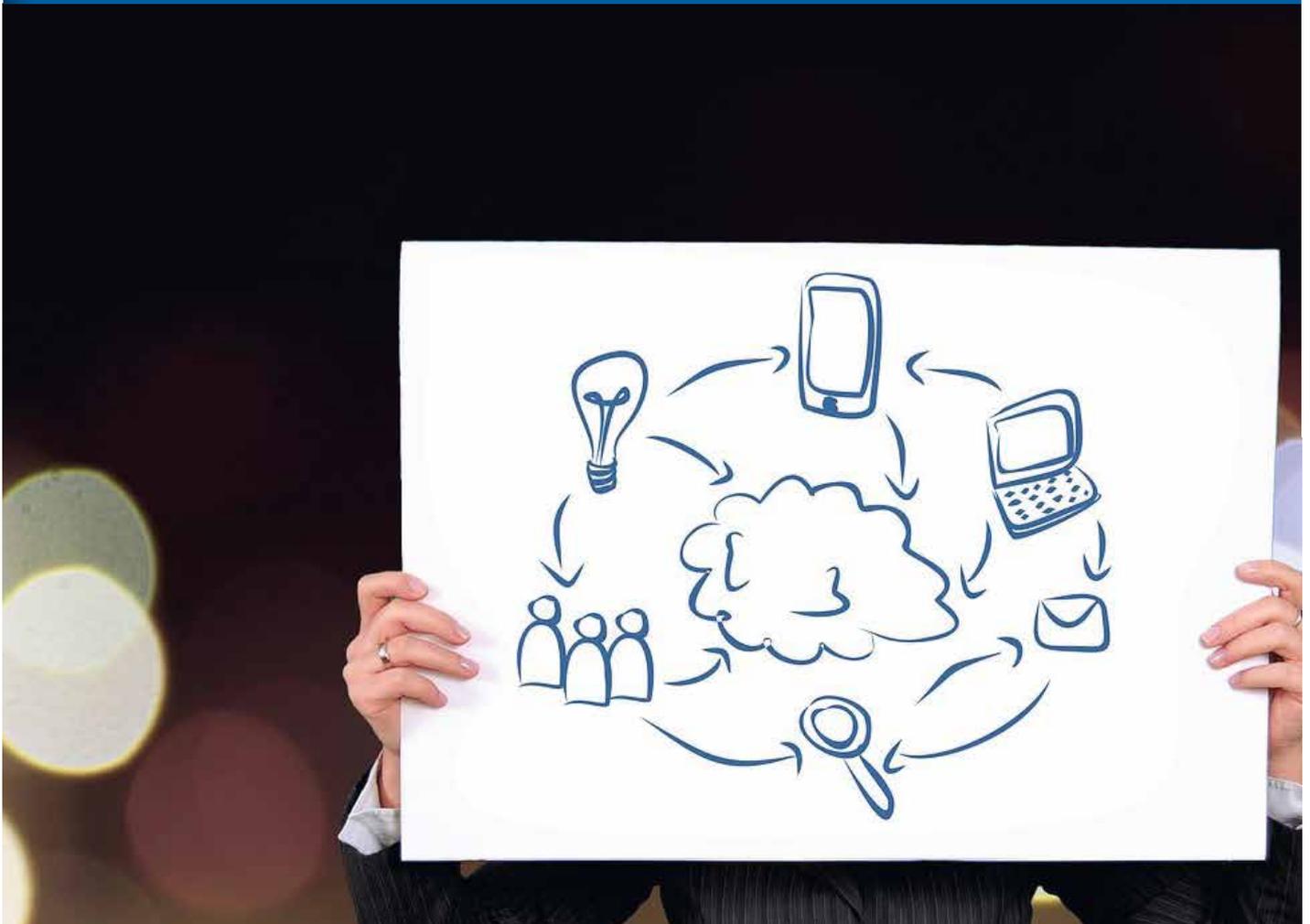


Praxisleitfaden

Milieuwissen für die Stadtentwicklung und Stadtplanung



Inhalt

1	Einführung	3
2	Milieus und Lebensstile	5
3	Milieubesreibungen	8
3.1	Konservativ-Etablierte – „Seriosität, Verantwortung, Zuverlässigkeit“	8
3.2	Liberal-Intellektuelle – „Bildung und Wissen sind meine Statussymbole“	9
3.3	Performer – „Mein Job ist mein Leben!“ – „Einfach mal machen!“	11
3.4	Expeditiv – „Was kostet die Welt?“ – „Ich mach mein Ding“	12
3.5	Experimentalisten – „Nur tote Fische schwimmen mit dem Strom“	13
3.6	Sozial-Ökologische – „Dann haue ich auch auf den Tisch!“	14
3.7	Bürgerliche Mitte – „In vielen Situationen will ich kein Risiko eingehen“	15
3.8	Adaptiv-Pragmatische – „Eigentlich kann ich mich überall gut einfügen“	16
3.9	Traditionelle – „Etwas mehr Beständigkeit würde ich mir schon wünschen“	17
3.10	Prekäre – „Das Leben ist nicht einfach“	18
3.11	Konsum-Hedonisten – „Ich möchte einfach Spaß haben“	19
4	Grundlegende Bausteine der Kommunikation	21
4.1	Was braucht man für eine wirksame Kommunikation	21
4.2	Anlass, Ziel, Rahmenbedingungen und Herausforderungen	21
4.3	Konzeption der Kommunikationsmaßnahme	22
4.3.1	„Kommunikatoren“ - oder: Wer agiert?	22
4.3.2	„Zielgruppe“ – oder: Wen gilt es zu erreichen?	23
4.3.3	„Botschaft“ – oder: Was soll überkommen?	26
4.3.4	„Reaktion“ – oder: Was soll zurückkommen? Was kommt zurück?	26
4.3.5	„Kommunikationsplan“ – oder: Das passende Menü!	27
5	Medien und Maßnahmen	28
5.1	Warum beteiligen sich manche Milieus mehr als andere?	28
5.2	Maßnahmen und Methoden zur Ansprache unterschiedlicher Milieus	28
5.2.1	Qualitative Einzelinterviews	29
5.2.2	Telefonische Interviews	29
5.2.3	Gruppendiskussionen	30
5.2.4	Experteninterviews	30
5.2.5	Interviews über kulturelle Mittlerinnen und Mittler	31
5.3	Medien – Nutzung und Präferenzen	32
5.3.1	Milieuspezifische Präferenzen	32
5.3.2	Fazit: Was heißt das für Sie?	35
6	Anhang	37
7	Literaturverzeichnis	39

1 Einführung

Der vorliegende Praxisleitfaden „Milieuwissen für die Stadtentwicklung und Stadtplanung“ ist eine kurzgefasste Weiterentwicklung aus dem vhw Kommunikationshandbuch, das im Jahr 2013 als vhw-Schriftenreihe, Band 4 veröffentlicht wurde. Das Handbuch hatte das Ziel, vertiefende Einblicke in die Lebenswelt und Kommunikationsmuster stadtgesellschaftlicher Milieus zu geben und als grundlegender und ausführlicher Ratgeber für die Kommunikation mit den Milieus zu dienen. Im Gegensatz zu der umfassenden Erörterung der Milieus und ihrer Kommunikationsmuster im vhw Kommunikationshandbuch 2013, zielt die vorliegende Broschüre auf eine schnelle, kurzgefasste Einführung in die Welt der Lebensstile und der Kommunikationsweisen: Vom Handbuch zur Broschüre.

Was ist unser Ziel und Kernanliegen?

Mit dem Praxisleitfaden „Milieuwissen“ wollen wir Sie dafür sensibilisieren, dass Menschen ganz unterschiedliche Lebensstile, Einstellungen und Wertvorstellungen aufweisen und das Leben auf sehr verschiedene Art und Weisen betrachten können. Dazu möchten wir Ihnen vertiefende Einblicke in die Lebensweisen dieser Menschen geben. Die resultierenden Erkenntnisse sollen Sie in Ihren einschlägigen Planungsprozessen unterstützen, wenn es darum geht, zielgruppenspezifisch mit verschiedensten Akteuren nach innen und außen zu kommunizieren - von der Presseerklärung und Informationskampagne, über die gezielte Strategie bis hin zur konkreten Bürgerveranstaltung.

Dieser Zusammenhang ist auch für die Stadtentwicklung und Stadtplanung von Bedeutung, da sich in einer modernen, leistungsstarken Planungskultur mit vielen unterschiedlichen Ak-

teuren regelmäßig die Aufgabe stellt, Planungsprozesse durch gelingende Kommunikation erfolgreich zu gestalten. Dies kann allerdings i. d. R. nur gelingen, wenn im Planungsprozess tatsächlich alle relevanten Zielgruppen bzw. Milieus erreicht und einbezogen werden. Dabei kann Milieuwissen als Grundlage für zielgruppenorientierte Kommunikationsstrategien und Herangehensweisen dienen und ggf. wertvolle Hilfestellungen bieten.

Wir möchten Sie mit diesem Praxisleitfaden unterstützen, Ihre Zielgruppen kennenzulernen und genauer zu verstehen, wie sie in ihrer Lebenswelt „ticken“ und was sie an Werten und Einstellungen umtreibt. Wir möchten Ihnen zudem die Kommunikation erleichtern und Sie dabei unterstützen, mit den Bürgerinnen und Bürgern zielorientiert in einen Dialog zu treten. So gesehen soll der Praxisleitfaden für die geeigneten Leserinnen und Leser nicht weniger sein, als eine praktikable Hilfestellung und ein strategisch nutzbares Instrumentarium.

An wen richtet sich der Praxisleitfaden, was will er bewirken?

Der Praxisleitfaden richtet sich an alle politischen, administrativen, wirtschaftlichen sowie zivilgesellschaftlichen und bürgerschaftlichen Akteure, die auf dem Handlungsfeld der Stadtentwicklung und Stadtplanung aktiv sind. Damit ist nicht der kommunale bzw. formelle Regelbetrieb gemeint, mit seinen Anträgen, Formularen, mit Bürgerservice und öffentlicher Sprechstunde, sondern die informelle, oft projektbezogene Stadtentwicklung und -planung, an der die Bürgerschaft in Form von Bürgerveranstaltungen und Beteiligungsprozessen mehr oder weniger aktiv mitwirken. Dabei kann es sich um verschiedene Arten von Planungsprozessen

handeln, z. B. Wettbewerbe, Straßengestaltung, Leitbildprozesse, Konzepte, Bauprojekte u. a. Auch die Form der Beteiligung und Mitwirkung kann im Einzelnen recht unterschiedlich sein. Für die Verwaltung bedeutet dies einen zusätzlichen Mehraufwand an Anlässen, Aufgaben, Maßnahmen und Zielen von Kommunikationsvorgängen.

Der Leitfaden richtet sich somit in erster Linie an Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der kommunalen Verwaltung, Stadtplanerinnen und Stadtplaner, Kommunalpolitikerinnen und Kommunalpolitiker, Bürgermeisterinnen und Bürgermeister. Mit dem Leitfaden wollen wir somit all jenen eine konkrete Unterstützung anbieten, die in Stadtentwicklungsprozessen mehr oder weniger regelmäßig mit verschiedensten Akteuren zu kommunizieren haben, allein schon, weil die Bürgerschaft und die verschiedenen Interessenvertreter aktiv Einfluss auf Planungsprozesse nehmen und eine aktive Partizipation einfordern. Dabei kann die Kenntnis über die Befindlichkeiten einzelner Akteure von Nutzen sein oder wenigstens einen Mehrwert bieten. Anhand des nachfolgenden Beispiels soll dies kurz erläutert werden.

Stellen Sie sich vor: Eine Stadt möchte auf einer Stadtbrache neue Wohnhäuser errichten. Dies sollte möglichst schnell geschehen, denn es gibt einen eklatanten Wohnungsmangel und es kommt im Bestand bereits zu überhöhten Mietpreissteigerungen. Eile ist angesagt. Die Stadtverwaltung lädt im Auftrag der politisch Verantwortlichen über die lokale Presse und per Aushang zu einer Bürgerveranstaltung im Rathaussaal der Stadt ein. Dort finden sich zum angegebenen Termin dann auch in ansehnlicher Anzahl Bürgerinnen und Bürger ein, die den präsentierten Bauvorhaben der Stadtverwaltung sehr wohlwollend gegenüberstehen. Alles bestens, wie es scheint. Kaum hat sich jedoch die Nachricht über das Neubauvorhaben in der bürgerlich-traditionellen Nachbarschaft des Baugebietes herumgesprochen, hagelt es plötzlich und unerwartet heftige Kritik von den Bürgerinnen und Bürgern und es droht ein langanhaltender Konflikt zwischen Stadt und Bürgerschaft. Hätte man das verhindern können? Wir meinen ja, wenn man mit dem Wissen über die Skepsis bestimmter Milieus gegenüber einer herkömmlichen Bürgerbeteiligung frühzeitig und aktiv auf diese Milieus zugegangen wäre.

Das Beispiel mag zeigen, wie wichtig eine Zielgruppenorientierung und die Berücksichtigung von Kommunikationsmustern sein kann und welche Wirkungen auf Bürgerinnen und Bürger durch Ansprache- und Kommunikationsformen hervorgerufen werden können. Oft entsteht bei der Bürgerschaft der Eindruck, es sei wieder einmal über ihre Köpfe hinweg entschieden worden. Sie fühlen sich weder frühzeitig noch ausreichend informiert, geschweige denn einbezogen. „Aber wir haben doch alle informiert“, heißt es von Seiten der Verwaltung. Am Ende steht dann die vermeintliche Erkenntnis: „Bürger meckern eh immer, egal, was wir tun.“

Welches Anliegen verfolgt der Praxisleitfaden?

Zunächst wird in Kapitel 2 eine Brücke von der Milieuforschung zum Kommunikationswissen geschlagen, bevor in Kapitel 3 das „Milieuwissen“ als zentrales Anliegen des Praxisleitfadens ausführlich behandelt wird. Hier werden alle Milieus und deren Charakteristika beschrieben, ergänzt um typische Zitate, wie sie den

Milieus zugeschrieben werden können. Des Weiteren erhalten Sie grundlegende Informationen über ausgewählte Präferenzen der Milieus, die es den Leserinnen und Lesern erleichtern sollen, sich in die Welt der Milieus hineinzudenken.

Ein zweites Anliegen wird in Kapitel 4 aufgegriffen, in dem es um die Prozesse der Kommunikation geht. Es umfasst eine Einführung in grundlegende, anwendungsorientierte Komponenten eines Kommunikationsprozesses sowie eine Hinführung auf eine zielgruppenorientierte Kommunikationsstrategie. In Kapitel 5 bekommen Sie eine aktuelle Übersicht über bevorzugte Kommunikationskanäle und –medien. Somit erfahren Sie, welche Milieus mit welchen Medien gut zu erreichen sind. Anhand erfolgreicher Praxisbeispiele werden abschließend Empfehlungen formuliert, wie man mit den Milieus erfolgreich kommunizieren kann.

Wir hoffen, Ihnen mit dieser Broschüre ein hilfreiches Instrument für die Kommunikation in Ihrem Berufsalltag vorlegen zu können und wünschen Ihnen für alle Planungsvorhaben eine gute, gelingende Kommunikation.

2 Milieus und Lebensstile¹

Was also verstehen wir unter einem Milieu? Als Orientierungshilfe für den „Praxisleitfaden“ lassen sich die Milieus nach Hradil (2005) definieren als *„Gruppen Gleichgesinnter, die gemeinsame Werthaltungen und Mentalitäten aufweisen und auch die Art gemeinsam haben, ihre Beziehungen zu Mitmenschen einzurichten und ihre Umwelt in ähnlicher Weise zu sehen und zu gestalten.“*²

Der Milieubegriff steht dabei in engem Bezug zum Begriff des Lebensstils, der sich bezeichnen lässt als *„Art und Weise, wie die einzelnen ihr Alltagsleben organisieren“* und als *„der regelmäßig wiederkehrende Gesamtzusammenhang der Verhaltensweisen, Interaktionen, Meinungen, Wissensbestände und bewertenden Einstellungen eines Menschen.“*³

Häufig besteht bei den Menschen ein enger Zusammenhang zwischen Milieuzugehörigkeit, bestimmten Sozialisationsphasen sowie typischen Lebensumfeldern. Auch in Lebenslagen und Lebensphasen gibt es oft Ähnlichkeiten, die allerdings nicht als „milieubildend“ gelten.

In der Regel ist es immer eine Vielzahl von Menschen, die einen ähnlichen Lebensstil pflegt, sodass sich Gemeinsamkeiten innerhalb eines Milieus ergeben, *„weil Menschen ähnliche Sinnvorstellungen haben und sich bei der Gestaltung ihres Lebens an Vorbilder anlehnen“*⁴. Die Gesellschaft wiederum setzt sich aus elf Milieus zusammen, wobei sich jeweils mehrere Milieus anhand struktureller Ähnlichkeiten in fünf Milieusegmente zusammenfassen lassen.

Die Milieu- und Lebensstilforschung gruppiert Menschen nicht nur anhand von „objektiven“ Faktoren und Sozialdaten, wie

Alter, Bildung, Beruf, Geschlecht oder Einkommen. Einbezogen werden vielmehr auch Grundorientierungen, Wertvorstellungen, Lebensziele, Konsummuster und Geschmackspräferenzen, die zusammen den Lebensstil ausmachen. Dabei handelt es sich bei den jeweiligen Milieus um konstruierte und damit auch zugespitzte Typisierungen, die es in der Realität nur sehr selten in Reinform geben dürfte. Vielmehr kommt es in der Lebenswirklichkeit von Menschen aufgrund ihrer konkreten strukturellen und sozialräumlichen Situation immer auch zu einem bestimmten Maß an Abweichungen.

Wie sind die Sinus-Milieus entstanden?

Der Name „Sinus“ geht auf das gleichnamige sozialwissenschaftliche Institut im Bereich der Marktforschung, Politik- und Sozialforschung zurück. Auf der Grundlage der Lebensweltforschung hat das Sinus-Institut einen eigenständigen Milieuansatz entwickelt, mit dem es seit den 1970er Jahren arbeitet.⁵ Dieser basiert im Kern auf gesellschaftlich repräsentativen Interviews und regelmäßigen Repräsentativbefragungen mit denen sich die soziale Wirklichkeit von Menschen und der Wandel ihrer Werte und Lebenswelten modellhaft abbilden lässt.⁶

¹ Im Praxisleitfaden werden die Begriffe Lebensstilgruppierung und soziales Milieu synonym verwendet.

² Hradil (2005): 45f.

³ Ebd.: 45

⁴ Ebd.: 46

⁵ Vgl. Becker, Nowak (1985): 13

⁶ Geißler (2002): 132

Dabei ist das Sinus-Institut überzeugt, „*dass eine Rekonstruktion der sozialen Wirklichkeit – die sich nicht objektiv messen lässt – nur über die Erfassung des Alltagsbewusstseins der Menschen gelingen kann.*“⁷ Um dieses Alltagsbewusstsein zu erfassen bedient sich Sinus unterschiedlicher qualitativer und quantitativer Forschungsmethoden. So wurde 1980, aufbauend auf 1.400 Lebenswelt-Explorationen, das erste Milieumodell von Sinus entwickelt. Im Jahr 1981 wurde dieses Modell quantifiziert und in den Folgejahren weiterentwickelt, um dem gesellschaftlichen Wandel gerecht zu werden.

Es handelt sich dabei um ein dynamisches Modell, das Verschiebungen und Veränderungen in den Milieus über die Jahre hinweg abbildet. So sind seit den achtziger Jahren mehrere Milieus (generationsbedingt) entfallen und andere neu hinzugekommen. Das aktuelle Sinus-Milieumodell beinhaltet je nach Differenzierung zehn, bzw. elf Milieus.

Der vhw und die Arbeit mit den Sinus-Milieus

Der vhw arbeitet bereits seit 2002 erfolgreich mit den Milieus von Sinus und kann inzwischen auf das Wissen, die Expertise und die kritisch reflektierte Erfahrung aus knapp 20 Jahren Milieuforschung zurückblicken. Die Grundidee der Sinus-Milieus hat der vhw durch Quantifizierung und Operationalisierung für die Stadtforschung fruchtbar gemacht. Vor allem in den Themen Stadtentwicklung, Wohnen, Partizipation, Segregation und Zusammenleben hat sich der Milieuanalyse bewährt und konnte in der Zusammenarbeit mit verschiedenen Städten und Gemeinden ertragreich eingesetzt werden.

Grundorientierung der Milieus

Die Milieus unterscheiden sich in ihrem Kern zum einen in den sozialen Lagen (Bildung, Beruf, Einkommen) und zum anderen in den (generationsbedingten) Grundorientierungen, die sich gegenwärtig von Tradition über Modernisierung und Individualisierung bis hin zur Neuorientierung erstrecken.

Unter „Tradition“ sind hier leitende Werte zu verstehen, die mit Ordnung, festen Rollenbildern, Fleiß und Respekt verbunden sind. Das gilt für Mann-Frau und Eltern-Kind-Beziehungen ebenso wie für das Familienbild, Arbeitswelt und gesellschaftliche Hierarchien. Sexualmoral und Religion liefern Maßstäbe für ein Alltagsleben, das durch Bescheidenheit und den Wunsch nach Zusammenhalt geprägt ist.

