

Telefon: 0 233 – 24534/22055
0 233 – 24941
Telefax: 0 233 – 24238

**Referat für Stadtplanung
und Bauordnung**
Stadtplanung
PLAN HA-II-62P
PLAN HA-II-60V

Stadtentwicklung im Münchner Nordosten und Münchner Norden (Feldmoching – Ludwigsfeld)

- a) **Bericht zu den erarbeiteten Kommunikationsstrategien für die beiden Projekte**
- b) **Vergabe für den Themenbereich Öffentlichkeitsarbeit (Teilbereich Umsetzung und Dokumentation) für beide Projekte gemeinsam**

Stadtbezirke 13 Bogenhausen
15 Trudering-Riem und
24 Feldmoching-Hasenberg

Sitzungsvorlagen Nr. 20-26 / V 05459

Anlagen:

1. Lageplan Münchner Nordosten (M 1:50.000)
2. Übersichtsplan Münchner Nordosten (M 1: 25.000)
3. Lageplan Feldmoching – Ludwigsfeld (M 1: 50.000)
4. Übersichtsplan Bereich Feldmoching – Ludwigsfeld (M 1:30.000)
5. Münchner Norden und Münchner Nordosten – Vorgeschlagene Kommunikationsmaßnahmen
6. Stellungnahme der Stadtkämmerei vom 22.02.2022

Beschluss des Ausschusses für Stadtplanung und Bauordnung vom 30.03.2022 (SB) Öffentliche Sitzung

I. Vortrag der Referentin

Zuständig für die Angelegenheit ist der Ausschuss für Stadtplanung und Bauordnung. Der vorliegende Vergabebeschluss weist einen starken inhaltlichen Zusammenhang mit dem dem Stadtrat parallel vorgelegten Beschluss zum Ergebnis des städtebaulichen und landschaftsplanerischen Ideenwettbewerbes sowie zum weiteren Vorgehen im Münchner Nordosten auf (s. Sitzungsvorlage Nr. 20-26 / V 02908).

1. Anlass

Die vorliegende Beschlussvorlage dient einerseits dazu, über die im Zeitraum von 2019-2020 erarbeiteten Kommunikationskonzepte für den Münchner Nordosten sowie für den Bereich Münchner Norden (Feldmoching – Ludwigsfeld) im Stadtrat zu berichten, sowie andererseits zur Ermächtigung von Vergabeleistungen zum Themenbereich Öffentlichkeitsarbeit, die der Umsetzung der oben genannten Konzepte dienen.

2. Beschlusslage

2.1 Münchner Nordosten

Das Stadterweiterungsgebiet Münchner Nordosten (vgl. Anlagen 1 und 2) zählt zu den wichtigsten strategischen Vorhaben der Stadtentwicklung in München. Mit einem Planungsumgriff für vorbereitende Untersuchungen von über 600 ha hat der Münchner Nordosten das Potenzial, mittelfristig einen bedeutenden Beitrag zur Deckung des hohen Wohnraum- und Arbeitsplatzbedarfes, vor allem an bezahlbarem (Miet-)Wohnungsbau, sowie der erforderlichen öffentlichen, sozialen und technischen Infrastruktur zu leisten.

Für den Münchner Nordosten sind mit den Einleitungsbeschlüssen gemäß Sitzungsvorlage Nr. 08-14 / V 00552 (2008), Sitzungsvorlage Nr. 08-14 / V 07597 (2011), Sitzungsvorlage Nr. 08-14 / V 13044 (2013) und Sitzungsvorlage Nr. 14-20 / V 07772 (2017) vorbereitende Untersuchungen für eine Städtebauliche Entwicklungsmaßnahme (SEM) eingeleitet worden.

Das Referat für Stadtplanung und Bauordnung hat insbesondere auf der Grundlage der Beschlüsse der Vollversammlung des Stadtrats vom 13.12.2017 (Sitzungsvorlage Nr. 14-20 / V 09400) und vom 13.02.2019 (Sitzungsvorlage Nr. 14-20 / V 11780) im Jahre 2019 einen städtebaulichen und landschaftsplanerischen Ideenwettbewerb für das Untersuchungsgebiet im Münchner Nordosten ausgeschrieben.

Im Januar 2020 wurde der Wettbewerb entschieden, das Preisgericht hat den Beitrag von rheinflügel severin aus Düsseldorf zusammen mit bbz landschaftsarchitekten aus Berlin als 1. Preis ausgewählt.

Das Referat für Stadtplanung und Bauordnung legt dem Stadtrat hierzu parallel eine gesonderte Sitzungsvorlage (Nr. 20-26 / V 02908) vor, mit welcher dem Stadtrat das Ergebnis des Ideenwettbewerbs und dessen Ankauf zur Beschlussfassung gegeben und das weitere Vorgehen zur Fortführung der Gebietsentwicklung vorgeschlagen werden.

Zusammen mit den weiteren Ergebnissen der vorbereitenden Untersuchungen dient das Wettbewerbsergebnis als Grundlage für die weitere Diskussion mit der Öffentlichkeit und den Eigentümer*innen sowie Nutzer*innen, wozu auch landwirtschaftliche Betriebe gehören.

2.2 Münchner Norden (Feldmoching – Ludwigsfeld)

Für den Bereich Feldmoching – Ludwigsfeld (vgl. Anlagen 3 und 4) wurde für einen rund 900 Hektar umfassenden Bereich mit Grundsatzbeschluss der Vollversammlung des Stadtrates vom 27.06.2018 (Sitzungsvorlage Nr. 14-20 / V 11936) zunächst eine Gebietsentwicklung auf der Grundlage eines noch auszuarbeitenden sog. Kooperativen Stadtentwicklungsmodells verfolgt. Dieses Verfahren wurde mit Beschluss der Vollversammlung des Stadtrats vom 22.07.2020 (Sitzungsvorlage Nr. 20-26 / V 00844) zur Einleitung von vorbereitenden Untersuchungen für eine Städtebauliche Entwicklungsmaßnahme geändert.

Derzeit befindet sich das Projekt in der ersten von insgesamt drei Phasen zur Gebietsentwicklung (vgl. Beschluss der Vollversammlung vom 10.04.2019, Sitzungsvorlage Nr. 14-20 / V 14047). In der noch laufenden Phase 1 sollen in den nächsten Jahren die grundsätzliche Machbarkeit einer Entwicklung in Feldmoching – Ludwigsfeld und die entsprechenden planerischen, wirtschaftlichen und rechtlichen Konsequenzen aufgezeigt werden. Sie dienen als wichtige Grundlage für die weitere Entwicklung sowie für die Zusammenarbeit mit Grundstückseigentümer*innen und Öffentlichkeit. Ziel ist es, möglichst eine kooperative Lösung mit den Grundstückseigentümer*innen zu finden.

2.3 Finanzierung

Mit Beschluss der Vollversammlung vom 10.04.2019, Sitzungsvorlage Nr. 14-20 / V 14047) wurden Finanz- und Personalmittel für den Münchner Norden beschlossen, u. a. auch für den Themenbereich Kommunikation.

Am 27.11.2019 wurde von der Vollversammlung des Stadtrats ein Beschluss zum Finanz- und Personalbedarf für den Münchner Nordosten gefasst (Sitzungsvorlage Nr. 14-20 / V 16547). Dieser Beschluss enthielt einerseits den Auftrag für begleitende Öffentlichkeitsarbeit, andererseits auch bereits Mittel für den weiteren Ausbau der Kommunikation und Beteiligungsformate.

Der Ausschuss für Stadtplanung und Bauordnung hat mit Beschluss vom 10.03.2021 (Sitzungsvorlage Nr. 20-26 / V 02019) die Zusammenlegung der Haushaltstitel für den Münchner Nordosten und Münchner Norden (Feldmoching – Ludwigsfeld) beschlossen. Damit kann auch zum Thema Kommunikation für die beiden Projekte eine gemeinsame Betrachtung sowie Mittelbewirtschaftung und Vergabe weiterer Schritte erfolgen.

