

METHODEN & FORMATE DER BÜRGER*INNENBETEILIGUNG



Dieses Dokument bietet einen Überblick unterschiedlicher Methoden der Bürger*innenbeteiligung. Darüber hinaus wird aufgezeigt, welche Methode sich für welche der drei Projektphasen **PP** = Planungsphase, **BP** = Bauphase und **NP** = Nutzungsphase eignet und welchen Nutzen die Methode für das Projekt hat. Ein besonderer Fokus wird auf die Relevanz für vulnerable Gruppen gelegt, auch der Aufwand sowie die Möglichkeit, die Methode in online-Formaten anzuwenden wird beschrieben.

METHODEN & ANSÄTZE	Relevanz für die Beteiligungsphasen ¹			Zweck/Nutzen	Relevanz für die Einbindung vulnerabler Gruppen	Aufwand	Online-Variante möglich? (Virtuelles Potenzial)
	PP	BP	NP				
Tailoring: Unter Tailoring verstehen wir das Anpassen von Botschaften, Maßnahmen, Aktivitäten etc. an die Besonderheiten und Bedürfnisse der unterschiedlichen Zielgruppen (kulturell, finanziell, kommunikativ etc.), z.B. Verknüpfung der Aktivierung mit kulturellen Traditionen etc. Tailoring kann als eine Art übergeordnete Strategie verstanden werden, die je nach Zielgruppe und Intervention unterschiedliche Formen annehmen kann.	x	x	x	Sicherstellen, dass Zielgruppen tatsächlich erreicht werden	Essenzielle Voraussetzung, um Maßnahmen nicht an vulnerablen Gruppen „vorbeizuplanen“	Aufwändig – jedoch wäre spätere Korrektur von in der Planungsphase erfolgten Fehlern umso aufwändiger	Tailoring prinzipiell auch bei virtuellen Aktivitäten notwendig und möglich; jedoch deutlich eingeschränkte Möglichkeiten angesichts mangelnder digitaler Fähigkeiten und Ausrüstung bei diversen vulnerablen Gruppen
Aufsuchende Formen der Beteiligung/Kommunikation: Zu Orten gehen, wo sich die Zielgruppen regelmäßig aufhalten (z. B. Park, Markt, Kulturverein, Jugendzentrum, Moschee, Schule, Seniorenheime etc.) und Ansprache mit (mehrsprachigen Informationsmaterialien	x	x	x	Ansprache von „schwer erreichbaren“ vulnerablen Zielgruppen	Wichtig, um an schwer erreichbare vulnerable Gruppen heranzukommen	Zeit- und personalintensiv	Geringes virtuelles Potenzial; aufsuchende Formen der Beteiligung nur dort möglich, wo die Zielgruppen über eigene "digitale Räume" verfügen, was gerade bei vulnerablen Gruppen oft kaum der Fall ist

¹ PP = Planungsphase, BP = Bauphase, NP = Nutzungsphase

METHODEN & ANSÄTZE	Relevanz für die Beteiligungsphasen ¹			Zweck/Nutzen	Relevanz für die Einbindung vulnerabler Gruppen	Aufwand	Online-Variante möglich? (Virtuelles Potenzial)
	PP	BP	NP				
und unterstützt durch Visualisierungen bzw. grafische Darstellungen							
Zum Mitmachen persönlich einladen: Um Personen aus benachteiligten Milieus zur Teilnahme an Aktivitäten zu motivieren, ist es empfehlenswert, sich persönlich bei den Personen/ zentralen Personen der Community vorzustellen und persönlich einzuladen.	x	x	x	Erhöhung der tatsächlichen Beteiligung	Wichtig, um Angehörigen ggf. marginalisierter Gruppen zu zeigen, dass man sie wirklich dabei haben will	Aufwand kann durch „Delegieren“ an Multiplikator*innen verringert werden	Persönliche Einladungen zu virtuellen Formaten ebenso möglich wie bei Vor-Ort-Formaten
Kooperation mit lokal gut verankerten Einrichtungen: Die Kooperation mit lokalen Einrichtungen wie Gebietsbetreuung, Einrichtungen im Bereich Jugend- und Familienhilfe, Jugendzentren, Beratungs-, Gesundheits- und Bildungseinrichtungen, Kultureinrichtungen, Kirchen/Religionsgemeinschaften etc. können wirksam die Ansprache von vulnerablen Gruppen unterstützen. Dies kann auch gemeinsame Informationsveranstaltungen umfassen zur Erhöhung des Problembewusstseins in der Zielgruppe im Umgang mit Hitze in der Stadt.	x	x	x	Verbreitung von Informationen über das Projekt und über Beteiligungsmöglichkeiten; Erhöhte Akzeptanz der Beteiligungsformate allgemein; Zugang zu bestimmten Gruppen; Feedback zu anderen Methoden/Formaten	Wichtig um besseren Zugang zu manchen vulnerablen Gruppen zu bekommen	Mittel, je nach Anzahl und Ausmaß der Kooperationen. Voraussetzung ist ein gründliches Stakeholder-Mapping, um die potentiellen Kooperations-Partner*innen zu identifizieren	Je nach Format gut möglich: Informativveranstaltungen oder Workshops als Online-Variante; Kooperation kann z.B. auch eine schriftliche Beschreibung im jeweiligen Medium der Einrichtung sein; manche Ebenen (z.B. Streetwork) sind nicht in den virtuellen Raum übertragbar
Identifizieren von und Zusammenarbeit mit Multiplikator*innen und Brückenbauer*innen: Die Ansprache von Menschen mit Migrationshintergrund gelingt besonders gut über Vertrauenspersonen der jeweiligen ethnischen Communities. „Brückenbauer*innen“ sind oft Menschen,	x	x	x	Gewünschte Zielgruppen (insbesondere schwer erreichbare vulnerable Gruppen) erreichen und ihr Vertrauen gewinnen	Wichtig, um das Vertrauen von Angehörigen vulnerabler Gruppen zu gewinnen	Besonders am Anfang relativ hoher Aufwand für Aufbau guter Beziehungen mit Multiplikator*innen; deren Unterstützung spart jedoch in späteren Phasen viel	Prinzipiell auch bei virtuellen Formaten möglich (Annahme, dass diese über ausreichende digitale Skills und Ausrüstung verfügen)