Im Unterschied dazu steht „Modernisierung“ für eine Werteverchiebung in der Gesellschaft, die i. d. R. mit der Generation von 1968 und den nachfolgenden Generationen in Verbindung gebracht werden. Die Emanzipation von Frauen und Kindern, eine demokratischere und partizipativere Gesellschaft sowie eine verstärkte Forcierung von Individualisierung und Selbstverwirklichung. Dies ist verknüpft mit einem gelockerten Rollenverständnis vor allem in Sachen Sexualität, Familie und Religion.

Das Wertesystem „Neuorientierung“ resultiert nicht unwesentlich aus den Entwicklungen der letzten Jahrzehnte, vor allem der Globalisierung sowie im Bereich der Informations- und Kommu-

nikationstechnologie. Charakteristisch ist eine bewusste Individualisierung, flexible Lebensgestaltung, Erlebnisorientierung und Bereitschaft zur Selbstoptimierung. Dies geht mit einer gewissen Rastlosigkeit einher, da es vielleicht noch bessere Optionen geben könnte.

Zur Veranschaulichung werden in Kapitel 3 die elf Milieus mithilfe genauer Beschreibungen fiktiver Idealtypen des jeweiligen Milieus „mit Leben gefüllt“.

Was ist zu beachten bei der Arbeit mit den Sinus-Milieus?

Indem die Sinus-Milieus nicht nur vermeintlich harte Faktoren wie Einkommen, Geschlecht, Alter und Bildung, sondern auch „weiche“ Faktoren wie Grundeinstellungen, Werthaltungen und Lebensstile abbilden, erweisen sie sich für das Verständnis einer vielfältigen Stadtgesellschaft als besonders geeignet.

Aufgrund vielfältiger Einflüsse (Lebensumstände, Sozialisation und Habitus) ist jeder Mensch eine individuelle Persönlichkeit mit eigenen Bedürfnissen, Erwartungen, Einstellungen, Wünschen und Lebensstrategien. Die Sinus Milieus reduzieren diese Komplexität auf elf Milieus und ermöglichen dadurch, in einer komplexen, vielfältigen Gesellschaft einen Überblick über die unterschiedlichen Lebenswelten, Einstellungen und Werte der Menschen zu behalten.

Das Modell kann und soll die Gesellschaft aber nicht eins zu eins abbilden, denn kein Mensch lässt sich genau einem Milieu zuordnen. Die Grenzen zwischen den Milieus sind fließend und verschwimmen, einige Milieus sind sich näher als andere und zwischen vielen Milieus gibt es Überschneidungen, sodass die meisten Menschen einzelne Aspekte von unterschiedlichen Milieus in sich vereinen.

Welche Milieus weisen gewisse Ähnlichkeiten untereinander auf?

Die Milieus der Konservativ-Etablierten, Liberal-Intellektuellen und Performer gehören alle zu den statusstärkeren Milieus. Sie verfügen im Vergleich zu den anderen Milieus i. d. R. über ein höheres Einkommen und höhere Bildungsabschlüsse. Sie gelten als leistungsorientiert. Während jedoch die Konservativ-Etablierten und die Liberal-Intellektuellen zu den älteren Milieus gehören, sind die Performer im Durchschnitt ein Jahrzehnt jünger.

Die Milieus der Expeditiven und der Experimentalisten ähneln sich stark in ihrer tendenziell kritischen Grundhaltung. Sie stellen gesellschaftliche Normen und Rollenbilder infrage und zeichnen sich durch ein hohes Maß an Individualität und Unkonventionalität aus. Zudem sind beide Milieus durch den hohen Anteil junger Altersgruppen gekennzeichnet.

⁷ Flaig, Barth (2018)

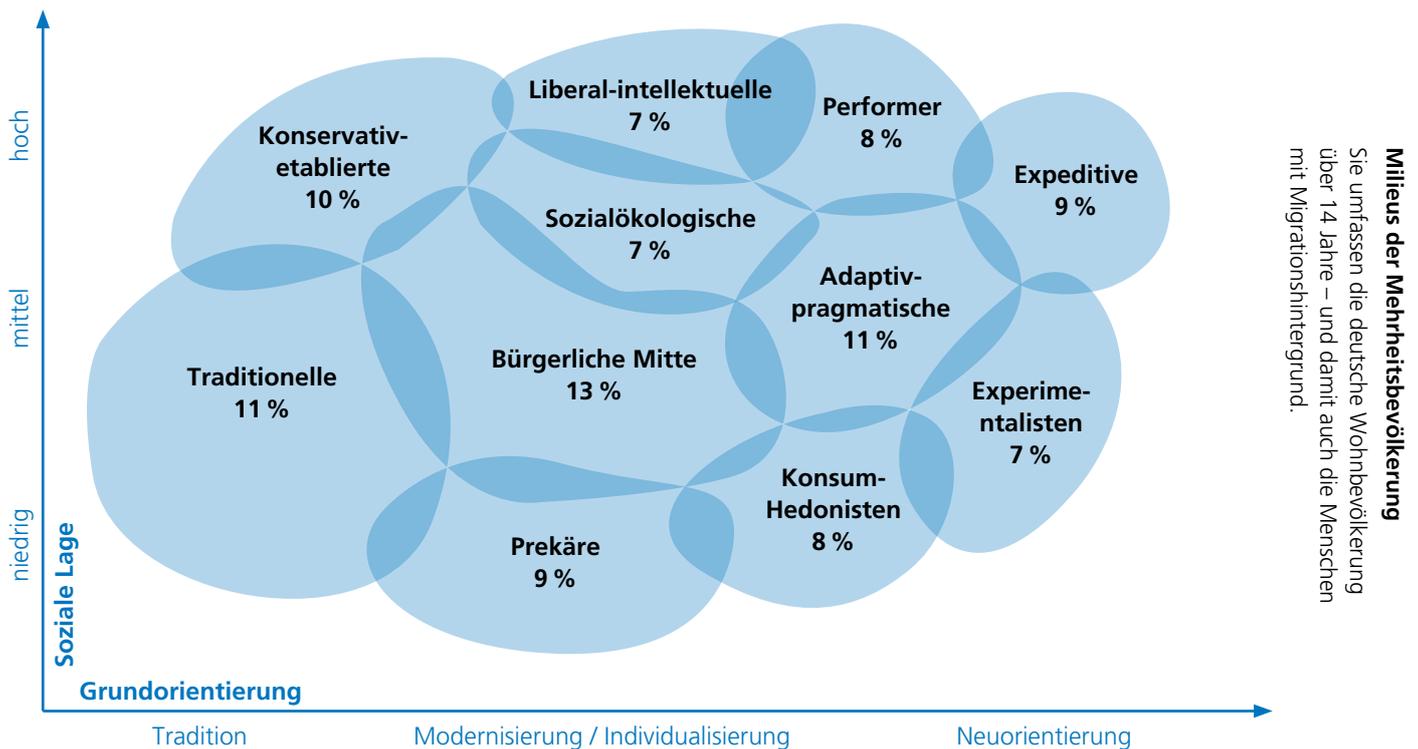


Abbildung 1: Kartoffelgraphik der Sinus-Milieus (Quelle: Sinus / vhw e.V., 2020)

Die Milieus der Sozial-Ökologischen, der Bürgerlichen Mitte und der Adaptiv-Pragmatischen bilden dagegen den gesellschaftlichen Mainstream ab. Während sich aber die Bürgerliche Mitte und die Adaptiv-Pragmatischen durch ihre Unaufgeregtheit und Konformität auszeichnen, tendieren die Sozial-Ökologischen eher zur „Rebellion“. Gemein ist diesen Milieus ein starker Fokus auf die Familie.

Das Milieu der Traditionellen weist im Vergleich zu anderen Milieus den höchsten Anteil älterer Menschen auf und ist durch traditionelle Werte geprägt. Die Prekären und die Konsumhedonisten verfügen über einen vergleichsweise niedrigen sozio-ökonomischen Status. Während die Prekären jedoch von der Altersstruktur zu den älteren Milieus zählen und sich in ihren Werten eher an den Traditionellen und der Bürgerlichen Mitte orientieren, stellen die Konsumhedonisten eines der jüngsten und lebendigeren Milieus dar.

Doch auch hier kann keine einfache und klare Abgrenzung vorgenommen werden. Die Kartoffel-Graphik (Abb. 1) veranschaulicht sehr gut, inwieweit sich Milieus hinsichtlich ihrer sozialen Lage (vertikale Ebene) und ihren (generationsbedingten) Grundorientierungen (horizontale Ebene) unterscheiden oder überschneiden. So unterscheiden sich zum Beispiel die Traditionellen und Konservativ-Etablierten zwar stark in ihrer sozialen Lage (vertikal), sind sich aber in ihren Grundorientierungen und Werten (horizontal) recht nahe.

Zudem verändern sich Menschen im Laufe ihres Lebens und haben in jungen Jahren oft andere Bedürfnisse und Wertvorstellungen als im Alter. Sozialwissenschaftlich spricht man von Lebenszykluseffekten. Traditionelle werden nicht als solche ge-

boren, sondern haben sich im Laufe ihres Lebens zum Beispiel aus der Bürgerlichen Mitte dort hinbewegt. Zwar sind große Sprünge innerhalb der Milieumatrix eher unwahrscheinlich, aber moderate Wanderungsbewegungen auf vertikaler und auch auf horizontaler Ebene finden durchaus statt. So können sich Konsum-Hedonisten der Bürgerlichen Mitte oder den Adaptiv-Pragmatischen annähern, Expeditive den Liberal-Intellektuellen und Adaptiv-Pragmatische den Sozial-Ökologischen.

Tendenziell verändern sich Menschen im Laufe ihres Lebens in ihrer Grundorientierung also eher von einer Erlebnisorientierung hin zu Harmoniebedürfnissen und traditionellen Werten. Auch die soziale Lage verbessert sich meist mit dem Alter und dem Eintritt in den Beruf, kann sich aber auch im Rentenalter wieder verschlechtern. Umgekehrte Bewegungen sind daher nicht ausgeschlossen, beschränken sich dann aber meistens auf die vertikale Ebene, sodass die meisten Menschen auch mit Veränderungen der sozialen Lage weiterhin einem ähnlichen Milieu zugeordnet werden. Ausnahmen bestätigen auch hier die Regel, d. h. auch Menschen aus statusstarken Milieus können infolge von Arbeitsplatzverlusten oder einer Verschlechterung ihrer sozialen Lage Abstiegsenerfahrungen erleben.

3 Milieubeschreibungen

Die nachfolgenden kurzen Milieubeschreibungen skizzieren zu jedem sozialen Milieu der Gesellschaft einen Idealtypus von Mensch aus dem jeweiligen Milieu. In der realen Welt müssen die Menschen eines Milieus in ihren Werten, Eigenschaften und Einstellungen jedoch nicht genau so sein, wie sie an dieser Stelle beschrieben werden. Die Milieus und die Menschen, die ihnen zugerechnet werden, weisen in der Realität immer eine gewisse Spannbreite an Werten, Eigenschaften und Einstellungen auf. Vereinzelt können sich diese auch einmal mit denen anderer Milieus überschneiden, sodass verschiedene Milieus mitunter auch ähnliche Werte, Eigenschaften und Einstellungen aufweisen können.

Allen nachfolgenden fiktiven Milieubeschreibungen, die mit einschlägigen Zitaten unterlegt werden, ist ein Steckbrief vorangestellt, der die wichtigsten demografischen Merkmale des betreffenden Milieus im Überblick präsentiert, um einen ersten Eindruck von dem Milieu zu vermitteln. Ergänzend findet sich im Anhang eine tabellarische Gegenüberstellung milieuspezifischer Eigenschaften und Einstellungen zu den Themen Demografie, Wohnen, Freizeit, Medien und Kommunikation sowie Partizipation. Diese Tabellen geben einen einfachen Überblick über Gemeinsamkeiten, Unterschiede und Spannweiten.

3.1 Konservativ-Etablierte – „Seriosität, Verantwortung, Zuverlässigkeit“

- **Altersschwerpunkt:** 45 - 64 Jahre
- **Bildung:** hoch, sehr oft Abitur und Studium
- **Berufliche Stellung:** mittlere bis leitende Anstellung, gehobene/höhere Beamtenlaufbahn, Selbständigkeit
- **Einkommen/Absicherung:** hoch; Immobilien, private/betriebliche Altersvorsorge
- **Wohnsituation:** EFH, ETW; gehobener Altbau, in gehobener städtischer Lage oder am Stadtrand, bzw. Umland

Ich gehöre zum Milieu der Konservativ-Etablierten und befinde mich im besten Alter zwischen 45 und 64 Jahren. Ich habe eine sehr gute Ausbildung, auch finanziell geht es mir sehr gut. Ich habe wirtschaftlich ausgesorgt, verfüge über dauerhafte und sichere Wertanlagen, z. B. Grund- und Immobilienbesitz, und kann auf eine sehr gut ausgestattete private Altersvorsorge zurückgreifen. Wenn ich noch nicht im Ruhestand bin, habe ich mindestens eine qualifizierte Position inne. Oft leite ich aber auch mein eigenes Unternehmen, bin im höheren Dienst verbeamtet oder ich bin als leitender Angestellter im öffentlichen Dienst tätig. Ich bin ehrgeizig und arbeite gerne, deswegen bin ich beruflich im Leben auch so weit gekommen. Wer sich anstrengt, der kann auch sehr viel erreichen!

Meine Familie ist mir besonders wichtig. Sie gibt mir die nötige Sicherheit und Beständigkeit. Ich bin seit vielen Jahren verheiratet und habe eigene, meist schon etwas ältere Kinder. Deren best-

mögliche Ausbildung und dauerhafte finanzielle Absicherung haben für mich die oberste Priorität.

Ich habe viele ausgeprägte Interessen und bin in Bereichen, die mich besonders interessieren, bestens informiert. Meine Freizeitaktivitäten müssen Niveau und Stil haben, müssen intellektuell anregend und herausfordernd sein. In meiner Freizeit lese ich viel, vor allem Tages- und Wochenzeitungen aber auch viele Bücher. Oder ich surfe auch schon mal im Internet, um mich über das Weltgeschehen zu informieren. Bildung, Wissen und Kultur gehören für mich zum Leben einfach dazu! Ja, ich würde mich als sehr gebildet bezeichnen, auch wenn das auf manche ein wenig arrogant wirken mag. Gleichwohl bin ich ein engagierter Mensch und recht häufig auch im Ehrenamt aktiv. Vor allem in den traditionellen Organisationen wie Kultur- oder Kirchenvereinen.

In meinen Werten bin ich konservativ geprägt. Auf die wichtigen Tugenden wie Dauerhaftigkeit, Seriosität, Verantwortung, Zuverlässigkeit und Ehrbarkeit lege ich großen Wert. Das lebe ich durch und durch! Daher habe ich auch an andere Menschen, wie Kollegen und Freunde, meine Familie aber auch an Kultur und Freizeitgestaltung sehr hohe Ansprüche. Vielen Menschen fällt es schwer, meinen Ansprüchen gerecht zu werden, nicht nur hinsichtlich der Allgemeinbildung, sondern auch weil ich in Gesprächen viel Wert auf eine angemessene und niveauvolle Ausdrucksweise lege.

Mein Wohnumfeld ist mir sehr wichtig! Ich möchte in einer gepflegten und vertrauten Nachbarschaft leben, bevorzugt in meinem eigenen, alleinstehenden Einfamilienhaus mit großem Grundstück oder auch in einer eleganten Altbauwohnung. Das muss nicht unbedingt in der Innenstadt sein, eher an deren Rändern. Die Versorgung mit dem öffentlichen Nahverkehr ist dabei nicht so wichtig, ich nutze ohnehin meistens das eigene Auto oder rufe ein Taxi. Eine stabile und niveauvolle Nachbarschaft ist mir dagegen sehr wichtig. Das Umfeld sollte dauerhaft, exklusiv und niveauvoll sein! Dafür zahle ich gerne auch einen höheren Preis!

Grundsätzlich bin ich zwar lieber „entre nous“, zurückhaltend und lieber etwas distanzierter, gleichwohl aber auch selbstbewusst und offen. Ich habe keine Probleme damit, auf andere Menschen zuzugehen, brauche aber meistens eine Weile, um mit ihnen richtig warm zu werden. Ich schaue mir genau an, mit wem ich mich einlasse. Auf kurzlebige „Spaß-Bekanntschafungen“ lege ich keinen Wert, da suche ich lieber nach seriösen Menschen und meinesgleichen. Vor allem mit den anderen etablierten Milieus verstehe ich mich sehr gut. Die haben oft ähnliche Einstellungen zum Leben und gleiche Werte. Und sie verfolgen klare Ziele.

Wegen meines korrekten Auftretens, meiner selbstbewussten und intellektuellen Art und meiner Art der gepflegten Kommunikation gerate ich dagegen leicht mit eher einfachen Menschen aneinander. Deren Lebensart ist mir oft zu unverbindlich. Sie denken, ich halte mich für etwas Besseres und möchte sie belehren. Aber für mich zählen eben ausschließlich Fakten und keine übertriebene Emotionalität. Eine stringente und nachvollziehbare Argumentation ist für mich in jedem Gespräch das Entscheidende. Auch die jungen Milieus, mit ihrer angeberischen, sprunghaften und unzuverlässigen Art sind nicht mein Fall.

Bürgerbeteiligung? Ja, da mach ich schon mit, vor allem, wenn ich mir eine eigene Meinung zum Thema gebildet habe. Ich beteilige mich aber lieber an altbewährten Formaten, wie zum Beispiel den klassischen Bürgerversammlungen im Rathaus, und natürlich gehe ich wählen! Zur eigenen Motivation ist es unbedingt hilfreich, wenn ich persönlich zur Mitwirkung angefragt und aufgefordert werde oder wenn es darum geht, meine eigenen Interessen zu vertreten. Demonstrationen oder auch moderierte Planungswerkstätten sind mir dagegen suspekt, das ist eher etwas für junge Leute! Beteiligung ist schon wichtig, aber der direkte, unmittelbare Draht zu den politischen Entscheidern und Verantwortlichen ist mir noch viel wichtiger. Aber eigentlich bin ich ohnehin zufrieden mit der Arbeit von Kommunalpolitik und Verwaltung.

Dos der Kommunikation

- Etikette: auf äußeres Erscheinungsbild, angemessenes Auftreten achten
- Augenhöhe herstellen und einhalten
- Überzeugend und mit erkennbarem Ziel kommunizieren: Wo kommen wir her, wo wollen wir hin?
- Standpunkte begründen, nachvollziehbare und belegbare Fakten liefern, Kompetenz zeigen und belegen
- Positiv sein und Lösungen aufzeigen
- Auf der Sachebene kommunizieren
- Eigeninitiative und Verantwortungsbewusstsein demonstrieren

Don'ts der Kommunikation

- Übermäßige Verwendung von Fremdwörtern, Anglizismen bzw. Denglisch à la „da müssen wir uns jetzt committen“, „wir müssen Output delivern“
- „Labern“ – zu lange und unkonkret reden, nicht zum Punkt kommen, reines Theoretisieren
- Mangelnde Selbstständigkeit und Sorgfältigkeit, unzureichende Vorbereitungen (z. B. falsche Fakten in einer Präsentation, fehlerhafte Rechtschreibung)
- Starke Emotionalität

3.2 Liberal-Intellektuelle – „Bildung und Wissen sind meine Statussymbole“

- **Altersschwerpunkt:** 30 - 44 Jahre plus
- **Bildung:** hoch, sehr oft Abitur und Studium
- **Berufliche Stellung:** mittlere bis leitende Position in Politik, Verwaltung, Wirtschaft
- **Einkommen/Absicherung:** hoch; Immobilien, vielseitige private/betriebliche Altersvorsorge
- **Wohnsituation:** EFH, ETW; moderner Neubau oder gehobener Altbau, in gehobener städtischer Lage oder am Stadtrand, bzw. Umland

Ich gehöre zum Milieu der Liberal-Intellektuellen und befinde mich in den besten Jahren zwischen 30 und 44 Jahren, viele sind auch etwas älter. Ich habe eine außerordentlich gute Bildung, wirtschaftlich geht es mir prima und ich kann für meine Familie nach und nach stabile, dauerhafte Wertanlagen schaffen, z. B. Immobilien. Ich leite mein eigenes kleines Unternehmen oder habe eine qualifizierte, oft leitende Position, zum Beispiel im öffentlichen Dienst.

Neben meiner liberalen Grundauffassung sind mir vor allem Bildung und Wissen sehr wichtig. Das sind meine Statussymbole, könnte man sagen. Ich wachse durch Lernen! Deswegen bin ich beruflich weit gekommen oder auf dem besten Weg. Ich arbeite gerne, bin ehrgeizig, nehme aktiv am gesellschaftlichen Fortschritt teil und habe hohe Ansprüche. Ich denke, wer sich anstrengt, der kann auch viel erreichen.

Meine Familie ist mir sehr wichtig! Höchstwahrscheinlich bin ich verheiratet und habe Kinder, auf deren Bildung ich ausgesprochen viel Wert lege. Da bin ich eher konservativ.

Ich habe viele Interessen, über die ich immer auf dem laufenden und gut informiert bin. Sie müssen Niveau und Stil haben, intellektuell anregend und herausfordernd sein. In der Freizeit lese ich viel, vor allem Zeitungen und gute Bücher. Ich treibe gerne Sport und achte auf die Gesundheit. Zudem reise ich gerne und bin kulturell sehr aufgeschlossen und tolerant. Reisen, gutes Essen und ein wenig Luxus, das ist mein Lifestyle und macht ein gutes Leben aus!