Die Finanzmittel wurden mit den o. g. Finanzierungsbeschlüssen vom 10.04.2019 (für den Münchner Norden) und 27.11.2019 (für den Münchner Nordosten) bereits bewilligt. Es werden daher mit der vorliegenden Sitzungsvorlage keine neuen Finanzmittel beantragt.

Unabhängig davon wird aufgrund der Agenturempfehlungen eine Ausweitung des Budgets für Öffentlichkeitsarbeit in den nächsten Jahren geprüft. Das Referat für Stadtplanung und Bauordnung plant, die ab 2023 erforderlichen Personal- und Sachmittelbedarfe zum Eckdatenbeschluss 2022 für die Haushaltsjahre 2023 ff. anzumelden.

3. Bericht zu den erarbeiteten Kommunikationsstrategien für die beiden Projekte

Das Aufgabengebiet Öffentlichkeitsarbeit gliedert sich bei beiden Projekten jeweils in drei Teilbereiche:

1. Kommunikationsstrategie
2. Umsetzung der Kommunikationsstrategie (Maßnahmen)
3. Dokumentation des Beteiligungsprozesses

Die Kommunikationsstrategien wurden bereits erarbeitet und werden unter Ziffer 3.1 und 3.2 erläutert, die Umsetzung der Kommunikationsstrategien sowie die Dokumentation der Maßnahmen sollen mit der Vergabeermächtigung (vgl. Ziffer 4) erfolgen.

Durch die Einleitung vorbereitender Untersuchungen für eine Städtebauliche Entwicklungsmaßnahme gemäß §§ 165 ff. des Baugesetzbuches (BauGB) auch für den Bereich Feldmoching – Ludwigsfeld liegen nun vergleichbare rechtliche Rahmenbedingungen in beiden Untersuchungsgebieten vor. Dies ermöglicht eine koordinierte bzw. in Teilen gemeinsame Bearbeitung von Themen, die für beide Projekte relevant sind und ermöglicht ein planerisch differenziertes und angepasstes Vorgehen. Neben den rechtlichen und wirtschaftlichen Themen, die bereits gemeinsam bearbeitet werden, wird auch für das Thema Kommunikation/Öffentlichkeitsarbeit eine gemeinsame Beauftragung vorgeschlagen.

Mit den Kommunikationsstrategien wurden jeweils auch entsprechende Maßnahmenempfehlungen durch die beauftragten Agenturen gegeben. Diese sollen nun entsprechend des vorhandenen Budgets ausgewählt, erarbeitet und umgesetzt werden.

Die Kommunikationsstrategien werden im Folgenden kurz vorgestellt:

3.1 Münchner Nordosten

Mit der Erarbeitung der Kommunikationsstrategie für den Münchner Nordosten wurde die team m&m GmbH & Co. KG, Augsburg beauftragt.

3.1.1 Anlass, Aufgabe und Ziele

München steht nach wie vor vor der Aufgabe, bezahlbaren Wohnraum zu schaffen. Somit kommt dem Münchner Nordosten als einer der letzten unbebauten Flächen innerhalb des Stadtgebiets eine besondere stadtgesellschaftliche Bedeutung zu.

Die kommunikativen Ziele bestehen darin, diese Rahmenbedingungen zu erklären, die Einstellung der Münchner*innen auch losgelöst von einer unmittelbaren Betroffenheit gegenüber dem Wachstum und den Veränderungen im Münchner Nordosten zu öffnen und Dialogbereitschaft zu erzeugen.

Im Mittelpunkt sollte die Positionierung des Projektes stehen, die eine zukunftsfähige nachhaltige Identität entwickelt und aufzeigt. Daher ist es Aufgabe, die positiven Aspekte des Projektes herauszuarbeiten und dazu auch Befürworter*innen des Projekts zu gewinnen. In der Stadtgesellschaft soll so eine offene Einstellung zum Projekt vermittelt werden. Alle Zielgruppen sollen einbezogen und Widerstände wo möglich abgebaut werden.

Dazu werden folgende Ziele für die Kommunikation formuliert:

- kommunikative Vision entwickeln und zeigen
- zukunftsfähige und nachhaltige Identität entwickeln und zeigen
- emphatisch sein
- nahbar und vor Ort sein
- Transparenz schaffen und aufklären
- Dialog schaffen und Stakeholder verzahnen
- falsche Fakten richtigstellen
- Erfolge aufzeigen

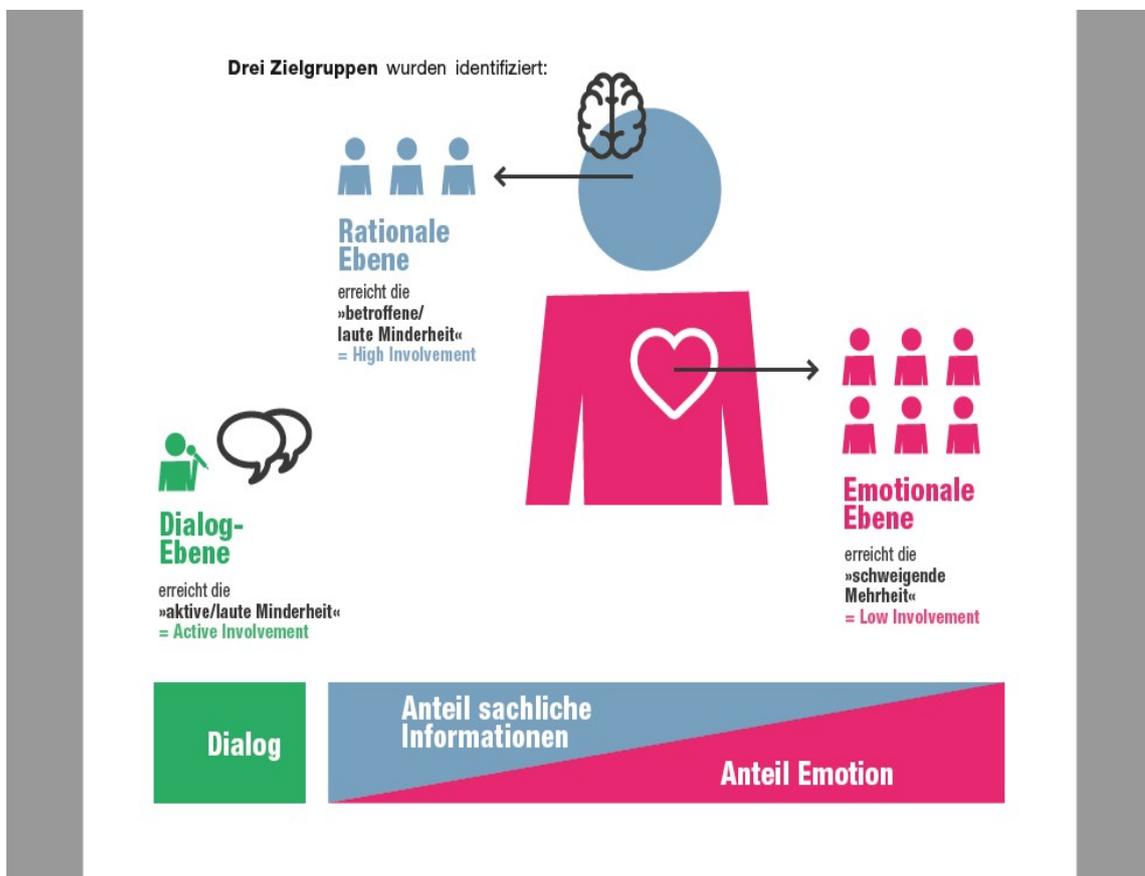
3.1.2 Konzept

Die erarbeiteten Handlungsempfehlungen sind:

1. Das Projekt benötigt eine Erzählweise, die den Sinn und Zweck des Projektes vermittelt – ein Narrativ.
2. Das Vorhaben braucht einen Namen, der auf emotionaler Ebene greift.
3. Das Narrativ soll zielgruppenspezifisch ausformuliert werden.
4. Es soll mit den jeweils geeigneten Medien platziert werden.
5. Das Projekt braucht eine Visions-Kampagne für die schweigende Mehrheit und eine Informations-Kampagne für die betroffene Minderheit.
6. Zur Aufladung der Kommunikation sollen Befürworter*innen gewonnen werden, die sich öffentlich für das Projekt aussprechen.

