

BETEILIGUNG VON JUGENDLICHEN UND FRAUEN BEI DER STRATEGIEENTWICKLUNG IN EINER LEADER-REGION

Projektseminar aus Angewandter Geographie, Raumforschung und Raumordnung - Förderung der ländlichen Entwicklung: EU-Programm LEADER 2014+

17. Jänner 2014

Wintersemester 2013/14

Lehrveranstaltungsleiter: Prof. N. Weixlbaumer & Prof. M. Heintel

Projektpartner: Management der LEADER-Region NÖ SÜD: Mag. (FH) K. Schörner, DI M. Rohl

Projektgruppe:

Margret Kurz 0722100 / Andreas Valenta 0801736

Inhalt

1.	Einleitung.....	3
2.	Fragestellung.....	4
3.	Methoden und Arbeitsplan.....	5
3.1.	Verwendete Methoden.....	5
3.2.	Arbeitsablauf / Meilensteine.....	6
4.	Was ist Partizipation & wer darf Partizipieren?.....	7
4.1.	Strategieentwicklung.....	7
4.1.1.	Prozess der Strategieentwicklung.....	8
4.2.	Partizipation: Begriffsabgrenzung & theoretische Modelle.....	10
4.2.1.	Vorteile von Partizipation.....	11
4.2.2.	Umfang der Öffentlichkeitsbeteiligung.....	12
4.2.3.	Strategieentwicklung und Partizipation.....	14
4.3.	Regionale Identität.....	16
4.4.	LEADER.....	19
4.4.1.	CLLD-Methode.....	20
5.	LEADER NÖ Süd.....	21
5.1.	Beschreibung der Region.....	22
6.	Instrumente: Wie kann Partizipation gestaltet werden?.....	24
6.1.	Überblick über die verschiedenen Methoden.....	24
6.2.	Ausgewählte Instrumente der Partizipation.....	26
6.2.1.	Der Stadtpaziergang.....	26
6.2.2.	Der BürgerInnenrat.....	26
6.2.3.	Das BürgerInnencafe.....	28
6.2.4.	Das Worldcafe.....	29
6.2.5.	Open Space.....	30
6.2.6.	Die Zukunftswerkstatt.....	30
6.2.7.	Die Arbeitsgruppe.....	31
6.2.8.	Die Online-Methoden, ihre Vor- und Nachteile.....	32
6.3.	Zusammenfassung der Methoden.....	34
6.4.	Zielgruppe Jugend.....	35
6.4.1.	Vorteile der Jugendpartizipation.....	35
6.4.2.	Jugend für Partizipation gewinnen.....	35
6.5.	Zielgruppe Frauen.....	36
6.5.1.	Raum für Frauen und Timing.....	37
7.	Ergebnis: Methoden MIX.....	38
7.1.	Ein Überblick.....	38
7.2.	Der empfohlene Ablauf im Detail.....	38
7.2.1.	Definition der Aktionsfelder.....	38
7.2.2.	Start- und Informationsveranstaltung.....	39
7.2.3.	Beteiligung der Öffentlichkeit.....	40
7.2.4.	Abschlussveranstaltung.....	40
8.	Resümee.....	41
9.	Quellen und Literatur.....	43
10.	Anhang.....	45

1. EINLEITUNG

LEADER, das Programm zur ländlichen Entwicklung, gilt innerhalb der EU-Strukturfonds, als jenes, welches dem Bottom-Up Prinzip am ehesten gerecht wird. Von der Bevölkerung sollen Projekte, welche der jeweiligen lokalen Situation angepasst sind, entwickelt und umgesetzt werden. In der aktuell anlaufenden Periode soll dieses Prinzip weiter gestärkt werden. Vom österreichischen Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt- und Wasserwirtschaft (BMLFUW) werden für die Lokale Entwicklungsstrategie (LES) das Bottom-Up Prinzip und eine breite Diskussion der Themen in der Bevölkerung als Qualitätskriterium verlangt.

Um diesen Anspruch gerecht zu werden, sollen Methoden der Öffentlichkeitsbeteiligung und Partizipation in die Erstellung der LES miteinbezogen werden. Partizipation kann die Region weiter stärken und breite Akzeptanz für die Strategie, als auch die konkreten Projekte sichern. Durch Öffentlichkeitsbeteiligung wird die Demokratie insgesamt gestärkt. Die Beteiligung von Jugendlichen fördert deren Einbindung in die Regionalentwicklung und vermittelt ihnen demokratische Werte und ein Bewusstsein für die eigenen Möglichkeiten zur Mitgestaltung. Die Partizipation von Frauen im Feld der Regionalentwicklung ist ebenso bedeutend, um eine gleichberechtigte, ausgewogene Strategie und erfolgreiche Projekte zu erlangen.

In den folgenden Kapiteln sollen die Fragestellung, als auch die Methoden (2+3), Theorie und zu Strategieentwicklung und Partizipation (4), die spezifische Situation in der LEADER-Region NÖ-Süd (5), Methoden zur Beteiligung (6) und ein daraus resultierender Methodenmix (7) dargestellt werden.

Die Inhalte der Seminararbeit basieren auf einer umfangreichen Literaturrecherche und ExpertInneninterviews mit Herr DI Leo Baumfeld von der ÖAR Regionalberatungs GmbH und Frau Ass.-Prof.^{IN} Elisabeth Aufhauser vom Institut für Geographie und Regionalforschung.

2. FRAGESTELLUNG

Im Rahmen die Strategieerarbeitung sind für das Managementteam der LEADER Region NÖ Süd die folgenden Fragestellungen relevant:

*„Wie muss der **Erarbeitungsprozess** gestaltet sein um mit der daraus erarbeiteten LES eine **größtmögliche Identifikation der AkteurInnen der Region** zu erreichen?*

*Wie können **Frauen** und **Jugendliche** als wichtige Zielgruppe konkret in den Erarbeitungsprozess der LES eingebunden werden?*

Wie können diese beiden Gruppen bestmöglich angesprochen werden? Welche Formen der BürgerInnenbeteiligung kommen in Frage, welcher Medien muss man sich bedienen? Sind „klassische Sitzungen“ noch zeitgemäß?“ (SCHÖRNER & ROHL 2013)

Als Ergebnis wurde nicht nur eine Analyse der Möglichkeiten zur Partizipation gewünscht, sondern ein konkreter Vorschlag für die Gestaltung eines LES-Erarbeitungsprozesses. Ausgehend von diesen Fragestellungen und weiteren Erörterungen bei mehrmaligen Treffen mit Mag. (FH) Schörner und DI Rohl wurden die Fragestellung abgegrenzt. Der Aspekt der Identifikation mit der Region trat in den Hintergrund, während die Beteiligungsverfahren, als auch die Zielgruppen, mehr an Bedeutung gewannen;

- ✓ **Wie kann ein Prozess zur Erarbeitung der LES gestaltet werden um die Einbindung der Öffentlichkeit, insbesondere die Beteiligung von Jugend und Frauen zu fördern?**
- ✓ **Welche Methoden zur Partizipation sollten dabei zur Anwendung kommen?**

Überdies sollten zur Gestaltung eines partizipativen Prozesses weitere Fragen beantwortet werden, welche im Rahmen des Berichts aufgegriffen werden (vgl. RIETBERGEN-MCCRACKEN 2010);

- **Was** ist Partizipation und **wer** wird dabei angesprochen? Seite 10
- **Wie** kann Partizipation gestaltet werden? Seite 24
- **Wann** im Prozess ist Partizipation der Öffentlichkeit möglich? Seite 38

Ausgehend von diesen Fragestellungen wurde im Projektseminar die Thematik anhand der folgenden Methoden erarbeitet.

3. METHODEN UND ARBEITSPLAN

Die Methoden, als auch der Arbeitsplan ergeben sich einerseits aus den Fragestellungen, sind andererseits auch an den Umfang des Projektseminars angepasst.

3.1. VERWENDETE METHODEN

Im Rahmen der Ausarbeitung dieser Arbeit wurden zwei unterschiedliche Methoden angewendet. Zum einen wurde eine Literaturanalyse durchgeführt, die relevante Informationen zu allen Themenbereichen bieten sollte. Zum anderen wurde zusätzlich die Methode des ExpertInneninterviews angewendet, die speziellere Informationen zur konkreten Fragestellung bringen sollte.

Mit der Literaturanalyse wurde gleich zu Beginn des Arbeitsprozesses begonnen, um zunächst einen ersten Überblick über das Thema zu erhalten. Es wurde die Region nach ihren allgemein Eigenschaften charakterisiert. Außerdem wurden mögliche Quellen für Theorie zum Thema Partizipation beziehungsweise für die verschiedenen Methoden gesucht.

Zum allgemeinen theoretischen Hintergrund wurden einige relevante Quellen gefunden, die zum Beispiel Ansätze wie die Leiter der Partizipation oder das so genannte Zwiebelschalenprinzip enthalten. Zu den Methoden der Beteiligung wurden einige hilfreiche Online-Quellen verwendet. Außerdem existieren von einigen Institutionen, wie der Gemeinde Wien, interessante allgemeine Handbücher zur Partizipation, die auch ausführliche Methodenbeschreibungen bieten.

Die ExpertInneninterviews wurden erst geplant, nachdem bereits ein größeres Vorwissen über das Thema sowie mögliche offene Fragestellungen vorhanden waren. Für die Interviews wurden zunächst einige Personen in einer ersten Auswahl ausgesucht, die offene Fragen zur Aufgabenstellung der Arbeit beantworten könnten. Schließlich konnten zwei Termine vereinbart und die Befragungen durchgeführt werden.

Zunächst konnten im ersten Interview mit Herrn DI Leo Baumfeld einige Informationen zum Thema Strategieentwicklung und Partizipation im Allgemeinen gewonnen werden. Mit Frau Prof. Aufhauser wurde anschließend noch ein Interview über das speziellere Thema der Beteiligung von Frauen durchgeführt, welches ja ein wesentlicher Teil der Aufgabenstellung ist.

3.2. ARBEITSABLAUF / MEILENSTEINE

Der Arbeitsablauf erstreckte sich über das gesamte Wintersemester 2013. Die Arbeit begann im Oktober 2013 mit der Themenvergabe und endet im Februar 2014 mit der Endabgabe der schriftlichen Ausarbeitung (vgl. Abb.1).

Zunächst erfolgten die organisatorische Abklärung der Themen und eine erste Literaturrecherche. Mit einer ersten Präsentation im Rahmen des Seminars waren die Grundzüge der Arbeit im Wesentlichen abgeklärt. Nun konnte die Themenrecherche in der Literatur weiter fortgeführt werden und die Planung der Interviews beginnen.

Bis zur Endtermin im Jänner wurde dann an der Präsentation der Ergebnisse und am Poster gearbeitet. Die Ausarbeitung des Projektberichtes wurde hauptsächlich ab Jänner als letzter Arbeitsschritt durchgeführt.

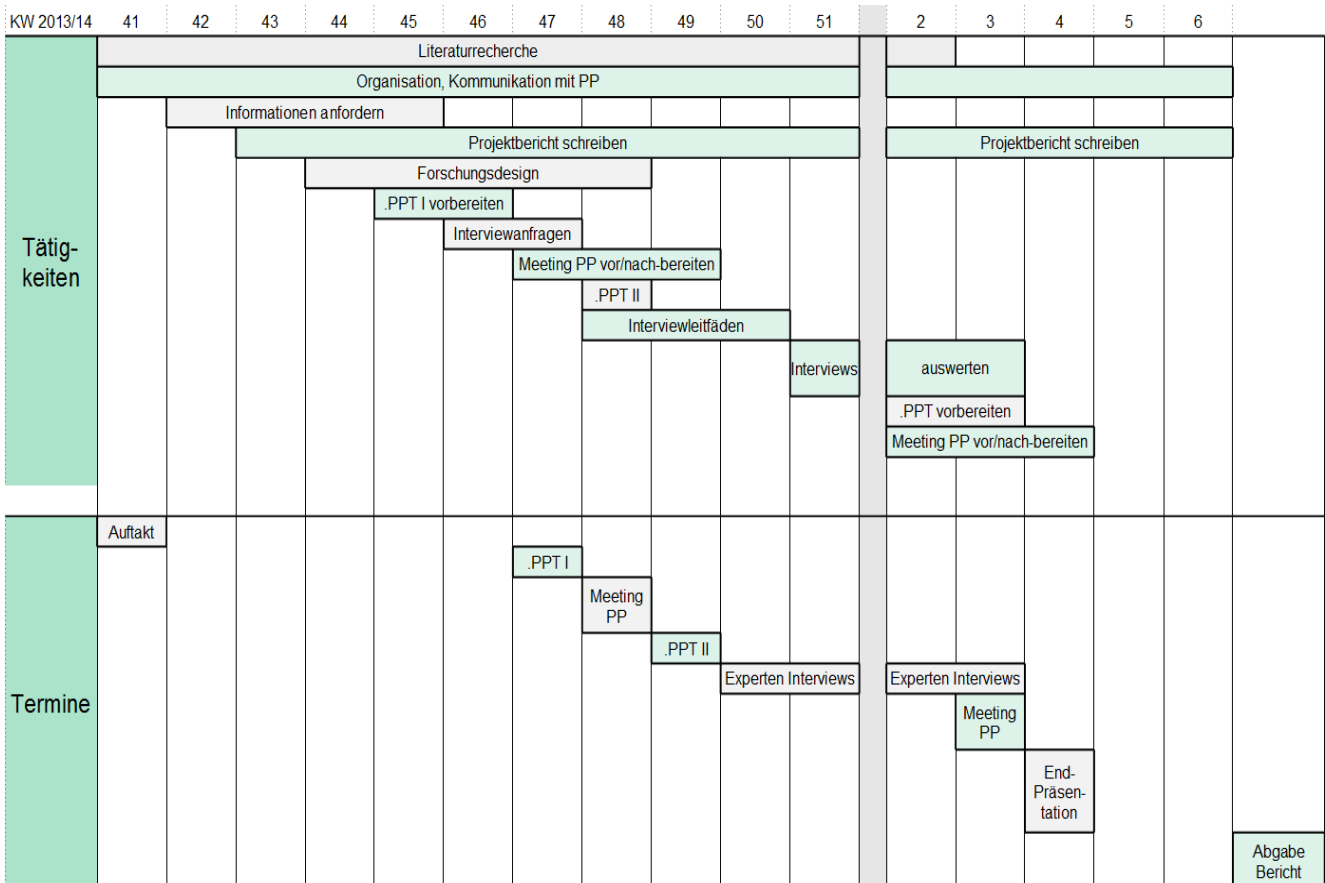


Abb.1: Zeitplan der Arbeit (Quelle: eigene Erstellung)

4. WAS IST PARTIZIPATION & WER DARF PARTIZIPEIREN?

Um Partizipation im Prozess der Strategieentwicklung zu ermöglichen, so müssen vorerst der eigentliche Prozess der Entwicklung erläutert werden. Überdies werden unterschiedliche Modelle der Partizipation erklärt, anhand welcher Unterschiede zwischen reiner Informationspolitik und echter Partizipation, als auch breiter/offener und exklusiver Partizipation dargestellt werden.

