transformation begreifen

Ein Spaziergang durch die Innenstadt reicht oft, um zu entdecken, was in immer beliebter und dichter besiedelten Metropolregionen vorzufinden ist: Leerstand. Ausgeräumte Schaufenster, Licht aus, Abspergitter, Staub und Spinnweben. Ein allzu trister Anblick. So können selbst Objekte in bester Innenstadtlage teilweise über Monate, manchmal auch Jahre als stillgelegte Erinnerung an vergangene Konsum- oder Genussfreuden der Stadtgesellschaft in den betroffenen Straßenzügen auf die vorbeiziehenden Menschen trist und ideenlos wirken.

Wieso sind Zwischennutzungen insbesondere von Gewerbeimmobilien so wenig vorzufinden? Und wie kann ein solches Angebot kommuniziert werden?

Gründe für die Zurückhaltung

Das allererste Problem ist, dass die Gebäudesubstanz unter dem Leerstand dauerhaft leidet. In der Ursachenanalyse tun sich diverse Gründe auf, weshalb Zwischennutzungen von Eigentümern noch zu selten als sinnvolle Übergangslösung verstanden werden. Da wäre zum einen die Tatsache, dass Eigentümer einen Leerstand lieber nicht an die große Glocke hängen möchten, um den Ruf und Wert einer Immobilie für spätere potenzielle Langfrist-Mieter nicht zu schmälern. Zum anderen gibt es allgemeine Bedenken, dass eine vereinbarte Zwischennutzung an solcher Beliebtheit gewinnt, dass die eigentlich vorgesehene Nutzung und Modernisierung des Objekts nur mit erhöhtem kommunikativen, teils auch juristischem Aufwand, durchzuführen ist. Eine Sorge, die oft unbegründet bleibt. Denn Zwischennutzungen sind rechtlich ganz klar regelbar und bieten für beide Seiten einen verlässlichen Rahmen. Hinzu kommen oft Vorbehalte gegenüber behördlichen Auflagen, die je nach Objekt den Genehmigungsprozess für eine Zwischennutzung verlängern können oder gar komplett untersagen. Eine Mischung, die das Thema fast nur bei langfristig ausgelegten Entwicklungsobjekten sinnvoll erscheinen lässt, um den Aufwand zu kalkulieren.

So ist folglich die Frage nach der Art der Zwischennutzung bereits eine Überlegung, die gut abgewogen sein will. Längst nicht jedes Objekt liefert die notwendigen Voraussetzungen, um eine entsprechende Nutzung umzusetzen. Doch welche Art der Nutzung erscheint sinnvoll? In hochpreisigen Metropolregionen mit eher wenig Leerstand wie dem Rhein-Main-Gebiet, Hamburg, Köln oder München würden Zwischennutzungen einen echten Mehrwert für die Jugend, Kinder und die lokale Kulturszene schaffen – sofern sie sich finanzieren und organisieren lassen. Als Zwischennutzung kann vieles in Frage kommen: ein Theater, ein Kunstatelier oder auch eine Küche für Bedürftige. Die Möglichkeiten sind vielfältig,

Mögliche Lösungswege

Wie kann eine Zwischennutzung organisiert werden? Zentral in der Frage der Zwischennutzung ist, dass die Zwischennutzung über einen verbindlichen Betreiber und somit auch direkten Ansprechpartner gemanagt wird. Denn es braucht einen Ansprechpartner, der das Konzept umsetzt, vor Ort betreut und als Ansprechpartner auch für die Stadtverwaltung dienen kann. All dies kann in einem entsprechenden Mietvertrag festgehalten werden. Über diesen Betreiber erfolgen dann das Marketing und die Kommunikation zur Zwischennutzung, denn das Angebot muss vermittelt werden. Es reicht nicht einfach die Türen zu öffnen, es muss ein klares Konzept mit einem klaren Angebot vermittelt werden. Egal ob Theater, Jugendtreff, Sprachschule oder Community Kitchen – das Angebot muss bei den zukünftigen Nutzerinnen und Nutzern ankommen. Wie es richtig gemacht wird, zeigt ein Best-Case-Beispiel unseres Kunden Hines:

Hines ermöglicht seit mehreren Jahren eine in der Bevölkerung sehr positiv aufgenommene und breit eingesetzte Zwischennutzung in einer ehemaligen Münchner Büroimmobilie im Stadtteil Neuperlach. Der stillgelegte Büropark den Allianz Campus beheimatet heute eine lokale „Community Kitchen“ und soll helfen, Lebensmittelverschwendung nachhaltig zu reduzieren. Die „Community Kitchen“ widmet sich dem nachhaltigen Umgang mit Lebensmitteln, wofür die Münchener Unternehmerin Günes Seyfarth verantwortlich zeichnet.