Obwohl ich auch meine konservativen Seiten habe, orientiere ich mich gerne an jungen, weltoffenen Milieus. Meine Ansichten sind zwar modern, liberal und tolerant, aber auf Qualitäten wie finanzielle Sicherheit und gepflegtes Aussehen lege ich großen Wert. Ich habe nicht nur an mich selbst hohe Ansprüche, sondern auch an mein Umfeld, also Familie, Kollegen und Freunde. Nicht alle können beim Wissen und meiner gepflegten Ausdrucksweise mithalten. Vernünftige, faktenbasierte Gespräche und Diskussionen sind mir wichtig, da darf man mich ruhig als „intellektuellen Denker“ bezeichnen. Auf andere mag ich besserwisserisch wirken, vielleicht sogar etwas arrogant. Aber ich bin eben sehr kritisch und hinterfrage vieles. Man kann ja nicht einfach alles hinnehmen, da muss man schon mal tiefer gehen und nachhaken.

Meist lebe ich in gut situierten Nachbarschaften. Ich möchte in einer gepflegten und vertrauten Umgebung leben, das ist mir wichtig! Bevorzugt im eigenen Haus, natürlich alleinstehend und mit schönem Grundstück. Oder aber in einer Eigentumswohnung im sanierten Altbau.

Die Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr ist dabei weniger wichtig, ich nutze ohnehin meist Auto oder Taxi. Aber die Nachbarschaft sollte stimmen und meiner Familie ein sicheres Umfeld bieten. Wenn ich das noch in der Innenstadt finde, wo auch ein bisschen Leben ist, umso besser! Dafür zahle ich gerne auch einen höheren Preis! Ich bin offen und kann gut auf andere zugehen, auch wenn ich eine Weile brauche, um warm zu werden. Ich schaue mir schon genau an, mit wem ich es zu tun habe, da bin ich den konservativen und bürgerlichen Milieus recht nahe. An Smalltalk bin ich nicht interessiert, da suche ich lieber meines

Gleichen. Vor allem mit gut situierten Milieus verstehe ich mich gut, die haben meist ähnliche Wertvorstellungen und Ziele.

Wegen meines korrekten Auftretens und meiner kritisch-intellektuellen Art gerate ich mitunter mit Konsum-Hedonisten und Prekären aneinander – sie denken, ich würde mich für etwas Besseres halten und empfinden mich als belehrend. Auch mit den jüngeren Milieus kann ich nicht so gut. Mit ihrer „hippen“ und sprunghaften Art sind sie mir zu unberechenbar.

Bürgerbeteiligung? Wenn es meine Verpflichtungen zulassen, bin ich dabei und vertrete meine Meinung! Als Bürger ist das mein Recht und meine Pflicht. Ich gehe auch zu Bürgerversammlungen oder unterstütze Nachbarschaftsinitiativen. Da treffe ich auch mal Sozial-Ökologische. Ich bin zwar oft nicht deren Meinung, habe aber Respekt vor ihrem Engagement. Von Beteiligungsangeboten erfahre ich meistens aus der Zeitung. Aber im Grunde bin ich ganz zufrieden mit der Arbeit von Politik und Verwaltung.

Dos der Kommunikation

- Begründete Daten und Fakten liefern und eine Vertiefung anbieten
- Informationen gut erschließbar, sinnvoll strukturiert gestalten
- Zusammenhänge mit anderen Lebensbereichen herausarbeiten, die Sinnhaftigkeit erläutern und Diskussionen zulassen
- Sich gut vorbereiten und damit nachhaltiges und langfristiges Denken zeigen
- Andere als „Sparringspartner“ nutzen
- Sachlich, rational argumentieren, abwägen und Vertiefungen zulassen

Don'ts der Kommunikation

- Simplifizieren und damit den Eindruck erwecken, man wolle sie unterfordern und damit evtl. etwas verschleiern
- Apodiktische Formulierungen wählen, die zum Widerspruch reizen
- Auch mit Rücksicht auf andere Milieus nicht zu intellektuell werden
- Pro-forma-Veranstaltungen: Veranstaltungen ohne Offenheit zur Mitarbeit, ohne Entscheidungs- und Gestaltungsmöglichkeiten
- Keine „alternativlosen“ Ziele ohne Spielräume nennen – das führt zu Misstrauen

3.3 Performer – „Mein Job ist mein Leben!“ – „Einfach mal machen!“

- **Altersschwerpunkt:** 30 - 44 Jahre
- **Bildung:** hoch, überdurchschnittlich häufig Abitur und Studium
- **Berufliche Stellung:** mittlere bis leitende Anstellung, Selbstständigkeit oder Unternehmertum
- **Einkommen/Absicherung:** hoch; Immobilien, Aktien/Fonds, private Altersvorsorge
- **Wohnsituation:** EFH, ETW; moderner Neubau, gehobener Altbau oder Townhouse, in gehobener städtischer Lage oder am Stadtrand

Ich gehöre zum Milieu der Performer. Wie die Liberal-Intellektuellen, allerdings rund zehn Jahre jünger im Durchschnitt, gehöre ich zu den gesellschaftlichen Leitmilieus und stehe mitten im Leben.

Zusammen mit den anderen gehöre ich zu den gut situierten, leistungsorientierten Milieus. Ich habe eine außerordentlich gute Ausbildung und führe ein tolles, interessantes Leben: Um Geld muss ich mir keine großen Sorgen machen. Ich befinde mich in einer Lebensphase, in der mich mein Beruf sehr stark beansprucht. Aber ich arbeite gerne, mein Job ist mein Leben! Entweder stelle ich gerade ein eigenes Unternehmen auf die Beine oder ich bin angestellt in einer hochqualifizierten oder leitenden Position. Vorzugsweise in einer Branche, in der man sehr gut verdienen und vorwärtskommen kann.

Man muss etwas leisten, Herausforderung suchen und einfach anpacken und machen! Denn am Ende zahlt sich die Arbeit aus: Finanzieller Erfolg ist mir sehr wichtig. Er ist meine Bestätigung und nur so kann ich mir ein bisschen Luxus leisten. Da gönne ich mir ab und an auch mal was. Das steht für mich an erster Stelle. Aber eine Familie ist auch nicht unwichtig und vielleicht bin ich sogar verheiratet und habe Kinder.

Sehr wichtig ist mir auch ein großes Netzwerk, diese Einstellung teile ich mit den jüngeren Expeditiven. Gerade in meiner Freizeitgestaltung habe ich viel mit denen gemeinsam: ich treffe mich gerne mit Freunden und Bekannten, z. B. zum Kochen. Da probiere ich gerne neue Rezepte aus, die ich von meinen Reisen mitbringe. Oder ich gehe in gute Restaurants oder nach Feierabend mal ein „gepflegtes Glas Wein“ mit Kollegen trinken. Das muss nicht unbedingt da sein, wo ich wohne, ich bin ja mobil! Außerdem gibt es ja noch Social Media, das macht es einfach, mit Leuten in dauerhaftem Kontakt zu bleiben. Man muss nur wissen wie, dann ist das Internet mit seinen Möglichkeiten eine Bereicherung!

Ich bin modern, dynamisch, mobil und habe Spaß im Leben. Und was Finanzen angeht, finde ich, muss man auch mal ein kalkuliertes, gut durchdachtes Risiko eingehen, damit es sich auszahlt. Aber bei bestimmten Themen bin ich dann doch auch recht konservativ: einen durchdachten Plan und eine Strategie zu haben ist wichtig, nur so kann man wirklich Erfolg haben. Für mich zählen nur Wissen, Fakten und Vernunft. Deswegen ist es auch wichtig, gut informiert und immer auf dem Laufenden zu sein.

Wenn ich nicht schon eine Eigentumswohnung besitze, dann werde ich mit Sicherheit später einmal eine erwerben. Ob ich darin auch wohnen will, wird sich zeigen. Man muss ja mobil bleiben, aber als Geldanlage und als Altersvorsorge ist so eine Immobilie natürlich eine gute Lösung. Vor allem, wenn sie hochwertig ist und sich in guter Wohnlage befindet! Ich wohne gerne in einer lebhaften aber zugleich auch gepflegten Umgebung. Urbanes Leben, also ein paar Cafés und Bars, ein Kino, Galerien, ein paar Läden, das ist ein Muss! Aber wenn ich Kinder habe, dann sind natürlich auch Schulen und Kitas wichtig. Dann würde ich auch umziehen, in eine gut situierte Nachbarschaft, in der es ruhiger ist und die Kinder in sicherer und grüner Umgebung aufwachsen können. Mir fällt es leicht, auf andere zuzugehen. Das ist besonders im Berufsalltag wichtig, denn vieles läuft heute über Kontakte und diese müssen gut gepflegt werden. Ich weiß, dass ich zur Leistungselite in der Gesellschaft gehöre. Ich bin effizient und leistungsorientiert. Obwohl ich ein liberaler Mensch bin, kommt das bei manchen als Arroganz und Hochmut an, zum Beispiel bei den bürgerlichen oder sozial schwächer gestellten Milieus. Mit den gut situierten Milieus verstehe ich mich aber sehr gut. Die denken oft ähnlich und engagieren sich genauso wie ich. Aus den Expeditiven kann mal was werden, aber die sind doch noch sehr sprunghaft und jung. Ich bin in allem, was ich mache, sehr engagiert, vorausgesetzt es interessiert mich und zahlt sich aus! Dann finde ich auch die Beteiligung der Bürger wichtig. Aber nichts ist schlimmer als langwierige Diskussionen und ineffiziente Abstimmungsrunden. Da denke ich wie viele Jüngere. Bevor ich meine Zeit bei ergebnislosen Versammlungen verschwende, unterstütze ich lieber gleich eine Partei, eine Institution oder engagiere mich in einem Aufsichtsrat!

Dos der Kommunikation

- Kommunikative Phantasie beweisen (z. B. durch Vermeidung von „Amtsdeutsch“)
- Rational und informierend auf Augenhöhe argumentieren
- Positiv kommunizieren – betonen, was möglich ist, ergebnisorientiert, konstruktiv
- Sachverhalte mit klaren Fakten belegen, herleiten und begründen
- Erkennbar machen, warum ihre Meinung wichtig und von Bedeutung ist
- Ihre Sachkenntnis abfragen und nutzen

Don'ts der Kommunikation

- Kommunikativ zögernd, ausweichend, belehrend oder in gestanzten Formeln agieren, z. B. mit „Amtsdeutsch“
- Theorisieren und starkes Abstrahieren – Realitätsferne und Träumerei
- Passivität, Langsamkeit und Langwierigkeit, Zeitverlust, z. B. durch lange Abstimmungsrunden, Umständlichkeit und Bürokratie
- Wissen abqualifizieren, das Gefühl vermitteln, inkompetent und ahnungslos zu sein

3.4 Expeditiv – „Was kostest die Welt?“ – „Ich mach mein Ding“

- **Altersschwerpunkt:** 18 - 29 Jahre
- **Bildung:** hoch, sehr oft Abitur und Studium, häufig noch in der Ausbildung
- **Berufliche Stellung:** einfache bis qualifizierte Anstellung, Selbstständigkeit
- **Einkommen/Absicherung:** mittel bis hoch (je nach Ausbildungsstand); gering
- **Wohnsituation:** MW; Altbau, Blockrand; in städtischer Lage

Ich gehöre zum Milieu der Expeditiven und im Vergleich zu den anderen Milieus bin ich echt jung, so Anfang, Mitte 20. Knapp 20 Prozent von uns haben einen Migrationshintergrund.

Ich habe gerade das Abitur gemacht oder studiere schon. Manchmal mache ich auch eine coole Ausbildung z. B. im kreativen Bereich. Naja, so einen richtigen Beruf habe ich noch nicht, aber den einen oder anderen Nebenjob, je nachdem, was gerade so geht. Es gibt so vieles, was man machen kann! Aber das Geld reicht zum Leben, viel brauch ich nicht. Später will ich vielleicht auch mal Karriere machen. Ehrgeizig bin ich schon, will was erreichen und mich selbst verwirklichen. Aber das Leben soll vor allem Spaß machen, deswegen gehe ich das Ganze unverkrampft an! Da denke ich wie die anderen jungen Milieus.

Natürlich habe ich Beziehungen, aber heiraten, Familie gründen? Nein, daran denke ich nicht. Festlegen will ich mich noch nicht, das ist zu früh! Anspruchslos bin ich deswegen aber nicht, im Gegenteil. Ich bin kreativ und habe etwas zu bieten, das erwarte ich aber auch von anderen!

Je nach Lage und finanziellem Status mache ich ähnliche Sachen, wie die anderen jungen Leute. Ich habe einen großen Freundeskreis und bin viel in sozialen Netzwerken unterwegs. Auch offline bin ich am liebsten unter Menschen, gehe viel in Bars, Clubs usw. Oder ich mache kreative Sachen, Fotografieren, Zeichnen. Wenn ich genug Geld gespart habe, reise ich viel. Ich möchte die Welt sehen, andere Kulturen kennenlernen! Vielleicht möchte ich auch mal für längere Zeit woanders leben und zum Beispiel ERASMUS machen.

Ich mache „mein Ding“, so wie ich das will. Hey, ich bin jung und es gibt so vieles, was man ausprobieren muss. Ich mag Herausforderungen und habe kein Problem, ins kalte Wasser zu springen, man darf nur den Spaß nicht verlieren. Gut, nicht alles kann Spaß machen, klar. Ich engagiere mich auch gerne für ansprechende Projekte, die gut aufgezogen sind, z. B. einen Pop-up Store organisieren. Das ist interessant, punktuell und gut. Das Ganze dann auf Facebook und Instagram vermarkten - läuft! Auf dauerhafte, verbindliche Projekte möchte ich mich aber nicht einlassen. Ich weiß ja gar nicht, ob ich im nächsten Jahr noch hier lebe.

Wenn ich nicht zu Hause bei den Eltern wohne, dann vermutlich in einer Wohngemeinschaft mit anderen, mir ähnlichen jungen Leuten. Die Wohnung ist vielleicht nicht saniert, aber irgendwie ist das cool. Zudem teilt man sich die Kosten, sodass man von steigenden Mieten nicht aus der Bahn geworfen wird. Wichtiger ist mir, dass im Viertel was los ist, dass ich jeden Tag etwas Neues

entdecken kann! Bars, Cafés, Clubs, Secondhand-Läden, Kinos - sonst wird's langweilig. Niemals würde ich in eine Gartenzaun-gegend ziehen, das geht gar nicht! In der Nachbarschaft wohnen viele junge Leute, auch Sozial-Ökologische und mitunter Prekäre und Traditionelle. So ist das in der Innenstadt - buntgemischt - und das ist auch gut so.

Neue Leute kennenzulernen fällt mir leicht, auch weil ich viel unterwegs bin. Meistens sind die in meinem Alter. Und klar, das Internet hilft dabei! Ohne Internet und Social Media geht nix! Damit bin ich ja aufgewachsen und kann mir kaum vorstellen, wie das früher war!

Am nächsten sind mir Experimentalisten, vielleicht noch Performer, deren Ansichten sind nicht so festgefahren. Bürgerliche Milieus sind okay, aber langweilig. Viele denken, ich sei sprunghaft. Ich nenne das impulsgebend und flexibel! Vor allem konservative und liberale Milieus sind der Meinung, ich wäre nicht loyal und nicht bereit, mich zu binden. Aber um ehrlich zu sein, kommen die auch nie zum Ende. Wenn sie mich dann noch belehren wollen mit gutgemeinten Ratschlägen, da krieg ich 'nen Hals. Ich denke halt anders, nicht so langfristig. Vielen älteren und bürgerlichen Milieus bin ich einfach zu stressig, die kommen da nicht mit. Die konservativen Milieus regen mich auf, die leben im Vorgestern und kriegen nie etwas mit. Von Genderdebatten und Fridays for Future haben die keine Ahnung. Dabei sollten sie kapieren: die Welt ändert sich und nicht alles, was gut und richtig war, ist es heute noch immer.

Bürgerbeteiligung? Ich sag nur: „Hashtag boring!“ Wenn das nur nicht so altbacken wäre. Und am Ende kann man doch nichts bewegen, weil Politiker nie halten, was sie versprechen. Dafür ist mir meine Zeit zu kostbar! Ich engagiere mich ja auch mal, meist kurzfristig, unterschreibe Petitionen oder gehe auf eine Demonstration. Aber Versammlungen sind unfassbar langweilig, das ist nur etwas für Konservative oder Ältere. Wer mit mir kommuniziert und kooperiert, der sollte kreativ und wie ich mit Leidenschaft bei der Sache sein. Ich finde nichts schlimmer, als ideenlose und halbherzige Dinge, vor allem beim Design – ich bin sehr visuell veranlagt. Klar, Inhalt geht vor, aber was mich optisch nicht anspricht, hat keine Chance.

Dos der Kommunikation

- Gut auf die kommunikative Herausforderung vorbereiten. Was ist das Ziel?
- Flexibilität einüben und anwenden. Sich auf Variabilität und Flexibilität einstellen
- Transparenz herstellen, eigene Interessen offen kommunizieren, offen abwägen
- Klar Position beziehen und eine erkennbare Haltung einnehmen
- Deutlich und geradeheraus kommunizieren, das erhöht Transparenz und Vertrauen

Don'ts der Kommunikation

- Belehrungen in Form von gut gemeinten Ratschlägen „von oben herab“

- Absolutismus und Engstirnigkeit, vermeintliche Alternativlosigkeit
- Eigene Interessen zurückhalten, nicht klar darlegen
- Grenzenloses Engagement erwarten – morgen kann schon etwas Anderes von Interesse sein
- Stark vereinfachen oder mit komplexen Fakten um das Thema herumreden

3.5 Experimentalisten – „Nur tote Fische schwimmen mit dem Strom“

- **Altersschwerpunkt:** 18 - 29 Jahre und älter
- **Bildung:** mittel, häufig noch in der Ausbildung
- **Berufliche Stellung:** einfache bis mittlere Anstellung
- **Einkommen/Absicherung:** niedrig bis mittel (je nach Ausbildungsstand); gering
- **Wohnsituation:** MW; Blockrand, Hochhaus; in preiswerter städtischer Lage

Ich gehöre zu den Experimentalisten. Zusammen mit den Expeditiven bilde ich das junge, kritisch kreative Milieusegment. Im Vergleich zu anderen Milieus bin ich recht jung, so im Alter zwischen 20 und 30. Allerdings sind meine Lebensverhältnisse, Wertvorstellungen und Einstellungen über viele Jahre hinweg sehr stabil, so dass ich durchaus auch älter sein kann.

Beruflicher Erfolg und Karriere spielen in meinem Leben keine große Rolle. Ein mittlerer Abschluss, eine Ausbildung, das ist schon okay. Viel wichtiger ist es, dass meine Arbeit zu mir und meiner Lebensweise passt. Die Kohle steht dabei absolut nicht im Mittelpunkt – es muss halt für die Grundversorgung reichen. Man könnte sagen, ich arbeite um zu leben und nicht umgekehrt. Da ähnele ich den Konsum-Hedonisten. Das heißt aber nicht, dass ich anspruchslos bin. Ich habe schon Ziele und Leidenschaften, aber halt weniger im Beruf.

Von großen Lebensplänen oder konservativen Konventionen halte ich nicht viel. Dieses „Erst Schule, Beruf, Heiraten, dann Haus und Kind - so macht man das“ – das ist nicht mein Ding. Viele von uns sind Single, haben Kinder auch ohne verheiratet zu sein oder leben gerne, ganz bewusst und viele Jahre in Wohngemeinschaften. Das Leben wird dadurch einfach angenehmer, lebenswerter, interessanter und lustiger. Ich will immer was erleben, Leute treffen, ausgehen, über soziale Medien meine Kontakte pflegen, das ist mir echt wichtig. Klar, manchmal mache ich auch gerne einen Ruhigen zu Hause, zocke Computerspiele oder vertreibe mir die Zeit im Internet.

Was das Politische betrifft, bin ich den Sozial-Ökologischen ähnlich. Ich pflege bewusst einen alternativen Lebensstil und lebe jenseits des Mainstreams. Deren Normen, Werte, dieses Schwarz-Weiß-Denken, das ist nicht mein Ding. Was soll das überhaupt? Ich lass mich nicht gerne in eine Schublade stecken und hinterfrage gerne überkommene Werte. Konservative oder bürgerliche Milieus finden meine Lebensweise oft extrem und provozierend. Besonders, wenn ich nach ihrem Empfinden schon in einem „seriösen Alter“ bin. Mir macht das nichts, im Gegenteil, es ist mitunter spaßig, andere in ihrer vor Spießigkeit und Konformität

strotzenden Mainstreamblase zu provozieren. Regeln sind dazu da, gebrochen zu werden! Ich möchte einfach Spaß haben, mein Leben genießen. Ich bin spontan und flexibel. Man darf einfach nicht alles so ernst nehmen.

Meistens wohne ich in einer Mietwohnung. Ich brauche die Abwechslung, die Impulse, die Menschen und das Leben um mich herum. Deshalb wohne ich auch am liebsten in der Innenstadt. Ich find's schon gut, wenn was los ist, Kneipen, Cafés, bunte Menschen und so. Nur die Miete darf nicht zu teuer sein, da darf das Viertel ruhig ein bisschen runtergerockt sein. Sauberkeit, das ist mir nicht so wichtig. Hauptsache die Nachbarn lassen mich in Ruhe und gucken nicht ständig über den „Gartenzaun“. In meiner Nachbarschaft wohnen viele junge, mir ähnliche Leute sowie einige Sozial-Ökologische, die haben auch kein Problem damit, in einem bunten Kiez mit den vielfältigsten Menschen zu leben. Sehr wichtig ist für mich, dass es gute Verbindungen mit dem Fahrrad oder den „Öffis“ gibt.