4.1. STRATEGIEENTWICKLUNG

Grundlegend für die Arbeit der **Lokalen Aktionsgruppen (LAG)** in den LEADER-Regionen sind die Strategien, welche Ziele, strategische Festlegungen und konkrete Maßnahmen und Projekte für die Region umfassen. Im Rahmen von LEADER werden lokale Entwicklungsstrategien (LES) von den LAG, oder separaten LES-Komitees oder Strategiegruppen erstellt, durch das BMLFUW bestätigt und sind für die gesamte Strukturfondsperiode (z.B. aktuell für 2014 bis 2020) für die Aktivitäten der LAG maßgebend.

Die **Strategiegruppe** sollte mindestens fünf bis sieben, maximal jedoch 15 bis 18 Personen umfassen. Eine kleinere Gruppe würde auf Akzeptanz- und Legitimationsprobleme stoßen, während andererseits bei steigender Mitgliederzahl die Koordination erschwert wird. Bei kleinen LEADER-Regionen wird der Vorstand selbst die Strategiegruppe darstellen, selbst die Strategie entwickeln. Bei größeren LEADER-Regionen kann diese Aufgabe eine Untergruppe des Vorstands übernehmen. Für die Auswahl der Strategiegruppe ist eine ausgewogene Besetzung zu berücksichtigen. Es sollten nicht nur Vertreter und Vertreterinnen von Gemeinden in der Gruppe sein, sondern ebenso Vertreter und Vertreterinnen der Zivilgesellschaft. Dabei sollen vorwiegend Personen beteiligt werden, welche für Gruppen der Bevölkerung, in welchen sie aktiv engagiert sind, sprechen können (z.B. Jugendgruppen, Frauengruppen, sonstige Vereine) (vgl. BAUMFELD 2013a)

Zwischen Vorstand und Strategiegruppe wird die Vorgehensweise bei der Erarbeitung der LES abgestimmt, welche den Rahmen der LES-Qualitätskriterien des BMLFUW einhalten muss. Die LES soll dementsprechend 24 Qualitätskriterien gerecht werden (z.B. für die Bereiche SWOT-Analyse, Umsetzungsstrukturen, Entwicklungsnotwendigkeiten) eine konkrete Vorschrift für den Ablauf der Strategieentwicklung ist jedoch nicht vorgegeben.

Laut BAUMFELD (2007, S.6f.) kann der **Strategiefindungsprozess** klassisch als Abfolge von Schritten und Phasen organisiert werden. Partizipation kann sich dabei auf bestimmte Phasen und Teilbereiche der Strategiefindung beschränken, bzw. ist Beteiligung in unterschiedlicher Breite und Tiefe in Betracht zu ziehen.

4.1.1. PROZESS DER STRATEGIEENTWICKLUNG

BAUMFELD (2013a) betonte für die Strategiefindung überdies die folgenden Schritte:

1. SCHRITT ZUR LES. Zuerst werden **Informationen** eingeholt. Einerseits handelt es sich hierbei um statistische Daten (z.B. Bevölkerung, wirtschaftliche Kennzahlen, usw.), aber es können ebenso Einschätzungen zu Zukunftstrends von regionalen ExpertInnen herangezogen werden. Diese Daten können der Strategiegruppe als Ausgangsbasis für die ersten Überlegungen zur Strategie dienen.

2. SCHRITT ZUR LES. Die **Aktionsfelder** der Strategie könne durch unterschiedliche Verfahren definiert werden. Falls vorhanden, so können die Aktionsfelder der **Strategie der vergangenen Periode** evaluiert, anhand der vorab gesammelten Informationen auf die aktuelle Relevanz überprüft und gegebenenfalls übernommen werden. Für Aktionsfelder ist es außerdem sinnvoll, auf etwaige übergeordnete Programme abgestimmt zu sein, was jedoch nicht zum Überstülpen von Vorgaben führen darf.

Als Basis für die Definition von Aktionsfeldern können jedoch auch andere Quellen dienen. Durch die **Konsultation von regionalen Akteuren** der Zivilgesellschaft können Themenbereiche hergeleitet werden, aber auch eine **Reflexion der statistischen Daten** kann zur Festlegung der Felder führen. Ebenso bedeutend sind die Erfahrungen der Akteure der vergangenen Periode, welche nicht in der Strategie direkt verankert waren. Dies können Themen sein, welche erst durch die Umsetzung der vergangenen Strategie oder den Austausch mit anderen Regionen entstanden sind oder in der Region diskutiert wurden.

SCHRITTE 3-5. Im Rahmen seiner langjährigen Praxis stellt BAUMFELD (2013a) fest, dass die Schritte drei bis fünf als zirkulär wahrgenommen werden können (Abb. 2), woraus sich ein weitaus flexibleres Vorgehen ergeben kann. Dabei stehen die Bereiche „Projektideen“ (bzw. strategische Maßnahmen), „strategische Wege“ und „strategische Positionierungen“ (strategische Ziele) im Vordergrund. Die Abfolge der einzelnen Bereiche ist nicht

ausschlaggebend. Unter der Annahme der Zirkulation stehen die Bereiche auch ohne vorab festgelegte Abfolge in enger Verbindung.

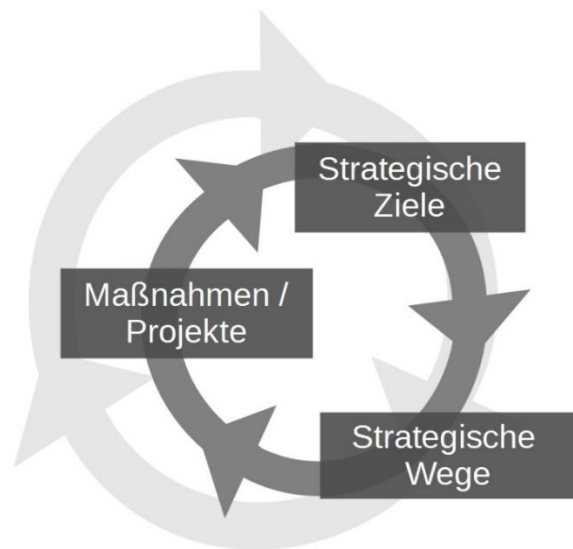


Abb. 2: Zirkulärer Prozess von Strategischen Zielen, Strategischen Wegen und Maßnahmen (nach BAUMFELD 2013b, eigene Abbildung)

3. SCHRITT ZUR LES. Strategische Positionierungen werden ausgearbeitet (z.B. Aufstieg zur bedeutenden Tagestourismus-Region) indem diese von den Aktionsfeldern hergeleitet werden, oder sich aus Projektideen oder strategischen Wegen ergeben.

4. SCHRITT ZUR LES. Um die angestrebten Positionierungen erreichen zu können ist ein **strategischer Weg** zum Erreichen des gesetzten Zieles zu designen (z.B. kulturelle Besonderheiten der Region stärken und touristisch vermarkten). Ebenso können jedoch auch strategische Wege in einem Themenfeld vorgeschlagen werden, zu welchen eine strategische Positionierung, als auch Projektideen eingebracht werden. Diese strategischen Wege sind in der Strategie als Maßnahmen niedergeschrieben.

5. SCHRITT ZUR LES. Sind Themen, Positionierung und strategische Wege festgelegt, so können konkrete **Projektideen** (z.B. Schulung für altes Handwerk oder Brauchtumsveranstaltung) zugeordnet werden. Ebenso können auch aus den Projekten die strategischen Wege und Positionierungen hergeleitet werden.

Da das aktuellere Modell offener und flexibler erscheint, wird es im Folgenden als Annahme für die Entwicklung der LES unterstellt. Dem Modell ist hinzuzufügen, dass es, ebenso wie die klassische Abfolge, auf SWOT-Analyse, Ermittlung der Kernkompetenzen und der systematische Suche nach den Aktionsfeldern aufbaut (BAUMFELD 2007: S.7).

In Verbindung mit Partizipation steht für BAUMFELD fest, dass für die Erarbeitung der **strategischen Positionierung** lediglich **10 Prozent** der Bevölkerung in Frage kommen. Eine Auswahl an Personen mit Interesse an der Materie und der „geistigen Kapazität“ sollte hier an grundlegenden Überlegungen zu den strategischen Zielen beteiligt werden. Personen sollen

anhand ihres Interesses an fachübergreifenden und regionalen Denken, Interesse an der „Meta-Ebene“ ausgewählt und zur Mitarbeit eingeladen werden. Diese Auswahl ist eine überaus bedeutende Aufgabe, trägt maßgeblich zum Gelingen der Partizipation bei und erfordert eine gute Kenntnis der regionalen Akteure (vgl. BAUMFELD 20013a). Jedoch entspricht das gezielte Auffordern von Einzelpersonen, bzw. Trägern bestimmter Funktionen nicht einer breiten Partizipation und sollte daher nicht in ausschließlich praktiziert werden.

Im Bereich der Projektideen ist Partizipation am umfangreichsten möglich. Laut BAUMFELD (2013a) bringen Teilnehmer aus dem breiten Feld der Öffentlichkeit viel eher Vorschläge für Projekte, als dass übergreifende Strategien oder Wege thematisiert werden.

Bei der Integration von Partizipation in Teilprozesse oder gesamte Projekte können viele verschiedene Wege eingeschlagen werden. Dabei sollte grundlegendes Wissen über Partizipation vorhanden sein, um einen ausgewogenen Prozess gestalten zu können.

4.2. PARTIZIPATION: BEGRIFFSABGRENZUNG & THEORETISCHE MODELLE

In der vorliegenden Arbeit wird der Begriff Beteiligung als Synonym für Partizipation verwendet und bezieht sich nicht auch Beteiligung und Beteiligungsstrukturen im ökonomischen Sinn. Konkret wird hier Beteiligung, bzw. Partizipation eher im politischen Sinne, als Teilnahme und Mitsprache bei Entwicklungs- und Entscheidungsprozessen verstanden. Ein treffender Terminus ist hier auch jener der **Bürger- bzw. Öffentlichkeitsbeteiligung**.

Daher ist vorab festzuhalten, dass die **Öffentlichkeit** keine homogene Gruppe ist, sondern sich diese aus weiteren Untergruppen zusammensetzt. Grundlegen kann zwischen breiter und organisierter Öffentlichkeit unterschieden werden, wobei die „breite Öffentlichkeit“ die Summe aller Einzelpersonen beschreibt. Neben den Einzelpersonen gehören Bürgerinitiativen, gesetzlich geregelte Gruppierungen zur Interessenvertretung (z.B. Kammern) und Gruppierungen der Zivilgesellschaft der „Öffentlichkeit“ an (z.B. Gewerkschaften, NGO) (ARBTER 2008, S.4).

Im Handbuch zur Öffentlichkeitsbeteiligung (ARBTER et. al. 2005, S.6) wird die folgende Definition verwendet;

„[d]er Begriff der „Öffentlichkeitsbeteiligung“ bezeichnet die Einbindung verschiedener AkteurInnengruppen in einen Beteiligungsprozess – einzelne BürgerInnen und BürgerInneninitiativen ebenso wie VertreterInnen von Interessengruppen wie etwa

Umweltorganisationen, Jugendvereine oder Kammern, die stellvertretend die Anliegen ihrer Gruppe einbringen. Diese InteressenvertreterInnen werden als „organisierte Öffentlichkeit“ bezeichnet.“ (ARBTER et. al. 2005, S.6),

Laut dieser Definition basiert Partizipation und Beteiligung auf die Einbindung von Personen und Personengruppen durch die EntscheidungsträgerInnen bei abgegrenzten Prozessen. Einen Schritt weiter geht die Auffassung von Partizipation von RIETBERGEN-MCCRACKEN (2012). In ihrer Beschreibung von partizipativer Entwicklungsplanung sieht Rietbergen-McCracken Partizipation als Möglichkeit zur Mitsprache, welche von Seiten der Projektträger gegeben wird, bzw. auch aktiv von BürgerInnen und Betroffenen eingefordert werden kann. Sie hält Mitsprache für wichtig, da Entscheidungen über zukünftige Entwicklungen, welche die Bevölkerung potenziell beeinflussen, von dieser aktiv mitgestaltet werden sollen. Durch den Prozess Partizipation können die Bedürfnisse und Präferenzen von Beteiligten, als auch Betroffenen mit einfließen. Dadurch wird die Akzeptanz erhöht und spätere Interventionen werden vermieden. Überdies stellt Partizipation eine Möglichkeit zur Unterstützung von lokalen Entwicklungen dar. Die Kompetenzen der konkreten Regionen und entsprechenden regionalen und lokalen Akteure könne so konkret gefördert werden (RIETBERGEN-MCCRACKEN 2012, S.1). Diese Grundsätze sind wohl ebenso für das LEADER-Programm gültig und stellen überdies einen guten Überblick über die Vorteile von Partizipation dar.

4.2.1. VORTEILE VON PARTIZIPATION

TEMPER-SAMHABER & SAMHABER (2010) sehen umfangreichere Vorteile von Partizipation, insbesondere von Jugendlichen, und gliedern diese auf vier Ebenen, bzw. in vier Dimensionen von Nutzen. Partizipation wird dabei als „*Teilhabe*“ gesehen, fordert zur Teilnahme auf und bindet Individuen in ein „soziales Gefüge“ ein.

- In jenem sozialen Gefüge entsteht der erste Nutzen, der **individuelle Nutzen (1)** Lernprozesse, und persönliche Erfolgserlebnisse der Individuen stehen auf dieser Ebene im Vordergrund. Partizipation fördert soziale Kompetenzen und soll zu Empowerment der Bevölkerung und all ihrer sozioökonomischen und Alters-Gruppen beitragen.
- Weiters bringt Partizipation **Nutzen für die Region (2)**, indem die regionale Identität gestärkt wird und Multiplikatoren werden gewonnen. Überdies wird die regionale Kreativität gestärkt und Potenzial generiert.
- Ein bereits genannter Vorteil der Partizipation, die erhöhte Akzeptanz des Resultates, wird bei TEMPLER-SAMHABER ET.AL. als **Nutzen für das Projekt (3)** verstanden. Überdies

wird die Qualität des Projekts verbessert, da das Wissen der Betroffenen bereits im Vorfeld einfließt.