Dabei sollen in der Diskussion um das Wachstum qualitative Aspekte stärker betont werden - also nicht „Wachstum um jeden Preis“, sondern „Wachstum als qualitative und soziale Chance für die Stadtgesellschaft“.

Als zentrales Element wird dafür eine starke kommunikative Vision entwickelt, die zielgruppenspezifisch ausgesteuert wird. So können die Informationsbedürfnisse der unterschiedlich involvierten Münchner*innen zielgruppenorientiert bedient werden.



© team m&m / Landeshauptstadt München
Abb. 1: Darstellung der Zielgruppen und Art der Einbindung

Die unterschiedlichen Gruppen sind unterschiedlich anzusprechen. Je involvierter eine Gruppe ist, desto höher soll der sachliche Anteil an Informationen sein, je weiter weg sie von dem Vorhaben ist, desto stärker steigt der emotionale Anteil in der Kommunikation.

Die Agentur identifiziert unterschiedliche Zielgruppen und entwickelt dafür jeweils dem Informationsgrad angepasste Projekt-Narrative inklusive zielgruppenspezifischer Botschaften.

Die drei identifizierten Zielgruppen sind:

1. „low involved“: Die Gruppe der Menschen, die mit dem Projekt wenig Berührungspunkte haben, die „schweigende Mehrheit“.

Für die Gruppe der „low involved“ wird aufgezeigt, dass München hier, durch das gemeinsame Agieren aller Akteur*innen, koordiniert durch die Stadtverwaltung, nachhaltig wachsen kann.

Die Botschaften dazu lauten zum Beispiel:

- im Münchner Nordosten wird groß und urban gedacht
- durch die Planungen ergeben sich positive Nebeneffekte für ganz München
- im Münchner Nordosten entsteht mehr Lebensqualität für ganz München
- die Entwicklungen sind nachhaltig

2. „active involved“: Die Gruppe der Menschen, die sich aktiv in das Projekt einbringen, wie z. B. engagierte Bürger*innen, zukünftige Bewohner*innen oder Menschen, die im näheren oder weiteren Umfeld leben.

Für die Gruppe der „active involved“ wird entsprechend ihres höheren Informationsgrades durch rationale Ansprache eine Dialogebene entwickelt. Hier lauten die Botschaften zum Beispiel:

- im Münchner Nordosten entsteht mehr Wohnen für ganz München
- es entsteht bedarfsgerechte, innovative (soziale und technische) Infrastruktur, die auch den Menschen zugute kommt, die bereits hier leben
- der Ort erfährt einen eigenen identitätsstiftenden Charakter
- wir treten mit allen aktiv Involvierten in Dialog

3. „high involved“: Die Gruppe der Menschen, die ein starkes persönliches Interesse am Projekt haben, wie z. B. die Grundstückseigentümer*innen oder Menschen, die unmittelbar von der Planung persönlich betroffen sind, Nutzer*innen wie Landwirte und weitere Akteure.

Die „high involved“ werden mit möglichst umfangreichen sachlichen Informationen zum Projekt auf dem Laufenden gehalten. Mit ihnen wird ein kontinuierlicher Dialog geführt. Unter den „high involved“ liegt ein besonderer Fokus auf den Eigentümer*innen, die aufgrund ihrer spezifischen Bedürfnisse gesondert angesprochen werden müssen. Botschaften für die Gruppe der „high involved“ sind zum Beispiel:

- das Wachstum wird gemanagt
- soziale, ökologische und wirtschaftliche Interessen werden ins Gleichgewicht gebracht

3.1.3 Strategie

Der Münchner Nordosten ist eine wichtige Maßnahme der Landeshauptstadt München, um dem Wachstum der Stadtbevölkerung gerecht zu werden. Das Referat für Stadtplanung und Bauordnung wird als verantwortungsvoller Manager des Wachstums positioniert.

Darauf aufbauend umfasst die Strategie für das Projekt Münchner Nordosten drei Kampagnen, die auf die Zielgruppen abgestimmt sind, um eine differenzierte Ansprache zu ermöglichen:

- **Die Visions-Kampagne**
(Zielgruppe: „low involved“)

Sie spricht die schweigende Mehrheit der Bürger*innen an mit dem Ziel, eine positive Einstellung der Bevölkerung zu erreichen. Durch die erarbeiteten Formulierungen schafft sie eine direkte Verbindung zu den Betrachter*innen. Sie fokussiert das positive Ergebnis des Projektes als Teil des Wachstumsprozesses und emotionalisiert es.

- **Die Dialog-Kampagne**
(Zielgruppe „active involved“)

Sie nimmt Bürger*innen als mitverantwortliche Zukunftsgestalter*innen ins Spiel und appelliert an die betroffene und aktive Minderheit, indem ihnen konkrete Gesprächs- und Mitmachmöglichkeiten angeboten werden.

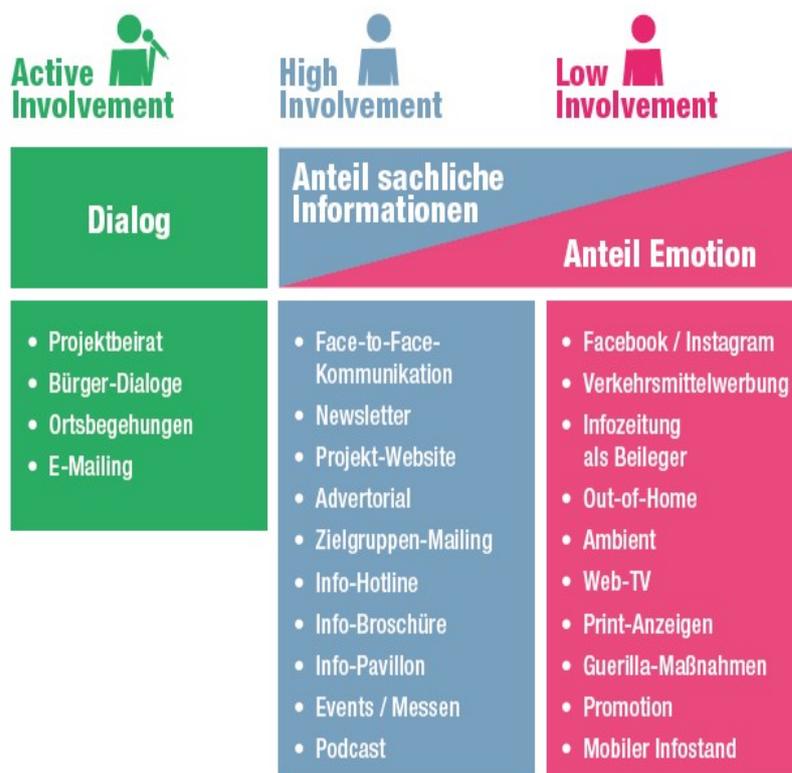
- **Die Projekt-Positionierungs-Kampagne**
(Zielgruppe „high involved“)

Die Mechanik der Dialogkampagne wird fortgeführt. Diese Kampagne formuliert die gegensätzlichen Positionen, die im Projekt aufeinandertreffen. Die Pole erzeugen ein Spannungsfeld, in dem sich das Referat für Stadtplanung und Bauordnung bei seiner täglichen Arbeit bewegt. Möglichst alle Haltungen werden einbezogen.

3.1.4. Umsetzung

Zur Umsetzung der Kampagnen trifft die Agentur eine beispielhafte Medienauswahl, die je nach vorhandenen Ressourcen des Referates für Stadtplanung und Bauordnung erfolgen wird:

BEISPIELHAFTE MEDIENAUSWAHL



© team m&m / Landeshauptstadt München

Abb. 2: Beispielhafte Medienauswahl nach Zielgruppen

Eine besonders hervorzuhebende Handlungsempfehlung der Agentur ist außerdem, dem Projekt einen Namen zu geben. Ein Name soll die emotionale Ebene ansprechen, kann positive Assoziationen wecken und ist somit relevant für die gesamte weitere Kommunikation. So könnte ein öffentlicher Wettbewerb zur Namensfindung den Auftakt zur Projektkommunikation bilden.

