

Bürgerbeteiligung = Nachhaltigkeit?



Welche Veränderungen mussten am Beispiel der SG Barmstorf stattfinden, damit Bürgerbeteiligung zu kommunaler Nachhaltigkeit führt?

- 1. Es gibt nicht den einen abgeschlossenen Prozess – Partizipation für Nachhaltigkeit ist ein Dauerbrenner**
- 2. Analyse und Beachtung von lokalen Wahrnehmungsdiskrepanzen**
- 3. Start des Prozesses muss anknüpfen an „lokale Wissens- und Wertebestände“**
- 4. Vertrauen im den Prozess zwischen den AkteurInnen, den ProzessgestalterInnen und Politik und Verwaltung aufbauen**
- 5. Themen über einen längeren Zeitraum im Gespräch und die Beteiligung aktuell halten viele lokale Anknüpfungspunkte, -orte, -gelegenheiten schaffen, um das Thema zu diskutieren, zu bearbeiten.**



Bürgerbeteiligung = Nachhaltigkeit?



Welche Veränderungen mussten am Beispiel der SG Barmstorf stattfinden, damit Bürgerbeteiligung zu kommunaler Nachhaltigkeit führt?

6. **Group think nicht missachten, sondern beachten und berücksichtigen**
7. **Üben, aus Fakten und Daten entsprechende Schlüsse zu ziehen (i.d.R. sind Menschen besonders geübt, die dies beruflich häufig tun)**
9. **Beharrungstendenzen sozialer Systeme beachten und ausreichende Anlässe schaffen, damit sich neues Verhalten einübt**
10. **Netzwerkbildung fördern (z.B. Bürgerforum)**
11. **Mit Medien, insbesondere der Presse zusammenarbeiten**
12. **Ziele, Gruppen und Strategie politisch auch anerkennen lassen**



Konkrete Aktivitäten

Methodenmix/Multiplikatorfunktion



- Presse wichtigstes Medium, breite Streuung,
aber recht oberflächliche Information
- Vorträge sehr viel Information, nur Interessierte
- Woche der Fläche an Einkaufsorten in den Gemeinden
erreicht auch Nicht-Interessierte, bleibt zufällig, recht
gute Streuung
- Kasernenfrühling „sinnstiftende Aktivitäten“
sehr breite Streuung, aber unklar, wie wer erreicht wird,
großer positiver Effekt bei den Mitwirkenden
- Vorträge guter Beispiele
Authentische Berichterstattung, ermöglicht Identifikation
mit eigener Situation, Interessierte

Methodenmix/Multiplikatorfunktion

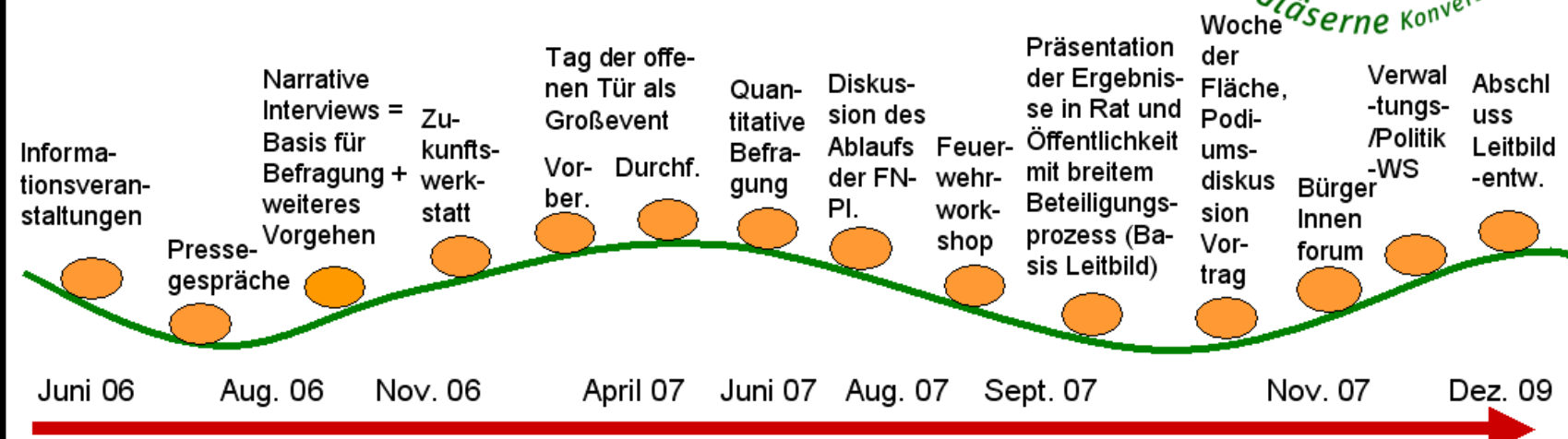


- ◆ Schulungen
sehr gute Informationsvermittlung, ausgewählte Zielgruppe
- ◆ Strategie- und Zukunftswerkstätten
sehr gute Informationsvermittlung, strategisch Interessierte
- ◆ Leitbildentwicklung
sehr gute Informationsvermittlung und Mitwirkungsmöglichkeit,
strategisch Interessierte
- ◆ EinwohnerInnenbeirat
sehr gute Informationsvermittlung und Mitwirkungsmöglichkeit,
strategisch Interessierte