- Als vierte Dimension wird der **demokratische Nutzen (4)** eingebracht. Politische Bildung und das Erlernen von Demokratie wird durch die Teilhabe an einem Partizipationsprozesses vermittelt. Dabei können mehrere Komponenten des Prozesses erlernt werden; Interessenausgleich, Kompromissfindung, Recht auf Anhörung, usw. (vgl. TEMPER-SAMHABER et.al 2010).

Den unterschiedlichen Nutzen stehen auch Aufwände gegenüber. Unter anderem jener Aufwand, welcher mit der Planung des Partizipationsprozesses einhergeht. Grundsätzlich sollten dabei die folgenden Fragen berücksichtigt werden: „Wer darf partizipieren?“, „Wie und durch welche Instrumente wird Partizipation ermöglicht?“, ev. auch „Wann im Prozess wird die Öffentlichkeit beteiligt?“ (vgl. RIETBERGEN-MCCRACKEN 2010). Der folgende Teil widmet sich insbesondere der Breite der Beteiligung, der Frage, wer an der Partizipation beteiligt werden soll, bzw. klärt über den Unterschied zwischen tatsächlicher Partizipation und Informationskampagnen auf.

4.2.2. UMFANG DER ÖFFENTLICHKEITSBETEILIGUNG

„Wer redet mit?“ Bei dieser Frage können zwei grundlegende Modelle herangezogen werden, um abzuschätzen, welche Breite an Beteiligung tatsächlich einem Partizipationsprozess entspricht. Beim ersten Modell (ARNSTEIN 1969) handelt es sich um eine Gliederung, welche zahlreiche Möglichkeiten hinsichtlich der Kontrolle und Machtverteilung zwischen EntscheidungsträgerInnen und BürgerInnen anführt, während sich das zweite Modell konkret auf Offenheit und die Auflösung der Gruppen „EntscheidungsträgerInnen“ und „BürgerInnen“ bezieht (MAIER 2001).

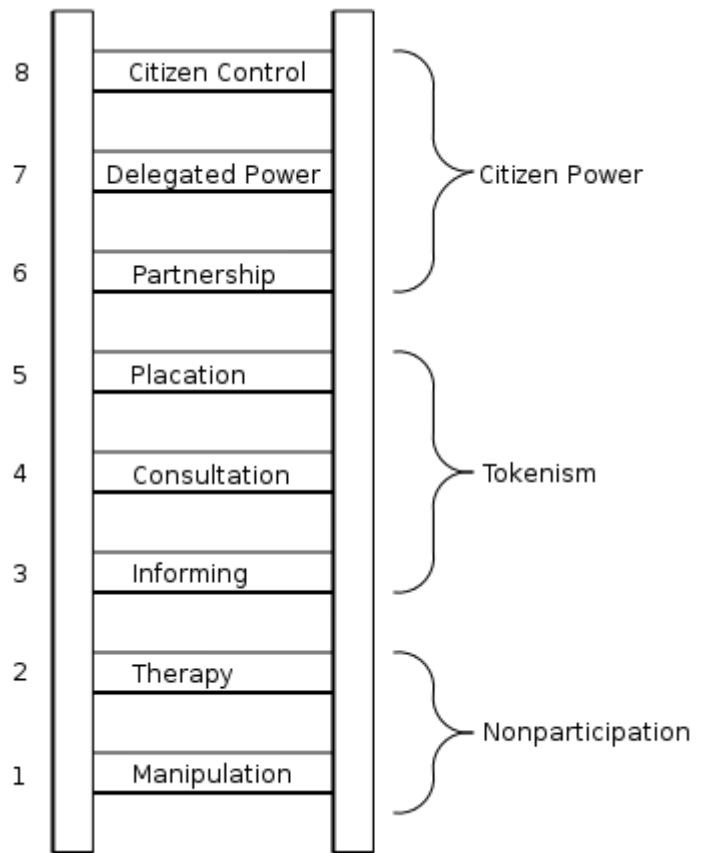
LEITER / STUFEN DER PARTIZIPATION

ARNSTEIN stellte 1969 nach zahlreichen Untersuchungen im lokalen und regionalen Kontext fest was auch heute noch für viele Beteiligungsprozesse zutrifft; *“Es gibt eine entscheidenden Unterschied zwischen einem leeren Ritual der Beteiligung und der wirklichen Macht, die benötigt wird, um den Ausgang des Prozesses zu beeinflussen”* (aus dem Englischen, ARNSTEIN 1969, S.2). Diese Feststellung lässt sich ebenso aus ihrer Abbildung von unterschiedlichen Stufen der Beteiligung, der Leiter der Partizipation ableiten. Sie unterscheidet dabei zwischen acht Stufen,

welche von leeren Ritualen bis zur Steuerung durch Bürger und Bürgerinnen reichen (siehe Abb. 3) (ARNSTEIN 1969).

Abb. 3: Leiter der Bürger- und Bürgerinnenbeteiligung (ARNSTEIN 1969, S.2)

Die ersten beiden Levels der Leiter sind lediglich Substitute für Partizipation, ohne tatsächliches Mitspracherecht für die Bürger und Bürgerinnen (**Non-Partizipation**). Die folgenden drei Stufen beschreiben Ausprägungen der Partizipation bei welcher jene ohne Mitspracherecht informiert und angehört werden. Einfluss auf die endgültige Entscheidung wird ihnen jedoch keiner zugestanden (**Alibipolitik**). Nur die höchsten drei Stufen des Leiter-Schemas geben der Bevölkerung die Möglichkeit auch Entscheidungen zu beeinflussen, oder gar selbst zu treffen (**Steuerung durch Bürger und Bürgerinnen**) (ARNSTEIN 1969).



ARNSTEIN nimmt für ihr Modell eine Unterscheidung in zwei Gruppen an, ein mit Macht („EntscheidungsträgerInnen“) und eine ohne Kontrolle über den Prozess („Habenichts“). Hingegen versteht MAIER (2001) den Partizipationsprozess eher als dynamische Auflösung und Neubildung dieser Gruppen.

KONZENTRISCHE MUSTER DER SELEKTIVEN BETEILIGUNG

Laut MAIER (2001) tauschen sich Gruppen im Laufe des Prozesses aus, kooperieren und eine neue Gemeinschaft kann sich entwickeln. Daher verändert er den Ansatz von Arnstein zum „konzentrischen Muster der selektiven Beteiligung“ (Abb. 4), wobei ein Machtzentrum in mehrere Partizipationskreise eingebettet ist. Beteiligte haben dabei, vom Zentrum aus abnehmend, Möglichkeit zur Mitsprach und Einfluss auf die Entscheidungen (MAIER 2001, S.716f). Das Modell hebt die Aufschlüsselung in zwei Gruppen nach Arnstein auf und räumt Platz für unterschiedliche Gruppen (z.B. Wissenschaft, Wirtschaft) ein. Die partizipativen Prozesse

beschränken sich nicht nur auf eine Stufe der Leiter, sondern können je nach Gruppe und Prozessabschnitt unterschiedlich ausgelegt sein. Überdies können Gruppen auch über Schlüsselfiguren verfügen, welchen eine tragende Rolle bei der Entscheidungsfindung zugeschrieben wird (vgl. MAIER 2001).

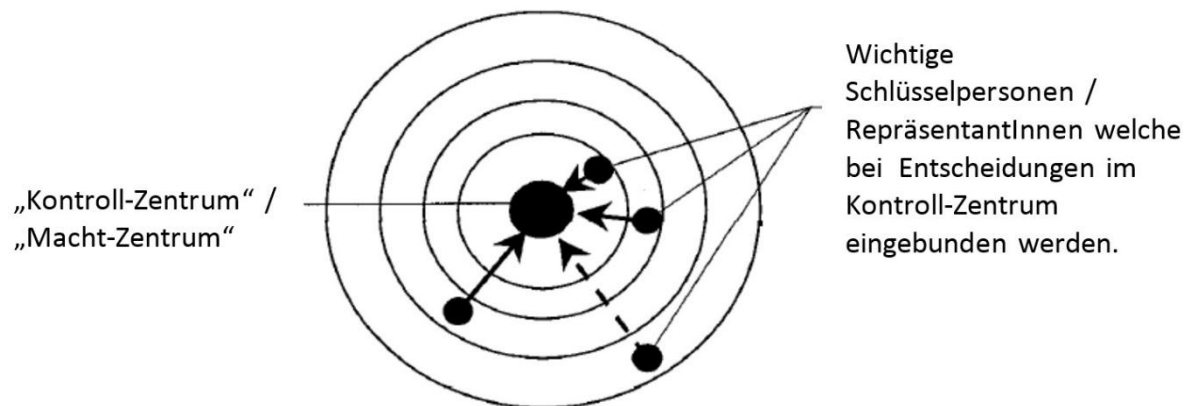


Abb. 4: Konzentrisches Muster der selektiven Beteiligung (MAIER 2001, S. 718)

Beide Modelle geben jedoch nicht zwingend der gesamten Bevölkerung ein Recht auf Partizipation und Mitsprache. Nichtsdestotrotz eignen sie sich um Prozesse einzuordnen und auch um die Beteiligungsprozesse für Strategieentwicklung zu untersuchen. Konkreter mit Beteiligung bei der Strategieentwicklung hat sich BAUMFELD (2012) auseinandergesetzt.

4.2.3. STRATEGIEENTWICKLUNG UND PARTIZIPATION

Nach BAUMFELD (2012) kann bei der Strategieentwicklung hinsichtlich der Beteiligung von Bürgern und Bürgerinnen grundsätzlich zwischen drei verschiedenen Vorgehensweisen unterschieden werden. So können Strategien von Führungskrews (1), von Gruppen mit gezielt eingeladenen Personen (2), oder durch breite Beteiligungsprozess (3) erarbeitet werden (BAUMFELD 2012, S.3-4). Diese Gliederung kann eventuell als Erweiterung der beiden vorab beschriebenen Modelle gesehen werden.

INTIME RUNDE/ FÜHRUNGSCREW (1)

Diese intime Runde oder Führungskrew setzen sich laut BAUMFELD (ebd.) z.B. durch Mitglieder des Vorstands zusammen. Durch diese Führungskrew können **rasch neue Strategien entwickelt** werden, da die Gruppe bereits eingespielt ist und man Ansichten entweder teilt, oder zumindest vorab weiß, inwiefern die Gruppenmitglieder zu Kompromissen bereit sind. Dabei besteht die

Möglichkeit, Themen zu vertiefen und auch andere Aspekte miteinzubeziehen, jedoch nur wenn diese intime Runde auch bereit ist, Zeit in diese Themen zu investieren. Dadurch ist die Bandbreite der Themen inhaltlich oft eingeschränkt und die Anknüpfungspunkte für regionale Akteure und Akteurinnen sind nicht im gewünschten Ausmaß gegeben. Überdies werden damit Strategien von oben aufgesetzt und die Akzeptanz der Bevölkerung generell, der nicht beteiligten regionalen Akteure und Akteurinnen insbesondere ist dadurch gefährdet (vgl. BAUMFELD 2012, S. 3).

Diese Form der Strategieentwicklung wäre nach ARNSTEIN (1969) dem untersten Bereich der Partizipationsmöglichkeiten zuzurechnen, der **Nichtpartizipation**.

GEZIELTE BETEILIGUNG (2)

Bei der gezielten Beteiligung wird die intime Runde um gezielt ausgewählte und eingeladene Akteure und Akteurinnen ergänzt, welche ausschließlich am Prozess der Strategieentwicklung beteiligt werden. Der Zugang zur Strategieentwicklung ist daher nicht offen und die Anzahl der Mitwirkenden ist begrenzt. Dadurch resultiert bei dieser Form der Beteiligung ein überblickbarer **organisatorischer, finanzieller und zeitlicher Aufwand**. Überdies erscheint die intime Runde oder das Management-Team weiterhin als Träger, bzw. als **Eigner der Strategie**. Obwohl dieser Träger auch Beteiligte in den Entwicklungsprozess einbindet, kann die **Akzeptanz weiterhin als niedrig** bleiben. Laut BAUMFELD (2012, S. 3) kann eine solche gezielte Beteiligung auch als „Inzucht“, mit **Mangel an „Außenblick“** wahrgenommen werden. Weitere Personen, welche nicht eingeladen wurden, fühlen sich eventuell vom Prozess ausgeschlossen und dies kann zu einer Ablehnung der Strategien führen (vgl. ebd.).

Gezielte Beteiligung entspricht dabei eher dem Ansatz des **„Konzentrischen Musters der Selektiven Beteiligung“** nach MAIER (2001). Eine Verbindung mit Arnsteins Leiter der Partizipation könnte sowohl auf die Stufen Konsultation und Besänftigung, aber auch Partnerschaft / Kooperation hergestellt werden (vgl. MAIER 2010, ARNSTEIN 1969).

BREITE UND OFFENE BETEILIGUNG (3)

BAUMFELD (2012) stellt für diese Typisierung der Beteiligung, der offenen und breiten Partizipation, fest, dass hierbei durch die regionale Öffentlichkeit die Strategien und Themen entwickelt werden. Er beschreibt diese Öffentlichkeit, das „regionale Publikum“, als Diversität an Gruppierungen, welche ihrerseits z.B. Themen oder Interessen repräsentieren. Die

Führungscrew ist hier als Kernsystem in der Öffentlichkeit enthalten und übernimmt die Steuerung des Strategiefindungsprozesses. Da diese Weise der Strategieentwicklung **umfassend Möglichkeit zur Beteiligung** bietet, wird das Resultat, die **Strategie von einer breiten Basis mitgetragen**. Die Themen, welche in der Strategie enthalten sind, werden durch den Prozess in der Öffentlichkeit breit kommuniziert, was zu einem besseren **Verständnis der Inhalte der Strategie** beiträgt. Jedoch führen diese breite und offene Beteiligung auch zu langen Prozessen und Wartezeiten auf Ergebnisse. Weiters sieht BAUMFELD (ebd.) hier die Gefahr, dass der Prozess eher einer „**Inszenierung**“ gleicht und kein Träger der Strategie erkenntlich ist. Der umfassende Prozess bedarf oft externer Hilfe, was wiederum den Charakter des Prozesses zum „**Zustimmungsritual**“ verändern kann. Die Wirksamkeit der Strategie ist damit eingeschränkt (vgl. BAUMFELD 2012, S.4).

