

Forum 1: „Shared Space“ in einer Kleinstadt

Fachliche Begleitung: Jörg Thiemann-Linden, Stadt- und Verkehrsplaner, SRL, Köln
Moderation: Dr. Gerd Rudel, Politologe, Petra-Kelly-Stiftung, Bamberg

Welche Ziele verfolgt ein Shared-Space-Projekt?

- Veränderung der „Verkehrskultur“: Gleichwertigkeit aller verkehrsteilnehmerInnen, Platz und Raum für alle, Erleichterung der Mobilität für alle, Rücksichtnahme aufeinander, größere Zufriedenheit der BürgerInnen, verkehrsberuhigung
- Aufwertung der öffentlichen Raums: Aufenthaltsqualität erhöhen, Kommunikation fördern, Gestaltung verbessern, einen menschengerechten Ortskern gestalten, sich wohlfühlen im Straßenraum ermöglichen, mehr Freiraum- und Sondernutzungen ermöglichen, Rückeroberung der Verkehrsfläche für die Menschen, Steigerung der Attraktivität, fußläufige Vernetzung
- bessere Umweltqualität: bessere Wohnqualität, weniger Autos, weniger Geschwindigkeit, weniger Schadstoffe, weniger Lärm
- mehr Sicherheit: Unfallzahlen senken, mehr Sicherheit durch Geschwindigkeitsreduktion, mehr Sicherheit v.a. für besonders gefährdete Personengruppen wie SeniorInnen und Kinder
- Verbesserungen auch für den MIV: Reduzierung der Pendlerstaus, Verbesserung des Verkehrsflusses (ohne Ampel)
- Ökonomische Vorteile: Belebung des Einzelhandels, Einsparungen im Stadthaushalt durch Verzicht auf Umgehungsstraße, Wohnprojekte in der Innenstadt möglich

Wie kann festgestellt werden, ob diese Ziele mit dem Projekt auch erreicht worden sind, welche Indikatoren gibt es dafür, wie lässt sich der Erfolg messen?

- x % mehr Menschen halten sich x % länger im öffentlichen Raum auf. (Zählungen und Messungen!)
- Reduktion der Unfalldoten auf Null (Verkehrsstatistik!)
- Reduktion der Unfälle mit Sach-/Personenschaden um x % (Verkehrsstatistik!)
- 85% der gemessenen Geschwindigkeiten bewegen sich unter 30 km/h (Messungen!)
- Halbierung des Durchgangsverkehrs (Zählungen!)
- x % Umsatzsteigerung bei Einzelhandel und Gastronomie
- 4 dBA weniger Lärm (Messungen!)
- x % weniger Schadstoffausstoß (Messungen!)
- Halbierung des Autoverkehrs (Zählungen!)
- x % mehr Fußgänger, x % mehr Radler (Zählungen!)
- keine Dauerparker (Zählungen!)
- 100 neu gepflanzte Bäume (Statistik des Gartenamts!)
- x % mehr Grünfläche durch Entsiegelung (Statistik des Gartenamts!)
- x % Mehreinnahmen durch Sondernutzungsgebühren (städtischer Haushalt!)
- insgesamt: größere Zufriedenheit der BürgerInnen (Befragung!)

Akteure: identifizieren und (im Projektverlauf) einbeziehen!

Es ist wichtig, von vornherein zu schauen, wer potenzieller Unterstützer sein könnte, wer eher skeptisch oder ablehnend dem Projekt gegenübersteht. Ziel ist es, Skeptiker und Gegner in Unterstützer zu verwandeln. Insofern ist die folgende Unterteilung nur eine „Momentaufnahme“, die eher als Aufgabenstellung zu betrachten ist...

Unterstützer	Skeptiker / Gegner
alle „Nicht-Autofahrer“ Investor („Gute Geschäfte in guter Umgebung“) Bund Naturschutz VCD ADFC ADAC (?) Kirche Mobilitätsbehinderte (z.B. Rollstuhlfahrer, Rollator-Nutzer)	Eltern, die um die Sicherheit auf dem Schulweg fürchten Einzelhändler (?) Hausbesitzer (?) Anwohner der umliegenden Straßen (die Mehrbelastung fürchten!) Verkehrsbehörden Busunternehmen Baulasträger Blinde/Sehbehinderte

In dieser Situation ist es wichtig, auch mögliche „**Vermittler**“ systematisch einzubeziehen und im Planungsprozess wirksam werden zu lassen. Dazu gehören: Planungsbüros, Medien, Fachverbände, der Gemeinderat, teilweise auch (Fach-) Behörden

Öffentlichkeitsarbeit und Marketing:

Wie können das Projekt „Shared Space“ (ShSp) der Öffentlichkeit nahe gebracht und seine positiven Wirkungen dargestellt werden?

