



Projekt „Interkommunales Gewerbegebiet“ in Schwieberdingen

Sarah Albiez, Kerstin Keller, Julia Scholl, Jona Seidel,
Simon Valachovic, Lucas Wimmer

3. Mastersemester Kommunikationsmanagement
Auszug aus der Abschlusspräsentation im Projektseminar
„Kommunikation bei Bau- und Infrastrukturprojekten“

Unsere Inhalte

1. Hintergründe zum Fall

- Der Ort Schwieberdingen
- Ablauf des Bürgerentscheids

4-16

5-7

7-16

2. Forschungsdesign

- Forschungsleitende Fragestellung
- Untersuchung mit Methodenkombination
 - Qualitative Leitfadeninterviews
 - Quantitative und qualitative Inhaltsanalyse
 - Quantitative Befragung

17-30

18

19-30

20-21

22-24

25-30

Unsere Inhalte

3. Ergebnisse

- Akteure
- Themen und Argumente
- Berichterstattung
- Kommunikation
 - Framing-Analyse
- Das Verfahren
 - Ein taktisches Mittel
 - Ein Positiv-Beispiel für Bürgerbeteiligung
 - Ein Negativ-Beispiel für Bürgerbeteiligung
 - Rechtliche Debatten

31-122

32-40

41-49

50-59

60-79

76-79

80-122

82-88

89-96

97-109

110-115

4. Fazit

123-124

Hintergründe zum Fall

Der Ort Schwieberdingen

- Ca. 11.000 Einwohner, Landkreis Ludwigsburg
- Liegt im traditionell ländlich und landwirtschaftlich geprägten Strohgau
- Heute durch Industrie und Handel geprägt



Was eingangs geschah

- Im April 2014 fasst der Verband Region Stuttgart erste Gewerbegebiete im Raum Ludwigsburg ins Auge
- In den Jahren davor und danach werden immer wieder Beschwerden laut, dass die Region aus allen Nähten platze und bald nicht mehr wachsen könne
- In den Jahren nach 2014 geschieht wenig, bei den meisten Kommunen hält sich die Begeisterung in Grenzen

Übersicht: Ein interkommunales Gewerbegebiet für Schwieberdingen

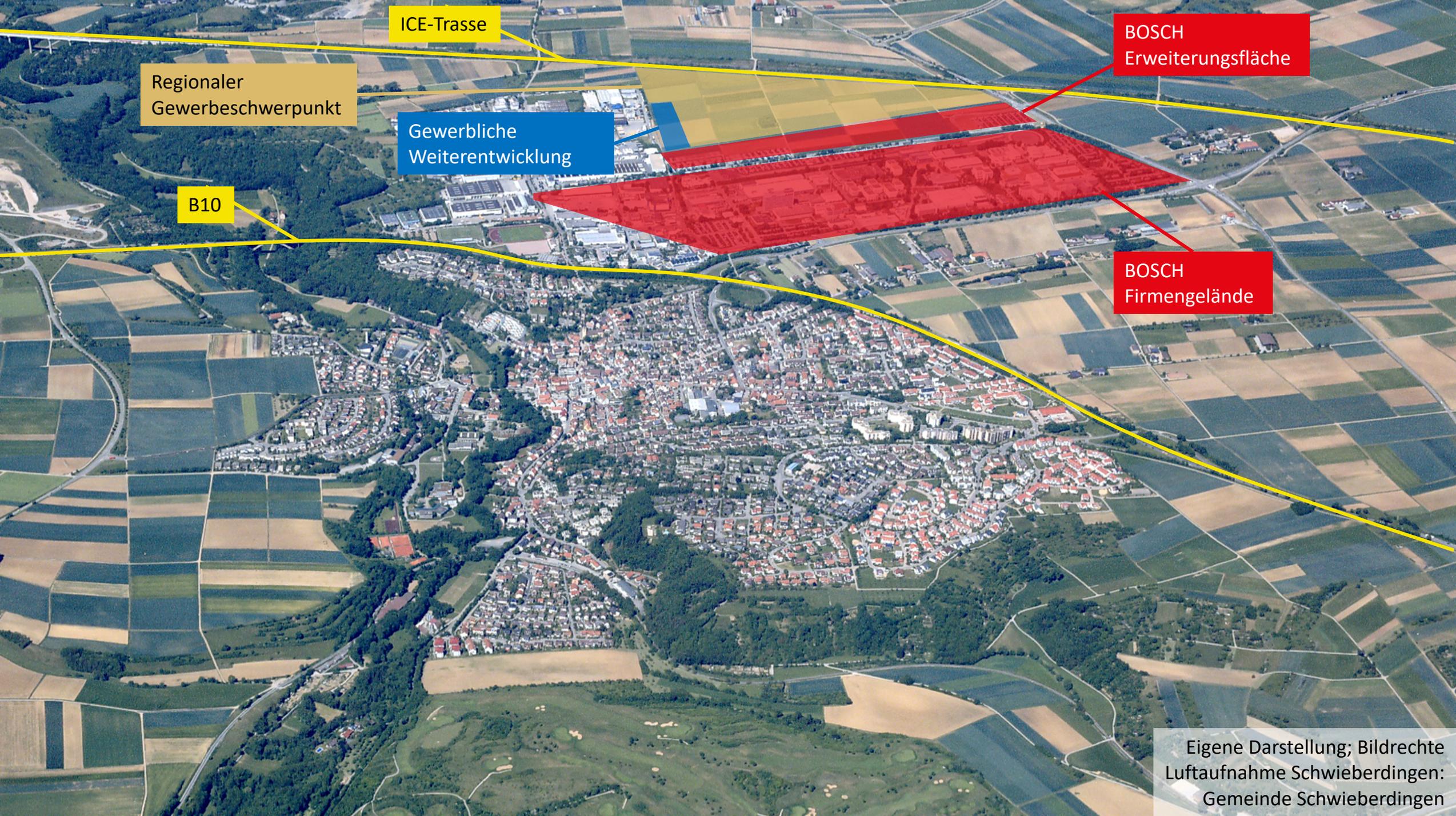
- Im April 2019 macht der Bürgermeister Nico Lauxmann (CDU) öffentlich, dass Porsche in Schwieberdingen bauen möchte (die Anfrage besteht seit dem Sommer 2018)
- Das interkommunale Gewerbegebiet (iGewG) soll neben dem bestehenden Bosch-Gelände auf einer landwirtschaftlichen Fläche entstehen
- Lauxmann kündigt einen Bürgerentscheid nach Ratsbegehren an und spricht sich für die Ansiedlung von Porsche aus
- Am 14. Juli 2019 stimmen die Schwieberdinger mit 57,1% für den neuen regionalen Gewerbeschwerpunkt



2014: Der Verband Region Stuttgart fasst erste Gewerbegebiete im Kreis Ludwigsburg ins Auge

3. April 2019: BM Lauxmann macht Porsches Interesse öffentlich und kündigt einen Bürgerentscheid an

2016: Schwieberdingen steht einem erweiterten Gewerbegebiet fortwährend kritisch gegenüber



ICE-Trasse

BOSCH
Erweiterungsfläche

Regionaler
Gewerbeschwerpunkt

Gewerbliche
Weiterentwicklung

B10

BOSCH
Firmengelände

Eigene Darstellung; Bildrechte
Luftaufnahme Schwieberdingen:
Gemeinde Schwieberdingen

➤ Das mögliche Gelände für das iGewG





2014: Der Verband Region Stuttgart fasst erste Gewerbegebiete im Kreis Ludwigsburg ins Auge

3. April 2019: BM Lauxmann macht Porsches Interesse öffentlich und kündigt einen Bürgerentscheid an

29. April: Der Gemeinderat beschließt den Bürgerentscheid

6. Juni: Informationstag im Ratssaal und Infostand der Initiative

2016: Schwieberdingen steht einem erweiterten Gewerbegebiet fortwährend kritisch gegenüber

11. April: Informationsveranstaltung zum geplanten Projekt

28. Mai: Bürgerinitiative „Lebenswertes Strohgäu“ wird gegründet, Informationsaustausch NABU



27. Juni:
Bürgerversammlung

11. Juli: Gesprächsrunde
der Stuttgarter Zeitung



9. Juli: Podiumsdiskussion
der Ludwigsburger
Kreiszeitung

Entscheidung am 14. Juli 2019

- 57,1% stimmen für das neue Gewerbegebiet, 42,1% dagegen
- Wahlbeteiligung liegt bei 54,2%
- Beide Seiten erkennen das Ergebnis an; die Kritiker kündigen an, das Projekt kritisch zu begleiten

Amtlicher Stimmzettel für den Bürgerentscheid in der Gemeinde Schwieberdingen am 14. Juli 2019

Sie haben 1 Stimme.
Wenn Sie mehr als 1 Stimme abgeben, ist der Stimmzettel ungültig.
Bitte nur das Wort **JA** oder **NEIN** auf eindeutige Weise (z. Bsp. Kreuz) im entsprechenden Kästchen kennzeichnen.

Frage:

„Soll die Gemeinde Schwieberdingen darauf hinwirken, dass mit der interkommunalen Entwicklung des Regionalen Gewerbebeschwerpunktes begonnen wird und hierzu die erforderlichen bauplanerischen Maßnahmen (Änderung des Flächennutzungsplanes; Aufstellung eines Bebauungsplanes) eingeleitet werden?“

Der Regionale Gewerbebeschwerpunkt wird nördlich begrenzt durch die Schnellbahntrasse, östlich durch die L 1141, südlich durch die Erweiterungsfläche BOSCH sowie im Westen durch den Feldweg Flurstück 4797 abzüglich der bereits im Flächennutzungsplan festgesetzten Erweiterungsfläche. Im Übrigen wird hinsichtlich der räumlichen Lage des Regionalen Gewerbebeschwerpunktes ergänzend auf den als Anlage beigefügten Abgrenzungsplan verwiesen.“

JA

NEIN

27. Juni:
Bürgerversammlung

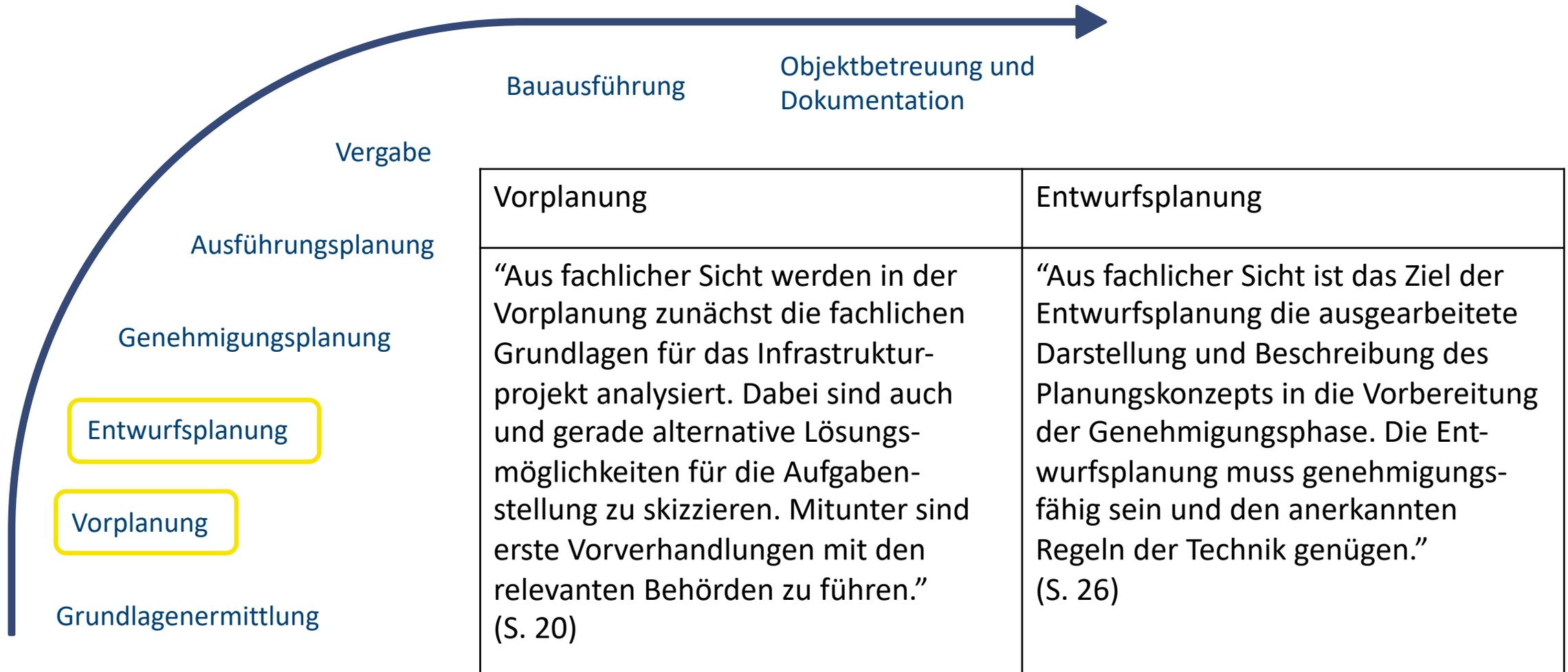
11. Juli: Gesprächsrunde
der Stuttgarter Zeitung

9. Juli: Podiumsdiskussion
der Ludwigsburger
Kreiszeitung

14. Juli: Bürgerentscheid
geht zugunsten des
interkommunalen
Gewerbegebiets aus

- Kauf von über 100 Grundstücken durch die Kommune und einen Zweckverband
- Bebauungsplan muss aufgestellt werden (voraussichtlich ca. 3 Jahre)
- Einigung auf Ausgleichsflächen mit anderen Kommunen
- Nachhaltigkeit des Gewerbegebiets muss ermöglicht werden

Einordnung in die VDI-Richtlinie 7001



Forschungsdesign

An aerial photograph showing a town with a dense cluster of buildings in the center, surrounded by a patchwork of agricultural fields in various shades of green and brown. A winding road or path is visible on the left side of the town.

Forschungsleitende Fragestellung

Wer	Wer sind die Akteure in dem Konflikt?
sagt was	Welche Themen und Argumente gibt es in dem Konflikt?
zu wem	Wer sind die Adressaten der Kommunikation in dem Konflikt?
in welchem Kanal	Welche Kommunikationsinstrumente nutzen die Konfliktparteien?
mit welchem Effekt?	Wie werden die Themen, Argumente und Akteure von den Bürgern wahrgenommen?



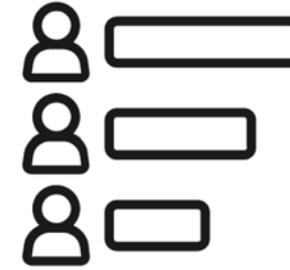
Qualitative Leitfadeninterviews

- **FF:** Wie schätzen die Akteure auf beiden Seiten den Wahlkampf und Ausgang des Bürgerentscheids zum interkommunalen Gewerbegebiet in Schwieberdingen ein?
- Beziehungen und Hintergründe der Akteure
- n=8
- Erhebungszeitraum: 5.12.2019 bis 13.03.2020



Quantitative & Qualitative Inhaltsanalyse

- **FF:** Welche Themen und Akteure standen in der Berichterstattung zum Bürgerentscheid im Vordergrund?
- n=41
- Artikel: 27.04.2014 bis 20.12.2019
- Erhebungszeitraum: 27.11.2019 bis 04.01.2020



Quantitative Befragung

- **FF:** Wie wurde die Kommunikation der Akteure von den Bürgern wahrgenommen und warum haben sie sich mehrheitlich für das interkommunale Gewerbegebiet in Schwieberdingen ausgesprochen?
- n= 216
- Erhebungszeitraum: 13.12.2019 bis 31.12.2019

Leitfadeninterviews: Die Experten im Blick

Befürworter des Gewerbegebiets:

- Nico Lauxmann, Bürgermeister Schwieberdingen, Mitglied der CDU
- Markus Josenhans, Gemeinderatsmitglied für die FDP

Gegner des Gewerbegebiets:

- Dr. Markus Rösler, MdL für die Grünen
- Thomas Gölzer, Vorsitzender NABU Schwieberdingen-Hemmingen
- Karl Bendel, Sprecher der Initiative Lebenswertes Strohgäu

Neutrale Akteure:

- Dr. Rafael Binkowski, Redakteur der Stuttgarter Zeitung
- Dr. Stephan Wolf, Ressortleiter Kreisredaktion Ludwigsburger Kreiszeitung, und Philipp Schneider, Redakteur der Ludwigsburger Kreiszeitung



Leitfadeninterviews: Die Experten im Blick

Block 1: Wahrnehmung

- Ergebnisakzeptanz
- Berichterstattung

Block 2: Kommunikation

- Strategische Kommunikation

Block 3: Bürgerentscheid

- Verfahrensakzeptanz
- Aufwand
- Sonstiges



Inhaltsanalyse: Die Medien im Blick

Quantitativ

- 41 Presseartikel von:
 - Stuttgarter Zeitung/Nachrichten (17)
 - Ludwigsburger Kreiszeitung (12)
 - Südwest Presse (9)
 - Südwestrundfunk (3)
- Vollerhebung aller Artikel zum Thema „Gewerbegebiet Schwieberdingen“
- Zeitraum: 27.04.2014 bis 20.12.2019
- Formale und inhaltliche Ebene

Qualitativ

- Publikationen von zwölf Parteien oder Interessengruppen:
 - Abstimmungsbroschüre des Amtsblatts
 - Bericht und Stellungnahmen der Aktiven Bürgergemeinschaft (ABG)
 - Themenseite im Amtsblatt
 - Bericht des Gemeinderats
 - Broschüre und Präsentation ILS
 - Flyer und Bericht NABU
 - PMs und Broschüre aus dem Rathaus
 - Bericht VRS
- Insgesamt 16 verschiedene Publikationen und 50 Codierungen
- kein präzise festgelegter Zeitraum
- Framing-Ebene

Das Ergebnis stammt aus der Inhaltsanalyse



I. Formale Kategorien

v.1.1	ID-Nummer für jeden Codierer	
ID	Gleichbleibende Nummer	
1	Simon Valachovic	
2	Lucas Wimmer	
v.1.2	Auswahleinheit	
einheit	Eindeutig zum einzelnen Artikel zuzuordnende Kennnummer	
	Mediumnummer (s. v. 1.3) und Artikelnummern in fortlaufender	Beispiel: 2.1.5: Codierer 2, codiertes
ID des Codierers.Mediumnummer.Artikelnummer	Reihenfolge	Medium 1, codierter Artikel 5
v.1.3	Untersuchtes Medium	
medium		
1	Stuttgarter Zeitung	
2	Stuttgarter Nachrichten	
3	Ludwigsburger Kreiszeitung	
4	Südwest Presse	
5	SWR	
v.1.4	Datum der Untersuchung	
dat_unders		
tt.mm.jjjj		Beispiel: 24.12.2019
v.1.5	Datum der Veröffentlichung des Artikels	
dat_veröff		
tt.mm.jjjj		Beispiel: 01.01.2019
v.1.6		
tit_artikel	Titel des zu codierenden Artikels	Voll ausformuliert, nur <u>Headline</u> , nicht der Teaser



II. Inhaltliche Kategorien

v.2.1 akteure	Häufigkeit der erwähnten Akteure Codiert wird, ob ein Akteur einmalig im Artikel erwähnt wird	
akteure1	Gemeinderat Schwieberdingen	Nur die Erwähnung des Gemeinderats als Ganzes
0	Ja	
1	Nein	
akteure1.1	Gemeinderatsmitglieder FWV (Freie Wähler-Vereinigung)	Beispiel: Heidrun Rabus
0	Ja	
1	Nein	
akteure 1.2	Gemeinderatsmitglieder CDU	Beispiel: Sebastian Morschhäuser
0	Ja	
1	Nein	
akteure 1.3	Gemeinderatsmitglieder ABG (Aktive Bürgergemeinschaft)	Beispiel: Michaela Reinold
0	Ja	
1	Nein	
akteure 1.4	Gemeinderatsmitglieder SPD	Beispiel: Lutz Enzensperger
0	Ja	
1	Nein	
akteure 1.5	Gemeinderatsmitglieder FDP	Beispiel: Markus Josenhans
0	Ja	
1	Nein	
akteure 1.6	Gemeinderatsmitglieder Bündnis 90/Grüne	Beispiel: Monika Birkhold
0	Ja	
1	Nein	
akteure2	Bürgermeister Schwieberdingen (Nico Lauxmann)	
0	Ja	
1	Nein	
akteure3	Initiative Lebenswertes Strohgäu	Auch: Karl Bendel
0	Ja	
1	Nein	



Befragung: Die Bürger im Blick

Wie wurde die Kommunikation der Akteure von den Bürgern wahrgenommen und warum haben sie sich mehrheitlich für das interkommunale Gewerbegebiet in Schwieberdingen ausgesprochen?