Im Rahmen der Leiter der Partizipation (ARNSTEIN 1969) würde diese Ausprägungen von Beteiligung wohl den höheren Stufen der Leiter zuzurechnen sein. Das Management fungiert als Steuerungsgruppe und die Kontrolle über die Entscheidung wird mit der Öffentlichkeit geteilt, bzw. ihr überlassen.

Ist es den BürgerInnen möglich Entscheidungen für die Region zu treffen, so kann dadurch ein Gefühl der Verbundenheit mit dem Resultat, aber auch mit der eigentlichen Basis; der Region entstehen. Die regionale Identität der Beteiligten wird durch den Prozess angesprochen.

4.3. REGIONALE IDENTITÄT

„Die regionale Identität [...] kennzeichnet das Bewußtsein von Menschen, gemeinsam einer bestimmten, klar abgrenzbaren kollektiven Einheit anzugehören, die in unverwechselbarer Weise durch kulturelle Muster, Sprache, Herkunft, Geschichte, Religion, ect. gekennzeichnet ist. Regionale Identität bezieht sich auf Zusammengehörigkeitsgefühle und ein gemeinsames Selbstverständnis, das durch charakteristische Verhaltensweisen, Werte, Sitten, Lebensstile, Schicksalserfahrungen, Symbole und Rituale geprägt ist.“ (BUSS 2002; S.12)

BUSS stellt außerdem fest, dass es für die Nutzung der **Identität als regionale Ressource** „*öffentliche Selbsterzählungen und Selbstbeschreibungskonzepte*“ bedarf (BUSS 2002, S. 49ff). Eine Strategie für die zukünftige Entwicklung der Region kann unter Umständen als ein solches Konzept wirken. Dazu bedarf es jedoch der Wahrnehmung dieser in der regionalen

Öffentlichkeit, als auch der Akzeptanz der Inhalte. An dieser Stelle ist wiederum auf die Akzeptanzsteigerung durch einen gelungenen Partizipationsprozess zu verweisen.

Aus der Untersuchung von LINDSTAEDT (2006) zur Bedeutung regionsbezogener Identität für intraregionale Kooperationen geht hervor, dass für die regionale Identität nicht Einzelprojekt ausschlaggebend sind, sondern **langfristige, oder wiederkehrende Maßnahmen** eine konstante Wahrnehmung der Region fördern. Die Beständigkeit führt dabei nicht nur zum Anstieg der regionalen Identität, sondern auch zur Verbesserung der Außenwahrnehmung der Region (LINDSTAEDT 2006, S. 234). Bezogen auf den Strategieentwicklungsprozess könnte dies bedeuten, dass regelmäßig wieder auf die Strategie verwiesen werden soll. Es können Informationen zum Stand der Entwicklung und Umsetzung, als auch weitere Beteiligungsmöglichkeiten an die Öffentlichkeit getragen werden.

Anhand ihrer Studie stellt LINDSTAEDT weiter fest, **dass gelingendes Regionalmanagement und eine Steigerung der regionalen Identität Hand in Hand** gehen und beides nach der Partizipation der Bevölkerung verlangt: *„Erst wenn Bevölkerung, Politiker, Wissenschaftler und Unternehmen an einem Strang ziehen, kann die Region [...] den aufgestellten Zielvisionen näher kommen“* (LINDSTAEDT 2006, S. 234).

Partizipationsprozesse haben Potenzial, die Regionale Identität zu verbessern, da sich die beteiligten Personen intensiver mit der Region auseinandersetzen. Entsprechend dieses Ansatzes wäre breite und offene Partizipation wünschenswert. Wird jedoch darüber hinaus in betrachte gezogen, dass ein zu diffuser Entwicklungsprozess der Strategie, deren Akzeptanz und Geltungsanspruch eingeschränkt, so sollte auch zugunsten der regionalen Identität darauf geachtet werden, dass der Prozess **koordiniert und transparent** verläuft und ebenso wahrgenommen wird. Nach BAUMFELD (2013a & 2012) soll Partizipation einerseits die Regionale Identität stärken, andererseits eine ausgewogene Strategie und eine präzise und greifbare Personengruppe als Träger der Strategie ermöglichen. (vgl. BAUMFELD 2013a & 2012).

BAUMFELD (2011) teilt die Gestaltung der regionalen Identität in drei Prozesse ein. Vorab bedarf es der Definition von gemeinsamen Themen, Zielen und Maßnahmen. Dazu ist ein **gemeinsamer Planungsprozess** notwendig. Zur Umsetzung der Maßnahme und zum Erreichen der Ziele bedarf es dem gemeinsamen Handeln. Das **gemeinsame Agieren** und der vielfache Austausch zwischen den Akteuren halten die gemeinsamen Ziele und die gemeinsame Region im Bewusstsein. Gemeinsames Handeln soll daher auch bereits in durch die Definition der Maßnahmen

festgesetzt werden. Nicht zuletzt ist auch eine **Selbstreflexion** der regionalen AkteurInnen notwendig. AkteurInnen sollen sich über die konkrete regionale Identität und den Auswirkungen ihrer Handlungen auf diese bewusst sein (vgl. BAUMFELD 2011).

Auch für die Zielgruppe Jugend führt BürgerInnenbeteiligung zur verbesserten Wahrnehmung der Region. Laut TEMPER-SAMHAMER & SAMHAMER (2010) wird dadurch ein „dynamisches Regionsverständnis“ entwickelt und ein Bild der Region entsteht, mit welchem sich auch die jüngeren Bevölkerungsgruppen identifizieren können (TEMPER SAMHAMER & SAMHAMER 2010, S.32).

Ein Vergleich von der Entwicklung von Regionaler Identität in drei Regionen von MESSELY et. al. (2010, S. 23) folgern, dass „**passion**“, Leidenschaft unumgänglich ist für den Prozess. Es braucht Personen welche sich bereits mit der Region identifizieren, welche bereit sind sich für Entwicklung der Region einzusetzen und damit als Sprachrohr der Region die Region bewerben.

4.4. LEADER

Das LEADER Programm wird zwar generell als **Vorzeigeprojekt für Bottom-Up Prozesse** verstanden, doch ist dies nicht zwingend mit einer gleichberechtigten Beteiligung von Jugendlichen und Frauen gleichzusetzen. Formal ist der Bottom-Up Charakter vorwiegend in der Zusammensetzung der LAG festgeschrieben (siehe Verordnung (EG) Nr. 1698/2005 im Artikel 62). So wird etwa eine „*Gruppierung von Partnern aus unterschiedlichen sozioökonomischen Bereichen*“ verlangt. Für die Entscheidungsgremien wird überdies eine Beteiligung von mindestens 50% durch ausgewählte Vertreter von „*Wirtschafts- und Sozialpartner sowie andere Vertreter der Zivilgesellschaft, z. B. Landwirte, Landfrauen und Jugendliche sowie deren Verbände*“ eingefordert (RAT DER EUROPÄISCHEN UNION 2005, S.26). Die Beteiligung von VertreterInnen der angeführten Bevölkerungsgruppen vermag zwar den **Anschein eines repräsentativen Querschnitts** durch die Bevölkerung vermitteln, doch sind die betroffenen **Gebiete weitaus diverser als diese Verordnung unterstellt**. Die Beteiligung von Landwirten und Landfrauen ist zwar wichtig, doch kann die Zivilgesellschaft nicht auf die agrarischen Strukturen reduziert werden. Die Konzeption des Partizipationsprozesses sollte daher auf eine Analyse der lokalen und regionalen Öffentlichkeit aufbauen. Erst mit diesem Wissen ist eine Bewertung der Repräsentanz möglich.

Die vom RAT DER EUROPÄISCHEN UNION (2005) verlangte Beteiligung der Öffentlichkeit beschreibt im Kontext der präsentierten Theorien zu Partizipation keinen breiten Prozess der Öffentlichkeitsbeteiligung, sondern erscheint exklusiv und entspricht am ehesten der „*Intimen Runde/Führungscrew*“ (siehe Seite 14, vgl. BAUMFELD 2012).

JUNGMEIER UND SEHER (2009) bemerken in einer Gegenüberstellung von LEADER und Lokale Agenda 21, dass LEADER mehrere **Defizite hinsichtlich der Partizipation** aufweist. Sie führen in ihrem Bericht an, dass das ursprünglich als bottom-up entwickelte LEADER-Programm diesem Ansatz nur teilweise gerecht wird, da zu **großen Teilen lediglich politische EntscheidungsträgerInnen und regionale Persönlichkeiten** an den Entscheidungsstrukturen beteiligt werden. Zwar resultiert daraus durchaus ein gewisser Multiplikator-Effekt auf der kommunalen Ebene, doch eine Beteiligung der breiten Öffentlichkeit ist beim Programm nicht direkt vorgesehen und wird daher auch nicht in diesem Sinne umgesetzt (JUNGMEIER & SEHER 2009, S.51).

JUNGMEIER UND SEHER stellen weiter fest, dass die Organisation der lokalen LEADER-Struktur und der entsprechenden Strategien fest in der Hand etablierter Entscheidungsträger liegt. Dadurch sind nicht nur die **thematischen Schwerpunkte der Programme relativ eingegrenzt**, sondern sind auch **organisatorische Abläufe festgesetzt**. Die geübten PolitikerInnen und ManagerInnen regionaler Projekte sind zwar einerseits sehr kompetent und umsetzungsstark beim Vorantreiben von regionalen Strategien, doch fehlt es hier oft an innovativen Denkansätzen. Diese könnten sowohl thematischer, als auch organisatorischer Natur sein, in jedem Fall jedoch Umdenk- und Verbesserungsprozesse für das LEADER-Programm initiieren. (vgl. JUNGMEIER & SEHER 2009, S.52)

Bei der aktuell angelaufenen Strukturfondsperiode findet sich der Bottom-Up Charakter des LEADER-Ansatzes in der CLLD-Methode wieder.

4.4.1. CLLD-METHODE

Für die Strukturfondsperiode 2014-2020 ist das Mainstreaming der CLLD-Methode vorgesehen (EUROPÄISCHE KOMMISSION 2013, S.2). Auch beim **Community Led Local Development (CLLD)** soll Partizipation durch Lokale Aktionsgruppen passieren.

Für die Partizipation, bzw. die Zusammensetzung der lokalen Aktionsgruppen wird eine hohe **Diversität der Mitglieder** verlangt. So sollen auch Frauen und Jugendliche miteinbezogen werden, ältere Personen und Minderheiten sollen beteiligt werden. Um die Beteiligung und auch die Einflussnahme zu ermöglichen soll der Anteil der Gebietskörperschaften nicht über 49 Prozent liegen. *„Zivilgesellschaftliche Partner und Partner aus dem Privatsektor sollten eine Entscheidungsbefugnis von mindestens 50 % haben, aber keine einzelne Interessengruppe sollte mehr als 49 % der Stimmen besitzen.“* (EUROPÄISCHE KOMMISSION 2013, S.3). Doch sind weder detailliertere Aussagen zur Machtverteilung und Entscheidungsfindung vermerkt, noch werden Angaben zu einer breiten Beteiligung der Bevölkerung gemacht.

Die **Richtlinien zur Repräsentanz und das Bottom-Up Prinzip lassen großen Spielraum bei der Auslegung**. Partizipation der Öffentlichkeit ist nicht zwingend Teil des Programms. Es ist daher den Regionen, viel mehr den regionalen EntscheidungsträgerInnen überlassen, die entsprechenden Schritte für einen gelungenen Partizipationsprozess zu setzen. In diesem Sinne setzt sich auch Akteure und Akteurinnen der LEADER-Region NÖ-Süd mit der Thematik auseinander.

5. LEADER NÖ SÜD

Die LEADER-Region NÖ-Süd setzte sich in der vergangene Strukturfondsperiode aus **34 Gemeinden** der Bezirke Neunkirchen und Wiener Neustadt zusammen (vgl. Abb. 5 & Abb. 6). Für die Periode 2014-2020 steht die Anzahl der Gemeinden noch nicht fest. Es ist jedoch davon auszugehen, dass weiterhin eine Teilung in drei Kleinregionen (Weltkulturerberegion Semmering-Rax, Gemeinsame Region Schneebergland und Kleinregion Schwarzatal) erhalten bleibt.