METHODEN & ANSÄTZE	Relevanz für die Beteiligungsphasen ¹			Zweck/Nutzen	Relevanz für die Einbindung vulnerabler Gruppen	Aufwand	Online-Variante möglich? (Virtuelles Potenzial)
	PP	BP	NP				
	<p>die schon lange im Stadtteil leben, gut integriert sind und in ihrer Gemeinschaft angesehen sind.</p> <p>In allen Phasen denkbar ist z. B. die Durchführung von Kurzworkshops in Vereinen u. ä. mit Multiplikationspotenzial, um wesentliche Informationen zu vermitteln und Feedback einzuholen. Besonders geeignet ist die Nutzung bereits vorhandener (sozialer) Infrastruktur, z.B. durch Kooperationen mit der Gebietsbetreuung oder anderen vernetzenden Akteur*innen vor Ort.</p>						
<p>Migrant*innen-(Selbst)Organisationen einbinden:</p> <p>Organisationen wie Kulturvereine etc. in die Ansprache der Zielgruppen miteinzubeziehen kann vor allem bei Zuwanderer*innen mit schlechten Deutschkenntnissen hilfreich sein (Kontaktaufnahme und persönliche Information und Aktivierung als Kooperationspartner).</p>	x	x	x	<p>Gewünschte Zielgruppen (insbesondere schwer erreichbare vulnerable Gruppen) erreichen und ihr Vertrauen gewinnen; Siehe „Kooperation mit lokal gut verankerten Einrichtungen“</p>	<p>Wichtig, um das Vertrauen von Angehörigen vulnerabler Gruppen zu gewinnen</p>	<p>Besonders am Anfang relativ hoher Aufwand für Aufbau guter Beziehungen; dann abhängig von Art und Ausmaß der Einbindung; da ein guter Kontakt weiter gepflegt werden sollte, bleibt Aufwand langfristig</p>	<p>Prinzipiell möglich</p>
<p>Interkulturelle Teams bilden (wenn möglich):</p> <p>In Stadtteilen mit hohem Zuwanderer*innenanteil sollten auch im Projektteam Personen mit dem Herkunftshintergrund aus den zu erreichenden Gruppen mitarbeiten, auch um etwaige sprachlichen Barrieren zu überwinden.</p>	x			<p>Ansprache bestimmter Gruppen ermöglichen; Verständnis für verschiedene Lebensrealitäten im Design berücksichtigen; Breitere Akzeptanz des Verfahrens fördern</p>	<p>Essenziell für die genannten vulnerablen Gruppen</p>	<p>Gering bis hoch, je nach Rolle und Kompetenzen der betreffenden MitarbeiterInnen. Interkulturelle Teams bieten großes Potential und auch</p>	<p>Prinzipiell möglich; gegebenenfalls ist eine Online-Variante sogar einfacher (Einbindung von MitarbeiterInnen in das Team, die nicht vor Ort sind)</p>