Die Agentur benennt in ihrer Grobkostenschätzung ein Maßnahmen-Budget von rund einer Million Euro pro Jahr in der Minimalvariante. Die durch die Agentur empfohlene Variante beläuft sich auf knapp zwei Millionen Euro pro Jahr. Zusätzlich sind die Mittel betreuenden Stellen in der Stadtverwaltung erforderlich. Beide Varianten wurden zunächst für eine Laufzeit bis 2025 berechnet.

3.2 Münchner Norden (Feldmoching – Ludwigsfeld)

Die Erarbeitung der Kommunikationsstrategie für Feldmoching – Ludwigsfeld wurde an die Hendricks & Schwartz GmbH, München, vergeben.

3.2.1 Anlass, Aufgabe und Ziele

Im Bereich Feldmoching – Ludwigsfeld befindet sich das zweite große Gebiet, auf dem München weiter entwickelt werden kann. Das Projekt befindet sich in einem früheren Planungsstadium als das Projekt Münchner Nordosten, es werden derzeit vorbereitende Untersuchungen zur Machbarkeit durchgeführt. Auch die lokalen Gegebenheiten unterscheiden sich. Das übergeordnete Projektziel für den Münchner Norden ist – gemeinsam mit den Münchner*innen – möglichst optimale Lösungen für das Gebiet zu entwickeln. Die Bürger*innen sollen von Anfang an ausführlich über das Projekt informiert und in den Planungsprozess einbezogen werden.

Daher werden von der Agentur folgende Kommunikationsziele benannt:

- Die Mehrheit der Stakeholder soll davon überzeugt werden, dass die Machbarkeitsstudie für die Stadtentwicklung für Feldmoching – Ludwigsfeld notwendig ist. Mittels vorbereitender Untersuchungen für eine SEM sollen die Rahmenbedingungen für eine weitere Entwicklung gefunden werden.
- Positive Narrative in Bezug auf das Projekt sollen sich im öffentlichen Meinungsbild durchsetzen.
- Eine Dialogbereitschaft soll erzeugt werden.
- Darüber hinaus soll die lokale Expertise abgefragt sowie in den Prozess eingespeist werden.

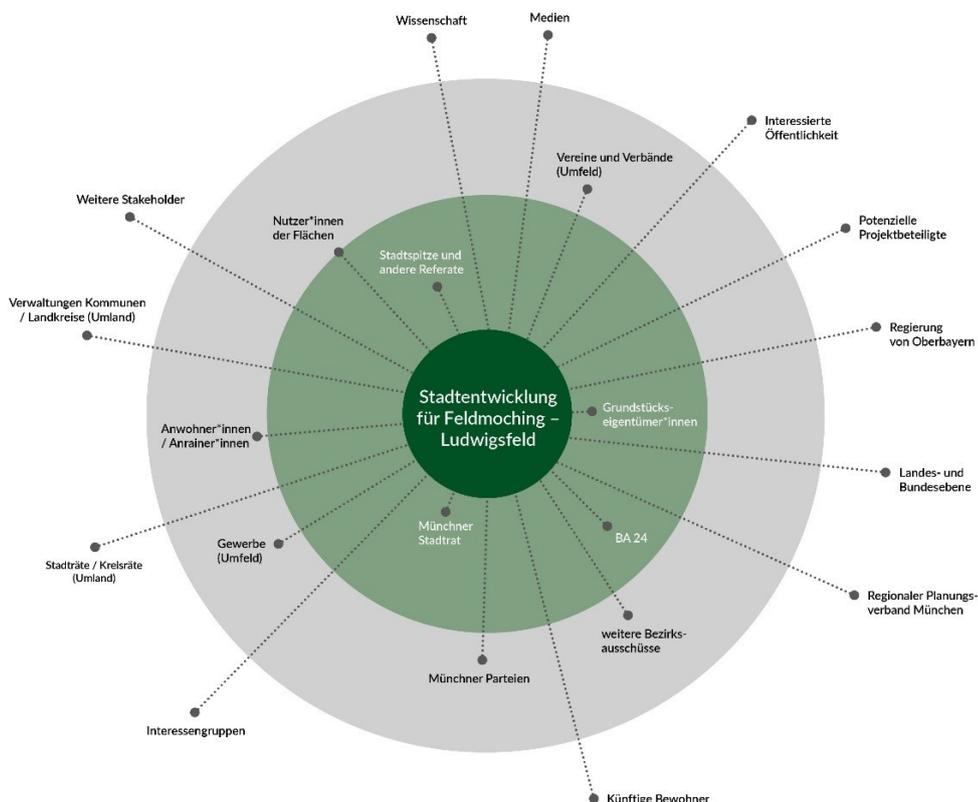
3.2.2 Konzept

Die Landeshauptstadt München mit ihrer Verwaltung versteht sich als moderne Kommune, die zusammen mit ihren Bürger*innen die Entwicklung der Stadt gestaltet. Darüber hinaus ist die Stadt aber auch ein großes Dienstleistungsunternehmen, das für seine Kund*innen da ist. Die Bürgerschaft ist nicht nur Kundschaft, die Einrichtungen nutzt und Dienstleistungen abfragt, sondern auch gestaltende Kraft, die durch ihr Engagement die Grundlinien der Stadtpolitik beeinflusst. Diese Haltung stellt die Grundlage für das Kommunikations- und Beteiligungskonzept für das Stadtentwicklungsprojekt Feldmoching – Ludwigsfeld dar.

Stakeholderstruktur

Stakeholder sind allgemein alle am Projekt interessierten Personen. Aufgrund der Größe des Untersuchungsgebietes, wie auch einer weitreichenden Betroffenheit der Öffentlichkeit und der möglichen vielfältigen Implikationen im Münchner Norden (Verkehr, soziale Infrastruktur wie Schul- und Krankenhausversorgung etc.) liegt nach Analyse der Agentur eine umfangreiche und vielfältige Stakeholderstruktur mit unterschiedlichsten Interessen vor. Insbesondere die Grundstückseigentümer*innen und Grundstücksnutzer*innen, wie zum Beispiel Landwirte oder Gewerbetreibende, sollen eingebunden werden. Aber auch bis jetzt noch nicht involvierte Gruppen wie zum Beispiel zukünftige Bewohner*innen, Vereine und Verbände oder potenzielle projektbeteiligte sollen durch entsprechende Beteiligungsformate am Prozess teilnehmen können.

Die Stakeholder sollen eine gestaltende Kraft im Prozess sein. Zu diesem Zweck soll aktiv mit individuell zugeschnittenen Formaten auf die verschiedenen Stakeholder zugegangen werden.



