



# Mitgestalten „Tut gut!“

## Bürgerbeteiligung in Niederösterreichs „Gesunden Gemeinden“ – ein praktischer Leitfaden

Dieser Praxisleitfaden wurde in Zusammenarbeit mit der „Tut gut!“ Gesundheitsvorsorge GmbH erstellt und vom NÖ Gesundheits- und Sozialfonds finanziert.



Stand: Dezember 2023

## Autorinnen

Mag.<sup>a</sup> Ursula Griebler, PhD, MPH

Mag.<sup>a</sup> Dr.<sup>in</sup> Christina Kien

Pauline Klingenstein, MSc

Mariella Seel, BA, MSc

## Administrative Assistenz

Danielle Eder-Linder

### **Dieser Praxisleitfaden soll folgendermaßen zitiert werden:**

Griebler U, Kien C, Klingenstein P, Seel M. Mitgestalten „Tut gut!“. Bürgerbeteiligung in Niederösterreichs „Gesunden Gemeinden“ – ein praktischer Leitfaden. Zentrum für Evaluation am Department für Evidenzbasierte Medizin und Evaluation, Universität für Weiterbildung Krems 2023. <https://doi.org/10.48341/s1bm-pb95>

## Impressum

Universität für Weiterbildung Krems (Donau-Universität Krems)  
Department für Evidenzbasierte Medizin und Evaluation  
Zentrum für Evaluation  
Dr.-Karl-Dorrek-Straße 30  
3500 Krems  
Tel.: 02732 893 2926

# Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung.....	5
1.1	Wie ist dieser Praxisleitfaden zu verwenden? .....	5
1.2	Was sind die Ziele des Praxisleitfadens?.....	5
1.3	An wen richtet sich der Praxisleitfaden?.....	6
1.4	Was ist kommunale Gesundheitsförderung?.....	6
2	Was bedeutet Beteiligung und warum ist sie wichtig? .....	7
2.1	Was ist Beteiligung? .....	7
2.2	Warum ist Beteiligung wichtig?.....	8
2.3	Beteiligung um jeden Preis? Warum Sie Scheinbeteiligung vermeiden sollten! .....	9
2.4	Was sind Grundvoraussetzungen für Beteiligung? .....	10
3	Was sind Zielgruppen und warum sind sie wichtig? .....	12
3.1	Was ist eine Zielgruppe? .....	13
3.2	Wieso das Augenmerk auf unterschiedliche Zielgruppen richten? .....	14
4	Was ist vor der Planung von Beteiligungsprozessen zu bedenken? .....	15
5	Möglichkeiten zum Einbringen von Themen, Meinungen, Ideen und Erfahrungen aus der Bevölkerung.....	19
6	Wie gelingt die Beteiligung verschiedener Zielgruppen? Praktische Tipps.....	21
6.1	Informieren der Zielgruppe .....	21
6.2	Beteiligung der Zielgruppe bei der Planung und Umsetzung von Gesundheitsförderungsmaßnahmen .....	22
6.3	Worauf ist bei der Beteiligung unterschiedlicher Zielgruppen besonders zu achten? .....	24
7	Besonderheiten in kleinen Gemeinden.....	27
8	Wie kann ich Menschen für den Arbeitskreis in „Gesunden Gemeinden“ begeistern? .....	28
8.1	Wie kann ich neue Personen für die Mitarbeit im Arbeitskreis aktivieren? .....	28
8.2	Voraussetzungen für partizipative Arbeit – generell sowie im Arbeitskreis .....	29
9	Methodenbeschreibung .....	30
9.1	Bedarfserhebung mit Beteiligung von Bürgerinnen und Bürgern.....	32
9.2	Methoden zur Sammlung von Themen und zum Einholen von Meinungen, Ideen und Erfahrungen.....	34
9.2.1	Bürgerinnen- und Bürgerversammlung.....	34
9.2.2	Ideensammlung bei einem Workshop .....	34
9.2.3	Orts- bzw. Stadtpaziergang.....	35
9.2.4	Fotostreifzüge/Dorfforscherinnen und Dorfforscher.....	35
9.2.5	Fokusgruppe .....	36
9.2.6	Peer Interviews.....	36
9.2.7	World Café.....	37

9.2.8	Bürgerinnen- und Bürger-Café .....	38
9.2.9	Ideenwettbewerb .....	38
9.2.10	Community Mapping .....	39
9.3	Methoden vorwiegend zum Beraten und Mitentscheiden bei der Maßnahmenauswahl ...	40
9.3.1	Aktivierende Befragung .....	40
9.3.2	Bürgerinnen- und Bürger-Rat .....	40
9.3.3	Mehrpunktentscheidung – Hitrakete .....	41
9.3.4	Entscheidungsrampe .....	42
9.4	Methoden zur aktiven Mitarbeit bei der Maßnahmenplanung .....	42
9.4.1	Co-Creation Workshop .....	43
9.5	Ressourcen bzw. weiterführende Literatur für die beschriebenen Methoden .....	44
10	Wie ist dieser Praxisleitfaden entstanden? .....	46
11	Welche Quellen haben wir herangezogen? .....	46
12	Danksagung .....	49

# 1 Einleitung

Liebe Gesundheitsförderin, lieber Gesundheitsförderer!

Dieser Praxisleitfaden ist genau das Richtige für Sie, ...

- ... wenn Sie die Gesundheit der Bürgerinnen und Bürger in Ihrer „Gesunden Gemeinde“ fördern wollen.
- ... wenn Sie Möglichkeiten suchen, verschiedene Bevölkerungsgruppen zu beteiligen, um Ihre „Gesunde Gemeinde“ gesundheitsförderlicher zu gestalten.
- ... wenn Sie sich praktische Tipps holen und einen breiten Überblick über Bürgerinnen- und Bürgerbeteiligung bei Gesundheitsthemen verschaffen wollen.

Wir freuen uns, dass es dieser Leitfaden an sein Ziel – zu Ihnen – geschafft hat, und hoffen, Sie auf Ihrem Weg zur Einbindung von Bürgerinnen und Bürgern unterstützen zu können!

## 1.1 Wie ist dieser Praxisleitfaden zu verwenden?

In den folgenden Kapiteln haben wir neben grundlegenden Informationen auch ganz konkrete praktische Tipps für Sie parat. Grafiken, Tabellen, Checklisten und auch mehrere Infoboxen bringen wichtige Inhalte auf den Punkt. Achten Sie dabei auf folgende Symbole:



Für Begriffsbestimmungen



Für wichtige Hinweise



Für praktische Tipps

## 1.2 Was sind die Ziele des Praxisleitfadens?

Der Praxisleitfaden verfolgt drei große Ziele:

- 1) Er soll Ihnen die Chancen von Beteiligungsprozessen, aber auch die Herausforderungen aufzeigen, die diese bereithalten, und Ihnen bewusst machen, wie wichtig es ist, die Zielgruppe am Gesundheitsförderungsprozess zu beteiligen.
- 2) Der Leitfaden zeigt Möglichkeiten auf, wie Bürgerinnen und Bürger in der kommunalen Gesundheitsförderung beteiligt werden können – sei es bei der Bedarfserhebung, bei der Ideenfindung, bei der Entwicklung gesundheitsfördernder Maßnahmen, bei deren Umsetzung oder Evaluation.
- 3) Der Leitfaden beschreibt eine Vielzahl von Beteiligungsmethoden, aus denen Sie wählen können. Er gibt Ihnen praktische Informationen und konkrete Tipps für die Umsetzung von Beteiligung in Ihrer „Gesunden Gemeinde“.

### 1.3 An wen richtet sich der Praxisleitfaden?

Der Leitfaden richtet sich an alle Personen in einer „Gesunden Gemeinde“, denen Gesundheitsförderung ein Anliegen ist (siehe Abbildung 1).

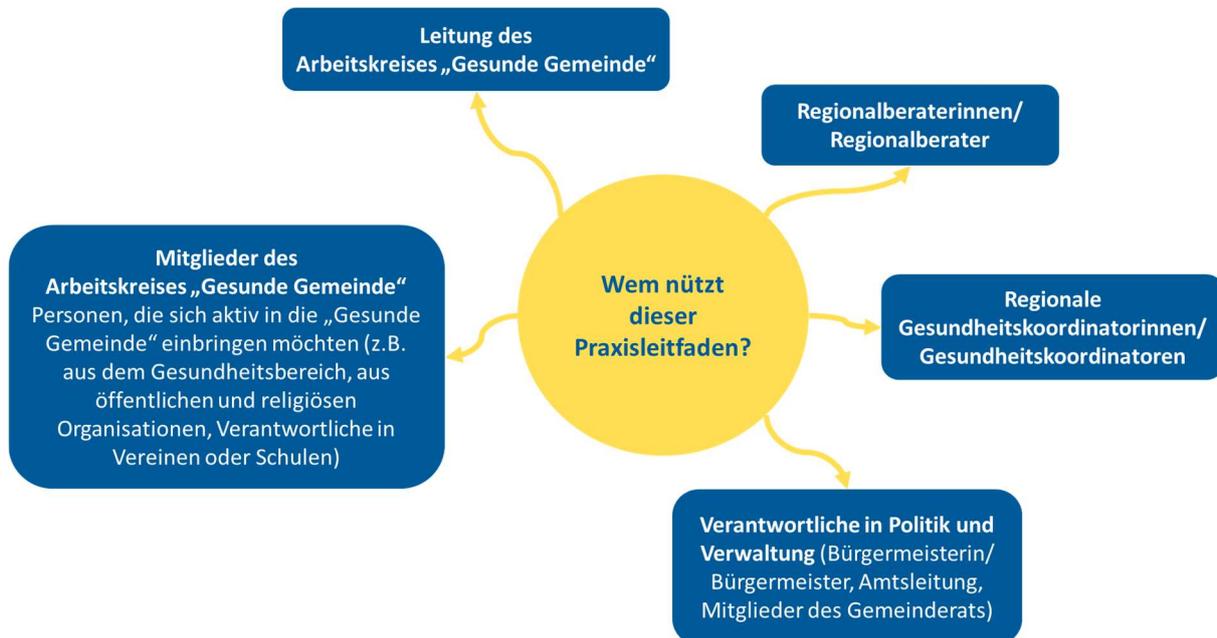


Abbildung 1: Zielgruppe des Praxisleitfadens

### 1.4 Was ist kommunale Gesundheitsförderung?



Unter **kommunaler Gesundheitsförderung** versteht man die Förderung von Gesundheit und Wohlbefinden auf Ebene von Gemeinden, Städten oder Regionen. Dabei geht es darum, die Lebensbedingungen so zu gestalten, dass sie zur Erhaltung der Gesundheit beitragen. Ziel ist es, dass Menschen möglichst lange bei guter Gesundheit leben und selbstständig bleiben.

Jede Gemeinde oder Stadt ist anders. Eine wirkungsvolle Gesundheitsförderung muss daher an den jeweiligen Bedürfnissen, Zielen und Problemlagen ansetzen. Denn die Orte, in denen Menschen leben, arbeiten und in familiäre wie freundschaftliche Beziehungen eingebettet sind, haben Einfluss auf das Gesundheitsverhalten jeder und jedes Einzelnen. Sie können dazu beitragen, die Gesundheit der Bevölkerung zu stärken.

„**Maßnahmen der Gesundheitsförderung**“ umfassen strukturelle Veränderungen ebenso wie Projekte und Aktionen zur Verbesserung des Wohnumfelds, des Gesundheitsverhaltens oder der Gesundheitskompetenz. Diese Maßnahmen können auf unterschiedlichen Ebenen ansetzen und auch gesetzliche Regulierungen beinhalten, die jedoch nicht Inhalt dieses Praxisleitfadens sind.

Eine „**gesundheitsförderliche Lebenswelt**“ kann zum Beispiel durch die Schaffung sicherer Fahrrad- und Fußwege, Begegnungsmöglichkeiten und sozialer Netzwerke entstehen. Sie ermöglichen es vielen Bürgerinnen und Bürgern, „vor ihrer Haustüre“ etwas für die eigene Gesundheit zu tun. In „Gesunden Gemeinden“ lassen sich **koordinierte Aktivitäten** wie Informationsveranstaltungen, Bewegungsangebote oder Kochkurse unter Beteiligung vieler unterschiedlicher Personen besonders gut umsetzen.

Zusammengefasst ergibt die Bündelung solcher und vieler anderer Aktivitäten sowie die Schaffung **gesundheitsförderlicher Lebensbedingungen in Gemeinden, Städten oder Regionen** die „kommunale Gesundheitsförderung“.



### **Besonderheiten der eigenen Gemeinde berücksichtigen!**

In verschiedenen Gemeinden leben verschiedene Menschen – was in einer Gemeinde funktioniert hat, muss nicht zwangsläufig in einer anderen funktionieren. Deshalb ist es wichtig, die **Besonderheiten der eigenen Gemeinde** zu ergründen und zu berücksichtigen. Wie das gelingen kann? Durch die **bewusste Beteiligung der Zielgruppen!**

## 2 Was bedeutet Beteiligung und warum ist sie wichtig?

### 2.1 Was ist Beteiligung?



**Beteiligung**, auch als „Partizipation“ bezeichnet, ist ein zentrales Prinzip der **Gesundheitsförderung**. Verschiedenste Menschen und Bevölkerungsgruppen bringen sich aktiv in Aktivitäten zur Gesundheitsförderung ein. Dabei ermitteln sie ihre Bedürfnisse und nehmen an der Planung, Umsetzung oder Bewertung von Gesundheitsförderungsmaßnahmen teil. Durch diese aktive Einbindung nehmen sie Einfluss auf ihre Lebensbedingungen innerhalb der Gemeinde.

#### **Beteiligung ist vielfältig!**

Beteiligung ist nicht gleich Beteiligung, und das ist auch gut so. Die Art der Beteiligung kann variieren und hängt immer vom Zweck der Beteiligung, aber auch von den derzeitigen Gegebenheiten in der Gemeinde ab. Außerdem sollen die Wünsche, Interessen und Ressourcen der beteiligten Bürgerinnen und Bürger einen Einfluss auf das Ausmaß der Beteiligung haben. Im Zusammenhang mit Gesundheitsförderung in der Gemeinde unterscheiden wir drei grobe **Stufen der Beteiligung** (Abbildung 2).

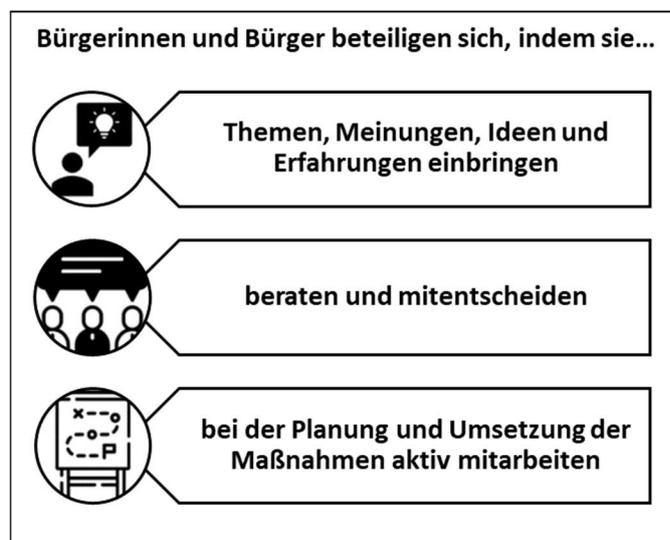


Abbildung 2: Stufen der Beteiligung

In diesem Praxisleitfaden bieten wir Ihnen Informationen und zeigen vielfältige Möglichkeiten auf, wie Sie Bürgerinnen und Bürger Ihrer „Gesunden Gemeinde“ beteiligen können. So stellen wir Ihnen im Kapitel 5 verschiedene Wege vor, damit Menschen in Ihrer „Gesunden Gemeinde“ ihre Themen, Meinungen, Ideen und Erfahrungen einbringen können. Im Kapitel 9.1 beschreiben wir, wie Sie den Bedarf in Ihrer Gemeinde formal erheben können. Im Kapitel 6 widmen wir uns der Beteiligung von spezifischen Zielgruppen und worauf Sie dabei achten sollen. In Kapitel 9 sind mögliche Methoden gesammelt, die Sie anwenden können, um Bürgerinnen und Bürger in Ihrer Gemeinde an der Gesundheitsförderung zu beteiligen.



### Vorstufe von Beteiligung: Information

Das „**Informieren der Zielgruppe**“ wird oft zur Beteiligung dazugezählt. Zu Unrecht! Vielmehr stellt es eine Art **Vorstufe** dafür dar – es ist eine **wichtige Grundvoraussetzung** für die Beteiligung von Bürgerinnen und Bürgern. Denn Personen können sich nur einbringen, wenn sie wissen, dass die Möglichkeit dazu besteht und ihre Anliegen gehört werden. Es gilt also grundsätzlich **immer zuerst zu informieren!**



### Teilnahme ist nicht Beteiligung

„**Mit den Bürgerinnen und Bürgern, nicht für sie**“ – dieses Motto des „Befreiungspädagogen“ Paulo Freire gilt auch für Maßnahmen der Gesundheitsförderung.

Die bloße **Teilnahme** von Bürgerinnen und Bürgern an Veranstaltungen, Kursen und anderen gesundheitsförderlichen Maßnahmen ist nicht mit **Beteiligung** gleichzusetzen. Letztere entsteht, wenn Bürgerinnen und Bürger in Gestaltungs-, Umsetzungs- und Entscheidungsprozesse gezielt eingebunden werden. Beteiligung ist ein Prozess, in dem das gesellschaftliche Zusammenleben aktiv mitgestaltet wird.

## 2.2 Warum ist Beteiligung wichtig?

Beteiligung ist ein zentrales Prinzip der Gesundheitsförderung. Sie stellt zum einen die Mitsprache und Mitbestimmung verschiedenster Menschen und Bevölkerungsgruppen in den Vordergrund und will zum anderen einen verbesserten und gerechten Zugang zu gesundheitsförderlichen Dienstleistungen, Angeboten etc. zu schaffen. Das ist maßgeblich, um das große übergeordnete Ziel zu erreichen: eine Verbesserung der Gesundheit der Menschen in der Gemeinde.

Warum ist Beteiligung wichtig? Und welcher Mehrwert kann für Ihre „Gesunde Gemeinde“ dadurch entstehen?

- Geplante Maßnahmen zur Gesundheitsförderung können **mit den Bedürfnissen und Ansprüchen der Zielgruppen abgestimmt** werden. Durch ihr Mitwirken erlangen Bürgerinnen und Bürger so eine höhere Kontrolle über Aktivitäten, die ihre Gesundheit betreffen.
- **Lokale Gegebenheiten und Strukturen in der Gemeinde** können besser berücksichtigt werden, um für diesen Standort sinnvolle Maßnahmen zu entwickeln und so **Programme und Maßnahmen langfristig und nachhaltig zu verankern**.

- Angebote zur Gesundheitsförderung werden durch Beteiligung der Zielgruppen oft **besser angenommen und genutzt**. Sie entwickeln „Ownership“, d. h. ein Verantwortungsgefühl, für die betreffende Gesundheitsförderungsmaßnahme.
- Personen aus den Zielgruppen sind eher bereit, **gesundheitsförderliches Verhalten zu praktizieren**, wenn sie in die Gestaltung von Maßnahmen eingebunden waren und mitbestimmen konnten. Sie erkennen die Wichtigkeit von gesundheitsförderlichen Themen und Maßnahmen besser.
- Bürgerinnen und Bürger erlangen **Wissen, Erfahrungen und Fähigkeiten** in der Planung und Umsetzung von Maßnahmen und Projekten und werden bestärkt, Verantwortung zu übernehmen. Sie sollen durch Beteiligung ihre **individuelle Gesundheitskompetenz** entwickeln.
- **Beteiligung fördert das „Empowerment“ der Bürgerinnen und Bürger**. Dieser Prozess zielt darauf ab, die persönlichen Fähigkeiten zu stärken und zu aktivieren, Herausforderungen zu bewältigen, Bedürfnisse zu stillen, Probleme zu lösen und sich die notwendigen Ressourcen zu verschaffen, um die Kontrolle über die Entscheidungen und Handlungen zu gewinnen, die ihre Gesundheit begünstigen.
- Durch Beteiligung kann ein **chancengerechter Zugang** zu Maßnahmen geschaffen werden: Alle Beteiligten werden – unabhängig z. B. von Alter, Einkommen, Herkunft und Bildungsgrad – gehört und können sich einbringen, damit ihre Bedürfnisse berücksichtigt werden.
- Beteiligung ist wesentlich, um die **Qualität** von gesundheitsfördernden Maßnahmen zu sichern.