Hines hat mit der „shaere“ genannten Zwischennutzung seine Pläne für eine kulinarische, kulturelle und nachhaltige Zwischennutzung für den Allianz Campus konsequent und in enger Abstimmung mit lokalen Stakeholdern umgesetzt. Die Fläche wurde bisher von der Versicherung Allianz genutzt und Ende 2020 geräumt. Nach dem Erwerb der Büroimmobilie im Februar 2020 hat Hines einen tiefgreifenden Transformationsprozess des Areals angestoßen und frühzeitig den

Nutzen des Community-Managements vor Ort erkannt. Nach intensiven Gesprächen vor Ort, über die Bedürfnisse der lokalen Bevölkerung entstand ein erster Arbeitskreis der dann als Krengruppe die Gestaltung der Angebote übernommen hat. Mit „shaere“ entwickelt das Immobilienunternehmen einen sozialen und kulturellen Treffpunkt für die Bürgerinnen und Bürger nicht nur in Neuperlach, sondern in ganz München. Auf diese Weise schafft

Hines vor Ort einen echten Mehrwert und bietet Raum für verschiedene Bedürfnisse der Stadtgesellschaft. Zusätzlich wird der Ort positiv aufgeladen. Heute finden sich im „shaere“ diverse soziale Vereine, Sprachschulen für Geflüchtete, ein Hobby-Theater, Community-Spaces und vieles mehr. Das Objekt ist täglich zugänglich und wird breit für gesellschaftliche wie kulturelle Veranstaltungen angenommen.



Und was lässt sich daraus lernen: Take-away

Eine Zwischennutzung kann dann erfolgreich werden, wenn sie die Schnittmenge aus lokalen Community-Bedürfnissen, der passenden Ausstattung des Objekts, einem verlässlichen Betreiber sowie einem übergeordneten und sinnstiftenden Konzept bildet. Der Kapitalaufwand ist nachgelagert und kann oft über Sach- und Geldspenden, städtische Förderungen und vor allem mit lokaler Kreativität und viel Gestaltungswillen umgesetzt werden. Auch wenn beim „shaere“ die Eigentümer einen großen Teil finanziell übernimmt und damit auch öffentliche Aufgaben wahrnimmt. Und letztlich geht es auch nicht allein darum, einer blühenden Subkultur, die jede Stadt erst zum urbanen und lebendigen Ort macht, bloß einen trockenen Raum zu bieten. Es geht um eine vielseitige, mehrwertbringende Vernetzung mit der Gesellschaft vor Ort, die das später entstehende Objekt unterstützt. So ist die Zwischennutzung vor allem eine kommunikative Aufgabe und Zielvorgabe zugleich. Über eine erfolgreiche Zwischennutzung steigt die Zufriedenheit vor Ort, werden Ressourcen geschont, Potenziale geweckt und anhand eines klar vorgegebenen Rahmens alle beteiligten Seiten zufriedengestellt. Im Gegenzug können die Stadt bzw. der Eigentümer genauso profitieren: Eine Belebung bei einer Umwandlung eines ehemals abgeschlossenen Areals in ein belebtes Mixed Use Areal ist nur schrittweise möglich. Demnach ist Zwischennutzung und Öffnung ein zentraler Baustein.

EGEGENEINANDER FÜHRT IN DIE SACKGASSE

Gemeinsam für die Stadt von morgen.

H&S: Was sind aus Ihrer Sicht die größten Herausforderungen bei der Stadt- und Wohnraumentwicklung heute?

Alexander Möll: Die Entwicklung und Bewirtschaftung von Wohn- und Gewerbeimmobilien in ganz Deutschland befindet sich aktuell in einem intensiven Spannungsfeld zwischen politischen, gesellschaftlichen und ökonomischen Fragestellungen, und dass mehr denn je. Kommunen müssen dringend neuen Wohnraum entwickeln und gleichzeitig den umweltrechtlichen Rahmenbedingungen gerecht werden. Die Bevölkerung fordert zeitgleich bezahlbaren Wohnraum in den Metropolregionen, und Gewerbetreibende suchen händeringend nach attraktiven Objekten, die nur noch schwer anzubieten sind. Um all diesen Anforderungen langfristig gerecht zu werden, bedarf es eines engen Dialoges zwischen allen relevanten Stakeholdern – und das konstant. Nur dann ist eine tragbare Lösung machbar.

