StadtLabor
Stadt-/ Regional-/ Verkehrsplanung

Fritjof Mothes
Tim Tröger

Hinrichsenstr. 3
04105 Leipzig

Tel.: 0341 / 21 11 800
Fax: 0341 / 21 11 881
www.stadtlabor.de
kontakt@stadtlabor.de

Protokoll

Wiederaufnahme Beteiligungsverfahren zur Entwicklung Clara-Zetkin-Park/ Johannapark
21.04.2016, 17 Uhr

Thema:	Auftaktveranstaltung
Ort:	Neues Rathaus, Burgplatz 4-6, Leipzig
Teilnehmer:	siehe Teilnehmerliste
Protokoll:	André Sacharow, StadtLabor
Verteiler:	siehe Teilnehmer

Inhalt / Ergebnisse:

1. Einleitung

Begrüßung durch Rüdiger Dittmar, Amtsleiter Stadtgrün und Gewässer:

- Clara-Zetkin-Park/Johannapark bilden Leipzigs „Zentralpark" mit Ausstrahlung über die Stadt hinaus
- Wegen des steigenden Drucks auf die Freiräume in der wachsenden Stadt Leipzig muss über die Nachhaltigkeit der verschiedenen Nutzungsansprüchen nachgedacht werden
- Wo stehen wir im Beteiligungsprozess?
    - Begonnen mit einem Entwurf für das Entwicklungskonzept, 2014 gab es die dreistufige Bürgerbeteiligung dazu
    - Ergebnis: Informationsvorlage vor dem Stadtrat
    - Wichtig: Transparenz bei der Bearbeitung – Anmerkung zu jedem Hinweis
- Beginnend mit diesem Treffen sollen Maßnahmen und Ideen umgesetzt und, falls es Bedarf gibt, eine stabile gemeinsame Kommunikationsebene aufgebaut werden

Einführung zur Veranstaltung

Fritjof Mothes, externer Moderator des Beteiligungsprozesses vom Büro StadtLabor, leitet die Veranstaltung ein.
Gemeinsames Ziel: Entwicklungskonzept auf die Fläche bringen, nicht nur auf das Papier

- Ein Ergebnis des bisherigen Beteiligungsprozesses war der Bedarf, den Johanna/Clara-Park als Gemeinschaftsaufgabe zu begreifen

- Jetzt: Kampagne um Ziele zu erreichen– dafür sitzen Vertreter der Agentur Ungestalt am Tisch, die sich dieser Aufgabe im Auftrag des Amts für Stadtgrün und Gewässer (ASG) widmen werden

Vorstellungsrunde und aktuelle Entwicklungen

Im Rahmen der Vorstellungsrunde geben die Teilnehmer Informationen zu neuen Entwicklungen seit dem Ende des Beteiligungsverfahrens und erste Impulse für die Diskussion.

- Hinweis auf umfangreiche Zuarbeiten mancher Teilnehmer zu dem Entwicklungskonzept und Frage nach der Einbindung dieser Ideen
- Erste Veränderungen im Park sichtbar, z.B. sanierte Wege, neue orangefarbene Müllsammelbehälter, Sanierung Staudengarten

- Unklarheiten bezüglich Zeitungsartikeln zu einer „Parkordnung" Karmen Seidel vom Amt für Stadtgrün und Gewässer: Es ist keine Parkordnung geplant, aber eine stadtweite Grünanlagensatzung. Diese soll bisherige Regeln konkretisieren und möglicherweise darüber hinaus gehen.

Weitere Beiträge sind auf dem Foto zusammengefasst.

2. Derzeitiger Stand des Entwicklungskonzepts

Frau Seidel, ASG, erläutert den Stand des Entwicklungskonzeptes für den Clara-Zetkin-Park und Johannapark.

- Stellungnahmen zum Entwicklungskonzept wurden eingearbeitet
- Es gibt eine Abwägungstabelle mit allen Hinweisen – ab Mai wird diese im Internet zugänglich sein auf der Stadt Leipzig Seite für Clara-Zetkin-Park – Bürgerbeteiligung
- Am 7. April hat der Stadtrat die Ergebnisse der Bürgerbeteiligung zu dem Entwicklungskonzept zur Kenntnis genommen
- Derzeit wird eine Beschlussvorlage des Entwicklungskonzept für den Stadtrat fertiggestellt - Voraussichtlich nach der Sommerpause wird diese vorgelegt
- keine großen Änderungen zu den Ergebnissen des Beteiligungsverfahrens
- Jetzt: Pilotprojekte aus Beteiligung umsetzen, z.B. Müll sammeln, Pflanzaktionen
- Kommentar der Teilnehmer: Grünanlagensatzung sollte vor oder spätestens gleichzeitig mit dem Entwicklungskonzept beschlossen werden
- Amt für Stadtgrün und Gewässer hat Mittel für eine professionelle externe Begleitung der Kommunikationsarbeit bereitgestellt

Umgang mit offenen Fragen

Einige Teilnehmer bemerken, dass während des Beteiligungsverfahrens nicht zu allen Fragen ein Konsens gefunden wurde oder nicht jeder Hinweis Eingang in das Konzept gefunden habe und betonen, dass diese Hinweise nicht beiseitegeschoben werden sollen.