### 2.3 Beteiligung um jeden Preis? Warum Sie Scheinbeteiligung vermeiden sollten!

Die Beteiligung von betroffenen Menschen und Bevölkerungsgruppen ist wichtig und bringt wesentliche Vorteile. Aber Achtung: Nicht jeder Beteiligungsprozess bringt zwangsläufig positive Effekte – sie sind immer auch abhängig von der Situation. Nehmen Sie daher die Beteiligung von Bürgerinnen und Bürgern immer ernst und denken Sie den Beteiligungsprozess gut durch. Denn eine „Scheinbeteiligung“ – das bewusste oder unbewusste Vorgaukeln von Mitsprache- und Mitentscheidungsrechten – kann negative Folgen haben.



**Scheinbeteiligung** liegt vor, wenn Bürgerinnen und Bürger zur Beteiligung aufgerufen, ihre Meinungen und Ansichten eingeholt, schlussendlich aber nicht berücksichtigt werden. Um Scheinbeteiligung handelt es sich auch, wenn Beteiligung für parteipolitische Zwecke instrumentalisiert wird und Menschen „pro forma“ zur Beteiligung aufgerufen werden.



#### Wann ergibt Beteiligung keinen Sinn?

Wenn eine Entscheidung schon feststeht oder es keinen Handlungsspielraum gibt, dann ist Beteiligung nicht sinnvoll – im Gegenteil: Sie kann sich sogar negativ auswirken.

Scheinbeteiligung kann ebenso wie unzureichende Informationsvermittlung, mangelnde Transparenz oder die fehlende Berücksichtigung der tatsächlichen Bedürfnisse und Anliegen der betroffenen Bevölkerung nachhaltige **negative Folgen** haben:

- Bei den beteiligten Bürgerinnen und Bürger treten **Enttäuschung und Frustration** auf: Erwartungen wurden geweckt, dann aber nicht erfüllt.
- Es kann zu einem **Vertrauensverlust** kommen.
- Bürgerinnen und Bürger, die bereits negative Erfahrungen mit Beteiligungsprozessen gemacht haben, zeigen möglicherweise in der Zukunft **kein Interesse** mehr, sich zu beteiligen.

## 2.4 Was sind Grundvoraussetzungen für Beteiligung?



### Grundvoraussetzungen für Beteiligung

**Transparenz, Offenheit und Ehrlichkeit** sind die Schlüssel für einen erfolgreichen Beteiligungsprozess! Beteiligung steht und fällt mit der **Kommunikation** zwischen den Beteiligten.

Eine **transparente, offene und ehrliche Kommunikation** über die **Möglichkeiten und Grenzen der Beteiligung** ist zentral. Von Anfang an sollte allen klar sein, wie groß der Gestaltungsspielraum ist und welche Einflussmöglichkeiten die Bürgerinnen und Bürger haben, d. h. welche Entscheidungen nicht in ihrem Einflussbereich liegen bzw. wer am Ende die Entscheidungen treffen wird. So kann überzogenen Erwartungen und daraus folgender Enttäuschung vorgebeugt werden.

Definieren Sie am Anfang ganz klar die **Funktionen und Aufgaben der am Prozess beteiligten Personen**: Welche Rolle nehmen die beteiligten Bürgerinnen und Bürger ein, und was ist die Rolle der Entscheidungstragenden? Informieren Sie von Beginn an transparent über den **Zweck der Beteiligung**. Kommt es zu Änderungen in der geplanten Vorgehensweise und auch bei **Unvorhersehbarkeiten**, dann kommunizieren Sie diese rasch.

**Kommunizieren Sie mit den Beteiligten auf Augenhöhe**. Nehmen Sie Bürgerinnen und Bürger ernst und versuchen Sie, ihre Bedürfnisse und Interessen ohne Vorurteile anzunehmen. Achten Sie auf eine wertschätzende Kommunikation. Ermöglichen Sie Chancengerechtigkeit unter allen Beteiligten: Jede Teilnehmerin, jeder Teilnehmer sollte dieselben Möglichkeiten zur Meinungsäußerung und Mitsprache haben, ungeachtet persönlicher Voraussetzungen wie z. B. Bildung, Berufsstatus und Einkommen.

**Informieren Sie zeitnah über die Ergebnisse** des Beteiligungsprozesses und die weiteren Schritte. Für die beteiligten Bürgerinnen und Bürger ist es wichtig zu erfahren, aus welchen Gründen eine bestimmte Entscheidung getroffen worden ist und warum manche ihrer Beiträge nicht berücksichtigt wurden.



### Was für Beteiligung erforderlich ist

- Beteiligung braucht **Haltung**. Eine lernende Haltung, Respekt gegenüber den anderen Personen, Offenheit, sich auf neue Gedanken und Meinungen einzulassen, und aktives Zuhören ohne schnelle Interpretationen und Urteile sind wichtige Voraussetzungen für erfolgreiche Beteiligungsprozesse.
- Beteiligung braucht **Zeit** – in der Etablierung, in der Umsetzung und in der Verankerung. Lassen Sie sich nicht entmutigen, wenn der Beteiligungsprozess nicht gleich beim ersten Mal optimal funktioniert oder wenn Sie kritisches Feedback bekommen. Lernen Sie aus den Erfahrungen und versuchen Sie, wiederholt Gelegenheiten zur Beteiligung anzubieten. Dabei sollte in sämtlichen Schritten ausreichend Zeit eingeplant werden, damit Bürgerinnen und Bürger ihre Gedanken, Wünsche und Bedürfnisse gut einbringen können und Entscheidungsprozesse gemeinsam erfolgen können.
- Beteiligung braucht **Raum**. Die Einbindung von Bürgerinnen und Bürgern sollte nicht „zwischen Tür und Angel“ stattfinden. Orte zur Zusammenarbeit sollten zentral und gut erreichbar sein. Oft sind in der Gemeinde oder im Umfeld der Zielgruppe bereits geeignete Räumlichkeiten vorhanden, z. B. Gemeindesaal, Mehrzweckhalle, Vereinsräume, Schul-Aula, Pfarrsaal. Hilfreiche Tipps zur Planung von Beteiligungsprozessen finden Sie auch in Kapitel 6.
- Beteiligung braucht **Transparenz**. Klären Sie genau, welche Einflussmöglichkeiten die Bürgerinnen und Bürger haben und wie verbindlich die Ergebnisse des Entscheidungsprozesses sein werden.
- Beteiligung braucht **Verankerung**. Um die **Nachhaltigkeit** von Maßnahmen der Gesundheitsförderung sicherzustellen, sollte die Verantwortung dafür nicht ausschließlich bei ehrenamtlich tätigen Personen liegen, sondern in der „Gesunden Gemeinde“ verankert sein. Dabei ist es auch förderlich, wenn die Leitung des Arbeitskreises „Gesunde Gemeinde“ und die regionalen Gesundheitskoordinatorinnen und -koordinatoren (RGKs) nicht ständig wechseln. Idealerweise haben diese Personen auch guten Kontakt oder direkten Zugang zu entscheidungstragenden Personen in der Gemeinde.
- Beteiligung braucht **Unabhängigkeit**. Gesundheitsförderliche Maßnahmen sollten parteipolitisch unabhängig umgesetzt und verankert werden. So kann sichergestellt werden, dass sich eine breite Gruppe von Bürgerinnen und Bürgern einbringt und die Maßnahmen Amtsperioden überdauern.

Werden Bürgerinnen und Bürgern gewissenhaft, sorgfältig und ernsthaft beteiligt, bietet dies vielfältige Möglichkeiten für die Gestaltung von Maßnahmen, die auf die Bedürfnisse der Gemeindemitglieder eingehen.

Es gibt aber auch Faktoren, die die **Beteiligung der Gemeindebevölkerung erschweren** können. Typische **Hindernisse** und **Herausforderungen** von partizipativen Prozessen sind beispielsweise:

- **Fehlende Unterstützung** durch die politisch Verantwortlichen in der Gemeinde: Sie könnten befürchten, dass ihre Entscheidungsmacht und ihre Umsetzungsfähigkeit durch die Beteiligung von Bürgerinnen und Bürgern eingeschränkt oder gar untergraben werden.
- **Fehlende Kompromissbereitschaft** unter den Beteiligten: Bürgermeisterinnen und Bürgermeister bzw. andere Entscheidungstragende könnten andere Absichten und Ziele verfolgen als die Bürgerinnen und Bürger. Das könnte eine Annäherung erschweren.
- **Unterschiedliche Voraussetzungen** der beteiligten Bürgerinnen und Bürger, z. B. hinsichtlich der Bildung, des Gesundheitszustandes oder des Mutes, offen seine Meinung zu sagen. Auch

bringt jede und jeder unterschiedliche Erfahrungen mit Beteiligung mit, und viele haben z. B. noch nie erlebt, dass sich jemand ehrlich für ihre Meinung interessiert. Viele Probleme mangelnder Beteiligung lassen sich darauf zurückführen, dass die Vielfalt an Erfahrungen und Kompetenzen der Beteiligten nicht berücksichtigt werden. Die Form der Beteiligung muss also immer zu den Voraussetzungen der Beteiligten passen.

- **Knappe zeitliche, finanzielle oder personelle Ressourcen:** Durch Beteiligung können eventuell höhere Kosten oder größerer Zeitbedarf entstehen, z. B. durch Ausgaben für Workshop-Verpflegung, für zum Mitmachen aufrufende Print-Materialien oder für die Durchführung einer Bedarfserhebung (siehe Kapitel 9.1).
- **Unterschiedliche Vorstellungen** darüber, wie groß die Entscheidungsmacht und der Handlungsspielraum der Bürgerinnen und Bürger sein sollen. Eventuell stehen Machtfragen im Raum: Wer hat hier das Sagen? Wer trifft die wichtigen Entscheidungen? Wer seine Macht nicht teilen will, wird keine wirkliche Beteiligung zulassen. Dies kann zu Konflikten in der praktischen Umsetzung führen. Hier ist es wichtig, mit offenen Karten zu spielen und die Entscheidungs- und Einflussmöglichkeiten von Beginn an zu kommunizieren.
- **Fehlende Übereinstimmung** der Interessen und Erwartungen der Beteiligten und der Personen, die partizipativ arbeiten wollen: Die Themen und Inhalte z. B. von Gesundheitsförderungsangeboten sollten mit den Beteiligten besprochen und entschieden werden. Ansonsten kann es schnell passieren, dass an der Zielgruppe vorbei agiert wird und Angebote ins Leere laufen. Um dem vorzubeugen, wird in den nächsten Kapiteln auf die Bedeutung der Zielgruppen und ihre Erreichbarkeit eingegangen.

### 3 Was sind Zielgruppen und warum sind sie wichtig?

In einer Gemeinde leben viele verschiedene Personengruppen. Um sie zur aktiven Mitgestaltung für eine lebenswerte „Gesunde Gemeinde“ zu gewinnen, können und sollen sie auf unterschiedliche Art und Weise angesprochen werden. Damit die Beteiligung von Gemeindebürgerinnen und -bürgern bei der Planung und Umsetzung von gesundheitsfördernden Maßnahmen gut gelingen kann, stellen wir Ihnen **Besonderheiten von verschiedenen Zielgruppen** und **konkrete Möglichkeiten für deren Einbindung** vor. Unser Augenmerk liegt hier auch auf schwer erreichbaren Gruppen wie Kindern, Jugendlichen, Eltern mit Betreuungspflichten, Männern, älteren Menschen, Menschen mit Migrationshintergrund und Menschen mit Behinderung.

### 3.1 Was ist eine Zielgruppe?



Als Zielgruppen werden laut Fonds Gesundes Österreich (FGÖ)<sup>1</sup> „**Gruppen von Menschen mit gemeinsamen Merkmalen und/oder ähnlichen Lebenssituationen**“ bezeichnet, „welche mit bestimmten Botschaften und Maßnahmen erreicht werden sollen“ – in unserem Fall sind es Personen, deren gesundheitliche Situation verbessert werden soll. In Beteiligungsprozessen sind Zielgruppen auch gleichzeitig „aktiv Beteiligte“. Unter **schwer erreichbaren Zielgruppen** verstehen wir Personen, die sich gerne beteiligen würden, aber dazu aus unterschiedlichen Gründen **nicht in der Lage sind** (sprachliche oder kulturelle Gründe, Wohnen in entlegenen Gebieten bzw. in Randlagen, Leben mit Behinderung etc.). Auch Gruppen von Menschen, die sich beteiligen könnten, es aber nicht wollen, gelten als schwer erreichbar. Hier handelt es sich beispielsweise um Menschen, die bereits schlechte Erfahrungen gemacht haben, Menschen, die nicht glauben, etwas verändern zu können, oder Menschen, denen der Aufwand zu hoch ist oder die keinen persönlichen Nutzen sehen. **Besonders schwer zu erreichen** sind Gruppen, die sich in **herausfordernden Lebenssituationen** befinden – sei es aufgrund einer Erkrankung, ihrer schwierigen finanziellen Lage oder anderer Hindernisse (z. B. Sprachbarrieren).

Um Zielgruppen für die Beteiligung in der „Gesunden Gemeinde“ zu erreichen, können Schlüsselpersonen sowie Multiplikatorinnen und Multiplikatoren hinzugezogen werden.

**Schlüsselpersonen** kommen oft aus dem Gesundheitsbereich (z. B. Allgemeinmedizinerinnen und Allgemeinmediziner, Hebammen), aber auch aus öffentlichen oder religiösen Organisationen.

**Multiplikatorinnen und Multiplikatoren** vermitteln an die Zielgruppe, der sie auch selbst angehören können. Als sehr hilfreich erweisen sich hier z. B. Personen aus dem Herkunftsland der Zielgruppe.

Wichtige Schlüsselpersonen bzw. Multiplikatorinnen und Multiplikatoren können beispielsweise sein:

- **Vertreterinnen und Vertreter der Zielgruppen:** Gut vernetzte Personen aus einer bestimmten Bevölkerungsgruppe ermöglichen einen direkten Zugang zur Zielgruppe und können somit vermehrt zur Beteiligung und Mitarbeit aufrufen, diese jedoch auch behindern.
- **Vereine:** Sport- oder Musikvereine, aber auch die Freiwillige Feuerwehr stellen eine wichtige Anlaufstelle für viele Bürgerinnen und Bürger dar. Sie können daher dazu beitragen, Informationen über Gesundheitsförderungsmaßnahmen zu verbreiten, oder die Umsetzung unterstützen. Sie sollten deshalb bei der Planung von Einbindungskonzepten berücksichtigt werden.
- **Öffentliche oder religiöse Organisationen:** Personen, die in der Pfarre, der Landjugend, in konfessionellen Jugendorganisationen, bei den Pfadfindern, in Elternberatungsstellen etc. aktiv sind, haben direkten Zugang zu verschiedenen Bevölkerungsgruppen und können so eine wichtige Rolle spielen.
- **Gesundheitsdienstleisterinnen und -dienstleister:** Niedergelassene Ärztinnen und Ärzte, Therapeutinnen und Therapeuten, Hebammen, Pflegekräfte sowie Angehörige anderer Gesundheitsberufe können wichtige Schlüsselpersonen in „Gesunden Gemeinden“ darstellen. Sie stehen oftmals im direkten Austausch mit der Zielgruppe und bringen gesundheitsbezogene Expertise mit, die von großem Wert für die geplanten Maßnahmen sein kann.

<sup>1</sup> Auer, M., Bäck, M., Hofer, K., Neuhold, B., Gangl, D. & Amort, F. M. (2014). Gesundheitsförderung in Gemeinden, Stadtteilen und Regionen – von der Idee zur Umsetzung (WISSEN, Band 11). Fonds Gesundes Österreich, S. 25

- **Pädagoginnen und Pädagogen, Leitungen von Bildungseinrichtungen und Kinderbetreuungseinrichtungen:** Sie können ein wichtiges Bindeglied zur Zielgruppe der Kinder und Jugendlichen sein und sollten bei Maßnahmen, die in Betreuungs- und Bildungseinrichtungen Umsetzung finden, in die Planung miteingebunden werden.
- **Medienvertreterinnen und -vertreter:** Gute Verbindungen zu lokalen oder regionalen Medien können hilfreich sein, um einen möglichst großen Kreis der Bevölkerung zu informieren – zunächst über die Möglichkeit der Beteiligung, dann über Ergebnisse der Maßnahmen.

### 3.2 Wieso das Augenmerk auf unterschiedliche Zielgruppen richten?

Engagierte Bürgerinnen und Bürger in niederösterreichischen „Gesunden Gemeinden“ haben sich bereits für unterschiedlichste Maßnahmen eingesetzt, beispielsweise einen Generationentreffpunkt oder den Ausbau eines Eislaufplatzes. Oft beteiligen sich jedoch über Jahre hinweg dieselben Personen, meist sportliche und gesundheitsbewusste Bürgerinnen und Bürger, die oft auch in Sportvereinen aktiv sind oder einen Gesundheitsberuf ausüben. Andere sind hingegen nur schwer zu erreichen. Um die **gesundheitliche Chancengerechtigkeit** zu stärken, gilt es, alle Zielgruppen gleichberechtigt einzubinden. Nur wenn auch schwer erreichbare Gruppen beteiligt werden, ist die Bevölkerung in ihrer ganzen Vielfalt gut vertreten und werden die unterschiedlichen Meinungen berücksichtigt. Deshalb könnten Sie in Zukunft vor allem folgende Personengruppen noch stärker ansprechen und einbinden:

- Kinder
- Jugendliche
- Eltern mit Betreuungspflichten
- Männer
- ältere Menschen
- Menschen mit Migrationshintergrund
- Menschen mit Behinderung



#### **Ungleichheit und Stigmatisierung vermeiden**

Wenn sich Maßnahmen ausschließlich an bestimmte Gruppen richten, wird Ungleichheit möglicherweise sogar gefestigt. Die zu starke Eingrenzung von Zielgruppen (z. B. übergewichtige Kinder) kann außerdem zu Stigmatisierung führen und muss unter allen Umständen vermieden werden. Versuchen Sie die Verhältnisse zu adressieren: z. B. Ernährungsangebote in Schulen, Kindergärten bearbeiten, Möglichkeiten zur Bewegung in der „Gesunden Gemeinde“ fördern. Dies betrifft alle Kinder und nicht nur eine ausgewählte Gruppe.



### Tipps für schwer erreichbare Zielgruppen

Nicht immer ist es so einfach, Personen zu finden, die sich beteiligen wollen und können. **Schaffen Sie deshalb Anreize für die Beteiligung der Zielgruppe.** Ein paar Tipps, um besseren Zugang zu schwer erreichbaren Gruppen zu bekommen:

- Es geht nicht nur um die Möglichkeit, Entscheidungen zu beeinflussen bzw. die Lebenswelt aktiv mitzugestalten. Heben Sie den **persönlichen Nutzen für die Beteiligten** hervor: z. B. Schulung sozialer Kompetenzen, Wissensgewinn, Stärkung des Selbstbewusstseins, Einbringen persönlicher Erfahrungen oder Freude am Gestalten.
- Setzen Sie **Anreize zur Beteiligung**, z. B. mit kleinen Geschenken für Jugendliche, kombiniert mit sportlichen oder kulturellen Attraktionen.
- Bieten Sie eine **Aufwandsentschädigung** an oder handeln Sie mit der Gemeinde aus, dass diese Gutscheine oder Freikarten (z. B. Eintrittskarten für das Schwimmbad, Kino etc.) zur Verfügung stellt.
- Garantieren und gewährleisten Sie die **Vertraulichkeit** bei der Darstellung bzw. Archivierung der Ergebnisse des Prozesses.