Wie wichtig ist aus Ihrer Sicht die (frühzeitige) Einbindung von Bürgerinnen und Bürgern in Stadtentwicklungsvorhaben?

Wir erkennen ein neues und sehr vitales Kommunikationsverhalten sowohl unserer Kunden wie auch der Öffentlichkeit allgemein. Wer als Unternehmen heute in relevanten Themen, Stichwort ESG-Leitlinien, nichts vorzuweisen hat, macht sich schnell am Markt und in der Öffentlichkeit unglaubwürdig. Unser Anspruch ist es proaktiv auf die Öffentlichkeit zuzugehen und Fragen und Anregungen konstruktiv zu begegnen. Wir arbeiten mit der Öffentlichkeit zusammen, nicht gegen sie, denn wir entwickeln Objekte für die Stadtgesellschaft von Morgen. Der Anspruch unseres Unternehmens ist ein nachhaltiges, generationenübergreifendes Wirken für die Gesellschaft. Das ist, wenn man so will, in unserer internationalen DNA verwurzelt. Und wir merken, dass dies zunehmend herausfordernder wird,

Alexander Moell ist Senior Managing Director und Co-Geschäftsführer von Hines in Deutschland. Er ist verantwortlich für alle Immobilienaktivitäten in Deutschland, einschließlich Entwicklung, Akquisition und Management Services. Hines Deutschland beschäftigt momentan rund 150 Mitarbeiter und entwickelt bzw. managed ein Immobilienportfolio von ca. €12,5 Mrd. €, welches das Management von Immobilienprojekten in Höhe von € 1,6 Mrd. für Dritte inkludiert.

Seit den 90er Jahren treibt Hines in Deutschland Großprojekte voran, unter anderem in Berlin (Pariser Platz 3, Rosmarin Karree, Hofgarten am Gendarmenmarkt), Frankfurt (Main Tower), Düsseldorf (Benrather Karree) und München (Uptown München). Für den Standort München betreut Hendricks & Schwartz den Tucherpark in direkter Nachbarschaft zum berühmten Englischen Garten sowie den Büropark aer im Stadtteil Neuperlach.

da in einer schnelllebigen Medienöffentlichkeit eine Gesamtstimmung schnell kippen kann. Daher ist es für uns bei unseren Projekten auch sehr wichtig die Bürgerinnen und Bürger so frühzeitig wie möglich zu einem Vorhaben abzuholen und einzubinden. Das setzt natürlich voraus, dass die rechtlichen Rahmenbedingungen auch die entsprechende Öffentlichkeitsarbeit erlauben, was uns zunehmend auch vor Hürden stellt.

Mit welchen Parametern erreicht man seine anvisierte Zielgruppe heute am erfolversprechendsten?

Der Mix aus digital und analog macht es, insbesondere um heterogenere Zielgruppen mit unterschiedlichen Bedürfnissen und Verhaltensweisen zu erreichen. Ein Anwohner hat andere Bedürfnisse als jemand aus einer Behörde. Darauf muss man adäquat reagieren können. Gleichzeitig sollten Di-



alogformate heute einen konkreten Mehrwert liefern, denn niemand mag Zeit und Aufmerksamkeit verschenken. Es ist lohnend, sich vorab zu überlegen, wie man die Bevölkerung für ein Thema wirklich begeistert, aktiv einbezieht und so auch nachhaltig einbinden kann. Und am Ende sollte jede Form der Kommunikation optisch wie inhaltlich modern und interessant gestaltet sein. Auch das gilt für die digitale wie analoge Welt gleichermaßen.

Welche Themen spielen bei der Neuentwicklung von Wohnraum oder auch Gewerbeflächen die größte Rolle?

Neben der aktuellen Zinssituation brauchen Projektierer und Investoren einen verlässlichen Rahmen, in welchem sie wirken können. Wir sprechen da von Planbarkeit, selbst wenn die Prozesse mal länger dauern. Damit einher gehen

auch verlässliche Aussagen seitens der Stadtverwaltung und -politik, welche konkreten städtischen Bedürfnisse in welchem Rahmen wie bedient werden dürfen. Soll beispielsweise eine neue Grünfläche oder ein öffentlicher Platz in einem Quartier entwickelt werden, so benötigen nicht nur wir, sondern vor allem unsere beauftragten Architektinnen und Landschaftsplaner konkrete Leitplanken, in denen sie frei wirken dürfen.