Meilensteine für Kommunikation und Partizipation



Gläserne Konversion



Nutzung der Kaserne als Anlass für die Diskussion kommunaler zukünftiger Entwicklung, Nachhaltigkeit und Flächenmanagement, Einführung eines komm. nachhaltigen Flächenmanagements..
Aktivitäten im Spannungsfeld zwischen Lernprozess, Akzeptanz und aktiver Politikgestaltung



Erfolgsfaktoren für die Kommunikation nachhaltigen Flächenmanagements



Synergetischer Ansatz

(optimales Zusammenwirken der Kräfte)

- ◆ Politik und Verwaltung mitnehmen und v.a. die Verwaltungsspitze (top down)
- ◆ Frühzeitige Einbindung der EinwohnerInnen und sog. Stakeholder (bottom up)

Hohes Maß an Transparenz (systemverändernd)

- ◆ Regelmäßige Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- ◆ Ständige Informationen in den Ratssitzungen
- ◆ Noch besser wäre es, wenn dieses durch aktive Werbekampagnen unterfüttert wird

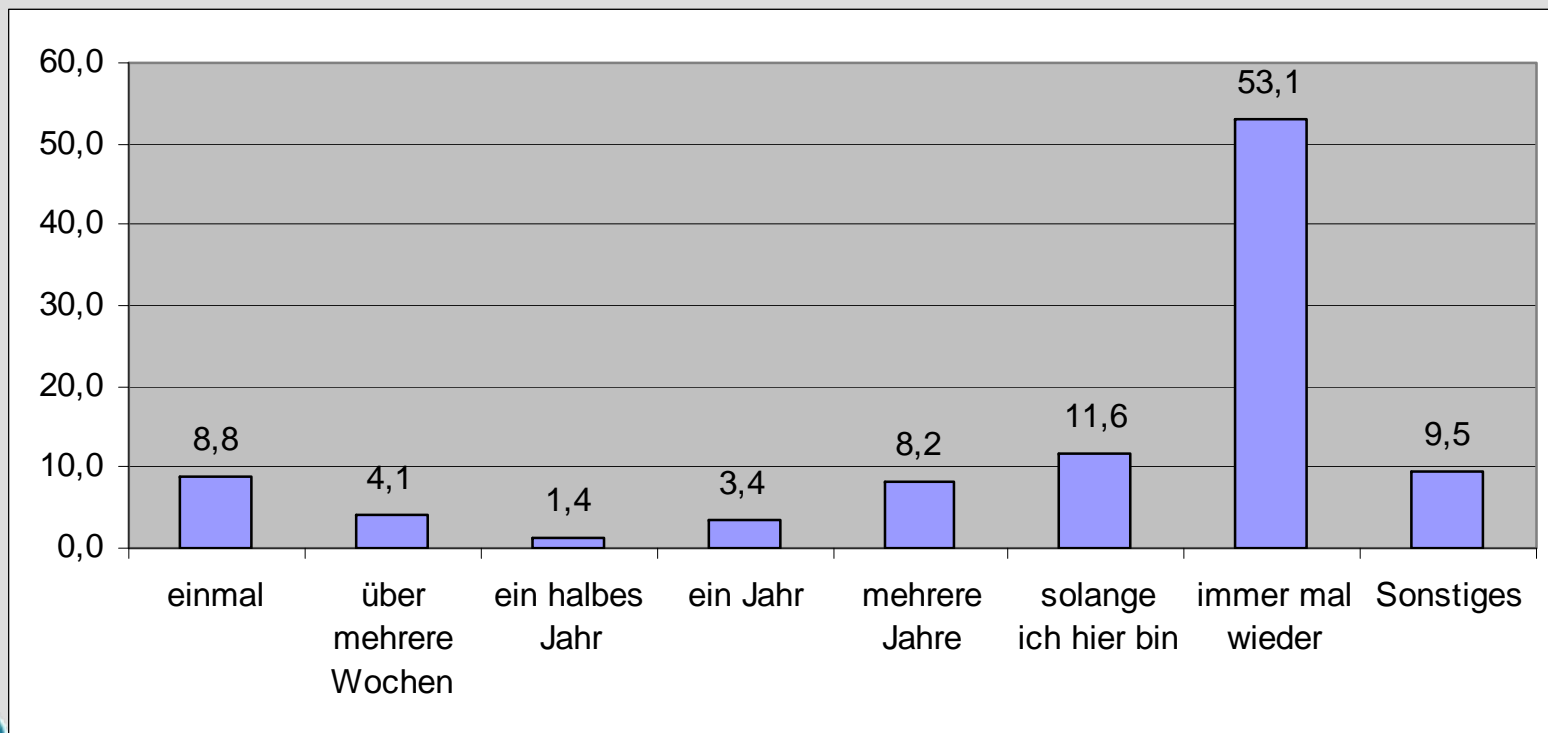
Erfolgsfaktoren für die Kommunikation nachhaltigen Flächenmanagements



