

## 5. Alle im Boot? Bürgerbeteiligung vor Ort | Dr. Serge Embacher

Ausgangspunkt im Workshop „Alle im Boot?“ war die gemeinsame Frage vieler Projektgruppen, Initiativen und Einrichtungen in Bremerhaven, wie neue Zielgruppen angesprochen und zur Teilnahme motiviert werden können. Der Referent Dr. Serge Embacher griff dabei auf die Erfahrungen und Kompetenzen der Teilnehmenden am Workshop zurück und lud zum Austausch erfolgreicher Handlungsansätze ein. Er schlug vor, die eigenen Ideen zur Zielgruppengewinnung strategisch anhand der folgenden Leitfragen zu reflektieren:

- *Welches Publikum möchte ich erreichen?*
- *Welche Wirkung möchte ich erzielen?*
- *Welche Kommunikation ist dafür nötig?*

Die Teilnehmenden an dem Workshop stellten ausgewählte Beispiele aus ihrer Arbeit vor und überlegten, ob sie sich die oben genannten Fragen bisher systematisch gestellt hatten und welche Empfehlungen sich aus der Betrachtungsweise ableiten lassen.

Das Spektrum der zu erreichenden Zielgruppen reichte von wissenschaftlichen Mitarbeiter/innen in prekären Beschäftigungsverhältnissen an Universitäten über Nichtwähler oder Wähler rechtspopulistischer oder rechtsextremer Parteien bis hin zu Bildungsbenachteiligten.

Bei der Wirkungsanalyse wurde die Notwendigkeit deutlich, den Blick nicht nur auf die gewünschte Zielgruppe, sondern auch auf sich selbst als den Einladenden zu richten. Zur Erzielung einer angestrebten Wirkung z.B. demokratischer Bewusstseinsbildung bedarf es unter Umständen der Ansprache von Personen, mit denen direkter Kontakt bereits die



persönlichen Grenzen des Einladenden überschreitet. Es bedarf der persönlichen Klärung des Einladenden, auf welchen Diskussionsprozess er sich einzulassen bereit ist. Ist der Einladende beispielsweise tatsächlich bereit, sich auf eine Diskussionsveranstaltung mit Funktionären



rechtspopulistischer oder rechtsextremer Parteien einzulassen, um eine bestimmte Wirkung zu erzielen oder kann die gleiche Wirkung auch auf einem anderen Wege oder im Gespräch mit einer anderen Zielgruppe erzielt werden? Die zu wählende Ansprache und Kommunikationsstrategie wird jeweils unterschiedlich sein, je nachdem wie die Antwort zur vorigen Frage ausfällt.

Diskutiert wurde auch die Bedeutung von Sprache. Sind Zielgruppe und angestrebte Wirkung klar definiert, kann Sprache strategisch eingesetzt werden z.B. Verwendung ‚ökonomisierter Sprache‘ durch gewerkschaftsnahe Einrichtungen bei der Ansprache prekär beschäftigter Wissenschaftler, die sich selbst möglicherweise nicht als Zielgruppe der Einrichtung begreifen.

Es wurde deutlich, dass eine erfolgreiche Ansprache und Gewinnung von neuen Teilnehmenden nicht ohne Selbstreflexion und das Hinterfragen der eigenen Zielsetzungen gelingen kann. Die Erfahrung der Teilnehmenden zeigte, dass die genaue Definition der angestrebten Wirkung und das Sichtbarmachen der erwarteten Wirkung zur Motivation und Bindung neuer Teilnehmender beitragen. Dabei kann es ratsam sein, die Wirkungsanalyse regelmäßig zu wiederholen und die Strategie jeweils entsprechend anzupassen. Auf diese Weise kann möglicherweise im 2. oder 3. Anlauf ein Erfolg bei der Teilnehmendenansprache und -Gewinnung erzielt werden.

*Ergebnisse der Gruppenarbeit wurden zum Abschluss in moderierten Gesprächen dem Plenum präsentiert*