- Offene Fragen unter anderem: Thema Sicherheit, Bushaltestelle Clara-Zetkin-Park, Taxistand, Toiletten,
- Herr Dittmar, ASG: Das Amt will und wird keine offenen Themen ignorieren und Vorschläge werden dokumentiert. Trotzdem sollte der Beschluss des Entwicklungskonzeptes jetzt zu einem Abschluss führen. Die Gesprächsrunden mit interessierten Akteuren sollen deshalb weitergeführt werden, um solche Diskussionen fortzusetzen.

3. Vorstellung Agentur Ungestalt und Kokoma

Die vom Amt für Stadtgrün und Gewässer für die Kommunikationskampange beauftragte Agentur Ungestalt und Kokoma, Partner in diesem Projekt, stellen sich vor.

- Themen Markenbildung und Informationskampagnen
- Schwerpunkt von Kokoma – Kommunikationsberatung und Social Media

- Vorstellung von Projekten, z.B. Amt für Umweltschutz aktuelle Informationskampagne, Begleitung der Magistralenentwicklung Georg-Schumann Str.
- Cross-mediale Kampagnen , z.B. Jahrtausendturm Magdeburg
- Guerilla Marketing, z.B. Flash Mobs

Heute: Vertreter der Agentur Ungestalt und Kokoma wollen als ersten Schritt zu hören was die Anliegen der Teilnehmer sind und was für eine mögliche Kampagne gebraucht wird

4. Diskussion der Teilnehmer

In einer offenen Diskussion werden die Bedürfnisse für eine Kommunikationskampagne erörtert. Themen sind dabei die Förderung der Identifikation mit dem Park, z.B. durch Präsentation der reichen Geschichte, die Frage nach dem Zusammenwirken von privaten und öffentlichen Initiativen, sowie die zu kommunizierenden Themen und angestrebten Zielgruppen.

Herr Mothes fasst die Themen aus der Dokumentation des letzten Beteiligungsprozesses zusammen:

- Fairness Zone – Skater, Radfahrer, Fußgänger zusammen
- Müll und Grillen
- Gemeinsame Verantwortung
- Identifikation mit den Parkanlagen

Herr Dittmar, stellt die Leitfrage: Was tun wir jetzt konkret mit Unterstützung der Agentur? Derzeit steht noch kein Thema fest. Eine Frage ist: Wie kommunizieren wir mögliche Regeln

- Herr Biehl, ASG: Es gibt bereits Initiativen einzelner Akteure– z.B. die private Aktion „Mein Park", eingefärbte Mülsammelbehälter des Eigenbetriebs Stadtreinigung
  Öffentlichkeitsarbeit der Betreiber und des Eigenbetriebs Straßenreinigung mit einer neuen Kampagne nicht überdecken sondern zusammenbringen
- Herr Biehl, ASG: Guerilla Aktionen kann die Verwaltung selbst nicht organisieren, aber die Agentur schon,
  Idee: z.B. Müll für ein Wochenende liegen lassen, um einen Aufschrei zu provozieren oder Leute
- Regeln müssen auch irgendwie publiziert werden – wie genau? Und wie auf eine positive und nicht restriktive Art

Identifikation mit dem Park

- Behutsamer Umgang mit dem Park durch Identifikation mit diesem
- Park als Teil des Musikerviertels - musikalisches Erbe stärken
- Alleinstellungsmerkmal des Clara-Zetkin-Parks ist mehr als "Central Park"
- Idee: Ausstellung zur Geschichte des Parks – z.B. nächstes Jahr Gewerbeausstellung 120 Jahre
- Johannapark: eigene Geschichte, die den meisten Besuchern nicht bekannt ist
- Idee: Kommunikation durch Tafeln an den Eingängen, Frage: An welchen Stellen, da keine klaren Haupteingänge

- Aber: Befürchtung aus dem Park ein Museum zu machen – Es gibt eine **Vielfalt an Geschichte**, z.B. Schreber Gärten, DDR – 50 Jahre Kulturpark, wo Kinder auch laufen konnten und es Spielplätze gab
- Beim Umweltschutz gleiche Herangehensweise: Identifikation mit dem was man schützen möchte, z.B. aufzeigen der bedrohten Arten, der Gründe für die Langgraswiesen, ...

Vielfalt an Slogans – Mein, Dein, Unser Park?

Bemerkung von Kokoma – „Mein Park" existiert als etablierte Kampagne, aber „Unser Park" wurde im Beteiligungsprozess vorgeschlagen – Welche Slogans sollen weiter entwickelt werden?