Glaubwürdigkeit

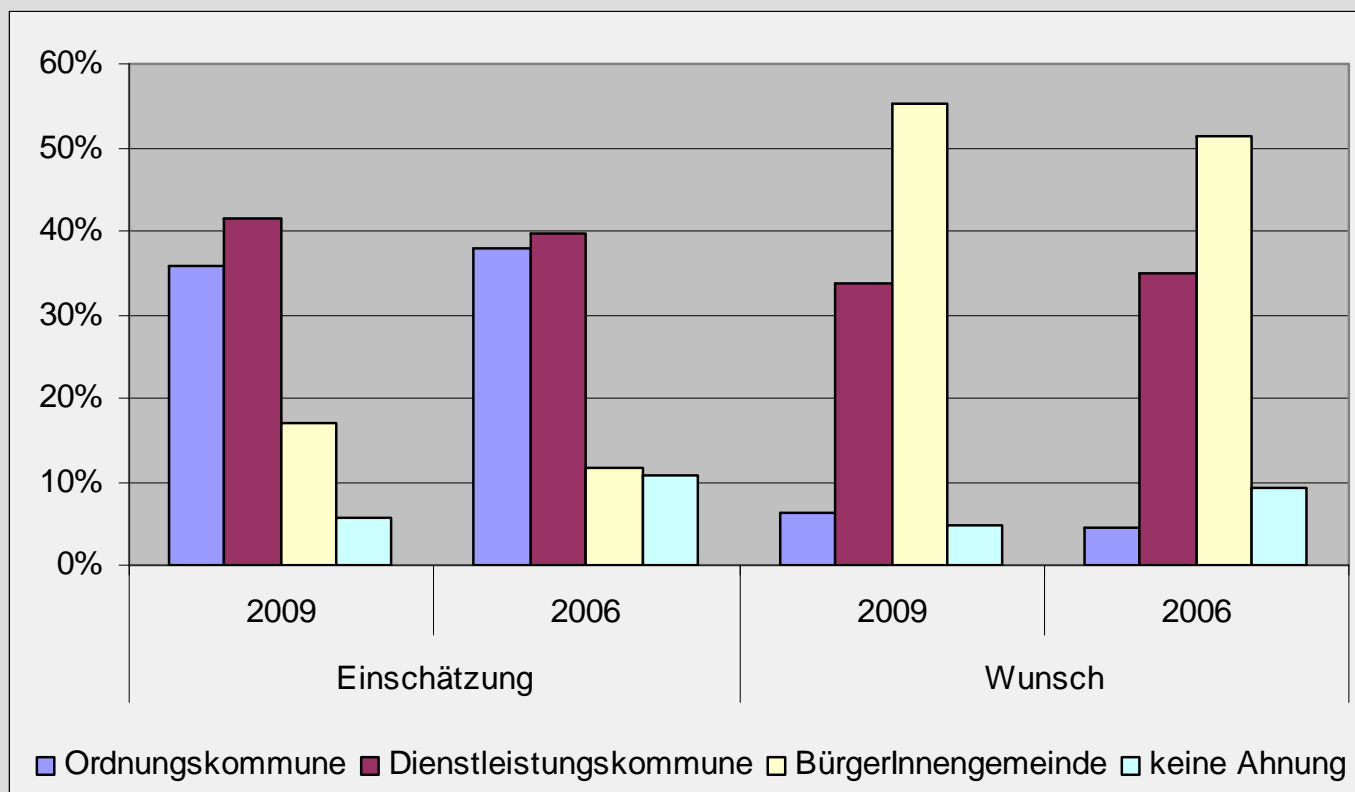
- ◆ Authentizität erhalten und wahren
- ◆ Angemessene KommunikatorInnen wählen

Wie lange wären Sie bereit, sich in die kommunale Entwicklung einzubringen?