- Welche Akteure und Argumente wurden von den Bürgern wahrgenommen?
- Wie wird die Kommunikation der Akteure von den Bürgern bewertet?
- Welche kommunikativen Maßnahmen führten zur Akzeptanzsteigerung?
- Welche Themen und Beweggründe spielten bei der Entscheidung eine Rolle?
- Welche Rolle spielte Porsche bei der Entscheidung für das Gewerbegebiet?

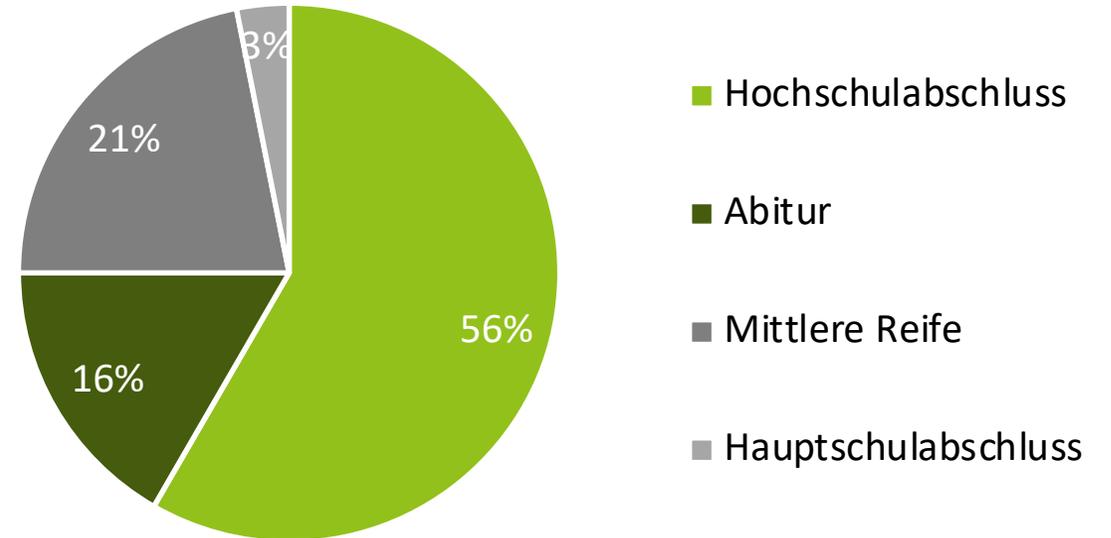
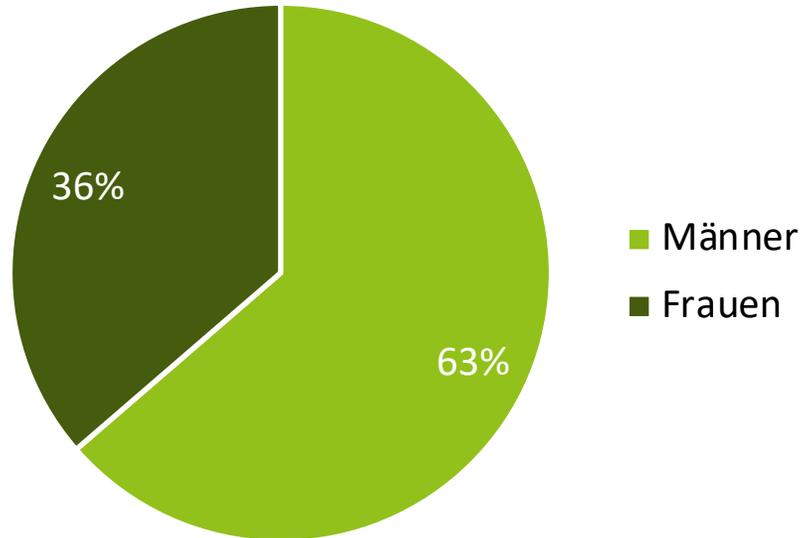


Befragung: Die Bürger im Blick

- **Online-Befragung**
- **Zeitraum:** 13. - 31.12.2019
- **Grundgesamtheit:** Bürger von Schwieberdingen
- **Gesamtsample:** n=216
- **Vorgehen:** Verteilen von 2.500 Flyern mit QR-Code und Link zur Befragung in Schwieberdingen
- **Inhalt:** Information & Partizipation, Wahrnehmung Akteure und Argumente, Kommunikation, Themen und Beweggründe



Die Teilnehmer



6%
Mitglied
Gemein-
derat

Ø 50
Jahre alt

4%
Grund-
stücks-
besitzer

Ø 25
Jahre im
Ort

16%
engagiert
in Bezug
auf
iGewG

2%
Mitglied
Bürger-
initiative



Zum Vergleich: So sieht die Bevölkerung in Schwieberdingen aus

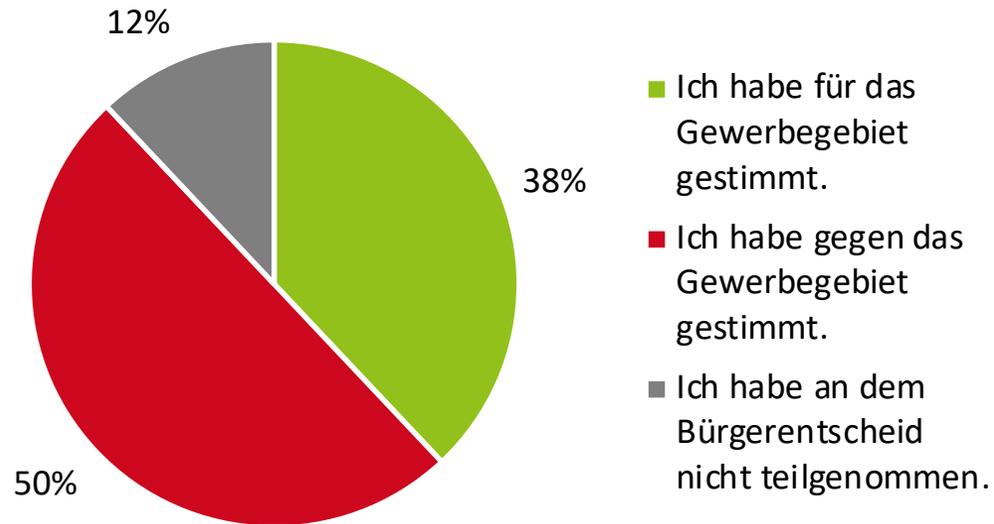


→ Die Stichprobe hat einen leichten Männer-Überhang und ist im Durchschnitt etwas älter als die Einwohner von Schwieberdingen.

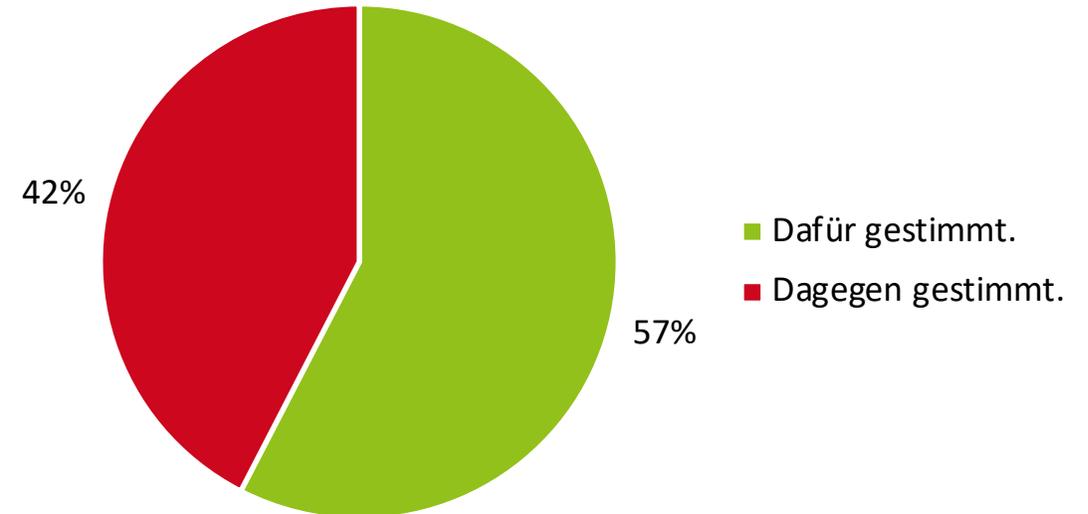


Mehr Gegner in der Befragung als beim tatsächlichen Bürgerentscheid

Befragung

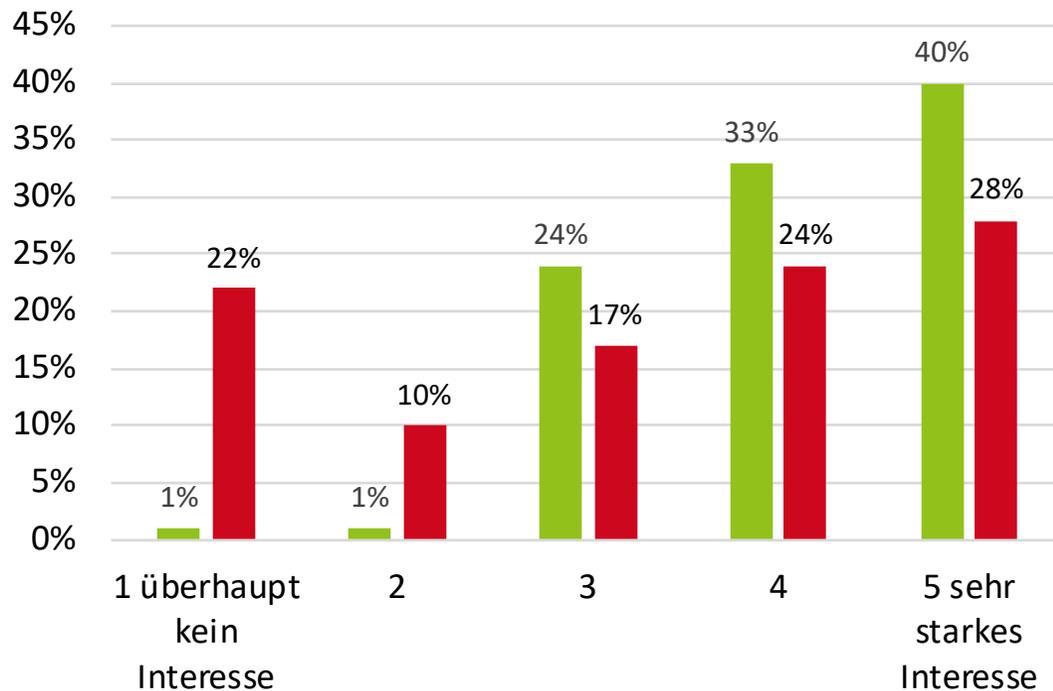


Ergebnisse Bürgerentscheid

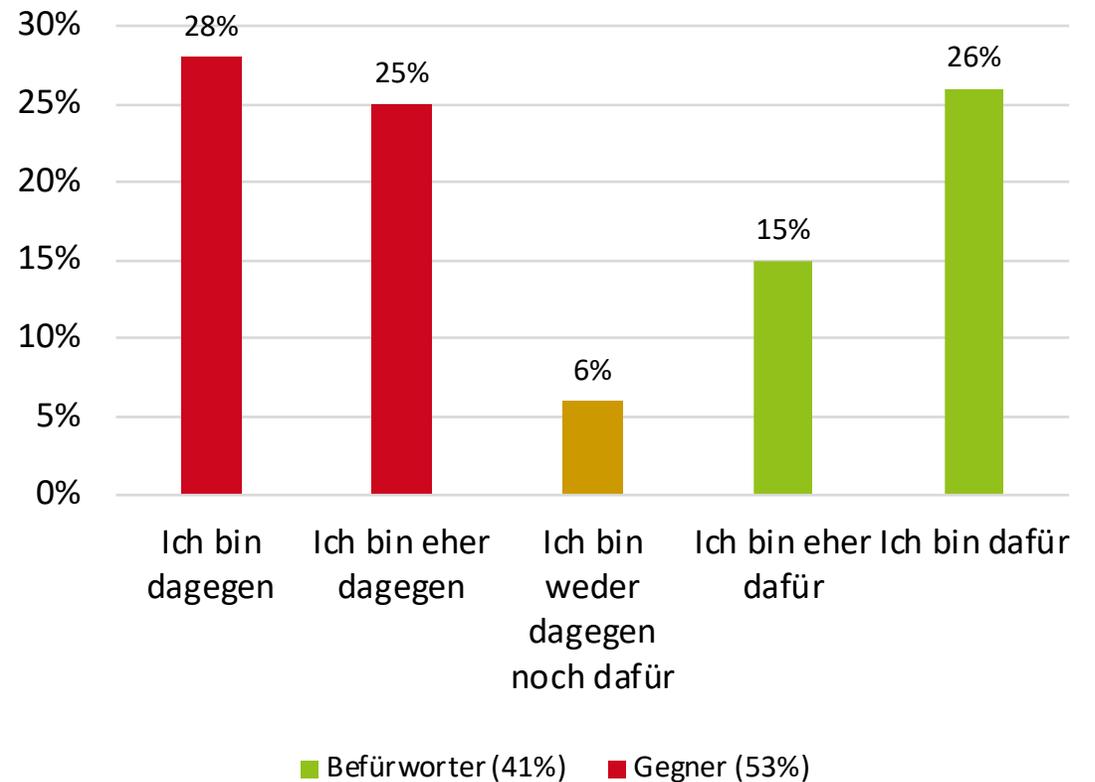


Mehr als die Hälfte der Befragten sind Gegner des iGewG

Interesse am iGewG



Einstellungen zum iGewG



Ergebnisse



Ergebnisse

Akteure

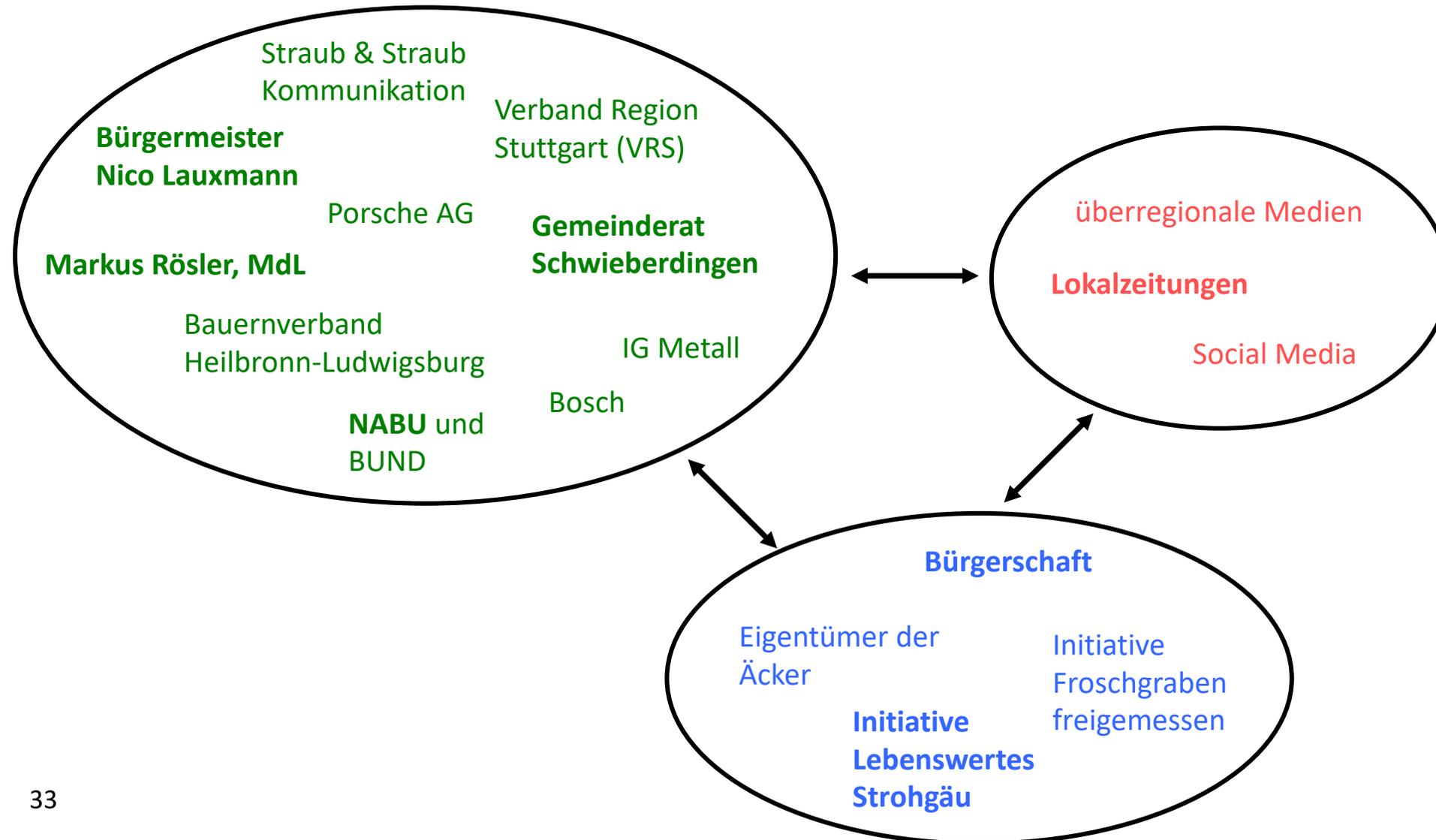
Themen und Argumente

Berichterstattung

Kommunikation

Das Verfahren

Die relevanten Stakeholder vor der Untersuchung



Die Top 10 Akteure in der Berichterstattung und in der Wahrnehmung der Bürger

Top 10 Akteure in der Berichterstattung

1. Porsche AG
2. Bürgermeister Nico Lauxmann
3. Verband Region Stuttgart (VRS)
4. Robert Bosch GmbH
5. Gemeinderat
6. Bürgerschaft Schwieberdingen
7. Die Grünen (Landesebene)
8. Die Grünen (Gemeinderat)
9. Grundstücksbesitzer
10. Initiative Lebensw. Strohgäu

Top 10 Akteure in der Wahrnehmung der Gegner

- Bürgermeister Nico Lauxmann
- Aktive Bürgergemeinschaft
- NABU Schw.-Hemmingen
- Die Grünen
- Porsche AG
- Initiative Lebensw. Strohgäu
- BUND
- Verband Region Stuttgart (VRS)
- FDP
- Freie Wähler