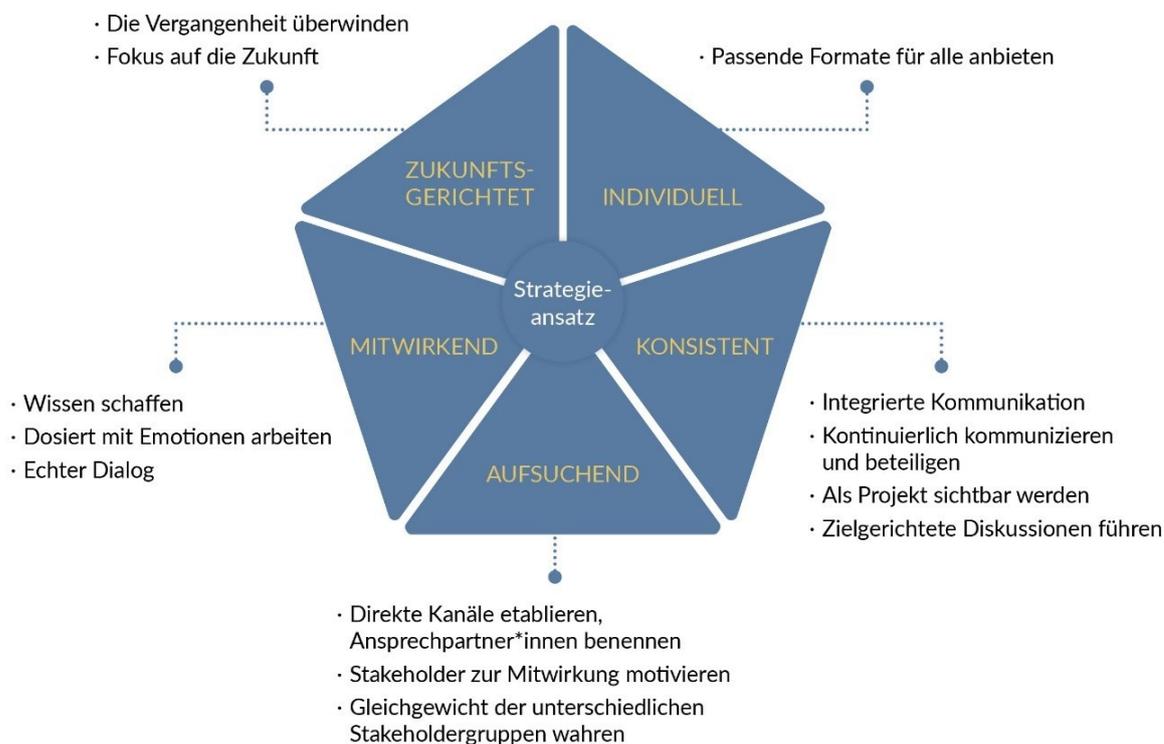
© Hendricks & Schwartz / Landeshauptstadt München

Abb. 3: Stakeholdergruppen und deren Nähe zur Stadtentwicklung im Münchner Norden

Fünf Kerngedanken

Die Agentur formuliert dazu fünf Kerngedanken, die den strategischen Ansatz für das Projekt Stadtentwicklung für Feldmoching – Ludwigsfeld beschreiben, die Kommunikation soll individuell, konsistent, aufsuchend, mitwirkend und zukunftsgerichtet sein.

Auf Basis der fünf Kerngedanken werden Elemente ausformuliert und ausdifferenziert, die den Leitgedanken der Stadtentwicklung für Feldmoching – Ludwigsfeld greif- und umsetzbar machen. Es wird deutlich, dass das Referat für Stadtplanung und Bauordnung in einen umfassenden Dialog eintreten und die Stakeholder beteiligen will.



© Hendricks & Schwartz / Landeshauptstadt München

Abb. 4: Die fünf Kerngedanken zur Kommunikation im Münchner Norden

3.2.3 Strategie

Die Strategie zur Kommunikation und Beteiligung im Rahmen der Stadtentwicklung für Feldmoching – Ludwigsfeld setzt sich aus mehreren Elementen zusammen, die im Zusammenspiel dazu beitragen, die gesetzten Ziele zu erreichen. Insbesondere soll ein steter Austausch zwischen dem Referat für Stadtplanung und Bauordnung und allen Ziel- und Interessensgruppen gewährleistet werden.

Im Folgenden werden die Elemente der Strategie aufgeführt.

Integrierte Kommunikation

- Die Kommunikation des Referats für Stadtplanung und Bauordnung soll konsistent und abgestimmt erfolgen. Das betrifft einerseits die Kommunikation innerhalb des Projektes, andererseits aber auch auf die Kommunikation des gesamten Referats bzw. der gesamten Stadtverwaltung.
- Ein steter Austausch innerhalb des Projektteams sowie die enge Abstimmung untereinander sind unerlässlich, um ein schlüssiges und kohärentes Ergebnis zu erhalten.
- Die übergeordneten Kommunikationsziele des Referats bzw. der Stadtverwaltung, aber auch die spezifischen Ziele zum Projekt, können nur gemeinsam und abgestimmt erreicht werden. Daher müssen die verschiedenen Kommunikationsstränge eng abgestimmt werden.

Als Projekt sichtbar werden

- Eine leichte Zuordnung zu dem Projekt – beispielsweise über ein einheitliches Design – unterstützt das Ziel, als Projekt sichtbar zu werden.
- Akteur*innen, die nicht direkt betroffen sind, sollen von dem Projekt erfahren. Daher wird – insbesondere im Untersuchungsareal und den angrenzenden Gebieten – proaktiv auf das Projekt aufmerksam gemacht.

Direkte Kanäle etablieren, Ansprechpartner*innen benennen

- Nahbarkeit und Erreichbarkeit sind für das Referat für Stadtplanung und Bauordnung im Rahmen der Stadtentwicklung für Feldmoching – Ludwigsfeld besonders wichtig. Die Einrichtung eigener Kommunikations- und Dialogkanäle ermöglicht den direkten Kontakt zu den Stakeholdern. Dazu sollen den Stakeholdern konkrete Ansprechpartner*innen für das Projekt genannt werden.

Kontinuierlich kommunizieren und beteiligen

- In der Vergangenheit wurde deutlich, dass die Stadtentwicklung für Feldmoching – Ludwigsfeld für viele Stakeholder ein emotionales Projekt darstellt. Durch Kontinuität und „dran bleiben“ soll das Referat für Stadtplanung und Bauordnung nach außen zeigen, dass es die Sorgen und Interessen der Stakeholder wahrnimmt.
- Die Stadtentwicklung für Feldmoching – Ludwigsfeld ist ein langfristiges Projekt. Über diesen Zeitraum wird es Phasen geben, in denen wenig neue Entwicklungen zu kommunizieren sind. Trotzdem soll der laufende Prozess in der Wahrnehmung der Stakeholder präsent bleiben und die Kommunikation fortgeführt werden.

Informieren und Transparenz herstellen

- Aufklärung und frühzeitige Information, um kein Informationsdefizit entstehen zu lassen: Von der Stadtentwicklung Münchens bis hin zu Planungs- und Genehmigungsprozessen, von technischen Fragen zu den verschiedenen Instrumenten der Stadtentwicklung und den konkreten Fragen zu den Gegebenheiten vor Ort

gilt es, eine solide Wissensbasis zu schaffen. Die Informationen ermöglichen es den Stakeholdern, fundierte Entscheidungen zu treffen und sich mündig am Prozess zu beteiligen.

- Umgekehrt gilt es aber auch, stets alle relevanten Informationen von den Stakeholdern vor Ort zu erhalten und zu bewerten sowie daraus strategische Ableitungen zu ziehen. Ein wichtiger Aspekt ist es dabei, die Wünsche, Bedürfnisse und Interessen der beteiligten und betroffenen Stakeholder einzuholen.
- Dabei soll darauf geachtet werden, dass die Informationen leicht verständlich und in der Sprache an die jeweilige Zielgruppe angepasst sind.
- Zusätzlich soll ein umfangreiches Informationsbeschaffung, wie z. B. durch ein dauerhaftes Monitoring aller relevanten Medien, sichergestellt werden.

Dialog

- Im Dialog sollen Ängste, Bedenken und Widerstände möglichst ausgeräumt werden. Jede Frage verdient dabei Wertschätzung und wird beantwortet.
- Gleichzeitig sollen Anregungen an das Referat für Stadtplanung und Bauordnung /die Stadtverwaltung formuliert werden. Der transparente und zielgerichtete Dialog ist ein zentraler Bestandteil der Strategie.

Zielgerichtete Diskussionen führen

- Kommunikation und Beteiligung sind kein Selbstzweck, sie dienen der in Kooperation mit allen Stakeholdern stattfindenden Untersuchung und Erarbeitung einer potenziellen Planung im Norden Münchens. Daher sollen alle kommunikativen und beteiligenden Maßnahmen in Format, Darstellung und Sprache an die jeweiligen Zielgruppen angepasst werden.
- Um zielgerichtete Diskussionen zu führen, wird es wichtig sein, den Stakeholdern zu vermitteln, in welcher Phase sich die Stadtentwicklung für Feldmoching – Ludwigsfeld gerade befindet.
- Ebenfalls unterscheiden sich die zu behandelnden Themenstellungen bei den verschiedenen Stakeholdergruppen. Nicht jedes Thema ist für alle Stakeholder gleich relevant. Das soll bei der Konzeption der Maßnahmen beachtet werden.