METHODEN & ANSÄTZE	Relevanz für die Beteiligungsphasen ¹			Zweck/Nutzen	Relevanz für die Einbindung vulnerabler Gruppen	Aufwand	Online-Variante möglich? (Virtuelles Potenzial)
	PP	BP	NP				
						Herausforderungen	
Medien, Künstler*innen und Kulturschaffende miteinbeziehen: Kooperation/Aktivitäten mit Künstler*innen (möglichst vor Ort) oder Medienkooperationen können für eine erhöhte öffentliche Wahrnehmung des zu transportierenden Themas sorgen.	x	x	x	Erhöhte öffentliche Wahrnehmung des Themas und dadurch Erreichen einer größeren Anzahl von Menschen aus den Zielgruppen	Hilfreich, jedoch keine höhere Bedeutung als für nicht-vulnerable Zielgruppen	Potenziell kostenintensiv aufgrund der Gagen	Prinzipiell auch bei virtuellen Formaten möglich, jedoch deutlich eingeschränktes Spektrum an möglichen Aktivitäten, wenn Aktivitäten vor Ort nicht möglich sind
Informationsmaterialien & Aktivierung: Verteilung von Informationsblättern über das Vorhaben (Planung, Bau) und zeigen/erklären von Visualisierungen (Bau); Die Menschen vor Ort informieren mit Hilfe von Informationsmaterialien und für Fragen und Erklärungen bereitstehen	x	x	x	Information, zur besseren Vorstellung und Transparenz, Wissen schaffen, abholen; Themen: Design, Funktionalitäten, Prinzipien, möglicher Mehrwert und Nutzen; z.B. auch: vertiefende Information zu den Coolspot-Prinzipien	Informationen werden zu den Menschen gebracht, keine „Holschuld“, die für viele eine Barriere darstellt	Geringer Aufwand; Vor Ort sein ist wichtig	Prinzipiell auch virtuell möglich, aber im realen Setting sinnvoller, um tatsächlich die Menschen vor Ort zu erreichen
Information und Aktivierung mit Visualisierungen oder Modellen: Eine Visualisierung bzw. grafische Darstellung des Platzes mit dem zu errichtenden Bauwerk (z.B. ein Modell) erleichtert die Erklärung, worum es sich bei dem neuen Objekt handelt. Sie veranschaulicht, weckt Interesse und Aufmerksamkeit und ist auch bei Menschen mit nicht-deutscher Muttersprache eine geeignete niederschwellige Methode. Die grafische Darstellung wird vor Ort bei Informationsständen wie auch bei Workshops und Informationsveranstaltungen eingesetzt.	x	x	x	Bessere Vermittlung von Plänen und etwaigen räumlich relevanten Gestaltungsspielräumen	Leichtere Verständlichkeit für Menschen mit sprachlichen Schwierigkeiten	Geringer Aufwand bei einfachen Visualisierungen, höherer Aufwand bei Einsatz von 3D-Modellen oder gar „Piloten“ wie dem Airship	Grafische Darstellungen prinzipiell virtuell genauso möglich wie auf Papier vor Ort; jedoch auch hier verringerte Reichweite/andere Zielgruppen

METHODEN & ANSÄTZE	Relevanz für die Beteiligungsphasen ¹			Zweck/Nutzen	Relevanz für die Einbindung vulnerabler Gruppen	Aufwand	Online-Variante möglich? (Virtuelles Potenzial)
	PP	BP	NP				
	<p>Sprachunabhängige Arbeit mit bildlichen Darstellungen: Um die Bedürfnisse, die Wünsche und die Präferenzen der Bevölkerung vor Ort zu erfassen empfiehlt es sich, mit Bildern (Fotografien, Grafiken) der geplanten baulichen Interventionen bzw. Piktogrammen (z.B. Bewertungen via Thermometerdarstellung für subjektive Hitzeinschätzungen) zu arbeiten. Diese Art der Informationssammlung unterstützt die sprachunabhängige bzw. sprachübergreifende Kommunikation und ist attraktiver durch den Ereignischarakter als ausschließlich verbale Interaktion.</p>	x	x				
<p>(Mehrsprachiges) Informationsmaterial und Medien: Neben der bereits vorgestellten Rekrutierung über Multiplikator*innen oder Peers gibt es noch zahlreiche „klassische“ Wege der Kommunikation und Aktivierung. Dazu zählen bspw. die Ansprache von Zielgruppen über Flyer, Massenmedien, Social Media oder Informationsveranstaltungen. Falls in den Einsatzgebieten viele Menschen mit nicht-deutscher Muttersprache leben oder arbeiten, ist der Einsatz von mehrsprachigem Infomaterial empfehlenswert – z.B. mehrsprachige Briefe und Flyer – sowie Menschen im Team mit Sprachkenntnissen in den jeweiligen Sprachen.</p>	x	x	x	<p>Ermöglicht Zugang zu Menschen mit Migrationshintergrund und geringen Deutschkenntnissen</p>	<p>Siehe „Zweck/Nutzen“</p>	<p>Anfall v.a. von Übersetzungskosten</p>	<p>Mehrsprachigkeit bei digitalen Formaten prinzipiell genauso möglich wie bei Vor-Ort-Formaten; jedoch generell verringerte Reichweite von Informationsmaterialien in rein digitaler Form</p>