Je klarer dieser Rahmen ist, desto besser und zielgerichteter können wir diesen Anspruch bedienen und attraktiv lösen. So geht moderne Stadtplanung aus unserer Sicht. Besonders ein Zusammenwirken aller Akteure, ein gemeinschaftliches und konstruktives Herangehen an Herausforderungen, sehe ich als Schlüssel zum Lösen zukünftiger städtebaulicher Probleme. Nicht gegeneinander spielen, sondern miteinander Wirken für das gemeinsame Ziel einer lebenswerten Stadt von morgen – für alle.

Wie sollte man aus Ihrer Sicht mit kritischen Stimmen im Rahmen von Stadtentwicklungsprozessen umgehen?

Der Schlüssel zur erfolgreichen Akzeptanzkommunikation liegt in meinen Augen in der Berücksichtigung klarer Verhaltens- wie Kommunikationsregeln. Sei es als Ansprechpartner bzw. Unternehmen transparent im Prozess, nahbar in der Kommunikation und authentisch im Zwischenmenschlichen. Auf Basis dieser Ausgangssituation lassen sich Vorbehalte und Kritik an einem Vorhaben am produktivsten diskutieren und idealerweise auch ausräumen. Doch selbst in Krisensituationen ist es ratsam, mit Unterstützung einer Beratung wie der von Hendricks & Schwartz, die genannten Regeln einzuhalten – denn dann bleiben wir authentisch und standhaft in unserer Positionierung, nach innen und außen. Und auch der Dissens kann ein Ergebnis sein, mit dem man umgehen kann. Im Team gelingt das besser als alleine.

Welche Kompetenzen hat Hendricks & Schwartz konkret in den Prozess ihrer beiden Münchner Projekte einbringen können, die Sie als Mehrwert empfanden?

Die Berater:innen von Hendricks & Schwartz überzeugen nicht nur durch ihre Fachkenntnisse unserer Branche, sondern vor allem durch ihre empathische, wie strategisch weitsichtige Art und Weise der Kommunikation, nach innen wie nach außen.

Hendricks & Schwartz ist projektnaher Sparrings-Partner, Voraus- und vor allem Mitdenker. Was wir gegebenenfalls noch nicht gesehen oder bedacht haben, bringen die Kolleginnen und Kollegen professionell mit in den Prozess ein und setzen es zu unserer vollsten Zufriedenheit unmittelbar um. Eine ideale Zusammenarbeit.

Was hat den Ausschlag zur Entscheidung für die Zusammenarbeit mit Hendricks & Schwartz gegeben?

Uns wurde Hendricks & Schwartz aus Branchenkreisen heraus empfohlen, was ich persönlich immer bevorzuge, da es doch direkt ein gewisses Qualitätssiegel mit sich bringt und uns kostbare Zeit der Suche erspart. Die Kombination aus strategischer wie politischer Beratung in all ihren Facetten überzeugt uns bis heute.





KOMMUNIKATION UNTER STROM

Die Mobilität von Morgen ermöglichen

Die weltweit fortschreitende Mobilitätswende, weg vom Verbrennungsmotor hin zu hoch effizienten und klimaschonenden Antrieben, erfordert von Unternehmen zügige Antworten, um auch in Deutschland den globalen Anschluss nicht zu verlieren. Dabei stellt sie die deutsche Automobilindustrie und deren Zulieferer vor eine große Aufgabe: die Ansiedlung neuer Logistik- und Produktionsstätten in Deutschland. Das Tochterunternehmen eines deutschen Automobilherstellers stellt sich diesen Herausforderungen proaktiv, regional verbunden und technisch hochinnovativ mit einer eigenen Hochleistungsbatteriezellenentwicklung und -produktion in Baden-Württemberg.

Im Jahr 2022 durfte Hendricks & Schwartz die Öffentlichkeitsbeteiligung und strategische Beratung im Rahmen des Genehmigungsmanagements begleiten. Im Vorfeld wurden für den Kunden in Form einer umfangreichen Arena-Analyse das Projektumfeld, die landespolitische Gesamtlage sowie die relevanten Stakeholder der Region eruiert. Darauf aufbauend erfolgte die Maßnahmenentwicklung, die in verschiedenen Dialogangeboten für die Öffentlichkeit zugänglich gemacht wurde.