Auch wenn ich mich gerne mit Leuten umgebe, die meine Auffassungen teilen und ich mich oft in bestimmten Szenen oder Netzwerken bewege, bin ich alles in allem Unbekanntem und Neuem gegenüber aufgeschlossen. Solange alle ihr Ding machen können, ist alles gut. „Leben und leben lassen“ ist mein Motto. Es muss anstrengend sein, zu den Konservativen oder Bürgerlichen zu gehören und ständig auf Etikette bedacht zu sein.

Auf andere mag ich sprunghaft wirken, ich bin halt jemand, der neue Dinge ausprobiert und einfach mal ins kalte Wasser springt. Ich finde, man muss auch mal was wagen. Nur tote Fische schwimmen mit dem Strom. Für die Traditionellen, Bürgerlichen und die Etablierten ist meine Lebensweise überhaupt nicht nachvollziehbar. Mit den Expeditiven kann ich am besten, die sprechen noch am ehesten meine Sprache.

Diese Bürgerversammlungen finde ich super langweilig, das ist etwas für Etablierte. Wenn jemand etwas von mir will, dann muss er das klar und deutlich sagen. Sowohl das stark vereinfachen, als auch kompliziert um den heißen Brei herumreden, ist furchtbar und bei gut gemeinten Ratschlägen krieg ich echt 'nen Hals! Da geh ich lieber demonstrieren oder sammle Unterschriften. Aber mal ehrlich, bei diesen Bürgerversammlungen oder Planungsverfahren, da kommt doch nie etwas bei rum. Wirkliches Interesse an unserer Meinung haben die Politiker eh nicht. Am Ende ist es doch ganz egal, welche Vorschläge ich da einbringe, umgesetzt wird doch nur, was ihnen die Mächtigen vorschreiben!

Dos der Kommunikation

- Sich gut vorbereiten auf die kommunikative Herausforderung – was ist das Ziel?
- Flexibilität üben und anwenden – auf Variabilität und Flexibilität einstellen
- Transparenz herstellen, Interessen offenlegen und kommunizieren, offen abwägen
- Klar Position beziehen und eine erkennbare Haltung einnehmen
- Deutlich und geradeaus kommunizieren, das schafft Transparenz und Vertrauen

Don'ts der Kommunikation

- Belehrungen in Form von gut gemeinten Ratschlägen „von oben herab“
- Absolutismus und Engstirnigkeit, vermeintliche Alternativlosigkeit
- Eigene Interessen zurückhalten, nicht klar darlegen
- Grenzenloses Engagement erwarten, morgen kann es andere Interessen geben
- Stark vereinfachen oder mit komplexen Fakten um das Thema herumreden

3.6 Sozial-Ökologische – „Dann haue ich auch auf den Tisch!“

- **Altersschwerpunkt:** 45 - 64 Jahre
- **Bildung:** mittel bis hoch, häufiger Haupt- oder Realschulabschluss und Lehre
- **Berufliche Stellung:** einfache bis mittlere Anstellung
- **Einkommen/Absicherung:** mittel; betriebliche Altersvorsorge
- **Wohnsituation:** MW; Altbau; in städtischer Lage, am Stadtrand, bzw. Umland

Ich gehöre zum Milieu der Sozial-Ökologischen und bin zwischen 45 und 64 Jahre alt.

Die Ausbildung ist mir wichtig, wenigstens ein Realschulabschluss sollte es sein. Und eine Berufsausbildung, gerne auch im sozialen Bereich. Eine qualifizierte Stelle bei einer guten Firma oder der Stadt ist nicht schlecht. Hauptsache man hat etwas Ordentliches gelernt und kommt im Leben voran. Die große Karriere muss es nicht sein, aber eine stabile, sichere Existenz, da bin ich eher bürgerlich geprägt.

Meistens bin ich schon etwas älter, alleinstehend oder geschieden. Falls ich verheiratet bin und noch jüngere Kinder habe, dann ist es mir wichtig, ihnen was bieten zu können: ein harmonisches Zuhause, vielleicht ein Kleingarten, ab und zu Urlaub, Familienausflüge mit dem Fahrrad, vor allem aber Sicherheit. Das ist doch das schönste im Leben: Familie und glückliche Kinder. Auch da bin ich recht bürgerlich, fast schon konservativ im Denken.

Ich finde immer etwas, um mich gut zu beschäftigen: ein Buch lesen, Nachrichten schauen, kochen, gärtnern, ab und zu im Haushalt etwas reparieren, alte Möbelstücke restaurieren. Viele häusliche Tätigkeiten, da bin ich durch und durch bürgerlich.

Auf soziale Gerechtigkeit lege ich größten Wert, da bin ich wie die Liberal-Intellektuellen sehr kritisch. In etablierten Kreisen bezeichnet man mich gerne als rebellisch, ich finde aber, man muss in dieser Welt eine kritische Grundhaltung haben. Die Erfahrung zeigt doch, dass man der Moderne nicht trauen kann. Feste Überzeugungen sind für mich unverzichtbar, auch wenn es mich persönlich gar nicht betrifft. Gemeinwohl, soziale Gerechtigkeit, Gleichberechtigung und Nachhaltigkeit, das sind Werte, die mir wichtig sind - viel wichtiger als das große Geld. Ich verachte Menschen, die immer nur nach Profiten gieren! Aber ein wenig

Sicherheit im Leben ist mir auch wichtig. Ich mag es einfach, wenn alles bleibt, wie es ist. Warum muss immer alles modernisiert und technisiert werden?

Meiner finanziellen Lage entsprechend, wohne ich oft in einer Innenstadtwohnung zur Miete, in Nachbarschaft zu den mir ähnlichen jüngeren Milieus. Oder aber weiter außerhalb. Zur Sicherheit hätte ich gerne etwas Eigenes, eine schöne Wohnung mit Balkon, ein Häuschen mit Solardach, Garten und Komposthaufen, gerne am Stadtrand, Hauptsache ein wenig Grün. Aber es sollte auch nicht zu einsam sein, ein Café, Spielplatz, gute Kitas, Schulen und eine sichere Umgebung mit netten, engagierten Nachbarn, das wäre wichtig.

Es fällt mir leicht auf andere zuzugehen. Wichtig ist dabei aber Respekt, Wertschätzung und Anerkennung. Ich denke da ähnlich wie die Experimentalisten: jeder soll seiner Wege gehen und leben, wie es ihm gefällt. Würden wir uns alle mit Toleranz begegnen, dann wäre die Welt friedlicher. Aber es gibt auch Dinge, da hört der Spaß auf! Wenn sich alles nur um den Profit dreht und die Natur und die Menschen zu kurz kommen, dann haue ich auf den Tisch!

Wenn es darum geht, seine Meinung zu sagen und mitzumischen, dann verstehe ich mich auch mit Liberal-Intellektuellen. Performer denken dagegen nur ans Geschäft und vergessen das Wichtigste. Wie die Exeditiven halten sie mich für dogmatisch, aber man braucht Haltung und muss für seine Meinung einstehen! Prima verstehe ich mich mit Bürgerlichen, solange es nicht um Politik geht. Mit älteren und sozial schwächer gestellten Milieus kann ich nicht so gut, vor allem Letzteren scheint vieles egal zu sein. Mit Resignation komme ich nicht klar.

Bürgerbeteiligung? Na klar! Ich mische mich immer ein und sage meine Meinung, vor allem, wenn es mich betrifft, z. B. beim Elternabend. Ich setze mich immer für das Gute ein, auf Bürgerversammlungen, Demonstrationen, in Initiativen und Unterschriftenaktionen! Dabei trifft man mitunter auch Liberale. Ich bin nicht immer ihrer Meinung, respektiere sie aber. Bei der Bürgerbeteiligung ist es wichtig, dass alles offen auf den Tisch gebracht wird. Ich mag es nicht, wenn mit perfiden Strategien versucht wird, Menschen zu manipulieren. Hochtrabende Versprechen oder „Schönfärberei“ erzeugen bei mir Misstrauen, deshalb ist es wichtig, dass alles offen kommuniziert wird. Mit der Politik bin ich oft unzufrieden. Bei jeder Wahl das gleiche: Leere Versprechen und sonst nichts. Immer muss man selber aktiv werden!

Dos der Kommunikation

- Das Für und Wider offen auf den Tisch legen. Daten und Fakten klar kommunizieren, auch wenn sie gefährlich sein können – mit ihrer Akribie finden sie sie selber
- Eigene Sprache und Ausdrucksformen kritisch reflektieren – wie wirkt das?
- Ihre normativen Positionen wertschätzen und als bedeutsam anerkennen
- Ihren Sachverstand schätzen, sie motivieren, Fähigkeiten und Engagement nutzen

- Im Konflikt ruhig, gelassen und objektiv bleiben, auch wenn es schwerfällt
- Sinn vermitteln, der sie anspricht, sich fragen, was sie gut finden könnten

Don'ts der Kommunikation

- Marketingduktus verwenden, Überzeugungstaktik und Kommunikation als Werkzeug der Beeindruckung gelten als Manipulation
- Mit „rosa Brille“ arbeiten, Schönfärberei führt zu Misstrauen
- Gegnerische Perspektiven zulassen oder sich auf deren Seite schlagen
- Ökonomisch argumentieren, ohne Beachtung von Nebeneffekten und Nachteilen – z. B. Verkehrsunfälle als „volkswirtschaftlichen Schaden“ titulieren
- In den „Nahkampfmodus“ gehen, auch wenn man sich angegriffen fühlt

3.7 Bürgerliche Mitte – „In vielen Situationen will ich kein Risiko eingehen“

- **Altersschwerpunkt:** 45 - 64 Jahre
- **Bildung:** mittel, häufiger Haupt- oder Realschulabschluss und Lehre
- **Berufliche Stellung:** einfache bis mittlere Anstellung
- **Einkommen/Absicherung:** mittel; Immobilie in Eigennutzung, Riesterrente, betriebliche Altersvorsorge
- **Wohnsituation:** EFH, RH; am Stadtrand, bzw. Umland

Ich gehöre zum Milieu der Bürgerlichen Mitte und bin zwischen 45 und 64. Damit gehöre ich zu den Milieus im besten, etwas fortgeschrittenen Alter. Ich bin in der Regel verheiratet und habe Kinder, die vielleicht auch schon etwas älter sind.

Eine gute Ausbildung zu haben, das war mir wichtig, also einen Realschulabschluss und im Anschluss eine anständige Lehre. Dann hat man etwas Ordentliches und kommt voran. Häufig arbeite ich in einer einfachen bis mittleren Anstellung. Die große Karriere war mir nie wichtig, aber man muss hart arbeiten, das ist normal! Wenn man diszipliniert und vernünftig ist, finanziell keine Risiken eingeht, dann kann man sich eine sichere Existenz aufbauen. Da würden mir alle bürgerlichen Milieus bestimmt rechtgeben.

Meiner Familie will ich etwas bieten: Ein harmonisches, warmes, liebevolles Zuhause, schöne Urlaube und Sicherheit. Meine Familie ist mein Hafen. Darum geht es doch im Leben, Familie und Kinder. Dass ich meine Familie versorgen kann, ist mir am wichtigsten! Und im besten Fall kann ich meinen Kindern mal etwas hinterlassen, Ersparnisse oder ein kleines Haus.

Ich selbst bin ein bescheidener und vernünftiger Mensch. Von anderen erwarte ich einen respektvollen Umgang miteinander. Naja, natürlich auch Anerkennung und Wertschätzung, das ist

wichtig, das gibt mir Sicherheit. Ich finde es schön, zu sehen, dass auch ein paar jüngere Menschen noch so denken. Also vor allem die Adaptiv-Pragmatischen sind mir in dieser Hinsicht ähnlich. Heutzutage ist das leider nicht mehr selbstverständlich. Die Gepflogenheiten ändern sich, auch der Umgang miteinander. Ich bin ein Gewohnheitsmensch, bleibe lieber bei dem, was ich kenne. In vielen Situationen will ich einfach kein Risiko eingehen.

Um etwas Sicherheit zu haben und meinen Kindern etwas hinterlassen zu können, möchte ich etwas Eigenes haben, ein Häuschen (gerne auch ein Reihenhaus) mit kleinem Garten, am liebsten außerhalb der gefährlichen Großstadt, wo es schön ruhig, sicher, sauber und grün ist. Wichtig ist, dass wir uns wohl fühlen und mit netten Leuten in der Umgebung zusammenleben. Ich wohne daher am Liebsten in einer bürgerlichen Nachbarschaft, mit ordentlichen, ruhigen und sauberen Menschen eben. Man muss sich in der Nachbarschaft schon gut kennen, am besten auch Vertrauen zueinander haben. Nur so ist ein harmonisches Miteinander möglich und das ist mir sehr wichtig und für mich ein Stück Lebensqualität.

Ich kann sehr offen und herzlich sein zu Menschen, die ich gut kenne und die mir ähnlich sind. Mit denen verstehe ich mich, wenn wir miteinander erstmal warm geworden sind, meist sehr gut. Man respektiert sich eben gegenseitig, das ist mir wichtig. Ansonsten bin ich eher zurückhaltend, vor allem in der näheren Umgebung. Da schaue ich mir schon ganz genau an, mit wem ich es zu tun habe. Wenn es um Kommunikation geht, so finde ich es besonders wichtig, niemandem zu nahe zu treten oder andere durch unbedachte Aussagen zu verletzen. Ich bin aber trotzdem für klare Ansagen, die Ursachen und Konsequenzen aufzeigen, sich aber nicht in Nebensächlichkeiten verlieren. Aber auch dabei gilt: der Ton macht die Musik!

Ich verstehe mich gut mit Adaptiv-Pragmatischen, die sind mir ähnlich. Auch mit Sozial-Ökologischen, aber nur, wenn sie wegen der Politik nicht zu wild auf die Barrikaden gehen. Mit Prekären kann ich nicht so gut, die kommen mir oft unvernünftig vor, aber letztlich können sie einem leidtun. Die ganzen gut etablierten Milieus sind mir zu abgehoben. Ich muss nicht mit erhobener Nase herumlaufen und auch nicht ständig um die Welt fliegen. Auch wenn das vielleicht langweilig klingt, dass man Risiken scheut und seine Energie in die Familie steckt.

Ich gebe zu, Konflikte austragen gehört nicht zu meinen Stärken. Ich finde das nicht angebracht, da bin ich eher zurückhaltend. Deswegen würde ich nie auf Demonstrationen gehen, das kommt nicht in Frage. Sozial-Ökologische tun das eher, aber die sind mir zu rebellisch. Zur Wahl gehe ich schon. Auch mal zur Bürgerversammlung, bei nachbarschaftlichen Themen und wenn ich das Gefühl habe, etwas zu bewirken. Es ist aber wichtig, dass ich gut informiert bin, sonst fühle ich mich unwohl oder gehe gar nicht erst hin. Engagement in der Nachbarschaft ist wichtig, aber oft fehlt mir die Zeit. Meine Familie ist letztlich wichtiger. Und viel bewegen kann man ja doch nicht. Aber eigentlich funktioniert Politik ja auch ganz gut bei uns, selbst wenn es oft drunter und drüber geht. Von der Politik würde ich mir einfach wünschen, dass sie konsequent durchgreift. Diese vielen Verhandlungen führen doch zu nichts.

Dos der Kommunikation

- Genau hinhören, was sie meinen, vertreten sie ihre Meinung oder die, die man von ihnen erwartet?
- Direkt und „normal“ sprechen, Ursachen und Konsequenzen aufzeigen und die Kommunikation nicht mit Nebensächlichkeiten überfrachten
- Erfahrbar bleiben, Lebenswirklichkeit akzeptieren, klar und einfach kommunizieren
- Grenzen des Privaten respektieren und berücksichtigen

Don'ts der Kommunikation

- Gesagtes unreflektiert als „bare Münze“ zu nehmen – sie sagen oft Dinge nicht direkt, um nicht anzuecken und Konflikte zu vermeiden
- „Tacheles reden“, Grenzen verletzen, soziale Erwünschtheit ignorieren
- Sie exponieren, zur öffentlichen Kommunikation zwingen und damit möglichen kommunikativen Angriffen aussetzen; als Konsequenz machen sie dann gerne „zu“

3.8 Adaptiv-Pragmatische – „Eigentlich kann ich mich überall gut einfügen“

- **Altersschwerpunkt:** 30 - 44 Jahre
- **Bildung:** mittel bis hoch, häufig noch in der Ausbildung
- **Berufliche Stellung:** einfache bis qualifizierte Anstellung
- **Einkommen/Absicherung:** mittel bis hoch; Immobilien, private/betriebliche Altersvorsorge
- **Wohnsituation:** MW, bevorzugt EFH, RH, in städtischer Lage, am Stadtrand, Umland

Ich gehöre zum Milieu der Adaptiv-Pragmatischen. Relativ viele, also etwa ein Drittel von uns, haben Wurzeln in einem anderen Land, wollen sich aber vorbildlich integrieren. Ich bin vergleichsweise jung, so Mitte 30, und damit kaum älter als die Expeditiven.

Eine gute Ausbildung ist mir sehr wichtig, also wenigstens ein Realschulabschluss und im Anschluss eine vernünftige Lehre. Dann hat man etwas Ordentliches und kommt im Leben voran. Entweder bin ich noch in der Ausbildung oder bin in einer einfachen bis qualifizierten Anstellung. Ehrlich gesagt, die große Karriere ist mir nicht so wichtig, ich bin aber sehr auf Sicherheit bedacht. Klar, man muss viel arbeiten, flexibel und anpassungsfähig sein, das ist normal! Nur so kann man eine stabile Existenz und finanzielle Sicherheiten aufbauen.

Falls ich noch nicht verheiratet bin und keine Kinder habe, dann ist das auf jeden Fall etwas, was ich mir wünsche! Vor allem ist es mir wichtig, meine Familie versorgen zu können. Den Kindern will ich etwas bieten und später etwas hinterlassen! Ein harmonisches, liebevolles Zuhause, viel Sicherheit und ab und zu einen schönen Urlaub. Darum geht es im Leben: Familie und Kinder, da bin ich eher bürgerlich geprägt.

Toleranz ist wichtig und selbstverständlich, das erwarte ich auch von anderen! Da bin ich genauso harmoniebedürftig wie die anderen Bürgerlichen. Alle sollten so leben, wie es ihnen gefällt. Und wenn wir uns alle mit Toleranz begegnen würden, dann wäre die Welt friedlicher. Ich bin bescheiden und vernünftig, aber ein wenig Anerkennung ist schon wichtig, das gibt Sicherheit. Und darauf lege ich großen Wert. Ich bin ein Gewohnheitsmensch und bleibe lieber bei dem, was ich kenne, auch in der Sprache: Ich mag es nicht, wenn sich Menschen hinter der unverständlichen Sprache von Experten oder Intellektuellen verstecken! Auf einen gleichberechtigten Umgang und gegenseitige Wertschätzung sollte man im Gespräch schon achten.

Meistens wohne ich noch in einer Mietwohnung. Aber um etwas Sicherheit zu haben, möchte ich auch gerne etwas Eigenes haben, eine schöne Wohnung oder ein kleines Haus, vielleicht in der Stadt oder etwas außerhalb. Aber es sollte nicht zu abgelegen sein, ein Café, für die Kinder einen Spielplatz, eine gute Kita, Schule und vor allem eine sichere Umgebung sollte es schon geben. Wenn ich die Wahl hätte, würde ich unbedingt eine gutbürgerliche Nachbarschaft bevorzugen. Aus finanziellen Gründen ist das aber schwierig, daher lebe ich häufig in bunt gemischten Quartieren. Das ist aber in Ordnung, ich kann mich anpassen. Wichtig ist, dass wir uns wohlfühlen und nette Menschen um uns haben.

Mir fällt es leicht, auf andere zuzugehen, mit den meisten verstehe ich mich gut. Man respektiert sich, das ist wichtig: Wertschätzung, Respekt und Anerkennung, da halte ich es wie die Sozial-Ökologischen. Und wenn man mal unsicher ist, dann kann man ja auch dazulernen und schauen, wie andere das machen. Das kann ja nicht falsch sein, oder? Das gibt mir Sicherheit, da geht es mir wie der Bürgerlichen Mitte.

Eigentlich kann ich mich überall einfügen, ich bin anpassungsfähig, daher verstehe ich mich am besten mit den Bürgerlichen, die sind mir ähnlich. Mit Prekären und ihren unsicheren Lebensverhältnissen kann ich nicht so gut, auch wenn sie mir letztlich leidtun. Traditionelle leben dagegen in einer völlig anderen, vergangenen Welt, das passt auch nicht. Und die gut situierten Milieus wollen sich immer durchsetzen und rechthaben, das gefällt mir nicht. Ich stecke meine ganze Energie in die Familie. Mir doch egal, wenn andere das langweilig finden.