METHODEN & ANSÄTZE	Relevanz für die Beteiligungsphasen ¹			Zweck/Nutzen	Relevanz für die Einbindung vulnerabler Gruppen	Aufwand	Online-Variante möglich? (Virtuelles Potenzial)
	PP	BP	NP				
	Informationsveranstaltungen: Unterschiedliche Formate vor Ort je nach Zielgruppen kulturell angepasst: Informationsstände am Platz, Informationsveranstaltungen in relevanten Einrichtungen mit Zugang zu Zielgruppen; Kurzvorträge bei (potenziellen) Kooperationspartnern; Webinare. In der Nutzungsphase können z. B. auch Ortsbegehungen angeboten werden.	x	x				
Ortsbegehungen: (z.B. Coolspot-Besichtigung) als spezielle Form der Informationsveranstaltung: Dies kann mit verschiedenen Varianten der Informationsvermittlung kombiniert werden (Informationsstände, Kurzvorträge), oder auch mit Methoden zur Aktivierung (spielerische Komponente).			x	Durch Ortsbegehungen kann interessierten Passantinnen die bauliche Intervention und ihre Möglichkeiten vorgestellt bzw. präsentiert werden. Die Aneignung der Coolspots wird dadurch unterstützt.	mit Veranstaltungen direkt vor Ort können bestimmte vulnerable Gruppen leichter erreicht werden	Vorbereitung und Bewerbung/Dissemination; Input der Expert*innen vor Ort notwendig	Ortsbegehungen sollten am besten tatsächlich vor Ort stattfinden; Alternative sind informative Webinare mit vielen Bildern
Webinare: Eine Spezialform der Informationsveranstaltung (Nähere Beschreibung s.o.)	x	x	x	Informieren von Angehörigen der Zielgruppen über geplante Aktivitäten, Nutzen des Coolspots; Wissensvermittlung zum Thema Hitze in der Stadt	einerseits niedrigschwellig (ortsunabhängige Zugänglichkeit, keine Wegzeit), andererseits sind Zugang zu und	Vorbereitung und Bewerbung/Dissemination; Input von Expert*innen notwendig	Ist per se ein online Format

METHODEN & ANSÄTZE	Relevanz für die Beteiligungsphasen ¹			Zweck/Nutzen	Relevanz für die Einbindung vulnerabler Gruppen	Aufwand	Online-Variante möglich? (Virtuelles Potenzial)
	PP	BP	NP				
					Vertrautheit mit dem Internet und den dazugehörigen Tools vorausgesetzt		
Veranstaltungen vor Ort nutzen: Veranstaltungen und Events vor Ort können genutzt werden, um verschiedene Nutzer*innengruppen mit Informationen oder für bestimmte Erhebungen zu erreichen. Kooperation und Abstimmung mit anderen Einrichtungen vor Ort;	x	x	x	Information und Erhebungen zu einem bestimmten Thema	mit Veranstaltungen direkt vor Ort können bestimmte vulnerable Gruppen leichter erreicht werden	Geringer Aufwand, da bestehende Infrastruktur und Ressourcen genutzt werden;	Es können auch online Veranstaltungen genutzt werden, allerdings ist hierbei der Nutzen weitaus geringer
Digital Storytelling: Beim „Digital Storytelling“ werden drei- bis fünfminütige Videos mit Bildern, Filmsequenzen, Audioaufnahmen, Musikelementen und Texten erstellt, in denen eigene Erfahrungen der „Storyteller“ aufgezeigt werden. Ziel ist es, mithilfe der Videos andere Personen zu erreichen und zu Verhaltensänderungen zu motivieren.	x	x	x	Zugang zu Angehörigen von Zielgruppen auch abseits des Orts des Coolspots und außerhalb der Zeiten, an denen Aktivitäten vor Ort stattfinden; außerdem ähnlicher Zweck/Nutzen wie bei Informationsveranstaltungen	Potenziell Zugang zu größerer Anzahl von Angehörigen vulnerabler Gruppen, weil Zugang zu Infos räumlich und zeitlich erweitert wird	Teuer, wenn Videoproduktions-Know-how extern zugekauft werden muss	„Digital Storytelling“ per definitionem für digitales Format vorgesehen
Teilnehmende Beobachtung: Beobachtung des Nutzungsverhaltens / der Nutzungs-Arten verschiedener Nutzer*innengruppen vor Ort; In der PP Schlussfolgerung auf Bedarfe vor Ort, in der NP Schlussfolgerung auf Annahme und Nutzungsintensität des Coolspots; In der PP Erstellung von Nutzungsplänen (Zonierungsplan) möglich; Darstellung von (potenziellen) Nutzungskonflikten möglich	x		x	Erkenntnisgewinn über das tatsächliche Verhalten von Angehörigen der Zielgruppen; Feststellen von Bedarfen und Nutzungsintensität bzw. Aneignung/Akzeptanz eines Ortes	Erkenntnisgewinn über Angehörige der Zielgruppen auch, wenn diese nicht an partizipativen Formaten teilnehmen	Längere Anwesenheiten vor Ort notwendig; dafür geringer Vorbereitungs-aufwand	Keine Übertragbarkeit in den virtuellen Raum gegeben
Aktivierende Befragung (Gespräche):	x	x	x	Gewinnung qualitativer,	Aufbau von Vertrauen	Zeit- und	Kaum oder nur stark