## 4 Was ist vor der Planung von Beteiligungsprozessen zu bedenken?

Nehmen Sie sich zu Beginn des Prozesses Zeit, um zu überlegen: Wie soll die Beteiligung von Menschen in Ihrem Vorhaben aussehen? Hier finden Sie eine **Checkliste**, die Ihnen helfen soll, Wichtiges zu bedenken. Überlegen Sie sich die folgenden Punkte zu Beginn, um auf dem Weg keine bösen Überraschungen zu erleben. Bitte bedenken Sie, dass die Checkliste nur als Orientierung dient und in Ihrer „Gesunden Gemeinde“ vielleicht noch andere Punkte zu berücksichtigen sind. Picken Sie sich gerne jene Dinge heraus, die für Ihre „Gesunde Gemeinde“ oder Ihr Vorhaben relevant sind. Sie können den Platz für Notizen nutzen, um Ihre Gedanken schriftlich festzuhalten.

**Checkliste zur Vorbereitung von Beteiligungsprozessen:**

<p><b>Aus welchen Personen setzt sich das Kernteam für die Umsetzung des Beteiligungsprozesses zusammen?</b> <i>Wer auch immer den Stein ins Rollen bringt: Bitte bedenken Sie, dass es leichter ist, in einem Team zu arbeiten. Sie können sich Aufgaben aufteilen, haben aufgrund mehrerer handelnder Personen bereits einen breiteren Zugang zu unterschiedlichen Zielgruppen sowie eine breitere Perspektive. Bei größeren Vorhaben bietet sich ein Schulterschluss mit mehreren Vereinen an, um eine breitere Akzeptanz des Beteiligungsprozesses in der Gemeinde zu erreichen.</i></p>	<p><b>Relevant für meine Gemeinde</b></p>	<p><b>Nicht relevant für meine Gemeinde</b></p>
<p>Wie soll das Kernteam zusammengesetzt sein?</p>	<p><input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>
<p>Bringen meine Teamkolleginnen bzw. -kollegen und ich die nötigen persönlichen Eigenschaften mit, um die Beteiligung gut begleiten zu können (z. B. Konfliktfähigkeit, Frustrationstoleranz, Reflexionsfähigkeit, aber auch Ortskenntnis und einen Bekanntheitsgrad in der Gemeinde, bestenfalls bereits praktische Erfahrung mit Beteiligung)?</p>	<p><input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>
<p>Welche Aufgaben und Rollen hat das Kernteam?</p>	<p><input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>
<p><b>Kernteam – Notizen:</b></p>		
<p><b>Was ist der Zweck der Beteiligung?</b> <i>(siehe auch Kapitel 2.2 „Warum ist Beteiligung wichtig?“)</i></p>	<p><b>Relevant für meine Gemeinde</b></p>	<p><b>Nicht relevant für meine Gemeinde</b></p>
<p>Warum möchte ich die Zielgruppe beteiligen? Was soll damit erreicht werden?</p>	<p><input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>
<p>Ist es eventuell sogar rechtlich erforderlich, die Bevölkerung zu beteiligen (z. B. bei umweltrelevanten Planungsverfahren)?</p>	<p><input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>
<p>Welche Themen sollen bearbeitet werden? Welche Themen stehen nicht zur Diskussion?</p>	<p><input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>
<p><b>Zweck und Themen – Notizen:</b></p>		
<p><b>Welche Rahmenbedingungen liegen in der Gemeinde vor?</b> <i>Ziele, Zielgruppen und zur Verfügung stehende Ressourcen müssen für jede Maßnahme individuell definiert werden. Dazu ist es wichtig, die Rahmenbedingungen in der Gemeinde gut zu durchleuchten. Wenn noch keine Beteiligungsprozesse stattgefunden haben, ist es wichtig, mehr Zeit für Erläuterungen und die Vorbereitung einzuplanen.</i></p>	<p><b>Relevant für meine Gemeinde</b></p>	<p><b>Nicht relevant für meine Gemeinde</b></p>
<p>Gibt es bereits Erfahrungen mit Beteiligung in der Gemeinde?</p>	<p><input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>
<p>Welche Räumlichkeiten in der Gemeinde könnten für Zusammenkünfte mit den Bürgerinnen und Bürgern genutzt werden?</p>	<p><input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>
<p><b>Rahmenbedingungen in der Gemeinde – Notizen:</b></p>		

<b>Handelt es sich um einen kurz- oder längerfristigen Ansatz?</b>	<b>Relevant für meine Gemeinde</b>	<b>Nicht relevant für meine Gemeinde</b>
Handelt es sich um ein einmaliges Vorgehen oder soll längerfristig in der Gemeinde eine Struktur für partizipatives Vorgehen aufgebaut werden?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wie lange darf der Prozess maximal dauern?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Dauer – Notizen:</b>		
<p><b>Welche Schlüsselpersonen sollte ich ins Boot holen?</b>  <i>Identifizieren Sie die Personen, die für den Erfolg der Umsetzung von Beteiligung entscheidend sind. Je nach geplanter Maßnahme können diese Personen(gruppen) unterschiedlich sein und müssen daher jedes Mal aufs Neue ausgewählt werden. Es ist förderlich, wenn Ihre geplante Maßnahme in ein Netzwerk von Schlüsselpersonen eingebettet ist und nicht nur an einigen wenigen Personen hängt. Grundsätzlich ist es hilfreich, wenn Schlüsselakteurinnen und -akteure ein Eigeninteresse daran haben, Gesundheit zu verbessern und Gesundheitsförderung voranzutreiben. Erinnern Sie daran, dass Investitionen in die Gesundheit auch einen Beitrag zur Lebensqualität in der Gemeinde und deren Attraktivität leisten.</i></p>	<b>Relevant für meine Gemeinde</b>	<b>Nicht relevant für meine Gemeinde</b>
Wie kann ich Bürgermeisterinnen und Bürgermeister bzw. die Gemeindeverwaltung für mein Vorhaben gewinnen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Welche weiteren Personen sind in der Gemeinde für Einbindung zuständig (z. B. Gesundheitsgemeinderätinnen und -räte)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gibt es in der „Gesunden Gemeinde“ RGKs, die bei der Planung, Umsetzung und Evaluation von Maßnahmen wichtige Ansprechpersonen sein können? Sind sie vielleicht auch selbst in entscheidungstragenden Funktionen in der Gemeinde tätig und können helfen, gesundheitsförderliche Maßnahmen nachhaltig in der Gemeinde zu verankern?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Schlüsselpersonen – Notizen:</b>		
<p><b>Welche finanziellen und personellen Ressourcen müssen und können bereitgestellt werden?</b>  <i>Bedenken Sie neben finanziellen und personellen Ressourcen auch die Notwendigkeit der Unterstützung durch politische Entscheidungsträgerinnen und -träger – vor allem, wenn die Gemeinde die Umsetzung der geplanten Maßnahmen finanziell unterstützen soll. Das ist auch dann wichtig, wenn beispielsweise bauliche Maßnahmen in der Gemeinde geplant sind (z. B. Spielplatz). Kontaktieren Sie für professionelle Prozessbegleitungen auch Ihre „Tut gut!“-Regionalberaterin oder Ihren „Tut gut!“-Regionalberater bzw. die Regionalen Gesundheitskoordinatorinnen und -koordinatoren!</i></p>	<b>Relevant für meine Gemeinde</b>	<b>Nicht relevant für meine Gemeinde</b>

Welche personellen Ressourcen sind für die Planung und Gestaltung des Beteiligungsprozesses erforderlich?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verfügen die Mitglieder des Kernteams über die notwendigen Kompetenzen? Und wenn nein: Wer könnte die notwendige Unterstützung leisten? Braucht es eine professionelle Prozessbegleitung?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wie können die Leitungen und weitere Mitglieder des Arbeitskreises „Gesunde Gemeinde“ eingebunden werden? Kann ich durch meine Maßnahme eventuell neue Mitglieder für den Arbeitskreis gewinnen (siehe Kapitel 8)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Finanzielle und personelle Ressourcen – Notizen:</b>		
<p><b>Wer kann sich am partizipativen Prozess beteiligen? Wer ist die Zielgruppe? Welche sozialen Einflussfaktoren muss ich beachten?</b></p> <p><i>Laden Sie alle relevanten Zielgruppen zum Prozess ein! Achten Sie auf eine offene und positive Atmosphäre und legen Sie gemeinsam mit den Teilnehmenden Kommunikations- und Umgangsregeln für eine gute Zusammenarbeit fest. Nähere Informationen finden Sie in den Kapiteln 3.1 „Was ist eine Zielgruppe?“ und Kapitel 6 „Wie gelingt die Beteiligung verschiedener Zielgruppen?“.</i></p>	<b>Relevant für meine Gemeinde</b>	<b>Nicht relevant für meine Gemeinde</b>
Wie kann ich Möglichkeiten zur Beteiligung niederschwellig und für die Zielgruppe einfach gestalten (z. B. Erreichbarkeit, zeitliche Planung, Sprachkenntnisse)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wie kann ich die Scheu vor dem Mitmachen nehmen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wie kann ich eine positive und konstruktive Grundstimmung für die Beteiligung von Bürgerinnen und Bürgern schaffen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wie werde ich mit kritischem Feedback oder Ablehnung umgehen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Zielgruppen – Notizen:</b>		
<p><b>Welche Stufen der Beteiligung sind in der Gemeinde üblich? Welche erwartet die Gemeindeverwaltung?</b> <i>Jede Gesundheitsförderungsmaßnahme ist anders – genauso wie die Gemeinde, in der sie durchgeführt werden soll. Es muss daher immer im Einzelfall festgestellt werden, welche Stufen bzw. Methoden für die Beteiligung von Bürgerinnen und Bürgern möglich und geeignet sind. Sollten unterschiedliche Bedürfnisse ermittelt werden, dann überlegen Sie sich zu Beginn: Nach welchen Kriterien wird festgelegt, welche Maßnahmen zur Umsetzung kommen? Dies schafft Transparenz und Nachvollziehbarkeit! Wichtig ist, darauf zu achten, dass Bürgerinnen und Bürger vollständig über ihre Einflussmöglichkeiten und auch über deren Grenzen aufgeklärt werden, damit keine Erwartungen enttäuscht werden.</i></p>	<b>Relevant für meine Gemeinde</b>	<b>Nicht relevant für meine Gemeinde</b>
Wer trifft die Entscheidungen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Sollen Bürgerinnen und Bürger lediglich informiert werden, sollen sie bezüglich ihrer Bedürfnisse und Wünsche befragt werden oder erhalten sie auch die Möglichkeit mitzuentcheiden, und wenn: in welchem Rahmen? Oder trifft jemand anderer die Entscheidung?		
Welche Methoden zur Unterstützung der Beteiligungsprozesse werden ausgewählt? (siehe Kapitel 9)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Stufen der Beteiligung – Notizen:</b>		
<b>Wie erfolgt die Kommunikation nach außen?</b> <i>Informieren Sie die Bürgerinnen und Bürger über den geplanten Beteiligungsprozess, über die Mitgestaltungsmöglichkeiten sowie über den Fortschritt des Beteiligungsprozesses. Binden Sie auch entscheidungstragende Personen in den Kommunikationsfluss ein.</i>	<b>Relevant für meine Gemeinde</b>	<b>Nicht relevant für meine Gemeinde</b>
Welche Medien sind verfügbar und können genutzt werden (beispielsweise Gemeindezeitung, elektronisch versandte Newsletter, Einträge auf der Gemeindefwebseite, Facebook, Instagram, WhatsApp etc.)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Kommunikation an Bürgerinnen und Bürger – Notizen:</b>		

Die Planung eines Beteiligungsprozesses kostet Zeit, doch diese ist gut investiert, wenn sich damit unliebsame Überraschungen oder Probleme vermeiden lassen. Schreiben Sie Ihre Antworten auf die Fragen in den Notizenkästchen nieder. Noch besser: Halten Sie das Ergebnis des Planungsprozesses in einem Konzept fest. Das erleichtert es Ihnen, mit anderen Menschen ins Gespräch zu kommen, und erhöht außerdem die Nachvollziehbarkeit. Stimmen Sie das Konzept mit den politischen Entscheidungsträgerinnen und -trägern sowie mit Schlüsselpersonen ab.

## 5 Möglichkeiten zum Einbringen von Themen, Meinungen, Ideen und Erfahrungen aus der Bevölkerung

Bürgerinnen und Bürger benötigen Möglichkeiten, ihre Wünsche, Sorgen, Problemlagen, Anregungen, Meinungen, Ideen und Erfahrungen einzubringen. So kann einerseits der Arbeitskreis „Gesunde Gemeinde“ Rücksicht nehmen und können andererseits politische Verantwortliche in der Gemeinde reagieren. In diesem Kapitel geht es also um die Beteiligungsstufe „**Themen, Meinungen, Ideen und Erfahrungen einbringen**“ (siehe Kapitel 2.1).

Um Bürgerinnen und Bürgern das Einbringen ihrer Anliegen – seien es Ideen, Meinungen oder Erfahrungen – zu erleichtern, braucht es **niederschwellige und barrierefreie Angebote**, die auch die Bedürfnisse von Menschen mit Beeinträchtigungen oder mit Migrationshintergrund berücksichtigen. Barrierefreiheit meint hier einerseits, auf allzu komplexe Sprache zu verzichten bzw. dolmetschende Personen hinzuzuziehen. Andererseits soll auch bei der Auswahl von Räumlichkeiten etc. auf einen entsprechenden Zugang für z. B. Personen mit körperlichen Einschränkungen durch Gehbehinderungen oder dergleichen geachtet werden. Einige Tipps dazu finden Sie auch in der

Checkliste in Kapitel 4. Idealerweise bestehen verschiedene Kanäle (siehe Abbildung 3). Weiterführende Methoden zur Beteiligung der Zielgruppe sind in Kapitel 9.2 dargestellt.



Abbildung 3: Niederschwellige Angebote und Methoden zum Einbringen von Themen, Meinungen, Ideen und Erfahrungen aus der Bevölkerung

- Zum Einbringen schriftlicher Anliegen dient etwa ein **„Bürgerinnen- und Bürger-Briefkasten“**. Dieser kann an einer gut erreichbaren Stelle in der „Gesunden Gemeinde“ dauerhaft (z. B. zum Einmelden von Themen, die die Dorferneuerung und -verschönerung betreffen) oder auch nur für einen begrenzten Aktionszeitraum angebracht werden, wenn beispielsweise Anliegen der Bürgerinnen und Bürger zu aktuellen Themen der Gemeinde gesammelt werden sollen (z. B. Ideen zur Neugestaltung eines Verkehrskonzepts auf dem Schulweg).
- Regelmäßig angebotene **Sprechstunden mit der Bürgermeisterin/dem Bürgermeister** können eine Möglichkeit für Bürgerinnen und Bürger darstellen, ihre Anliegen direkt bei den verantwortlichen Entscheidungsträgerinnen und -trägern vorzubringen.
- Auch **Umfragen** in der Gemeindezeitung sind möglich. Die ausgefüllten Fragebögen können danach bei einer verantwortlichen Stelle abgegeben oder in den Bürgerinnen- und Bürger-Briefkasten eingeworfen werden. Alternativ lassen sich Umfragen auch digital durchführen und über Links in der Gemeindezeitung oder auf digitalen Kanälen der Gemeinde bewerben.
- **Tage der offenen Tür** bieten eine gute Gelegenheit, um die eigene Arbeit im Arbeitskreis „Gesunde Gemeinde“ vorzustellen und die Bevölkerung über bestehende Angebote zu informieren. Gleichzeitig können solche Veranstaltungen auch dazu dienen, aktuelle Anliegen zu erheben.
- **Kulturelle und freizeitbezogene Veranstaltungen** wie beispielsweise Sport-Events können als Türöffner zur Zielgruppe dienen. Sie lassen sich gut dazu nutzen, mit den Bürgerinnen und Bürgern in Kontakt zu treten und den Austausch zu suchen.
- Auch die Teilnahme an **Stammtischen** kann wertvolle Einblicke in die Lebenswelten und Anliegen von Zielgruppen bieten.

- Eine gute Möglichkeit, sich mit Personen zu ihren Anliegen auszutauschen, ist nach wie vor das **persönliche Gespräch**. Ein offenes Ohr im direkten Kontakt mit den Zielgruppen kann hilfreich sein, um relevante Themen aufzuspüren und diese mithilfe weiterer Methoden in konkrete Maßnahmen einfließen zu lassen.

Machen Sie sich bei Ihren Aktivitäten auch den „**Schneeballeffekt**“ zunutze: Personen, die gute Erfahrungen mit der Einbringung ihrer Anliegen gemacht haben und sich von den Verantwortlichen gehört fühlen, können dieses positive Erlebnis anderen Personen in der Gemeinde kommunizieren und so weitere Bürgerinnen und Bürger dazu motivieren, ihre Themen einzubringen und sich zu beteiligen.

Achten Sie allenfalls darauf, dass alle Beteiligten die **Anliegen der Bürgerinnen und Bürger, ihre Bedürfnisse und Interessen ernst nehmen**. Behandeln Sie auch solche Anliegen, die auf den ersten Blick vielleicht unbequem oder besonders herausfordernd erscheinen.

Bedenken Sie zu guter Letzt auch, dass durch das selbstständige Einbringen von Anliegen ein verzerrtes Bild entsteht. Man nennt das Selektionseffekt: Diejenigen Zielgruppen, die nicht selbst aktiv ihre Themen äußern, finden daher oft keine Berücksichtigung. Das betrifft oftmals ältere Bürgerinnen und Bürger oder Personen mit geringer Schulbildung. In weiterer Folge bedeutet das, dass Sie für diese Zielgruppen vielleicht keine geeigneten Angebote schaffen können. Gehen Sie daher auf Personen dieser Zielgruppen aktiv zu und suchen Sie den Austausch, indem Sie beispielsweise persönlich Kontakt mit ihnen aufnehmen. Bei gewissen Zielgruppen, etwa Personen mit besonderen Bedürfnissen, kann es auch ratsam sein, entsprechende Ansprechpersonen einzubeziehen, die die Zielgruppe gut kennen und hier vermitteln können. Das können externe Expertinnen und Experten sein, aber auch zielgruppennahe Multiplikatorinnen und Multiplikatoren oder andere Schlüsselpersonen.

## 6 Wie gelingt die Beteiligung verschiedener Zielgruppen? Praktische Tipps

Auch wenn eine Zielgruppe **Personen mit gemeinsamen Merkmalen oder ähnlichen Lebenssituationen** vereint, ist sie nicht homogen, sondern vielfältig: So gibt es in einer Zielgruppe z. B. Menschen mit oder ohne Migrationshintergrund und verschiedenen Alters. Vor Beginn des Beteiligungsprozesses sollte die **Zielgruppe so genau wie möglich definiert** werden. Überlegen Sie, ob Sie auch alle Untergruppen Ihrer Zielgruppe ansprechen wollen. Ältere Personen beispielsweise können in viele Untergruppen unterteilt werden: nach Geschlecht, Familienstand, Bildung, Gesundheitszustand etc. Wenn Sie also die Zielgruppe ältere Personen beteiligen wollen, dann sollten Sie aus jeder Untergruppe eine Vertretung einladen.

### 6.1 Informieren der Zielgruppe

Kommunikation und Information sind zentral: Informieren Sie die Gemeindebevölkerung über bereits geplante Maßnahmen und über jegliche Möglichkeiten, sich einzubringen. Laden Sie Gemeindegewerinnen und -bürger dazu ein, bei der Planung und Umsetzung von Maßnahmen der Gesundheitsförderung aktiv mitzuarbeiten und mitzuzuscheiden.

**Zugangswege und Kommunikationsmedien unterscheiden sich je nach Zielgruppe**. So wird man die einen über muttersprachliche Zeitungen, die anderen über Gratiszeitungen ansprechen. Jüngere Personen können z. B. gut über das Internet bzw. soziale Medien wie Instagram oder TikTok erreicht

werden. Wenn Ihnen eine Kommunikationsform nicht liegt, könnten Sie beispielsweise (jüngere) Kolleginnen und Kollegen zur Unterstützung heranziehen.