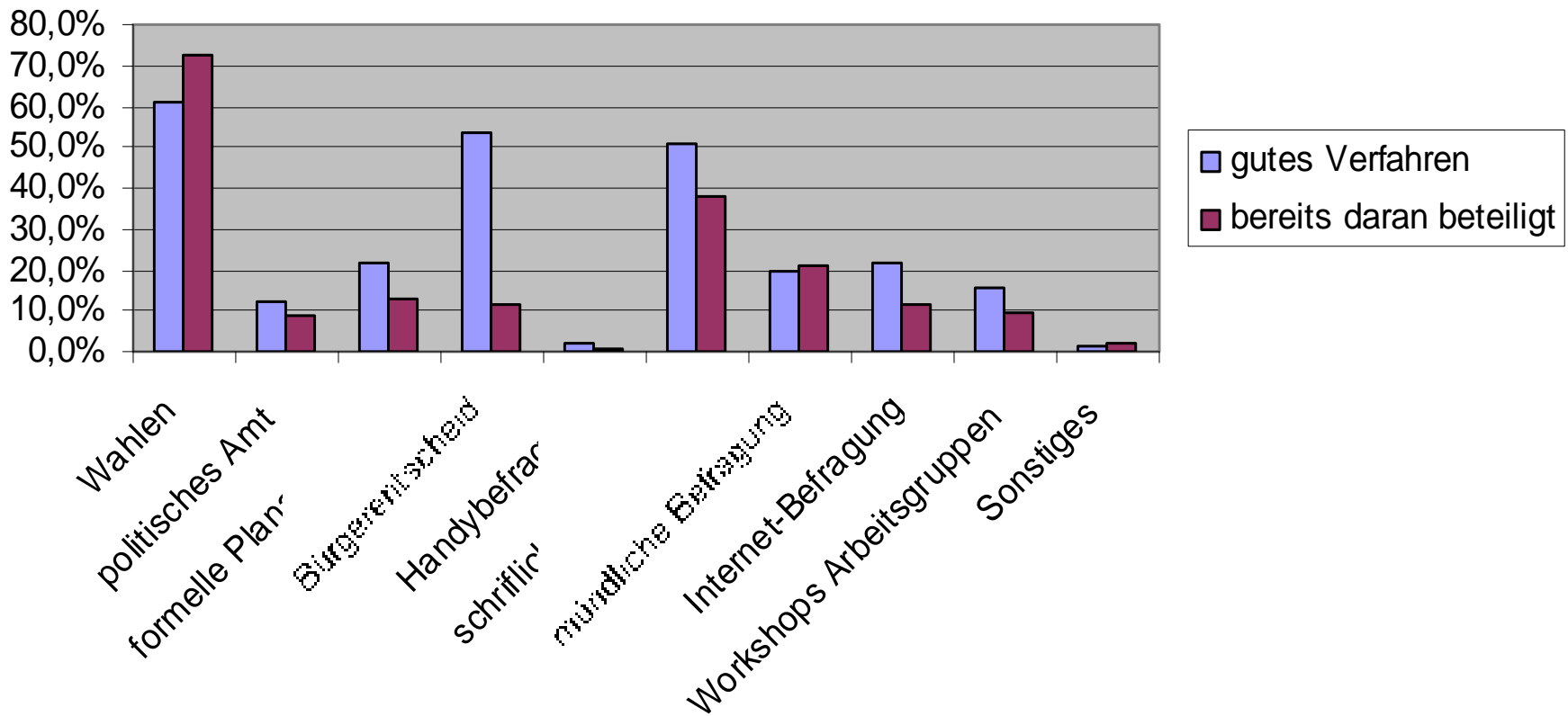
Wunsch und Wirklichkeit: Die Samtgemeinde Barnstorf



Aus der Evaluation – Vergleichende Befragung 2006 und 2009

Was wäre für Sie ein gutes Verfahren, um sich zu beteiligen?

Wo haben Sie sich schon beteiligt?



Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Dipl.-Geogr. Birgit Böhm
mensch und region
Hannover

S

ämtliche Daten und Fakten dieser Präsentation wurden im Rahmen des
Forschungsvorhabens Gläserne Konversion, siehe
www.glaesernekonversion.de erarbeitet und unterliegen dem copyright von
mensch und region und den VerbundpartnerInnen

mensch und region
Birgit Böhm, Wolfgang Kleine-Limberg GbR
Lindener Marktplatz 9
30449 Hannover
Tel.: 0511-44 44 54
Fax.: 0511-44 44 59

E-mail: boehm@mensch-und-region.de
info@mensch-und-region.de
www.mensch-und-region.de

Das Vorhaben „Gläserne Konversion“ wurde gefördert aus Mitteln des
Bundesministerium für Bildung und Forschung (BmBF):