Top 10 Akteure in der Wahrnehmung der Befürworter

- Bürgermeister Nico Lauxmann
- Aktive Bürgergemeinschaft
- Porsche AG
- NABU Schw.-Hemmingen
- Verband Region Stuttgart (VRS)
- Freie Wähler
- Die Grünen
- CDU
- Initiative Lebensw. Strohgäu
- BUND



Die Wahrnehmung zwischen Gegnern und Befürwortern unterscheidet sich

Top 10 Akteure in der Wahrnehmung der Gegner

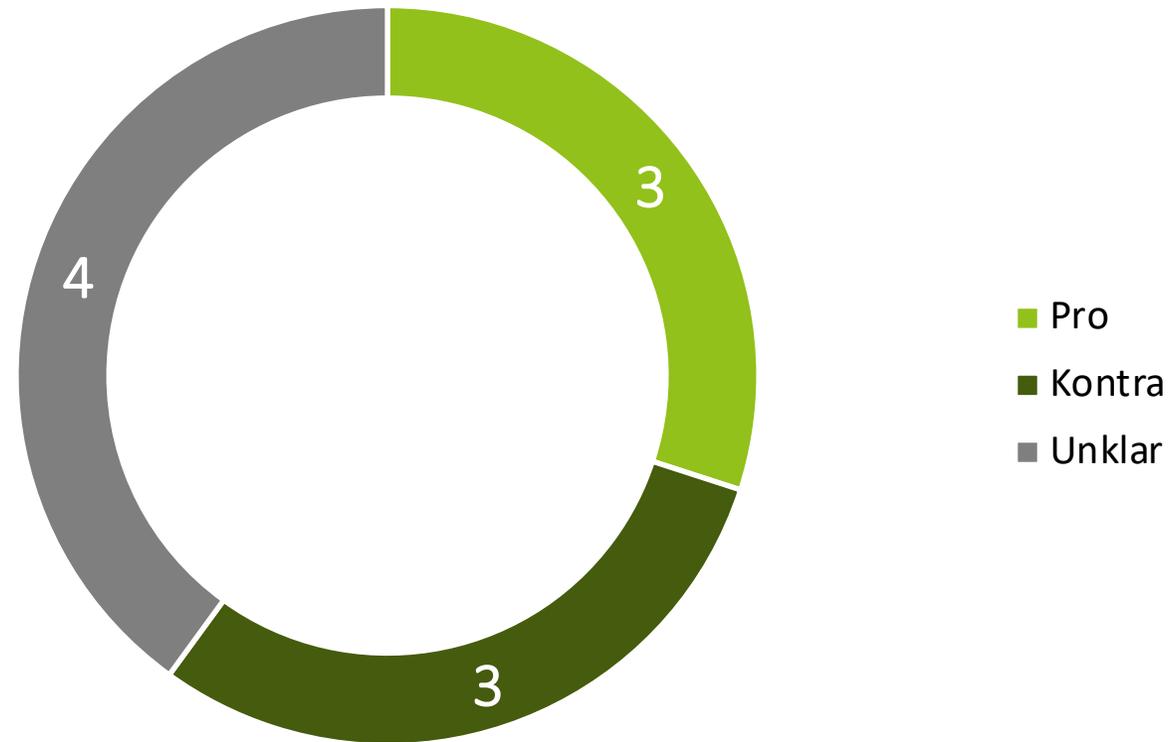
1. Bürgermeister: Nico Lauxmann
2. Aktive Bürgergemeinschaft (ABG)
3. **NABU Schwieberdingen-Hemmingen**
4. Die Grünen
5. Porsche AG
6. **Initiative lebenswertes Strohgäu**
7. BUND
8. Verband Region Stuttgart (VRS)
9. FDP
10. Freie Wähler

Top 10 Akteure in der Wahrnehmung der Befürworter

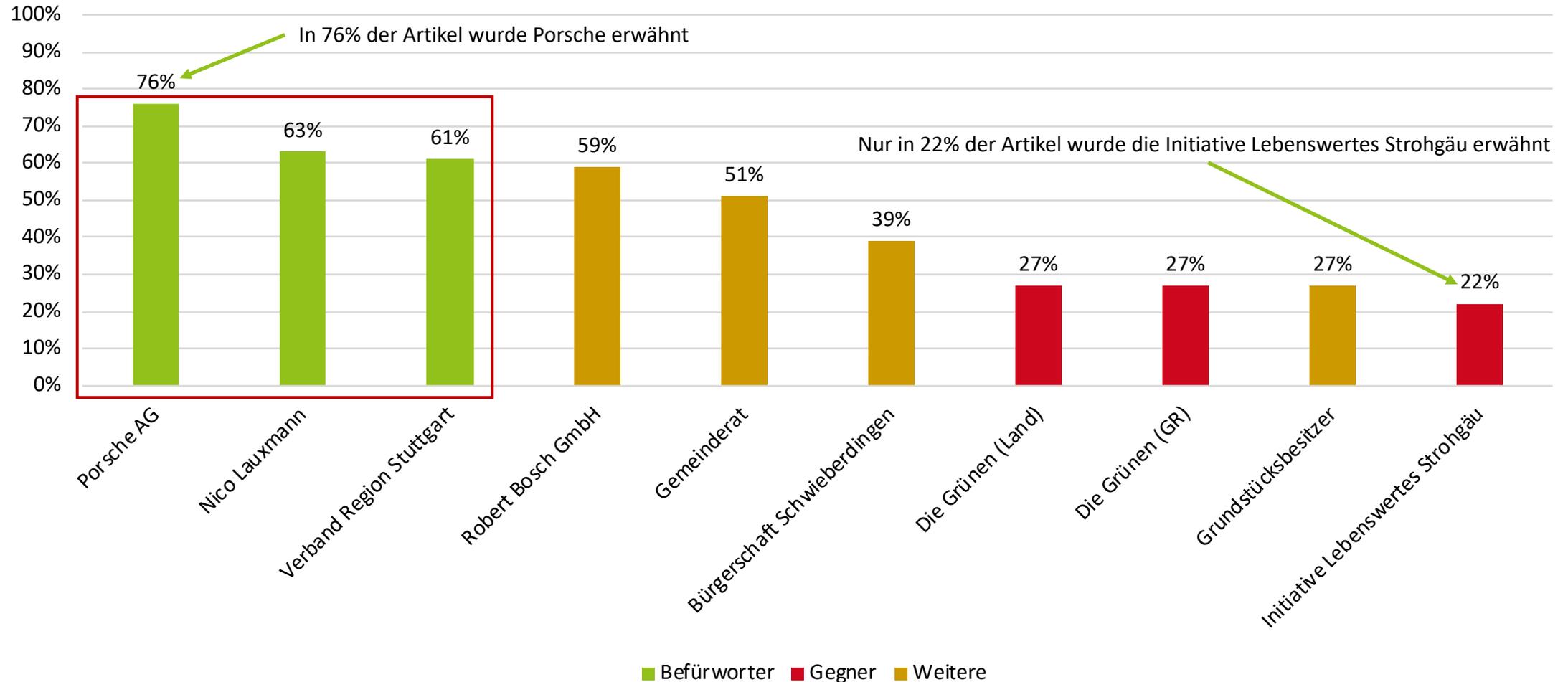
- Bürgermeister: Nico Lauxmann
- Aktive Bürgergemeinschaft (ABG)
- Porsche AG**
- NABU Schwieberdingen-Hemmingen
- Verband Region Stuttgart (VRS)**
- Freie Wähler
- Die Grünen
- CDU
- Initiative lebenswertes Strohgäu
- BUND



In den Medien finden alle Akteure Erwähnung

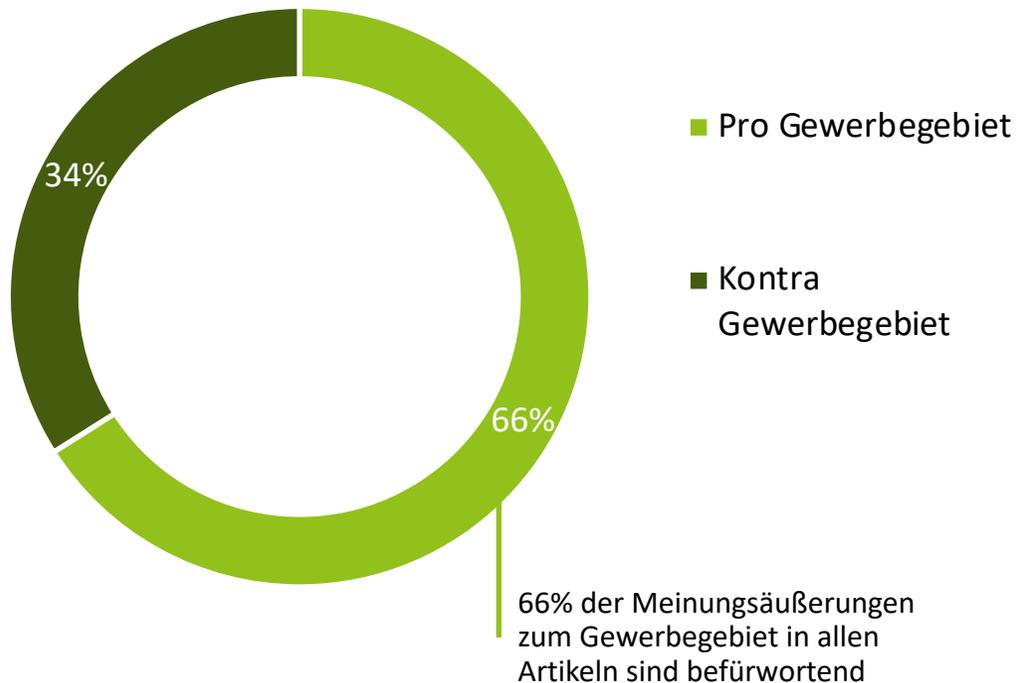


Die drei am häufigsten erwähnten Akteure sind Befürworter

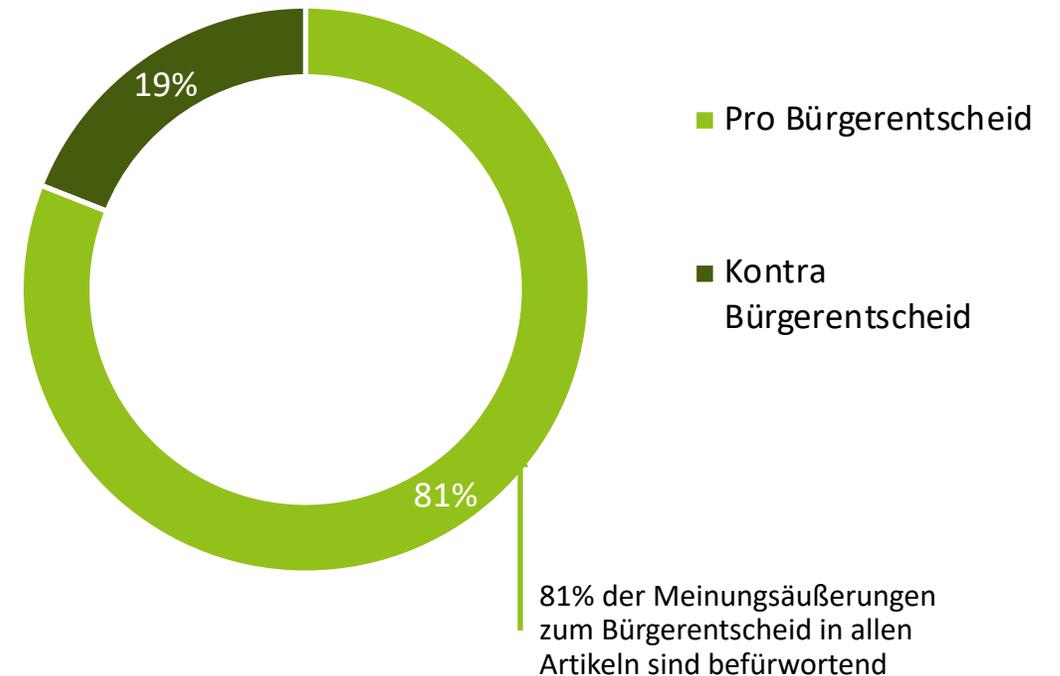


Die Befürworter und ihre Meinungen sind dominant...

Anteil Meinungsäußerungen zum Gewerbegebiet

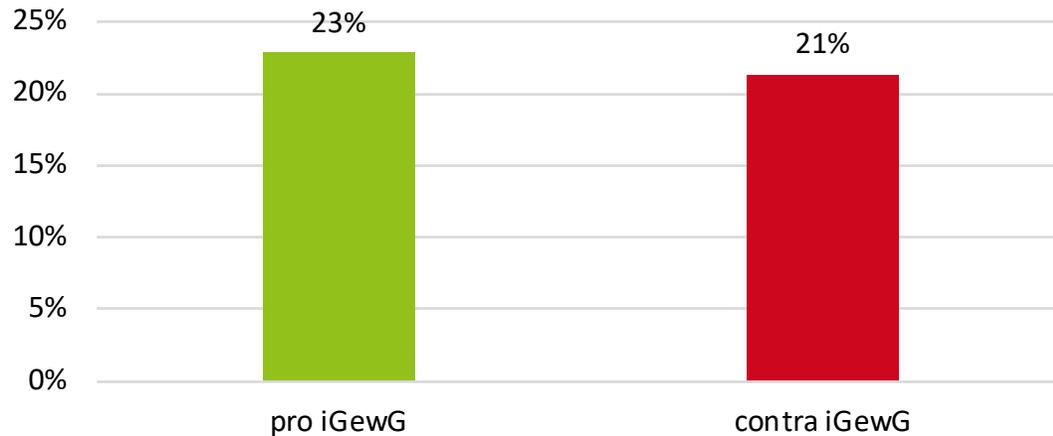


Anteil Meinungsäußerungen zum Bürgerentscheid

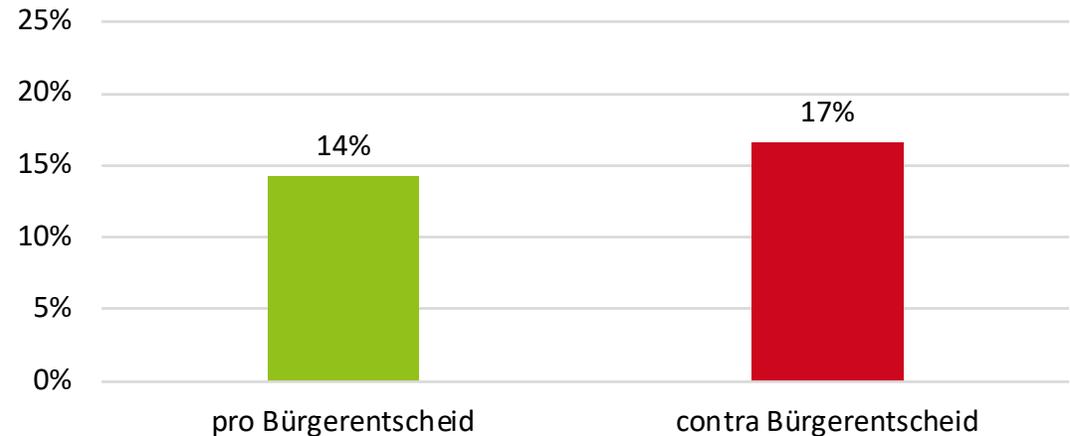


...erhalten aber insgesamt nicht mehr Platz in der Berichterstattung

Durchschnittlicher Anteil von Meinungsäußerungen pro Artikel



Durchschnittlicher Anteil von Meinungsäußerungen pro Artikel

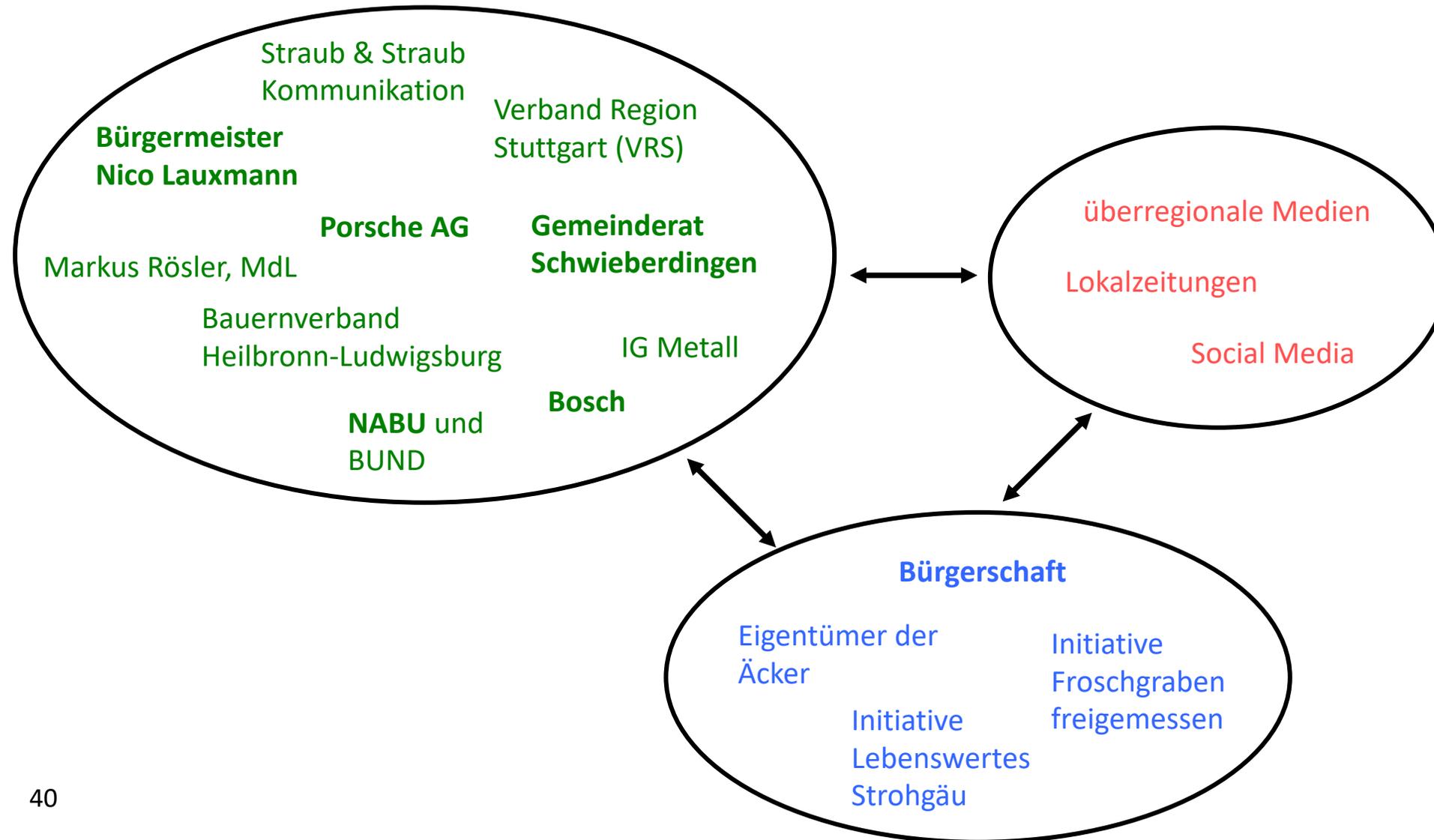


→ Die Akteure der jeweiligen Seite werden aus Sicht der Textmenge in fast gleichem Maße in den Medien gezeigt.