### Tipps für die Kommunikation mit der Zielgruppe

Für die Kommunikation mit der Zielgruppe stellen Sie sich folgende Frage:  
„Wie erreichen wir wen am besten?“

- Sprechen Sie Menschen über **verschiedene Medien** (z. B. Gemeindezeitung, soziale Medien, persönlich) und mittels verschiedener Beteiligungsmethoden an (aktivierende Befragung, Ideenwettbewerb, Bürgerinnen- und Bürgerversammlung etc.).
- Knüpfen Sie an **vorhandene Informationskanäle der Gemeinde** an (z. B. Aushang, Gemeindenachrichten, Pfarrblatt, Vereinsnachrichten, Gemeindegewebseite, regionales Radio oder Fernsehen).
- Denken Sie bei **Broschüren und Plakaten** daran, wo Sie diese verteilen bzw. anbringen können (Apotheke, Gasthaus, Supermarkt, ärztliche Praxis, Vereinslokale, Bibliothek, Bushaltestelle etc.).
- Denken Sie daran, Informationen in **ausreichend großer Schrift** oder in Blindenschrift bzw. zum Anhören anzubieten, um sie auch Personen mit Sehbehinderung zugänglich zu machen. Oder wählen Sie leichte Sprache für Menschen mit intellektuellen Einschränkungen.
- Eine gute Möglichkeit sind **persönliche aufsuchende Gespräche** mit der Zielgruppe in ihrer vertrauten Lebenswelt. Kooperieren Sie bei denen, die sich nicht beteiligen, mit Betreuungspersonen, Anrainerinnen und Anrainern oder Organisationen, die ihnen gut bekannt und vertrauenswürdig sind.
- Engagieren Sie, wenn nötig, **Dolmetscherinnen und Dolmetscher**. Setzen Sie dafür auf Personen aus der Zielgruppe, die beide Sprachen beherrschen und vermitteln können.
- Fragen Sie bei **Vertretungsorganisationen** nach, wie ihre Mitglieder am besten beteiligt werden können.
- **Mundpropaganda** ist oft am wirkungsvollsten und funktioniert besonders gut z. B. bei Vereinsfesten oder anderen Veranstaltungen.

Generell lässt sich die Erreichbarkeit von Zielgruppen verbessern, wenn **Jahreszeiten und religiöse Feste** berücksichtigt werden. In den Sommerferien sind viele Menschen, vor allem Familien mit Kindern, auf Urlaub, Menschen mit Migrationshintergrund nutzen sie häufig dafür, in ihre Herkunftsländer zu reisen. Die Erreichbarkeit kann auch von der **Tageszeit** abhängen: An Abenden haben Berufstätige am ehesten Zeit, dafür sind ältere Menschen sowie Kinder und Jugendliche vermutlich nicht mehr verfügbar. Achten Sie darauf, **Schlüsselinstitutionen, Schlüsselpersonen, Multiplikatorinnen und Multiplikatoren** etc. einzusetzen, um die Zielgruppe tatsächlich zu erreichen und beteiligen zu können. Fragen Sie sich: Wer ist eine Schlüsselperson, um mit diesen Menschen in Kontakt zu kommen? Welche Sprache spricht die Zielgruppe?

## 6.2 Beteiligung der Zielgruppe bei der Planung und Umsetzung von Gesundheitsförderungsmaßnahmen

Sie wollen als Gesundheitsförderungsmaßnahme eine Vortragsreihe veranstalten und dafür potenzielle Teilnehmende nach den Themenwünschen befragen. Oder in Ihrer „Gesunden Gemeinde“ ist geplant, einen Jugendtreff in ein Jugendzentrum umzuwandeln. Dafür müssen schon in der Planungsphase alle Interessen vertreten sein – jene von Gemeinde,

Anrainerinnen und Anrainern, Jugendlichen und deren Eltern. Wenn es um die aktive Mitarbeit bei der Maßnahmenplanung, der Mitentscheidung und schließlich der Umsetzung geht, braucht es gemeinsame Termine mit der Zielgruppe, um die Vorgehensweise zu besprechen und gemeinsam aktiv zu arbeiten.



### Tipps für die Terminfindung und -umsetzung mit der Zielgruppe

- Stimmen Sie Termine auf die **Bedürfnisse und Möglichkeiten der Zielgruppe** ab. Setzen Sie z. B. Veranstaltungen für ältere Menschen am Vormittag oder am frühen Nachmittag an, Veranstaltungen für Berufstätige am späteren Nachmittag oder Abend.
- Beginnen und beenden Sie **Sitzungen pünktlich**.
- Wählen Sie **leicht erreichbare, vertraute und barrierefreie Gebäude**. Motivieren Sie zur Bildung von Fahrgemeinschaften, sie erleichtern die örtliche Erreichbarkeit.
- Bieten Sie **Kinderbetreuung** an, wenn Sie Eltern mit betreuungspflichtigen Kindern einbinden wollen. Sprechen Sie mit dem örtlichen Kindergarten oder mit der Gemeinde, ob es Möglichkeiten zur Zusammenarbeit gibt, damit die Kinderbetreuung für die Teilnehmenden kostenlos ist. Oder wählen Sie den Treffpunkt so aus, dass es Spielmöglichkeiten für Kinder gibt (z. B. direkt an einem Spielplatz oder in einem Lokal mit Kinderspielbereich).
- **Gemeinsame Aktivitäten** fördern das gegenseitige Kennenlernen (z. B. Spielenachmittag).
- Sorgen Sie mit den entsprechenden **Rahmenbedingungen** dafür, dass sich die Menschen willkommen und beim Gespräch **wohl fühlen**. Stellen Sie z. B. Kaffee und Kuchen bzw. einen Obstkorb bereit.
- Bedenken Sie **unterschiedliche Gepflogenheiten**: In manchen Kulturen sind geschlechtergetrennte Gruppen besser besucht als gemischte Gruppen.
- Ist mit der Teilnahme von Menschen mit **sprachlichen Barrieren** zu rechnen, laden Sie Personen ein, die beide Sprachen beherrschen und dolmetschen können.
- **Gehen Sie aktiv auf die Zielgruppe zu** und laden Sie sie ein. Suchen Sie dafür jene Orte auf, an denen sich ihre Zielgruppen regelmäßig aufhalten, z. B. Kindergärten, Schulen, Spielplätze, Jugendzentren, geriatrische Tageszentren, Krankenhäuser, Gebetshäuser, Kulturvereine, Hilfsorganisationen, Sozialämter, Weiterbildungseinrichtungen, Märkte, Einkaufszentren oder Sportclubs. So können Sie auch Menschen einbinden, die durch Krankheit, Mobilitätseinschränkungen oder reduzierte soziale Kontakte schwer erreichbar sind.
- **Kombinieren Sie Beteiligungsveranstaltungen mit anderen Ereignissen** wie Festen, Messen, Eröffnungen etc. oder nutzen Sie informale Veranstaltungen zur Beteiligung, z. B. Straßenfeste, Sommerkinos, organisierte Ausflüge etc.
- Sorgen Sie für eine **gute Moderation der Diskussionen**, damit nicht nur dominante Personen zu Wort kommen, sondern auch jene Gehör finden, die zurückhaltender sind.
- Laden Sie **pro Zielgruppe mehrere Personen** ein und nicht nur eine, die vielleicht die Zielgruppe nicht adäquat repräsentiert.

### 6.3 Worauf ist bei der Beteiligung unterschiedlicher Zielgruppen besonders zu achten?

Wie gehen Sie mit **möglichen Herausforderungen** am besten um? Und mittels welcher **Methoden** können Sie verschiedene Zielgruppen einbinden? Ein Tipp vorweg: Die Zielgruppe selbst weiß am besten, was für sie passt. Wählen Sie die Methoden also gemeinsam mit Personen daraus aus. Die folgende Tabelle 1 listet für Sie jene Zielgruppen auf, die in „Gesunden Gemeinden“ weniger oft erreicht oder beteiligt werden. Setzen Sie es sich zum Ziel, diese Personengruppen gezielt anzusprechen und stärker zu beteiligen.

Beachten Sie bitte, dass Zielgruppen sehr vielfältig sind. Beziehen Sie daher am besten immer mehrere Personen ein, die sich in Alter, Geschlecht, Familienstand oder Religion unterscheiden, aber auch in Bildung, Einkommens- und sozialen Verhältnissen oder ihrem Gesundheitszustand. Bei Personen mit Migrationshintergrund sind auch verschiedene Herkunftsländer und die Frage relevant, ob sie der ersten oder der zweiten Generation entstammen.

Natürlich können sich die Zielgruppen auch überschneiden: etwa Männer und ältere Personen, ältere Personen und Menschen mit Migrationshintergrund, Jugendliche und Menschen mit Behinderung, Kinder und sozial benachteiligte Personen etc.

**Tabelle 1: Besonderheiten verschiedener Zielgruppen und geeignete Methoden für deren Beteiligung**

Zielgruppe	Besonderheiten der Zielgruppe und konkrete Hinweise	Geeignete Methoden
Kinder (bis 14 Jahre)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Die Ansichten von Kindern sollten bei Themen, die sie betreffen, gehört werden. Kindergartenkinder z. B. wissen schon, was sie gerne machen und worauf sie Lust haben – im Rahmen der Möglichkeiten sollten ihre Wünsche daher berücksichtigt werden.</li> <li>Wenn Kinder eingebunden werden, dann auch deren Eltern als Zielgruppe mitdenken.</li> <li>Kooperationen mit Kindergarten, Volksschule, Mittelschule und/oder den Elternvereinen eingehen.</li> <li>Rahmenbedingungen anpassen und Besonderheiten der Zielgruppe berücksichtigen, Beispiel: „Das Familienfest startet mit Rücksicht auf den Mittagsschlaf der Kinder und auf berufstätige Mütter und Väter an einem Freitag um 15.30 Uhr.“</li> </ul>	Ideensammlung Fotostreifzüge / Dorfforscherinnen und - forscher Ideenwettbewerb Co-Creation Workshop
Jugendliche (14–19 Jahre)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Die Bedürfnisse von Jugendlichen können nicht erahnt werden, sondern müssen von der Zielgruppe selbst geäußert werden (z. B. im Kontext Schule: Erwachsene denken an Bewegungs-Arbeitsgruppe am Nachmittag, Jugendliche wollen saubere WCs).</li> <li>Interessen von Jugendlichen unterscheiden sich auch nach Geschlecht, deshalb Perspektiven von mehreren Personen einbinden.</li> <li>Soziale Medien oder andere elektronische Wege (z. B. über QR-Code) sind für Jugendliche gut geeignet, denn sie werden z. B. nicht über die Gemeindezeitung</li> </ul>	Ideenwettbewerb Fotostreifzüge / Dorfforscherinnen und - forscher Fokusgruppen Peer Interviews Community Mapping

Zielgruppe	Besonderheiten der Zielgruppe und konkrete Hinweise	Geeignete Methoden
	erreicht. Gemeindegewebseite attraktiver gestalten!	
Eltern mit Betreuungspflichten (vor allem Eltern mit jungen Kindern)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zeitliche Verfügbarkeit ist ein großes Thema. Aber auch die Zeiten, zu denen Treffen stattfinden, sind relevant, z. B. nicht möglich zur Schlafenszeit der Kinder.</li> <li>• Vor allem neu zugezogene Familien verfügen noch nicht über ein Netzwerk bzw. haben unter Umständen keine Großeltern in der Nähe, die auf die Kinder schauen könnten.</li> <li>• Aufsuchenden Ansatz wählen.</li> <li>• Bieten Sie für Eltern mit kleinen Kindern eine Kinderbetreuung (z. B. mit dem Kindergarten zusammenarbeiten) oder für pflegende Angehörige eine Betreuung der zu pflegenden Personen an.</li> </ul>	Stadtspaziergang Aktivierende Befragung
Männer	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Männer fühlen sich seltener von Gesundheitsförderungsangeboten angesprochen, die an die Allgemeinheit gerichtet sind.</li> <li>• Aktives Zugehen in gewohnten Bereichen des Alltags ist förderlich (z. B. Arbeitsplatz, Pausenbereich, Gasthäuser, Vereine, Fußballplatz).</li> <li>• Fotos in Einladungen/Flyern müssen ansprechend und Männer sollten darauf abgebildet sein.</li> <li>• Maßgeschneiderte Anreize für die Teilnahme am Beteiligungsprozess sollten geschaffen werden (z. B. Essen und Getränke bereitstellen, Gutscheine für Baumarkt).</li> </ul>	Ideenwettbewerb Aktivierende Befragung Fokusgruppe
Ältere Menschen (über 60 Jahren)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Direkte Ansprache ist wichtig, vor allem jener Personen, die wenige soziale Kontakte haben; Gemeindezeitung oder andere Schreiben der Gemeinde persönlich austragen.</li> <li>• Vertretungen der Seniorenvereine einbinden.</li> <li>• Bedürfnisse von älteren Menschen sind ganz anders gelagert als jene der anderen Zielgruppen.</li> <li>• Wichtig: Schlüsselpersonen sowie Multiplikatorinnen und Multiplikatoren gewinnen, wie z. B. Ärztinnen und Ärzte, Pflege- und Betreuungskräfte, Sozialarbeiterinnen und Sozialarbeiter, Vertreterinnen und Vertreter von Religionsgemeinschaften oder anderen vorhandenen Gemeindezentren, um Kontakt zur Zielgruppe zu bekommen.</li> <li>• Einbindung von Bezugspersonen der Zielgruppe oder von informellen Gruppen (z. B. Freundinnen und Freunde, Nachbarschaft), um weitere Personen zur Beteiligung zu motivieren; die Zusammenarbeit mit organisierten Gruppen</li> </ul>	Aktivierende Befragung Stadtspaziergang World Café Community Mapping

Zielgruppe	Besonderheiten der Zielgruppe und konkrete Hinweise	Geeignete Methoden
	<p>suchen (z. B. Kirchengruppen, Begegnungsstätten für ältere Menschen, lokalen Gesundheitseinrichtungen, Einrichtungen für Seniorinnen und Senioren).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nutzung verschiedenster kultureller und freizeitbezogener Veranstaltungen als „Türöffner“ für den Zugang zur Zielgruppe.</li> <li>• Persönliche Kontaktpflege, um zur Teilnahme zu motivieren.</li> </ul>	
<p>Personen mit Migrationshintergrund</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bedenken Sie: Es braucht Zeit, Vertrauen aufzubauen, eine gemeinsame Sprache zu finden, Zusammenkünfte zu organisieren.</li> <li>• Für Personen mit schlechten Deutschkenntnissen: andere Methoden wählen als sprachlastige Formate.</li> <li>• Personen aus der Zielgruppe mit den erforderlichen Sprachkenntnissen können vermitteln, Dolmetscherinnen und Dolmetscher Sprachbarrieren abbauen.</li> <li>• Einen aufsuchenden oder einen niederschweligen Ansatz wählen, z. B. im digitalen Bereich (z. B. WhatsApp).</li> <li>• Berücksichtigen, dass sich Personen mit Migrationshintergrund in sehr unterschiedlichen Lebenssituationen befinden können und häufig einer benachteiligten Bevölkerungsgruppe angehören.</li> <li>• Berücksichtigen, dass es in vielen Kulturkreisen nicht üblich ist, über bestimmte Themen in geschlechtergemischten Gruppen zu sprechen.</li> </ul>	<p>Peer Interviews Fokusgruppe Stadtspaziergang</p>
<p>Personen mit Behinderung (Mobilitätseinschränkung, Gehörlose, Blinde etc.)</p>	<p>Je nach Behinderung sind unterschiedliche Dinge zu beachten.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufsuchende persönliche Gespräche in der vertrauten Lebenswelt wählen. Kooperieren Sie mit Betreuungspersonen, mit Anrainerinnen und Anrainern sowie mit Organisationen, die bei der betreffenden Person gut bekannt und vertrauenswürdig sind.</li> <li>• Für sehbehinderte Menschen Informationen in ausreichend großer Schrift oder in Blindenschrift darstellen oder zum Anhören anbieten.</li> <li>• Für mobilitätseingeschränkte Personen einen Shuttledienst oder Begleitung anbieten.</li> <li>• Für gehörlose Menschen Übersetzung in Gebärdensprache oder Schriftdolmetsch organisieren.</li> </ul>	<p>Peer Interviews Ideensammlung Community Mapping</p>
<p>Sozial benachteiligte Personen (benachteiligt bezüglich des sozioökonomischen</p>	<p>Am schwierigsten ist der Zugang zu sozial benachteiligten Zielgruppen: Sie werden häufig nicht von den Maßnahmen erreicht und auch nicht bei der Planung beteiligt.</p>	<p>Stadtspaziergang Peer Interviews Community Mapping</p>

Zielgruppe	Besonderheiten der Zielgruppe und konkrete Hinweise	Geeignete Methoden
Status: Bildung, Beruf oder Einkommen)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufsuchende persönliche Gespräche in der vertrauten Lebenswelt wählen.</li> <li>• Kooperieren Sie mit Betreuungspersonen, mit Anrainerinnen und Anrainern sowie mit den betreffenden Personen gut bekannten und vertrauenswürdigen Organisationen.</li> </ul>	

## 7 Besonderheiten in kleinen Gemeinden

Aus Interviews mit Expertinnen und Experten sowie Stakeholdern aus Niederösterreich ließen sich einige Besonderheiten kleiner Gemeinden ableiten, die für die Beteiligung von Bürgerinnen und Bürgern relevant sind.

Vorteile/begünstigende Faktoren	Nachteile/behindernde Faktoren
Größerer Zusammenhalt der Bevölkerung.	Beziehungen und Netzwerke könnten Entscheidungen und Mitarbeit beeinflussen.
Personen sind einfacher für die Mitarbeit im Arbeitskreis „Gesunde Gemeinde“/in Projekten zu gewinnen.	Engagierte Personen sind meist in mehreren Vereinen o. Ä. tätig und könnten überfordert werden.
Persönlicher Kontakt ist einfacher herzustellen.	Wenig Durchmischung innerhalb der Vereine etc.
Guter Überblick über Budget und Ressourcen.	Oft nicht ausreichend Budget und Ressourcen vorhanden, um Maßnahmen gut umsetzen zu können
Einfachere Erreichbarkeit von Zielgruppen.	Schwer erreichbare Zielgruppen könnten übersehen werden.
Entscheidungsgewalt über Finanzierung und Durchführung von Maßnahmen liegt meist bei einigen wenigen Personen.	Wenig Alternativen, wenn die entscheidungstragenden Personen geplante Maßnahmen nicht mittragen wollen.
Direkter und niedrigschwelliger Zugang zur Gemeindeverwaltung und zu entscheidungstragenden Personen.	Persönliche und politische Interessen von Entscheidungsträgerinnen und -trägern könnten die Umsetzung von Maßnahmen behindern.

Ein Punkt, der sowohl begünstigend als auch hindernd sein kann, ist die **Doppelrolle, die Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträger speziell in kleinen Gemeinden oftmals einnehmen**. So ist es nicht untypisch, dass die Bürgermeisterin oder der Bürgermeister auch eine führende Funktion in der Feuerwehr, in einem Sportverein oder in der Musikkapelle einnimmt. Dies kann die Durchsetzung von Beteiligungsprozessen vereinfachen: Es muss nur eine Person überzeugt werden, die noch dazu Zugang zu einem Großteil der Bevölkerung hat. Andererseits kann genau das hinderlich sein – dann nämlich, wenn die entscheidungstragende Person eine Maßnahme nicht umsetzen möchte, die eine Beteiligung ermöglichte. In so einem Fall sollte mit viel Fingerspitzengefühl, aber auch mit einer Strategie vorgegangen werden:

- Legen Sie Vorteile von Beteiligung dar und unterbreiten Sie, welche Effekte Sie sich davon für die eigene „Gesunde Gemeinde“ erhoffen. Oftmals sehen entscheidungstragende Personen nur den Aufwand einer Maßnahme, nicht jedoch den Nutzen, der dadurch erlangt werden kann.

- Sollten parteipolitische Interessen oder Wahlkampfüberlegungen eine Rolle spielen, könnte es hilfreich sein, die beteiligungsfördernden Maßnahmen als Form der Bürgerinnen- und Bürgernähe zu verdeutlichen.
- Stellen Sie auch in Aussicht, dass die Durchführung und Umsetzung von Beteiligungsprojekten die Attraktivität der Gemeinde stärken und sie gegenüber anderen Gemeinden in den Vordergrund treten könnte.

Bitte beachten Sie, dass die genannten Erkenntnisse nicht auf alle kleinen Gemeinden zutreffen müssen. Jede Gemeinde ist so vielfältig wie die Personen, die in ihr leben. Überlegen Sie daher, welche Faktoren in Ihrer „Gesunden Gemeinde“ infrage kommen könnten, und wählen Sie Methoden der Beteiligung dahingehend aus.