Ich gebe zu, Konflikte austragen gehört nicht zu meinen Stärken, ich finde das unangebracht. Deswegen gehe ich auch nie auf Demonstrationen. Zur Wahl geh ich aber schon! Allerdings funktionieren ja Politik und Verwaltung ganz gut. Das ist ja nicht überall so. Zu einer Bürgerversammlung geh ich auch mal, wenn es um nachbarschaftliche Themen geht. Dann nehme ich auch an Unterschriftenaktionen teil. Es ist mir aber wichtig, dass ich vorher gut informiert werde, sonst fühle ich mich unwohl oder gehe nicht hin. Nachbarschaftliches Engagement ist mir wichtig, leider fehlt mir aber neben Arbeit und Familie meist die Zeit dazu.

Dos der Kommunikation

- Argumente richtig präsentieren – eindeutig, nicht zu komplex und überhäuft mit Bedenkenswertem, was die Sache undurchsichtig macht
- Sie erwarten verständliche Informationen ohne Obrigkeitsgehebe, keine Anbiederung – mit Lebendigkeit, Interesse, Begeisterung und Empathie kommunizieren und damit positiv überraschen
- Mit konkreten, nachvollziehbaren Beispielen arbeiten, indem man nah an ihrem Leben, am Alltag, an der direkt erfahrbaren bzw. erfahrenen Realität bleibt
- Ihrem pragmatischen Nutzenkalkül Rechnung tragen: Was bringt ihnen die Sache, ist sie ihnen wichtig, was bedeutet sie für sie?

Don'ts der Kommunikation

- Intellektuelle Expertensprache oder Amtssprache, sie haben gegenüber Ämtern, Politik und Institutionen eine unspektakuläre, sehr praktische Einstellung
- Beeindrucken durch Titel, (berufliche) Positionen, das führt schnell zu Zustimmung ohne Widerrede
- Konfrontation oder Konflikte suchen, sie wollen die Selbstbeherrschung nicht verlieren; was allerdings passieren kann bei Provokation und Prinzipienreiterei
- Bei ernsthaften Dingen Witze auf Kosten anderer machen und Verhalten zeigen nach dem Schema „nach unten treten und nach oben buckeln“

3.9 Traditionelle – „Etwas mehr Beständigkeit würde ich mir schon wünschen“

- **Altersschwerpunkt:** 65+ Jahre
- **Bildung:** niedrig bis mittel, häufig Hauptschulabschluss und Lehre
- **Berufliche Stellung:** meistens pensioniert, zuvor einfache bis mittlere Anstellung
- **Einkommen/Absicherung:** niedrig; betriebliche Altersvorsorge, selten Immobilie in Eigennutzung
- **Wohnsituation:** EFH, RH, MW; in städtischer Lage oder am Stadtrand

Ich gehöre zum Milieu der Traditionellen und bin meistens über 65 Jahre alt. Damit gehöre ich zum ältesten Milieu. Wenn ich noch nicht in Rente bin, dann bin ich auf dem besten Weg dorthin. Aber auch dann werde ich genug zu tun haben. Einfach rumsitzen und nichts tun, das macht man nicht. Was sollen denn die Leute denken?

Die Ausbildung war mir wichtig, wenigstens einen Hauptschulabschluss machen und einen ordentlichen Beruf erlernen. Für eine sichere Stelle sollte es im Leben schon reichen. Hauptsache etwas Ordentliches, Handfestes machen. Die bürgerlichen Milieus treten da gerne in meine Fußstapfen. Was die jungen Leute heutzutage für Berufe lernen – ich weiß gar nicht, wie man damit

Geld verdienen kann. Früher haben wir noch etwas Anständiges gelernt, haben Sachen produziert, die man auch gebrauchen kann! Aber das dankt einem ja heute keiner mehr. Jetzt muss ich hoffen, dass die Rente reicht, auch das ist ja nicht mehr sicher. Ich mache mir schon Sorgen, das Leben ist teuer geworden. Arme Leute können da gut mitreden.

Natürlich bin ich verheiratet, manchmal aber auch schon verwitwet. Die Kinder sind schon älter und leben außer Haus. Auch das ist nicht mehr, wie es mal war! Die jungen Leute sind ja nur noch mit sich selbst beschäftigt. Früher, da hatte Familie noch einen Wert, das war das Wichtigste. Da hat man sich umeinander gekümmert, da hatte man noch Respekt. Naja, zum Glück versucht wenigstens die bürgerlichen Milieus ein paar alte Traditionen zu erhalten.

Naja, also ich schaue öfter mal Fernsehen, löse Kreuzworträtsel, um geistig fit zu bleiben. Ach, irgendetwas gibt es immer zu tun! Einkaufen, kochen, einen Pullover für die Enkel stricken. Und dann muss man ja auch öfter zum Arzt. Trotzdem, Betätigung hält jung, nicht wahr?

Ich schaue schon mit Unwohlsein in die Zukunft. Die Prekären, denen geht es ähnlich, da bin ich sicher. Wir können ja gar nicht mehr mithalten. So vieles hat sich zum Schlechten gewendet. Diese neue Technik und die Menschen! Mehr Beständigkeit würde ich mir wünschen. Dass mal wieder Ruhe und Ordnung einkehrt. So kann das nicht weitergehen. Man sieht es doch jeden Tag im Fernsehen oder in der Zeitung, wohin das führt!

Ich wohne seit Urzeiten in einer Mietwohnung, möglichst nicht in der hektischen Großstadt. Vielleicht habe ich sogar ein eigenes Häuschen, dann darf ich mich zu den Glücklichen zählen. Eine nette, sichere Nachbarschaft, Ordnung und Sauberkeit, das ist mir wichtig. Wenn ich mich aber heute in der Nachbarschaft umschaue, dann wird es mir ganz anders. Ständig treffe ich auf Zugezogene, mittlerweile wohnen hier immer mehr Prekäre und diese fürchterlichen Konsum-Hedonisten. Dauernd ziehen neue Leute ein und wieder aus. Ich weiß wovon ich rede, ich wohne seit 30 Jahren hier in der Gegend. Früher war das eine bürgerliche Wohngegend, da waren wir eine eingeschlossene Gemeinschaft, man kannte sich und grüßte sich. Heute ist alles anonym, unsicher, unfreundlich und keiner grüßt mehr! Aber in meinem Alter kann man sich das nicht mehr aussuchen. Umziehen, das kommt für mich nicht in Frage, das ist zu anstrengend. Außerdem bin ich hier zuhause, das ist meine Nachbarschaft, da zieht man nicht weg! Und so mobil wie früher, mit Auto, Bus und Bahn, ist man ja auch nicht mehr.

Ich bin eher verschlossen und gucke mir die Leute erstmal genau an. Ich fühle mich wohler, wenn ich unter Menschen bin, die ich kenne. Mit den konservativen und bürgerlichen Milieus verstehe ich mich gut, mit denen kann man noch reden, selbst mit Adaptiv-Pragmatischen, das sind nette junge Leute. Aber die Performer, die interessiert doch nur Geld und Macht, außerdem reden die so seltsam und immer diese englischen Wörter dazwischen. Die jungen Leute sind mir oft zu sprunghaft, zu anstrengend, kommen aber zurecht, auch wenn ich sie nicht verstehe. Die Prekären können einem leidtun, die haben schwer zu kämpfen. Wirklich schrecklich sind diese Konsumhedonisten: arbeitsscheu herumhängen und immer feiern! Bürgerbeteiligung interessiert

mich eigentlich nicht mehr. Ich lese zwar immer noch die Einladungen oder Prospekte, aber ich fühle mich da eh nicht ernst genommen und habe das Gefühl, das hat eigentlich gar nichts mit mir zu tun. Ich mein, was soll ich altes Eisen da ausrichten. Vielleicht unterschreibe ich hier und da mal etwas und ich gehe auch wählen, das ist schließlich meine bürgerschaftliche Pflicht. Aber ich denke, irgendwie wird's die Politik schon richten. Ich finde es nur schade, dass es immer weniger kirchliche Vereine gibt, die haben eigentlich immer gute Arbeit geleistet hier in der Nachbarschaft.

Dos der Kommunikation

- Ihre grundlegenden Rechtschaffenheitserwartungen erfüllen und ebenso mit ihnen kommunizieren, so fühlen sie sich als Menschen angesprochen, ernst genommen und geschätzt. Ansonsten droht Rückzug
- Komplizierte Sachverhalte Zusammenhänge und Wahrheiten einfach erklären
- Lebensnah bleiben: praktische und lebensnahe Problemlösungen kommunizieren,
- Auf Basis von konkreten Plänen, Vorschlägen, Vorhaben mit ihnen reden

Don'ts der Kommunikation

- Exponieren: Persönliche Beiträge in öffentlichen Veranstaltungen einfordern. Es ist zu überlegen, ob ihre Meinung anders eingeholt werden kann
- Lösungsvorschläge erwarten – sie hören zu, bilden sich eine Meinung, haben Anmerkungen, aber keine Lösungsvorschläge
- Abstrakte, unkonkrete und visionäre Ideen und Vorschläge kommunizieren
- Anglizismen, Managerrhetorik
- Veränderungen ankündigen – sie wollen, dass alles bleibt, wie sie es gewohnt sind

3.10 Prekäre – „Das Leben ist nicht einfach“

- **Altersschwerpunkt:** 45 – 64 Jahre
- **Bildung:** niedrig, Hauptschulabschluss und Lehre
- **Berufliche Stellung:** einfache bis mittlere Anstellung; häufig von Arbeitslosigkeit betroffen
- **Einkommen/Absicherung:** niedrig; kaum abgesichert
- **Wohnsituation:** MW; Blockrand, Hochhaus; in preiswerter städtischer Lage, Stadtrand

Ich gehöre zum Milieu der Prekären. Ich bin meistens schon etwas älter, über 50 Jahre alt.

In der Schule war ich nicht so gut. Aber Abi braucht man ja auch nicht unbedingt, um Arbeit zu finden. Hauptschulabschluss und eine Lehre, das hat gereicht, um immer einen Job zu finden, aber eben meistens nur für einfache Tätigkeiten. Spaß macht mir die Arbeit nicht wirklich, aber man muss etwas tun, um über

die Runden zu kommen. Ich versuche auch, den Anschluss nach oben nicht zu verlieren, das ist mir wichtig. Ich will mich aber nicht beschweren, ich kenn auch viele, die keine Arbeit haben. Ja, manchmal muss auch ich schwer kämpfen, das ist frustrierend und kostet viel Kraft. Aber ich schlage mich durch. Irgendwie.

Familie, das ist schon wichtig, das gibt mir Halt. Wenn ich sie noch habe. Es kann auch sein, dass ich geschieden oder vielleicht verwitwet bin. Aber meine Freunde, die sind mir ebenfalls sehr wichtig. Wir unterstützen uns immer gegenseitig und da hab' ich auch mal das Gefühl, helfen zu können, gebraucht zu werden.

Meistens gucke ich fern. Nach der Arbeit möchte ich eben einfach nur entspannen. Soziale Medien und dieses ganze neue Technikzeug, das ist mir zu aufwendig. Konsum-Hedonisten und die anderen jungen Milieus, die können das, ich bin da wohl eher wie die Älteren. Auch wenn ich manchmal schon gern ein paar neue Techniksachen hätte. Ein neuer Flachbildfernseher, der auch Internet kann, das wäre schön, ist aber viel zu teuer.

Das Leben ist nicht einfach. Das Geld reicht gerade so. Ach, ich weiß ja, dass ich was machen müsste, eine Weiterbildung oder so. Aber wie soll ich das auch noch schaffen? Die Zeit ist so schon knapp. Und am Ende ändert sich eh nix. Die Reichen werden reicher und ich muss sehen, wo ich bleib. Die Älteren wissen, wovon ich spreche. Denen geht es auch nicht immer gut. Ich habe wirklich das Gefühl, dass alles schlechter wird. So mit dieser neuen Technik, dem Internet und so. Es interessiert sich keiner mehr für den anderen. Naja, zum Glück habe ich meinen Kiez, meine Eckkneipe und meine Freunde. Ja, der Ton ist manchmal ein bisschen heftig hier. Aber so sind wir eben: rau aber herzlich.

Ich wohne da, wo ich es mir leisten kann, also zur Miete, z. B. in einer Großwohnsiedlung am Stadtrand, zusammen mit vielen älteren und sozial schwächeren Menschen. Seltener einmal mit jungen bürgerlichen Familien. Der Kiez ist auch nicht mehr das, was er mal war. Hier ist einiges ganz schön bergab gegangen. Es ist nicht besonders sauber und die Nachbarschaft ist eher anonym, man kennt sich nicht wirklich. Will sich vielleicht auch nicht kennen bei den vielen Fremden hier. Ich würde auch gerne im Grünen, in einer sauberen und netten Gegend wohnen. Aber die Mieten sind ja kaum noch bezahlbar für unsereins, wie soll ich da umziehen? Aber eigentlich gibt es ja alles was ich brauche, Kiosk, Discounter und so. So lange meine Familie und die Freunde hier wohnen und der Zusammenhalt da ist, geht das schon.

An und für sich bin ich eher ein verschlossener Mensch und gucke mir die Leute erstmal ganz genau an. Und ich bin ja auch meistens bei mir im Kiez unterwegs, wo ich die Leute alle schon kenne. Neue Leute treffe ich da selten, Fremde will ich ja eigentlich auch nicht treffen.

Ich glaube, dass viele ein schlechtes Bild von mir haben. Aber ich find auch nicht alles gut, was andere machen. Gerade die ganzen etablierten Milieus sind richtig komisch, die wissen alles besser. Immer die Nase hoch oben. Die reden über alles auf einmal und in einer Art und Weise – wer soll das bitte verstehen? Und die Jungen, da komm ich gar nicht mehr mit. Die meinen gleich, die ganze Welt gehört ihnen. Aber die Bürgerlichen, die sind in Ordnung.

Von Bürgerversammlungen habe ich schon gehört. Aber ich geh da nicht hin. Ich fühl mich da nicht wohl. Ich habe auch das Gefühl, ich soll da gar nicht sein. Da reden auch immer nur die Gleichen, meist besser Gestellten. Und mal ehrlich, wie die reden, das versteht doch kein Mensch! Das ist mir zu abgehoben. Wenn die da vielleicht mal so reden würden, dass man es versteht und weiß, worum es geht, vielleicht würde ich dann auch hingehen. Aber mir fehlt eigentlich auch die Zeit und Lust dazu. Denn am Ende entscheiden ja eh nur wieder die da oben. Und da geht es dann nur um deren Profite. Wir, die kleinen Leute, interessieren die doch gar nicht. Deswegen weiß ich auch nicht, ob man noch wählen gehen sollte. Man kann ja eh nichts machen. Aber eine Meinung habe ich schon zu vielen Themen. Vielleicht sollten die mich mal alleine befragen, da könnte ich schon eine Menge erzählen!

Dos der Kommunikation

- Vorsichtig und aufmerksam mit Defiziten implizit oder explizit umgehen
- Vorab fragen: „Was will ich von ihnen?“ und damit das eigene Anliegen und das Verhältnis zu dieser Gruppe reflektieren und die Auswirkungen bedenken
- Explorativ fragen und zuhören, Dinge und Sachverhalte im Detail erfragen – erfragen, was sie interessiert, was ihnen wichtig ist, wie sie ein Thema verstehen
- Nah am Alltag und den Personen an sich bleiben – auf diese Weise abstrakte Sachverhalte nachvollziehbar machen

Don'ts der Kommunikation

- Relative Bezüge und Vergleiche bringen, die tendenziell degradieren, z. B. leistungs- und wettbewerbsorientiertes Reden
- Lehrerhaft kommunizieren und sie zu Problemfällen degradieren
- Fordern, Verlangen, Überzeugen, mit erhobenem Zeigefinger kommunizieren
- Mit der Tür ins Haus fallen, stattdessen langsam zum Thema kommen
- Engagement und Eigeninitiative verlangen und erwarten, sie geben Verantwortung lieber in die Hände anderer

3.11 Konsum-Hedonisten – „Ich möchte einfach Spaß haben“

- **Altersschwerpunkt:** 18 - 44 Jahre
- **Bildung:** niedrig bis gehoben, oft noch in der Ausbildung
- **Berufliche Stellung:** einfache bis mittlere Anstellung
- **Einkommen/Absicherung:** niedrig bis mittel; private/betriebliche Altersvorsorge, Riesterrete
- **Wohnsituation:** MW; Blockrand, Hochhaus; in preiswerter städtischer Lage, Stadtrand

Ich gehöre zum Milieu der Konsum-Hedonisten und bin etwa zwischen 18 und 44 Jahre alt, manchmal sogar älter. Einen Migrationshintergrund haben knapp 20 Prozent meinesgleichen.

Ich habe eine ganz normale, durchschnittliche Ausbildung, Haupt- oder Realschulabschluss und Lehre, manchmal auch Fachhochschulabschluss. In Sachen Arbeit denke ich wie andere junge Leute: Arbeit ist für mich nicht mein Lebensinhalt, sondern ein Mittel zum Zweck. Ich brauche Geld, um mir coole Dinge leisten zu können. Entweder bin ich noch in Ausbildung, oder ich habe eine einfache bis mittlere Anstellung. Mein Einkommen kann aber bei mehreren Berufstätigen in einem Haushalt auch recht hoch sein, vor allem, wenn ich keine Kinder habe.

Anders als bei den bürgerlichen Milieus stehen Kinder bei mir nicht unbedingt im Mittelpunkt, was die Planung angeht. Zumindest noch nicht. Spaß, Action und persönliche Freiheit und Flexibilität sind mir da schon wichtiger. Um ehrlich zu sein bringe ich lieber eine gute Zeit, als mich auf langfristige Verpflichtungen einzulassen.

Ich gucke Fernsehen und surfe viel im Netz, da krieg ich immer die neuen Trends mit. Das ist mir voll wichtig, also gut auszusehen, deswegen mache ich auch oft Sport. Mir ist aber schon klar, dass ich nicht unbedingt mit den Schönen und Reichen mithalten kann. Aber hey, „find your style or die trying!“ Man muss sich auch mal was gönnen! Geile Hobbies, einen coolen Urlaub und auf alle Fälle Technik – Flatscreen, Internet und Smartphone – ich liebe Unterhaltung, das ist mein Ding. Dafür gebe ich auch gerne Geld aus, manchmal mehr als ich sollte. Ich sag nur: Danke, liebe Null-Prozent-Finanzierung. Hauptsache es macht Spaß und man erlebt was. Ich habe keinen Bock auf das eintönige bürgerliche Leben der Spießler!

Ich möchte einfach Spaß haben, mein Leben genießen. Ich bin in vielen Dingen den Experimentalisten ähnlich, vor allem spontan und flexibel. Man darf die Dinge nicht so ernst nehmen. Ich brauch nicht die große Karriere um glücklich zu sein, nur genug Geld, um meine Hobbies zu finanzieren, coole Freunde und ausreichend Freiheiten. Ich bin ein eher unbeschwerter Mensch und versuche die Dinge positiv zu sehen. Für ein bisschen Abwechslung gehe ich auch gerne mal ein Risiko ein!

Am liebsten wohne ich in der Innenstadt, oder zumindest da, wo was los ist – Diskos, Bars und andere Sachen, wie z. B. Bowling oder Kino, das find ich gut. Die Nähe zu Supermärkten oder KITAS ist mir weniger wichtig. Die Anbindung mit den Öffentlichen sollten gut sein. Auch wenn ich gern ein Auto hätte, kann ich mir das kaum leisten und nehme dann Bus und Bahn. Aber naja, bei

den hohen Mieten kann man sich ja eh nicht immer aussuchen wo man wohnt und eine eigene Immobilie habe ich (zumindest noch) nicht. Ich lebe häufig in Quartieren mit meinesgleichen und vielen Experimentalisten, aber auch mit vielen Armen und Älteren. Die nerven aber, weil es ihnen dauernd zu laut oder zu dreckig ist.

Also mir persönlich fällt es echt leicht auf Andere zuzugehen. Aber mein Auftreten ist häufig körperbetont, manchmal auch schrill und laut. Andere, also vor allem die bürgerlichen, konservativen und die älteren Milieus, reagieren deshalb häufig ablehnend oder reserviert. So what? Ich bin halt direkt und unverschnörkelt, das hört man auch an der Sprache! Boah, wenn zu viel um den heißen Brei herumgeredet wird oder eine abgehobene Diskussion zu langatmig ist, dann bin ich raus. Ich habe Probleme mit Leuten, die immer so hochgestochen daherreden. Ältere und Prekäre sind mir zu spießig, deshalb bleibe ich am liebsten unter meinesgleichen, die verstehen mich und fühlen sich nicht gleich eingeschüchtert. Aber ich komme gut mit anderen jungen Leuten klar, wenn sie nicht zu politisch sind. Also ich finde Engagement nicht so wichtig, wenn' es nicht um mein persönliches Umfeld und meinen Kiez geht! Wenn ich mich aber mal aufgerafft habe oder von Freunden mitgenommen wurde, dann bin ich dabei. Vor allem, wenn es vom Thema her passt. Nur anschaulich muss es sein und es darf nicht zu lange dauern. Da bin ich extrem ungeduldig. Meine Hobbies sind mir wichtiger. Wenn für mich also nicht klar ist, was so eine Veranstaltung mit mir zu tun hat, dann kann ich gut drauf verzichten.

Dos der Kommunikation

- Auch hier gilt es, Meinungen über sie zu reflektieren, sich diese Meinungen bewusst zu machen und unter Kontrolle zu bringen, um nicht in entsprechende Attitüden zu fallen.
- „Normal“, also verständlich reden, Dinge einfach erklären und dabei nah an Alltag und Person bleiben, abstrakte Sachverhalte in Konkretes runterbrechen (was bedeutet das konkret?)
- Auf eine gewisse Sprunghaftigkeit einstellen und damit umgehen lernen.

