

Leistungsbeschreibung

Projekt:	BürgerInnen als Freunde? Potenziale von Sozialen Medien in der öffentlichen Verwaltung
vhw-Forschungsfelder:	Digitalisierung, Medien- und Governanceforschung
vhw-Projektleitung:	Dr. Anna Becker
Ausschreibungsdatum:	20.02.2019
Einreichungsfrist:	28.03.2019

1. Kontext

Das Verhältnis von BürgerInnen zum Staat hat sich in den vergangenen Jahrzehnten entscheidend verändert. Besonders im Bereich der Stadtentwicklung ist zu beobachten, dass sich BürgerInnen nicht mehr nur als AdressatInnen von Informationen und Entscheidungen verstehen, sondern Beteiligung und Mitgestaltung aktiv einfordern oder selbst organisieren und einbringen möchten. Damit einhergehend hat sich auch das Selbstverständnis des Staates gewandelt, so dass die Entwicklung vom Interventionsstaat (Top-Down-Steuerung) zum Mediations- und Partizipationsstaat (Bottom-Up-Steuerung) zu beobachten ist (vgl. Herzberg 2012: 44; Schuppert 2015: 134). Politisches Handeln wird damit zunehmend zu einem Kommunikationsprozess, in dem politische Entscheidungen nicht nur partizipativ erzeugt, sondern auch kommunikativ vermittelt werden. Nach Schuppert (2015: 133) sind staatliche Akteure demnach als Kommunikationsakteure zu begreifen, deren Rolle weit über das Senden und Empfangen hinausgeht und als TeilnehmerInnen kommunikativer Figurationen und Netzwerke sowie als NetzwerknüpferInnen selbst aktiv sein sollten. Zeitgenössische Steuerung und Regierungshandeln ist daher als „*governance by and as communication*“ (ebd.: 132) zu verstehen.

Um die Anforderungen an externe Kommunikation, Kooperation und Vernetzung mit BürgerInnen sowie weiteren AkteurInnen umzusetzen, können Soziale Medien für Politik und Verwaltung ein zentrales Instrument darstellen (vgl. Cassini et al. 2016: 3). Auch werden dem aktiven Einsatz Sozialer Medien weitere Potenziale und Wirkungen zugeschrieben: Durch Dialog und schnelle Interaktion können Transparenz und Akzeptanz hergestellt, Sachverhalte besser vermittelt und Gründe für städtischen Handeln nachvollziehbarer werden. Über einen konstanten kommunikativen Austausch und das Gefühl der Ansprechbarkeit durch niedrigschwellige Interaktion kann Vertrauen und Glaubwürdigkeit aufgebaut und einer Entfremdung von BürgerInnen und Verwaltung

entgegengewirkt werden. Auch die kommunalen Spitzenverbände sehen in der direkten und dialogorientierten Kommunikation über Soziale Medien das Potenzial, mehr BürgerInnennähe herzustellen (vgl. DStGB 2012: 1), „*die Identifikation der Menschen mit ihrer Stadt [zu] stärken, städtisches Handeln [zu] vermitteln, den gesellschaftlichen Zusammenhalt [zu] fördern und damit einer Erosion der Stadtgesellschaft entgegen[zu]wirken*“ (DSt 2014: 4).

Da politische Themen und lokale Debatten verstärkt in Sozialen Medien verhandelt werden, empfiehlt der Deutsche Städtetag (2014) zudem ein „Social Media-Monitoring“ über die Stadt betreffende Themen und Aktivitäten. Auch kann die Beobachtung von Hashtags und Twitter-Diskussionen wichtige Impulse für die inhaltliche Arbeit liefern (vgl. Cassini et al. 2016: 20f.). Neben der passiven Sondierung besteht darüber hinaus die Möglichkeit sich aktiv in bestehende Diskussionen einzuschalten, in Threads und Gruppen mitzudiskutieren, als Partner für Fact-Checking bereitzustehen oder der Verbreitung von Falschmeldungen mit Richtigstellungen zu begegnen (vgl. Mergel et al. 2013: 106). Um die Reichweite für konkrete, anlassbezogene Kommunikation zu erhöhen, empfiehlt das BBSR (2018: 40f) zudem ein aktives Community Management als „*eine dauerhafte, auf Austausch angelegte Kommunikation mit Bürgerinnen und Bürgern in sozialen Medien*“ (ebd.). Auch legen Untersuchungen von Online-Diskussionen und Kommentarspalten nahe, dass sich Gesprächskultur und Umgangsformen maßgeblich verbessern, wenn auf die Kommentierungen von NutzerInnen eingegangen wird; auch kann durch konstanten Dialog und Moderation das konstruktive Potenzial von stadtpolitischen Diskussionen und Meinungsbildung stärker ausgeschöpft werden (Kramp/Weichert 2018). Offen ist hierbei die Frage, ob sich durch eine (gesprächs-)offene Verwaltung aufgestaute Mitteilungsbedürfnisse und Frustrationen von BürgerInnen abbauen lassen und die Entstehung eines „partizipatives Klimas“ befördert wird, welches sich auch in konstruktiveren Diskussionen bei projektbezogenen Beteiligungsverfahren niederschlägt.