METHODEN & ANSÄTZE	Relevanz für die Beteiligungsphasen ¹			Zweck/Nutzen	Relevanz für die Einbindung vulnerabler Gruppen	Aufwand	Online-Variante möglich? (Virtuelles Potenzial)
	PP	BP	NP				
	<p>Eine aktivierende Befragung ermöglicht, in einem abgegrenzten Gebiet die Sichtweisen und Bedürfnisse der dort lebenden oder sich aufhaltenden Personen zu ergründen und zugleich persönliche Beziehungen und Vertrauen aufzubauen. Die offenen Fragestellungen einer Aktivierenden Befragung regen die Befragten – als lokale Expert*innen des Alltags – an, sich über den sie umgebenden Raum, ihre persönliche Situation hinsichtlich etwa Belastungen durch die Hitze, Strategien des Umgangs damit sowie Bedürfnisse und Probleme etc. Gedanken zu machen und über Verbesserungsmöglichkeiten nachzudenken.</p>						
<p>Fragebögen: Kurzfragebögen, im besten Fall einseitig (oder höchstens doppelseitig), ergänzend zu den Befragungen oder stattdessen, um anonym die Bedürfnisse, Ideen und Meinungen der Bevölkerung zu kühlenden Orten in der Stadt oder auch das persönliche Empfinden der sommerlichen Hitze von verschiedenen Personen zu erfassen; Kann auch verwendet werden, um direkt Rückmeldungen und Meinungen zum Coolspot, zu weiteren</p>	x	x	x	<p>Gewinnung quantitativer (und damit leichter vergleichbarer und ggf. statistisch repräsentativer) Daten über Sichtweisen, Bedürfnisse & Verhalten von Angehörigen der Zielgruppen; erreicht potenziell andere Zielgruppen als die Befragung, v.a. introvertiertere Menschen, die lieber in Ruhe und</p>	<p>Gewinnung quantitativer Daten über Angehörige vulnerabler Zielgruppen (vgl. „Zweck/Nutzen“)</p>	<p>(Semi-)quantitative Befragungen sind einfacher auszuwerten als qualitative Interviews</p>	<p>Stark eingeschränkt; Reichweite basiert stark auf Möglichkeit, vor Ort Fragen vor Ort zu stellen bzw. Fragebögen zu verteilen; „Response Rate“ bei digitalen Fragebögen viel geringer</p>

METHODEN & ANSÄTZE	Relevanz für die Beteiligungsphasen ¹			Zweck/Nutzen	Relevanz für die Einbindung vulnerabler Gruppen	Aufwand	Online-Variante möglich? (Virtuelles Potenzial)
	PP	BP	NP				
	Kühloasen in Wien und anderen Städten sowie eine Einschätzung zur Nutzung des Coolspots durch Besucher*innen zu erheben; Kann direkt vor Ort verteilt, angebracht oder auch in umgebenden kooperierenden Einrichtungen ausgeteilt werden; Kombination von geschlossenen und offenen Fragen (z.B. für Verbesserungsideen) möglich						
Stakeholder Gespräche/Interviews: Gezielte Interviews mit Stakeholdern, Multiplikator*innen und diversen Akteur*innen vor Ort.	x	x	x	Diese Interviews können Aufschluss geben über verschiedene Wünsche und Ideen, Zielgruppen, umgebende Faktoren vor Ort	Multiplikator*innen können in Repräsentanz für eine bestimmte vulnerable Zielgruppe sprechen, wenn diese nicht gut erreichbar ist	Zeitaufwand des Interviews, Vorbereitung von gezielten Fragen, Transkription und Auswertung ist ein hoher Aufwand	Interviews können auch über Online-Meeting-Plattformen stattfinden
Gespräche mit Vertreter*innen der Bezirksvorstehung/-vertretung: Um die Information direkt an die politischen Entscheider*innen im Bezirk heranzutragen und um ihre Unterstützung zu werben, sind persönliche Gespräche mit der Bezirksvorstehung und ausgewählten Vertreter*innen der Bezirksvertretung sinnvoll.	x	x	x	Schaffung eines „wohlgesonnenen“ politischen Klimas; Verhindern, dass Projekt zum Gegenstand von Parteipolitik wird; Erreichen von Zielgruppen durch Unterstützung der Politik bei Bewerbung partizipativer Aktivitäten	Identifikation und Ansprache von Angehörigen vulnerabler Zielgruppen durch Vermittlung durch Politik	Besonders am Anfang relativ hoher Aufwand, um die Unterstützung von Politik und Verwaltung zu gewinnen; mangelnde Unterstützung würde jedoch in späteren Phasen zu Problemen und damit viel höherem Aufwand führen	Ohne Probleme auch bei virtuellen Formaten möglich dank ausreichenden digitalen Skills und Ausrüstung
Workshop mit relevanten Akteur*innen aus Politik und Planung: Zur Erhöhung des guten Zusammenwirkens aller relevanten Akteur*innen und zur	x			Sicherstellung des Informationsflusses in alle Richtungen;	Kann ein essenzieller Baustein sein, um die Interessen und Bedürfnisse von	Mittel	Online-Variante ist möglich; Berücksichtigt werden sollte, dass dabei informelle Zeit und Austausch oft fehlen. Je nach

