

Projektskizze Info-Markt



Foto: © Füller & Krüger

Beim Info-Markt handelt es sich um ein Informationsangebot an Menschen, die im Umfeld eines geplanten Vorhabens (z.B.: Bau einer Windenergie- oder Photovoltaik-Freiflächenanlage) leben. Die Informationen zu dem Projekt werden an verschiedenen „Ständen“ (wie auf einem Markt) erläutert. Bei kleineren Info-Märkten kann dies an einem Infostand mit Schautafeln und Frage-Antwort-Möglichkeiten geschehen. Größere Info-Märkte bieten thematisch geordnete Informationen in Wort, Bild und ggf. (Computer-) Modellen zu einem Vorhaben.

Das Besondere: Der Info-Markt kommt dorthin, wo sich Menschen gern treffen. Sie sollen auf einfache und anschauliche Weise die Möglichkeit erhalten, sich über ein Projekt zu informieren. Der Besucher kann sich beliebig zwischen verschiedenen Ständen oder Schaubildern bewegen. Die Fragen werden von Betreuern des Info-Marktes beantwortet. Mit einem Info-Markt gelingt es, das Publikum vor Ort anzusprechen und in kleinen Runden Gespräche zu führen.

WAS IST DAS ZIEL EINES INFO-MARKTES?

Ins Gespräch kommen

Je nach Größe des Info-Marktes sind die Schaubilder um einen kleinen Informationsstand angeordnet oder großzügig in einem geeigneten Raum verteilt. Das Ziel ist immer, zu anstehenden Fragen ins Gespräch zu kommen. Besucher können Themen ansprechen, die sie besonders interessieren, oder sich schlicht das Projekt und die Stand-

ortwahl erklären lassen. Die Besucher kommen dabei auch untereinander bzw. mit Vertretern des Projektierers und der Kommunalverwaltung ins Gespräch.

WIE IST EIN INFO-MARKT AUFGEBAUT?

Markt der Informationen

Der Kern eines jeden Info-Marktes ist ein Stand oder mehrere Stände, ergänzt durch Schaubilder und ggf. Modelle. Dabei können unterschiedliche Themen behandelt werden:

- Projektstatus und technische Aspekte
- Anwohnerinteressen
- Genehmigungsfragen
- umwelt- und artenschutzrechtliche Belange
- Möglichkeiten der finanziellen Beteiligung
- Stand und Ausbauziele bei erneuerbaren Energien in Sachsen

Die Stände werden von Fachpersonal betreut, in der Regel durch Mitarbeiter des Projektträgers. Zugleich können Vertreter beispielsweise aus der Kommunalverwaltung (z.B. Bauamt), beratenden Einrichtungen wie der Sächsischen Energieagentur (SAENA) oder Fachverbänden hinzugezogen werden.

Organisationsteam

Für die Gesamtorganisation, grundsätzliche Fragen zur Veranstaltung und als Orientierungshilfe steht idealerweise seitens des Projektierers ein Ansprechpartner bzw. ein kleines Organisationsteam zur Verfügung.

Moderation (bei größeren Info-Märkten):

Ein Moderator gibt der Veranstaltung einen Rahmen. Die Moderation übernimmt die Aufgabe der Begrüßung und Verabschiedung. Und da ein Markt ein Kommen und Gehen bedeutet, gibt es auch zwischendrin organisatorische Hinweise (die sich wiederholen können).

Bei kleinen Info-Markt-Ständen ist keine Moderation erforderlich.



WER VERANSTALTET EINEN INFO-MARKT?

Der Projektierer

Er hat ein Interesse daran, dass die Menschen das Vorhaben verstehen und akzeptieren bzw. dulden oder sich gar finanziell daran beteiligen. Die Veranstaltung von Info-Märkten ist bei vielen Projektierern ein erprobtes Format ihrer Öffentlichkeitsarbeit.

Die Kommune

Im Interesse einer frühzeitigen und breiten Information können auch Sie als Bürgermeisterin oder Bürgermeister einen Info-Markt veranstalten. Für wesentliche Informationen brauchen Sie aber den Projektierer. Damit kann die Initiative von Ihnen ausgehen, der Markt dann aber in Zusammenarbeit mit dem Projektierer durchgeführt werden.

Ein neutraler Akteur wie die SAENA

Die SAENA unterstützt den Austausch zwischen Kommunen und ihren Einwohnern, berät zum Thema „erneuerbare Energien“ und kann somit ebenfalls als Initiator oder Unterstützer in Erscheinung treten.

WER SIND DIE ZIELGRUPPEN EINES INFO-MARKTES?

Die Bürger Ihrer Kommune

Ein Info-Markt bietet ein breites Informationsangebot. Damit sind die unterschiedlichsten Zielgruppen willkommen.

Spezielle Zielgruppen wie Verbände oder Gemeinderatsmitglieder sind als Teil der Bürgerschaft ebenfalls willkommen.

Medien

Die Medien sollten zu diesem offenen Informationsangebot eingeladen werden. Sie können über den Info-Markt berichten und die Inhalte somit einem breiteren Publikum bekannt machen. Zudem sollten in den lokalen Medien rechtzeitig Ankündigungen zu dem Info-Markt erscheinen.