Die Potenziale und Möglichkeiten von Sozialen Medien für die öffentliche Verwaltung scheinen in der gängigen Praxis damit bei weitem noch nicht ausgeschöpft. Als Gründe werden von den Kommunen vor allem mangelnde Ressourcen, ungeklärte Rechts- und Sicherheitsfragen sowie fehlende Kontrolle über Inhalte benannt (vgl. Cassini et al. 2016: 4). Demnach ist die Nutzung Sozialer Medien durch Städte und Kommunen weiterhin noch ausbaufähig. Zwar geben bei einer Befragung 64 Prozent der Städte, Gemeinden und Landkreise an Soziale Medien zu verwenden (vgl. Cassini et al. 2016); sie werden aber primär als zusätzlicher Kanal zur Informationsverbreitung und nicht für Kommunikation und Interaktion genutzt (vgl. BBSR 2018: 37). Auf Kommentierungen von NutzerInnen wird folglich selten eingegangen.

Dabei verändern sich durch die Kommunikationstechnologien auch die Ansprüche der BürgerInnen an den Staat. So werden die Geschwindigkeit, Kundenorientierung und Anwenderfreundlichkeit kommerzieller digitaler Angebote auch von staatlichen Dienstleistungen (E-Government) erwartet, ebenso ihre Präsenz in den Sozialen Medien. Mit deren Nutzung gehen zudem weitere Erwartungen einher, die aus der Logik des Mediums resultieren: Niedrigschwellige Kommunikation, schnelle Reaktionszeiten, hohe Responsivität und das außerhalb traditioneller Öffnungszeiten. Das verweist auf eine zentrale Herausforderung bei der Social Media-Nutzung durch öffentliche Verwaltungen; denn die hierarchische Organisationsstruktur und die in der Regel langwierigen organisationsinternen Abstimmungsprozessen stehen einer unmittelbaren und direkten Interaktion und Kommunikation mit BürgerInnen entgegen. Trotzdem gibt es Städte wie z.B. Nürnberg, Augsburg oder Moers, in denen eine aktive und auf Interaktion angelegte Nutzung Sozialer Medien erfolgt und es offenbar gelungen ist, mit den unterschiedlichen Logiken von Verwaltungshandeln und digitalen Medien umzugehen.

2. Aufgabendarstellung

Ziel des ausgeschriebenen Forschungsprojektes ist es daher, zum einen die Praxis einer **aktiven Nutzung von Sozialen Medien** durch Kommunen zu analysieren und herauszuarbeiten, welcher Umgang und welche Lösungen für die vorgenannten Herausforderungen in der Umsetzung gefunden wurden. Hierbei sind u.a. die Zuständigkeiten, (veränderten) Organisationsstrukturen, Abstimmungsprozesse und Social Media-Guidelines in

den Blick zu nehmen. Zum anderen soll die **Wirkung einer „dialogoffenen Verwaltung“** auf das Verhältnis zwischen BürgerInnen und Kommunen, vor allem hinsichtlich der Herstellung von Transparenz, Vertrauen und Glaubwürdigkeit untersucht werden. Zudem ist zu analysieren, ob sich die kommunikative Offenheit und die dialogische Beziehung zwischen Kommune und BürgerInnen ebenfalls auf projektbezogene Partizipationsprozesse bzw. die Beteiligungs- und Kommunikationskultur auswirken.