## 8 Wie kann ich Menschen für den Arbeitskreis in „Gesunden Gemeinden“ begeistern?

Die Arbeitskreise sind Drehscheibe bei der Planung und Umsetzung von Maßnahmen zur Gesundheitsförderung in den „Gesunden Gemeinden“. Für viele Gemeinden ist es allerdings schwierig, neue Mitglieder für den Arbeitskreis zu gewinnen. Oft sind viele Personen aus dem Gesundheitsbereich vertreten, andere Zielgruppen weniger oder sogar gar nicht.

### 8.1 Wie kann ich neue Personen für die Mitarbeit im Arbeitskreis aktivieren?

Um Bürgerinnen und Bürger zur Beteiligung und zur Mitarbeit im Arbeitskreis zu motivieren, sollten Sie die **Möglichkeit bieten, das in kleinen Schritten zu tun**. Es gibt vielfältige Formen der Mitarbeit im Arbeitskreis einer „Gesunden Gemeinde“. Personen können sich langfristig engagieren oder nur für bestimmte Themen oder Projekte eingebunden werden. Um potenziellen Mitgliedern des Arbeitskreises die Scheu zu nehmen, sollten Sie sie über die unterschiedlichen Möglichkeiten klar informieren und ihnen versichern, dass sie sich auch nur punktuell im Arbeitskreis engagieren können und nicht bei jedem Treffen dabei sein müssen. Eine Einbindung soll nicht zum Zwang werden, vielmehr sollten Personen die Chance haben, sich an jenen Schritten der Maßnahmenplanung und -umsetzung zu beteiligen, die für sie interessant und ressourcentechnisch machbar sind.

Kehren Sie in Gesprächen unbedingt auch die **Vorteile einer Beteiligung im Arbeitskreis „Gesunde Gemeinde“** hervor: z. B. dass man mit anderen Menschen zusammenkommt, gemeinschaftlichen Aktivitäten nachgeht, einen Unterschied in der Gemeinde macht. Manche Menschen haben eventuell auch Vorurteile oder Ablehnung gegenüber Beteiligung und Mitbestimmung, wenn ihre Erwartungen etwa in der Vergangenheit nicht erfüllt wurden oder es keine klare Kommunikation bezüglich der Beteiligungsmöglichkeiten gab.



### Tipps für die Aktivierung zur Mitarbeit im Arbeitskreis „Gesunde Gemeinde“

- Nehmen Sie **persönlichen Kontakt** zu Personen auf, von denen Sie vermuten, dass sie eventuell Interesse haben. Sprechen Sie gezielt auch Personen an, die bereits in der Vergangenheit Ideen geäußert haben.
- Seien Sie **offen für alle Anliegen** und machen Sie eine „Offenes Ohr“-Tour, indem Sie bei Veranstaltungen gezielt Ihnen unbekannte Leute ansprechen (z. B. neu Zugezogene). So sprechen Sie nicht immer mit den „üblichen Verdächtigen“ und lernen auch andere Sichtweisen kennen. Zeigen Sie ernsthaftes Interesse und kommunizieren Sie auf Augenhöhe.
- Nutzen Sie **Schlüsselpersonen**, die gut in der Gemeinde vernetzt sind, um Informationen über die Tätigkeit im Arbeitskreis zu streuen und neue Menschen für bestimmte Themen zu erreichen. Das können Personen aus dem Gesundheitsbereich, dem Bildungsbereich oder aus religiösen Organisationen sein.
- Sprechen Sie mit **Multiplikatorinnen und Multiplikatoren**, um über sie neue Personen aus den Zielgruppen zu erreichen. Dafür eignen sich z. B. Vereinsobleute, die Dorfwirtin oder der Dorfwirt. Bitten Sie sie, auch Informationen über ihre Kanäle (z. B. WhatsApp-Gruppen) zu teilen.
- Laden Sie die **Gesundheitsanbieter in der Gemeinde** ein, ihre Angebote im Arbeitskreis vorzustellen. Diese gewinnen dadurch Einblick in die Arbeit des Arbeitskreises – und Sie gewinnen eventuell ein neues Arbeitskreismitglied.
- **Informieren** Sie über die Arbeit und die Einflussmöglichkeiten des Arbeitskreises, sowie über die unterschiedlichen Möglichkeiten der Mitarbeit und Mitbestimmung im Arbeitskreis mittels unterschiedlicher Medien (z. B. Gemeindezeitung, Gemeindefwebseite, Gemeinde-App, Aushang am Gemeindeamt etc.).

## 8.2 Voraussetzungen für partizipative Arbeit – generell sowie im Arbeitskreis

Grundvoraussetzung für jegliche partizipative Arbeit ist, dass Sie dazu auch bereit sind. Dies gilt natürlich auch, falls Sie die Leitung eines Arbeitskreises „Gesunde Gemeinde“ überhaben. Eine **partizipative Haltung** resultiert aus dem Wissen, der Überzeugung und der Erfahrung, dass Beteiligung bei der kommunalen Gesundheitsförderung zentral ist. Mit einer entsprechenden Haltung als Arbeitskreisleitung tragen Sie wesentlich zum Gelingen von Beteiligungsprozessen im Arbeitskreis bei.



### Tipps für gelungene Beteiligungsprozesse im Arbeitskreis „Gesunde Gemeinde“

- Auf Menschen zugehen: Potenzielle Zielgruppen zu erkennen, mit ihnen ins Gespräch zu kommen und zu erfahren, was sie bewegt, braucht Geschick. Hören Sie gut zu und geben Sie den Raum, Anliegen aus der Bevölkerung aufzunehmen und nicht mit eigenen Themen an sie heranzutreten. Konzentrieren Sie sich auf das, was für die Zielgruppe wichtig ist.
- Offen für neue Themen sein: Ein guter „Start“ für Beteiligung ist, wenn Bürgerinnen und Bürger Anliegen einbringen können, die ihnen persönlich wichtig sind. Dann sind meist auch die Motivation zur Beteiligung und das Engagement der Menschen größer.
- Offen für neue Wege sein: Beteiligungsprozesse entwickeln sich! Legen Sie daher zu Beginn nicht konkrete Vorgehensweisen fest. Wichtig ist es allerdings – neben Zuhören, Verstehen, Beobachten und Abwarten –, die Beteiligten zu motivieren, den Prozess zu strukturieren und gegebenenfalls Grenzen zu setzen.
- Offen für neue Ideen sein: Halten Sie Ihre eigenen Vorstellungen hinten und lassen Sie sich auf die Sichtweisen der anderen ein: Fragen Sie sie danach, ehe Sie eine Idee von einer Gesundheitsförderungsmaßnahme weiterspinnen oder ein Konzept entwickeln. Beteiligung gelingt nur, wenn Menschen ihre Vorstellungen verwirklichen können und Ihre Ideen als Arbeitskreisleitung auch manchmal abgelehnt werden. Die Stärke von Beteiligung liegt ja genau darin, dass Standpunkte von verschiedenen Zielgruppen Gehör finden.
- Wechselseitiges Geben und Nehmen zulassen: Beteiligung bedeutet, miteinander zu arbeiten und voneinander zu lernen. Lassen Sie also zu, dass sich Mitglieder des Arbeitskreises nach ihren individuellen Möglichkeiten in die gemeinsame Arbeit einbringen.
- Aufklärung vermeiden: Stellen Sie vielmehr Empowerment (Ermächtigung) und Befähigung in den Vordergrund.
- Betrachten Sie die Lebenserfahrung der mitarbeitenden Personen als einen Schatz.
- Seien Sie ein Teamplayer und fördern Sie auch die Eigenständigkeit der beteiligten Menschen.
- Grenzen der Mitbestimmung thematisieren: Machen Sie den Personen, die im Arbeitskreis mitarbeiten möchten, klar, wo die Grenzen der Mitbestimmung liegen. Das beugt Enttäuschungen vor. Kommunizieren Sie ehrlich und offen über Ihre eigenen Einflussmöglichkeiten und die der weiteren Arbeitskreismitglieder. Das schafft Vertrauen und ist wichtig für eine gute Zusammenarbeit.
- Sicherheit vermitteln: Eine positive Atmosphäre ist wichtig für Beteiligungsprozesse.

## 9 Methodenbeschreibung

Dieser Abschnitt beinhaltet kurze Steckbriefe. Diese beschreiben verschiedene Methoden, wie Bürgerinnen und Bürger in unterschiedlicher Intensität in Ideenfindung und Auswahl sowie aktiver Mitarbeit bei der Planung und Umsetzung von Maßnahmen beteiligt werden können. Am Anfang steht die Methode der Bedarfserhebung, bei der auch ausführlich der Prozess der Beteiligung geschildert wird.

Abbildung 4 stellt im Überblick die Methoden zur Beteiligung von Bürgerinnen und Bürgern dar. Die unterschiedlichen Stufen der Einbindung sind farblich gekennzeichnet, die Abgrenzung voneinander ist aber nicht immer ganz einfach. So kann eine Bürgerinnen- und Bürgerversammlung als reine Informationsveranstaltung angelegt sein; oft gibt es dabei aber auch die Möglichkeit, Stellungnahmen abzugeben bzw. Wünsche und Ideen einzubringen – was dann einer intensiveren

Beteiligungsform entspricht. Bei Anwendung einzelner Methoden empfehlen wir einen genaueren Blick in die von uns angeführte weiterführende Literatur. Die Methoden zum „Informiert werden“ sind in den folgenden Methodenbeschreibungen nicht näher ausgeführt.

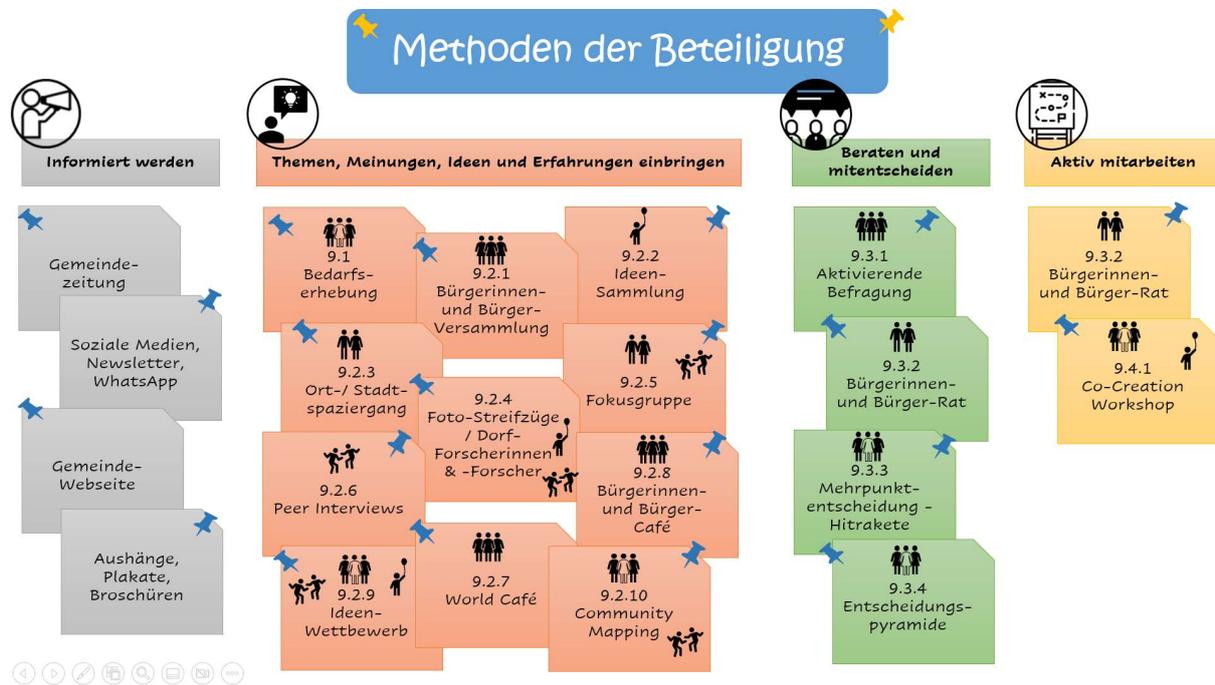


Abbildung 4: Übersicht über Methoden der Beteiligung

**Verwendete Symbole**

-  besonders geeignet für Kinder
-  besonders geeignet für Jugendliche
-  kleinere Gruppen (bis ca. 10 Personen)
-  größere Gruppen (ab ca. 30 Personen)
-  Größe anpassbar

## 9.1 Bedarfserhebung mit Beteiligung von Bürgerinnen und Bürgern

### Was ist eine Bedarfserhebung?

Eine Bedarfserhebung zielt darauf ab, einen umfassenden Überblick über gesundheitliche Bedürfnisse, Risikofaktoren und Ressourcen in der Gemeinde unter Beteiligung der Bürgerinnen und Bürger zu gewinnen, um in weiterer Folge Maßnahmen zur Förderung der Gesundheit und des Wohlbefindens zu entwickeln. Für die Feststellung der Bedürfnisse von Bürgerinnen und Bürgern eignen sich unterschiedliche Vorgehensweisen: Durchsicht und Auswertung von bereits bestehenden Daten (wie viele Personen sind von einem bestimmten Problem betroffen), schriftliche Befragungen, Interviews mit zentralen Personen (die besonders gut über einzelne Zielgruppen Bescheid wissen) und unter Beteiligung von Bürgerinnen und Bürgern.

### Wie läuft eine Bedarfserhebung ab?

Eine Bedarfserhebung dauert zirka drei bis fünf Monate und besteht aus mehreren aufeinanderfolgenden Phasen (siehe Abbildung 5).

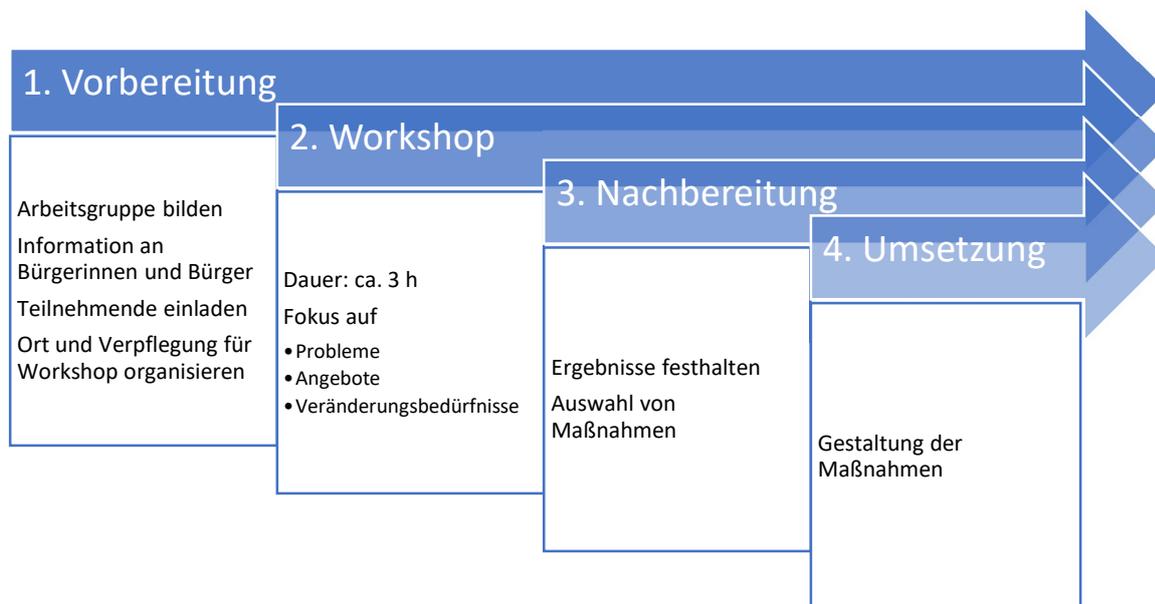


Abbildung 5: Prozess der Bedarfserhebung

**1. Vorbereitungsphase:** Soll eine genaue **Standortbestimmung** über die Lebenssituation in Gemeinden durchgeführt werden, bietet sich die Bedarfserhebung an. Wenn diese nicht von den **politischen Verantwortlichen in der Gemeinde** ausgeht, kommen Sie mit ihnen ins Gespräch und sichern Sie sich deren **Zustimmung und Unterstützung**. Fehlende Zustimmung kann sich zu einem Stolperstein bei der Umsetzung der als wichtig befundenen Veränderungswünsche entwickeln. Wichtig auch: Seien Sie sich über die finanziellen Mittel bewusst, die Ihnen für die spätere Maßnahmenplanung zur Verfügung stehen.

Bilden Sie zu Beginn eine **Arbeitsgruppe aus fünf bis sechs Personen**. Sie sollten die Bürgerinnen und Bürger aus der Gemeinde gut abbilden. Wählen Sie eine Leitung für die Arbeitsgruppe aus, die als zentrale Ansprechperson für Bürgerinnen und Bürger sowie politisch Verantwortliche fungiert. Wenn in der Gemeinde selbst wenig oder keine Erfahrung mit einem solchen Vorgehen vorliegt, zögern Sie nicht, sich Unterstützung von einer externen Fachperson zu holen, beispielsweise Ihrer

Regionalberaterin oder Ihrem Regionalberater der „Gesunden Gemeinde“ oder Absolventinnen und Absolventen des Lehrgangs „Regionale Gesundheitskoordination“. Diese Person kann bei der Moderation des Workshops oder bei Treffen der Arbeitsgruppen behilflich sein, den gesamten Prozess begleiten oder generell eine Außensicht auf das Vorhaben liefern. Ihre Regionalberaterin oder Ihr Regionalberater der „Gesunden Gemeinde“, aber auch Absolventinnen und Absolventen des Lehrgangs „Regionale Gesundheitskoordination“ können beispielsweise bei diesem Vorgehen unterstützen.

**Informieren Sie die Bürgerinnen und Bürger** der Gemeinde über die geplante Bedarfserhebung (beispielsweise in der Gemeindezeitung, über einen Postwurf, bei Veranstaltungen in der Gemeinde oder via Social Media).

Und nun zur **Planung des Workshops**:

- Suchen Sie nach einem geeigneten Raum in der Gemeinde und organisieren Sie auch Verpflegung (Getränke, Snacks).
- Zur Bedarfserhebung ist es wichtig, Teilnehmerinnen und Teilnehmer auszuwählen und einzuladen. Hierbei sind folgende Punkte zu beachten:
  - Die Teilnehmenden sollten aus unterschiedlichen Gruppen der Bevölkerung stammen und verschiedene Altersgruppen, Lebenslagen, berufliche Aufgaben und Herkunftsländer abdecken.
  - Je nach Gemeindegröße empfiehlt es sich, die Gruppengröße anzupassen: Ideal ist eine Gruppengröße von **20 bis 25 Personen**.
  - Die Teilnehmenden können schriftlich oder persönlich eingeladen werden.
  - Informieren Sie in der Einladung über die Ziele der Bedarfserhebung sowie die Aufgaben im Rahmen des Workshops. Dies gibt den Teilnehmenden die Möglichkeit, sich darauf vorzubereiten.

**2. Beim Workshop** selbst: Veranschlagen Sie in etwa **drei Stunden** für den Workshop. Dabei werden Kleingruppen gebildet, die drei Aufgabenstellungen bearbeiten:

- Erfassen von Problemen in der Gemeinde
- Erfassen von Potenzialen und Angeboten
- Erfassen der Bedürfnisse nach Veränderungen

Die erfassten Themen werden nach jedem Arbeitsschritt auch in der großen Gruppe vorgestellt. Die Arbeitsgruppe hält die Ergebnisse des Workshops in einem Bericht fest.

**3. Nachbereitungsphase:** Bürgerinnen und Bürger melden im Zuge von Bedarfserhebungen oftmals eine Vielzahl an Bedürfnissen. Da nicht alle davon aus finanziellen, politischen oder personellen Gründen sofort in Maßnahmen und Angebote gegossen werden können, ist eine Bewertung der Wichtigkeit und Dringlichkeit der genannten Bedürfnisse notwendig. Die Arbeitsgruppe übernimmt die Aufgabe, die erhobenen Bedürfnisse in eine Rangreihenfolge zu bringen. Die am wichtigsten bewerteten Bedürfnisse sollen zuerst umgesetzt werden.