Vorgehensweise: Errechnet sich aus der Anzahl der Wörter, die eine Meinungsäußerung Pro/Contra Gewerbegebiet/Bürgerentscheid darstellen, geteilt durch die Gesamtzahl der Wörter des Artikels. Also: Wie groß ist der Anteil von Meinungsäußerungen der codierten Akteure Pro/Contra Gewerbegebiet/Bürgerentscheid pro Artikel? Hinweis: Zwischen den unterschiedlichen Medien ergeben sich keine gravierenden Unterschiede. Zudem sind die Fallzahlen für einen solchen Vergleich zum Teil zu gering für valide Aussagen.



Die relevanten Stakeholder nach der Untersuchung



Ergebnisse

Akteure

Themen und Argumente

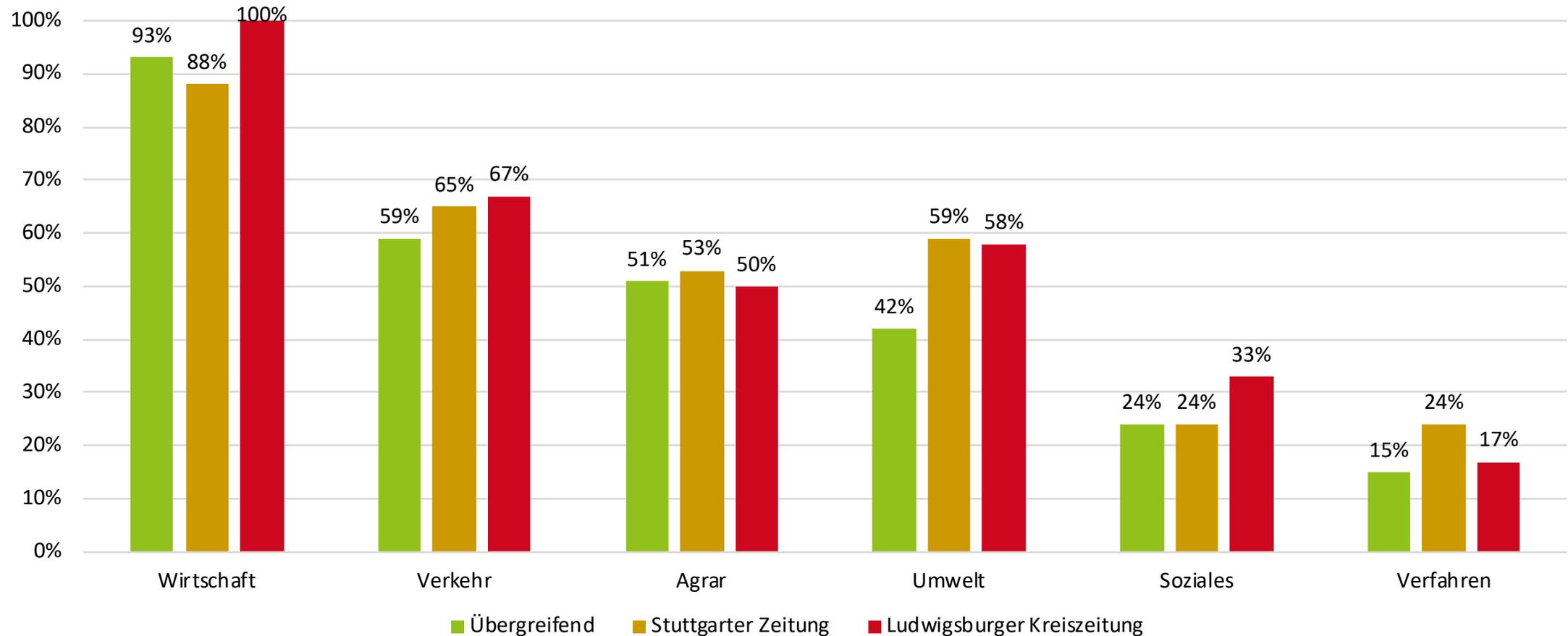
Berichterstattung

Kommunikation

Das Verfahren



In den Medien steht die Wirtschaft im Mittelpunkt



Das Argument Porsche kommt vor allem bei den Befürwortern an

Top 10 Argumente in der Wahrnehmung der Gegner

1. Es wird ein erhöhtes Verkehrsaufkommen geben.
2. Gute Ackerböden werden versiegelt.
3. Die Sorge besteht, dass Logistikzentren kommen.
4. Die Natur sollte geschützt werden.
5. Es wird ein erhöhtes Lärmaufkommen geben.
6. Man setzt einseitig auf die Automobilindustrie.
7. Die Mieten werden steigen.
8. Porsche wird sich ansiedeln.
9. Es wird Folgekosten geben.
10. Der Wirtschaftsstandort wird gesichert.

Top 10 Argumente in der Wahrnehmung der Befürworter

1. Es wird ein erhöhtes Verkehrsaufkommen geben.
2. Porsche wird sich ansiedeln.
3. Gute Ackerböden werden versiegelt.
4. Der Wirtschaftsstandort wird gesichert.
5. Es wird viele neue Arbeitsplätze geben.
6. Es werden Gewerbesteuern eingenommen.
7. Die Mieten werden steigen.
8. Die Natur sollte geschützt werden.
9. Ohne Gewerbegebiet gebe es keine Stadtbahn.
10. Es besteht die Sorge, dass Logistikzentren kommen.

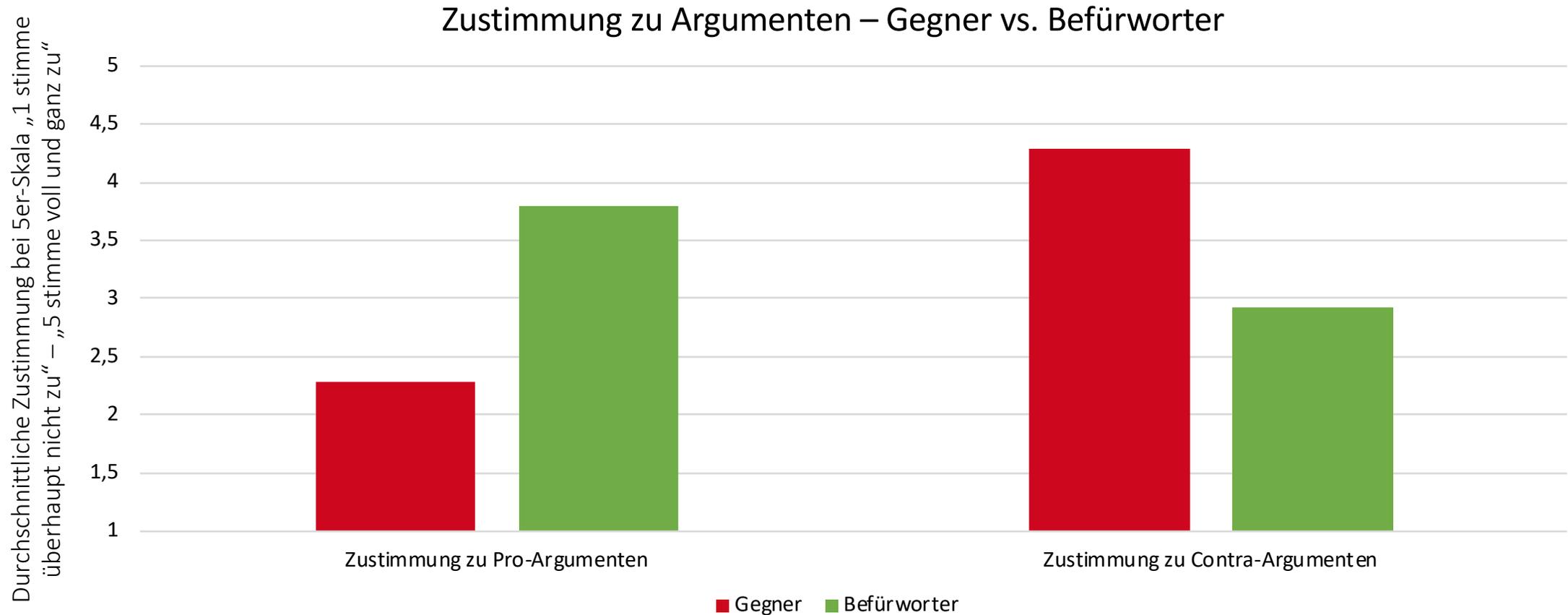
→ Bei den Gegnern liegt womöglich ein Selective-Exposure-Effekt vor. Sie nehmen überwiegend einstellungskonsonante Argumente wahr und meiden dissonante Informationen mit dem Ziel, kognitive Dissonanz zu vermeiden.



Argumente beider Seiten

Argumente für das Gewerbegebiet	Argumente gegen das Gewerbegebiet
Porsche	Erhöhtes Verkehrsaufkommen
Arbeitsplätze	Herausragende Ackerböden werden versiegelt
Wirtschaftsstandort wird langfristig gesichert	Sorge, dass sich Logistikzentren ansiedeln
Gewerbesteuereinnahmen	Keine/geringe Steuereinnahmen
Druck für Ausbau des ÖPNV erhöhen	Steigende Mietpreise
Fläche zu klein für landwirtschaftliche Nutzung	Umweltzerstörung/Naturschutz/Wasserschutz
Schwieberdingen ist kein Dorf (mehr)	Lärmbelastung
Zukunftstechnologie	Grundsätzliche Kritik am Individualverkehr und Wachstum/Klimadebatte/Einseitiges Setzen auf Autoindustrie
	Kritik am Verfahren und der Informationspolitik
	Schieneanbindung statt Anbindung an die Autobahn

Jedes Lager stimmt den eigenen Argumenten am stärksten zu



Gegner stimmen Contra-Argumenten deutlich stärker zu als Befürworter

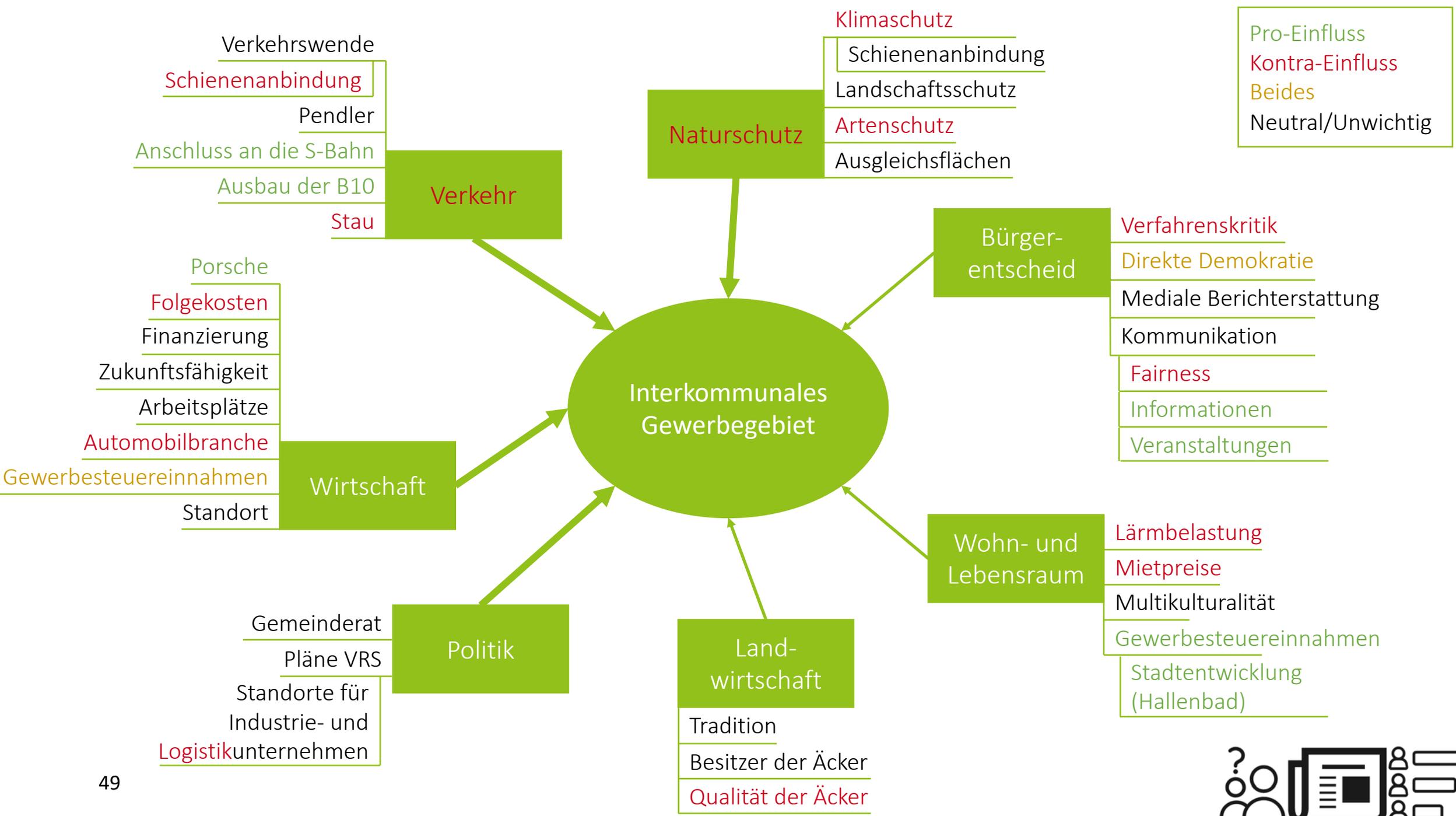
Durchschnittliche Zustimmung bei 5er-Skala „1 stimme überhaupt nicht zu“ – „5 stimme voll und ganz zu“

Zustimmung zu Contra-Argumenten – Gegner vs. Befürworter



Beeinflusst das Porsche-Argument die Einstellung?

- Hypothese: Je eher man dem Argument zustimmt, dass Porsche nach Schwierigkeiten kommt, desto eher ist man für das Gewerbegebiet.
- Es besteht ein mittlerer positiver und statistisch signifikanter Zusammenhang zwischen der Zustimmung zu dem Argument, dass Porsche nach Schwierigkeiten kommt, und der Einstellung, dass man für das Gewerbegebiet ist ($b = 0.73$, $SE = 0.07$, $p < .001$).



Pro-Einfluss
 Kontra-Einfluss
 Beides
 Neutral/Unwichtig



Ergebnisse

Akteure

Themen und Argumente

Berichterstattung

Kommunikation

Das Verfahren

Amtsblatt und Veranstaltungen sind die wichtigsten Informationsquellen

Wichtigste Informationsquellen der Gegner

1. Amtsblatt
2. Öffentliche Informationsveranstaltungen
3. Persönliche Gespräche mit Freunden/Bekannten
4. Tageszeitung
5. Flyer/Broschüren
6. Websites
7. Persönliche Gespräche mit den öffentlichen Vertretern
8. Gemeinderatssitzungen
9. Social Media

Wichtigste Informationsquellen der Befürworter

1. Amtsblatt
2. Öffentliche Informationsveranstaltungen
3. Persönliche Gespräche mit Freunden/Bekannten
4. Flyer/Broschüren
5. Tageszeitungen
6. Websites
7. Persönliche Gespräche mit den öffentlichen Vertretern
8. Gemeinderatssitzungen
9. Social Media



Höhere Bedeutung von Websites bei jungen Befragten

	15-40 Jahre	41-60 Jahre	61-84 Jahre
1.	Persönliche Gespräche mit Freunden/Bekanntem	Amtsblatt	Amtsblatt & öffentliche Informationsveranstaltungen
2.	Amtsblatt	Öffentliche Informationsveranstaltungen	Tageszeitung
3.	Websites	Persönliche Gespräche mit Freunden/Bekanntem	Persönliche Gespräche mit Freunden/Bekanntem
4.	Öffentliche Informationsveranstaltungen	Tageszeitung	Persönliche Gespräche mit den öffentlichen Vertretern
5.	Flyer/Broschüren	Flyer/Broschüren & Websites	Gemeinderatssitzungen
6.	Persönliche Gespräche mit den öffentlichen Vertretern	Persönliche Gespräche mit den öffentlichen Vertretern	Flyer/Broschüren
7.	Social Media	Gemeinderatssitzungen	Websites
8.	Tageszeitungen	Social Media	Social Media
9.	Gemeinderatssitzungen		