Mit Emotionen arbeiten

- Um über Information hinaus den Kommunikationsprozess erfolgreich gestalten zu können, soll das Referat für Stadtplanung und Bauordnung auch die emotionale Ebene ansprechen. Dazu werden Botschaften entwickelt, die Stakeholder auf einer persönlichen Ebene ansprechen. Erzählungen machen das Projekt menschlich nahbar und betten es in einen übergeordneten Rahmen ein.

Stakeholder und Zielgruppen zur Mitwirkung motivieren

- Über den Dialog hinaus kommt der Mitwirkung der Stakeholder bei der Stadtentwicklung für Feldmoching – Ludwigsfeld eine zentrale Bedeutung zu. Dabei muss der Grad der Partizipation (Information, Einbeziehung, Mitbestimmung, usw.) jeweils am Anfang eines Prozesses für alle Beteiligten klar sein. Dialog muss von Mitbestimmung abgegrenzt werden.
- Eine Identifikation der Stakeholder mit dem Projekt trägt dazu bei, dass diese sich tatsächlich einbringen. Um die Identifikation zu fördern, sollen den Stakehol-

dem Partizipationsmöglichkeiten eingeräumt werden, die mit zielgruppenspezifischen Konzepten auf die unterschiedlichen Akteur*innen angepasst sind.

Gleichgewicht der unterschiedlichen Stakeholdergruppen wahren

- Ziel ist es, alle Stakeholder(gruppen) möglichst repräsentativ einzubeziehen und gleichgewichtig zu beteiligen. Besonders Betroffene sollen dazu aktiviert werden, sich in den Prozess einzubringen und das Projekt mitzugestalten.

Passende Formate für alle anbieten

- Die verschiedenen Stakeholder haben unterschiedliche Perspektiven auf das Projekt. Um ein möglichst umfassendes Gesamtbild von den mit der Stadtentwicklung Feldmoching – Ludwigsfeld verbundenen Annahmen, Erwartungen, Hoffnungen und Ängsten zu bekommen, sollen zielgruppenspezifische Kommunikations- und Beteiligungsformate für die verschiedenen Stakeholdergruppen entwickelt werden.
- Die Wertschätzung des Referats für Stadtplanung und Bauordnung für das Engagement der Stakeholder und die dafür ihrerseits eingesetzten Ressourcen soll in den durchdachten Konzepten für die Formate sichtbar werden. Sie erlauben der jeweiligen Zielgruppe, sich barrierearm – wenn möglich barrierefrei – in den Prozess einzubringen.

Fokus auf die Zukunft

- Neben der Auseinandersetzung mit der Vergangenheit ist es wichtig, den Fokus ganz klar auf die Zukunft des Münchner Nordens zu lenken. Die Stadtentwicklung Feldmoching – Ludwigsfeld bietet viele Chancen und Möglichkeiten. Es gilt zu vermitteln, wie die gemeinsame Zukunft vor Ort aussehen soll.

3.2.4. Umsetzung

Zur Umsetzung der Strategie gibt die Agentur eine ganze Reihe von Handlungsempfehlungen zunächst für die Phase der Machbarkeitsstudie, die voraussichtlich bis 2024/25 dauern wird. Bei den Handlungsempfehlungen werden entsprechende Kostenansätze hinterlegt, sodass die Beauftragung der Kommunikationsmaßnahmen entsprechend dem vorhandenen Budget erfolgen kann.

Die Gesamtkalkulation der Umsetzungsoptionen, die von der Agentur aufgestellt wurde, sieht in der Minimalvariante ein Budget von 350.000 Euro für den Zeitraum von ca. 3 Jahren sowie eine zusätzliche Vollzeitkraft vor. In der empfohlenen Variante beläuft sich das Drei-Jahres-Budget auf rund 1,6 Millionen Euro und drei Vollzeitkräfte.

3.3 Fazit zur Umsetzung

Auslöser für beide Projekte ist das Wachstum Münchens und die damit verbundene Aufgabe, ausreichend bezahlbaren Wohnraum inklusive notwendiger Infrastrukturen zu schaffen. Die Rahmenbedingungen sowie übergeordnete Themen der beiden Projekte gleichen sich damit stark. Münchens Einwohner*innenzahl nimmt langfristig weiter zu. Die Gründe dafür sind vielfältig: Zum einen werden mehr Kinder geboren als Menschen sterben, zum anderen ziehen viele Menschen hierher. Aufgabe der Lan-

des Hauptstadt München ist es, das Wachstum durch eine kluge, nachhaltige Stadtentwicklungsplanung zu managen und für sozialen, ökologischen und ökonomischen Ausgleich zu sorgen – damit München eine lebenswerte „Stadt im Gleichgewicht“ für alle Menschen bleibt.

Im Vergleich ergänzen sich hier die beiden Strategien für die jeweiligen Planungsgebiete. Die kommunikativen Ziele für beide Projekte bestehen darin, die Rahmenbedingungen zu erklären und die Einstellung der Münchner*innen gegenüber dem Wachstum und den Veränderungen in München zu öffnen und Dialogbereitschaft zu erzeugen.

Es werden vergleichbare Stakeholder- und Zielgruppen identifiziert, für die die zu entwickelnden Formate lokal angepasst werden müssen. Für beide Projekte finden sich die „high“, „active“ und „low“ involvierten Interessensgruppen, die sich bis jetzt je nach Grad der Involviertheit mehr oder weniger für das Projekt interessieren (siehe Abbildung 1 bzw. 3), von den direkt betroffenen, wie Eigentümer*innen und Nutzer*innen der Grundstücke, bis zur allgemeinen Öffentlichkeit, Wissenschaft oder Politik auf Landes- und Bundesebene.

Beide Strategien empfehlen die Ansprache auf emotionaler Ebene, die vor allem für die „schweigende Mehrheit“, also für die gesamte Münchner Bevölkerung, entwickelt werden soll.

Daneben empfehlen beide Agenturen als Grundlage für ein gemeinsames Verständnis angemessen zu informieren und Transparenz herzustellen – von der Stadtentwicklung Münchens bis hin zu Planungs- und Genehmigungsprozessen, von technischen Fragen zu den verschiedenen Instrumenten der Stadtentwicklung und den konkreten Fragen zu den Gegebenheiten vor Ort. Vor allem die Themen Wachstum und Veränderung sind für die Betroffenen beider Untersuchungsgebiete relevant und könnten deshalb synchronisiert bearbeitet werden.

Außerdem werden ähnliche Maßnahmen zur Umsetzung empfohlen, die, abhängig von den unterschiedlichen Projektständen, zu einem gemeinsamen Maßnahmenplan zusammen gefasst werden können (vgl. auch Maßnahmenplan Anlage 5). So können erfolgreiche Formate übertragen und weiter entwickelt werden.

Gleichzeitig wird großer Wert darauf gelegt, dass die beiden Projekte Münchner Nordosten und Feldmoching – Ludwigsfeld jeweils als eigenständige Projekte kommuniziert und wahrgenommen werden. Die beiden Projekte stehen an völlig unterschiedlichen Planungsfortschritten. Während beim Münchner Norden, Feldmoching – Ludwigsfeld, derzeit geprüft wird, ob eine Entwicklung überhaupt machbar ist, liegen für den Münchner Nordosten bereits Ideen für die weitere Entwicklung vor, die nun durch weitere Gutachten verifiziert werden müssen.

Lokalpolitik und Bevölkerung vor Ort sollen für jedes der beiden Projekte individuell eingebunden und bereits bestehende Formate dabei fortgesetzt und weiter entwickelt werden. Die eingesetzten Beteiligungs- und Informationsformate sollen individuell an

das Projekt und den Planungsstand angepasst werden, so dass die Strategien beider Projekte ineinander greifen können.