Dafür sollen Städte und Kommunen untersucht werden, die Soziale Medien aktiv nutzen und darüber mit den BürgerInnen regelmäßig interagieren. Im Fokus steht damit die Nutzung von Sozialen Medien durch die öffentliche Verwaltung zum kontinuierlichen Dialog, Austausch und Vernetzung mit den BürgerInnen und nachgeordnet deren Wirkung auf punktuelle Beteiligungsmaßnahmen im Zuge von Stadtentwicklungsprojekten und –prozessen.

2.1 Fragestellungen

Vor diesem Hintergrund sollen mit dem Projekt folgende Forschungsfragen beantwortet werden. Eine Erweiterung oder Schwerpunktsetzung der Fragestellungen ist möglich, wenn diese hinreichend begründet sind und den Zielsetzungen des Forschungsprojektes dienen.

Anlass und Entscheidungsfindung

- Was waren Anlass und Ursache für die kommunale Nutzung von Sozialen Medien? Welche Ziele und Zwecke werden mit ihrer Anwendung durch die öffentlichen Verwaltungen verfolgt?
- Aus welchen Gründen entschied man sich für die verwendeten Plattformen (und gegen andere)? Auf welche Themen und Zielgruppen ist die jeweilige Nutzung (ggf. auch verschiedener Social Media-Kanäle) ausgerichtet?
- Wie verlief die jeweilige Entscheidungsfindung in den Kommunen? Welche Verwaltungsebenen und -einheiten waren in die Entscheidung einbezogen?
- Warum entschied man sich in anderen Kommunen gegen die Nutzung Sozialer Medien? Welche Gründe (z.B. funktionale, ressourcenbezogene, ethisch-moralische, datenschutzrechtliche) werden benannt? Wie werden diese von den Kommunen bewertet und eingeordnet, die Soziale Medien aktiv nutzen?

Strategien und Richtlinien

- Welche strategischen und operationalen Vorgaben bestehen von Seiten der Kommunen für die öffentliche Verwendung Sozialer Medien? Sind kommunale Richtlinien vorhanden? Wenn ja, wie relevant sind diese für die tatsächliche Umsetzung? Wie gestaltet sich das Verhältnis aus formalen Vorgaben und gelebter Praxis?
- Ist die Nutzung von Social Media in die kommunale Öffentlichkeitsarbeits- und Kommunikationsstrategie integriert? Welchen Stellenwert nimmt sie darin gegenüber anderen analogen sowie physisch-materiellen Formaten ein? Wie sind diese Aktivitäten miteinander verknüpft?

Organisation und Umsetzung

- Welche Verwaltungsebenen und -einheiten sind für die Anwendung zuständig? Sind externe AnbieterInnen (punktuell oder dauerhaft) in die strategische und praktische Umsetzung eingebunden?
- Wie sind interne Abstimmungsprozesse zur externen Kommunikation organisiert? Wie wird direkte Kommunikation und Interaktion mit den BürgerInnen ermöglicht?
- Hat sich die interne Organisationsstruktur durch die Nutzung von Sozialen Medien (z.B. von Hierarchie zu Netzwerk) formal oder informell verändert?

Möglichkeiten, Grenzen und Gelingensbedingungen

- Welche positiven und negativen Erfahrungen werden bei der direkten Kommunikation und -Interaktion über Soziale Medien mit den BürgerInnen gesammelt?
- Welche weiteren Funktionen und Nutzungsmöglichkeiten Sozialer Medien - wie aktive Diskussionsbeteiligung, moderierte Diskussionsgruppen, Themen-Monitoring, Fact-Checking – werden von den Kommunen angewandt? Welche Erfahrungen bestehen hier?
- Welche Lösungsansätze lassen sich identifizieren, um die unterschiedlichen Logiken von Sozialen Medien und öffentlicher Verwaltung zu überwinden und eine sinnvolle Anwendung zu ermöglichen? Welche übertragbaren Gelingensbedingungen und Handlungshinweise lassen sich aus den unterschiedlichen Nutzungsmöglichkeiten und Erfahrungen ableiten?