Zu Beginn veranstaltete das Unternehmen einen digitalen Bürgerdialog, um der Öffentlichkeit direkte Informationen zu bieten und den damals erforderlichen Covid-Hygienschutzmaßnahmen gerecht zu werden. Übergeordnetes Ziel dieser Veranstaltung war es, Fragen und Kritik rund um die Ansiedlung von Seiten der Geschäftsführer live und durch Hendricks & Schwartz moderiert zu beantworten. 160 Gäste schalteten sich zu.

Ergänzend zu dem digitalen Format wurden an zwei Terminen jeweils ein Wochenmarkt-Dialog in den von der Ansiedlung betroffenen Kommunen veranstaltet, um Fragen, Anregungen und Kritik aus der Bevölkerung aufzunehmen und direkt zu beantworten. Die Geschäftsführung war auch hier direkt mit vor Ort und stand für Fragen und Anregungen gerne bereit. Der erfolgreiche Projektabschluss mündete in der festlichen Grundsteinlegung.

10 WAHRHEITEN
ZUR
PROJEKTKOMMUNIKATION

#1

Stay in the driving seat

Der Vorhabenträger kommuniziert in aktiver Rolle.

#2

Erstinformation gewinnt

Die Erstinformation erfolgt individuell an alle Stakeholder.

#3

Fakten auf den Tisch

Eine Salami-Taktik geht nie auf.

#4

Face to face

Der wichtigste Kommunikationskanal

ist das persönliche Gespräch.

#5

24/7

Sei nahbar, erreichbar, ansprechbar -

per Hotline, E-Mail, persönlich vor Ort.

#6

(not) Everybody's Darling

Es ist immer jemand dagegen.

#7

Es stimmt so.

Die Wahrheit währt am längsten.

#8

Alles so schön bunt.

Bilder sagen mehr als Worte.

#9

Pacta sunt servanda

Gemeinsame Lösungen brauchen Vertrauen im Dialog.

#10

Auf Augenhöhe

Zuhören und ernst nehmen bereitet den Boden,

um Vorbehalten und Ängsten zu begegnen.





www.allianz-fuer-muenchen.de

ALLIANZ FÜR MÜNCHEN

100 Unterstützer, 20 Branchen, ein Ziel



Ohne Entwicklung und Fortschritt geht es einfach nicht.

Die Allianz für München hat sich 2022 mit dem Ziel gegründet, den gesellschaftlichen Diskurs zu Entwicklung, Fortschritt und Wachstum mitzuprägen. Die rund 100 Unternehmen aus 20 Branchen sowie Verbände und Einzelpersonen haben sich zusammengeschlossen und wollten direkt raus zu den Menschen, auf die Marktplätze, die Stadteilfeste und politischen Gremien.

Denn eines ist klar: Die Landeshauptstadt München hat sich in den vergangenen Jahrzehnten an vielen Stellen verändert. Überkommene, nicht mehr zeitgemäße Strukturen wurden aufgebrochen und neue Entwicklungen zugelassen. Treibende Kraft dieser Veränderung waren oft Unternehmerinnen und Unternehmer, die Hand in Hand mit Stadtplanung und Politik innovativ und gestaltend daran gearbeitet haben, dass München zu einer der lebenswertesten Städte in ganz Deutschland, Europa und sogar weltweit werden konnte. Deswegen sagen die Unterstützerinnen und Unterstützer, dass sie wollen, dass München auch weiterhin eine weltoffene und innovative Stadt bleibt. Dafür braucht es nicht mehr Ge- und Verbote, sondern ein gemeinsames Ringen um die besten Lösungen.

Das Ziel der Allianz ist es, dass München weiterhin eine attraktive Stadt zum Wohnen und Arbeiten bleibt. Damit werthaltiges Wachstum und Entwicklung im Einklang mit Umwelt- und Naturschutz möglich ist.

DIALOG ZU WACHST WAS BEWEGT DIE BÜRGERINN

Die Allianz für München hat genau das versucht herauszufinden mit ihrer ersten Kampagne, der „Werkstadt München“.

Die Werkstadt München wurde die Plattform, mit der diese Aufgabe erfüllt werden sollte. Doch es gab zu Beginn vor allem eine große Herausforderung: Wie machen wir die Leute überhaupt aufmerksam auf die Kampagne?

Deswegen wurden zunächst Podiumsdiskussionen organisiert und dazu hochkarätige Referentinnen und Referenten eingeladen, um zu einzelnen Aspekten des komplexen Themas Entwicklung der Stadt zu diskutieren. So konnte mit Manfred Schoch, dem ehemaligen Vorsitzenden des Gesamt-Betriebsrats und stellvertretenden Aufsichtsratsvorsitzenden von BMW, zu sozialen Fragen in München gesprochen, mit Prof. Thomas H. Kolbe und Dr. Hany Abo El Wafa zum Thema Digitale Zwillinge und zuletzt mit Prof. Julian Nida-Rümelin zur Ethik im Rahmen von Fortschritt und Entwicklung diskutiert werden.