Don'ts der Kommunikation

- Belehren, Vorwürfe, Attitüden von oben herab, „Eltern-Ich“ oder „Lehrer-Ich“, „Gut-Menschen“-Attitüde anwenden und an Moral und Gemeinwohl appellieren
- Expertenauftreten, Beamtenverhalten – allgemein Menschen, die schnell in ihre Berufssprache fallen, schaffen Distanz.
- Engagement erwarten, auch wenn es angeboten wird, denn morgen sieht alles wieder anders aus – immer damit rechnen, dass Unlust das Engagement verdrängt

Und wie nun weiter?

In Kapitel 3 haben wir Ihnen die elf Sinus-Milieus nähergebracht.

Nun haben Sie eine Vorstellung davon gewonnen, wie die einzelnen Milieus „ticken“, worin sie sich grundlegend unterscheiden beziehungsweise ähneln, welche Milieus besser oder weniger gut miteinander auskommen und worauf sie bei der Ansprache und Kommunikation achten sollten. Dieses Wissen soll Ihnen dabei helfen, die Bewohnerinnen und Bewohner ihrer Stadt, Kommune oder ihres Quartiers besser einschätzen zu können und bei künftigen Kommunikations- bzw. Beteiligungsvorhaben besser auf die unterschiedlichen Bedürfnisse der jeweiligen Milieus eingehen zu können.

Doch Milieuwissen allein reicht für ein gelungenes Kommunikationsvorhaben nicht aus. Den Empfänger oder die Empfängerin gut einschätzen zu können ist eine Sache. Ein Kommunikationsvorhaben, egal mit welchem Zweck, welcher Zielgruppe und in welchem Rahmen zu planen und umzusetzen ist eine andere. Das nachfolgende Kapitel wird Ihnen nahebringen, wie sie mit Milieuwissen in der einen und dem allgemeinen Kommunikationswissen in der anderen Hand ihr nächstes Kommunikationsvorhaben umsetzen können.

4 Grundlegende Bausteine der Kommunikation

*„Es gibt nichts Praktischeres als eine gute Theorie.“
(Kurt Lewin, Sozialpsychologe, 1890–1947)*

Im alltäglichen (kommunikativen) Handeln erscheint die Anforderung, zunächst ein Kommunikationskonzept zu erarbeiten, bevor ein „Flyer“ produziert oder eine Veranstaltung angesetzt wird als (zu) aufwendig und wird manches Mal als etwas „Theoretisches“ abgetan, das man als „Praktiker“ nicht brauche.

In der Tat ist die Praxiserfahrung für eine erfolgreiche Kommunikation wichtig. Sie wird aber umso wirksamer, je mehr sie von einer konzeptionellen Denkweise geprägt ist. Und: ein systematisches, konzeptionelles Vorgehen, in das selbstverständlich auch – aber nicht nur – die bisherigen Praxiserfahrungen einfließen, bietet eine größere Gewähr dafür, dass auch tatsächlich die für das Kommunikationsziel geeigneten Maßnahmen ergriffen und die Zielgruppen erreicht werden, die gemeint sind.

Außerdem immunisiert ein solches Vorgehen gegen vorschnelle Festlegungen auf einen Modus: Ob z. B. ein „Flyer“ oder ein „Worldcafé“ tatsächlich die geeignete Maßnahme ist, hängt nicht davon ab, ob man damit schon mal eine gute Erfahrung gemacht hat oder dass es alle anderen auch so machen, sondern davon, ob es dem Kommunikationsziel dient, die Zielgruppen erreicht und tatsächlich einen passenden Dialog mit ihnen ermöglicht.

In diesem Sinne werden auf den folgenden Seiten grundlegende konzeptionelle Komponenten vorgestellt, die bei der Planung und Umsetzung von Kommunikationsmaßnahmen systematisch bedacht werden sollten. Sie nicht zu bedenken bedeutet nicht, dass sie nicht trotzdem wirksam sind und ggf. dazu führen, das angestrebte Kommunikationsziel zu verfehlen.

4.1 Was braucht man für eine wirksame Kommunikation

Damit die anvisierten Zielgruppen und in Folge die Kommunikationsziele auch tatsächlich erreicht werden, müssen letztendlich die Kommunikatoren (auch „Absender“ und „Empfänger“ genannt), die Botschaften, die zu erwartenden Reaktionen, die gewählten Kommunikationswege und –medien und der Kontext mit seinen Einflussfaktoren in konstruktiver und passfähiger Weise zusammengefügt werden.

Diese Faktoren wirken sich auch im alltäglichen Kommunikationshandeln der Verwaltung aus: beim Versenden von Bescheiden, Beantworten von Beschwerden, im unmittelbaren Gespräch mit interessierten oder kritischen Bürgerinnen und Bürgern. In diesem Kapitel soll es aber vor allem um bewusst und mit Vorlauf zu planende Kommunikationsvorhaben gehen – z. B.: informelle Beteiligungsverfahren zu städtischen Vorhaben, Information und Dialog über Baumaßnahmen mit Kostenfolgen für die Anlieger, Einladungen zu Veranstaltungen oder Öffentlichkeitsarbeit der Verwaltung usw.

4.2 Anlass, Ziel, Rahmenbedingungen und Herausforderungen

Bevor es in die eigentliche Konzeptionsarbeit geht, gilt es zu klären, um was es gehen soll:

Aus welchem Anlass soll kommuniziert werden? Geht es um die Mobilisierung zu einer Bürgerveranstaltung, zu einer Wahl

oder Abstimmung? Geht es um ein förmliches oder informelles Beteiligungsverfahren? Geht es um die öffentliche Akzeptanz für bestimmte Vorhaben oder Entscheidungen von Politik und Verwaltung? Oder geht es um einen ergebnisoffenen Planungsprozess?

Themen- und Interessenanalyse:

- Ist das Thema von öffentlicher Bedeutung oder könnte bedeutsam werden – für welche Gruppierungen in der Stadtgesellschaft?
- Welche Rahmenbedingungen gilt es zu beachten? Sind diese vollständig bekannt und transparent?
- Welche Fragen sind für die Beteiligung von Relevanz – aus Sicht der Verwaltung / Vorhabenträger sowie aus Sicht der interessierten bzw. betroffenen Menschen?
- Welche Konfliktlinien gibt es oder kann es geben? Mit welchen Protagonisten und Standpunkten?
- Ist die Haltung zu einem Konflikt innerhalb der Stadtgesellschaft einhellig oder vielschichtig? Welche organisierten Interessengruppen oder nicht organisierten Gruppen oder Milieus und welche Standpunkte gibt es zu einem Konflikt?
- Wie kann für eine breite, vielfältige Repräsentanz von Standpunkten und Interessen gesorgt werden? Welche Gruppen erreicht man auf einfache Weise und welche Gruppen gilt es zu erreichen und zu ermutigen?

Welches Ziel soll mit geeigneten Kommunikationsmaßnahmen erreicht werden? Teilnahme von Bürgerinnen und Bürgern an Dialogverfahren? Teilnahme nicht nur der „üblichen Verdächtigen“, sondern auch von Menschen, die dabei sein sollten, aber eigentlich nie kommen?

Zudem gilt es den Kontext zu beachten, in dem die geplante Kommunikation stattfinden wird. Denn das eigene Kommunikationsvorhaben bewegt sich nicht im luftleeren Raum. Es gibt Vorgeschichten. Es werden parallel andere Kommunikationsvorhaben (vonseiten der Verwaltung, Politik oder anderen Akteuren der Stadtgesellschaft) realisiert, die unter Umständen auf das eigene Vorhaben positiv, negativ oder ablenkend wirken können.

Mit welchen besonderen Herausforderungen ist sonst noch zu rechnen? Gibt es einen verbindlichen Termindruck? Gibt es Restriktionen, z. B. begrenzte Finanzmittel? Geht es um Zielgruppen, die bislang noch nie erreicht wurden? Ist mit einem „Beteiligungs-Paradox“ zu rechnen, d. h. mit „spätaktiven“ Bürgerinnen und Bürgern, die nicht dann mitwirken, wenn es noch etwas zu beeinflussen gibt, sondern erst aktiv werden, wenn die Bagger anrollen?

4.3 Konzeption der Kommunikationsmaßnahme

Mit diesen zahlreichen, gleichwohl wichtigen und anspruchsvollen Vorklärungen kann nunmehr die reflektierte Erarbeitung eines tragfähigen Konzepts für eine zielgerichtete Kommunikation beginnen.

4.3.1 „Kommunikatoren“ – oder: Wer agiert?

Wer sich selbst nicht versteht, kann sich anderen nicht verständlich machen.

Zunächst einmal stellt sich die Frage, wer die kommunizierenden Akteure sein sollen? Ist es eine bestimmte Verwaltungseinheit als Vorhabenträger, die selbst alle erforderlichen Maßnahmen entwickeln und umsetzen wird? Oder kommt eine Pressestelle hinzu? Wer wird also letztendlich zusammenarbeiten und kann welche Erfahrungen und Ressourcen einbringen?

Welche Kommunikationserfahrungen und Vorlieben gibt es? Im Alltag prägen die Erfahrungen und Präferenzen oft die Auswahl der Medien und Vorgehensweisen. Und dann stellt sich womöglich heraus, dass sie gar nicht wirklich zum Ziel und zu den Zielgruppen passen. Das journalistisch qualifizierte Personal der Pressestelle wird vielleicht die klassische Pressearbeit als das geeignete Mittel empfehlen – auch wenn es unklar ist, ob darüber die anvisierten Zielgruppen erreicht werden können. Die Social Media-Expertin bevorzugt vielleicht eher die internetbasierten Medien. Wenn damit aber ältere, traditionell orientierte Milieus (Traditionelle) erreicht werden sollen, wird dies nur bedingt gelingen. Nach einer repräsentativen Konsumentenbefragung und eigenen Berechnungen verfügten im Frühjahr 2020 rund 40 Prozent der Traditionellen weder über Computer, Notebook, Tablet oder Smartphone.⁸

Ein weiterer wesentlicher Aspekt ist die Außenwahrnehmung der konkret handelnden Akteure und der Verwaltung insgesamt, in die sie eingebunden sind. Von außen betrachtet wird oft nicht zwischen der einen oder anderen Verwaltungseinheit unterschieden. Es ist einfach „die Verwaltung“. Und da stellt sich die Frage, wie „die Verwaltung“ angesehen wird und wie sie in der Vergangenheit oder auch aktuell kommuniziert. Wird sie als transparent und dialogorientiert wahrgenommen? Wenn nicht, dann wird ein zu kommunizierendes Dialogangebot eher skeptisch aufgenommen.

Werden organisatorische Einheiten im Team oder bestimmte Personen als Repräsentanten der Verwaltung kommunikativ handeln? Sind sie hierzu begabt und erfahren?

⁸ Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung (2016)

4.3.2 „Zielgruppe“ – oder: Wen gilt es zu erreichen?

Öffentlichkeitsarbeit für „Alle“, ist Öffentlichkeitsarbeit für Niemanden.

Die Frage nach der Zielgruppe konkret zu beantworten, ist für eine erfolgreiche Kommunikation zentral. Wer soll erreicht werden? Häufig genug lautet die erste, spontane Antwort: „Alle“ oder „die breite Öffentlichkeit“. Wer mit diesem Ansatz zu kommunizieren versucht, erreicht vielleicht – wenn überhaupt – aber nur „die üblichen Verdächtigen“, während einige Zielgruppen oder Milieus sich überhaupt nicht angesprochen fühlen oder erreicht werden.

Häufig gestellte Fragen zum Dialog mit der Bürgerschaft:

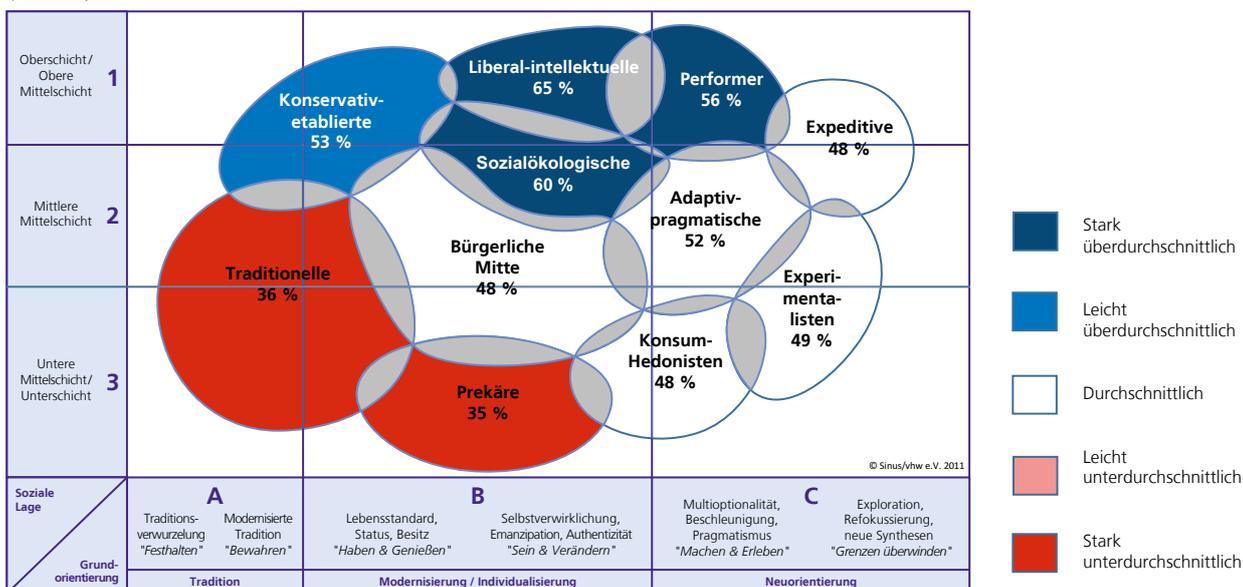
- „Wie an Bürgerinnen und Bürger rankommen?“
- „Bürgerinnen und Bürger gewinnen, sich fortlaufend zu engagieren, aber wie?“
- „Wie kriegt man sie herbei?“
- „Wie lassen sich Beteiligungsferne erreichen?“
- „Wie kann man Kinder und Jugendliche erreichen?“
- „Wie ausländische Mitbürgerinnen und -mitbürger erreichen?“
- „Wie Bürgerinnen und Bürger gewinnen, aktivieren?“
- „Wie kriegt man mehr als die üblichen Verdächtigen?“
- „Wie kann man die Nicht-Beteiligungsaffinen erreichen?“
- „Wie kann man die konstruktiven ‚Stillen‘ einbeziehen?“
- „Wie lassen sich die Leute für Beteiligung interessieren?“

Wenn zum Beispiel zu einem Bürgergespräch im Rathaus eingeladen wird über künftige kommunale Strategien der Stadtentwicklung und die Erschienenen nach ihren drängenden Problemen befragt werden, kann es sein, dass zum Erstaunen der Experten der eklatante Wohnungsmangel keine Erwähnung findet. Was aber nicht verwunderlich ist, wenn das Publikum zum größten Teil aus älteren Menschen besteht, die mit Sicherheit bereits über Wohneigentum oder eine langfristig gemietete Wohnung verfügen. Während, um bei diesem Beispiel zu bleiben, junge Familien, die vielleicht große Probleme bei der Wohnungssuche haben, aufgrund der fehlenden Kinderbetreuung der Bürgerveranstaltung einfach ferngeblieben sind.

Ein Blick auf die Kartoffelgrafik verdeutlicht, dass im Gegensatz zu den statusschwächeren Milieus besonders die statusstarken Milieus überdurchschnittlich oft Interesse an Beteiligungsmöglichkeiten zeigen. Besonders die Menschen aus den statusschwächeren Milieus und den Milieus der Traditionellen und Bürgerlichen Mitte haben überdurchschnittlich oft das Gefühl, dass ihre Anliegen bei den Verantwortlichen von Beteiligungsverfahren in Politik und Verwaltung nicht sonderlich auf Interesse stoßen. Hinzu kommt, dass sie sich, vielleicht abgesehen von den Traditionellen, oftmals in Beteiligungsveranstaltungen nicht sonderlich willkommen fühlen. Und sie haben das Gefühl, nicht mitreden zu können, weil sie zu wenig wissen und nicht immer ganz genau verstehen, worum es eigentlich bei den Themen geht, die in der Bürgerbeteiligung angesprochen werden.

Bürgerdialoge werden vor allem durch die statushohen Milieus, also vor allem die besser gestellten und artikulationsstarken Leitmilieus (Konservativ-Etablierte, Liberal-Intellektuelle, Performer) sowie die Sozial-Ökologischen und teilweise auch durch die bürgerlichen Milieus dominiert. Diese Milieus kommen mit dem

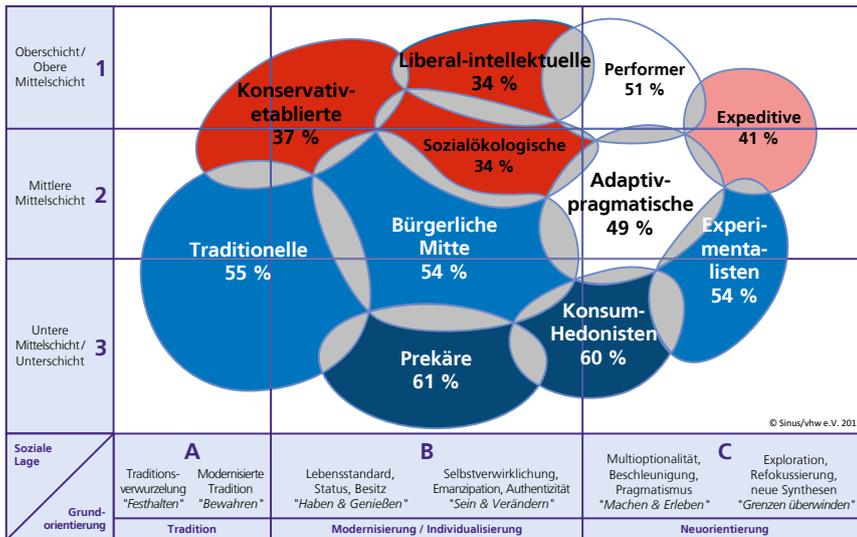
Daran hätte ich Interesse, mich (wieder) zu beteiligen: An Bürgerversammlung/Bürgergespräch in der Stadt teilnehmen (Ø 49%)



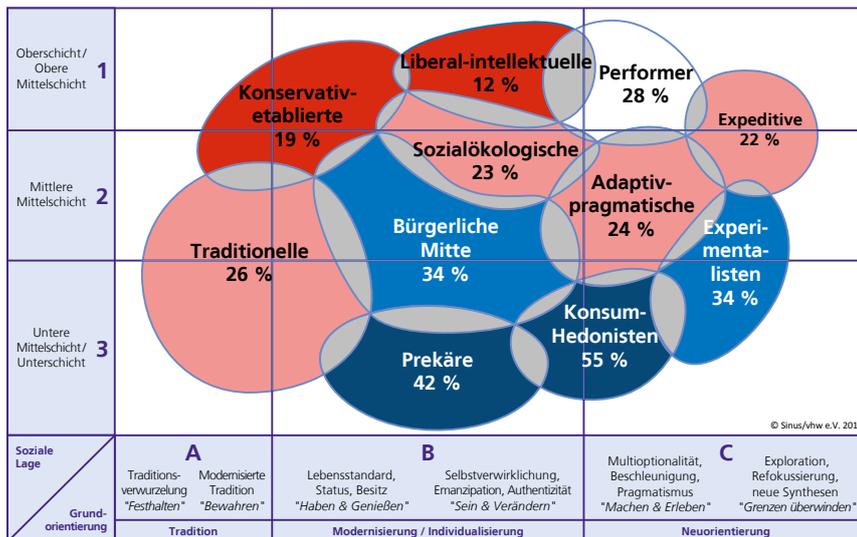
Quelle: SINUS /vhw 2015 (2.095 Fälle)

Abbildung 2: Interesse an Beteiligungsmöglichkeiten – Bürgerversammlung/Bürgergespräch

Für meine Themen und Anliegen interessiert sich ja doch niemand ernsthaft.
(Ø 49% stimme voll und ganz zu / stimme eher zu)



Ich fühle mich bei denen, die sich engagieren, nicht willkommen.
(Ø 29% stimme voll und ganz zu / stimme eher zu)



Ich verstehe oft gar nicht, worum es bei Bürgerbeteiligungen geht; daher kann ich mich auch nicht aktiv einbringen
(Ø 34% stimme voll und ganz zu / stimme eher zu)

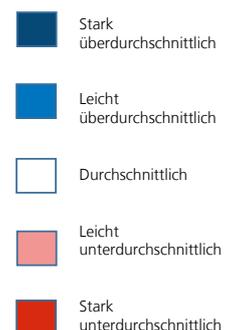
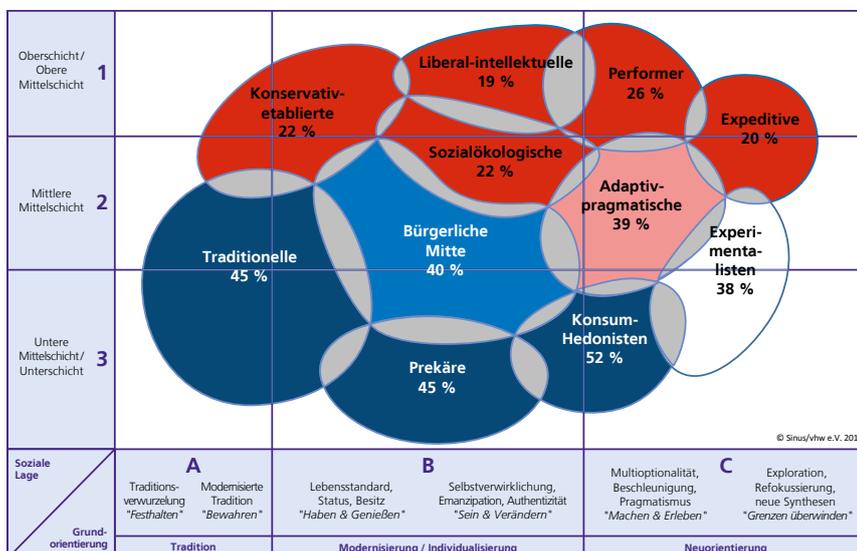


Abbildung 3: Barrieren der Beteiligung

kommunikativen Duktus von Verwaltung und Dialogen sehr gut zurecht und wissen, wie sie ihre Anliegen, Interessen oder ihren Unmut wirksam zum Ausdruck bringen. Sie wissen, sich Gehör zu verschaffen und sind nicht selten auch sehr gut informiert. Die Anliegen, Wünsche und Interessen der statusschwächeren Milieus, die vergleichsweise schwer für Bürgerdialoge zu erreichen sind, finden entsprechend oftmals viel zu wenig Beachtung. Stattdessen entscheiden andere darüber und oftmals für sie, was gut und richtig ist.