Wirkungen und Effekte

- Welche Themen werden bei der Online-Kommunikation besonders intensiv verhandelt? Welche werden von der Verwaltung und welche von den BürgerInnen adressiert? Welche Resonanz und Reichweite kann über Soziale Medien (zusätzlich) erzielt werden z. B. bezogen auf Nutzergruppen, Themen, Veranstaltungen?
- Ist aus Sicht der BürgerInnen ein Anstieg der Zufriedenheit mit dem Verwaltungshandeln, der Transparenz und Informiertheit sowie eine Zunahme von Vertrauen und Glaubwürdigkeit erkennbar? Kann auch aus Sicht der Verwaltung das Verhältnis zwischen BürgerInnen und Kommune verbessert werden?
- Können Veränderung der Kommunikations- und Diskussionskultur sowie bei projekt- und anlassbezogenen Partizipationsprozessen beobachtet werden? Welche ungenutzten Potenziale Sozialer Medien lassen sich daraus in Anwendung und Wirkung für die öffentliche Verwaltung und BürgerInnen ableiten?
- Wie ließen sich die identifizierten Wirkungen sozialer Medien auch auf anderen Wegen erzielen? Welche Strategien und Handlungsweisen könnten als Alternativen zur Nutzung sozialer Medien für die Verwaltung sinnvoll sein?

2.2 Arbeitsschritte, methodisches Vorgehen

Um die Nutzung und Wirkung von Sozialen Medien auf das Verhältnis kommunaler Verwaltungen und BürgerInnen zu untersuchen, ist folgendes methodische Vorgehen vorgesehen. Eine kreative Modifikation der dargestellten Arbeitsschritte ist möglich, sofern diese der Beantwortung der Forschungsfragen dient, nachvollziehbar begründet ist und der gesetzte Kostenrahmen eingehalten wird. Hinsichtlich der Effekte Sozialer Medien auf die lokale Beteiligungs- und Kommunikationskultur, Partizipationsprozesse sowie Transparenz, Vertrauen und Glaubwürdigkeit ist eine Konkretisierung der hier skizzierten Arbeitsschritte zudem explizit erwünscht.

(1) Aufarbeitung von Forschungsstand und Fachdebatte (Mai bis Juni 2019)

In einem ersten Schritt gilt es den Forschungsgegenstand in die aktuellen Fachdiskurse einzuordnen. Hierbei ist u.a. ein Schwerpunkt auf die Auswirkungen des medialen Strukturwandels und Sozialer Medien auf gesellschaftliche Diskurse und politische Meinungsbildung zu legen. Ebenso kann eine Auseinandersetzung mit der Bedeutung von Kommunikation für Regierungshandeln und politische Steuerung sowie neue Formen der Governance im Zuge der Digitalisierung und im Bereich der Stadtentwicklung lohnenswert sein. Zudem ist der Stand der Forschung zu Nutzung, Verbreitung und Auswirkungen Sozialer Medien in der öffentlichen Verwaltung darzustellen und verwandte Studien auszuwerten, die Rückschlüsse auf den Untersuchungsgegenstand und die Fragestellungen zulassen. Dazu sind die einschlägige Fachliteratur, Forschungs- und Projektberichte sowie weitere

relevante Quellen heranzuziehen. Die Ergebnisse der Literaturlauswertung sind zusammenfassend in übersichtlicher, klar gegliederter Form aufzubereiten.

Produkt: ca. 20-seitiges Papier zum Stand der Forschung und Fachdebatten

(2) Bestandsaufnahme – Recherche und Aufbereitung von Praxisbeispielen (Mai bis Juli 2019)

Parallel ist eine bundesweite Sondierung von Städten und Kommunen vorgesehen, die Soziale Medien besonders (inter-)aktiv nutzen. Hierfür sind Internet- und Literaturrecherchen sowie die Auswertung von Studien- und Praxisberichten vorzunehmen. Auch können die ExpertInnengespräche herangezogen und kommunale AkteurInnen befragt werden, die für Soziale Medien verantwortlich sind. Im Ergebnis der Recherche soll ein Überblick entstehen, in welcher Intensität, Organisationsweise und mit welchen Funktionalitäten deutsche Städte und Kommunen Social Media-Plattformen verwenden.

Auf Grundlage der Bestandsaufnahme sind 12 bis 15 kommunale Praxisbeispiele auszuwählen, die ein möglichst vielfältiges Spektrum von Nutzungsweisen und Anwendungsbereichen Sozialer Medien widerspiegeln. Die Festlegung der auszuarbeitenden Praxisbeispiele erfolgt in Abstimmung mit dem Auftraggeber auf Basis eines nachvollziehbaren, kriterienbasierten Vorschlags der Auftragnehmernden. Die ausgewählten Fallbeispiele sind in einheitliche, aussagekräftige Steckbriefe zusammenzufassen, welche die relevanten Angaben zu Stadt bzw. Kommune sowie die Nutzungsweisen der verwendeten Plattformen umfassen und eine Gegenüberstellung der Fallbeispiele ermöglichen. Darüber hinaus sind 3 bis 5 internationale Referenzkommunen als idealtypische Anwendungsbeispiele Sozialer Medien zu recherchieren und in derselben Weise aufzubereiten.