METHODEN & ANSÄTZE	Relevanz für die Beteiligungsphasen ¹			Zweck/Nutzen	Relevanz für die Einbindung vulnerabler Gruppen	Aufwand	Online-Variante möglich? (Virtuelles Potenzial)
	PP	BP	NP				
	Sicherstellung des Informationsflusses ist ein Workshop der zentralen für die Planung zuständigen Akteur*innen sinnvoll						
Workshops zur interaktiven Wissensvermittlung (projektspezifisch): Mit Angehörigen vulnerabler Gruppen werden Workshops zur Vertiefung des Wissens, wie man individuell den Umgang mit Hitze in der Stadt verbessern kann, durchgeführt: Welche Strategien sind sinnvoll, welche individuellen Strategien haben sich bewährt, was kann der Coolspot leisten, wie kann er weiterentwickelt werden etc.			x	Besseres Verständnis der Situation der Zielgruppen, auch für andere Coolspots; Erhöhung der Akzeptanz und Nutzung des Coolspots durch die betreffende Gruppe(n); Sammeln von Verbesserungs- und Adaptionsvorschläge für den bestehenden Coolspot	Hoch, wenn der Workshop für die betreffende Gruppe(n) zugeschnitten ist. Ebenfalls relevant für zukünftige Projekte bzw. weitere Coolspots	Hoch; insbesondere wenn die Workshops auf die spezielle Situation der Gruppen zugeschnitten werden (Sprache, Verfügbarkeit, Diversität innerhalb der Gruppe)	Prinzipiell möglich, jedoch mit erheblichen Herausforderungen verbunden. Besonders ältere Menschen, Wohnungslose, werden mit einem Online-Format nicht erreicht werden können – andere Communities, für die es primär die Sprachbarriere zu überwinden gilt, eher. Für die Beteiligung an einem Online-Workshop müssten aber starke Anreize gesetzt werden.
Workshops/Gesprächsrunden allgemein: Entsprechend dem Ziel und der Zielgruppe(n) der Workshops oder Gesprächsrunden, werden Inhalte, Formate und Methoden aufbereitet, die in einem vorab definierten Ablaufplan zu den gewünschten Erkenntnissen führen	x	x	x	Vermittlung von Informationen und Wissen (vgl. „Informationsveranstaltung“); Erkenntnisse über Bedürfnisse, Sichtweisen und Verhalten von Angehörigen der Zielgruppen; Vernetzung von Menschen/Akteuren vor Ort und Stärkung des sozialen Gefüges; Generierung von Ideen und Engagement für die Weiterentwicklung des	Spezifisches Workshop-Design und gezielte Ansprache notwendig, damit Angehörige vulnerabler Gruppen an Workshops teilnehmen und sich aktiv einbringen	Aufwändiger als Informationsveranstaltungen, weil Inputs der Teilnehmer*innen dokumentiert werden müssen; relativ viel Aufwand für Mobilisierung von Teilnehmer*innen	Vergleichbar mit virtuellem Potenzial von Informationsveranstaltungen

METHODEN & ANSÄTZE	Relevanz für die Beteiligungsphasen ¹			Zweck/Nutzen	Relevanz für die Einbindung vulnerabler Gruppen	Aufwand	Online-Variante möglich? (Virtuelles Potenzial)
	PP	BP	NP				
				Coolspots; Bearbeitung von Widerständen gegen die Errichtung des Modells			
Kooperationen mit umliegenden Schulen oder Kindergärten (Kindergruppen) (projektspezifisch): Die Coolspots als Ort der Begegnung, Nutzung und kollektiven Erfrischung bieten die Gelegenheit, auch umliegende Schulen und Kinderbetreuungseinrichtungen einzubinden, über das Konzept zu informieren und die dazugehörigen Themen (Hitze in der Stadt; Klimawandel; Umgang mit Wasser, ...) zu bearbeiten. So könnten beispielsweise Temperaturmessungen durchgeführt werden (passend zu Unterrichtsschwerpunkten), oder mit Handyvideos gearbeitet werden.			x	Information, Aktivierung, Bewusstseinsbildung, Monitoring/Evaluierung	Kinder und Jugendliche zählen als vulnerable Personengruppe in Bezug auf Hitze in der Stadt; daher hohe Relevanz	Hoch; Art der Kooperation muss gut mit entsprechenden Methoden vorbereitet sein;	Je nach Art der Kooperation möglich: bei reiner Information ist es kein Problem, bei interaktiven Formaten wird das reale Setting und die Begehung vor Ort empfohlen;
Gesprächsrunden zur Bearbeitung von Widerständen gegen die Errichtung: Im Falle von auftretenden Widerständen werden Gespräche zur Bearbeitung von Spannungen, Widerständen und sich anbahnenden Konflikten durchgeführt. Diese dienen der verstärkten Information einerseits wie auch der Bearbeitung der Spannungen und der gemeinsamen Lösungssuche.		x	x	Bei auftretenden Widerständen oder bereits zur Prävention dieser; verstärkte Kommunikation, Lösungssuche	Besonders für vulnerable Personengruppen ist es wichtig, diese Art von Formaten zu schaffen	Aufbereitung von Informationen, Bereitstellen eines „Raumes“; vorbereitet sein auf Widerstand und Kritik	Dieses Format ist auch online möglich, allerdings ist es empfehlenswert es im realen Setting abzuhalten
Demonstration der Kühl-Wirkung durch Temperaturmessung vor Ort (projektspezifisch): Mit händischen Messgeräten zu Temperatur, Luftfeuchtigkeit, Oberflächentemperatur bzw.			x	Veranschaulichung des Nutzens des Coolspots gegenüber Angehörigen der Zielgruppen	Siehe „Zweck/Nutzen“; mit Veranstaltungen direkt vor Ort können bestimmte vulnerable Gruppen leichter	Geringer Aufwand	Virtuell als Livestream übertragbar; Messung muss jedoch "per definitionem" vor Ort stattfinden