In Folge dessen sind Beteiligungsverfahren oft durch den so genannten Mittelschichtsbias gekennzeichnet, demzufolge den Anliegen unterschiedlicher Bürgerinnen und Bürger einmal mehr (Leitmilieus und bürgerliche Milieus) und einmal weniger (prekäre Milieus, Traditionelle, in Teilen auch die jüngeren Milieus) Beachtung finden. Damit stellt sich aus Sicht von Politik und Verwaltung unweigerlich die Frage nach der Legitimität von Entscheidungen, die aufgrund von Beteiligungsprozessen getroffen werden und offensichtlich nicht die Meinungen und Interessen „aller“ repräsentieren.

Die Herausforderung besteht also darin, „alle“ zu erreichen und damit „alle“ Interessen, Wünsche und Bedürfnisse, die im Beteiligungsprozess eine Rolle spielen können, erfahren und einbeziehen zu können. Und es gibt grundsätzlich keine gesellschaftliche Gruppe bzw. Zielgruppe, die nicht zu erreichen ist. Bei den einen fällt es nur leichter und bei den anderen schwerer. Gerade wenn es um schwer erreichbare Gruppen geht, ist daher eine Zielgruppenanalyse und Kommunikationsstrategie erforderlich. Also: Wen gilt es zu erreichen?

- Wer ist inwieweit betroffen?
- Welche soziodemografischen Daten charakterisieren die Zielgruppe: Alter? Wohnort? Berufstätigkeit? Bildung?
- Von welchen Milieus ist die Zielgruppe geprägt?
- Wie und mit wem kommuniziert die Zielgruppe: Printmedien oder digitale Medien, Social Media, Nachbarschaft, öffentliche Räume, Bürgerzentren, Plätze, Kneipen ...?
- Woran würde die Zielgruppe erkennen, dass sie willkommen ist und ihre Erfahrungen und Anliegen gefragt sind?

Je mehr die Zielgruppe in diesem Sinne beschrieben werden kann, umso klarer werden sich Mittel und Wege herauskristalisieren, wie und womit der Kontakt hergestellt und der gegenseitige Dialog begonnen werden kann.

Wer sind die zu beteiligenden „Bürgerinnen und Bürger“?

„Mit Bürgerinnen und Bürgern sind in diesem Zusammenhang Personen gemeint, die im Beratungsprozess keine bestimmte Organisation vertreten (Bürgerinitiativen, Nichtregierungsorganisationen, Verbände). Die deutsche Staatsangehörigkeit ist in diesem Zusammenhang keine Voraussetzung für einen Bürgerstatus.“

IFOK GmbH (2019): GUTE BÜRGERBETEILIGUNG. Leitlinien für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit. Berlin, S. 4.

Für eine wirksame Kommunikation ist auch eine begriffliche Klarheit wesentlich, auf die sich die „Kommunikatoren“ verständigen sollten:

Wer ist eigentlich mit die „Bürgerinnen und Bürger“ gemeint, mit denen kommuniziert werden soll? Wird damit die Einwohnerschaft nach Gemeindeordnung angesprochen oder die gesamte Einwohnerschaft? In der verbreiteten Verwendung des Begriffs „Bürgerbeteiligung“ sind in der Regel alle in der Stadt wohnenden und ggf. von einem Vorhaben betroffenen Menschen gemeint. Gelegentlich (z. B. in der Stadt Köln) wird auch der Begriff der „Öffentlichkeitsbeteiligung“ verwendet, um auszudrücken, dass „alle“ gemeint sind. Es stellt sich jedoch die Frage, ob Betroffene, die sich selbst nicht als Teil der Öffentlichkeit oder sich in der „Öffentlichkeit“ bewegend verstehen, dadurch angesprochen fühlen.

Sind vor allem die in Vereinen, Initiativen bzw. Interessenvertretungen organisierten Menschen gemeint oder auch bzw. insbesondere die Nicht-Organisierten, die aber von einem Vorhaben betroffen sind?

„Interessierte“ sind unter Umständen von einem Vorhaben gar nicht unmittelbar persönlich betroffen, können aber relevante soziale, ökologische, kulturelle, politische u. a. Kompetenzen und Erfahrungen einbringen. Anwohnerinnen und Anwohner, Nutznießer u. a. „Betroffene“ eines kommunalen oder nachbarrechtlichen Vorhabens entwickeln wiederum oft erst ein Beteiligungsinteresse, wenn sie in verständlicher und transparenter Weise, die Folgen, Vor- und Nachteile vermittelt bekommen.

Die Eigentlichen und die Mittler

Immer wenn eine Zielgruppe für eine Mitwirkung gewonnen werden soll, ist eine Differenzierung sinnvoll zwischen der Zielgruppe und potentiellen „Mittlern“, die ggf. einen Zugang zur Zielgruppe herstellen können. Vor allem die „Stillen“, „Benachteiligten“ oder „Migrantinnen und Migranten“ sind selbst dann oft schwer zu gewinnen, wenn sie z. B. von der Oberbürgermeisterin per Anschreiben eingeladen werden. Hier können ggf. „Mittler“ angesprochen, motiviert und gewonnen werden, ein Kommunikationsanliegen in ihre Netzwerke, Milieus und Nachbarschaften einzubringen. Hierbei kann es sich z. B. um bekannte oder engagierte Einzelpersonen im Sinne einer informellen Elite aus dem Umfeld handeln.

In Berlin Neukölln sind dies z. B. die „Stadtteilmütter“⁹. Das sind ausgebildete Migrantinnen, die im kommunalen Auftrag andere migrantische Frauen in persönlichen und allgemeinen Fragen des Lebens und des Alltags in Deutschland beraten. Bei einer vom vhw – Bundesverband für Wohnen und Stadtentwicklung e. V. begleiteten Bürgerbeteiligung zur Erstellung eines Integrierten Handlungs- und Entwicklungskonzepts für ein Quartiersmanagement im Bezirk Neukölln, führten sie z. B. Interviews mit religiös verwurzelten Migrantinnen durch, die auf herkömmliche Weise für eine Bürgerbeteiligung kaum zu erreichen gewesen wären.

⁹ <https://www.diakoniewerk-simeon.de/beratung-integration/stadtteilmuetter-in-neukoelln/>

Einerseits konnten auf diese Weise Anregungen der Teilnehmerinnen ermittelt und in den Planungsprozess eingespeist werden, andererseits wurden Interviewerinnen und interviewte Frauen an kommunalpolitische Themen herangeführt und konnten die Chance wahrnehmen, an der Bürgerbeteiligung zu einem öffentlichen Planungsvorhaben teilzunehmen.

Eine relevante Mittler- bzw. Multiplikatorenfunktion können auch „intermediäre Akteure“ einnehmen, die über die erforderlichen Ressourcen verfügen, um zur Verbindung zwischen den „Eigentlichen“ und der Kommune beizutragen.

Intermediäre Akteure

Intermediäre Akteure – oder auch kurz „Intermediäre“ – stehen neben der Organisation von sozialem Protest insbesondere für die Vermittlung zwischen Politik/Verwaltung, Wirtschaft und Bürgerinnen und Bürgern, für zivilgesellschaftliche Netzwerke sowie für die Mitwirkung bei der Koproduktion von Stadt. In Stadtentwicklungsprozessen beschränken sich diese intermediären Akteure nicht auf die Funktion einer Interessensvermittlung zwischen Kommune und Zivilgesellschaft. Was sie antreibt, ist geradeheraus handlungsorientiert und darauf ausgerichtet, Koproduktionen von Stadt seitens Kommune, Zivilgesellschaft und wirtschaftlichen Akteuren zu ermöglichen.

Beck, S., Schnur, O. (2016): Mittler, Macher, Protestierer. Intermediäre Akteure in der Stadtentwicklung. Berlin.

So hat sich zum Beispiel das Bürgerhaus Wilhelmsburg in Hamburg, im Auftrag des Bezirkes Mitte und der Senatsverwaltung im Rahmen der Bürgerbeteiligung zur Rahmenplanung auf den Hamburger Elbinseln 2013 an den Vorstand der örtlichen Moscheegemeinde gewandt. Das Ziel war es, mit religiös verwurzelten Frauen der Gemeinde, die eher schwer zu erreichen sind, ein Fokusgruppengespräch zu führen. Mithilfe des Gemeindevorstandes fanden sich acht Frauen, mit denen eine Moderatorin ein rund zweistündiges Gespräch über Fragen der Erziehung, Bildung, Gesundheit sowie der Quartiersentwicklung geführt hat. Die Ergebnisse wurden als Bericht aufbereitet, in den Planungsprozess eingebracht, auf einer öffentlichen Bürgerversammlung diskutiert und in das resultierende Bürgergutachten eingebunden.

Nach einer differenzierten Zielgruppenbetrachtung lassen sich die jeweils passfähigen Kommunikationsorte und -medien sowie -formate herausarbeiten. Also die geeigneten Medien und Formen der Kommunikation, über die sie sich ggf. an bestimmten Orten informieren und mit denen sie ggf. besser erreicht werden können. Siehe dazu ausführlich Kapitel 5.

4.3.3 „Botschaft“ – oder: Was soll rüberkommen?

„Der Köder muss dem Fisch schmecken und nicht dem Angler.“ (Werner Kroeber-Riel)

- „Ich bin gemeint.“
- „Ich bin gewollt.“
- „Das ist für mich relevant.“
- „Ich kann etwas beitragen.“

Nachdem die verschiedenen Zielgruppen konkret gefasst sind, gilt es, die „Botschaft“ zu bestimmen, die bei den Zielgruppen ankommen soll. „Botschaft“ ist nicht die Überschrift oder der Slogan, die übermittelt werden sollen, sondern das, was im Kopf der Empfänger stattfindet: Wie nehmen sie Inhalte und Verpackung der Botschaften wahr? Welche Assoziationen und Gedanken ergeben sich? Fühlen sie sich angesprochen? Gewinnen sie den Eindruck, dass sie gewollt sind, dass das Anliegen für sie von Bedeutung ist und sie sich einmischen sollten?

Erfolge persönlicher Ansprache

Frau Hanife M., türkischstämmig und perfekt deutschsprachig, hatte zwar via Facebook und Zeitungsartikel die Einladung der Oberbürgermeisterin zum Stadtgespräch wahrgenommen. Sie war aber nicht davon ausgegangen, dass sie gemeint war. Ihre Nachbarin, die ebenfalls über Bekannte zu dieser Veranstaltung eingeladen worden war, hat sie aber zu der Veranstaltung mitgenommen. Sie war zum Ende der Veranstaltung begeistert und froh, dass sie dabei sein und sich mit ihrem Anliegen einbringen konnte.

Es reicht i. d. R. nicht aus, nur zu schreiben: „Sie sind gemeint!“ Die Botschaft muss den Empfänger auch erreichen („rüberkommen“) – z. B. durch die gewählte Form der Ansprache oder ein persönliches Anschreiben, am besten auf einem Briefbogen mit Stadtwappen. Oder eine Einladung zu einer Bürgerversammlung wird durch die Nachbarin, den Imam, die Pfarrerin usw. überreicht, die oder der auch noch mal persönlich etwas dazu erläutern kann.

Erfolge persönlicher Ansprache

Frau Yvonne K. (zum Milieu der Konsum-Hedonisten zählend, die oft nur schwer von allein aktiv werden), frisch gebackene Einzelhandelskauffrau in einem örtlichen Drogeriemarkt, wurde vor einigen Jahren von einem Freund, den sie inzwischen aus dem Auge verloren hat, zur Weihnachtsfeier des Stadtteilladens eingeladen und mitgenommen. Auf der Feier hatte sie sich sehr wohl gefühlt und nette Menschen kennengelernt. Seit damals engagiert sie sich regelmäßig dort und bietet zusammen mit einer hauptamtlichen Mitarbeiterin einmal wöchentlich eine gut besuchte Gesprächsgruppe für junge Mütter mit Kleinkindern an.

Für eine große Eltern-Kind-Konferenz zum Thema Bildung in der Stadt Mannheim wollte man vor allem die Eltern schulpflichtiger Kinder gewinnen. Dazu wurden kurze, einfach verständliche Einladungen verfasst, in mehrere Sprachen übersetzt und auf bunte Flugblätter gedruckt. Über Schuldirektoren und Lehrer wurden die Flugblätter in den Schulklassen verteilt und somit gezielt den Eltern übermittelt. Die Konferenz war, wie zu hören war, mit über 250 Teilnehmenden aus breiten Schichten der Elternschaft, ein großer Erfolg.

4.3.4 „Reaktion“ – oder: Was soll zurückkommen? Was kommt zurück?

Teil der zu übermittelnden Botschaft ist die Reaktion, die von den Empfängern der Botschaft erhofft oder erwartet wird: Sollen sie ein Vorhaben schlicht zur Kenntnis nehmen und akzeptieren? Sollen sie zu einer Bürgerveranstaltung kommen? Sollen sie online ihre Ideen und Wünsche einbringen? Ist mit einer Kritik oder gar mit Protesten zu rechnen? Wesentlich ist es hierbei, sich frühzeitig auf die nächsten Schritte und den weiteren Beteiligungsprozess vorzubereiten, indem man versucht, Klarheit über erwartete Reaktionen zu gewinnen.

Reaktionen bedenken!

In der Stadt X. wurde vor Jahren im Flächennutzungsplan eine Neubaufäche ausgewiesen, die jetzt aufgrund des Wohnraummangels entwickelt und bebaut werden sollte. Dies hatte in der Bürgerschaft bereits für große Unruhe gesorgt. In einer Bürgerversammlung mit über einhundert Bürgerinnen und Bürgern, darunter viele betroffene Kleingärtner, sollte die Planung vorgestellt und die Bedenken diskutiert werden.

Inzwischen hatte die Stadtverwaltung unverbindlich darüber nachgedacht, dass man auf dem weitläufigen Areal in einigen Jahren vielleicht einmal eine zweite Ausbaustufe hinzufügen könnte. Auf der Bürgerversammlung präsentierte man den überraschten Anwesenden diesen bislang noch völlig unbekanntem Erweiterungsplan, hatte sich jedoch keine Gedanken gemacht, wie die nervöse Bürgerschaft auf diese neue Botschaft reagieren würde.

Es kam also, wie es kommen musste: das Vertrauen der Bürgerschaft wurde immens beschädigt, trotz aller Bekundungen, dass es sich nur um Überlegungen handele. Misstrauen gegenüber den Verantwortlichen machte sich breit und es bildeten sich Bürgerinitiativen, die gegen das gesamte Vorhaben mobil machten.

4.3.5 „Kommunikationsplan“ – oder: Das passende Menü!

All diese Betrachtungen und Überlegungen werden schließlich im Kommunikationsplan gebündelt, der in kompakter Weise die Ergebnisse der verschiedenen Arbeits- und Analyseschritte bündelt:

- Anlass
- Gesamtziel
- Kommunikationsziel
- Zielgruppe(n)
- Botschaft(en)
- Umsetzung: Kommunikationswege, Medien und Formate
- Zeit-Maßnahmen-Plan

Und auf Grundlage dieses Kommunikationsplans wird für jede gewählte Kommunikationsmaßnahme die Gestaltungsaufgabe bzw. das „Briefing“ für die Gestaltungsarbeit formuliert. Getreu der Leitlinie, dass die Form (Gestaltung) letztlich der Funktion (Kommunikationsziel) folgen soll und nicht etwa umgekehrt.

Die Gestaltungsaufgabe (Briefing)

Die Gestaltungsaufgabe sollte für alle Kommunikationsmaßnahmen oder Aktionen entlang der folgenden Aspekte definiert werden:

Maßnahmen/Aktionen: Kurzbeschreibung der Maßnahmen und Aktionen

Einsatz: Wann und wo – in welcher Kommunikationslandschaft soll kommuniziert werden?

Medien: Kurzbeschreibung der vorgesehenen Medien

Zielgruppen: Wer soll hiermit erreicht werden?

Botschaften und Ziele: Was soll bei den Zielgruppen ankommen, welcher Gedanke, welche Botschaft soll sich festsetzen?

Wirkung: Welche Reaktionen sind gewünscht oder werden erwartet?

Gestaltungsanforderungen: Welches Erscheinungsbild soll sich den Zielgruppen bieten? Welche Anforderungen gibt es an die Verwendung von grafischen bzw. bildlichen Elementen oder die Sprache bzw. Wortwahl? Welche Anforderungen an die Barrierefreiheit sind bei den Zielgruppen zu beachten? Welche Reaktions- bzw. Antwortmöglichkeiten wie z. B. eine Rückrufnummer oder Antwortkarte sind in die Gestaltung zu integrieren?

Kostenfaktoren/Ressourceneinsatz: Welche Kosten werden durch die Gestaltung und die Produktion entstehen – und welche Obergrenzen gibt es? Welche bezahlten oder ehrenamtlichen Ressourcen und Kompetenzen können etwas hierzu beitragen? Auf welche materiellen Ressourcen und Infrastrukturen der Verwaltung kann zurückgegriffen werden?

5 Medien und Maßnahmen

Bevor wir uns darüber Gedanken machen, über welche Wege, Kanäle und Medien bestimmte Milieus am besten zu erreichen sind, ist es wichtig, sich bewusst zu machen, dass manche Milieus grundsätzlich besser und andere schlechter für das Thema Bürgerdialog ansprechbar sind und unterschiedliche Interessen an Bürgerbeteiligung haben. In diesem Kapitel wollen wir Ihnen unterschiedliche Wege und Maßnahmen darlegen, mit denen die Milieus entsprechend ihrer kommunikativen Präferenzen angesprochen werden können.

Dazu wollen wir nach einem kurzen Rückblick auf die Haltung der Milieus einige Maßnahmen für eine zielgruppengerechte Kommunikation vorstellen. Im zweiten Schritt wollen wir einen Blick auf die Mediennutzung der Milieus werfen. Hier interessieren uns besonders die digitalen Medien. Abschließend wollen wir Ihnen einige Beispiele aus der anwendungsorientierten Städtearbeit des vhw vorstellen, bei denen einzelne Maßnahmen zur Anwendung kamen.

5.1 Warum beteiligen sich manche Milieus mehr als andere?

Alle Milieus erreichen zu wollen heißt auch, sich Gedanken zu machen, wie die einzelnen Milieus in ihren kommunikativen Präferenzen angesprochen werden können. Offensichtlich entspricht die Atmosphäre einer Bürgerversammlung nicht unbedingt den kommunikativen Vorlieben von Traditionellen, Prekären sowie Konsum-Hedonisten, Experimentalisten und Menschen aus der Bürgerlichen Mitte. Milieuspezifische Kommunikation heißt in diesem Zusammenhang, sich die unterschiedlichen Kom-

munikationsstile bewusst zu machen und darauf einzulassen. Zu wissen, was ein Milieu umtreibt, was ihm wichtig ist und welche Wertvorstellungen es hat, kann helfen, es zu verstehen und die Ansprache zu erleichtern. Dieses Wissen hilft auch, Ängste, Hemmnisse und Vorbehalte abzubauen und kommunikative Brücken zwischen den Milieus zu schlagen. Wie die Milieus vor Ort, in einer bestimmten Stadt oder einem Quartier ticken, welche Anliegen sie dort haben, lässt sich aus dem allgemeinen Wissen über Milieus und deren Präferenzen allerdings nicht ablesen. Um diese in den Dialogprozess mit einzubinden hat der vhw in den letzten Jahren unter Berücksichtigung der lokalen Rahmenbedingungen mit unterschiedlichen Maßnahmen experimentiert, die eine verbesserte Ansprache und Aktivierung schwer erreichbarer Bürgergruppen ermöglichen sollten.