Produkt: Sammlung von Praxisbeispielen aus dem (inter)nationalen Kontext in Form von Steckbriefen

(3) Durchführung von ExpertInneninterviews (Juni 2019 bis Juli 2019)

Aufbauend auf der Literaturlauswertung sind leitfadengestützte ExpertInneninterviews durchzuführen, um die bestehenden Erkenntnisse, insbesondere zu den Herausforderungen, potenziellen Wirkungen und Risiken von Sozialen Medien für öffentliche Verwaltungen und BürgerInnen zu vertiefen. GesprächspartnerInnen können Personen aus Wissenschaft und Praxis, die kommunalen Spitzenverbände sowie einschlägige und etablierte Kommunikations- und Social-Media-BeraterInnen sein. Insgesamt sind mindestens 15 ExpertInneninterviews vorgesehen, wobei die genaue Anzahl im Zuge des Forschungs- und Erkenntnisprozesses in Abstimmung mit dem Auftraggeber konkretisiert wird. Ein erster Vorschlag zu möglichen GesprächspartnerInnen ist im Angebot vorzunehmen.

Die Gespräche sind aufzunehmen und statt einer Transkription strukturierte Gesprächsprotokolle anzulegen, welche die wesentlichen Themen und Aussagen des Gesprächs nachvollziehbar wiedergeben. Die Ergebnisse der Expertengespräche fließen in den Zwischenbericht ein.

Produkt: strukturierte Gesprächsprotokolle auf Grundlage der Experteninterviews

(4) Fallstudienuntersuchung - Durchführung von Fallstudien (August 2019 bis Dezember 2019)

Auf Basis der nationalen Steckbriefe werden mindestens 4 Fallstudien für die weitere Untersuchung ausgewählt. Hierfür haben die Auftragnehmernden einen begründeten Auswahlvorschlag vorzulegen. Die Festlegung und Anzahl der Fallstudien für die empirische Untersuchung erfolgt in Abstimmung mit dem Auftraggeber.

In den als Fallstudien ausgewählten Kommunen soll die Anwendung und Wirkung von Sozialen Medien gemäß den Untersuchungszielen und angeführten Forschungsfragen vertiefend untersucht werden. Dafür gilt es ein geeignetes Fallstudiendesign zu wählen, welches aus einer Governance-Perspektive folgende Aspekte besonders in den Blick nimmt:

- Genese und Verlauf der Entscheidungsfindung und Nutzung Sozialer Medien mit besonderem Fokus auf den Umgang mit Schwierigkeiten und Herausforderungen
- Veränderung der internen Organisation und Prozesse der Verwaltung sowie externer Kommunikations- und AkteurInnenbeziehungen
- Analyse der Social Media-Präsenzen hinsichtlich
 - Involvierter Bevölkerungsgruppen, Resonanz und Reichweite
 - Kommunikations- und Interaktionsaktivitäten zwischen den Nutzenden
 - Themen, Gesprächskultur und Umgangsformen sowie deren Verhandlung und Veränderung
- Wahrnehmung und Bewertung der Social Media-Präsenzen, -Aktivitäten und Wirkungen durch NutzerInnen bzw. BürgerInnen, die öffentliche Verwaltung sowie lokale Medien und Intermediäre der Stadtentwicklung
- Gezielte und unintendierte Spillover-Effekte von Social Media-Interaktionen u.a. am Beispiel projektbezogener Beteiligungsverfahren

Eine Konkretisierung und Ausarbeitung der skizzierten Vorgehensweise ist im Rahmen des Angebotes erforderlich und **besonders zur Analyse der antizipierten Wirkungen Sozialer Medien für die Vergabe ausschlaggebend**. Für eine fundierte Analyse wird eine intensive und tiefgehende Untersuchung der Fallstudien notwendig sein. In der Arbeitsplanung sind daher ausreichende Kapazitäten für die Bearbeitung dieses Bausteins einzuplanen. Zu kalkulieren sind mindestens 4 Fallstudien. Die genaue Festlegung des methodischen Vorgehens und einer geeigneten Zahl an Fallstudien für die empirische Untersuchung erfolgt in Abstimmung mit dem Auftraggeber im Zuge des Forschungsprozesses.

