

Inhalt

Vorwort	9
1. Einleitung	11
1.1 Hintergrund und Anlass	11
1.2 Ziele und Gegenstand der Studie	17
1.3 Auswahl der Fallbeispiele und Forschungsmethoden	20
1.4 Aufbau des Berichts	24
2. Grundbegriffe und theoretische Einordnung	25
2.1 Forschungsergebnisse zur Bürgerbeteiligung	25
2.1.1 Bürgerbeteiligung/E-Partizipation – eine Begriffsbestimmung	25
2.1.2 Ausmaß der politischen Offline- und Online-Beteiligung in Deutschland	28
2.1.3 Motive und Bedingungen für Bürgerbeteiligung aus Sicht von Verwaltung und Politik	36
2.1.4 Motive und Bedingungen für Bürgerbeteiligung aus Sicht der Bürgerinnen und Bürger	41
2.2 Bürgerbeteiligung in definierten Verfahren – Beteiligungsziele und Verfahrenstypen	44
2.3 Stakeholder, Adressaten und/oder Zielgruppen	49
2.4 Ausgewählte empirische Forschungsergebnisse zum Medienmix in der Bürgerbeteiligung	52
2.5 Kommunikation und Medien	55
2.5.1 Grundmodelle der medienvermittelten Kommunikation	55
2.5.2 Das Internet als zusätzlicher Kommunikationskanal	59
2.5.3 Die Wahl von Kommunikationskanälen	63
2.5.4 (Massen-)Medien und ihr Publikum	68
2.5.5 Medienmix und Multichannel-Kommunikation aus der Perspektive der Marketingforschung	76
2.5.6 Metakommunikation in Beteiligungsprozessen – Aufmerksamkeit und Transparenz	80

2.6	Ergebnisse von Bürgerbeteiligung und deren Evaluation	85
2.7	Ein Bezugsrahmen für die Analyse des Medienmixes in Beteiligungsverfahren	97
3.	Ziele der Beteiligung und Verfahrensauswahl	103
3.1	Ziele und Verfahrenstypen	106
3.2	Thema und Kommunikationsmittelwahl	113
3.3	Zielgruppen und Kommunikationsmittelwahl	118
3.4	Beziehungen zwischen Thema, Zielgruppen und Kommunikationsmitteln	125
3.5	Verfügbare und erforderliche Ressourcen	129
4.	Der doppelte Medienmix	133
4.1	Parallele Kombinationen von Methoden und Medien	136
4.2	Sequenzielle Kombinationen von Methoden und Medien	139
4.3	Zielgruppen und Metakommunikation	143
4.4	Thema und Metakommunikation	156
4.5	Befunde zum Einsatz ausgewählter Medien in der Metakommunikation	160
5.	Mediennutzung und Wirkung des Beteiligungsverfahrens	165
5.1	Konzeptionelle und methodische Vorbemerkungen	165
5.2	Outcome-bezogene Befunde	174
5.3	Befunde zum Impact: Beteiligungsergebnisse und deren Umsetzung	203
5.4	Kosten-Nutzen-Betrachtungen	210
5.5	Finanzierung der Aufwendungen	219

6.	Zusammenfassung und Ausblick	223
6.1	Grundsätzliche Erkenntnisse	223
6.2	Erkenntnisse zur Auswahl von Kommunikationsmitteln in Beteiligungsprojekten	226
6.3	Weiterer Forschungsbedarf	229
Literatur		231
Internetquellen		242
Verzeichnis der Abbildungen und Tabellen		245

Anhang: Projektsteckbriefe

Projektsteckbrief „Zukunft Stadionbad“ in Bremen	249
Projektsteckbrief Kindertagesstättenbedarfsplanung Diepholz	252
Projektsteckbrief „Stadtteilkonzept Huchting“ in Bremen	254
Projektsteckbrief „Bürger Online-Redaktion in Stadtteilen“ (BORiS)	256
Projektsteckbrief „Stephaniviertel“ in Bremen	258
Projektsteckbrief „Wahlkampagne Norfolk County“	261
Projektsteckbrief Dorferwicklungsplan „Heel het dorp Zwaagwesteinde“	263
Projektsteckbrief Interaktiver Landschaftsplan Königslutter am Elm	265
Projektsteckbrief Arnsberg, Heinrich-Lübke-Strasse	268
Projektsteckbrief Bürgerhaushalt Berlin-Lichtenberg	270
Projektsteckbrief Hamburg Haushalt – „Was wollen wir uns leisten? Bürgerbeteiligung an der Hamburger Haushaltsplanung“	273