Die Arbeitsgruppe informiert die Bürgerinnen und Bürger über die Ergebnisse des Workshops zur Bedarfserhebung und zur Auswahl der Maßnahmen. Nutzen Sie unterschiedliche Möglichkeiten, wie beispielsweise die Gemeindezeitung, Aushänge, Jahresversammlungen oder Feste. Wie bei den anderen Methoden der Beteiligung gilt auch hier: **Transparenz ist der Schlüssel zum Erfolg!**

**4. Umsetzung und Planung der Maßnahmen:** Um die Bedürfnisse der Zielgruppe bestmöglich zu berücksichtigen, binden Sie Angehörige der Zielgruppe in die Maßnahmenplanung ein.

## 9.2 Methoden zur Sammlung von Themen und zum Einholen von Meinungen, Ideen und Erfahrungen

Dieses Kapitel widmet sich Methoden, die sich dazu eignen, Themen strukturiert zu sammeln, die die Menschen beschäftigen, und ihre Perspektiven aus ihrer jeweiligen Lebenswelt einzuholen.

### 9.2.1 Bürgerinnen- und Bürgerversammlung

**Was?** Interessierte und Betroffene werden über ein Vorhaben (z. B. Umbau des Gemeindefaals, Neugestaltung des Spielplatzes) informiert, die Aspekte des Vorhabens werden öffentlich erörtert und diskutiert. Bürgerinnen und Bürger können Stellungnahmen abgeben und Wünsche einbringen.

**Anzahl der Beteiligten:** größere Gruppe ab 30 Personen

**Dauer:** Tages-/Abendveranstaltung (< 1 Tag), Veranstaltungsserie

**Ziel:** Bürgerinnen und Bürger über (geplantes) Vorhaben mit lokalem Bezug informieren und Meinungen dazu einholen

**Tipps:** Uhrzeit der Veranstaltung ans Zielpublikum anpassen; Kinderbetreuung anbieten, damit Personen mit Betreuungspflichten teilnehmen können; mobilitätseingeschränkten Personen erleichtert ein Shuttle-Service die Teilnahme; für Personen mit nicht deutscher Muttersprache Dolmetscherinnen oder Dolmetscher organisieren; Inputs von Expertinnen und Experten kurz halten, damit die Teilnehmenden ausreichend zu Wort kommen; vorgebrachte Meinungen und Diskussionen auch nachher öffentlich zugänglich machen, z. B. im Internet oder über Zusendung von Protokollen (für jene, die nicht anwesend waren)

**Zu beachten:** keine tatsächliche Beteiligung, Versammlung könnte von redegewandten Personen dominiert werden (mittels Kleingruppen dem entgegenwirken)

**Kosten:** eventuell für Raummiete, Verpflegung, Moderation

### 9.2.2 Ideensammlung bei einem Workshop

**Was?** Es gibt unterschiedliche Methoden, Ideen von Bürgerinnen und Bürgern im Rahmen eines Workshops zu sammeln. Neben dem Festhalten auf Kärtchen oder dem Melden in Kleingruppen mit anschließender Diskussion in Großgruppen sind der Fantasie keine Grenzen gesetzt: Sie können die Teilnehmenden auch zeichnen lassen, was sie sich wünschen (z. B. zeichnen Kinder ihren Lieblingsspielplatz). In einem zweiten Schritt ließen sich die Teilnehmenden dazu einladen, die Ideen zu bewerten. Jene mit der Höchstzahl der vergebenen Punkte werden dann zur Umsetzung ausgewählt. Dieser Vorgang kann Ihnen helfen, wenn Sie Ideen für die Gestaltung eines Gesundheitstages in der Gemeinde suchen oder Ideen zur Vernetzung von Jung und Alt generieren möchten.

**Anzahl der Beteiligten:** mindestens 15 Personen; bei großen Gruppen ist es notwendig, die Ergebnisse vorher in Kleingruppen zu sammeln

**Dauer:** ca. 1–2 Stunden

**Ziel:** eine erste Ideensammlung erstellen und, wenn gewünscht, auch eine Bewertung der Ideen vornehmen

**Tipps:** Informieren Sie die Teilnehmenden bereits bei der Einladung zur Veranstaltung über die Fragestellung, damit sich diese im Vorfeld über Lösungen Gedanken machen können.

**Zu beachten:** Finden Sie einen geeigneten Raum und Zeitpunkt für die Veranstaltung. Allfällige Einschränkungen hinsichtlich der Gestaltungsmöglichkeiten oder der Kosten sollten bereits zu Beginn auf den Tisch gebracht werden. Präsentieren Sie die Fragestellung gut sichtbar im Raum.

**Kosten:** eventuell für Moderation und Moderationsmaterialien, für Raummiete und Verpflegung

### 9.2.3 Orts- bzw. Stadtpaziergang

**Was?** Beim Stadtpaziergang können Orte bzw. Stadtteile auf interaktive Art und Weise erforscht, aus verschiedenen Blickwinkeln betrachtet und mögliche gesundheitsfördernde Einflüsse eruiert werden. Beispielsweise lässt sich nach Orten zum Wohlfühlen oder nach Plätzen suchen, die in der Nacht Angst auslösen können.

**Anzahl der Beteiligten:** ca. 10 Personen/Gruppe

**Dauer:** ca. 2 Stunden

**Ziel:** gemeinsames, interaktives Analysieren des Lebens- und Wohnraums, darauf aufbauende Änderungen in der Gemeinde

**Tipps:** vorab Begehungsrouten und Fragen festlegen (z. B. zu Themen wie Infrastruktur, Personen, Stimmungen); Ergebnisse können in unterschiedlicher Form vorliegen (Protokoll, Fotos, Video)

**Zu beachten:** Die Methode ist als Einführung gedacht, die Themen bedürfen einer Weiterführung.

**Kosten:** eventuell für Begleitung der Stadtpaziergänge, Materialien zum Festhalten (Papier, Kameras)

### 9.2.4 Fotostreifzüge/Dorfforscherinnen und Dorfforscher

**Was?** Der Streifzug durch den Ort bzw. das Grätzel ähnelt dem Stadtpaziergang, ist jedoch stärker auf die Gruppe der Kinder und Jugendlichen zugeschnitten. Er kann mit einem bestimmten Arbeitsauftrag kombiniert werden, etwa: Auf welchen Radwegen fühlen wir uns sicher und auf welchen weniger sicher? Wo sind die Orte, die uns weniger gut gefallen (z. B. bestimmte Straßenkreuzung, unheimliche Gasse)? Welche Orte bieten einen guten Rückzugsort und gefallen uns (z. B. Spielplatz, offene Wiese)? Die Kinder und Jugendlichen gehen in Kleingruppen, begleitet von einem Erwachsenen und ausgestattet mit Sofortbildkamera, weiteren Filmen, Klemmbrett, Stiften und Papier, durch den Ort/das Grätzel. Orte werden fotografiert und auf Arbeitsblättern wird notiert, was das Besondere daran ist. Nach dem Streifzug kommen die Gruppen an einem Treffpunkt zusammen. Dort steht für jede Kleingruppe eine Moderationstafel bereit, auf der sich ein Plan der Gemeinde befindet und wo nun auch die Arbeitsblätter befestigt werden können. An diesem Ort teilen die Teilnehmenden ihre Erfahrungen.

**Anzahl der Beteiligten:** ca. 3–6 Kinder pro Kleingruppe; geeignet für 6- bis 14-Jährige

**Dauer:** ca. 2,5–3 Stunden für den Streifzug und Nachbearbeitung

**Ziel:** Kennenlernen und Bewerten der Lebenswelt aus Sicht der Kinder und Jugendlichen, Einstieg in das Thema „Lebensweltanalyse“ in der Gemeinde

**Tipps:** Um sicherzustellen, dass unterschiedlichste Themen berücksichtigt werden, sollte der Auftrag in eine Geschichte verpackt werden. Zum Beispiel: Stell für eine Freundin oder einen Freund in England das Leben in deinem Dorf dar. Diese Person soll sich danach genau vorstellen können, wie das Leben in der Gemeinde abläuft!

**Zu beachten:** Die zusammenfassende Dokumentation kann sehr aufwändig sein, wenn viele Punkte gesammelt wurden. Die Methode ist als Einführung gedacht, die Themen bedürfen einer Weiterführung.

**Kosten:** eventuell für Begleitung der Rundgänge, Materialien zum Festhalten (Papier, Kameras), Raummiete und Verpflegung am Veranstaltungsort zur Ergebnisdiskussion

### 9.2.5 Fokusgruppe

**Was?** Die Fokusgruppe ist eine moderierte Gruppendiskussion. Im Mittelpunkt steht ein Diskussionsthema von allgemeinem Interesse (beispielsweise Bewegungsangebote in der Gemeinde), zu dem sich alle Mitglieder der Gruppe äußern.

**Anzahl der Beteiligten:** kleine Gruppe von 8–ca. 15 Personen

**Dauer:** ca. 30 Minuten–2 Stunden für die Fokusgruppe

**Ziel:** Diskussion starten, Vielfalt der Meinungen sowie Argumente für und gegen unterschiedliche Vorschläge einholen, Einstellungen zu einem Befragungsthema erkunden, die im Einzelinterview verborgen blieben

**Tipps:** Vor- und Nachbereitungszeit berücksichtigen! Bei der Einladung und Auswahl der Teilnehmenden ist auf Heterogenität zu achten (z. B. Geschlechter-, Herkunfts-, Altersverteilung). Eine kommunikative und geschulte Person, die die Moderation übernimmt, ist von Vorteil. Am Ende der Fokusgruppe sollte es einen Ausblick auf weitere gemeinsame Schritte geben.

**Zu beachten:** Wenn möglich, sollten zwei Moderatorinnen oder Moderatoren an der Fokusgruppe teilnehmen. Eine Person moderiert und die zweite Person erstellt das Protokoll.

**Kosten:** eventuell für Vorbereitung und Durchführung der Moderation der Fokusgruppen, Verpflegung und Raummiete

### 9.2.6 Peer Interviews

**Was?** Eine Abwandlung der Methode der „Aktivierenden Befragung“ stellen Peer-Interviews dar. Hier führen Bürgerinnen und Bürger aus der Zielgruppe die Befragungen durch. Dies kann den Zugang zu für Initiatorinnen und Initiatoren schwerer erreichbare Gruppen wie beispielsweise Jugendliche oder Migrantinnen und Migranten erleichtern.

**Anzahl der Beteiligten:** 15–30 Personen

**Dauer:** ca. 30–60 Minuten pro Teilnehmerin und Teilnehmer

**Ziel:** Einblick über Bedürfnisse und Wünsche von Personen gewinnen, zu denen die Initiatorinnen und Initiatoren schwer Zugang haben

**Tipps:** Interviewerinnen und Interviewer benötigen eine Einschulung, wie die Befragungen durchgeführt und wie die Gespräche dokumentiert werden sollen.

**Zu beachten:** Mit den Interviewerinnen und Interviewern sollen regelmäßige Treffen stattfinden, um gemeinsam über die Erfahrungen zu sprechen.

**Kosten:** eventuell für Verpflegung bei Besprechungen mit den Interviewerinnen und Interviewern

### 9.2.7 World Café

**Was?** In einer lockeren Atmosphäre – ähnlich einem Kaffeehaus – werden kreative und offene Dialoge geführt. Dies soll der Sammlung und dem Austausch von Wissen, Ideen und Standpunkten sowie der gegenseitigen Inspiration dienen, vor allem am Anfang eines Prozesses zur Entwicklung von Maßnahmen. So lassen sich beispielsweise Ideen zur Förderung der Bewegung in der „Gesunden Gemeinde“ sammeln.

**Anzahl der Beteiligten:** geeignet sowohl für mittlere Gruppen von ca. 15–30 Personen als auch für größere Gruppen ab 30 Personen

**Dauer:** 0,5–1 Tag

**Ziel:** möglichst viele Sichtweisen und Ideen zu einem bestimmten Thema erhalten, Teilnehmende in einen lebendigen Austausch bringen und Vernetzung fördern. Ein World Café bietet die Möglichkeit, intensiv in Kommunikation mit der Zielgruppe zu treten und stärkere Einbindung zu gewährleisten.

**Tipps:** Organisieren Sie einen Raum mit ausreichend Platz und genügend Tischen. Jeder Tisch steht unter einem bestimmten Thema (z. B. Welche Ressourcen für Bewegung gibt es bereits in der Gemeinde? Welche Angebote fehlen? Wie kann die Alltagsmobilität unterstützt werden?). Pro Tisch fungiert eine Person als Gastgeberin bzw. Gastgeber und beschreibt kurz das Thema. Dann hat die Gruppe ca. 20 Minuten Zeit, darüber zu diskutieren, wobei die Ergebnisse auf einem Papiertischtuch festgehalten werden, ehe die Teilnehmenden zu anderen Tischen wechseln. Die Gastgeberin bzw. der Gastgeber bleibt und informiert über den bisherigen Diskussionsstand. Rund drei Gesprächsgruppen sind ausreichend. Abschließend werden die Ergebnisse im Plenum diskutiert.

**Zu beachten:** Entscheidend für den Erfolg ist die Qualität der Fragestellungen, die daher im Vorfeld sorgfältig erarbeitet werden müssen. Zu Beginn der Veranstaltung werden in der Großgruppe Gesprächs- und Umgangsregeln vorgestellt, die für alle Anwesenden gelten:

- Nur über Punkte reden, die wichtig für die Teilnehmerinnen und Teilnehmer sind!
- Teilnehmerinnen und Teilnehmer sollten Bezug nehmen auf die Aussagen der anderen!
- Teilnehmerinnen und Teilnehmer sollten sich kurzfassen!

Eine detaillierte Umsetzungsplanung ist mit dieser Methode nicht möglich, es kann jedoch intensiver über Ideen gesprochen werden.

**Kosten:** eventuell für Moderation der Veranstaltung, Materialien zum Festhalten (Papier, mehrere Flipchart-Stifte), Raummiete und Verpflegung

### 9.2.8 Bürgerinnen- und Bürger-Café

**Was?** Das Café für Bürgerinnen und Bürger bietet die Gelegenheit, in einem entspannten Setting Informationen über geplante Änderungen zu erhalten und über Themen mitzureden, die unter den Nägeln brennen. Diese Methode entwickelte sich aus dem World Café weiter, stellt aber eine Vereinfachung dar: Nicht alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer müssen zu Gast an allen Tischen sein, und die Teilnehmerinnen und Teilnehmer können frei zu den nächsten Tischen wechseln, wodurch auch mehr Menschen miteinander ins Gespräch kommen. Das Café für Bürgerinnen und Bürger kann beispielsweise auch zum Einsatz kommen, um Rückmeldungen zur bisherigen Planung eines Gesundheitstages zu bekommen und um eventuell weitere Ideen zu generieren.

**Anzahl der Beteiligten:** für größere Gruppen geeignet, keine genaue Personenzahl angegeben

**Dauer:** ca. 2–4 Stunden

**Ziel:** Interesse von neuen Teilnehmerinnen und Teilnehmern wecken; Beteiligungsprozesse starten, Ergebnisse aus anderen Prozessen mit einer breiten Gruppe an Personen reflektieren

**Tipps:** lässt sich gut mit anderen Methoden kombinieren; eventuell zu Beginn eines Beteiligungsprozesses oder zur Besprechung von Ergebnissen aus anderen Arbeitsgruppen einsetzen, um die Rückmeldung einer breiten Bevölkerungsgruppe einzufangen. Mögliche Themen für die Tische, beispielsweise zur Planung eines Gesundheitstages: Wer könnte den Gesundheitstag finanziell unterstützen? Welche Attraktionen könnten angeboten werden, um mehr Besucherinnen und Besucher anzulocken? Wer könnte sich um die Verköstigung kümmern?

**Zu beachten:** Themen können oft nur angerissen werden. Weitere Methoden sind notwendig, die sich besser für konkrete und detaillierte Weiterbearbeitungen eignen.

**Kosten:** eventuell für Moderation der Veranstaltung, Materialien zum Festhalten (Papier, mehrere Flipchart-Stifte), Raummiete und Verpflegung

### 9.2.9 Ideenwettbewerb

**Was?** Bei einem Ideenwettbewerb lassen sich Ideen für die Lösung eines Problems oder für Veränderungswünsche sammeln, wobei die besten Ideen einen Preis gewinnen können. Der Vorteil gegenüber einer Veranstaltung zur Sammlung von Ideen liegt darin, dass mehr Zeit zum Überlegen besteht. Der in Aussicht gestellte Preis kann einen Anreiz zum Mitmachen bieten. Einen Ideenwettbewerb kann man z. B. veranstalten, um Anregungen für den Namen des Jugendzentrums, Ideen zum Sauberhalten von öffentlichen Plätzen in der Gemeinde oder zum Fitbleiben im Alter zu sammeln.

**Anzahl der Beteiligten:** nicht begrenzt. Erforderlich ist eine unabhängige Jury, die die drei besten Ideen auswählt.

**Dauer:** ca. 3 Wochen für die Einreichung der Ideen

**Ziel:** vielfältige Ideen für die Entwicklung von Aktivitäten und Maßnahmen generieren; unterschiedliche Bewohnerinnen und Bewohner von Gemeinden dazu bewegen, dass sie sich Ideen zu ihrer Gemeinde oder ihrem Lebensstil machen

**Tipps:** Um Wertschätzung gegenüber den Teilnehmenden zu zeigen, kann ein Artikel in der Gemeindezeitung erscheinen, in dem die Ideen beschrieben werden. Schlüsselpersonen können darin unterstützen, den Ideenwettbewerb bekannt zu machen.

**Zu beachten:** Einladungsschreiben zum Mitmachen ist erforderlich, z. B. über Aushang, Veröffentlichung in der Gemeindezeitung, Postwurf. Vorab gilt es zu klären: Nach welchen Kriterien werden die Ideen bewertet? Wer kümmert sich um die Umsetzung der Ideen? Was kann ein attraktiver Preis für die Mitarbeit sein? (Je nach Zielgruppe sollten unterschiedliche Preise ausgewählt werden.)

**Kosten:** für die drei ersten Preise

### 9.2.10 Community Mapping

**Was?** Community bedeutet Gemeinschaft, konkret versteht man darunter eine Gruppe von Menschen, die etwas gemeinsam haben und sich miteinander wohlfühlen. Die Methode Community Mapping dient dazu, die Merkmale, Ressourcen, Herausforderungen und Bedürfnisse einer Gemeinschaft zu erfassen und zu beschreiben. Damit können unterschiedliche Fragen beantwortet werden, z. B. Was braucht die Seniorengruppe der Gemeinde, um sich gesund und wohlfühlen zu können? Oder: Welche Orte gibt es für mich als Jugendlichen, wo ich skaten gehen kann, ohne mich und andere zu gefährden?

Die Teilnehmenden erstellen gemeinsam eine Karte und dokumentieren Plätze bzw. Punkte, die für sie relevant sind. Es kann auch beispielsweise festgehalten werden, welche Änderungen an den jeweiligen Orten erforderlich sind, um sich dort wohlfühlen zu können.

**Anzahl der Beteiligten:** Gruppengröße anpassbar

**Dauer:** ca. 1,5 Stunden

**Ziel:** die Umgebungsbedingungen analysieren und notwendige Veränderungen aufdecken

**Tipps:** Sie sollten bereits bestehende Kontakte zur betreffenden Community haben, die Methode eignet sich nicht immer für den Erstkontakt.

**Zu beachten:** Wichtig ist eine klar definierte Community, die tatsächlich gemeinschaftliche Erfahrungen zu dem zu bearbeitenden Thema aufweist. Suchen Sie sich einen Ort, an dem das Thema ungestört bearbeitet werden kann. Es braucht eine Moderation, die durch den Prozess begleitet. Ermutigen Sie die Personen zum Zeichnen und nehmen Sie ihnen die Sorge, dass die Zeichnung detailgetreu sein und ästhetischen Ansprüchen genügen muss.