Die (vorläufigen) Ergebnisse der Fallstudienauswertung sind in einem Zwischenbericht festzuhalten.

Produkt: Zwischenbericht zur empirischen Untersuchung (Ergebnisse aus Fallstudien und Experteninterviews)

(5) Durchführung eines Expertenworkshops (Februar 2019)

Die gewonnenen Ergebnisse aus den einzelnen Untersuchungsbausteinen werden auf einem Workshop mit externen ExpertInnen sowie Mitarbeitenden des vhw diskutiert und reflektiert. Mit den Teilnehmenden soll zudem eine Einschätzung erfolgen, inwieweit Soziale Medien als Instrument für öffentliche Verwaltungen geeignet sind, welche Wirkungen erzielt werden und welche Handlungsempfehlungen sich aus den untersuchten Fallstudien ableiten lassen. Die Ergebnisse der Veranstaltung fließen in die weitere Ausarbeitung des Endberichtes ein.

Rahmendaten zum Workshop:

Anzahl: ca. 20 Personen (inkl. vhw-Mitarbeiter)
Zeitraum: halbtägiger Workshop
Ort: vhw Bundesgeschäftsstelle Berlin

Für die Vorbereitung (Konzept, Einladung, Programm), Durchführung (Moderation, Protokollierung) und Nachbereitung (Ergebnisprotokoll) des Workshops sind die Auftragnehmenden verantwortlich. Die Auftragnehmenden sind ebenfalls für das Einladungs- und Anmeldemanagement sowie für die Abrechnung von Honoraren, Reise- und Übernachtungskosten zuständig.

Anfallende Honorare sowie Reise- und Übernachtungskosten übernehmen die Auftragnehmenden und sind im Angebot zu berücksichtigen. Technik und Catering wird vom Auftraggeber bereitgestellt und sind daher nicht im Angebot zu kalkulieren.

Im Angebot ist ein Vorschlag zum möglichen Teilnehmerkreis sowie zum Workshop-Format zu machen.

Produkt: Dokumentation des Workshops (Ergebnisprotokoll o.ä.)

(6) Berichtswesen und Publikationen

Zur Dokumentation der Forschungsarbeit und zur Zusammenführung der Zwischen- und Endergebnisse sind im Projektverlauf ein Zwischenbericht sowie ein Endbericht, einschließlich Entwurf der Auftragnehmer vorzulegen. Die Gliederung und inhaltliche Ausrichtung der Berichte erfolgt in Abstimmung mit dem Auftraggeber.

Besondere Sorgfalt ist auf die Erstellung des Endberichts zu verwenden, der im Interesse einer guten Lesbarkeit in einer verständlichen Ausdrucksweise verfasst sein soll. Der Endbericht soll max. 80 Seiten (ohne Materialanhang) umfassen. Dem Endbericht ist eine Kurzzusammenfassung voranzustellen, in der das Anliegen der Forschungsarbeit, die Untersuchungsmethoden sowie die Ergebnisse auf bis zu fünf Seiten dargestellt werden. Der Bericht schließt mit drei- bis fünfseitigen Handlungsempfehlungen ab, die als Policy Paper verschiedene Politik- und Verwaltungsebenen adressieren.

Alle Berichte sind dem Auftraggeber als Word- und PDF-Version zur Verfügung zu stellen. Sämtliche Projektdaten und -ergebnisse sowie Grafiken, Bilder, Zeichnungen, Pläne etc. sind frei von Rechten Dritter zu liefern.

Der Endbericht stellt die Grundlage für eine spätere Veröffentlichung der Forschungsarbeit in der vhw-Schriftenreihe dar. Layout, graphische Gestaltung und Druck der Publikation übernimmt der Auftraggeber.

Ebenso soll nach Abschluss des Projekts ein Artikel für die vhw-Zeitschrift „Forum Wohnen und Stadtentwicklung“ (FWS) in gemeinsamer Autorenschaft erstellt werden.

(7) Kooperation

Die Durchführung des Forschungsprojekts erfolgt in enger Abstimmung mit dem Auftraggeber. Dies beinhaltet die kontinuierliche Abstimmung aller relevanten Arbeitsschritte. Hierzu sind ebenfalls regelmäßige Abstimmungsgespräche mit dem Auftraggeber in der vhw-Bundesgeschäftsstelle Berlin vorzusehen. Es sind 4 Vor-Ort-Termine einzuplanen. Die Termine sind von den Auftragnehmer vor- und nachzubereiten (Terminfindung, Versand einer Tagesordnung, Erstellen eines kurzen Protokolls).