- Straßenfest auf der geplanten ShSp-Fläche mit Informationen und einer Simulation der ShSp-Situation
- Exkursion zu bereits realisierten ShSp-Projekten (unbedingt „Meinungsmacher“ und potenzielle Gegner mitnehmen!)
Dokumentation der Exkursion (Film, Broschüre etc.) für die Informationsarbeit vor Ort
- Durchführung einer Diskussionsveranstaltung zum Thema ShSp
- Einladung und Information aller lokalen Medien durch die Bürgermeisterin, um sie vorab und von Anfang an für das Projekt zu gewinnen
- Zukunftswerkstatt zur Sammlung von Gestaltungs- und Ausstattungswünschen
- zielgruppenorientierte Informationsveranstaltungen
- Nutzung des Gemeindeblatts zur Information aller BürgerInnen
- Erstellung einer Informationsbroschüre mit viel positivem Anschauungsmaterial (dazu evtl. auch Recherche in den Archiven (Motto: „ShSp in der Geschichte der Stadt“, um eine positive Identifikation mit dem Projekt zu erreichen)

- Durchführung eines autofreien verkaufsoffenen Sonntag, um die positive Wirkung für den Einzelhandel zu demonstrieren
- Erlebbarkeit der positiven Veränderungen im öffentlichen Raum durch regelmäßige Veranstaltungen deutlich machen
- prominente BürgerInnen als UnterstützerInnen des ShSp-Projekts gewinnen
- Bäcker, Metzger, Brauereien etc. kreieren „ShSp-Produkte“, um die Idee zu unterstützen
- Sponsoren finden (z.B.: Sparkasse!)
- Kinder-Malwettbewerb: „Wir malen unseren ShSp“

Maßnahmen zur Einbindung und Überzeugung aller relevanten Akteure

- mit allen Gruppierungen vorab reden (in bzw. als Verwaltung)
- verwaltungsinterne Klärung der Ziel, Erwartungen, Zuständigkeiten und des „Produkts“ ShSp
- „Botschafter“ eines umgesetzten ShSp-Projekts einladen
- regelmäßiger „Runder Tisch“ mit allen relevanten Gruppierungen
- Exkursion zu umgesetzten ShSp-Projekten
- Informationsmittel: Faltblatt, Flyer, Video
- potenzielle Opponenten gezielt ansprechen bzw. offensiv in deren Gruppierung gehen
- lokale Vereine und verbände mit Gewicht (z.B. Freiwillige Feuerwehr) ansprechen und einbeziehen
- visuelle Simulation eines ShSp (VISSIM)
- lokale Lärm- und Geschwindigkeitsmessung durchführen (um die Notwendigkeit von ShSp demonstrieren zu können!)
- Bürgergutachten in Auftrag geben
- öffentliche Auftaktveranstaltung organisieren (aus der heraus sich eine Unterstützungs-BI entwickeln könnte!)
- Expertise organisieren (als Unterstützung in Fachdiskussionen)
- Unterschriftenliste zur Unterstützung des Projekts (als Ausdruck des „Bürgerwillens“), evtl. entsprechendes Bürgerbegehren (nur bei Eskalation des Konflikts...)

- potenzielle SympathisantInnen des Projekts „vorschicken“ bzw. „einspannen“: Forum „ShSp“ gründen (Motto: „Simplify your life!“), „fachfremde“ Experten (z.B. Psychologen) einbeziehen
- Bundesfachbehörden (BASt, UBA) um Rat fragen
- emotionale Gründe für Gegnerschaft nachvollziehen und kennen lernen
- enge Diskussion um das Hauptziel des ShSp-Projekts führen
- glaubwürdigen externen Moderator einbeziehen