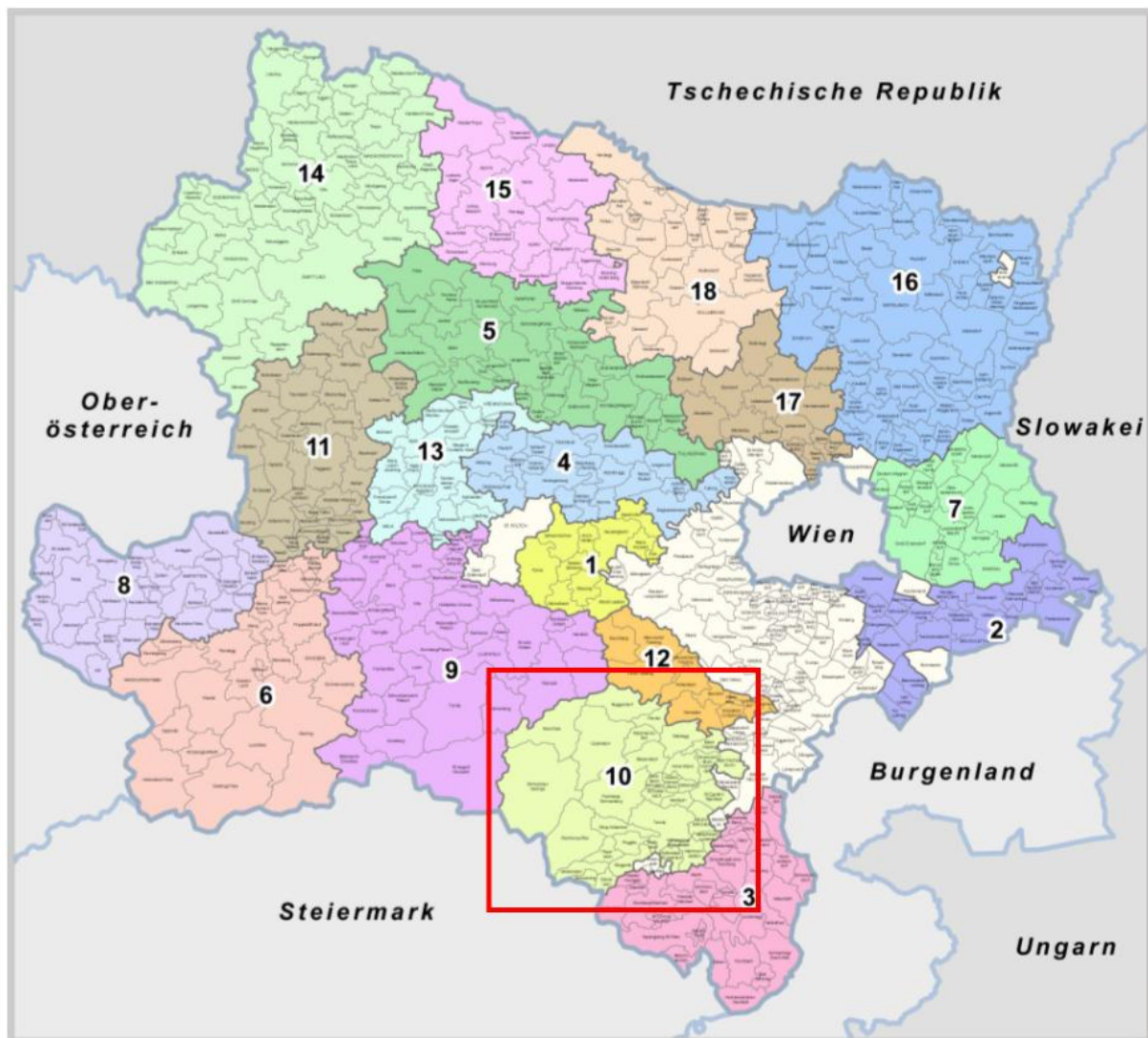


Abb. 5: Lage der LEADER-Region NÖ Süd (Quelle: www.leader-noe-sued.at)



Abb. 6: Die 34 Mitgliedsgemeinden der Region NÖ Süd aus der Periode 2007-2013 (Quelle: www.leader-noe-sued.at)

5.1. BESCHREIBUNG DER REGION

GEOGRAPHIE

Die Gesamtfläche der Region beträgt 1122 km². Sie grenzt im Südwesten an das Bundesland Steiermark. Mit dem Schneeberg und der Raxalpe liegen zwei Berge mit über 2000 Metern Höhe in der Region. Prägend für die Region sind das Piestingtal und das Schwarzatal, die durchaus industriell geprägt sind. Die Region hat einen großen Anteil an Wald und Grünlandflächen (LEADER-NOE-SUED.AT 2014).

BEVÖLKERUNG

Die Region hat eine Einwohnerzahl von rund 77000. Daraus ergibt sich eine eher geringe Bevölkerungsdichte von 69 Einwohnern pro km² (Österreich: 101 Einwohner pro km²). Die größten Gemeinden der Region NÖ-Süd sind Ternitz (15000 Ew.), Neunkirchen (12000 Ew.) und Gloggnitz (6000 Ew.). Die übrigen Gemeinden sind deutlich kleiner und haben allesamt unter 3000 Einwohner.

Die Bevölkerungsentwicklung war in den Jahren 1991 bis 2007 insgesamt positiv. Dennoch war im Gebiet Semmering-Rax ein Bevölkerungsrückgang zu verzeichnen (LEADER-NOE-SUED.AT 2014).

WIRTSCHAFT

Die Wirtschaftsentwicklung ist entlang der Hauptverkehrsachsen gut. Dagegen ist die Entwicklung in den peripheren Regionen rückläufig. Land- und Forstwirtschaft sind in der Region NÖ-Süd im Vergleich zu Niederösterreich unterdurchschnittlich vertreten. Besondere Schwerpunkte liegen dagegen in den Bereichen Handel, Chemie und Maschinenbau, Papierindustrie, Grundstoffindustrie und Beherbergungsbetriebe. Der Tourismus ist dabei von besonderer Bedeutung (LEADER-NOE-SUED.AT 2014).

INFRASTRUKTUR

Das Bildungsangebot ist der Region als durchschnittlich zu bezeichnen. Von besonderer Bedeutung ist die Nähe zur nächsten größeren Stadt Wiener Neustadt. Die Arbeitsstätten konzentrieren sich in den großen Gemeinden Ternitz, Neunkirchen und Gloggnitz. Die kleineren Gemeinden sind meistens Auspendlergemeinden (LEADER-NOE-SUED.AT 2014).

Die Hauptverkehrsstraßen sind die Südautobahn (A2) und die Semmering-Schnellstraße (S6) sowie die Bundesstraßen B17 und B21. Für den Eisenbahnverkehr ist die Südbahn von Bedeutung.

6. INSTRUMENTE: WIE KANN PARTIZIPATION GESTALTET WERDEN?

6.1. ÜBERBLICK ÜBER DIE VERSCHIEDENEN METHODEN

Die Auswahl der geeigneten Methoden im Rahmen des Partizipationsprozesses ist entscheidend. Sie ist von verschiedenen Faktoren abhängig, die im Vorfeld geklärt werden sollten. Zu beachten sind dabei unter anderem die Ziele, die Zielgruppen, die Einflussmöglichkeiten aber auch der jeweilige Zeitaufwand der Methoden (vgl. ARBTER 2012, S.51).

Grundsätzlich kann man die zahlreichen existierenden Methoden nach der Art, beziehungsweise dem Umfang der Beteiligung unterscheiden (vgl. Abb. 7). Auf der untersten Stufe kann man eigentlich noch von keiner Bürgerbeteiligung im eigentlichen Sinne sprechen. Diese umfasst lediglich die Information der Bevölkerung (**Nicht-Partizipation – zur Information der Bevölkerung**). Auf der nächsten Stufe werden bereits **Informationen von der Bevölkerung eingeholt**. Hierzu zählen beispielsweise Ausstellungen, welche die Möglichkeit bieten, Rückmeldungen und Meinungen einzubringen. Die nächste Form der Beteiligung bezieht sich bereits konkret auf die **Sammlung von Meinungen und Ideen**.

Die – auch im Hinblick auf die vorliegende Arbeit – wohl wichtigste Art der Beteiligung ist das **Aktivieren und das Starten von Diskussionen**. Auf dieser Ebene kann die Bürgerin und der Bürger bestmöglich beteiligt werden, ohne dass diese beziehungsweise dieser überfordert wird. Die höchste Stufe der Partizipation – **das gemeinsame Planen** – eignet sich in erster Linie für ein Fachpublikum und beteiligte Akteure, da hier ein Vorwissen vorausgesetzt werden muss (vgl. ARBTER 2012, S.52ff).

Abb. 7: Überblick über die Methoden anhand des Ausmaßes der Partizipation (Quelle: eigene Erstellung)



Eine weitere Möglichkeit zur Unterteilung der Methoden bietet der „Werkzeugkasten Dialog und Beteiligung“ vom Ministerium für Wirtschaft, Energie, Industrie, Mittelstand und Handwerk des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.). In diesem Handbuch werden als Dialogziele „Information“, „Austausch und Diskussion“ sowie „Beratung und Lösungsfindung“ unterschieden. Die Instrumente oder Methoden der Beteiligung werden weiter nach dem Kriterium der Online-Umsetzung unterschieden (vgl. Abb. 8).

Dialogziele	Information	Austausch und Diskussion	Beratung und Lösungsfindung
Instrumente	<ul style="list-style-type: none"> » Themenbrief » Informationsstand » Informationsflyer/-broschüre, Plakat » Auslegung Pläne » Pressemitteilung 	<ul style="list-style-type: none"> » Bürgerbüro/ Bürgersprechstunde » Ortsbegehung » Interviews (qualitativ) » Befragung (quantitativ) » Fokusgruppen » Auftaktveranstaltung » Fachvortrag » Gemeinsame Faktenklärung » Expertenhearing » Podiumsdiskussion 	<ul style="list-style-type: none"> » Szenarioprozess » Werkstatt » Runder Tisch » Anwohnerkonferenz » World-Café » Open Space
Online-Instrumente	<ul style="list-style-type: none"> » Newsletter (online) » Internetauftritt 	<ul style="list-style-type: none"> » Internetforum » Internet-Blog » Social Media 	<ul style="list-style-type: none"> » Online-Dialog

Abb. 8: Unterteilung der Methoden anhand der Online-Umsetzung (Quelle: Werkzeugkasten Dialog und Beteiligung, S.60)

Einige der angeführten Instrumente werden im Folgenden näher beschrieben, bzw. werden im Kapitel zum Methoden-Mix aufgegriffen.

6.2. AUSGEWÄHLTE INSTRUMENTE DER PARTIZIPATION

Im Rahmen dieses Kapitels sollen die wichtigsten Methoden – insbesondere im Hinblick auf das Thema der Arbeit – beschrieben werden. Da die rein der Information dienenden Medien, wie beispielsweise Folder oder Flyer in Bezug auf die Partizipation der Bevölkerung, mit Ausnahme der Sensibilisierung, nur wenig bieten, wird hier auch nicht näher darauf eingegangen. Im Folgenden werden nun einige relevante Methoden vorgestellt.

6.2.1. DER STADTSPAZIERGANG

Der Stadtspaziergang eignet sich zur Vorstellung eines Planungsgebietes für AnrainerInnen. Deshalb wird diese Methode auf der lokalen Ebene angewendet. Im Rahmen des Stadtspaziergangs erhalten interessierte Menschen einerseits Informationen durch Fachleute. Andererseits können gleichzeitig Ideen und Meinungen eingeholt werden. Stadtspaziergänge eignen sich auch für bestimmte Zielgruppen, wie Jugendliche.

Im Rahmen dieser Methoden lernen Menschen ihre Gegend und andere Menschen kennen, oder erhalten einen neuen Blickwinkel auf das gewohnte Umfeld. Der Austausch mit Fachleuten kann für beide Seiten Vorteile bringen; z.B. können die Fachleute vom Alltagswissen der BürgerInnen profitieren und die Anliegen in die Planung aufnehmen. Weitere Stärken des Stadtspaziergangs sind die lockere Atmosphäre und der vergleichsweise geringe Aufwand. Jedoch eignet sich diese Methode nur für kleinere Gruppen, da sonst der Austausch schwierig wird (vgl. ARBTER 2012, S.62).

6.2.2. DER BÜRGERINNENRAT

Der BürgerInnenrat ist gut geeignet, um im Rahmen einer zufällig ausgewählten Gruppe von BürgerInnen Ideen und Lösungsvorschläge zu einem bestimmten Thema zu finden. Die BürgerInnen sollten durch eine persönliche Einladung, z.B. durch einen Brief von den zuständigen PolitikerInnen, für die Teilnahme an der Veranstaltung gewonnen werden.

Die Gruppe sollte relativ klein (z.B. 12 Personen) und möglichst heterogen sein. Das bedeutet, dass sowohl Frauen und Männer als auch jüngere und ältere Menschen angemessen repräsentiert werden. Eine mögliche Zusammensetzung eines BürgerInnenrates von 12 teilnehmenden Personen könnte so aussehen:

Altersklasse	Frauen	Männer
Von 18–39 Jahre Von 40–59 Jahre Von 60–75 Jahre	Jeweils zwei Teilnehmerinnen	Jeweils zwei Teilnehmer

Abb. 9: Mögliche Zusammensetzung eines BürgerInnenrates (Quelle: ARBTER 2012, S.46)

Als Zeitdauer für die Durchführung eines BürgerInnenrates können 1 ½ Tage angenommen werden. Diese Methode ist also für die teilnehmenden BürgerInnen eher zeitaufwändig. Daher müssen Anreize zur Teilnahme geschaffen werden, wie die persönliche Anwesenheit von, bzw. Begrüßung durch den Bürgermeister, oder der Bürgermeisterin.

Insgesamt fördert diese Methode das Engagement der BürgerInnen und führt zu gemeinsam diskutierten und entwickelten Ideen. Die BürgerInnen müssen einander zuhören, aufeinander eingehen und zu einem gemeinsamen Ergebnis kommen. Es muss allerdings an dieser Stelle eingeschränkt werden, dass sich der BürgerInnenrat nur für Themen eignet, die kein besonderes Fachwissen erfordern. Ansonsten könnten die BürgerInnen leicht überfordert werden (vgl. ARBTER 2012, S.68).

Zwar ist es wie bereits erwähnt allgemein von Vorteil, eine möglichst homogene Gruppe zu bilden. Allerdings können für bestimmte Fragestellungen oder die Herausarbeitung der Meinungen bestimmter Gruppen auch getrennte Tische gebildet werden. Das bedeutet, dass konkret Frauentische oder Jungentische im Rahmen des BürgerInnenrates gebildet werden können, um die Einstellungen dieser bestimmten Gruppen zu erfragen.

Es können dabei nicht nur frauen- oder jugendspezifische Meinungen erfragt werden. Ein weiterer Vorteil liegt in der Abgeschlossenheit der Gruppen. So arbeiten manche Frauen lieber „unter sich“. Auch Jugendliche fühlen sich unter ihren Altersgenossen häufig wohler und sind so eher zu einer Meinungsäußerung bereit (vgl. ARBTER 2012, S.47).

6.2.3. DAS BÜRGERINNENCAFE

Das BürgerInnencafe sollte in Kombination mit dem BürgerInnenrat im Anschluss an diesen durchgeführt werden. In einer etwa dreistündigen Veranstaltung sollen die TeilnehmerInnen des BürgerInnenrates ihre Ergebnisse präsentieren. Der Vorteil am BürgerInnenrat liegt darin, dass sich hier alle interessierten BürgerInnen beteiligen können. Die Teilnehmer des BürgerInnencafes sind, neben den Verwaltungsmitarbeitern und den Bürgern, Politiker und Medienvertreter.



Abb. 10: Beispiel für ein BürgerInnencafe (Quelle: www.feldkirch.at)

Neben der breiten Beteiligung der Bevölkerung im Rahmen des BürgerInnencafes bietet diese Methode den Vorteil, dass durch die Anordnung der BürgerInnen in Kleingruppen rund um kleine Tische alle Menschen die gleiche Möglichkeit haben, die vorgestellten ergebnisse und Themen wiederum zu diskutieren und weitere Meinungen einzubringen (vgl. ARBTER 2012, S.68).

6.2.4. DAS WORLDCAFE

Bei dieser Methode werden aus den TeilnehmerInnen Kleingruppen von etwa fünf Personen gebildet. Jede Gruppe sitzt an einem Tisch und diskutiert ein vorgegebenes Thema. Nach einer bestimmten Zeit werden die Tischgruppen gewechselt und jede Gruppe diskutiert nun ein neues Thema. Die Ergebnisse jeder Runde werden schriftlich festgehalten und jeweils von der nächsten Gruppe diskutiert. So entsteht eine einladende, relativ gemütliche Atmosphäre (vgl. Abb. 11/11).