Diese positiven Eindrücke wurden dann mitgenommen und gerade zu Beginn bei eisigen Temperaturen auf den Wochenmärkten in der Stadt weiter diskutiert. Zwei bis drei Mal die Woche haben die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Hendricks & Schwartz angeregte Diskussionen zu einer Vielzahl von Themen geführt. Von Wohnen über Mobilität, PV-Anlagen auf dem Dach bis zur Lage von Bushaltestellen wurde die gesamte Bandbreite der Aspekte adressiert, die auch zu einer guten Entwicklung der Stadt beitragen.



UM UND ENTWICKLUNG – EN UND BÜRGER WIRKLICH?



Parallel dazu wurden die Bezirksausschüsse besucht, vor allem um die Allianz und die Werkstadt vorzustellen und die Diskussionen mit den Bürgerinnen und Bürgern weiter fortzuführen. Zudem konnte auch direkt der Kontakt zur Stadtverwaltung hergestellt werden, so dass bereits mit mehreren Referaten Gespräche im Gange sind.

So wurden in den vergangenen Monaten Tausende von Gesprächen geführt, die alleine schon genügend Inhalte für das Zukunftsbild liefern würden, aber diese schnellen, zwischen zwei Einkaufsständen gegebenen Rückmeldungen sollten nicht einfach übernommen werden. Stattdessen wurden diese noch einmal weiterentwickelt und ausdiskutiert, in insgesamt drei Workshops.

Auch bei diesen Veranstaltungen zeigte sich: Die Menschen wollen über die Themen diskutieren und Lösungen finden. Entwicklung und Wachstum werden auch positiv gesehen. Wenn

man die Menschen aktiv durch Dialog einbindet, entstehen neue spannende Sichtweisen und eine andere Herangehensweise an die verschiedenen Problemstellungen.

Darüber hinaus konnten auch eine Vielzahl von digitalen Tools angewendet werden, wie z. B. ein Online-Ideenboard oder eine Onlinekarte. Zudem waren und sind Fakten ein wichtiger Baustein. Daher wurde mit dem München-Wiki ein einzigartiger Themenspeicher zu unterschiedlichen Themen entwickelt, der stetig weiterwächst und so dazu beitragen soll, dass Debatten sachlicher geführt werden.

Im Herbst sollen alle diese Dialogteile zu einem ganzen zusammenfügen und das Zukunftsbild an den Oberbürgermeister der Stadt München übergeben werden. Es wird spannend, was Politik und Verwaltung mit den Themen machen.

GEMEINSAM NOCH STÄRKER

E pluribus unum

Nicht nur der Wappenspruch der USA, sondern auch eine treffende Beschreibung für die Feldhoff Gruppe, der wir seit 2022 nun auch angehören. So haben wir nun neue Kolleginnen und Kollegen von Leaderslead, die marktführend in den Bereichen Executive Search sowie Leadership Consulting mit Fokus auf die Immobilienwirtschaft in Deutschland sind, von PAR Capital Advisors, einem unabhängigen Placement Agent sowie von Feldhoff & Cie, die seit mittlerweile 20 Jahren als führende Kommunikationsberatung, Consulting, Communications sowie Event & Congressmanagement auf höchstem Niveau anbieten.

Wir sind also in einer illustren Runde angekommen und haben bereits zahlreiche Anknüpfungspunkte gefunden, die wir in den kommenden Jahren noch ausbauen wollen. Durch dieses Netzwerk und die Bandbreite der Services haben wir die Möglichkeit, unsere Geschäftspartnerinnen und Geschäftspartner noch besser zu beraten und auch weiterhin zum Erfolg der Vorhaben beizutragen.

Was wir suchen, ist die Stärke in der Vielfalt, jede und jeder auf seinem Gebiet eine Expertin oder ein Experte, aber gleichzeitig immer gemeinsam für das jeweilige Projekt.

HENDRICKS  SCHWARTZ

 FELDHOFF & CIE.
Real impact.

Leaderslead

 PARCAP



AUF GUTE ZUSAMMENARBEIT

HENDRICKS  SCHWARTZ

the **STAKEHOLDER**

WWW.HENDRICKS-SCHWARTZ.COM