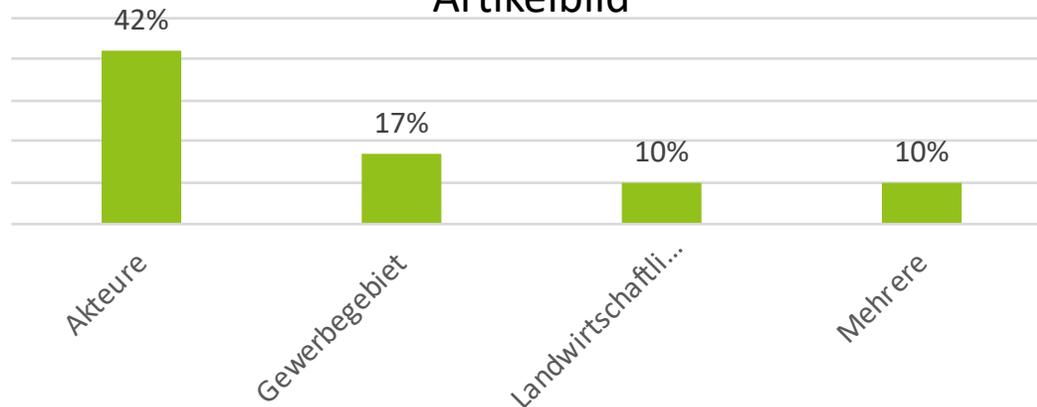


Zwei Medien, bildliche Personalisierung und Berichte dominieren

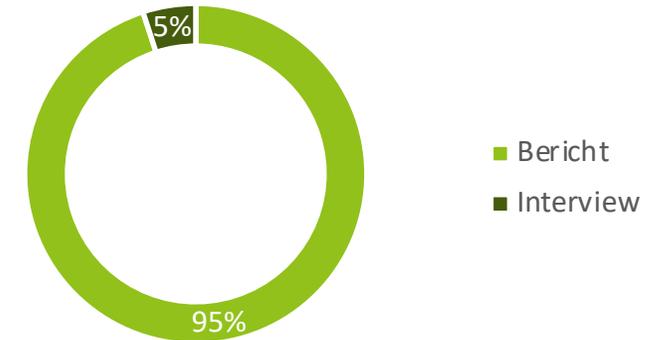
Zahl der Artikel



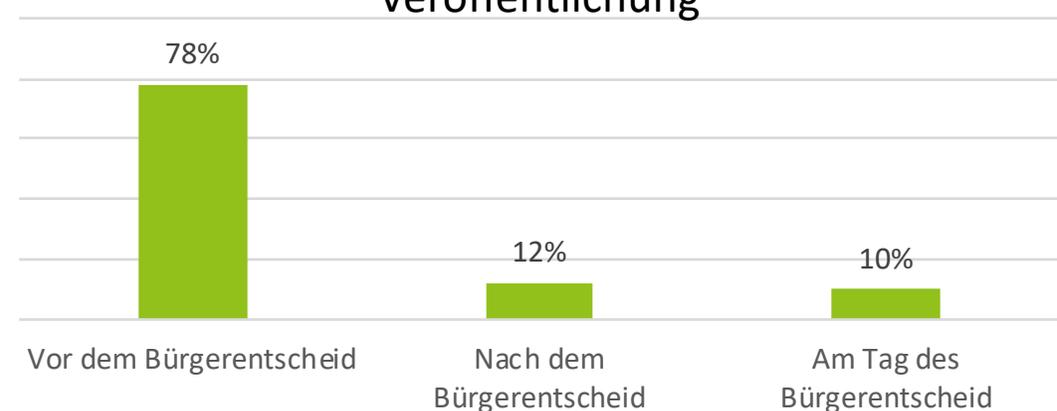
Artikelbild



Artikelart



Veröffentlichung

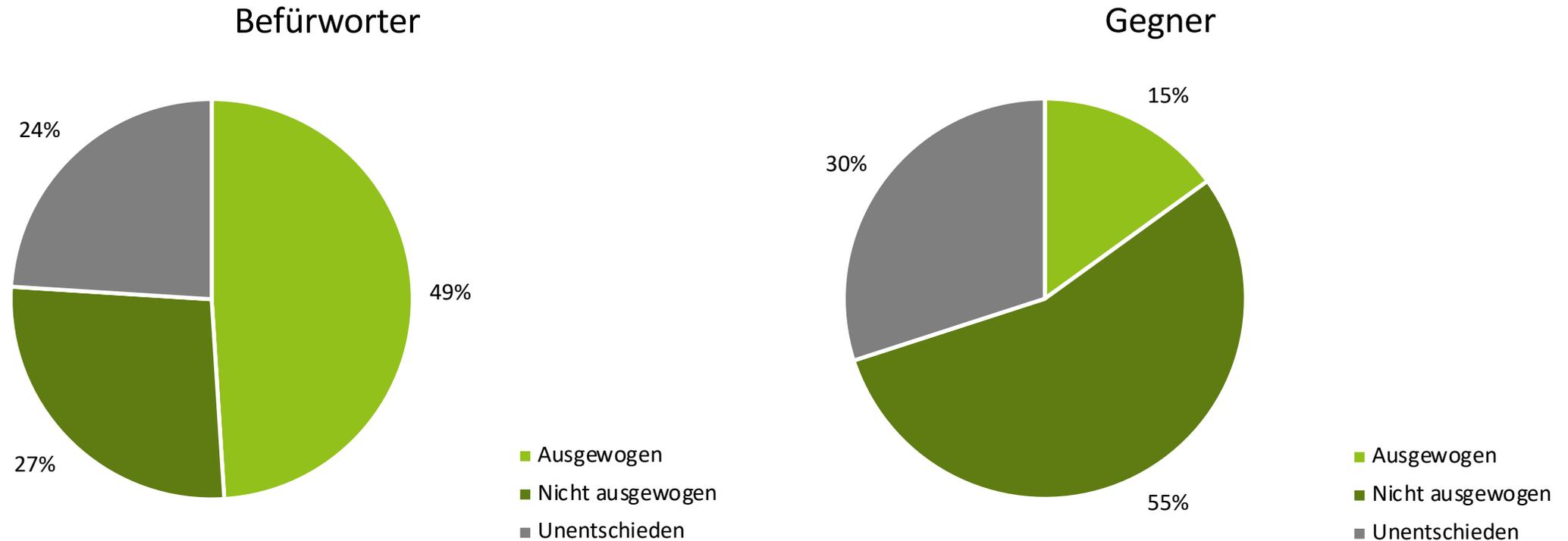


Berichterstattung: Repräsentation und Wahrnehmung

- „Wir haben uns da extreme Mühe gegeben, keine Partei zu ergreifen.“ (Binkowski, StZ)
- „Wichtig ist ja, dass man ein Thema aus vielen Blickwinkeln unter die Lupe nimmt. Immer auf die andere Seite zeigen. Daran haben wir uns gehalten - denke ich.“ (Wolf, LKZ)
- „Und die Medien haben eine gewisse Macht und deshalb kommt es immer zu Fehlinterpretationen. Ich habe mehr darüber diskutiert, dass es nicht Porsche ist.“ (Josenhans, FDP)
- „Am Anfang war die Zeitung wirklich neutral oder gegen das interkommunale Gewerbegebiet - was sie normal nicht ist.“ (Gölzer, NABU)
- „Zu Beginn berichteten die Zeitungen kritisch und am Ende war es ‚wie gewohnt‘ – Zuerst Narrenfreiheit – bis wir kurz vor dem Gewinnen standen.“ (Gölzer, NABU)
- „Die Berichte waren relativ sachlich, bis auf den Punkt Porsche.“ (Bendel, ILS)
- „Auch hier gab es in den Medien unterschiedliche Meinungen und Positionierungen. Das hat wiederum die Bevölkerungsmeinung widerspiegelt.“ (Lauxmann, Bürgermeister)
- „Bei dem ein oder anderen Artikel bin ich zusammengezuckt, auch und vor allem, wenn der Bürgerentscheid rum war. Bei einem Artikel war die Überschrift, dass Schwieberdingen für die Porsche-Ansiedlung gestimmt hat. Darüber haben wir nicht abgestimmt und da habe ich auch den Redakteur angerufen.“ (Lauxmann, Bürgermeister)
- „Vor einer der Podiumsdiskussionen hat man die Vertreter der Bürgerinitiative Lebenswertes Strohgäu "Porsche-Gegner" genannt. Das trifft nicht zu. Diese Einordnung war nicht neutral.“ (Rösler, MdL Grüne)



Befürworter empfinden Berichterstattung als ausgewogen, Gegner nicht



→ Möglicher Hostile-Media-Effekt bei den Gegnern: Sie könnten die Berichterstattung verzerrt als übermäßig feindlich gegenüber ihrem eigenen Standpunkt wahrnehmen.

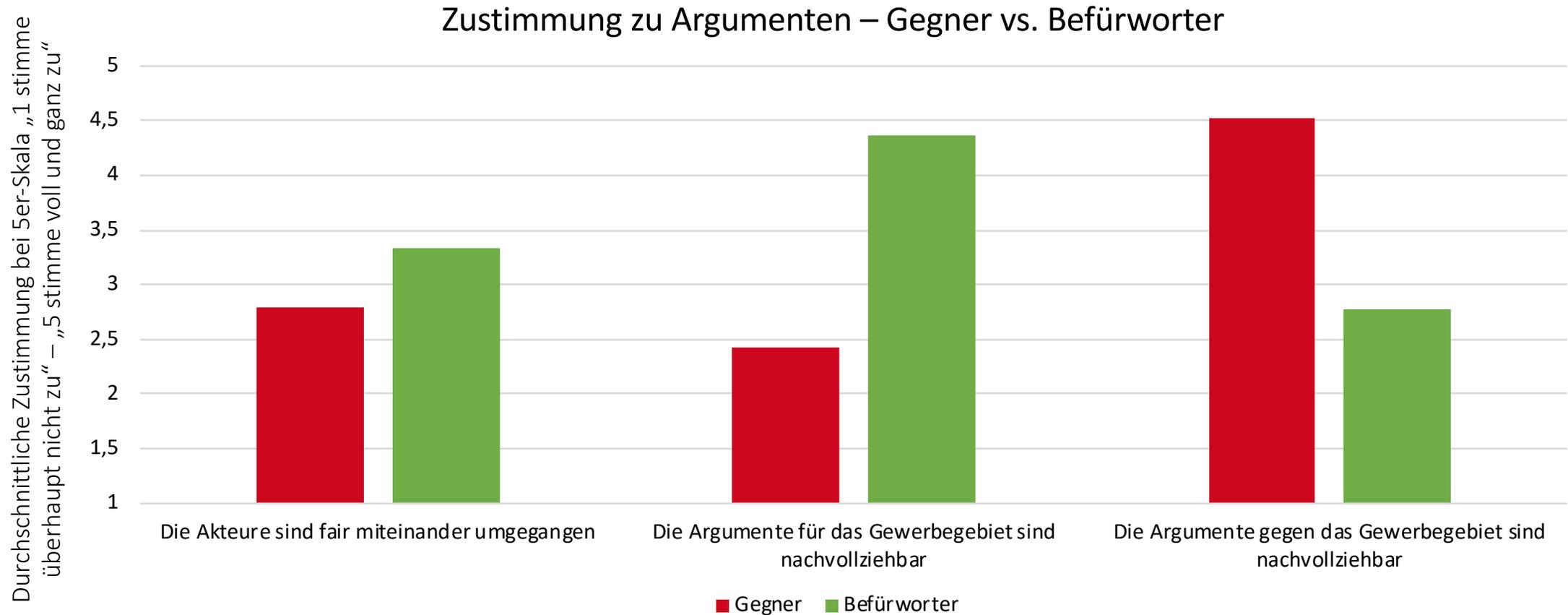


Die ungleiche Wahrnehmung der Berichterstattung im Detail

- Hypothese: Die Befürworter finden die Berichterstattung ausgewogener als die Gegner.
- Der Vergleich zeigt, dass die Befürworter (MW = 3,33; SD = 1,2) die Berichterstattung ausgewogener finden als die Gegner (MW = 2,33; SD = 1,11). Die Differenz ist statistisch signifikant ($t_{\text{kor}}(142) = -5,42$; $p < .001$) und beträgt einen Skalenpunkt auf einer fünfstufigen Skala. Die Hypothese kann also vorläufig beibehalten werden.



Umgang weder besonders fair noch unfair



Gegner finden Umgang der Akteure miteinander unfairer

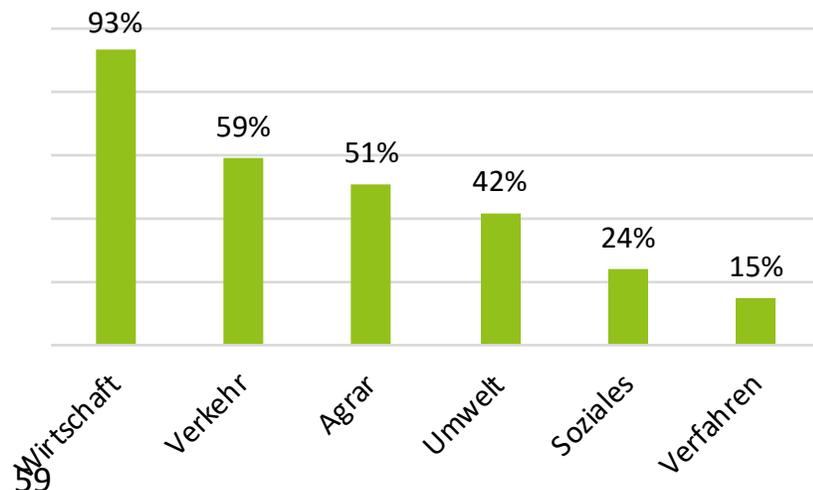
- Hypothese: Die Gegner finden den Umgang der Akteure miteinander unfairer als die Befürworter.
- Der Vergleich zeigt, dass die Gegner (MW = 2,8; SD = 1,12) den Umgang der Akteure miteinander unfairer finden als die Befürworter (MW = 3,34; SD = 1,02). Die Differenz ist statistisch signifikant ($t_{\text{korrr}}(153) = -3,15; p < .005$) und beträgt etwa einen halben Skalenpunkt auf einer fünfstufigen Skala. Die Hypothese kann also vorläufig beibehalten werden.



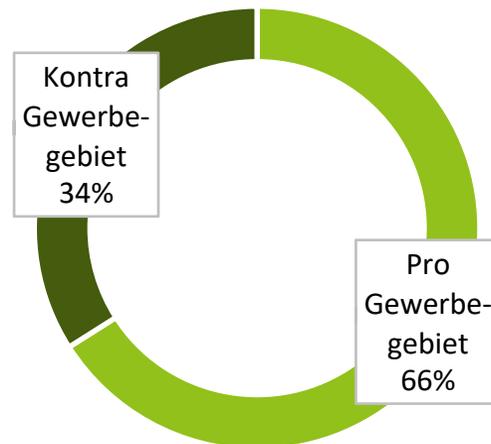
Berichterstattung spielt tendenziell den Befürwortern in die Karten

- Thema Wirtschaft dominiert (so viel behandelt wie Agrar und Umwelt zusammen)
- Es gibt mehr Nennungen von Pro-Akteuren – Porsche sticht heraus
- Es werden mehr Meinungsäußerungen von Pro-Akteuren zitiert
- Insbesondere Bürgermeister Lauxmann bestimmt den Diskurs

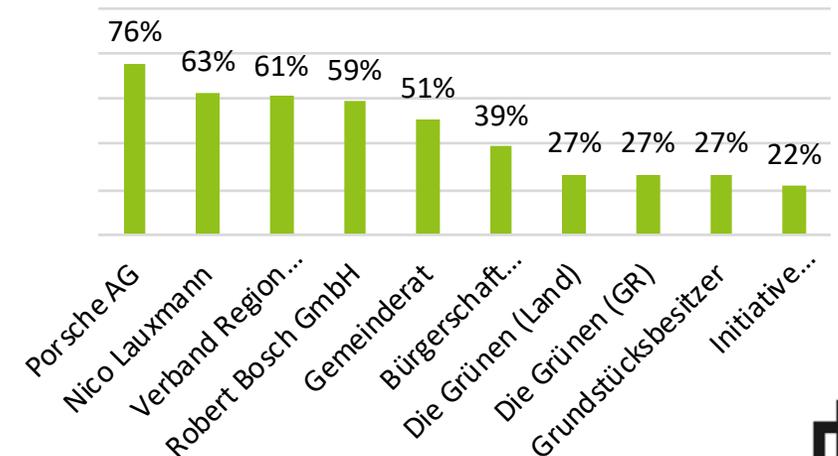
Themen der Berichterstattung



Anteil Meinungsäußerungen



Akteure in der Berichterstattung



Ergebnisse

Akteure

Themen und Argumente

Berichterstattung

Kommunikation

Das Verfahren

Strategische Kommunikation: Relevante Akteure

Rathaus

- Verwaltung
- Vom Gemeinderat engagierte Agentur für die Kommunikation des Bürgerentscheids: Straub & Straub

Befürworter

- Bürgermeister Nico Lauxmann
- Initiative „Pro-Gewerbegebiet“ (Zusammenschluss der Gemeinderatsfraktionen CDU, FW, FDP und SPD)

Gegner

- Initiative Lebenswertes Strohgäu
- Markus Rösler, MdL für die Grünen
- NABU Schwieberdingen-Hemmingen
- Gemeinderatsfraktion ABG
- Gemeinderatsfraktion Grüne



Strategische Kommunikation: Wie das Rathaus kommuniziert hat

Hinter der Kommunikation stand ein Konzept der Agentur Straub & Straub mit genehmigtem Sonderbudget des Gemeinderats. Die Maßnahmen wurden mit dem Gemeinderat abgestimmt:

- Flyer (Positionen der Fraktionen)
- Bürgerversammlungen
- Zusätzliche Informationsveranstaltungen
- Artikelreihe im Amtsblatt „Fragen zum Thema“
- Schwerpunkt auf der Homepage (mit FAQ)
- Pressemitteilungen
- Interviews mit dem Bürgermeister Lauxmann

→ Selbsteinschätzung: An der Kommunikation muss man im nachhinein nichts verändern; die Kommunikation war „rund, ausgeglichen und wertneutral“ (Nico Lauxmann)



Strategische Kommunikation: Wie für das Gewerbegebiet kommuniziert wurde

Zusammenschluss der Gemeinderatsfraktionen in einer Initiative - zum ersten Mal:

- Gemeinsames Budget
- Einheitliche Sprachregelung

Kommunikationsmittel der Initiative:

- Homepage (mit Unterstützerschreiben des Grafen)
- Plakate
- Flyer
- Infostände am Wochenmarkt

→ Selbsteinschätzung: „Jetzt hat man das Ding gewonnen - da machst du dir weniger Gedanken darüber, was man hätte anders machen können. Abgehakt.“
(Markus Josenhans)



Strategische Kommunikation: Wie gegen das Gewerbegebiet kommuniziert wurde

NABU

- Diskussionsveranstaltung (paritätisch besetzt)

Bürgerinitiative

- PowerPoint-Präsentation als Film (auf YouTube)

Zusammenarbeit von Grünen (Rösler), NABU und der Initiative LS

- Mitarbeit von Rösler in der Initiative
- Flyer (von den Grünen für Initiative erstellt)

Zusammenarbeit Initiative LS und ABG

- Fehldruck Flyer (geschwärzte Felder) - wurde trotzdem verteilt
- Selbsteinschätzung: Mehr Tür-zu-Tür-Wahlkampf - gegen fehlende/falsche Informationen
- Selbsteinschätzung: „Die Initiative wurde kurz vor dem Bürgerentscheid gegründet. Die Zeit war aber zu knapp, um etwas auf die Beine zu stellen.“ (Karl Bendel)



Strategische Kommunikation: Zentrale Begriffe der Gegner



Quellen: Informationsbroschüre zum Bürgerentscheid (Stellungnahmen der Gegner), Berichte, Stellungnahmen und Informationsflyer von NABU, Initiative LS und ABG



Strategische Kommunikation: Zentrale Begriffe der Befürworter



Quellen: Informationsbroschüre zum Bürgerentscheid (Stellungnahmen der Befürworter), Umweltbericht Verband Region Stuttgart, Rede Nico Lauxmann



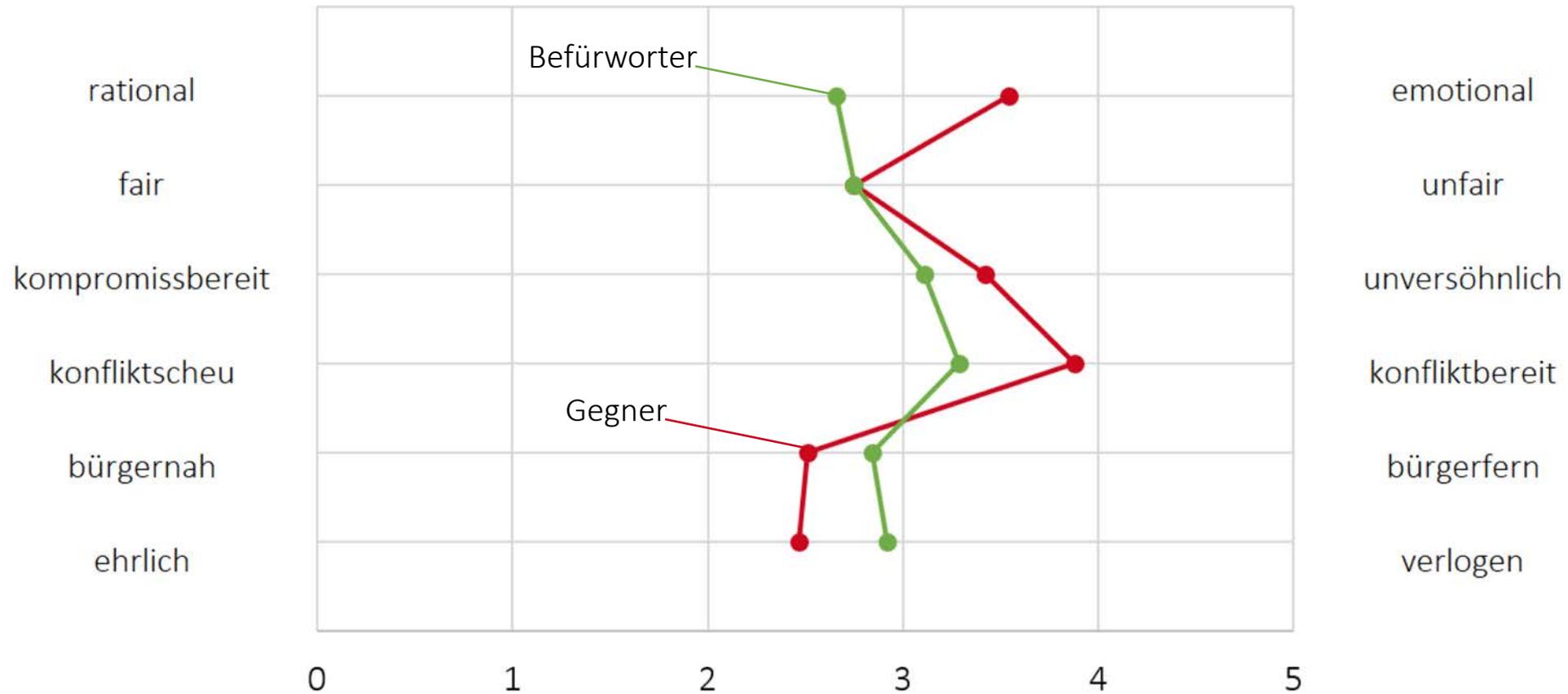
Strategische Kommunikation: Zentrale Begriffe des Rathauses