- „Mein Park" und „Unser Park" kein Widerspruch – es kann beides geben und „Unser Park" kann als langfristige Kampagne umgesetzt werden
- Bsp. Kampagne zum Thema Wasser– viele Gruppen, die sich damit beschäftigen und Aktionen dazu umsetzen
- „Mein Park" wird als wirksam wahrgenommen, aber von manchen als eine „falsche" Herangehensweise angesehen
- Fr. Franz, Stadtreinigung: Parkanlagen, die in Wohngebieten verankert sind werden sauberer gehalten – dort schein es ein stärkeres Gefühl der kollektiven Verantwortung zu geben

Koordination Privatinitiativen und Verwaltungsinitiativen

- Meinung: Slogans in „Konkurrenz" sind kein Problem, da so mehr Leute erreicht werden
- Aber klar kommunizieren von wem welche Kampagne ausgeht

Bemerkung von Kokoma: In einer Kampagne beide Slogans nicht tragfähig, aber man kann anknüpfen

- Thema dieses Konzepts sind zwei Parks und selbst der Clarapark hat verschiedene Teile – dies sollte berücksichtigt werden
- Koordinierung nicht im gesamten sondern projektbezogen, Unabhängigkeit der Kampagne der Stadt wahren
- Vielfalt an Akteuren führt zu weiten Streuung – Ökolöwe würde bei Naturschutz mitmachen – Insgesamt eine Chance, die Netzwerke zu durchmischen

Schwerpunkt der Kampagne und Zielgruppen

- Ziel der Kampagne ist nicht, den Park bekannter machen, sondern für mehr Ordnung und Sauberkeit zu sorgen – Slogans sollten nicht nur auf einen Teil, z.B. Mülleimern platziert werden, sondern sich über viele Formate verbreiten und auch von den Betreibern getragen werden
- Idee: Gestaltung der Mülleimer durch Künstler – aber wichtig ist auch Versorgung an Mülleimern (Infrastruktur) – Stadtreinigung würde dies unterstützen, aber finanzielle Mittel müssten aus anderen Quellen kommen
- Während manche Teilnehmer die Hauptzielgruppe als 14 bis 25 Jährige definieren, wird von anderen angemerkt, dass alle Nutzer Müll liegen lassen und die Kampagne generationsübergreifend sein soll. Eine gemeinschaftliche Verantwortung und nicht Schuldige suchen

- Idee: Für Nutzergruppe 14-25 Jahre -organisierter „Flashmob" – nachts alle Papierkörbe bemalen
- Ausbreitung der Kampagne auf den ganzen Park und nicht nur auf Mülleimer
- Herr Dietrich, Stadtreinigung: Im Lene-Voigt Park – wurden Mülleimer mit den lokalen Stadtverein gestaltet – aber kein direkter Effekt, deswegen müssen solche Aktionen langfristig gedacht werden
- Mehrsprachigkeit bei der Kommunikation beachten, u.a. mit Bezug auf Flüchtlinge

Fairness

- Fairness-Zone für eine konfliktarme, gemeinsame Benutzung der Brucknerallee durch Fußgänger, Skater, Fahrradfahrer, etc.
- Fairness als generelles Motto für den Park/ die Kampagne– der ganze Park als eine Fairness-Zone
- Müll und Lärm haben auch mit einem fehlenden Gefühl der Fairness zu tun
- Idee: ein Fairness-Logo für die Parks

Ideensammlung für kurzfristige Aktionen

- Interviews mit jungen Menschen – ins Gespräch kommen über Müll und das eigene Verhalten
- LVZ – Botschaft senden, dass Veränderungen jetzt los gehen
- Umsetzung der Tafeln mit Informationen, z.B. Geschichte, möglicherweise mit Mülleimern verbinden
- Angebot der Vertreter der Parkbühne: Falls kleine Filmclips zum Thema Fairness erstellt werden, können diese bei dem public viewing gezeigt werden
- Herr Biehl, ASG: Es sollte einen Namen für diese Runde gefunden werden, damit dies kommuniziert werden kann, z.B. auf der Ökofete sich als Gruppe präsentieren
- Nutzung jeder großen Veranstaltung für die Ziele der Kampagne und für diese Gruppe, z.B. durch ein Siegel – Bedingung wenn man im Park ist, dann ist man auch Plattform -> ein Logo auf Postern, Speisekarten, Mülleimern, etc.

5. Nächste Schritte

- Es gibt jetzt zwei Ziele:
    1. Schnell etwas auf die Fläche bringen – und
    2. eine längerfristige (Kommunikations-) Strategie entwickeln
- Eckpunkte: positive Kommunikation; mit kleinen kreativen Aktionen loslegen
- ASG wird ein weiteres Treffen im Sommer planen, nachdem erste (kleine) Aktionen umgesetzt wurden