Abb. 11/12: Eine Tischgruppe im Worldcafe diskutiert (mitte); die Ergebnisse werden nach Möglichkeit auf großen Papiertischtüchern festgehalten (oben&unten); Quellen: www.partizipation.at bzw. www.wikipedia.de

Ein Vorteil des Worldcafes besteht darin, dass in relativ kurzer Zeit viele Ideen aus der Bevölkerung gesammelt werden können. Die Kleingruppen laden dazu ein, dass sich alle Teilnehmer an der Diskussion beteiligen. Es ist außerdem möglich, dass homogene Kleingruppen gebildet werden, die beispielsweise nur aus Jugendlichen oder Frauen bestehen. Das daraus resultierende Gefühl des „unter sich seins“ kann dazu beitragen, dass die Teilnehmer ihre Scheu ablegen und sich an der Diskussion beteiligen (vgl. ARBTER 2012, S.76).

6.2.5. OPEN SPACE

Open Space („offener Raum“) eignet sich gut zum Austausch in größeren Gruppen. Es kann beispielsweise zu Beginn eines Planungsprozesses eingesetzt werden. Im Rahmen dieser Methode sitzt eine größere Gruppe ab etwa 40 Personen im Sesselkreis zusammen (vgl. Abb. 13). Die Ideen werden also in einem großen Kreis gesammelt.



Abb. 13: Darstellung einer Open-Space-Diskussion (Quelle: <http://www.organisationsberatung.net>)

Bei Open Space werden einerseits die BürgerInnen mit dem jeweiligen Thema vertraut gemacht. Andererseits können gemeinsam in der Runde entwickelte Ideen der BürgerInnen gesammelt werden (vgl. ARBTER 2012, S.78).

6.2.6. DIE ZUKUNFTSWERKSTATT

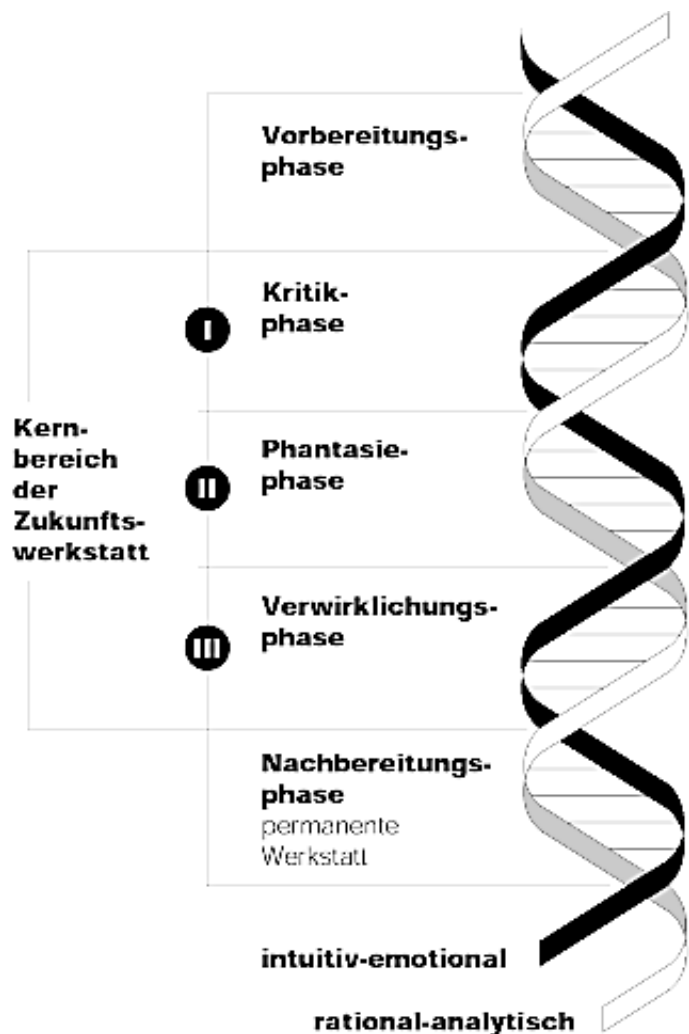
Die Zukunftswerkstatt stellt eine relative lockere Art der Sammlung von Ideen in Gruppen dar. Die Besonderheit dieser Methode besteht darin, dass in Kleingruppen die Ideen auch nonverbal, also beispielsweise mithilfe von Zeichnungen oder Modellen erarbeitet werden. Deshalb eignet sich die Zukunftswerkstatt besonders für Kinder und Jugendliche.

Im Rahmen der Zukunftswerkstatt sind insbesondere kreative Ideen und Lösungen gefragt. Die spielerische Herangehensweise, die durch die nonverbalen Methoden entsteht, unterstützt dies. Andererseits sollte aber bei den Planungen zu Beginn auch ein großer Spielraum bei den Möglichkeiten vorhanden sein, da ansonsten die meisten Vorschläge der BürgerInnen in der

Realität nicht in Betracht kommen würden. Nach dem Ablauf lässt sich die Zukunftswerkstatt in drei zeitliche Phasen gliedern (Abb. 14).

Durch die bereits erwähnten Eigenheiten der Zukunftswerkstatt können auch sehr gut Gruppen mit verschiedenen Merkmalen, wie beispielsweise reine Jugend- oder Frauengruppen gebildet werden (vgl. ARBTER 2012, S.80).

Abb. 14: Die drei Phasen der Zukunftswerkstatt
(Quelle: http://87.106.4.207/service/unter/metho_2/meth_48.html)



6.2.7. DIE ARBEITSGRUPPE

Die Arbeitsgruppe ist eine der aufwendigeren Möglichkeiten der Partizipation. Sie erfordert einen großen Zeitaufwand für alle Beteiligten und ist auch nur für besonders interessierte und engagierte BürgerInnen geeignet.

In Gruppen werden über einen längeren Zeitraum Treffen vereinbart. Während der Treffen werden jeweils Protokolle erstellt. Wenn notwendig können auch Fachleute zur Unterstützung der Diskussion anwesend sein. Unter Umständen sollte auch ein Vorwissen beziehungsweise eine gewisse Auseinandersetzung über die diskutierten Themen vorhanden sein, damit auch sinnvolle Ergebnisse erzielt werden können. Im Hinblick auf den großen zeitlichen Aufwand für die beteiligten BürgerInnen sollte deshalb noch stärker als sonst das Ziel verfolgt werden, dass die erreichten Ergebnisse auch tatsächlich in der Planung berücksichtigt werden. So wird gewährleistet, dass die investierte Zeit sich auch auszahlt.

6.2.8. DIE ONLINE-METHODEN, IHRE VOR- UND NACHTEILE

Neben den klassischen Methoden der Partizipation kommen in jüngster Zeit häufig internetgestützte Beteiligungsverfahren zum Einsatz. Bei Online-Methoden gilt es jedoch, einige Grundsätze zu beachten.

Allgemein sollte ein Beteiligungsverfahren niemals ausschließlich Online-Methoden benützen. Dies würde nämlich bestimmte Bevölkerungsgruppen systematisch ausschließen (vgl. Abb. 15).

ZIELGRUPPEN, DIE GUT MIT ONLINE-PARTIZIPATION ZU ERREICHEN SIND	ZIELGRUPPEN, DIE WENIGER GUT MIT ONLINE-PARTIZIPATION ZU ERREICHEN SIND
Menschen, die geübt sind, im Internet zu kommunizieren	Menschen, die keinen eigenen Internetzugang haben, ein externes Internet nicht benützen oder wenig routiniert sind
Menschen, die soziale Medien nützen und gerne online sind	Menschen, die mit anderen lieber persönlich in Kontakt kommen
Menschen, die nicht gerne vor Gruppen sprechen oder die anonym bleiben wollen	Menschen, die geschriebene Texte schwer verstehen können
Menschen mit wenig freier Zeit untertags	Menschen, die auf den Schutz ihrer Privatsphäre besonderen Wert legen und der Beteiligung im Internet nicht vertrauen oder die sich nicht im Internet registrieren wollen

Abb. 15: Erreichbarkeit verschiedener Zielgruppen mit Online-Methoden (Quelle: ARBTER 2012, S.101)

Allgemein kann man durch das Internet wie auch bei anderen Methoden sowohl informieren als auch Ideen einholen und Diskussionen starten. Informationen über das Internet sind heute weit verbreitet und werden von den meisten Institutionen genutzt. Die Vorteile liegen in der einfachen Verbreitung und dem Zugang zu Informationen.

Die Online-Partizipation eignet sich gut zur Erreichung größerer Massen von Menschen. Sie bietet den BürgerInnen sich zu einem selbst gewählten Zeitpunkt zu beteiligen und sie erfordert keinen persönlichen Kontakt. Letzteres ist besonders vorteilhaft für Menschen, die den persönlichen Face-to-Face-Kontakt scheuen. Die Anonymität im Internet senkt zudem die Hemmschwelle für Meinungsäußerungen.

Dadurch können allerdings auch negative Effekte entstehen. Viele Äußerungen können unsachlich oder kontraproduktiv sein. Auch Bewertungen im Internet sind oft nicht repräsentativ. Zwar sind besonders Jugendliche meistens sehr gut mit dem Internet vertraut. Allgemein erreicht man schwer erreichbare Gruppen allerdings auch über das Internet kaum. Jedenfalls müssen im Vorfeld eines Beteiligungsverfahrens die Vor- und Nachteile einer Anwendung von Online-Methoden der Partizipation abgewogen werden (vgl. ARBTER 2012, S.99ff).

Eine bekannte Online-Methode ist die **Online-Ideen-Plattform**. Dabei wird den BürgerInnen die Möglichkeit geboten, über einen Zeitraum von etwa 10-20 Tagen Vorschläge und Ideen zu einem vorgegebenen Thema abzugeben. Man erhält durch diese Methode eine große Menge an Informationen, die durchgearbeitet werden müssen. Die darin enthaltenen Meinungen und Bewertungen dürfen allerdings keinesfalls als repräsentativ wahrgenommen werden (vgl. ARBTER 2012, S.74).

Beim **Online-Ideenwettbewerb** soll der Wettkampf als Anreiz dienen. Diese Methoden fördern besonders die Kreativität und kann Menschen aktivieren. Umgesetzt werden kann eine solche Methode beispielsweise als ein Wettbewerb für Jugendliche.

6.3. ZUSAMMENFASSUNG DER METHODEN

Nachdem nun alle, insbesondere in Hinblick auf die Aufgabenstellungen der Arbeit, relevanten Methoden vorgestellt wurden, soll noch ein kurzer Überblick in tabellarischer Form das Kapitel abschließen (Abb. 16).

In der Tabelle scheinen die wichtigsten Eigenschaften der Methoden wie die allgemeinen Ziele, die Kosten, die ideale Teilnehmerzahl sowie die zeitliche Dauer auf. Zusätzlich wurde die Möglichkeit der speziellen Berücksichtigung von Frauen- und Jugendthemen abgeschätzt, damit auch auf die Themenstellung der Arbeit Rücksicht genommen wird.

Methoden	Ziele	Kosten	Teilnehmerzahl	Zeitliche Dauer	Berücksichtigung von Frauen- bzw. Jugendthemen
Stadtspaziergang	Informieren, Ideen einholen	gering	variabel	kurz	möglich (spezielle Gruppen)
BürgerInnenrat	gemeinsam Ideen finden	gering	klein	mittel	möglich
BürgerInnencafe	gemeinsam Ideen finden	gering	groß	kurz	nein
Worldcafe	gemeinsam Ideen finden	gering	groß	mittel	möglich (getrennte Tische)
Open Space	gemeinsam Ideen finden	gering	groß	mittel	möglich
Zukunftsworkstatt	gemeinsam Ideen finden	gering	mittel	mittel	möglich (getrennte Gruppen)
Arbeitsgruppe	Gemeinsam planen	mittel	klein	lang	nein
Online-Ideenplattform	aktivieren, Ideen finden	mittel	groß	lang	möglich (spezielle Berücksichtigung)
Online-Ideenwettbewerb	aktivieren, Ideen finden	mittel	groß	lang	möglich (spezielle Berücksichtigung)

Abb. 16: Überblick über einige relevante Methoden der Partizipation (Quelle: eigene Erstellung)

6.4. ZIELGRUPPE JUGEND

Für die Zielgruppe Jugend stellt sich vorab die Frage, wie diese abzugrenzen ist. Je nach Definition werden z.B. Personen zwischen 11 und 29 Jahren, 13 und 30 Jahren, oder 12 und 25 Jahren als Jugend gewertet. Das vom Land Niederösterreich herausgegebene Handbuch zur Jugendpartizipation (2013) gibt keine konkreten Altersgrenzen an. Bei der Bundes-Jugendstrategie wird ein Alter von 14 bis 24 Jahren angenommen (BMWfJ 2012: 5).

DIE JUGEND ist als eine überaus diverse Gruppe an Personen zu sehen. Dies muss bei der Partizipation von Jugendlichen berücksichtigt werden.

6.4.1. VORTEILE DER JUGENDPARTIZIPATION

Gelungene Jugendpartizipation geht mit Zukunftsperspektiven auf mehreren Ebenen einher. Einerseits werden Strategien und Projekte von und für die Jugend entwickelt, bzw. wird die Zielgruppe in die Entwicklung allgemeiner Themen eingebunden was zu einem **positiven Innovationsdruck** führt. Andererseits werden durch solche Maßnahmen die **Akteure und Akteurinnen der Zukunft** gewonnen, welche durch ihr frühes Engagement viele soziale Kompetenzen und Kreativität entwickeln, und diese Potenziale dann wiederum in der Region einbringen können. (TEMPER SAMHAMER & SAMHAMER 2010, S.31).