Quellen: Informationsbroschüre zum Bürgerentscheid (Infoteil), Sitzungsprotokoll Gemeinderat, Themenseite Amtsblatt

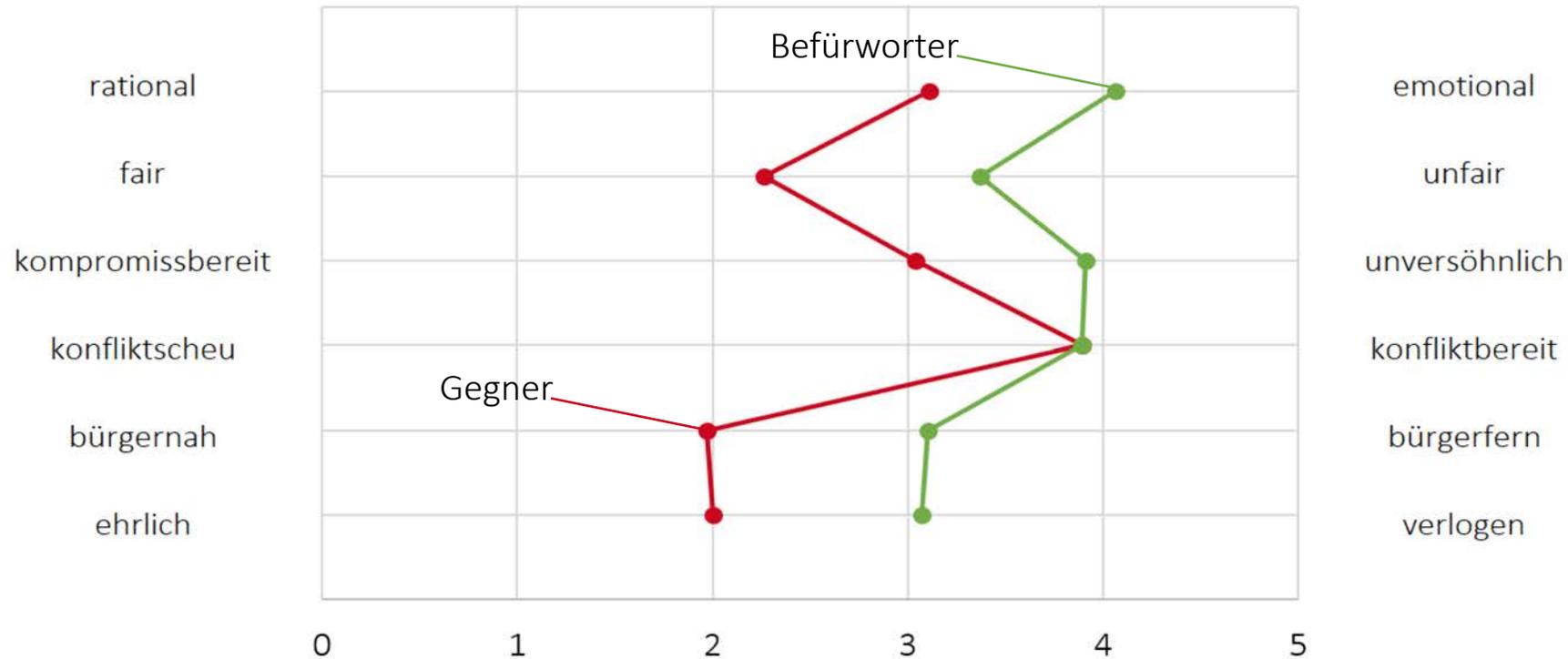


Bewertung der Kommunikation: Gegner emotionaler, Befürworter bürgerferner



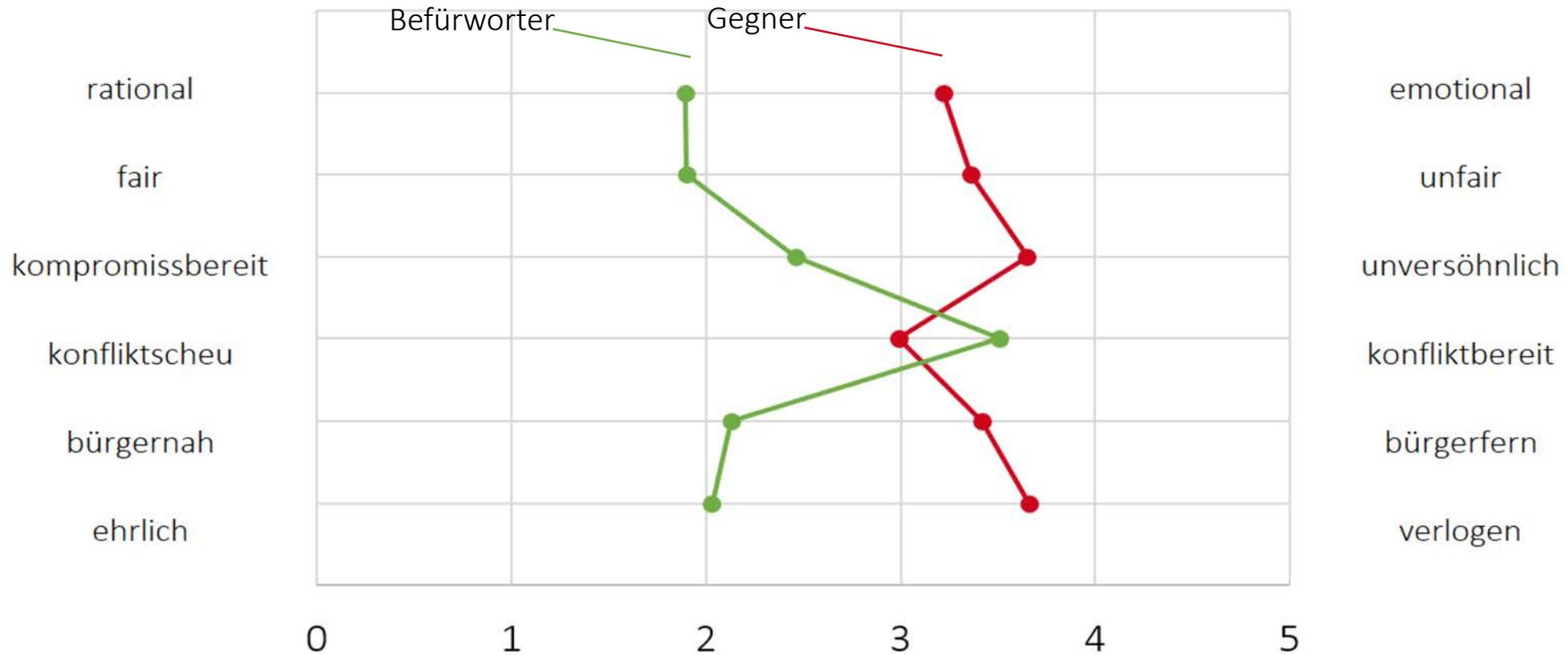
Befürworter bewerten Kommunikation der Gegner negativer

Bewertung der Kommunikation durch die Befürworter des iGewG



Gegner bewerten Kommunikation der Befürworter negativer

Bewertung der Kommunikation durch die Gegner des iGewG



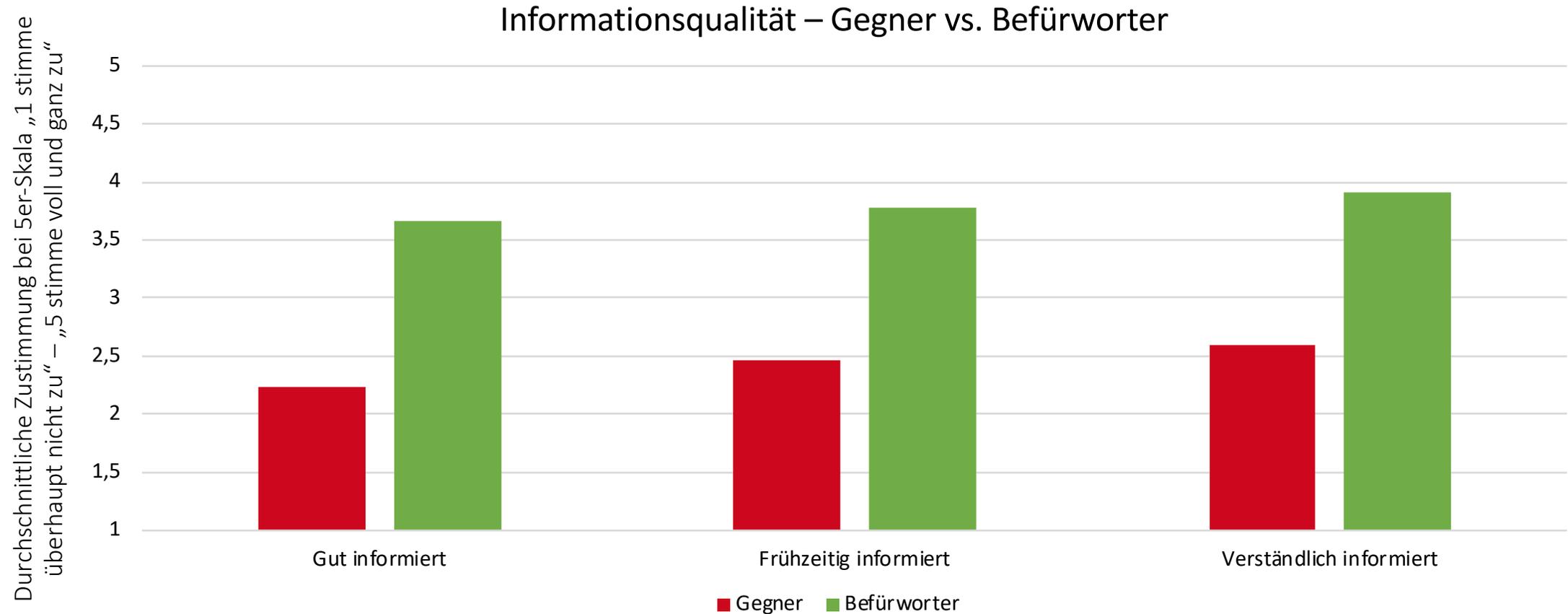
Bürger erwarten verständliche Kommunikation bei Infrastrukturprojekten

VDI-Richtlinien

1. Verständliche Kommunikation
2. Umfassende Klärung der Fakten
3. Aufgeschlossene und wertschätzende Grundhaltung
4. Professionelle Prozessgestaltung für Fairness und Transparenz
5. Klare Rahmenbedingungen
6. Frühzeitige Einbeziehung der Bürger
7. Einbeziehung von unterschiedlichen Interessen
8. Vielfalt der benutzten Beteiligungs- und Kommunikationsinstrumente



Befürworter finden Information vom Bürgermeister/ Gemeinderat verständlicher, frühzeitiger und besser



Befürworter fühlen sich vom Bürgermeister/ Gemeinderat besser informiert als die Gegner

Hypothese: Die Befürworter fühlen sich vom Bürgermeister/Gemeinderat besser, frühzeitiger und verständlicher informiert als die Gegner.

	Gegner	Befürworter	Signifikanz
Gute Information	MW = 2,24 SD = 1,1	MW = 3,67 SD = 1,15	tkorr(145) = -7,97; p < .001
Frühzeitige Information	MW = 2,46 SD = 1,33	MW = 3,79 SD = 1,17	tkorr(156) = -6,72; p < .001
Verständliche Information	MW = 2,59 SD = 1,08	MW = 3,91 SD = 1,13	tkorr(145) = -7,53; p < .001



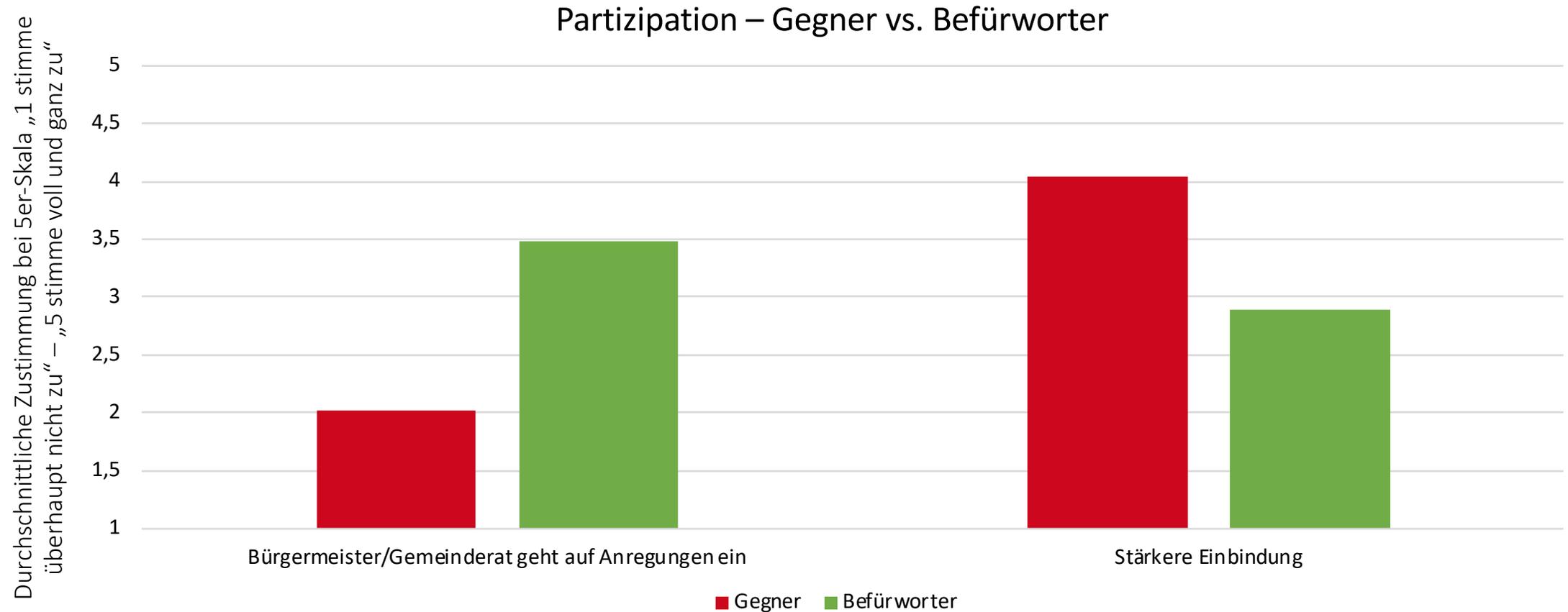
Stimmen der Bürger zur Information

„Umfassende Informationen aus verschiedenen Bereichen mit professionellem Hintergrund.“

„Frühzeitige, transparente Kommunikation.“

„Gezielte Desinformation des Bürgermeisters, absolut inakzeptabel.“

Gegner wünschen sich stärkere Einbindung



Framing-Analyse: Befürworter sehen Chancen, Gegner den Klimawandel

„Aktuell bringt sich nun ein großes Weltunternehmen ins Spiel. Wir möchten hierzu bewusst darauf hinweisen, sich nicht von dem wohlklingenden Firmennamen davon ablenken zu lassen.“



„Eine Sünde gegenüber der Natur, eine Sünde gegenüber nachfolgenden Generationen!“



„Die Entwicklung geht Richtung Shanghai, wo jeder nur noch mit Atemmaske aus dem Haus kann. Man kann sich auch weiterentwickeln, ohne dass die letzten Stücke der Natur vernichtet werden.“



Framing-Analyse: Befürworter sehen Chancen, Gegner den Klimawandel

„Schwieberdingen kann ein Zentrum der E-Mobilität werden!“

„Eine Festigung unseres Wirtschaftsstandortes.“



„Dies sehen wir als große und möglicherweise einmalige Chance für unsere Gemeinde!“



„Logistikunternehmen gehören an Standorte mit Gleisanschluss. Nur so können die Klimaziele erreicht werden.“



Framing-Analyse: Befürworter sehen Chancen, Gegner den Klimawandel

„Unsere Vision von „Schwieberdingen 2025“.“



„Dafür sorgen, dass Industrie 4.0 auch bei uns ein Zuhause findet.“



„Um für nachfolgende Generationen die Möglichkeit zu schaffen, die wirtschaftliche Entwicklung von Schwieberdingen weiterhin positiv gestalten zu können.“



Überblick Framing-Analyse: Auffälligkeiten

ABG: Anknüpfung an Masterframes: Fridays for Future und Klimawandel; teilweise Übernahme der Dringlichkeit signalisierenden Sprache, Vermeidung des Namens 'Porsche' und Nutzung von Alternativbegriffen, um Assoziationen beim Rezipienten zu vermeiden.

ILS: Häufiges Anspielen auf Ängste und Befürchtungen; oft in bildhafter Sprache (z.B. „Gewerbesteuer als goldenes Kalb?“ oder „VW reißt Loch in die Stadtkasse“), Formulierung der eigenen Position in einfach zu skandierenden Ausrufungssätzen (z.B. „Kein Wachstum um jeden Preis!“ oder „Der Schiene gehört die Zukunft!“); Ansetzen an Masterframe Klimawandel.

NABU: Starkes Framing: Anknüpfen an Masterframes Klimawandel und Nachhaltigkeit. Außerdem Zeichnen von Extrembildern: „Die Entwicklung geht in Richtung ‚Shanghai‘, wo jeder nur noch mit Atemmaske aus dem Haus kann.“

Rathaus: Ähnliche Frames, wie sie auch in der Medienberichterstattung zu beobachten sind: Nachhaltige Wirtschaftsentwicklung, viel Porsche, Elektromobilität, Historische/Zukunftsträchtige Entscheidung und Notwendigkeit der Entscheidung, Versuch des Bürgermeisters, den Bürgerentscheid als losgelöst vom Interessenten darzustellen, gleichzeitig aber offene Kommunikation des Namens Porsche.

SPD: Framing als Chance, nicht als Risiko.

Grüne: Framing in Hinblick auf unzureichende Verkehrs- und Wirtschaftspolitik; Anschluss an Masterframe Klimaschutz.

CDU: Framing als Chance, nicht als Risiko.

FDP: Framing als zukunftsgerichtete Maßnahme der Kommune (nachhaltige Wirtschaft).

Freie Wähler: Framing als Modernisierung.

VRS, Gemeinderat, Amtsblatt: Keine Auffälligkeiten.