**Kosten:** eventuell für Moderation der Veranstaltung, Materialien zum Festhalten (Papier, mehrere Flipchart-Stifte), Raummiete und Verpflegung

### 9.3 Methoden vorwiegend zum Beraten und Mitentscheiden bei der Maßnahmenauswahl

Diese Stufe der Beteiligung betrifft das gemeinsame Entscheiden mit der Zielgruppe, welche Themen angegangen und welche Maßnahmen erarbeitet werden. Die Einbindung der Bürgerinnen und Bürger kann auch durch Ausschüsse und Gremien erfolgen, an denen Vertreterinnen und Vertreter der Zielgruppen (z. B. Vorsitzende eines Seniorenvereins, Mitglieder des Elternvereins der örtlichen Schule) beratend teilnehmen.

#### 9.3.1 Aktivierende Befragung

**Was?** Im Rahmen einer aktivierenden Befragung werden die Sichtweise und die Einstellung der Bürgerinnen und Bürger erhoben. Gleichzeitig werden sie dazu ermutigt, für die eigenen Interessen einzutreten und an der Entwicklung von Lösungen in der Gemeinde mitzuwirken. Diese Methode kann beispielsweise im Zuge der Umgestaltung von Plätzen oder auch bei der Gründung neuer Vereine wie einer Nahversorgungsgenossenschaft eingesetzt werden.

**Anzahl der Beteiligten:** 15–30 Personen (mittlere Gruppe), ab 30 Personen (größere Gruppe)

**Dauer:** ca. 30–60 Minuten pro Teilnehmerin und Teilnehmer

**Ziel:** Einblicke in Bedürfnisse, Interessen, Wünsche und Sorgen der Bürgerinnen und Bürger bekommen und Einbindung fördern; soll als Startschuss für einen längerfristigen Prozess dienen

**Tipps:** Intensive Vor- und Nachbereitung (einige Monate) erhöht den Erfolg der Methode (Ziel klar definieren, weitere Informationsquellen festlegen, ev. Vorgespräche führen). Befragung kann spontan stattfinden (z. B. am Hauptplatz) oder längerfristig angekündigt werden. Kommunikative und geschulte Interviewerinnen und Interviewer sind von Vorteil. Der Interviewleitfaden enthält offene Fragen (z. B. Wie finden Sie die Radwege in der Gemeinde? Was gefällt Ihnen? Was stört Sie? Was würden Sie ändern wollen? Sind Sie bereit, dafür etwas zu tun? Haben Sie Interesse, zu einer Bürgerinnen- und Bürgerversammlung zu kommen?). Veröffentlichen Sie die Ergebnisse und planen Sie weitere Schritte mit allen Interessierten.

**Zu beachten:** Der Befragung sollten auf jeden Fall Taten folgen. Diese Methode bietet sich auch dafür an, Bürgerinnen und Bürger bereits nach ihrer Bereitschaft zum Engagement in der Umsetzung zu befragen

**Kosten:** eventuell für geschulte Interviewerinnen und Interviewer

#### 9.3.2 Bürgerinnen- und Bürger-Rat

**Was?** Nach dem Zufallsprinzip ausgewählte Bürgerinnen und Bürger diskutieren bestimmte Themen und Fragestellungen, zeigen Herausforderungen aus ihrer Sicht auf und erarbeiten Ideen für Lösungen zu diesen Fragestellungen. Der Rat wird inhaltlich nicht angeleitet, sondern von einer lösungsorientierten Moderation unterstützt. Sie hält die Anmerkungen der Teilnehmenden auf vier thematisch unterschiedlichen Flipcharts fest: Fragen/Herausforderungen, Lösungen/Ideen, Bedenken/Einwände, Informationen/Sichtweisen („Dynamic Facilitation“). Am Ende wird eine von allen teilnehmenden Bürgerinnen und Bürgern getragene gemeinsame Erklärung verfasst und diese in einem zeitnah stattfindenden „Bürgerinnen- und Bürgercafé“ der interessierten Öffentlichkeit sowie Ansprechpersonen aus Verwaltung, Gemeinde, Politik und relevanten Institutionen vorgestellt, diskutiert und erweitert. Im nächsten Schritt diskutieren die Initiatorinnen und Initiatoren des Rates

(z. B. Arbeitskreisleitung), fachlich zuständige Personen aus der Verwaltung und einige Vertreterinnen und Vertreter des Rats die Ergebnisse und überlegen mögliche Umsetzungen oder die Weiterarbeit in Arbeitsgruppen. Danach wird der Rat aufgelöst.

**Anzahl der Beteiligten:** 12–15 Personen

**Dauer:** 1–1,5 Tage

**Ziel:** Selbstorganisation, Eigenverantwortung und Engagement der Bürgerinnen und Bürger stärken

**Tipps:** Ganz wichtig beim Bürgerinnen- und Bürgerrat ist es, dass eine ausgebildete „Dynamic Facilitation“-Moderation den Prozess begleitet.

**Zu beachten:** Eine hohe Relevanz des gewählten Themas für die Bevölkerung ist wichtig. Bürgerinnen- und Bürgerräte sollen früh in einem Entscheidungsprozess zum Einsatz kommen, um die daraus gewonnenen Erkenntnisse einfließen zu lassen. Über diesen Prozess soll transparent berichtet werden.

**Kosten:** für Moderation des Prozesses, Materialien zum Festhalten (Papier, Kameras), eventuell für Raummiete und Verpflegung

### 9.3.3 Mehrpunktentscheidung – Hitrakete

**Was?** Liegen mehrere Ideen für eine Lösung vor, lassen sich anhand dieser Vorgehensweise die besten Vorschläge („Hits“) auswählen.

**Anzahl der Beteiligten:** 3–40 Personen

**Dauer:** 10–20 Minuten

**Ziel:** Auswahl einiger finaler Ideen aus einer Vielzahl von Ideen, um anschließend eine demokratische Entscheidung zu treffen oder eine Prioritätenliste aus unterschiedlichen Vorschlägen zu erarbeiten

**Tipps:** Die Auswahl von Ideen kann im Anschluss an eine Ideensammlung oder in einem separaten Termin erfolgen. Zur Bewertung sollte eine Frage ausgewählt werden. Möglich sind beispielsweise folgende Fragen: Welche Ideen finde ich am besten? Welche Ideen können wir am einfachsten bearbeiten? Welche Vorschläge sollen zuerst verwirklicht werden? Halten Sie die ausgewählte Frage schriftlich fest, damit die Teilnehmenden sie bei der Abstimmung vor sich haben. Überlegen Sie sich im Vorfeld, wie viele Punkte die Teilnehmenden für die Bewertung vergeben sollen. Als Hinweis: Jede teilnehmende Person kann mindestens drei Punkte vergeben. Die maximale Punktezahl ist jedoch begrenzt auf die Hälfte der Anzahl der Wahlmöglichkeiten. Wenn beispielsweise aus acht Möglichkeiten gewählt werden kann, dürfen maximal vier Punkte vergeben werden. Die Teilnehmenden können einer Idee auch mehr als einen Punkt zuerkennen.

Anschließend werden die drei am besten bewerteten Ideen von der Moderation genannt.

**Zu beachten:** Eine anonyme Abstimmung kann so nicht gewährleistet werden.

**Kosten:** eventuell für Moderation, Materialien zum Festhalten (Papier, Klebepunkte), Raummiete und Verpflegung

### 9.3.4 Entscheidungspyramide

**Was?** Soll nur aus mehreren Ideen ausgewählt werden, bietet sich die Entscheidungspyramide an. Dabei kommt die Gruppe über eine Diskussion aller Alternativen im Ausschlussverfahren zu einer Lösung. Halten Sie diese Zwischenschritte und die Lösung grafisch fest.

**Anzahl der Beteiligten:** 8–64 Personen

**Dauer:** ca. 45 Minuten

**Ziel:** eine Idee aus einer Summe an Ideen auswählen. Dabei wird der Entscheidungsprozess für alle auch visuell dargestellt.

**Tipps:** Die Auswahl von Ideen kann im Anschluss an eine Ideensammlung oder bei einem separaten Termin erfolgen. Die Teilnehmenden erhalten ein Blatt mit drei leeren Zeilen, in die sie die drei wichtigsten Vorschläge aus der Ideensammlung eintragen sollen. Dann setzen sich die Teilnehmenden in Paaren zusammen, stellen ihre Favoriten vor und wählen innerhalb einer bestimmten Frist (5 Minuten) drei gemeinsame Vorschläge aus. Die Paare finden nun in Vierergruppen zusammen und wählen nach einer bestimmten Frist wieder die drei wichtigsten Ideen aus. Diese Vorgehensweise setzt sich so lange fort, bis einander zwei Gruppen gegenüberstehen, die jeweils drei Vorschläge erarbeitet haben. In der letzten Runde sollen wieder drei Vorschläge ausgewählt werden, die sich im letzten Schritt mithilfe eines Punktebewertungssystems oder mit Handzeichen auf einen Vorschlag reduzieren lassen.

**Zu beachten:** Halten Sie die Ergebnisse der jeweiligen Runde auf einer Pinnwand oder auf einem Plakat an der Wand fest. Überlegen Sie sich eine Einteilung der Gruppen in Abhängigkeit von der Anzahl der Teilnehmenden (z. B. bei 64 Teilnehmenden: 32 x 2er-Gruppen, 16 x 4er-Gruppen, 8 x 8er-Gruppen, 4 x 16er-Gruppen, 2 x 32er-Gruppe, 1 x 64er-Gruppe; bei 50 Teilnehmenden: 25 x 2er-Gruppen, 11 x 4er-Gruppen + 1 x 6er-Gruppe, 5 x 8er-Gruppe + 1 x 10er-Gruppe, 2 x 16er-Gruppe + 1 x 18er-Gruppe, 1 x 50er Gruppe).

**Kosten:** eventuell für Moderation, Materialien zum Festhalten (Papier, Klebepunkte), Raummiete und Verpflegung

## 9.4 Methoden zur aktiven Mitarbeit bei der Maßnahmenplanung

Bürgerinnen und Bürger können auch in die Maßnahmenauswahl und -planung miteinbezogen werden. Einen guten Überblick über die Entwicklung von Gesundheitsförderungsmaßnahmen finden Sie im [„Leitfaden für die Entwicklung von regionalen Gesundheitsförderungsprojekten“](#)<sup>2</sup> von „Tut gut!“.

Für die partizipative Maßnahmenplanung eignen sich auch mehrere Methoden, mit denen Ideen eingeholt und diskutiert werden können, wie z. B. der Bürgerinnen- und Bürger-Rat. Weiters bieten sich dafür auch Workshops an.

---

<sup>2</sup> Schwanke, C., Racher, K. & Kloimüller, I. (2023). Leitfaden für die Entwicklung von regionalen Gesundheitsförderungsprojekten. St. Pölten, „Tut gut!“ Gesundheitsvorsorge GmbH; URL: [https://www.noetutgut.at/fileadmin/user\\_upload/noetutgutmedia/Downloads/Gesunde\\_Gemeinde/Tg\\_Leitfaden\\_Entwicklung\\_von\\_regionalen\\_Gesundheitsfoerderungsprojekten\\_Web.pdf](https://www.noetutgut.at/fileadmin/user_upload/noetutgutmedia/Downloads/Gesunde_Gemeinde/Tg_Leitfaden_Entwicklung_von_regionalen_Gesundheitsfoerderungsprojekten_Web.pdf)

### 9.4.1 Co-Creation Workshop

**Was?** In einem oder mehreren Workshops werden gemeinsam kreative Ideen für die Maßnahmenplanung gesammelt und besprochen. Bei „Co-“ geht es darum, dass Planung und Design eines Produkts, in diesem Fall eine Gesundheitsförderungsmaßnahme, in Zusammenarbeit mit der Zielgruppe stattfinden – es geht also um die partizipative Gestaltung.

**Anzahl der Beteiligten:** in Abhängigkeit vom Ziel, geeignet für kleinere (bis ca. 15 Personen) bis mittlere Gruppen (ca. 15–30 Personen)

**Dauer:** weniger als 1 Tag; üblicherweise mehrstündig

**Ziel:** die Bedürfnisse und Sichtweisen der Zielgruppe verstehen, um darauf aufbauend möglichst viele unterschiedliche Ideen zu sammeln. Wichtig ist es, die richtigen Personen auszuwählen, um nicht am Bedarf vorbeizuplanen. Die Ideen für die Planung der Gesundheitsförderungsmaßnahme werden dann gemeinsam dahingehend bewertet, ob sie den Bedürfnissen der Zielgruppe gerecht werden.

**Tipps:** Überlegen Sie sich gut, welche Personengruppe am besten involviert werden soll, und versuchen Sie, möglichst Personen aus unterschiedlichen Zielgruppen einzuladen. Eine gute Moderation ist wichtig für die erfolgreiche Durchführung des Workshops. Der Gesamtprozess muss gut geleitet werden, es soll einen klaren Ablauf und ein Ziel geben, die Menschen sollen sich wohl fühlen, alle zu Wort kommen und am Ende alle mit dem Ergebnis zufrieden sein.

Dokumentieren Sie Ihren Co-Creation-Prozess von Anfang an mit Fotos, Videos oder kurzen Notizen. Halten Sie dabei nicht nur Ergebnisse, sondern auch das Ambiente fest.

Organisieren Sie einen Raum mit ausreichend Platz für alle Teilnehmenden. Sie sollen genügend Bewegungsfreiheit haben, um auch in Kleingruppen zu arbeiten.

Verwenden Sie vielfältige Materialien. Damit erleichtern Sie es den Teilnehmenden, sich einzubringen, ihre Ideen und Bedürfnisse zu teilen (z. B. Post-its, Papierkärtchen, Klebepunkte zum Priorisieren etc.).

**Zu beachten:** Co-Creation Workshops müssen gut vorbereitet und geplant sein. Erstellen Sie in der Vorbereitungsphase ein Programm, eine Tagesordnung, einen Zeitplan oder Ähnliches und schicken Sie diese Information an die Teilnehmenden, damit sich alle Beteiligten vorbereiten können und zielorientiert gearbeitet wird. Um den Prozess der gemeinsamen Arbeit zu fördern, sollte das Arbeitsklima möglichst offen und frei von Zwängen sein. Vorteilhaft hierfür ist eine räumliche und soziale Situation, die sich vom herkömmlichen Arbeitsumfeld unterscheidet. Auch die Gesprächsleitung durch die Moderation kann hierzu einen wichtigen Beitrag leisten.

**Kosten:** eventuell für Moderation, Materialien (Papier, mehrere Flipchart-Stifte), Raummiete und Verpflegung

## 9.5 Ressourcen bzw. weiterführende Literatur für die beschriebenen Methoden

Methoden	Weiterführende Literatur
Bedarfserhebung mit Beteiligung von Bürgerinnen und Bürgern	<ul style="list-style-type: none"> <li>Radix – Schweizer Kompetenzzentrum für Gesundheitsförderung und Prävention. (2010). <i>Gesundheitsförderung und Prävention in der Gemeinde. Praxishilfe zur bedarfsgerechten Planung</i>. Radix – Schweizer Kompetenzzentrum für Gesundheitsförderung und Prävention. URL: <a href="https://www.radix.ch/files/RJVS0WB/20100701_bedarfserhebung_praxishilfe_geschuetzt.pdf">https://www.radix.ch/files/RJVS0WB/20100701_bedarfserhebung_praxishilfe_geschuetzt.pdf</a></li> </ul>
9.2.1 Bürgerinnen- und Bürgerversammlung	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie (2023) <i>Methoden der Partizipation – Bürger:innenversammlung</i>. Zugegriffen am 30.08.2023; URL: <a href="https://partizipation.at/methoden/buergerinnenversammlung/">https://partizipation.at/methoden/buergerinnenversammlung/</a></li> <li>Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft und Bundeskanzleramt (Hrsg.), Arbter, Kerstin (2011): <i>Praxisleitfaden zu den Standards der Öffentlichkeitsbeteiligung</i>, Version: 2011, Wien. URL: <a href="https://partizipation.at/wp-content/uploads/2021/06/standards-der-oeffentlichkeitsbeteiligung-praxisleitfaden.pdf">https://partizipation.at/wp-content/uploads/2021/06/standards-der-oeffentlichkeitsbeteiligung-praxisleitfaden.pdf</a></li> </ul>
9.2.2 Ideensammlung bei einem Workshop	<ul style="list-style-type: none"> <li>Asana (2023) <i>Brainstorming: 30 verschiedene Methoden zur Ideenfindung!</i> Zugegriffen am 30.08.2023; URL: <a href="https://asana.com/de/resources/brainstorming-techniques">https://asana.com/de/resources/brainstorming-techniques</a></li> <li>Auer, M., Bäck, M., Hofer, K., Neuhold, B., Gangl, D. &amp; Amort, F. M. (2014). <i>Gesundheitsförderung in Gemeinden, Stadtteilen und Regionen – von der Idee zur Umsetzung</i> (WISSEN, Bd. 11). Fonds Gesundes Österreich</li> </ul>
9.2.3 Orts- bzw. Stadtspaziergang	<ul style="list-style-type: none"> <li>Auer, M., Bäck, M., Hofer, K., Neuhold, B., Gangl, D. &amp; Amort, F. M. (2014). <i>Gesundheitsförderung in Gemeinden, Stadtteilen und Regionen – von der Idee zur Umsetzung</i> (WISSEN, Bd. 11). Fonds Gesundes Österreich</li> <li>queraum. kultur- und sozialforschung, bOJA &amp; Netzwerk Gesunde Städte Österreich. (2020). <i>Wir bewegen was! Methodensammlung zur Erforschung von Bewegungsräumen und Möglichkeiten Aktiver Mobilität</i>. URL: <a href="https://www.queraum.org/node/203">https://www.queraum.org/node/203</a></li> </ul>
9.2.4 Fotostreifzüge/Dorfforscherinnen und Dorfforscher	<ul style="list-style-type: none"> <li>Deutsches Kinderhilfswerk. <i>Methodendatenbank – Kinderrechte.de</i>. Zugegriffen am 28.07.2023; URL: <a href="https://www.kinderrechte.de/praxis/methodendatenbank/methodendatenbank/">https://www.kinderrechte.de/praxis/methodendatenbank/methodendatenbank/</a></li> </ul>
9.2.5 Fokusgruppe	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie (2023) <i>Methoden der Partizipation – Fokusgruppe</i>. Zugegriffen am 13.10.2023; URL: <a href="https://partizipation.at/methoden/fokusgruppe/">https://partizipation.at/methoden/fokusgruppe/</a></li> </ul>
9.2.6 Peer Interviews	<ul style="list-style-type: none"> <li>Stange, W. <i>Gesamtentwicklungen: Beteiligungsstrukturen und -modelle implementieren. Die Strategie der systemisch-partizipativen Gemeinwesenentwicklung</i>. Deutsches Kinderhilfswerk. URL: <a href="https://www.kinderrechte.de/fileadmin/Redaktion-Kinderrechte/4_Praxis/4.6_Beteiligungsbausteine/4.6.1_Grundlagen/4.6.1.3_Zielfindung_und_Konzeptionsentwicklung/Baustein_A_3_4.pdf">https://www.kinderrechte.de/fileadmin/Redaktion-Kinderrechte/4_Praxis/4.6_Beteiligungsbausteine/4.6.1_Grundlagen/4.6.1.3_Zielfindung_und_Konzeptionsentwicklung/Baustein_A_3_4.pdf</a></li> </ul>
9.2.7 World Café	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie (2023) <i>Methoden der Partizipation – Fokusgruppe</i>. Zugegriffen am 13.10.2023; URL: <a href="https://partizipation.at/methoden/fokusgruppe/">https://partizipation.at/methoden/fokusgruppe/</a></li> <li>Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft und Bundeskanzleramt (Hrsg.), Arbter, Kerstin (2011): <i>Praxisleitfaden zu den Standards der Öffentlichkeitsbeteiligung</i>, Version: 2011, Wien. URL: <a href="https://partizipation.at/wp-content/uploads/2021/06/standards-der-oeffentlichkeitsbeteiligung-praxisleitfaden.pdf">https://partizipation.at/wp-content/uploads/2021/06/standards-der-oeffentlichkeitsbeteiligung-praxisleitfaden.pdf</a></li> </ul>