2.3 Produkte: Übersicht

Folgende Produkte sind zusammengefasst zu erstellen:

	Produkt
1	ca. 20-seitiges Papier zum Stand der Forschung und Fachdebatte
2	12 bis 15 Steckbriefe zu Praxisbeispielen aus Deutschland; 3 bis 5 Steckbriefe zu internationalen Referenzbeispielen
3	ca. 12 ExpertInneninterviews, einschließlich strukturierter Gesprächsprotokolle
4	Zwischenbericht zur empirischen Untersuchung (Ergebnisse Fallstudien + Experteninterviews)
5	Expertenworkshop, einschließlich Dokumentation
6	Endbericht (max. 80 Seiten ohne Materialanhang, inkl. 3-5 seitigem Policy Paper)
7	Veröffentlichung in vhw-Schriftenreihe
8	Artikel in FWS in gemeinsamer Autorenschaft

Texte sind als Word- und PDF-Version vorzulegen. Ein Versand gedruckter oder gebundener Exemplare ist nicht erforderlich.

2.4 Zeitschiene: Projektverlauf, Meilensteine, Abstimmungstermine

Insgesamt ist eine Projektlaufzeit von 14 Monaten vorgesehen. Der Projektbeginn ist zu April 2019 geplant, das Projektende im Mai/Juni 2020. Die Veröffentlichung der Forschungsarbeit in der vhw-Schriftenreihe sowie als Artikel in der vhw-Zeitschrift „Forum Wohnen und Stadtentwicklung“ soll im Juni/Juli 2020 erfolgen.

Meilensteine:

<i>Datum</i>	<i>Meilenstein, Projektbaustein</i>
20.02.2019	Ausschreibung
28.03.2019	Einreichungsfrist Angebote
18.04.2019	Auftragsvergabe
29.04.2019	Auftaktgespräch
27.06.2019	ca. 20-seitiges Papier zum Stand der Forschung und Fachdebatte
08.07.2019	1. Abstimmungsgespräch: Orientierungsgespräch, u. a. Auswahl Praxisbeispiele
Mitte Juli 2019	Sammlung von (inter)nationalen Praxisbeispielen in Form von Steckbriefen: 12 bis 15 Steckbriefe zu Praxisbeispielen aus Deutschland 3 bis 5 Steckbriefe zu internationalen Referenzbeispielen
Mitte Juli 2019	strukturierte Gesprächsprotokolle (ca. 12) auf Basis der Expertengespräche
Anfang August 2019	2. Abstimmungsgespräch: Festlegung Fallstudien, methodisches Vorgehen Fallstudien
Dezember 2019	Abschluss empirische Phase
Januar 2020	3. Abstimmungsgespräch: Reflexion Zwischenbericht, Workshop-Konzept
Februar 2020	Expertenworkshop
April 2020	4. Abstimmungsgespräch: Reflexion Entwurf Endbericht
Mai 2020	Abgabe Endbericht
Juni/Juli 2020	Veröffentlichung in vhw-Schriftenreihe + Artikel FWS in gemeinsamer Autorenschaft

Die genannten Termine dienen der Orientierung und werden im Detail zwischen Auftraggeber und Auftragnehmenden im Laufe des Projekts abgestimmt. Im Angebot sind die einzelnen Arbeitsschritte in einem Ablauf- und Zeitplan zu konkretisieren.

3. Vergabekriterien, Budget

Der Auftrag wird nach fachlicher Eignung sowie nach der konzeptionellen Qualität des Angebots vergeben. Die Kostenkalkulation muss hinsichtlich der zu erbringenden Leistungen angemessen und nachvollziehbar sein.

Die Eignung wird anhand nachstehender Kriterien beurteilt:

- Fachkenntnisse im Bereich der Stadtentwicklung und Stadtforschung
- Fachkenntnisse im Bereich der Medien- und Kommunikationsforschung
- Fachkenntnisse im Bereich der Governanceforschung sowie (digitaler) Verwaltungsmodernisierung (E- und Open-Government)
- Erfahrungen in der Konzeption und Durchführung von Fallstudien unter Anwendung qualitativer Methoden
- Qualifikation des Personals

Im Angebot ist die Eignung durch einschlägige Referenzen sowie durch Angaben zu den Projektmitarbeitenden nachzuweisen (z. B. Qualifikationen, bearbeitete Projekte zum Thema, Publikationen).