Ergebnisse

Akteure

Themen und Argumente

Berichterstattung

Kommunikation

Das Verfahren

Sichtweisen auf das Verfahren

Taktisches Mittel

- Taktische Gründe
- Verfahrensgründe

82-88

Positiv-Beispiel für Bürgerbeteiligung

- Lohnenswertes Wagnis
- Umfassende Information der Bürger

89-96

Negativ-Beispiel für Bürgerbeteiligung

- Zeitfenster
- Unausgeglichene Information der Bürger
- Porsche (zunächst) im Fokus

97-109

Rechtliche Debatten

- Entscheidungsrahmen kommissarischer Gemeinderat
- Zeitfrist von 4 Monaten?

110-115



„Das war mutig und clever.“

Rafael Binkowski, Redakteur der Stuttgarter Zeitung



> Sichtweise 1

„Das war mutig und clever.“

Ein taktisches Mittel

Rafael Binkowski, Redakteur der Stuttgarter Zeitung



Warum war das Verfahren ein taktisches Mittel?

Taktische Gründe

- Vorwissen und Vorbereitungszeit des Bürgermeisters
- Mögliche Opposition „überrumpeln“
- Reduzierte Regularien bei einem Bürgerentscheid durch Ratsbegehren
- Größere Kontrolle über den Lauf der Ereignisse
- Positiv-Formulierung der Abstimmungsfrage
- Porsche als starkes Argument

Verfahrensgründe

- Entscheidung relativ schnell treffen
- Größere Ergebnisakzeptanz ermöglichen
- Jahrelangen Streit im Ort verhindern



Taktische Gründe

Vorwissen und Vorbereitung des Bürgermeisters

- Der Bürgermeister wusste schon ein halbes Jahr vor Vorschlag des Entscheids von der Porsche-Anfrage
- Die Debatte über Gewerbegebiete im Raum Ludwigsburg hat sogar schon vor seiner Amtszeit angefangen

Kommende Opposition überrumpeln

- Ein „klassischer“ Bürgerentscheid folgt meist auf ein Bürgerbegehren, das eine Bürgerinitiative einreicht
- Solche Initiativen werden durch ihre monatelange Vorarbeit kampagnenfähig
- In Schwieberdingen musste sich eine Opposition erst finden



Taktische Gründe

Reduzierte Regularien bei einem Bürgerentscheid durch Ratsbegehren

- Bei einem Bürgerentscheid durch Ratsbegehren ist eine ausgeglichene Broschüre nicht vorgeschrieben

Größere Kontrolle über den Lauf der Ereignisse

- Der Bürgermeister handelt proaktiv, anstatt auf eine Initiative reagieren zu müssen



Taktische Gründe

Positiv-Formulierung der Abstimmungsfrage

- Stimmt man mit „Ja“ ab, stimmt man auch *für* das Gewerbegebiet
- Der Vorschlag für die Fragestellung muss nicht kassatorisch formuliert werden

Porsche als starkes Argument

- In Schwieberdingen wird ein erweitertes Gewerbegebiet schon lange kontrovers diskutiert
- Die konkrete Anfrage von Porsche ist daher ein starkes Pro-Argument im Wahlkampf



Verfahrensgründe

Entscheidung relativ schnell treffen

- Mit dem Entscheid ist der Entscheidungsprozess nach vier Monaten beendet

Größere Ergebnisakzeptanz ermöglichen

- Indem alle über das Gewerbegebiet abstimmen, sollte danach Klarheit im Ort herrschen

Jahrelangen Streit im Ort verhindern

- Statt verhärteter Fronten und langer Verfahren soll durch den Entscheid Frieden in Schwieberdingen ermöglicht werden



„Der Weg war richtig.“

Nico Lauxmann, Bürgermeister von Schwieberdingen



> Sichtweise 2

„Der Weg war richtig.“

Positiv-Beispiel für Bürgerbeteiligung

Nico Lauxmann, Bürgermeister von Schwieberdingen



Warum ein Positiv-Beispiel für Beteiligung?

These 1:

Der Entscheid war ein lohnenswertes Wagnis

- Es war von Anfang an unklar, ob der Entscheid Erfolg haben würde
- Der Gemeinderat muss bereit sein, ureigene Kompetenzen abzugeben
- Vorbilder für einen solchen Prozess sind kaum vorhanden
- Schlussendlich gab es eine große Ergebnisakzeptanz im Ort
- Ein jahrelanger Streit mit einer möglichen Spaltung wurde verhindert
- Das Verfahren dient anderen Gemeinden als Orientierung

These 2:

Die Bürger wurden umfassend informiert

- Es wurde ein umfassendes Kommunikationskonzept erstellt. Dafür stellte der Gemeinderat ein eigenes Sonderbudget bereit
- Das Verfahren ging deutlich über die gesetzlichen Anforderungen hinaus: zusätzliche Veranstaltungen und Formate, Artikelreihen etc.
- Die Kommunikation der Verwaltung wurde vom Gemeinderat abgesegnet
- Es gab weitere Veranstaltungen der Gegenseite und der Medien



Ein lohnenswertes Wagnis

Unklarer Erfolg

- Am Entscheid hing die möglicherweise größte Unternehmensansiedlung seit Bosch. Der Bürgermeister ging ein hohes persönliches Risiko ein, als er den Gemeinderat darum bat, die Verantwortung an die Bürger weiterzugeben

Eine Entscheidungskompetenz des Gemeinderats

- Der Gemeinderat ist das Hauptorgan einer Gemeinde. Die Gefahr existiert, dass es den Gemeinderat beschädigt, wenn er eine ureigene Kompetenz abgibt. Das gilt insbesondere, wenn man ihn von außen unter Druck setzen würde
- Es gab viele kritische Stimmen aus der Bevölkerung, den Medien und dem Gemeinderat selbst dazu, dass dieser einen Entscheid initiierte



Ein lohnenswertes Wagnis

Fehlende Vorbilder, großer Aufwand

- Es gibt wenige Vorbilder, an denen sich Schwierigkeiten orientieren konnte
- Für eine kleine Gemeinde wie Schwierigkeiten bedeutet dieser Entscheid eine hohe Belastung für die Verwaltung, sowohl für die Abläufe, die Kommunikation als auch zu den rechtlichen Fragen

Große Ergebnisakzeptanz

- Auch wenn es Streitigkeiten über das Verfahren gibt, so wird das Ergebnis doch von einer breiten Mehrheit auf beiden Seiten akzeptiert
- Andere Gemeinden zeigen, dass ohne einen solchen Entscheid bei vergleichbar bedeutsamen Themen das Ergebnis oft noch über Jahre angefochten wird



Ein lohnenswertes Wagnis

Mögliche Spaltung verhindert

- Indem die Entscheidung in weniger als einer Jahreshälfte abgehandelt wurde, verhärteten sich die Fronten nicht; weiterer Faktor: gute Wahlbeteiligung (54%)
- Beide Seiten wurden mehrheitlich als fair wahrgenommen und auch die Stimmung im Ort wird als unverändert eingeschätzt

Orientierung für andere Gemeinden

- Schwieberdingen hat eine Referenz für Bürgerentscheide geschaffen, die vom Gemeinderat initiiert werden. Andere Gemeinden könnten sich daran orientieren
- Ähnliche Entscheide werden bereits von anderen Gemeinden ins Auge gefasst



Umfassende Informationen

Ein Kommunikationskonzept für den Bürgerentscheid

- Für die Kommunikation wurde ein eigenes Kommunikationskonzept in Auftrag gegeben, das von der Agentur Straub & Straub erstellt wurde
- Ziel des Konzepts war es, die Bürger zu informieren
- Für das Konzept und die Kommunikation stellte der Gemeinderat ein eigenes Sonderbudget bereit

Rücksprache mit dem Gemeinderat

- Die Verwaltung handelte nicht eigenmächtig, sondern ließ die Kommunikationsmaßnahmen vom Gemeinderat absegnen und anpassen



Umfassende Informationen

Deutlich über den gesetzlichen Anforderungen

- Laut Gesetz musste die Verwaltung für den Entscheid zwei Dinge organisieren: eine Broschüre und eine Bürgerversammlung
- Das Kommunikationskonzept ging deutlich darüber hinaus, unter anderem gab es mehrere Bürgerversammlungen, zusätzliche Veranstaltungen, neue Formate wie Sprechstunden mit Experten, eine Artikelreihe in einer Sonderausgabe des Amtsblattes für alle Haushalte, einen Schwerpunkt auf der Homepage etc.

Weitere Veranstaltungen

- Die Gegenseite und die Medien organisierten weitere Diskussionsveranstaltungen zum Thema. Die Besetzung auf dem Podium war ausgeglichen



„Das war die abgespeckte Form eines Entscheids.“

Thomas Gölzer, Initiative Lebenswertes Strohgäu



> Sichtweise 3

„Das war die kastrierte Form eines Entscheids.“

Negativ-Beispiel für Beteiligung

Thomas Gölzer, Initiative Lebenswertes Strohgäu



Warum ein Negativ-Beispiel für Beteiligung?

These 1:

Der zeitliche Rahmen war zu klein.

- Der Entscheid wurde in unter vier Monaten durchgeführt. Währenddessen gab es kleinere Ferien und einen Kommunalwahlkampf
- Die Gegenseite konnte sich erst spät formieren, die Bürgerinitiative gründete sich erst wenige Wochen vor dem Entscheid

These 2:

Es wurde nicht ausgeglichen informiert.

- Erste Veranstaltungen zum Thema fanden ohne nennenswerte Präsenz der Gegenseite statt
- Als ausgeglichen galt, wenn alle GR-Fraktionen zu Wort kamen, was eine 4:2- statt 1:1-Verteilung bedeutete – auch in der Broschüre

These 3:

Porsche stand zu stark im Vordergrund.

- Vor dem Votum über den Entscheid wurden die Themen Porsche und Gewerbegebiet nur wenig getrennt
- Porsche dominierte als Thema den Wahlkampf und war eine Projektionsfläche für diverse Wünsche (Schwimmbad, S-Bahn)



Zeitlicher Rahmen

Hoher zeitlicher Druck

- Der Entscheid wurde nach der Ankündigung in zwölf Wochen durchgeführt. Davon überschritten sich vier Wochen mit dem Kommunal- und Europawahlkampf und zwei mit den Pfingstferien
- Der Gegenseite blieb wenig Zeit, um sich zu formieren. Eine Bürgerinitiative gründete sich erst sieben Wochen vor der Wahl



Ausgeglichenheit

Einseitige Informationen zu Beginn

- Als die Verwaltung das Projekt den Bürgern zum ersten Mal vorstellte, waren auf der Bühne ausschließlich Befürworter. Zur zweiten Informationsveranstaltung wurde für die Gegenseite ausschließlich der BUND-Kreisvorsitzende eingeladen. Da die Veranstaltung tagsüber stattfand, musste er absagen. Der einzige anerkannte Umweltverband im Ort, der NABU, wurde nicht gefragt
- Spätere Veranstaltungen waren ausgeglichen. Das galt insbesondere, nachdem der Gemeinderat für den Bürgerentscheid gestimmt hatte



Ausgeglichenheit

Was ist ausgeglichen? 4:2 oder 1:1?

- Ausgeglichenheit orientierte sich in Schwieberdingen an den Fraktionen im Gemeinderat (4 dafür, 2 dagegen) und nicht am Stimmzettel (dafür oder dagegen). Informationsmaterial der Verwaltung, auch die Broschüre, ließ den Fraktionen gleich viel Platz und verteilte damit 4:2. Damit bevorteilte das Material in der Regel die Befürworter



Die Porsche-Anfrage

Porsche oder Gewerbegebiet?

- In der Öffentlichkeit und in den Medien wurden das Gewerbegebiet und Porsche eng miteinander verknüpft, obwohl gar nicht über Porsche abgestimmt wurde
- Die Anfrage von Porsche zu erwähnen, war unumgänglich, denn über eine Erweiterung des Gewerbegebietes wird seit vielen Jahren diskutiert. Zentrale Frage war immer: Wer kommt?

Mangelnde Abgrenzung

- Gerade zu Beginn wurden das Gewerbegebiet und Porsche nicht getrennt debattiert, sondern eher verknüpft
- Erst später wurde die Trennung deutlicher gemacht



Erste Pressemitteilung am 3. April 2019

„Gemeinde Schwieberdingen: Bürger sollen über Regionalen Gewerbeschwerpunkt entscheiden“

SCHWIEBERDINGEN

PRESSEMITTEILUNG
Gemeinde Schwieberdingen: Bürger sollen über Regionalen Gewerbeschwerpunkt entscheiden

- Bürgermeister Nico Lauxmann schlägt Bürgerentscheid für 14. Juli 2019 vor
- Konkrete Anfrage für Porsche Projekt
- Schwieberdingen kann ein Zentrum für E-Mobilität werden

Schwieberdingen, 3. April 2019

Der Gemeinde Schwieberdingen liegt eine konkrete Anfrage der Porsche AG zum Aufbau eines Porsche Industrie-Quartiers vor. Auf einer bislang landwirtschaftlich genutzten Fläche nordöstlich des bestehenden BOSCH-Areals könnte die Produktionsversorgung und Vorproduktion für E-Fahrzeuge der Firma Porsche entstehen. Das Gebiet ist im Regionalplan des Verbands Region Stuttgart seit dem Jahr 2016 als künftiger Regionaler Gewerbeschwerpunkt festgeschrieben.

Der Gemeinderat hat die Gemeindeverwaltung im November 2018 beauftragt, in Verhandlungen mit der Fa. Porsche AG einzutreten. Die Mehrheit des Gemeinderates und die Gemeindeverwaltung unterstützen nach gemeinsamen Beratungen die Anfrage von Porsche. Das Unternehmen sieht im Zusammenhang mit dem Ausbau der Fertigungskapazitäten für die Elektromobilität die Notwendigkeit der Ansiedlung eines Industrie-Quartiers in Schwieberdingen. Bürgermeister Nico Lauxmann schlägt dem Gemeinderat vor, die Bürgerinnen und Bürger der Gemeinde Schwieberdingen am 14. Juli 2019 in einem Bürgerentscheid über die Realisierung des Regionalen Gewerbeschwerpunktes entscheiden zu lassen.

Bürgermeister Nico Lauxmann erklärte: „Rund 50 Jahre, nachdem der Gemeinderat den Weg für die Ansiedlung von BOSCH freimachte, könnte sich jetzt ein zweites Weltunternehmen mit einem bedeutenden

in der Sitzung am 29. April 2019 zustimmen, wird die

Letzte Pressemitteilung am 14. Juli 2019

„Zustimmung beim Bürgerentscheid zum Regionalen Gewerbeschwerpunkt; Mehrheit stimmt mit „JA““

PRESSEMITTEILUNG

Zustimmung beim Bürgerentscheid zum Regionalen Gewerbeschwerpunkt; Mehrheit stimmt mit „JA“

- Ergebnis lag um 20.40 Uhr vor
- Notwendiges Quorum erfüllt
- Bürgermeister Nico Lauxmann bedankt sich für Engagement

Schwieberdingen, 14. Juli 2019

Um 20.40 Uhr verkündete Bürgermeister Nico Lauxmann im Bürgersaal des Rathauses das Ergebnis des mit Spannung erwarteten Bürgerentscheids um den „Regionalen Gewerbeschwerpunkt“: Bei einer Wahlbeteiligung von 54,25 Prozent wurden 4.740 gültige Stimmen abgegeben; davon stimmten 2.706 für „JA“ und 2.034 mit „Nein“. Das für einen Bürgerentscheid notwendige Quorum (*Mindestwahlbeteiligung*) wurde erreicht.

„Ich danke allen Bürgerinnen und Bürgern für ihre engagierte Beteiligung bei diesem ersten Bürgerentscheid in der Geschichte der Gemeinde Schwieberdingen.“, sagte Bürgermeister Nico Lauxmann. „Das Votum versetzt den Gemeinderat und die Gemeindeverwaltung nun in die Lage, die weiteren notwendigen Schritte zur Realisation eines regionalen Gewerbeschwerpunktes zu beginnen.“

Bis zu einer Realisierung aber sei noch viel Arbeit notwendig. Er hob hervor, dass der Gemeinderat als „Herr des Verfahrens“ alle notwendigen Schritte zur Diskussion und Abstimmung erhalten werde sowie fortlaufend über die weitere Vorgehensweise informiert wird.



Pressemitteilung am 3. April 2019 „Gemeinde Schwieberdingen: Bürger sollen über Regionalen Gewerbeschwerpunkt entscheiden“



PRESSEMITTEILUNG

Gemeinde Schwieberdingen: Bürger sollen über Regionalen Gewerbeschwerpunkt entscheiden

- Bürgermeister Nico Lauxmann schlägt Bürgerentscheid für 14. Juli 2019 vor
- Konkrete Anfrage für Porsche Projekt
- Schwieberdingen kann ein Zentrum für E-Mobilität werden

Schwieberdingen, 3. April 2019

Der Gemeinde Schwieberdingen liegt eine konkrete Anfrage der Porsche AG zum Aufbau eines Porsche Industrie-Quartiers vor. Auf einer bislang landwirtschaftlich genutzten Fläche nordöstlich des bestehenden BOSCH-Areals könnte die Produktionsversorgung und Vorproduktion für E-Fahrzeuge der Firma Porsche entstehen. Das Gebiet ist im Regionalplan des Verbands Region Stuttgart seit dem Jahr 2016 als künftiger Regionaler Gewerbeschwerpunkt festgeschrieben.

Der Gemeinderat hat die Gemeindeverwaltung im November 2018 beauftragt, in Verhandlungen mit der Fa. Porsche AG einzutreten. Die Mehrheit des Gemeinderates und die Gemeindeverwaltung unterstützen nach gemeinsamen Beratungen die Anfrage von Porsche. Das Unternehmen sieht im Zusammenhang mit dem Ausbau der Fertigungskapazitäten für die Elektromobilität die Notwendigkeit der Ansiedlung eines Industrie-Quartiers in Schwieberdingen. Bürgermeister Nico Lauxmann schlägt dem Gemeinderat vor, die Bürgerinnen und Bürger der Gemeinde Schwieberdingen am 14. Juli 2019 in einem Bürgerentscheid über die Realisierung des Regionalen Gewerbeschwerpunktes entscheiden zu lassen.

Bürgermeister Nico Lauxmann erklärte: „Rund 50 Jahre, nachdem der Gemeinderat den Weg für die Ansiedlung von BOSCH freimachte, könnte sich jetzt ein zweites Weltunternehmen mit einem bedeutenden

PRESSEMITTEILUNG

Gemeinde Schwieberdingen: Bürger sollen über Regionalen Gewerbeschwerpunkt entscheiden

- Bürgermeister Nico Lauxmann schlägt Bürgerentscheid für 14. Juli 2019 vor
- Konkrete Anfrage für **Porsche Projekt**
- Schwieberdingen kann ein Zentrum für E-Mobilität werden

Schwieberdingen, 3. April 2019

Der Gemeinde Schwieberdingen liegt eine konkrete Anfrage der **Porsche AG** zum Aufbau eines **Porsche Industrie-Quartiers** vor. Auf einer bislang landwirtschaftlich genutzten Fläche nordöstlich des bestehenden **BOSCH-Areals** könnte die Produktionsversorgung und Vorproduktion für **E-Fahrzeuge der Firma Porsche** entstehen. Das Gebiet ist im Regionalplan des Verbands Region Stuttgart seit dem Jahr 2016 als künftiger Regionaler Gewerbeschwerpunkt festgeschrieben.