Es wird vorgeschlagen, eine/n Auftragnehmer*in für beide Projekte zu beauftragen. So kann ein abgestimmtes gemeinsames weiteres Vorgehen auf konzeptioneller Ebene erfolgen, insbesondere zu Themen wie Wachstum, Städtebauliche Entwicklungsmaßnahme (SEM) und ihre Verfahrensgrundsätze, positive Effekte und mehr Lebensqualität durch die Entwicklungen für ganz München. Außerdem können erfolgreiche Kommunikations- und Beteiligungsformate, wie zum Beispiel Eigentümer*in-nensprechstunde, Bürger*innendialog oder ein Infomobil übertragen werden. Neben fachlichen Gründen bietet eine gemeinsame Beauftragung zudem wirtschaftliche Folgen, da dadurch Synergieeffekte genutzt, Ressourcen geschont und das Vorgehen optimiert werden kann.

Die Auftragnehmer*in muss über die geeignete Organisationsstruktur verfügen, um die Öffentlichkeitsarbeit für beide Projekte separat (ggf. auch mit unterschiedlichen Methoden) übernehmen zu können.

4. Extern zu vergebende Leistungen (Vergabeermächtigung) im Bereich Öffentlichkeitsarbeit (Teilbereich Umsetzung und Dokumentation) für die Projekte Münchner Nordosten und Münchner Norden (Feldmoching – Ludwigsfeld)

Bei nachfolgend dargestelltem Sachverhalt handelt es sich um die Vergabe einer Beratungsleistung. Nachdem der geschätzte Auftragswert die Wertgrenze der Geschäftsordnung des Stadtrats der Landeshauptstadt München übersteigt, ist eine Vergabeermächtigung durch den Stadtrat erforderlich.

Aufgrund der Beschlüsse des Verwaltungs- und Personalausschusses vom 16.01.2013 und der Vollversammlung vom 23.01.2013 über die Zuständigkeit von Ausschüssen bei Vergabeverfahren ist die Vorlage wegen der dezentralen Ressourcenverantwortung und der Sachbezogenheit im Ausschuss für Stadtplanung und Bauordnung vor Durchführung der Ausschreibung zu behandeln.

Die Vergabe ist notwendig, weil diese Leistungen im Referat für Stadtplanung und Bauordnung aus Kapazitätsgründen nicht selbst erbracht werden können.

4.1 Inhalt und Umfang der externen Leistungen

Mit dem vorliegenden Beschluss soll die Vergabe der mit den Kommunikationsstrategien erarbeiteten Maßnahmen und Beteiligungsformate ermöglicht, umgesetzt und im Anschluss dokumentiert werden.

Als Grundlage für die gemeinsame Vergabe wurden die beiden Kommunikationsstrategien vergleichend analysiert und daraus ein abgestimmter Maßnahmenplan erarbeitet (s. Anlage 5). Wie unter Ziffer 3 erläutert, ist die Vergabe der Maßnahmenplanung und Dokumentation beider Projekte an eine/n Auftragnehmer*in vorgesehen.

Entsprechend den zur Verfügung stehenden Budgets kann dabei nicht das gesamte Spektrum an Kommunikationsmaßnahmen umgesetzt werden, das durch die Agenturen vorgeschlagen wurde. Vielmehr orientiert sich die Auswahl an geeigneten Kommunikationsmaßnahmen am vorhandenen Budget und den vorhandenen personellen Kapazitäten. Die vorgeschlagenen Maßnahmen verfolgen dabei die ausgearbeiteten Kommunikationsziele der beiden Agenturen. Sie sind teils für beide Projekte gemeinsam, teils individuell für das jeweilige Projekt zu erbringen:

Geplant ist ein gemeinsames weiteres Vorgehen, um die Öffentlichkeit auf emotionaler Ebene zu erreichen sowie Information und Wissen in der Bevölkerung aufzubauen. Aus den Handlungsempfehlungen der Agenturen wären hier folgende Formate vorstellbar:

- Infomobil
- Infostand
- Dialogveranstaltungen vor Ort und/oder online
- Kongresse o.Ä.
- Anzeigen/Informationen Print/Online.

Darauf aufbauend soll für jedes der beiden Projekte ein individueller Maßnahmenplan mit projekt- und zielgruppenspezifischen Formaten erstellt werden. Damit kann der Dialog mit den direkt Betroffenen weiter ausgebaut und die betroffenen Stakeholder können direkt in die Überlegungen und Planungen für das konkrete Projekt einbezogen werden.

Handlungsempfehlungen hierzu sind z. B.:

- Dialogveranstaltungen vor Ort und/oder online
- Weitere aufsuchende Formate (wie z. B. der Einsatz eines Infomobils)
- Ortsbegehungen
- Face-to-Face-Kommunikation
- Umfragen
- Workshops
- Projektzeitschrift
- Zielgruppen-Mailings
- Projekt-Website
- Newsletter
- Projekthotline.

Die genaue Auswahl, Ausarbeitung und Umsetzung der jeweiligen Formate ist Teil des hier beschriebenen Auftrags.

Zur besseren Identifikation mit dem jeweiligen Projekt ist vorgesehen, für jedes Projekt ein eigenes, einheitliches Erscheinungsbild erarbeiten zu lassen.

Der Auftrag soll alle Maßnahmen zur Beteiligung und Öffentlichkeitsarbeit für beide Projekte umfassen, die bis Ende 2025 zu erbringen sind. Dazu gehört die jeweilige Dokumentation der durchgeführten Maßnahmen.

4.2 Kosten

Die Ermittlung der Gesamtkosten für die erforderlichen Kommunikationsleistungen war Bestandteil der Erarbeitung des Kommunikationskonzeptes. Für beide Projekte wurden dabei Varianten in unterschiedlichen Größenordnungen (small, medium, large) ausgearbeitet, die sich jeweils in Umfang und Art der kommunikativen Maßnahmen und in der Folge auch im Kostenumfang unterscheiden (vgl. Ziffer 3). Es wird darauf hingewiesen, dass die von den Agenturen empfohlenen Varianten das vorhandene Budget in Höhe von 600.000 € (inkl. Nebenkosten, Kosten für Unvorhergesehenes und MwSt.) erheblich überschreiten. Aufgrund der aktuellen Haushaltssituation wird aber vorgeschlagen, das vorhandene Budget für beide Projekte für den Zeitraum 2022 - 2025 zunächst nicht auszuweiten. Vielmehr sollen die Maßnahmen an den Budgetrahmen angepasst und durch die Bündelung der Maßnahmen sowie die gemeinsame Vergabe möglichst kostensparende Synergieeffekte erreicht werden. Unabhängig davon wird aufgrund der Agenturempfehlungen eine Ausweitung des Budgets für Öffentlichkeitsarbeit in den nächsten Jahren geprüft. Das Referat für Stadtplanung und Bauordnung plant, die ab 2023 erforderlichen Personal- und Sachmittelbedarfe zum Eckdatenbeschluss 2022 für die Haushaltsjahre 2023 ff. anzumelden.

Die Wertgrenze der zu vergebenden Leistung wird die Größenordnung von 100.000 € überschreiten. Gemäß §22 Abs. 1 Satz 2 Nr. 3a der Geschäftsordnung des Stadtrates der Landeshauptstadt München ist ab einer Wertgrenze von 100.000 € eine Vergabeermächtigung durch den Stadtrat erforderlich. Aufgrund des Beschlusses Nr. 08-14 / V 10025 der Vollversammlung des Stadtrates vom 23.01.2013 über den zuständigen Ausschuss für Beschaffungen von Lieferungen und Leistungen (ohne Bauleistungen) ist die Vorlage wegen der dezentralen Ressourcenverantwortung und der Sachbezogenheit im zuständigen Fachausschuss vor Durchführung der Ausschreibung zu behandeln.

In den Vergabeunterlagen wird der geschätzte Auftragswert als Kostenobergrenze als Hinweis an die Bieter*innen genannt. Dieser Hinweis ist vergaberechtlich zulässig und wegen der begrenzten Haushaltsmittel gerechtfertigt. Da der geschätzte Auftragswert in den Vergabeunterlagen genannt wird, kann die Behandlung des Kosten- und Finanzteils sowie der Auftragssumme in öffentlicher Sitzung stattfinden.