Generell wurde für die Partizipationsmuster der Jugend festgestellt, dass sich diese im Vergleich zu Erwachsenen **zielgerichteter und punktueller** engagieren. Ebenso ist das Engagement der Jugend oft *mit konkreten Events verbunden*, was jedoch nicht bedeutet, dass in den jüngeren Altersgruppen daher weniger Einsatz gezeigt wird, als dies bei älteren der Fall ist. (ebd. S. 173)

6.4.2. JUGEND FÜR PARTIZIPATION GEWINNEN

Generell bedarf für gelingende Jugendpartizipation an entsprechenden **Know-how** hinsichtlich der **Arbeit mit Jugendlichen**, welches bei Planung, aber auch Moderation eingesetzt werden soll. Kenntnis der entsprechenden Jugendkultur und der Lebensstile ist ebenso notwendig. Für nachhaltigen Erfolg ist eine Einbettung des Themas Jugend, bzw. **die kontinuierliche Einbindung der Interessen der Zielgruppe** unumgänglich (vgl. FIDLSCHESTER IN TEMPER SAMHAMER & SAMHAMER 2010, S.131). Darüber hinaus sind auch finanzielle Ressourcen und die verbindliche Zusage dieser für den Erfolg notwendig (ebd. S. 133).

Nachhaltig kann so die **Jugendkultur** vor Ort gefördert werden, welche wiederum aktive Diskussion und weitere Ideen anregen kann. *„Kultur schafft nicht nur ein interessantes Angebot, sie erzeugt auch dieses so wichtige offene gesellschaftliche Klima und Anknüpfungspunkte für gebildete, kritische Personen, die nicht zum Establishment gehören und nicht in den herkömmlichen Strukturen verankert sind“* (ebd. S.134).

Jugendliche sollen **direkt angesprochen** werden. Dabei kann konkret auf Themen, Prozesse und Möglichkeiten eingegangen werden. Außerdem sollen die Zielgruppe nicht nur durch jene Jugendlichen repräsentiert werden, welche sich ohnehin bereits in unterschiedlichen Gruppen engagieren, sondern es können auch Jugendliche angesprochen werden, welche derzeit noch nicht aktiv mitwirken.

Bereits vorab sollte der zeitliche Aufwand und die Verbindlichkeit der Mitarbeit bekannt gegeben werden. Für eine gelungene Partizipation bedarf es überdies einer guten Moderation der Veranstaltungen. Weiters braucht es einen **guten, motivierenden, Start für die Beteiligungsprozesse**. Ein gelungener Start kann den Jugendlichen vermitteln, dass ihre Meinung wichtig ist und seitens der etablierten Akteure Interesse an neuen Ideen besteht. Die Gruppen sollten einerseits je nach verwendetem Instrument nicht zu groß sein, andererseits sollte auf ein ausgewogenes Verhältnis hinsichtlich Alter, Geschlecht, (Aus-)Bildung, usw. geachtet werden. (vgl. ARGE Partizipation Österreich 2008, S.5).

6.5. ZIELGRUPPE FRAUEN

Ähnlich zur Zielgruppe der Jugendlichen muss bei jener der Frauen davon ausgegangen werden, dass es nicht die eine Gruppe der Frauen gibt, daher nicht eine Frau repräsentativ für „DIE FRAUEN“ sprechen kann. Diese Diversität wird bei den Anforderungen des BMLFWU an Gender Mainstreaming in der LES (2013) wenig berücksichtigt. Inhaltlich soll die LES Gender-Mainstreaming berücksichtigen und die geplanten Interventionen sollen Frauen und Männer gleichermaßen begünstigen (BMLFWU 2013). Für die Erarbeitung der LES werden jedoch keine weiteren Hinweise gegeben. Generell wird angemerkt, dass gender-spezifische und von Frauen initiierte Projekte besonders erwünscht sind. Daher kann davon ausgegangen werden, dass ein Beteiligungsprozess, welcher den Kriterien des Gender Mainstreamings entspricht, auch die daraus resultierende Strategie, als auch die daraus folgenden Projekte positiv beeinflusst.

Laut einer Studie von OEDL-WIESER (2010) zur Mitbestimmung von Frauen in ländlichen Regionen werden „Männerdominanz“ und „zu wenig Zeit“ von 75% der Frauen als Gründe für geringe Beteiligung angegeben. „Familiäres Engagement der Frauen“ wird von 85% der Frauen als Hemmschwelle angesehen. Daraus können bereits mehrere Hinweise für die Beteiligung von Frauen abgeleitet werden;

6.5.1. RAUM FÜR FRAUEN UND TIMING

Um der **Männerdominanz** entgegenzuwirken kann „Raum“ für Frauen und deren Beteiligung geschaffen werden. Indem Frauen die Möglichkeit gegeben wird in einem separaten Kreis ihre Meinungen zu äußern, kann die Hemmschwelle vor der Überzahl der Männer abgebaut werden. Nichtsdestotrotz argumentiert AUFHAUSER (2014) dass es nicht damit getan ist, Frauen eigenen Raum zu geben, sondern auch die Integration in die reguläre Struktur, und damit die Zusammenarbeit von Männern und Frauen, nötig ist. Dabei ist vorwiegend auf gelungene Moderation des Prozesses und der Instrumente zu achten. **ModeratorInnen** sollen dazu angehalten werden, Frauen bewusst in die Diskussion mit einzubeziehen und ihnen Möglichkeit zu geben, ihre Anliegen und Ideen zu äußern. Eine Kombination von beiden Vorgehensweisen erscheint erforderlich.

Der eigene Raum für Frauen kann den Aufbau von Frauen-Netzwerken unterstützen, welche wiederum die Präsenz von Frauen in der Regionalentwicklung zuträglich sind. Oft fällt es Frauen auch leichter ihre Sichtweise zu äußern und sich bei Beteiligungsprozessen einzubringen, wenn bereits die Kontaktaufnahme durch eine Frau passiert; **Frauen werden von Frauen angesprochen**. Nichtsdestotrotz können auch männliche Akteure auf Frauen zugehen und sie zur Beteiligung einladen. (vgl. AUFHAUSER 2014).

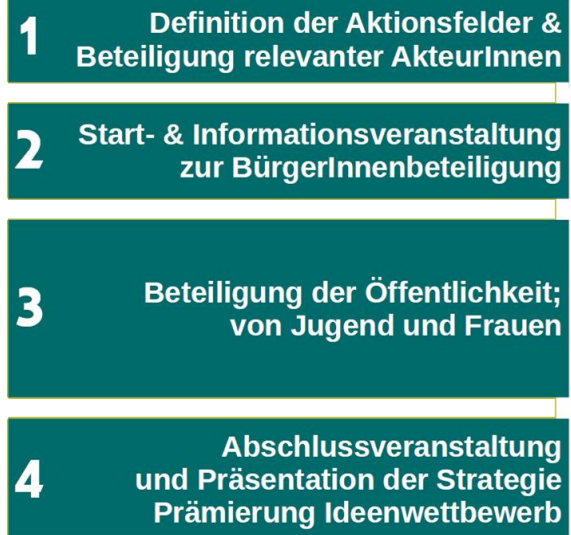
Um die Vereinbarkeit mit **familiärem Engagement** zu berücksichtigen können Verfahren und Orte, als auch Zeitpunkt der Beteiligung den Bedürfnissen der Frauen angepasst werden. Bei der Planung des Prozesses wird im Kontext der Diversität der Frauengruppen überlegt, welche Personen zu welchen Tageszeiten und Wochentagen am ehesten zur Erarbeitung der LES verfügbar wären. Um die unterschiedlichen Zielgruppen anzusprechen sind verschiedene Orte und Strukturen in Betracht zu ziehen; Kindergärten, Frauenhäuser, Einkaufszentren aber auch Frauengruppen von Pfarrgemeinde, Selbsthilfegruppen für Pflege oder die Bäuerinnen und Landfrauen.

7. ERGEBNIS: METHODEN MIX

7.1. EIN ÜBERBLICK

Die verschiedenen Methoden, die sich im Rahmen der Aufgabenstellung besonders eignen, wurden bereits ausführlich erläutert. Nun soll noch als Fazit der Arbeit ein Vorschlag für einen möglichen Methodenmix vorgestellt werden (vgl. Abb. 17). Dieser Methodenmix ist im Wesentlichen das Ergebnis der Literaturrecherche und besonders der ExperInneninterviews.

Abb. 17: Vorgeschlagener Ablauf des Methodenmix
(Quelle: eigene Erstellung)



Zu Beginn des Beteiligungsverfahrens sollte eine Definition der Problemfelder unter Beteiligung von relevanten AkteurInnen stattfinden. Erst im zweiten Schritt soll dann die eigentliche Einbindung der BürgerInnen mit Startveranstaltungen, die der Information dienen, beginnen. Als dritter Schritt folgt dann die Partizipation der BürgerInnen im engeren Sinne im Rahmen von geeigneten Veranstaltungen. Zuletzt sollten in einer Abschlussveranstaltung die Ergebnisse präsentiert werden.

7.2. DER EMPFOHLENE ABLAUF IM DETAIL

7.2.1. DEFINITION DER AKTIONSFELDER

Am Beginn eines Strategieprozesses steht die Eingrenzung der gewünschten Aktionsfelder. Diese kann im Rahmen der „Führungscrew“, das heißt des Managements oder des Vorstands erfolgen. Ein Vorteil dieser Vorgangsweise besteht darin, dass das Team eingespielt ist und schnell zu Ergebnissen kommt. Andererseits leidet dadurch die Akzeptanz, weil relevante AkteurInnen nicht beteiligt werden.

Vorteilhafter ist unter Umständen eine begrenzte Runde, die aus dem Management-Team und aus ausgewählten AkteurInnen aus den Gemeinden, Vereinen oder der Wirtschaft bestehen. Zur Erlangung von ExpertInneninformationen können Interviews oder Runde Tische durchgeführt werden (vgl. Skriptum Baumfeld Dezember 2013).

Eine breite Beteiligung der Bevölkerung bietet sich in dieser ersten Phase eher nicht an. Denn die eingebundenen AkteurInnen haben bereits ein Vorwissen über die verschiedenen Themenbereiche, das sie bei der Bildung der Aktionsfelder nutzen können.

7.2.2. START- UND INFORMATIONSVERANSTALTUNG

In dieser Phase ist erstmals die gesamte Bevölkerung eingebunden. Es sollen erste Informationen zu den Themen geboten werden. Dadurch wird der Strategiefindungsprozess besser wahrgenommen und bekannt gemacht. Im Rahmen einer Startveranstaltung können zunächst die Aktionsfelder vorgestellt werden. Zudem sollen die geplanten Instrumente im Beteiligungsverfahren erklärt werden. Es soll verständlich gemacht werden, wer sich wie beteiligen kann.

Eine Möglichkeit besteht darin, separate Veranstaltungen in den einzelnen Kleinregionen durchzuführen. Dabei könnte bereits Rücksicht auf die regionalen Besonderheiten und Bedürfnisse genommen werden. Eventuell könnten einzelne Veranstaltungen zu den verschiedenen Aktionsfeldern angeboten werden. Außerdem würde es sich anbieten, Medienvertreter in die Veranstaltungen einzubinden und so die Wahrnehmung zu erhöhen.

Außerdem bietet dieser Auftakt zur Entwicklung der Strategie die Möglichkeit, die BürgerInnen über die Inhalte des LEADER-Programms zu informieren. Es sollten im Voraus mögliche falsche Erwartungen und Fehleinschätzungen bezüglich der Einsetzbarkeit von LEADER vermieden werden. Die Ziele des LEADER Programms müssen insbesondere von den beteiligten Akteuren gut verstanden werden. Die Information der Bevölkerung dient überdies dazu, die Ängste der lokalen Politiker vor überzogenen und falschen Erwartungen zu reduzieren. Diese können sich eher auf einen Partizipationsprozess einlassen, wenn genannte Befürchtung entkräftet werden kann.

Als partizipatives Instrument bietet sich in dieser Anfangsphase die Methode **Open Space** an. Dadurch kann die breite Bevölkerung eingebunden werden, wodurch bereits erste Rückmeldungen und Informationen gewonnen werden können.

7.2.3. BETEILIGUNG DER ÖFFENTLICHKEIT

In dieser Phase kommt es zur eigentlichen Beteiligung der Bevölkerung an der Strategieentwicklung. Dabei bieten sich einige Methoden, die bereits genau erläutert wurden, besonders an.

Im Hinblick auf die Aufgabenstellung, Möglichkeiten der Beteiligung von Frauen und Jugendlichen zu finden, eignen sich besonders der **BürgerInnenrat** und das damit in Verbindung stehende **BürgerInnencafe**. Im Rahmen dieser Methoden kann auf die Bedürfnisse dieser Gruppen durch die Bildung von homogenen Kleingruppen Rücksicht genommen werden.

Auch beim **Worldcafe** können separate, aus Frauen oder Jugendliche bestehende Gruppen gebildet werden. So kann eine lockerere Atmosphäre geschaffen und gleichzeitig auf die speziellen Ideen und Wünsche der Frauen beziehungsweise Jugendlichen geachtet werden.

Der **Ideenwettbewerb** und andere Online-Methoden sollen vor allem Jugendliche motivieren. Hier sind aber auch die bereits erläuterten Nachteile der Anwendung von Internet-Methoden zu beachten.

Um Frauen besser zu erreichen können Kooperationen, wie zum Beispiel mit dem Frauennetzwerk geschaffen werden. Eine weitere Möglichkeit zur Unterstützung der Anliegen von Frauen besteht darin, bei der Moderation der Veranstaltungen auf eine ausreichende Redezeit zu achten.

7.2.4. ABSCHLUSSVERANSTALTUNG

Am Ende der Strategieentwicklung kann eine Endpräsentation im Rahmen einer Abschlussveranstaltung stehen. Diese Veranstaltung kann als Start für die neue Periode verwendet werden.

Es sollen dabei in erster Linie die Resultate präsentiert werden. Weiters kann die Veranstaltung genutzt werden, um den TeilnehmerInnen bei den verschiedenen Veranstaltungen zu danken. Auch die GewinnerInnen eines eventuell durchgeführten Ideenwettbewerbs können bekannt gegeben werden. Damit kann im Anschluss an die Endveranstaltung die eigentliche Arbeit an den Projekten beginnen. Eventuell können für die interessierten BürgerInnen bereits erste Planungen für Projekte vorgestellt werden.

8. RESÜMEE

Gelungene Partizipation erfordert einerseits eine ausreichende Kenntnis der Methoden und der Instrumente, eine Abstimmung dieser auf die Zielgruppe(n) und eine schlüssige Kombination in einem gut geplanten Prozess, der erlaubt die Methoden hinsichtlich der generellen Vorzüge einzusetzen. Diese Grundlagen können aus Theorie und Experteninterviews erarbeitet werden und bedürfen einer kompetenten Anwendung und Umsetzung.

Grundlegend bedarf es jedoch ebenfalls der Überzeugung, dass Partizipation einen Nutzen zum Prozess beitragen kann und die Beteiligung von Jugendlichen und Frauen nicht nur die Qualität der Strategie, sondern ebenso die Region und die regionale Identität der Beteiligten stärken.