WAS IST ORGANISATORISCH ZU BEDENKEN?

Zeitlich attraktives Angebot

Um möglichst viele Menschen zu erreichen, sollte die Veranstaltung einen hinreichend großen Zeitraum umfassen. Das kann heißen, dass ein kleiner Info-Markt-Stand ganztägig auf einem Wochenmarkt präsent ist. Oder im Falle eines größeren Info-Marktes sollte dieser in einem geeigneten Raum über mehrere Stunden zugänglich sein (z.B. Donnerstag von 16 bis 20 Uhr oder Samstag von 10 bis 15 Uhr).

Geeignete Orte / Räumlichkeit

Für kleinere Info-Markt-Stände ist naturgemäß der Marktplatz geeignet – oder ein anderer Ort, an dem zu bestimmten Zeiten viele Menschen zusammenkommen.

Für größere Infomärkte braucht es einen geeigneten Raum mit hinreichend Platz für verschiedene Stände und ausreichend Bewegungsmöglichkeiten. Das kann ein Bürgerhaus ebenso wie eine Schule oder eine Mehrzweckhalle sein.

Ausstattung und Tagungstechnik

Catering

Für kleinere Info-Markt-Stände ist kein Catering erforderlich.

Bei größeren Infomärkten sollte ein Angebot an Erfrischungsgetränken vorgehalten werden.

Hausrecht

Auch wenn das höchst selten vorkommt, können Info-Märkte von Kritiker-Initiativen gestört werden. Aus diesem Grund sollte im Vorfeld Klarheit darüber geschaffen werden, wie mit Störungen umgegangen wird und wer das Hausrecht ausüben kann.

WIE SOLLTE EIN INFO-MARKT ÖFFENTLICH GEMACHT WERDEN?

Die Ankündigung und Bewerbung eines Info-Marktes kann sowohl durch den Projektierer als auch durch die Kommune erfolgen. In aller Regel hat die Kommune selbst den besten Zugang zu den lokalen Medien und sollte diesen auch nutzen. Eine Ankündigung kann im Amtsblatt oder in der Internetpräsenz ebenso erfolgen, wie durch eine Pressemitteilung an die lokalen Medien.

Darüber hinaus kann die Kommunalverwaltung gezielt ausgewählte Akteure einladen, zum Beispiel den Gemeinderat.

WIE SOLLTE EIN INFO-MARKT DOKUMENTIERT WERDEN?

Textdokumentation

Egal ob große oder kleine Info-Märkte: Sie dienen den Initiatoren, wiederkehrende Fragen und Hinweise aufzugreifen und in der weiteren Kommunikation zu berücksichtigen. Die Dokumentation obliegt dem Projektträger.

Fotodokumentation

Die Veranstaltung kann in einigen Fotos festgehalten werden, um sie zum Beispiel auf einer Projekt-Website oder in der Internetpräsenz der Kommune zu dokumentieren.

Antwortoptionen

Für Fragen, die nicht sofort beantwortet werden können, oder die von Besuchern hinterlassen werden, sollte seitens des Projektträgers eine verlässliche Antwort-Routine entwickelt werden.



Foto von Pixabay von Pexels

WIE HOCH SIND DIE KOSTEN EINES INFO-MARKTES UND WER TRÄGT SIE?

Der Projektierer

Eine gute und transparente Kommunikation mit den Bürgern liegt im Interesse des Projektträgers. Damit sollte auch er die Kosten tragen. Zwar erfordert ein Info-Markt einigen Aufwand, aber die Kosten sind überschaubar. Im Wesentlichen geht es um Stand- bzw. Raummieten, Kosten für Ausstattung und Veranstaltungstechnik und ggf. ein Catering. Die Fachleute, die die Stände betreuen, sind in der Regel vom Projektierer gestellt.

Die Kommune

Die Kommune kann, wenn es in ihrem Interesse ist, den Info-Markt unterstützen bspw. indem sie bei der Organisation hilft oder auf Stand- bzw. die Raummiete für ein öffentliches Gebäude (z.B. Schulgebäude, Dorfgemeinschaftshaus) verzichtet.

WANN IST EIN INFO-MARKT ALS VERANSTALTUNGSFORMAT GEEIGNET?

... wenn das Projekt verschiedene inhaltliche Aspekte behandelt und die Kommune und ihre Einwohner betrifft.

... wenn ein Interesse an dem Projekt vorausgesetzt werden kann.

... wenn neben Projektinformationen auch weitergehende Informationen – zum Beispiel zum Ausbau der erneuerbaren Energien in Sachsen – vermittelt werden sollen.

...wenn ein besseres Verständnis für die Vielschichtigkeit des Vorhabens erzeugt werden soll.



ANSPRECHPARTNER:

Sächsische Energieagentur GmbH

Melanie Sterczewski

Tel.: 0351/ 4910-3165

E-Mail: melanie.sterczewski@saena.de

www.saena.de

Hinweis zur sprachlichen Gleichstellung: Aus Gründen der besseren Lesbarkeit und Verständlichkeit wird auf die Anwendung der geschlechtergerechten Sprache verzichtet. Personen- und Funktionsbezeichnungen gelten für alle Geschlechtsidentitäten.