Methode	Weiterführende Literatur
9.2.8 Bürgerinnen- und Bürger-Café	<ul style="list-style-type: none"> <li>Arbter, K. (2012). <i>Handbuch Bürgerbeteiligung für Land und Gemeinden</i> (Band 2). Amt der Vorarlberger Landesregierung, Büro für Zukunftsfragen. URL: <a href="http://www.vorarlberg.at/zukunft">www.vorarlberg.at/zukunft</a></li> </ul>
9.2.9 Ideenwettbewerb	<ul style="list-style-type: none"> <li>Auer, M., Bäck, M., Hofer, K., Neuhold, B., Gangl, D. &amp; Amort, F. M. (2014). <i>Gesundheitsförderung in Gemeinden, Stadtteilen und Regionen – von der Idee zur Umsetzung</i> (WISSEN, Bd. 11). Fonds Gesundes Österreich</li> <li>Deutsches Kinderhilfswerk. <i>Methodendatenbank – Kinderrechte.de</i>. Zugriffen am 28.07.2023; URL: <a href="https://www.kinderrechte.de/praxis/methodendatenbank/methodendatenbank/">https://www.kinderrechte.de/praxis/methodendatenbank/methodendatenbank/</a></li> </ul>
9.2.10 Community Mapping	<ul style="list-style-type: none"> <li>Salomon, A. (2021). Community Mapping. In <i>Trainer:innenhandbuch. Basiskurs Partizipativ Arbeiten</i>. Hochschule Berlin. URL: <a href="https://opus4.kobv.de/opus4-ash/home">https://opus4.kobv.de/opus4-ash/home</a></li> <li>von Unger, H. &amp; Gangarova, T. (2011). <i>PaKoMi Handbuch: HIV-Prävention für und mit Migrant/inn/en</i>. Deutsche Aids-Hilfe.</li> </ul>
9.3.1 Aktivierende Befragung	<ul style="list-style-type: none"> <li>Auer, M., Bäck, M., Hofer, K., Neuhold, B., Gangl, D. &amp; Amort, F. M. (2014). <i>Gesundheitsförderung in Gemeinden, Stadtteilen und Regionen – von der Idee zur Umsetzung</i> (WISSEN, Bd. 11). Fonds Gesundes Österreich</li> <li>Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie (2023) <i>Methoden der Partizipation – Aktivierende Befragung</i>. Zugriffen am 02.11.2023; URL: <a href="https://partizipation.at/methoden/aktivierende-befragung/">https://partizipation.at/methoden/aktivierende-befragung/</a></li> </ul>
9.3.2 Bürgerinnen- und Bürger-Rat	<ul style="list-style-type: none"> <li>Felder, A. (2020). <i>Bürgerrat</i>. buergerrat.net – Für alle Bürger:innen. Zugriffen am 30.08.2023; URL: <a href="https://www.buergerrat.net/">https://www.buergerrat.net/</a></li> <li>Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie (2023) <i>Methoden der Partizipation – Bürger:innenrat (Wisdom Council)</i>. Zugriffen am 30.08.2023; URL: <a href="https://partizipation.at/methoden/buergerinnenrat-wisdom-council/">https://partizipation.at/methoden/buergerinnenrat-wisdom-council/</a></li> </ul>
9.3.3 Mehrpunktentscheidung – Hitrakete	<ul style="list-style-type: none"> <li>Deutsches Kinderhilfswerk. <i>Methodendatenbank – Kinderrechte.de</i>. Zugriffen am 28.07.2023; URL: <a href="https://www.kinderrechte.de/praxis/methodendatenbank/methodendatenbank/">https://www.kinderrechte.de/praxis/methodendatenbank/methodendatenbank/</a></li> </ul>
9.3.4 Entscheidungspyramide	<ul style="list-style-type: none"> <li>Deutsches Kinderhilfswerk. <i>Methodendatenbank – Kinderrechte.de</i>. Zugriffen am 28.07.2023; URL: <a href="https://www.kinderrechte.de/praxis/methodendatenbank/methodendatenbank/">https://www.kinderrechte.de/praxis/methodendatenbank/methodendatenbank/</a></li> </ul>
9.4.1 Co-Creation Workshop	<ul style="list-style-type: none"> <li>CO-CREATE (Hrsg.) (2019) <i>Kollektive Kreativität - So erlernt man Co-Creation</i>. URL: <a href="http://www.cocreate.training/wp-content/uploads/2019/03/co-design_essentials_GER.pdf">http://www.cocreate.training/wp-content/uploads/2019/03/co-design_essentials_GER.pdf</a></li> <li>Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie (2023) <i>Methoden der Partizipation – Workshop</i>. Zugriffen am 13.10.2023; URL: <a href="https://partizipation.at/methoden/workshop/">https://partizipation.at/methoden/workshop/</a></li> </ul>

## 10 Wie ist dieser Praxisleitfaden entstanden?

Im Rahmen der Erstellung des Praxisleitfadens wurden zu verschiedenen Zeitpunkten spezifische Literaturrecherchen durchgeführt, um zielgerichtet die relevanteste Literatur zu finden. Dies diente dazu, die Interviews mit Expertinnen und Experten für die Beteiligung von Bürgerinnen und Bürgern und die Interviews mit Vertreterinnen und Vertretern aus niederösterreichischen „Gesunden Gemeinden“ vorzubereiten. Wichtige Erkenntnisse aus der wissenschaftlichen Literatur sind auch in den vorliegenden Praxisleitfaden eingeflossen. Sie finden diese als weiterführende Quellen in der Referenzliste.

Die Erarbeitung des Praxisleitfadens erfolgte in einem partizipativen Vorgehen. In gemeinsamen Workshops mit Vertreterinnen und Vertretern aus den „Gesunden Gemeinden“ sowie dem Projektteam von „Tut gut!“ wurden Schwerpunktthemen für den Praxisleitfaden vorgestellt und ihre Ausarbeitung diskutiert. Die priorisierten Themen wurden in weiterer Folge vom Team der Universität für Weiterbildung Krems auf Basis der wissenschaftlichen Literatur und wertvoller Ansichten aus Expertenkreisen sowie Einblicken aus der Praxis ausgearbeitet. Vertreterinnen und Vertreter von „Tut gut!“ und aus den „Gesunden Gemeinden“ brachten regelmäßig Feedback und Vorschläge zur Überarbeitung des Praxisleitfadens ein.

## 11 Welche Quellen haben wir herangezogen?

### Kapitel 1 Einleitung

Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung. (2018). *Leitbegriffe der Gesundheitsförderung und Prävention – Glossar zu Konzepten, Strategien und Methoden*. Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung. URL: <https://doi.org/10.17623>

Bundeszentrale für politische Bildung. (2017). *Was ist eine Kommune? Zur Bedeutung von Kommunalpolitik heute*. Bundeszentrale für politische Bildung. Zugegriffen am 09.08.2023; URL: <https://www.bpb.de/shop/zeitschriften/izpb/kommunalpolitik-333/257291/was-ist-eine-kommune-zur-bedeutung-von-kommunalpolitik-heute/>

Quilling, E., Babitsch, B., Dadaczynski, K., Kruse, S., Kuchler, M., Köckler, H., Leimann, J., Walter, U. & Plantz, C. (2020). Municipal Health Promotion as Part of Urban Health: A Policy Framework for Action. *Sustainability*, 12(16). URL: <https://doi.org/10.3390/su12166685>

### Kapitel 2 Was bedeutet Beteiligung und warum ist sie wichtig?

Alge, T., Arbter, K., Bachmann, J., Begusch-Pfefferkorn, K., Beisteiner, D., Binder-Zehetner, A., Dangschat, J., Dankl, C., Fidlshuster, L., Frey, O., Greisberger, H., Hammerl, B., Handler, M., Heckl, F., Hertzsch, W., Ingruber, D., Kroiss, F., Nicolini, M., Ornetzeder, M., Pfefferkorn, W., Plettenbacher, U., Purker, L., Rössler, A., Sciri, S., Stickler, T., Tappeiner, G. & Trattnigg, R. (2012). *Arbeitsblätter zur Partizipation*. Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft (Lebensministerium). URL: [https://www.oegut.at/downloads/pdf/p\\_publication\\_arbeitsblaetter.pdf?m=1343047523&](https://www.oegut.at/downloads/pdf/p_publication_arbeitsblaetter.pdf?m=1343047523&)

Arbter, K. (2012). *Handbuch Bürgerbeteiligung für Land und Gemeinden* (Band 2). Amt der Vorarlberger Landesregierung, Büro für Zukunftsfragen. URL: [www.vorarlberg.at/zukunft](http://www.vorarlberg.at/zukunft)

Arbter, K., Handler, M., Purker, E., Tappeiner, G. & Trattnigg, R. (2005). *Das Handbuch zur Öffentlichkeitsbeteiligung – Die Zukunft gemeinsam gestalten*. Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft (Lebensministerium). URL: [https://www.oegut.at/downloads/pdf/part\\_hb-oeff-beteiligung.pdf](https://www.oegut.at/downloads/pdf/part_hb-oeff-beteiligung.pdf)

Arnstein, S. R. (1969). A Ladder Of Citizen Participation. *Journal of the American Institute of Planners*, 35(4), 216-224. URL: <https://doi.org/10.1080/01944366908977225>

- Auer, M., Bäck, M., Hofer, K., Neuhold, B., Gangl, D. & Amort, F. M. (2014). *Gesundheitsförderung in Gemeinden, Stadtteilen und Regionen – von der Idee zur Umsetzung* (WISSEN, Bd. 11). Fonds Gesundes Österreich
- Bath, J. & Wakerman, J. (2015). Impact of community participation in primary health care: what is the evidence? *Australian Journal of Primary Health*, 21(1), 2-8. URL: <https://doi.org/10.1071/PY12164>
- Bracht, N. & Tsouros, A. (1990). Principles and strategies of effective community participation. *Health Promotion International*, 5, 10.
- Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung. (2018). *Leitbegriffe der Gesundheitsförderung und Prävention – Glossar zu Konzepten, Strategien und Methoden*. Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung. URL: <https://doi.org/10.17623>
- Ischer, P. & Saas, C. (2021). *Partizipation in der Gesundheitsförderung. Arbeitspapier 48*. URL: <https://gesundheitsfoerderung.ch/node/730>
- Loss, J., Warrelmann B. & Lindacher V. (2016). *Gesundheitsförderung: Idee, Konzepte und Vorgehensweisen Richter und Hurrelmann*. In: Richter, M. & Hurrelmann, K. (Hrsg.). *Soziologie von Gesundheit und Krankheit*. Springer.
- Quilling, E. & Köckler, H. (2018). Partizipation für eine gesundheitsfördernde Stadtentwicklung. In: *Planung für gesundheitsfördernde Städte*. Baumgart, S., Köckler, H., Ritzinger, A. & Rüdiger, A. Forschungsberichte der ARL 08. Hannover
- Rifkin, S. B. (2009). Lessons from community participation in health programmes: a review of the post Alma-Ata experience. *International Health*, 1(1), 31-36. URL: <https://doi.org/10.1016/j.inhe.2009.02.001>
- Rifkin, S. B. (2014). Examining the links between community participation and health outcomes: a review of the literature. *Health Policy Plan*, 29 Suppl 2, ii98-106. URL: <https://doi.org/10.1093/heapol/czu076>
- Spicker, I., Lang, G. & Forschungsinstitut des Roten Kreuzes. (2011). *Kommunale Gesundheitsförderung mit Fokus auf ältere Menschen* (WISSEN Bd. 4). Gesundheit Österreich GmbH / Geschäftsbereich Fonds Gesundes Österreich. URL: <https://fgoe.org/sites/fgoe.org/files/2017-10/2011-11-02.pdf>
- Straßburger, G. & Rieger J. (Hrsg.) (2019). *Partizipation kompakt – für Studium, Lehre und Praxis sozialer Berufe*. 2. Auflage, Weinheim Basel. Beltz Juventa.
- World Health Organization. (1986). *Ottawa Charter for Health Promotion*. URL: <http://www.who.int/healthpromotion/conferences/previous/ottawa/en/>
- World Health Organization. (2002). *Community participation in local health and sustainable development – approaches and techniques*. World Health Organization. Regional Office for Europe. URL: <https://www.who.int/publications/i/item/9789289010849>
- Wright, M. (2020, 26.10.2020). *Partizipation: Mitentscheidung der Bürgerinnen und Bürger*. Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA). Zugegriffen am 30.08.2023; URL: <https://doi.org/10.17623/BZGA:Q4-i084-2.0>

### Kapitel 3 Was sind Zielgruppen und warum sind sie wichtig?

- Auer, M., Bäck, M., Hofer, K., Neuhold, B., Gangl, D. & Amort, F. M. (2014). *Gesundheitsförderung in Gemeinden, Stadtteilen und Regionen – von der Idee zur Umsetzung* (WISSEN, Bd. 11). Fonds Gesundes Österreich
- Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft und Bundeskanzleramt (Hrsg.), Arbter, Kerstin (2011): *Praxisleitfaden zu den Standards der Öffentlichkeitsbeteiligung*, Version: 2011, Wien. URL: <https://partizipation.at/wp-content/uploads/2021/06/standards-der-oeffentlichkeitsbeteiligung-praxisleitfaden.pdf>
- Klein, C., Fröschl, B., Kichler, R., Pertl, D., Tanios, A. & Weigl, M. (2015). *Empfehlungen zur Chancengerechtigkeit in der Gesundheitsförderung*. Gesundheit Österreich GmbH.
- Kooperationsverbund Gesundheitliche Chancengleichheit (2021). *Kriterien für gute Praxis der sozialogenbezogenen Gesundheitsförderung*. URL: [https://www.gesundheitliche-chancengleichheit.de/fileadmin/user\\_upload/daten/Good\\_Practice/21-08-30\\_Broschuere\\_Good\\_Practice-Kriterien\\_neu\\_barrierefrei.pdf](https://www.gesundheitliche-chancengleichheit.de/fileadmin/user_upload/daten/Good_Practice/21-08-30_Broschuere_Good_Practice-Kriterien_neu_barrierefrei.pdf)
- Rootman, I., Goodstadt, M., Hyndman, B., McQueen, D. V., Potvin, L., Springett, J. & Ziglio, E. (2001). *Evaluation in health promotion: Principles and perspectives* (Band 92). World Health Organization. URL: <https://iris.who.int/bitstream/handle/10665/272659/9789289013598-eng.pdf?sequence=5>

## Kapitel 4 Was ist vor der Planung von Beteiligungsprozessen zu bedenken?

- Arbter, K., Handler, M., Purker, E., Tappeiner, G. & Trattnigg, R. (2005). *Das Handbuch zur Öffentlichkeitsbeteiligung – Die Zukunft gemeinsam gestalten*. Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft (Lebensministerium). URL: [https://www.oegut.at/downloads/pdf/part\\_hb-oeff-beteiligung.pdf](https://www.oegut.at/downloads/pdf/part_hb-oeff-beteiligung.pdf)
- Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft und Bundeskanzleramt (Hrsg.), Arbter, Kerstin (2011): *Praxisleitfaden zu den Standards der Öffentlichkeitsbeteiligung*, Version: 2011, Wien. URL: <https://partizipation.at/wp-content/uploads/2021/06/standards-der-oeffentlichkeitsbeteiligung-praxisleitfaden.pdf>
- Ischer, P. & Saas, C. (2021). *Partizipation in der Gesundheitsförderung. Arbeitspapier 48*. URL: <https://gesundheitsfoerderung.ch/node/730>

## Kapitel 5 Möglichkeiten zum Einbringen von Themen, Meinungen, Ideen und Erfahrungen aus der Bevölkerung

- Quilling, E. & Köckler, H. (2018). Partizipation für eine gesundheitsfördernde Stadtentwicklung. In: *Planung für gesundheitsfördernde Städte*. Baumgart, S., Köckler, H., Ritzinger, A. & Rüdiger, A. Forschungsberichte der ARL 08. Hannover
- Spicker, I., Lang, G. & Forschungsinstitut des Roten Kreuzes. (2011). *Kommunale Gesundheitsförderung mit Fokus auf ältere Menschen* (WISSEN, Bd. 4). Gesundheit Österreich GmbH / Geschäftsbereich Fonds Gesundes Österreich. URL: <https://fgoe.org/sites/fgoe.org/files/2017-10/2011-11-02.pdf>

## Kapitel 6 Wie gelingt die Beteiligung verschiedener Zielgruppen? Praktische Tipps

- Auer, M., Bäck, M., Hofer, K., Neuhold, B., Gangl, D. & Amort, F. M. (2014). *Gesundheitsförderung in Gemeinden, Stadtteilen und Regionen – von der Idee zur Umsetzung* (WISSEN, Bd. 11). Fonds Gesundes Österreich
- Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft und Bundeskanzleramt (Hrsg.), Arbter, Kerstin (2011): *Praxisleitfaden zu den Standards der Öffentlichkeitsbeteiligung*, Version: 2011, Wien. URL: <https://partizipation.at/wp-content/uploads/2021/06/standards-der-oeffentlichkeitsbeteiligung-praxisleitfaden.pdf>
- Kirchengast, A. & Scambor, E. (2019). *GeFöM – Bedarfe und Handlungsempfehlungen zur Gesundheitsförderung von Männern\* in der Steiermark*. Land Steiermark Abteilung Gesundheit. URL: [https://vmg-steiermark.at/sites/default/files/2021-02/gefoem\\_bericht\\_vmg.pdf](https://vmg-steiermark.at/sites/default/files/2021-02/gefoem_bericht_vmg.pdf)
- Klein, C., Fröschl, B., Kichler, R., Pertl, D., Tanios, A. & Weigl, M. (2015). *Empfehlungen zur Chancengerechtigkeit in der Gesundheitsförderung*. Gesundheit Österreich GmbH.
- Matko, A., Kertschi, N., Manninger, K., Malli, G. & Pavcak, B. (2020). *Wir machen das! Community organizing als Methode in der Gesundheitsförderung*. Ein Handbuch für die Praxis. Styria Vitalis.
- Quilling, E. & Köckler, H. (2018). Partizipation für eine gesundheitsfördernde Stadtentwicklung. In: *Planung für gesundheitsfördernde Städte*. Baumgart, S., Köckler, H., Ritzinger, A. & Rüdiger, A. Forschungsberichte der ARL 08. Hannover
- Spicker, I., Lang, G. & Forschungsinstitut des Roten Kreuzes. (2011). *Kommunale Gesundheitsförderung mit Fokus auf ältere Menschen* (WISSEN, Bd. 4). Gesundheit Österreich GmbH / Geschäftsbereich Fonds Gesundes Österreich. URL: <https://fgoe.org/sites/fgoe.org/files/2017-10/2011-11-02.pdf>

## Kapitel 7 Besonderheiten in kleinen Gemeinden

In diesem Kapitel wurde keine weitere Literatur, sondern wurden die Ergebnisse der Interviews verwendet.

## Kapitel 8 Wie kann ich Menschen für den Arbeitskreis in „Gesunden Gemeinden“ begeistern?

- Straßburger, G. & Rieger J. (Hrsg.) (2019). *Partizipation kompakt – für Studium, Lehre und Praxis sozialer Berufe*. 2. Auflage, Weinheim Basel. Beltz Juventa.

## 12 Danksagung

Wir bedanken uns bei den Teilnehmenden der Online-Interviews, die im Rahmen der Erstellung des Praxisleitfadens durchgeführt wurden. Folgende Personen (alphabetisch geordnet) stimmten zu, namentlich genannt zu werden: Birgit Haydn („Gesunde Gemeinde“ Hürm), Andrea Hebesberger („Gesunde Gemeinde“ Emmersdorf an der Donau), Michael Lederer (Büro für Freiwilliges Engagement und Beteiligung), Michaela Nikl („Gesunde Gemeinde“ Tulln), Julia Past („Gesunde Gemeinde“ Grafenbach-St. Valentin), Eike Quilling (Hochschule für Gesundheit Bochum), Daniela Rojatz (Gesundheit Österreich GmbH), Regina Thür („Gesunde Gemeinde“ Litschau), Gabriele Trautendorfer (PROGES – Wir schaffen Gesundheit), Anna Wahl (Gesundheit Österreich GmbH), Herbert Wandl („Gesunde Gemeinde“ Gerersdorf), Michael Wright (selbstständiger Psychotherapeut und Partizipationsforscher).

Vielen Dank für Ihre Unterstützung, Bereitschaft und wertvollen Einblicke!