Im Text von MESSELY et. al. (2010) zur Regionalen Identität wird die **Leidenschaft** für die Region angesprochen. Eben solche „*passion*“ wird den derzeitigen Akteuren der Regionalentwicklung für die Öffentlichkeitsbeteiligung abverlangt. Es bedarf der grundlegenden Bereitschaft weitere Personen und Personengruppen an den Entscheidungsprozessen zu beteiligen, den Austausch zu suchen und an Kompromissen zu arbeiten.

Aufgrund der **verschwommenen Wahrnehmung des LEADER Programms** in der Öffentlichkeit kann Partizipation nicht ohne grundlegende Aufklärung über die Inhalte und Themen erfolgen, an welche die Fördergelder gebunden sind. Nur eine informierte Bevölkerung ist fähig sich am Strategieentwicklungsprozess zu beteiligen und passende Ideen und Projekte beizutragen.

Die Bereitschaft, sich mit den Anregungen der Bevölkerung, insbesondere von Jugendlichen und Frauen auseinanderzusetzen kann zu einer wahrlichen **Bereicherung der Regionalentwicklung** führen:

- Nicht zuletzt werden den **Jugendlichen** ihre Chancen in einem demokratischen System aufgezeigt und ihre Verbindung mit der Region gestärkt, sondern es werden auch Akteure für die zukünftigen regionalen Entwicklungsprozesse rekrutiert.
- Durch die **verstärkte Beteiligung von Frauen** können ebenso neue Blickwinkel in die Entwicklungsprozesse eingebunden werden. Das Image der „Männerdominanz“ in den ländlichen Regionen kann mit einem gestärkten Frauenbild konfrontiert werden und eine gleichberechtigte Partizipation von Frauen kann ev. zukünftig als selbstverständliche Komponente der Regionalentwicklung betrachtet werden. Die Ressourcen und Ideen von und für Frauen gehen nicht weiter in pro forma Quotenregelungen unter.

- Indem bisher wenig partizipierende Bevölkerungsgruppen miteinbezogen werden, werden auch in diesen Kreisen **Multiplikatoren** für die Strategie und die Regionalentwicklung gefunden. Eine erhöhte Präsenz von regionalen Maßnahmen und der Wahrnehmung von Beteiligungsmöglichkeiten kann insgesamt die **regionale Identität** dieser Bevölkerungsgruppen stärken. Das gemeinsame Planen, Gestalten und Agieren wird sich prägend auf das Empfinden der regionalen Identität der direkt Beteiligten auswirken.

Um Partizipation nicht nur als Aufwand und Risiko zu betrachten braucht es, ebenso wie Leidenschaft für die Region notwendig ist, etwas „*passion*“ für die **Partizipation**. Diese Leidenschaft und Motivation kann an andere Personen vermittelt werden und ist ausschlaggebend für den Erfolg des Prozesses. Halbherzig durchgeführte Beteiligungsprozesse führen wohl nicht zum gewünschten Erfolge und vermitteln der Bevölkerung überdies, dass ihre Meinung nicht gehört wird.

Tatsächliche Partizipation und transparente Entscheidungsprozesse lassen die LEADER-Strategie und die LEADER-Region als Ressource für Entwicklung und regionale Identität erscheinen. Dazu bedarf es einer Kombination an unterschiedlichen Instrumenten, welche professionell organisiert und moderiert werden. Der Mix an Methoden soll Beteiligung fördern und auf die Bedürfnisse der unterschiedlichen Zielgruppen eingehen. Der Entwicklungsprozess der LES kann in mehrere Phasen, mit unterschiedlichem Umfang an Partizipation geteilt werden. Somit kann der Aufwand reduziert werden während dennoch Raum für Beteiligung, Mitsprache und Einbindung der Bevölkerung bleibt.

9. QUELLEN UND LITERATUR

- AMT DER NIEDERÖSTERREICHISCHEN LANDESREGIERUNG (2013) Leitfaden zur Jugendbeteiligung. September 2013. Amt der NÖ Landesregierung. St. Pölten.
- ARBTER, K., M. HANDLER, E. PURKER, G. TAPPEINER, R. TRATTNIGG (2008) DAS HANDBUCH ÖFFENTLICHKEITSBETEILIGUNG. DIE ZUKUNFT GEMEINSAM GESTALTEN. ÖSTERREICHISCHE GESELLSCHAFT FÜR UMWELT UND TECHNIK (HRSG.). WIEN.
- AUSFHAUSER, E. (2013a) Interview am 16.02.2014. Wien
- ARBTER, K. (2012) PARXISBUCH PARTIZIPATION. GEMEINSAM DIE STADT ENTWICKLEN. STADTENTWICKLUNG WERKSTATTBERICHTE NR. 127. MA 18 – STADTENTWICKLUNG UND STADTPLANUNG, WIEN.
- ARGE PARTIZIPATION ÖSTERREICH (2008) JUGENDPARTIZIPATION. WIEN
- ARNSTEIN, S. R. (1969) A Ladder of Citizen Participation. *Journal of the American Institute of Planners*, Vol. 35, N 4
- BAUMFELD, L. (2007) Regionale Identität gestalten.
- BAUMFELD, L. (2012a) Wege zum Strategieprogramm. Wien: ÖAR-Regionalberatung GmbH
- BAUMFELD, L. (2011) Regionale Identität. Regionale Identität gestalten. Wien.
- BAUMFELD, L. (2013a) Interview am 13.12.2013. Wien
- BAUMFELD, L. (2013b) Skriptum. Vorabbeantwortete Fragen (November 2013) zum Interview am 13.12.2013. Wien
- BMWFJ (2012) Entwicklung einer Jugendstrategie. Ein Netzwerk entsteht. Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend, Abteilung Jugendpolitik (Sektion II, Abteilung 5). Wien
- BMLFUW ExpertInnengruppe 6b (2013) LAG Auswahlkriterien LE 2020 STAND 05.07.2013. BMLFWU. WIEN
- BUSS, E. (2002) Regionale Identitätsbildung: Zwischen globaler Dynamik, fortschreitender Europäisierung und regionaler Gegenbewegung. Schriftenreihe der Stiftung der Westfalen-Initiative. LIT Verlag. Münster
- ENERGIEPARK BRUCK AN DER LEITHA (2011) Eine nachhaltige Energiezukunft für die LEADER-Region Niederösterreich Süd; Regionales Energiekonzept für die LEADER-Region Niederösterreich Süd. – Bruck/Leitha
- EUROPÄISCHE KOMMISSION (2013) Kohäsionspolitik 2014-2020. Von Der Örtlichen Bevölkerung Betriebene Massnahmen Zur Lokalen Entwicklung. Informationsblatt. <http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/informat/2014/community_de.pdf> Zugriff: 10.12.2013
- FIDLSCHUSTER, L. (2010) Interview Zum Thema Jugend In Der Regionalentwicklung. IN: TEMPER-SAMHABER, B. & T. SAMHABER (2010) Jugend In Der Regionalentwicklung. Bundeskanzleramt Abteilung IV/4 – Raumordnung Und Regionalpolitik Wien.
- JUNGMEIER, P. & W. SEHER (2009) Leader 2007-2013 Und Agenda 21 Im regionalen Zusammenspiel. Ein Projekt Im Auftrag Von: Bundesministerium Für Wissenschaft Und Forschung, Land Niederösterreich, Landoberösterreich, Land Steiermark. Endbericht
- LEADER NÖ SÜD (2007) Lokale Entwicklungsstrategie der Region Niederösterreich Süd.
- LINDSTAEDT, T. (2006) Regionsmarketing und die Bedeutung regionsbezogener Identität Der Übergangsbereich der Verdichtungsräume Rhein-Main und Rhein-Neckar als Beispiel. Inauguraldissertation. Darmstadt
- MAIER K. (2001) Citizen Participation in Planning: Climbing a Ladder? *European Planning Studies*, Vol. 9
- MESSELY, L., J. DESSEIN & L. LAUWERS (2010) Regional Identity In Rural Development: Three Case Studies Of Regional Branding. APSTRACT - SCIENTIFIC PAPERS. Agroiinform Publishing House. Budapest.
- MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, ENERGIE, INDUSTRIE, MITTELSTAND UND HANDWERK DES LANDES NORDRHEIN-WESTFALEN (Hrsg.); 2012; Werkzeugkasten Dialog und Beteiligung. – Düsseldorf
- OEDL-WIESER, T. (2010) Politische Mitbestimmung von Frauen in ländlichen Regionen. Empirische Befunde aus Österreich: YSA 2010, 285-309

Beteiligung von Jugendlichen & Frauen bei der Erarbeitung der LES

RAT DER EUROPÄISCHEN UNION (2005) VERORDNUNG (EG) Nr. 1698/2005 DES RATES vom 20. September 2005 über die Förderung der Entwicklung des ländlichen Raums durch den Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER). Amtsblatt der Europäischen Union.

RIETBERGEN-MCCRACKEN, J. (2010) Participatory Development Planning. PG-Planning

SCHÖRNER, K. & M. ROHL (2013) LEADER-Region NÖ-Süd. Präsentation an der Uni Wien - 7.10.2013

TEMPER-SAMHABER, B. & T. SAMHABER (2010) Jugend in der Regionalentwicklung. Bundeskanzleramt Abteilung IV/4 – Raumordnung und Regionalpolitik Wien.

Internetquellen

www.leader-noe-sued.at (Zugriff am 14.2.2014)

www.partizipation.at (Zugriff am 14.2.2014)

10.ANHANG

ZUSAMMENFASSUNG DER WESENTLICHEN PUNKTE DER EXPERTINNENINTERVIEWS

LEO BAUMFELD (13.12.2013)

Allgemein sind nur 10% der Menschen strategisch interessiert. Für die anderen kommt nur die Projektplanung in Frage. Zunächst ist es für die Strategie wichtig, dass Akteure aus allen Bereichen, wie den Gemeinden oder der Wirtschaft, an einer Strategiereflexion teilnehmen. Eine Strategie braucht Akteure. Durch Interviews mit den Experten beziehungsweise Akteuren sollen Experteninformationen zusammengestellt werden.

Zu Beginn der Arbeit müssen die Strategie- oder Aktionsfelder definiert werden. Dazu können bestehende Konzepte aus der alten LEADER-Periode verwendet werden. Die statistischen Daten sollten auf wesentliche Veränderungen überprüft werden. Interviews und die bisherigen Erfahrungen dienen als weitere Quellen. Es sollten drei bis fünf Aktionsfelder gefunden werden.

Bei Einladungen ist es wichtig, alle Institutionen wie Gemeinden und Unternehmen zu beachten. Wesentlich ist der Netzwerkblick. Man muss darauf achten, wie die Kontakte zwischen den Akteuren ausgebildet sind. Es sollen Ideen gesammelt werden, um die Potentiale ausnützen zu können. Danach soll eine Clusterung, also eine Gruppenbildung von Wegen vorgenommen werden.

Einen anderen Weg stellt die SWOT-Analyse dar. Hier sollte man darauf achten, keine zu allgemeinen Begriffe, wie beispielsweise „Tourismus“, zu analysieren. Dies führt zu keinen brauchbaren Ergebnissen. Eher sollten eng umgrenzte Visionen verwendet werden.

Ein wichtiger Punkt ist die Ermittlung der Kernkompetenzen. Dies kann auch mit 50 Personen vorgenommen werden. Die Informationen können auf Flipcharts dargestellt werden. Danach sollen zwei bis drei Kernkompetenzen gebildet werden.

Im eigentlichen Beteiligungsprozess stellt der BürgerInnenrat eine Methode dar, die heute sehr modern ist. Es können verschieden unterteilte Gruppen gebildet werden. Wesentlich ist die Wahl des Themas. Es sollte auf eine Verpflegung und eine finanzielle Entschädigung geachtet werden, um die Beteiligung zu erleichtern. Wichtig ist auch die symbolische Bedeutung. So kann

eine Bedankung durch den Bürgermeister erfolgen. Die Freistellung von der Arbeit ist generell schwierig. Lieber sollte ein Zeitpunkt gewählt werden, an dem alle frei haben.

Ein möglicher Beginn kann durch eine Startveranstaltung erfolgen. Es könnten Referenten zu mehreren Themen an mehreren Tagen Vorträge halten.

Im Rahmen des Worldcafes werden ungefähr drei Tische mit verschiedenen Themen gebildet. In gewissen Zeitabständen erfolgen Tischwechsel. Open Space wird in Sesselkreisen durchgeführt. In der großen Gruppe werden so Projektideen gesammelt.

ELISABETH AUFHAUSER (16.01.2014)

Grundsätzlich kann es bei der Beteiligung auch Frauenräume geben. Aber es sollte auch gemischte Gremien und Projekte geben. Im generellen Prozess sollen keine separaten Räume gebildet werden. Im Vorfeld des Beteiligungsprozesses können separate Räume aber das Selbstbewusstsein stärken. Insgesamt haben beide Varianten ihre Berechtigung.

Wichtig ist es, im Prozess Frauen auch zu Wort kommen zu lassen beziehungsweise deren Meinungen zu beachten. Die Ideen von Frauen gehen oft unter. Es ist grundsätzlich nicht notwendig, dass nur Frauen Frauen ansprechen.

Es bieten sich Entwicklungen aus Frauen-Netzwerken an. Es sollte in Regionalentwicklungsprozessen nicht nur eine Frau als Vertreterin aller Frauen auftreten.

Bei der Beteiligung von Jugendlichen ist es wichtig, Burschen und Mädchen nicht zu trennen. Wesentlich sind allgemein die Moderation, die Räumlichkeiten sowie die Zeit der Veranstaltung. Sinnvoll sind außerdem Generationengruppen.

Orte, an denen Frauen anzutreffen und für die Beteiligung anzusprechen sind, stellen beispielsweise Wartezimmer von Arztpraxen, Einkaufszentren oder Kindergärten dar. Wesentliche Multiplikatoren sind Lehrerinnen und Kindergärtnerinnen. In großen Betrieben bestehen Gleichberechtigungsbeauftragte. Zu beachten sind weiters der Pflegebereich, das Umfeld der katholischen Kirche sowie der Schulbereich sowie Elternvereine. Anlaufstellen sind auch Frauenberatungseinrichtungen und die regionalen AMS-Frauenbeauftragten.

Außerdem ist es wichtig, Orte im öffentlichen Raum anzubieten, an denen sich Frauen treffen können.