METHODEN & ANSÄTZE	Relevanz für die Beteiligungsphasen ¹			Zweck/Nutzen	Relevanz für die Einbindung vulnerabler Gruppen	Aufwand	Online-Variante möglich? (Virtuelles Potenzial)
	PP	BP	NP				
	auch einer Wärmebildkamera etc. können gemeinsam mit Nutzer*innen vor Ort verschiedene Werte gemessen, dokumentiert und verglichen. Ein Vergleich innerhalb und außerhalb des Coolspots bietet sich an.						
Temperatur-Barometer (projektspezifisch): Menschen vor Ort werden zu ihrer „gefühlten Temperatur“ an einem bestimmten Standort (z.B. innerhalb und außerhalb vom Coolspot) befragt: Variante 1) Es wird ein Bild von einem Thermometer ohne Skala gezeigt und die Teilnehmenden können die gefühlte/geschätzte Temperatur eintragen und am Thermometer verorten. Variante 2) Die gefühlte Temperatur wird von den Befragten in einem Tabellenblatt eingetragen und sie bewerten von 1 bis 5 wie wohl sie sich mit der gefühlten Temperatur fühlen. Die reale Temperatur wird mit einem händischen Messgerät gemessen, dann erfolgt der Abgleich mit der realen Temperatur;	x		x	Subjektives Temperatur-Empfinden erfassen: In der Planungsphase können allgemeine Daten zum Temperaturempfinden der Menschen an einem bestimmten Ort (z.B. angedachter Ort für den Coolspot) für einen vorher-nachher Vergleich bzw. für die Eignung des Platzes und die Notwendigkeit der Kühlung gesammelt werden; In der Nutzungsphase kann auf diese Weise die gefühlte Temperaturdifferenz zwischen dem Coolspot und der Umgebung gemessen werden	Hoch; v.a. vulnerable Personengruppen leiden unter der Hitze und es ist besonders wichtig, dass für diese Menschen ein Kühlungsfaktor entsteht;	Geringer Aufwand; Der Aufwand besteht hauptsächlich darin vor Ort zu sein und mit den Menschen zu sprechen	Nicht virtuell möglich
Zeichen-Station (z.B. als „Kinderstation“): Möglichkeit die eigenen Wünsche und Ideen aufzuzeichnen; Kann auch in Nutzungsphase eingesetzt werden, um (Kinder) zeichnerisch darstellen zu lassen, was ihnen gefällt und was nicht (Feedback)	x		x	Erfassen von Bedürfnissen/Wünschen/Ansprüchen, aber auch Rückmeldungen	Gute Methode, um Kinder einzubinden bzw. sehr niederschwellig	Geringer Aufwand	Nicht virtuell möglich
Offene Ideensammlung: Freies Sammeln von Ideen durch Anbringen	x			Ideen und Gedanken der Bürger*innen zu gewünschten	Die offene Fragestellung bezieht alle Gruppen mit	Geringer Aufwand	Auch online über eine Plattform möglich

METHODEN & ANSÄTZE	Relevanz für die Beteiligungsphasen ¹			Zweck/Nutzen	Relevanz für die Einbindung vulnerabler Gruppen	Aufwand	Online-Variante möglich? (Virtuelles Potenzial)
	PP	BP	NP				
	einer Tafel, eines Plakats etc. mit der Einladung an die Bevölkerung Ideen aufzuschreiben oder aufzuzeichnen (z.B. zu Möglichkeiten die Stadt zu kühlen, zu Wünschen und Ideen für die Gestaltung eines bestimmten Ortes oder zur Gestaltung des Coolspots). Kann permanent über einen bestimmten Zeitraum an dem Ort oder in der Nähe angebracht werden oder punktuell bei Veranstaltungen/Workshops/Erhebungen.						
Methoden zum Erfassen von Meinungen: a) offene Sammlung von Meinungen: Freies Sammeln von Meinungen und Rückmeldungen durch Anbringen einer Tafel, eines Plakats etc. mit der Einladung an die Bevölkerung Meinungen frei aufzuschreiben oder aufzuzeichnen (z.B. Was gefällt besonders gut? Was könnte noch verbessert werden?). Kann permanent über einen bestimmten Zeitraum an dem Ort oder in der Nähe angebracht werden oder punktuell bei Veranstaltungen/Workshops/Erhebungen.		x	x	Rückmeldungen und Meinungen der Bevölkerung zu einem bestimmten Thema erfassen (z.B. zum Design des Coolspots oder zum umgesetzten Coolspot); Stimmungsbild	Die offene Fragestellung bezieht alle Gruppen mit ein, ermöglicht anonyme und eigenständige, individuelle Meinungs-Abgabe und kann vielfältige Gruppen erreichen; auch für die Arbeit mit Kindern und Jugendlichen sowie älteren Menschen geeignet	Geringer Aufwand	Auch online über eine Plattform möglich
Methoden zum Erfassen von Meinungen: b) 1, 2 oder 3: Es werden Fragen zu einem bestimmten Thema in eine Runde gestellt (z.B. Rückmeldungen/Meinungen zum Coolspot), die mit Ja/weiß ich nicht/Nein zu beantworten sind. Die Teilnehmenden stellen		x	x	Meinungen und Rückmeldungen zu einem bestimmten Thema erheben	Passend, um Kinder und Jugendliche oder andere vulnerable Gruppen spielerisch in einen Feedback-Prozess einzubinden oder verschiedene	Geringer Aufwand	Die online Alternative wäre eine Umfrage/ein Fragebogen