Der Gemeinderat hat die Gemeindeverwaltung im November 2018 beauftragt, in **Verhandlungen mit der Fa. Porsche AG** einzutreten. Die Mehrheit des Gemeinderates und die Gemeindeverwaltung unterstützen nach gemeinsamen Beratungen die **Anfrage von Porsche**. Das Unternehmen sieht im Zusammenhang mit dem Ausbau der Fertigungskapazitäten für die Elektromobilität die Notwendigkeit der Ansiedlung eines Industrie-Quartiers in Schwieberdingen. Bürgermeister Nico Lauxmann schlägt dem Gemeinderat vor, die Bürgerinnen und Bürger der Gemeinde Schwieberdingen am 14. Juli 2019 in einem Bürgerentscheid über die Realisierung des Regionalen Gewerbeschwerpunktes entscheiden zu lassen.

Bürgermeister Nico Lauxmann erklärte: „Rund 50 Jahre, nachdem der Gemeinderat den Weg für die Ansiedlung von BOSCH freimachte, könnte sich jetzt ein zweites Weltunternehmen mit einem bedeutenden



Zustimmung beim Bürgerentscheid zum Regionalen Gewerbeschwerpunkt; Mehrheit stimmt mit „JA“

- Ergebnis lag um 20.40 Uhr vor
- Notwendiges Quorum erfüllt
- Bürgermeister Nico Lauxmann bedankt sich für Engagement

Schwieberdingen, 14. Juli 2019

Um 20.40 Uhr verkündete Bürgermeister Nico Lauxmann im Bürgersaal des Rathauses das Ergebnis des mit Spannung erwarteten Bürgerentscheids um den „Regionalen Gewerbeschwerpunkt“: Bei einer Wahlbeteiligung von 54,25 Prozent wurden 4.740 gültige Stimmen abgegeben; davon stimmten 2.706 für „JA“ und 2.034 mit „Nein“. Das für einen Bürgerentscheid notwendige Quorum (*Mindestwahlbeteiligung*) wurde erreicht.

„Ich danke allen Bürgerinnen und Bürgern für ihre engagierte Beteiligung bei diesem ersten Bürgerentscheid in der Geschichte der Gemeinde Schwieberdingen.“, sagte Bürgermeister Nico Lauxmann. „Das Votum versetzt den Gemeinderat und die Gemeindeverwaltung nun in die Lage, die weiteren notwendigen Schritte zur Realisation eines regionalen Gewerbeschwerpunktes zu beginnen.“

Bis zu einer Realisierung aber sei noch viel Arbeit notwendig. Er hob hervor, dass der Gemeinderat als „Herr des Verfahrens“ alle notwendigen Schritte zur Diskussion und Abstimmung erhalten werde sowie fortlaufend über die weitere Vorgehensweise informiert wird.

Pressemitteilung am 14. Juli 2019
Zustimmung beim Bürgerentscheid zum regionalen Gewerbeschwerpunkt; Mehrheit stimmt mit „JA“

PRESSEMITTEILUNG

Zustimmung beim Bürgerentscheid zum Regionalen Gewerbeschwerpunkt; Mehrheit stimmt mit „JA“

- Ergebnis lag um 20.40 Uhr vor
- Notwendiges Quorum erfüllt
- Bürgermeister Nico Lauxmann bedankt sich für Engagement

Schwieberdingen, 14. Juli 2019

Um 20.40 Uhr verkündete Bürgermeister Nico Lauxmann im Bürgersaal des Rathauses das Ergebnis des mit Spannung erwarteten Bürgerentscheids um den „Regionalen Gewerbeschwerpunkt“: Bei einer Wahlbeteiligung von 54,25 Prozent wurden 4.740 gültige Stimmen abgegeben; davon stimmten 2.706 für „JA“ und 2.034 mit „Nein“. Das für einen Bürgerentscheid notwendige Quorum (*Mindestwahlbeteiligung*) wurde erreicht.

„Ich danke allen Bürgerinnen und Bürgern für ihre engagierte Beteiligung bei diesem ersten Bürgerentscheid in der Geschichte der Gemeinde Schwieberdingen.“, sagte Bürgermeister Nico Lauxmann. „Das Votum versetzt den Gemeinderat und die Gemeindeverwaltung nun in die Lage, die weiteren notwendigen Schritte zur Realisation eines regionalen Gewerbeschwerpunktes zu beginnen.“

Bis zu einer Realisierung aber sei noch viel Arbeit notwendig. Er hob hervor, dass der Gemeinderat als „Herr des Verfahrens“ alle notwendigen Schritte zur Diskussion und Abstimmung erhalten werde sowie fortlaufend über die weitere Vorgehensweise informiert wird.



Erste Pressemitteilung:

Welche Worte kamen am häufigsten vor?

→ Porsche ist in der Mitteilung ständig präsent



Letzte Pressemitteilung:

Welche Worte kamen am häufigsten vor?

→ Porsche ist in der Mitteilung gar nicht präsent



Die Porsche-Anfrage

Die Dominanz der Anfrage sorgte für Desinformationen

- Das Unternehmen Porsche stand regelmäßig im Mittelpunkt der Debatte
- In der Öffentlichkeit wurde nicht ausreichend zwischen Porsche und Gewerbegebiet unterschieden, das könnte auch an der zu Beginn fehlenden Differenzierung in der Kommunikation der Verwaltung gelegen haben
- Porsche diente als Projektionsfläche für verschiedenste Meinungen. Manche glaubten, dass ein S-Bahn-Anschluss oder ein Schwimmbad kommt, wieder andere glaubten an einen Ausbau der B10
- Das Thema Porsche schadete der Sachlichkeit der Diskussion



Markus Rösler zum Bürgerentscheid:

„Ich fand gut, dass es einen Bürgerentscheid gab. Ich fand es aber – sehr eindeutig bestärkt durch das Schreiben der Staatsrätin für Zivilgesellschaft und Bürgerbeteiligung sowie durch gleich zwei juristische Stellungnahmen – schlecht, dass es einen Bürgerentscheid in dieser verkürzten und völlig unzufriedenstellenden Form der Bürgerbeteiligung gab.“



> Ergänzung zum Verfahren

Rechtliche Debatten



Rechtliche Debatten um den Bürgerentscheid

Punkt 1:

Was darf ein kommissarischer GR entscheiden?

- Mitten im Wahlkampf rund um den Bürgerentscheid wurde ein neuer Gemeinderat gewählt
- Der kommissarische Gemeinderat entschied über die Informationsbroschüre und andere Kommunikationsmaßnahmen
- Ein kommissarischer Gemeinderat darf keine „wesentlichen“ Entscheidungen für den Ort treffen

Punkt 2:

Welche Frist gilt bei diesem Bürgerentscheid?

- Ein Bürgerentscheid nach Bürgerbegehren muss innerhalb von vier Monaten nach Beschluss durchgeführt werden
- Womöglich gilt das nicht für Bürgerentscheide, die ein Gemeinderat initiiert



Wie „wesentlich“ war die Kommunikation zum Entscheid?

Am 26. Mai 2019 wurde ein neuer Gemeinderat gewählt – mitten im Wahlkampf rund um den Bürgerentscheid. Bis der neu gewählte Gemeinderat zusammenkommt, führt der alte Gemeinderat die Geschäfte kommissarisch weiter.

Der kommissarische Gemeinderat traf im Juni noch diverse Entscheidungen zur Kommunikation. Unter anderem entschied er über die Gestaltung der Informationsbroschüre der Gemeinde, die an alle Haushalte im Ort versandt wurde.

Die neue Gemeindeordnung regelt jedoch: „Wesentliche Entscheidungen, die bis zum Zusammentreten des neu gebildeten Gemeinderats aufgeschoben werden können, bleiben dem neu gebildeten Gemeinderat vorbehalten.“



Wie „wesentlich“ war die Kommunikation zum Entscheid?

Gemeindeordnung BW, §30, Absatz 2:

„Die Amtszeit endet mit Ablauf des Tages, an dem die regelmäßigen Wahlen der Gemeinderäte stattfinden. Wenn die Wahl von der Wahlprüfungsbehörde nicht beanstandet wurde, ist die erste Sitzung des Gemeinderats unverzüglich nach der Zustellung des Wahlprüfungsbescheids oder nach ungenutztem Ablauf der Wahlprüfungsfrist, sonst nach Eintritt der Rechtskraft der Wahl anzuberaumen; dies gilt auch, wenn eine Entscheidung nach § 29 Abs. 5 Halbsatz 2 noch nicht rechtskräftig ist. Bis zum Zusammentreten des neu gebildeten Gemeinderats führt der bisherige Gemeinderat die Geschäfte weiter. Wesentliche Entscheidungen, die bis zum Zusammentreten des neu gebildeten Gemeinderats aufgeschoben werden können, bleiben dem neu gebildeten Gemeinderat vorbehalten.“



Musste der Bürgerentscheid so schnell durchgeführt werden?

Die Gemeindeordnung regelt, dass ein Bürgerentscheid innerhalb von vier Monaten nach Beschluss durchgeführt werden muss.

Es ist davon auszugehen, dass dies nur für Bürgerentscheide nach Bürgerbegehren gilt, denn die entsprechende Passage bezieht sich auf „Vertrauenspersonen.“ Die gibt es nur, wenn ein Bürgerbegehren vorliegt. Auch erfolgt keine „Entscheidung über die Zulässigkeit.“

Gemeindeordnung BW, §21, Absatz 6:

„Der Bürgerentscheid ist innerhalb von vier Monaten nach der Entscheidung über die Zulässigkeit durchzuführen, es sei denn, die Vertrauenspersonen stimmen einer Verschiebung zu.“



Musste der Bürgerentscheid so schnell durchgeführt werden?

Initiiert der Gemeinderat ein Bürgerbegehren, wird nicht von einer „Entscheidung über die Zulässigkeit“, sondern von einem Beschluss gesprochen.

Gemeindeordnung BW, §21, Absatz 1:

„Der Gemeinderat kann mit einer Mehrheit von zwei Dritteln der Stimmen aller Mitglieder beschließen, dass eine Angelegenheit des Wirkungskreises der Gemeinde, für die der Gemeinderat zuständig ist, der Entscheidung der Bürger unterstellt wird (Bürgerentscheid).“

Folgt man dieser Argumentation, dann war die Behauptung des Bürgermeisters, dass es keine Alternative zur schnellen Durchführung gab, nicht richtig. Für Reformen der Gemeindeordnung wäre es sinnvoll, den Sachverhalt klarer zu regeln.



> Ergänzung zum Verfahren

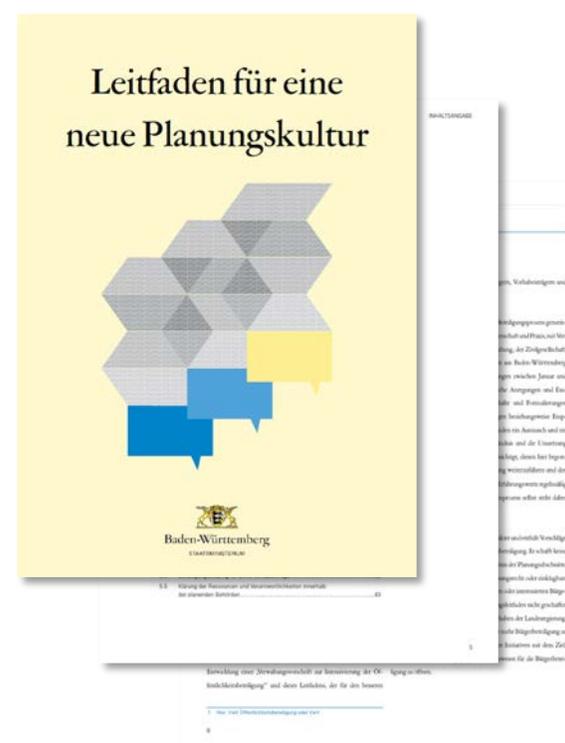
Empfehlungen der Staatsrätin



Die Staatsrätin für Zivilgesellschaft und Bürgerbeteiligung erstellt Empfehlungen für die Bürgerbeteiligung in BW.

Teil der Empfehlungen ist unter anderem, dass Veranstaltungen nicht tagsüber stattfinden sollten oder die Pro- und Kontra-Seite jeweils gleich viel Platz auf Informationsmaterial wie Broschüren erhalten sollten. Beide Empfehlungen wurden in Schwieberdingen nicht eingehalten. Die meisten Veranstaltungen waren zudem nicht dialogisch, auch das entsprach nicht den Empfehlungen.

Alle Bürgermeister haben die Empfehlungen der Staatsrätin erhalten. Diese wurden in Schwieberdingen nicht an die Gemeinderäte weitergeleitet.



> Ergänzung zum Verfahren

Das Verfahren aus Sicht der Befragten



Bürgerentscheid als wichtiges Instrument der direkten Demokratie

- 63% fanden den Bürgerentscheid sinnvoll, 26% empfanden ihn als überflüssig.

„Dass die Bürger überhaupt befragt wurden. Nur sollen sie auch rechtzeitig und ausführlich informiert werden.“

„Ich fand die Abläufe beim Bürgerentscheid wenig demokratisch. Insbesondere dass die Gegner so stark zensiert wurden.“

„Der Bürgerentscheid war ein sehr gutes Beteiligungsinstrument. Jeder Bürger hatte hier ein direktes Mitspracherecht.“



Befürworter sehen die Wirtschaft, Gegner den Verkehr

Gründe, warum man für das Gewerbegebiet gestimmt hat

1. Der Wirtschaftsstandort wird gesichert.
2. Es werden Gewerbesteuern eingenommen.
3. Der Wohlstand bleibt erhalten.
4. Es wird viele neue Arbeitsplätze geben.
5. Ohne das Gewerbegebiet gibt es keine Chance auf eine Stadtbahn.
6. Porsche wird sich ansiedeln.

Gründe, warum man gegen das Gewerbegebiet gestimmt hat

- Es wird ein erhöhtes Verkehrsaufkommen geben.
- Gute Ackerböden werden versiegelt.
- Es wird ein erhöhtes Lärmaufkommen geben.
- Es besteht die Sorge, dass Logistikzentren kommen.
- Die Natur sollte geschützt werden.

- Es wird Folgekosten geben.



Zu wenig Information als Hauptgrund für die Nichtteilnahme

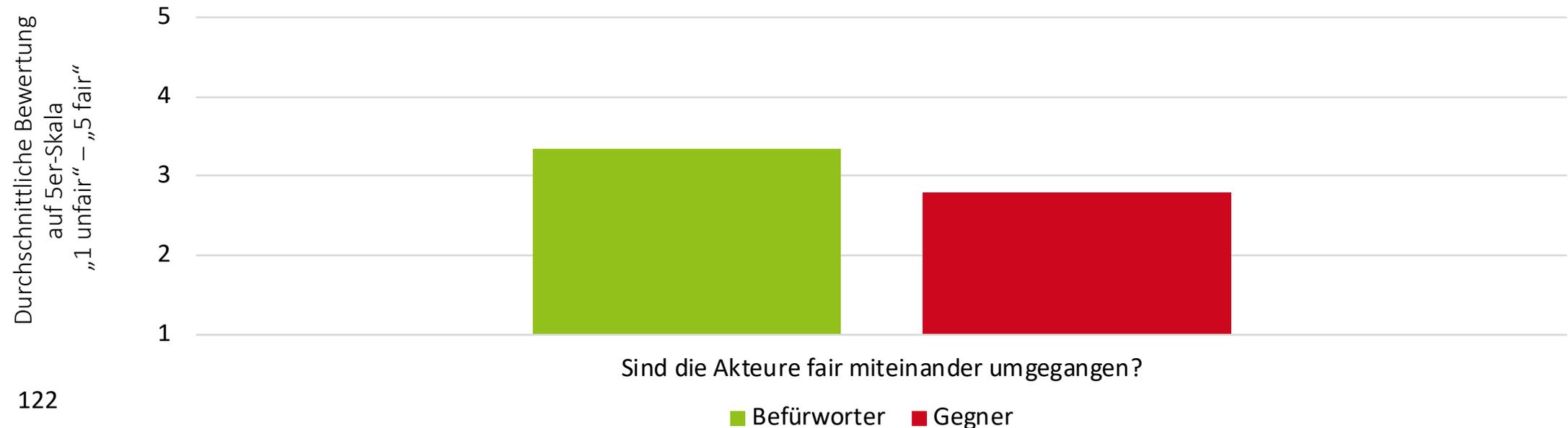
Gründe, warum man nicht am Bürgerentscheid teilgenommen hat

1. Ich fühle mich nicht gut genug über das Thema informiert.
2. Ich hatte keine Zeit.
3. Zweitwohnsitz (Angabe über Sonstiges)
4. Ich habe kein Interesse an dem Thema.



Bürgerentscheid als wichtiges Instrument der direkten Demokratie

- Die Befragten bewerten den Umgang der beteiligten Gruppen miteinander weder als besonders fair noch als besonders unfair
- Das Ergebnis des Bürgerentscheids wird von allen beteiligten Gruppen akzeptiert
- Alle beteiligten Gruppen sind sich einig, dass der Bürgerentscheid keinen Einfluss auf die Stimmung im Ort hatte



Fazit



Bürgerentscheid:

- Berichterstattung und Bürger: Mehrheit pro Bürgerentscheid
- Experteninterviews: drei Sichtweisen auf den Bürgerentscheid
 - BüE als taktisches Mittel des Bürgermeisters
 - BüE als Positivbeispiel für Bürgerbeteiligung
 - BüE als Negativbeispiel für Bürgerbeteiligung

Akteure:

- Bürger: keine Akteursseite (Befürworter/Gegner) steht im Mittelpunkt
- Berichterstattung: Die Befürworter und ihre Meinungen werden häufiger erwähnt
- In der Berichterstattung tauchen nicht immer die Akteure auf, die von den Befragten als besonders wichtig wahrgenommen wurden
 - Zum Beispiel ist die ABG für die Bevölkerung ein wichtiger Akteur und für die Medien nicht
 - Sowohl in der Berichterstattung, als auch bei den Befragten ist der Bürgermeister ein wichtiger Akteur

Themen und Argumente:

- Bürger: Gegner nehmen vor allem Contra-Argumente wahr, während Befürworter sowohl Pro- als auch Contra-Argumente wahrnehmen
 - Das Porsche-Argument kommt vor allem bei den Befürwortern an
 - Jedes Lager stimmt den eigenen Argumenten zu
- Berichterstattung: Die Wirtschaft steht im Mittelpunkt
- Experteninterviews: Das Thema Porsche hat alles andere dominiert

Berichterstattung:

- Befürworter und ihre Meinungen werden häufiger erwähnt, durchschnittlich erhalten Befürworter und Gegner aber ähnlich viel Platz pro Artikel
- Der Großteil der Berichterstattung findet vor dem Bürgerentscheid statt
 - Zwei Medien dominieren die Berichterstattung: Stuttgarter Zeitung und Ludwigsburger Kreiszeitung
- Bürger: Die Befürworter finden die Berichterstattung ausgewogen, die Gegner nicht
 - Die Tageszeitung liegt unter den meistgenutzten Informationsquellen lediglich auf Rang 4 bei den Befürwortern und Rang 5 bei den Gegnern

Kommunikation und Framing:

- Experteninterviews: Die Initiative für das Gewerbegebiet hat sich früh zusammengeschlossen und strategisch kommuniziert
- Bürger: Befürworter bewerten Kommunikation der Gegner schlechter, Gegner bewerten Kommunikation der Befürworter schlechter
- Bürger erwarten verständliche Kommunikation bei Infrastrukturprojekten
- Framing-Analyse: Befürworter sehen die Chance, Gegner den Klimawandel
- Die Befürworter fühlen sich vom Bürgermeister/Gemeinderat besser, frühzeitiger und verständlicher informiert als die Gegner
- Die Gegner wünschen sich zudem eine stärkere Einbindung

Interkommunales
Gewerbegebiet
Schwieberdingen