4.3 Vergabeverfahren

Bei der zu vergebenden Leistung handelt es sich um eine Vergabe, die unter die Verfügung des Oberbürgermeisters vom 22.08.2008 fällt und somit nur im Einvernehmen mit dem Direktorium – Hauptabteilung II, Vergabestelle 1, erfolgen kann. Das Direktorium – Hauptabteilung II, Vergabestelle 1, wird mit der Durchführung des Vergabeverfahrens beauftragt. Die Erstellung der Vergabeunterlagen erfolgt in enger Zusammenarbeit zwischen dem Referat für Stadtplanung und Bauordnung und dem Direktorium – Hauptabteilung II, Vergabestelle 1.

Der geschätzte Auftragswert liegt oberhalb des Schwellenwertes von 215.000 € (ohne MwSt.), der zu einer EU-weiten Ausschreibung verpflichtet.

Die Leistung wird in einem EU-weiten Verfahren gem. § 14 VgV ausgeschrieben. Eine entsprechende Bekanntmachung erfolgt im Supplement zum Amtsblatt der Europäischen Union. Das gesamte Vergabeverfahren wird elektronisch über die Vergabepattform der Landeshauptstadt München durchgeführt.

Geforderte Nachweise / Eigenerklärungen

Die Bieter*innen müssen ihre Eignung anhand von Unterlagen zur Fachkunde, Leistungsfähigkeit und Zuverlässigkeit sowie das Nichtvorliegen von Ausschlussgründen nachweisen. Dazu müssen sie eine Eigenerklärung zur Eignung (z. B. über Insolvenzverfahren, schwere Verfehlung, Verurteilung nach StGB, Verstöße gegen das Mindestlohngesetz), Umsatzzahlen der letzten drei Jahre, durchschnittliche Mitarbeiteranzahl in den letzten drei Jahren sowie Referenzen vergleichbarer Projekte einreichen.

Zuschlagskriterien

Zur inhaltlichen Wertung der Angebote müssen die Bieter*innen mit dem Angebot ein Grobkonzept einreichen, mit dem dargestellt wird, wie die bestehenden Strategien umgesetzt werden sollen. Darin sollen konkrete Vorschläge zum inhaltlichen, methodischen und organisatorischen Vorgehen bei der Bearbeitung des geforderten Leistungsspektrums dargelegt werden.

Die Zuschlagserteilung erfolgt auf das wirtschaftlichste Angebot nach Maßgabe der folgenden Kriterien:

- 30 % Gesamtpreis aller Leistungen
- 20 % Organisation des mit der Ausführung des Auftrags betrauten Personals,
- 50 % Qualität des Grobkonzepts hinsichtlich methodischer Herangehensweise an die Auftragsbearbeitung und Innovationspotential.

Die formelle und preisliche Wertung der Angebote erfolgt durch das Direktorium – Hauptabteilung II, Vergabestelle 1. Die inhaltliche Wertung wird durch das Referat für Stadtplanung und Bauordnung vorgenommen.

Die Auftragsvergabe an das wirtschaftlichste Angebot ist für das 3. Quartal 2022 geplant.

Die Sitzungsvorlage ist hinsichtlich der vergaberechtlichen Aussagen mit dem Direktorium Hauptabteilung II, Vergabestelle 1 und hinsichtlich der Finanzierung mit der Stadtkämmerei abgestimmt.

Das Direktorium Hauptabteilung II, Vergabestelle 1, sowie die Stadtkämmerei haben Abdruck der Sitzungsvorlage erhalten.

Beteiligung der Bezirksausschüsse

Die Satzung für die Bezirksausschüsse sieht in der vorliegenden Angelegenheit kein Anhörungsrecht der Bezirksausschüsse vor.

Die Bezirksausschüsse der Stadtbezirke 13 (Bogenhausen), 15 (Trudering-Riem) und 24 (Feldmoching-Hasenberg) haben jedoch Abdruck der Vorlage erhalten.

Dem Korreferenten, Herrn Stadtrat Bickelbacher, und dem Verwaltungsbeirat der Hauptabteilung II, Herrn Stadtrat Müller, ist ein Abdruck der Sitzungsvorlage zugeleitet worden.

II. Antrag der Referentin

Ich beantrage Folgendes:

1. Die Darstellung der Kommunikationsstrategie zum Projekt Stadtentwicklung im Münchner Nordosten wird zur Kenntnis genommen.
2. Die Darstellung der Kommunikationsstrategie zum Projekt Münchner Norden (Feldmoching – Ludwigsfeld) wird zur Kenntnis genommen.
3. Der gemeinsamen Vergabe mit gemeinsamer Finanzierung aus dem Bereich Öffentlichkeitsarbeit (Teilbereich Umsetzung und Dokumentation) für beide Projekte Münchner Nordosten und Münchner Norden (Feldmoching – Ludwigsfeld) gemäß Ziffer 4 des Vortrages an eine/n externe/n Auftragnehmer*in wird zugestimmt.
4. Das Direktorium – Hauptabteilung II, Vergabestelle 1 führt das Vergabeverfahren zu den in dieser Vorlage genannten Bedingungen durch und erteilt den Zuschlag auf das wirtschaftlichste Angebot.
5. Der Beschluss unterliegt nicht der Beschlussvollzugskontrolle.

III. Beschluss

nach Antrag.

Stadtrat der Landeshauptstadt München

Der / Die Vorsitzende

Die Referentin

Ober/Bürgermeister/-in

Prof. Dr. (Univ. Florenz) Merk
Stadtbaurätin

IV. Abdruck von I. mit III.

Über die Verwaltungsabteilung des Direktoriums Stadtratsprotokolle (SP)

an das Direktorium - Dokumentationsstelle

an das Revisionsamt

an die Stadtkämmerei

z. K.

V. Wv. Referat für Stadtplanung und Bauordnung – SG3

1. Die Übereinstimmung vorstehenden Abdrucks mit der beglaubigten Zweitschrift wird bestätigt.
2. An den Bezirksausschuss 13 Bogenhausen
3. An den Bezirksausschuss 15 Trudering-Riem
4. An den Bezirksausschuss 24 Feldmoching-Hasenberg
5. An das Baureferat
6. An das Direktorium HA II – Vergabestelle 1
7. An das Kommunalreferat
8. An das Mobilitätsreferat
9. An das Referat für Klima- und Umweltschutz
10. An das Referat für Stadtplanung und Bauordnung – SG
11. An das Referat für Stadtplanung und Bauordnung – SG 1
12. An das Referat für Stadtplanung und Bauordnung – SG 2
13. An das Referat für Stadtplanung und Bauordnung – SG 3
14. An das Referat für Stadtplanung und Bauordnung – HA I
15. An das Referat für Stadtplanung und Bauordnung – HA I/11-3
16. An das Referat für Stadtplanung und Bauordnung – HA I/4
17. An das Referat für Stadtplanung und Bauordnung – HA I/5 (PlanTreff)
18. An das Referat für Stadtplanung und Bauordnung – HA II
19. An das Referat für Stadtplanung und Bauordnung – HA II/01
20. An das Referat für Stadtplanung und Bauordnung – HA II/12
21. An das Referat für Stadtplanung und Bauordnung – HA II/14
22. An das Referat für Stadtplanung und Bauordnung – HA II/56
23. An das Referat für Stadtplanung und Bauordnung – HA II/57
24. An das Referat für Stadtplanung und Bauordnung – HA II/6
25. An das Referat für Stadtplanung und Bauordnung – HA II/62P
26. An das Referat für Stadtplanung und Bauordnung – HA III
27. An das Referat für Stadtplanung und Bauordnung – HA IV
mit der Bitte um Kenntnisnahme.
28. Mit Vorgang zurück zum Referat für Stadtplanung und Bauordnung HA II/60 V
zum Vollzug des Beschlusses

Am

Referat für Stadtplanung und Bauordnung – SG3