METHODEN & ANSÄTZE	Relevanz für die Beteiligungsphasen ¹			Zweck/Nutzen	Relevanz für die Einbindung vulnerabler Gruppen	Aufwand	Online-Variante möglich? (Virtuelles Potenzial)
	PP	BP	NP				
	sich je nach Antwort zu einem vorab festgelegten Standort. Es wird gezählt und dokumentiert wie viele Personen jeweils bei welcher Antwort stehen. Diese Methode ist mit einer größeren Gruppe durchzuführen, z.B. mit Kindern und Jugendlichen						
Methoden zum Erfassen von Meinungen: c) Punktebewertung: Bei dieser Methode werden auf einem Plakat Fragen gestellt. Unter jeder Frage befindet sich ein Balken mit einer Skala mit den entsprechenden Antwortmöglichkeiten. Durch das Kleben von Punkten auf die passende Stelle gemäß der jeweiligen Antwort kann die entsprechende Frage beantwortet werden. Jeder Teilnehmende erhält nur einen Punkt. Kann permanent über einen bestimmten Zeitraum an dem Ort oder in der Nähe angebracht werden oder punktuell bei Veranstaltungen/Workshops/Erhebungen.		x	x	Meinungen und Rückmeldungen zu einem bestimmten Thema erheben; Stimmungsbild	Niederschwellig, ermöglicht anonyme und eigenständige, individuelle Meinungsabgabe und kann vielfältige Gruppen erreichen; auch für die Arbeit mit Kindern und Jugendlichen sowie älteren Menschen geeignet	Geringer Aufwand	Auch online über eine Plattform oder Fragebögen/Umfragen möglich
Bilderbewertung: Strategien gegen die Hitze: Auf Flipcharts/Pinnwänden werden Plakate mit Bildern in A4 Format angebracht, welche jeweils verschiedene Möglichkeiten zur Kühlung einer Stadt, einer Wohnung oder des eigenen Körpers zeigen. Die Teilnehmenden können mittels bunten Klebepunkten jeweils ihre Favoriten markieren.	x		x	Erfassen der favorisierten Strategien und Möglichkeiten, um sich vor Hitze zu schützen; Bewusstseinsbildung	Passend für die spielerische und niederschwellige Einbindung von allen Personengruppen; auch für die Arbeit mit Kindern und Jugendlichen sowie älteren Menschen geeignet	Geringer Aufwand	Auch online über eine Plattform möglich

METHODEN & ANSÄTZE	Relevanz für die Beteiligungsphasen ¹			Zweck/Nutzen	Relevanz für die Einbindung vulnerabler Gruppen	Aufwand	Online-Variante möglich? (Virtuelles Potenzial)
	PP	BP	NP				
	Brainstorming: Gemeinsames Brainstormen mit einer Gruppe zu verschiedenen Fragen/Themen, z.B. zum Thema Hitze & Ich, Hitze & Stadt zu den Fragen: Wie fühlt ihr euch an heißen Tagen? Was macht ihr im Sommer am liebsten, wenn es heiß ist? Welche Möglichkeiten und Strategien kennt ihr, um euch selbst zu kühlen/euch vor der Hitze zu schützen? Was kann man gegen die Hitze in der Stadt tun? Was kühlt die Stadt? Geeignet für Workshops;	x					
Verortungen: Heiße und kühle Orte in der Stadt: Meinungen / Ideen / Einschätzungen zu Wohlfühlorten, Hitzeorten, kühlen Orten und Wunsch-Orten für mehr Grün in der Stadt werden auf Kärtchen geschrieben und/oder auf einem Stadtplan verortet und gemeinsam diskutiert. Geeignet für Workshops	x		x	Erfassen von Meinungen / Ideen / Einschätzungen zu Wohlfühlorten, Hitzeorten, kühlen Orten und Wunsch-Orten für mehr Grün in der Stadt; Schlussfolgerungen auf einerseits Orte, die Potenzial oder Bedarf für Veränderung / Kühlung haben und andererseits Orte, wo etwas gut funktioniert, zum Wohlfühlen beiträgt, kühlt	Hilfreich, jedoch keine höhere Bedeutung als für nicht-vulnerable Zielgruppen; spielerische und niederschwellige Methode	Mittlerer Aufwand (erstellen von Kärtchen und/oder eines Stadtplans, Zeitaufwand)	Auch online über eine Plattform oder Fragebögen/Umfragen möglich

Erstellt von **B-NK GmbH** Büro für nachhaltige Kompetenz

- Dipl.-Ing.ⁱⁿ Dr.in Bente Knoll: bente.knoll@b-nk.at, +43 676 6461015
- Dipl.-Ing.ⁱⁿ Agnes Renkin: renkin@b-nk.at, +43 699 11104111