Die Bewertung der Angebote hinsichtlich der konzeptionellen Qualität erfolgt anhand folgender Kriterien:

- Problem- und Aufgabenverständnis: Erläuterung und Weiterentwicklung des Problem- und Aufgabenverständnisses hinsichtlich der fachlichen Zielsetzungen und Zusammenhänge
- Methodisches Vorgehen: Erläuterung und Konkretisierung, wie o.g. Arbeitsschritte methodisch konzipiert und ausgeführt werden, insbesondere die Fallstudien
- Arbeitsplanung und Personaleinsatz: Darstellung der Arbeitsschritte in einem Zeitplan; Darstellung der Aufgabenverteilung im Team; Darstellung des Personaleinsatzes bezogen auf die einzelnen Arbeitsschritte (in Stunden je Projektleiter/wissenschaftlicher Mitarbeiter/sonstige Bearbeiter)
- Kosten: Darstellung der Kostenkalkulation entsprechend der Arbeitsplanung und des Personaleinsatzes bezogen auf die einzelnen Arbeitsschritte

Für das Projekt steht ein Gesamtbudget von 135.000 Euro brutto zur Verfügung. Reisekosten sind Teil des Gesamtbudgets. Druckkosten, Kosten für Räumlichkeiten, Catering und Technik trägt der Auftraggeber.

Das Angebot ist einzureichen bei:

vhw Bundesverband für Wohnen und Stadtentwicklung e.V.
Bundesgeschäftsstelle
Forschungsbereich
z.H. Dr. Anna Becker
Fritschestraße 27/28
10585 Berlin

Für Rückfragen steht Ihnen Frau Dr. Anna Becker unter 030-390 473-255 oder abecker@vhw.de gerne zur Verfügung.

4. Anhang: Verwendete Literatur

BBSR – Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumordnung (Hrsg.) (2018): Webbasierte Medien in der Stadtentwicklung: Bürgerbeteiligung und Bürgerengagement in der digitalen Gesellschaft. BBSR-Online-Publikation Nr. 28/2017. Bonn.

Cassini Consulting, KGSt, Universität Kassel 2016: Wie nutzen Kommunen Social Media?
https://public.cassini.de/fileadmin/public/Downloads/161005_SoMStudie_Master_final.pdf (Letzter Zugriff: 12.12.2018).

DSt – Deutscher Städtetag (2014): Leitlinien zur Kommunikation der Städte im Bereich Social Media.
http://www.staedtetag.de/imperia/md/content/dst/siteuebergreifend/2014/leitlinien_social_media_2014.pdf (Letzter Zugriff: 12.12.2018).

DStGB – Deutscher Städte- und Gemeindebund (2012): Chancen sozialer Netzwerke erkennen, Risiken vermeiden.
[https://www.dstgb.de/dstgb/Homepage/Schwerpunkte/Wirtschaftsf%C3%B6rderung/Materialien%20und%20Papiere/Social%20Media%20Guidelines%20des%20DStGB%20\(PDF-Dokument\)/DStGB%20Social%20Media%20Guidelines%202012.pdf](https://www.dstgb.de/dstgb/Homepage/Schwerpunkte/Wirtschaftsf%C3%B6rderung/Materialien%20und%20Papiere/Social%20Media%20Guidelines%20des%20DStGB%20(PDF-Dokument)/DStGB%20Social%20Media%20Guidelines%202012.pdf) (Letzter Zugriff: 12.12.2018).

Herzberg, Johann (2012): Staatsmodernisierung durch Open Innovation: Problemlage, Theoriebildung, Handlungsempfehlungen. Berlin.

Kramp, Leif / Weichert, Stephan (2018): Hasskommentare im Netz. Steuerungsstrategien für Redaktionen. Leipzig: Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Medien NRW, Bd. 79.

Mergel, Ines; Müller, Philipp S.; Parycek, Peter; Schulz, Sönke E. (2013): Praxishandbuch Soziale Medien in der öffentlichen Verwaltung. Wiesbaden: Springer VS.

Schuppert, Gunnar Folke (2015): Governance by Communication. In: vhw FWS 3: 132-135.