5.2 Maßnahmen und Methoden zur Ansprache unterschiedlicher Milieus

Wie bereits in Kapitel 4 gezeigt, ist die Frage nach der Zielgruppe zentral, die erreicht und für die Gestaltung einer erfolgreichen Kommunikation gewonnen werden soll: wer sind die zu beteiligenden Bürgerinnen, Bürger und Milieus? Welche Unterschiede gibt es zwischen deren Kommunikationsstilen? Darauf gilt es im gesamten Dialogprozess zu achten. Schließlich bedeuten unterschiedliche Kommunikationsstile auch, dass Informationen, Botschaften, Einladungen, Moderationen etc. unterschiedlich wahrgenommen werden. Das Beispiel einer Einladung zu einem Informationsabend über ein lokales Bauvorhaben soll das verdeutlichen:

- Die **Leitmilieus, also Konservativ-Etabliert, Performer und Liberal-Intellektuelle** sehen sich vielleicht übergangen, denn vor dem Informationsabend gab es keinerlei Austausch zu dem Vorhaben. Sie fühlen sich überrumpelt und gehen ggf. auf die Barrikaden, denn sie wissen sich zu wehren und bringen das entsprechend zum Ausdruck.
- Die **jüngeren, kreativen Milieus (Expeditive und Experimentalisten)** fühlen sich vermutlich gar nicht angesprochen. Was hat ein Bauvorhaben denn mit ihnen zu tun? Und vermutlich wissen sie von diesem Infoabend auch gar nichts.
- Die **bürgerlichen Milieus (Sozial-Ökologische, Bürgerliche Mitte und Adaptiv-Pragmatische)** fühlen sich vermutlich ebenfalls übergangen und nicht ernst genommen, reagieren aber eher gekränkt. Äußern könnte sich dies ggf. in einer strikten Ablehnung des Vorhabens. Zudem besteht die Möglichkeit, dass sie sich in der Veranstaltung mit den Leitmilieus verbünden.
- **Prekäre, Konsum-Hedonisten und Traditionelle** fühlen sich gegenüber solchen Ereignissen oft machtlos, ja ohnmächtig. Was hat das Bauvorhaben mit mir zu tun und warum soll ich informiert werden? Zuletzt machen Politik und Verwaltung ja doch, was sie wollen. Außerdem ist ihnen der Kommunikationsstil der selbstsicheren und „lauten“ Leitmilieus eher fremd und wirkt auf sie eher einschüchternd und abschreckend.

Dieses Beispiel verdeutlicht zweierlei: Zum einen wissen sich manche Milieus gut auszudrücken und kommunizieren ihre Interessen oder ihre Unzufriedenheit klar und deutlich. Andere hingegen fühlen sich eher machtlos. Auch sie mögen aus unterschiedlichen Gründen gegen ein Bauvorhaben der Stadt sein, kommunizieren diese Unzufriedenheit aber eher nicht.

Zum anderen zeigt das Beispiel, dass nicht alle Beteiligungsformate alle Milieus gleichermaßen ansprechen. Will man erfahren, wie sie denken und was sie bewegt, brauchen wir andere Formate der Bürgerbeteiligung. Der vhw hat in der Vergangenheit bei vielen Projekten mit den Methoden der Sozialforschung experimentiert und im Rahmen der Bürgerbeteiligung Teildialoge mit Bürgerinnen und Bürgern unterschiedlicher Sozialgruppen und Milieuzugehörigkeiten geführt, deren Ergebnisse später in die Beteiligungsprozesse überführt wurden.

5.2.1 Qualitative Einzelinterviews

Qualitative Methoden werden immer dann eingesetzt, wenn das Erkenntnisziel auf Informationstiefe abzielt. Aus psychologischer Sicht geht es bei Interviews um die Ermittlung von Einstellungen, Verhaltensmotiven, Barrieren und Blockaden, z. B. einer lokalen Bürgerschaft.¹⁰ Interviews mit einzelnen Bürgerinnen und Bürgern schlagen wir dann vor, wenn es vor allem um komplexe Themen geht (Bildungslandschaften, Identität eines Stadtquartiers), die einer tieferen Exploration bedürfen. Sie bieten sich vor allem für Milieus an, denen es schwerfällt, sich in größeren Gruppen zu äußern, zu Themen, zu denen sie aus ihrer Sicht nicht viel beitragen können. Ein großer Vorteil qualitativer Interviews ist es, dass sie der Individualität der Befragten folgen, womit

eine Vertrauensbeziehung zu den Interviewern hergestellt wird. Das wiederum führt zu einer Steigerung der „Aussagewilligkeit, spontanen Äußerungen und damit entsprechend vielfältigen Einsichten in die Denk- und Handlungsweise der Interviewten“.¹¹

Entwicklung eines Ganztagschulkonzepts in Karlsruhe Rintheim

Diese Art der Interviews bietet sich vor allem dann an, wenn es um schwer zu erschließende Themen geht. In einem Dialogprojekt in Karlsruhe ging es z. B. um das Thema Bildung und ein Konzept für eine gemeinsame Gesamtschule für zwei sehr gegensätzliche Stadtteile. Zunächst schien es, als wären die Bürgerinnen und Bürger (hier Eltern) des einen Stadtteils für eine offene Ganztagschule und die Bürgerschaft des anderen dagegen. In Einzelinterviews stellte sich aber heraus, dass das Konzept offene Ganztagschule den meisten befragten Eltern in ihrer Tragweite gar nicht bekannt war. Im Verlauf der Interviews wurde deutlich, dass Ganztagschulen einen eher schlechten Ruf genießen und als Schulen für Kinder sozial schwacher Familien gelten. Ein wichtiges Ergebnis war folglich, dass zum Thema mehr Aufklärung und Kommunikation stattfinden und bei der Gestaltung eines offenen Konzeptes mit den Familien beider Stadtteile gemeinsam gearbeitet werden sollte. Das Vorgehen war geeignet, Konflikte und Vorbehalte offen zu legen, von denen wenig bekannt war, die aber das Projekt maßgeblich beeinflusst haben. Zudem konnte darüber eine vertrauensvolle Gesprächsatmosphäre geschaffen werden. Gerade für Milieus wie Prekäre oder Traditionelle, die sich in großen Gruppen oder Veranstaltungen unwohl fühlen, bieten Einzelinterviews einen geschützten Rahmen.

5.2.2 Telefonische Interviews

Eine etwas einfachere und schnellere Variante von Einzelinterviews stellen telefonische Interviews dar. Sie orientieren sich ebenfalls an einem kurzen Leitfaden und folgen ansonsten der Erzähllogik der Interviewten. Sie eignen sich besonders, wenn ein schnelles Stimmungsbild gebraucht wird und die Themen eher allgemeiner Natur sind (z. B. wie geht es den Einwohnerinnen und Einwohnern eines Quartiers, welche Themen beschäftigen sie, was stört sie). Aufbauend auf die Resultate der Telefoninterviews lassen sich ggf. weitere Schritte planen (z. B. Gruppendiskussionen oder Experteninterviews). Zudem können auf diese Weise Themen exploriert und ggf. in die Agenda einer kommunalen Dialogveranstaltung aufgenommen werden.

¹⁰ Schub von Bossiazky (1992): 87, vgl. Aghamanoukjan, Buber, Mayer (2009): 419

¹¹ Aghamanoukjan, Buber, Mayer (2009): 419

Innenstadtentwicklung in Hamm

Telefoninterviews kommen in der Praxis vor allem dann zum Einsatz, wenn das Thema, um das es in einem Planungsvorhaben geht, nicht zu komplex ist und es eher darum geht, die Stimmung in einer Stadt, einem Quartier oder einer Nachbarschaft einzufangen. In einem Projekt in Hamm/Westfalen ging es z. B. ganz konkret um die Innenstadtentwicklung und wie die Bürgerinnen und Bürger in diesem Zusammenhang ihre Innenstadt wahrnehmen. In den Telefoninterviews ging es zunächst darum, was die Bürgerinnen und Bürger in der Innenstadt umtreibt, was ihnen gefällt, was im Argen liegt. Anhand der Interviewergebnisse wurde die Agenda des Bürgerdialogs festgelegt. Zudem konnte eine Zielgruppe identifiziert werden, die bis dahin noch nicht einbezogen wurde: Jugendliche. Mit diesen wurden in Folge erfolgreiche Gruppendiskussionen durchgeführt.

Die Verlegung einer Bushaltestelle in Kiel-Suchsdorf

In einem Dialogprojekt in Kiel Suchsdorf sollte es um die Verlegung einer Bushaltestelle gehen. Dazu wurden telefonische Interviews durchgeführt, die Aufschluss darüber geben sollten, wie die Bürgerinnen und Bürger zu diesem Vorhaben stehen. Im Stadtteil leben mit Traditionellen und Prekären viele Milieus die sich lokalpolitisch eher nicht beteiligen. Deshalb fiel die Wahl auf telefonische Interviews: der Aufwand ist überschaubar, die Hemmschwelle ist eher gering. Im Laufe der Interviews stellte sich hier jedoch heraus, dass die Bushaltestelle im Stadtteil nicht das dominante Problem war, sondern, vor allem für die ältere Generation, die wegbrechende Nachversorgung. Die in den Interviews geäußerten Bedenken und Anliegen wurden aufgegriffen und mögliche Maßnahmen diskutiert. Die ergebnisoffene Kommunikation führte zu einer merklichen Zunahme an Vertrauen in Politik und Verwaltung. Kürzlich, so wurde berichtet, ist am fraglichen Standort ein Einzelhandelsgeschäft zur Nahversorgung eröffnet worden.

Die Teilnehmer explorieren sich also quasi aus einer ‚natürlichen‘ Motivation heraus gegenseitig¹². Damit sind Gruppendiskussionen ein Instrument um Meinungen, Einstellungen, Verhaltensweisen und Motive zu explorieren. Unterstützt durch neutrale Moderatoren, können dort Themen offen, explorativ und unter Gleichgesinnten diskutiert und aus deren Sicht erschlossen werden.

Bildungslandschaften in der Mannheimer Neckarstadt-West

Gruppendiskussionen kommen vor allem dann zum Einsatz, wenn Themen komplex erscheinen und wenig Informationen dazu vorliegen, wie die Bürgerinnen und Bürger dazu stehen. So sollte z. B. in Mannheim das Thema Bildungslandschaften erörtert werden. Nun gibt es schon im wissenschaftlichen Diskurs verschiedene Auffassungen darüber, was eine Bildungslandschaft sein könnte. Was aber die Bürgerinnen und Bürger darunter verstehen, war völlig unklar. Erschwerend kam hinzu, dass das Thema in einem Stadtteil diskutiert werden sollte, in dem vor allem schwer erreichbare Bürgerinnen und Bürger leben: der Anteil von Menschen mit Migrationshintergrund lag zum Zeitpunkt des Projektes (2013/ 2014) bei ungefähr zwei Dritteln. Die stärksten Bewohnergruppen gehören zu den Milieus der Traditionellen, Konsum-Hedonisten, Experimentalisten und konservativen Migranten. Ermittelt werden sollte, was die Bürgerinnen und Bürger unter einer Bildungslandschaft verstehen und welche Erwartungen sie damit verbinden. Die Methode der Gruppendiskussion wurde gewählt, um den Begriff zunächst mit Leben zu füllen – und zwar aus der Sicht der Bürgerinnen und Bürger. Zudem bot sie einen geschützten Kommunikationsraum, in dem die Beteiligten sich untereinander austauschen konnten. Die Ergebnisse aus mehreren Gruppendiskussionen dienten in Folge der inhaltlichen Vorbereitung eines qualifizierten Bürgerdialoges.

5.2.3 Gruppendiskussionen

Gruppendiskussionen empfehlen sich, um einen Austausch in einem geschützten Raum zu ermöglichen. „Geschützt“ deshalb, weil es sich um homogene Gruppen handelt, die einen Vorteil haben: sie beugen einer Polarisierung vor, wie sie z. B. durch unterschiedliche Kommunikationsstile hervorgerufen wird. Die Teilnehmenden sprechen und kommunizieren in ähnlicher Art und Weise und können so auch unterschiedliche Meinungen austauschen.

Gruppendiskussionen zeichnen sich durch Alltagsnähe aus, vor allem, wenn es um Themen geht, über die sich Menschen gerne austauschen (z. B. Schule, Sauberkeit, Sicherheit etc.). In der Diskussion versuchen die Teilnehmenden sich „(...) zu verständigen und gegenseitig zu verstehen. Sie wollen wissen, wie andere vergleichbare Situationen oder Dinge handhaben oder wie diese über die zur Debatte stehenden Fragen und Probleme denken.

5.2.4 Experteninterviews

Unter Experteninterviews verstehen wir qualitative Interviews mit lokalen Akteuren in den Organisationen, Vereinen und Einrichtungen im Stadtteil, also Schulen, religiöse Zentren, Quartiersmanagements, Sportvereine, Kulturvereine, Jugendclubs u. v. a. In anderen Worten: Menschen, die eine Vorstellung davon haben, was im Quartier passiert, was die Bürgerschaft umtreibt. Sie unterscheiden sich kaum von qualitativen Interviews. Der Status „Experte/Expertin“ ist vom Thema abhängig. Bei den gewonnenen Erkenntnissen handelt es sich um Wissen aus „zweiter Hand“, denn es wird zunächst über bestimmte Milieugruppen gesprochen. Auf diese Weise lässt sich Wissen generieren, das für die Ansprache bzw. Kommunikation von Milieus hilfreich sein kann. So können die Erkenntnisse aus diesen Gesprächen als Entscheidungsgrundlage dafür dienen, ob weitere Formate angewendet werden sollen. Das ermöglicht einen ersten Blick in ein Quartier und die Stimmung vor Ort. Vor allem geben sie Auf-

¹² Blank (2011): 295ff.

schluss darüber, was die Menschen beschäftigt. Oft lassen sich dann über die Akteure vor Ort weitere Interviews oder Gruppendiskussion mit eben diesen Menschen und Gruppen organisieren.

Bildungslandschaften in der Mannheimer Neckarstadt-West

Im Zuge der Gruppendiskussionen, die in der Neckarstadt West in Mannheim geführt wurden, wurde schnell deutlich, dass bestimmte Gruppen von Bürgerinnen und Bürgern nicht erreicht werden konnten, insbesondere wertkonservative Migrantinnen und Migranten. Der Zugang zu dieser Gruppe fehlte schlicht und ließ sich auch nicht über Schulen, Verwaltung oder andere Einrichtungen herstellen.

Ein neuer Zugang zur Gruppe religiöser und wertkonservativer Migrantinnen konnte dann über eine Kulturdolmetscherin hergestellt werden, eine kulturelle Mittlerin, die selbst zu dieser Gemeinschaft zählte. Mit dem Wissen über kulturelle und kommunikative Vorlieben und Codes dieser Gemeinschaft gelang es, Interviews mit einzelnen Bürgerinnen zum Thema Bildung zu führen, neue Perspektiven, Einstellungen, aber auch Herausforderungen in Sachen Bildung offenzulegen, die in Folge in die Planung eines Bürgerdialogs eingeflossen sind.

5.2.5 Interviews über kulturelle Mittlerinnen und Mittler

In manchen Dialogprozessen stellen wir fest, dass wir trotz stolzer Teilnehmerzahlen und aller Bemühungen einige Bürgergruppen dennoch nicht erreichen. Hier stoßen Interviews und Gruppendiskussionen an ihre Grenzen und reichen trotz ihrer Alltagsnähe nicht aus, um z. B. wertkonservative Migrantinnen und solche, die sich in ihren Communities zurückgezogen haben, zu erreichen. In solchen Fällen spielen vor allem kultu-

relle und/oder sprachliche Barrieren eine Rolle: (angenommene große) kulturelle Unterschiede schaffen zwischen Bürgern, aber auch zwischen Bürgern, Stadt und Verwaltung eine Distanz, die Gespräche auf Augenhöhe zunächst unmöglich machen. Hier wird ein Zugang über Menschen benötigt, die um kulturelle, sprachliche, kommunikative und/oder religiöse Gewohnheiten wissen und eine Brücke schlagen können. Solche Menschen lassen sich am besten gemeinsam mit Stadt und Verwaltung über entsprechende Projekte (z. B. Kulturdolmetscher, Integrationslotsen-Projekte, Stadtteilmütter und ähnliche) identifizieren und ansprechen.

Berlin Neukölln – Das integrierte Handlungs- und Entwicklungskonzept Flughafenstraße

In Berlin Neukölln sollte im Quartier Flughafenstraße, einem vielfältigen Stadtteil, das Integrierte Stadtentwicklungskonzept gemeinsam mit Bürgerinnen und Bürgern weiterentwickelt werden. Das Quartier zeichnet sich durch eine große Spannweite sozialer Milieus aus: der Anteil von Menschen mit Migrationshintergrund ist hoch (zum Zeitpunkt des Projektes lag er bei ca. 45 Prozent), ebenso der Anteil junger Menschen, Menschen in prekären Lebenslagen und Menschen, die sich eher in ihre kulturellen und/oder religiösen Gemeinschaften zurückziehen. Kurz: im Quartier leben zu großen Teilen Bürgerinnen und Bürger, die sich eher nicht an Dialogprozessen beteiligen. Hier wurden die Stadtteilmütter in Neukölln als kulturelle Mittler für schwer erreichbare Familien eingesetzt. Sie kommen meist aus ähnlichen Gemeinschaften und verfügen über das kulturelle Wissen und die Sprache, um Zugang zu diesen Menschen zu finden. Mit einigen Stadtteilmüttern wurde daher eine „Interview-Schulung“ durchgeführt. Im Anschluss daran führten die Frauen Interviews mit einzelnen Familien dazu, wie sie ihr Quartier wahrnehmen, was aus ihrer Sicht fehlt und wo Probleme liegen. Die Interviews sollten so die Perspektive der Menschen offenlegen und diese für eine aktive Mitwirkung sensibilisieren.

5.3 Medien – Nutzung und Präferenzen

Mit Blick auf die Nutzung und Präferenzen von Medien unterscheiden sich die Milieus stark voneinander. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass vor allem die Frage nach digitalen Medien die Milieus „spaltet“: während junge und technikaffine Milieus selbstverständlich Social Media bzw. Online Medien nutzen, stehen andere Milieus dem (zum Teil außerordentlich) skeptisch gegenüber. Das Wissen um diese Präferenzen hilft, Bürgerinnen und Bürger zu verstehen und adäquat anzusprechen.

5.3.1 Milieuspezifische Präferenzen

Das beliebteste Medium ist noch immer der Fernseher – über alle Milieus hinweg. Fast alle geben an, dass sie häufig oder gelegentlich fernsehen. Zwischen den Milieus fallen dabei keine signifikanten Unterschiede auf. Ähnlich verhält es sich mit dem Radio, das von einer großen Mehrheit genutzt wird.

Anders sieht es bei Tageszeitungen aus. Insgesamt geben knapp 70 Prozent an, dass sie häufig oder gelegentlich eine Tageszeitung lesen. Allerdings gibt es hier deutliche Milieudifferenzen: die jungen Milieus (Expeditiv und Experimentalisten) lesen deutlich weniger Tageszeitungen. Bei den Traditionellen spielen sie neben Gewohnheiten und Ritualen aber weiterhin eine zentrale Rolle, ebenso bei den statushohen Milieus (Konservativ-Etablierte, Liberal-Intellektuelle und Performer), die etablierten Tageszeitungen großes Vertrauen schenken.

Jedoch gibt es auch bei denjenigen Milieus, die Tageszeitungen häufiger lesen, Nutzungsunterschiede: bei den **statushohen Milieus (Konservativ-Etablierte, Liberal-Intellektuelle, Performer)** ist davon auszugehen, dass die Information im Vorder-

grund steht: man will auf dem neusten Stand sein, will wissen, was in der Welt passiert und daran teilhaben. Mitreden können und eine Meinung haben spielen hier als Motivatoren eine große Rolle. Ggf. haben einzelne politische Entwicklungen auch Auswirkungen auf das eigene Tun und Leben.

Bei den **Traditionellen** sind Medien wie Fernsehen und Tageszeitung eher ein „Fernrohr in die Welt nach draußen“. Sie selbst leben eher in ihrer eigenen Welt und die Familie ist der wichtigste Bezugspunkt. Nicht selten machen ihnen die Geschehnisse im TV und in Zeitungen Angst und sie können und wollen sie nicht wahrhaben.

Für die eher **statusschwachen Milieus (Prekäre und Konsum-Hedonisten)** spielen Tageszeitungen im Alltag zwar noch eine Rolle, aber im Vergleich zu anderen Medien und anderen Milieus keine allzu große mehr. Medien, sowohl Fernsehen, als auch Zeitungen, dienen vor allem der Unterhaltung, helfen beim Abschalten und ab und zu beim Ausblenden der Realität.

Von den **bürgerlichen Milieus (Bürgerliche Mitte und Sozial-Ökologische)** liest nur die Bürgerliche Mitte überdurchschnittlich oft Tageszeitung. Die Sozial-Ökologischen fallen im Durchschnitt etwas ab. Medien dienen der Information, aber auch der Unterhaltung.

Die jüngeren Milieus (Expeditiv, Experimentalisten und Adaptiv-Pragmatische) lesen deutlich weniger Tageszeitungen. Die Vermutung liegt nahe, dass sie andere Mediengewohnheiten haben, viele Aktivitäten auf Onlinemedien verlagern und dort auch tagesaktuelle Informationen beziehen. Wichtig ist es, auf dem neusten Stand zu sein, nichts zu verpassen und in aktuellen Themen mitreden zu können. Fernsehen erfreut sich auch hier großer Beliebtheit, wobei vermutlich der Unterhaltungswert im Vordergrund steht.

Mediennutzung

Angaben in %

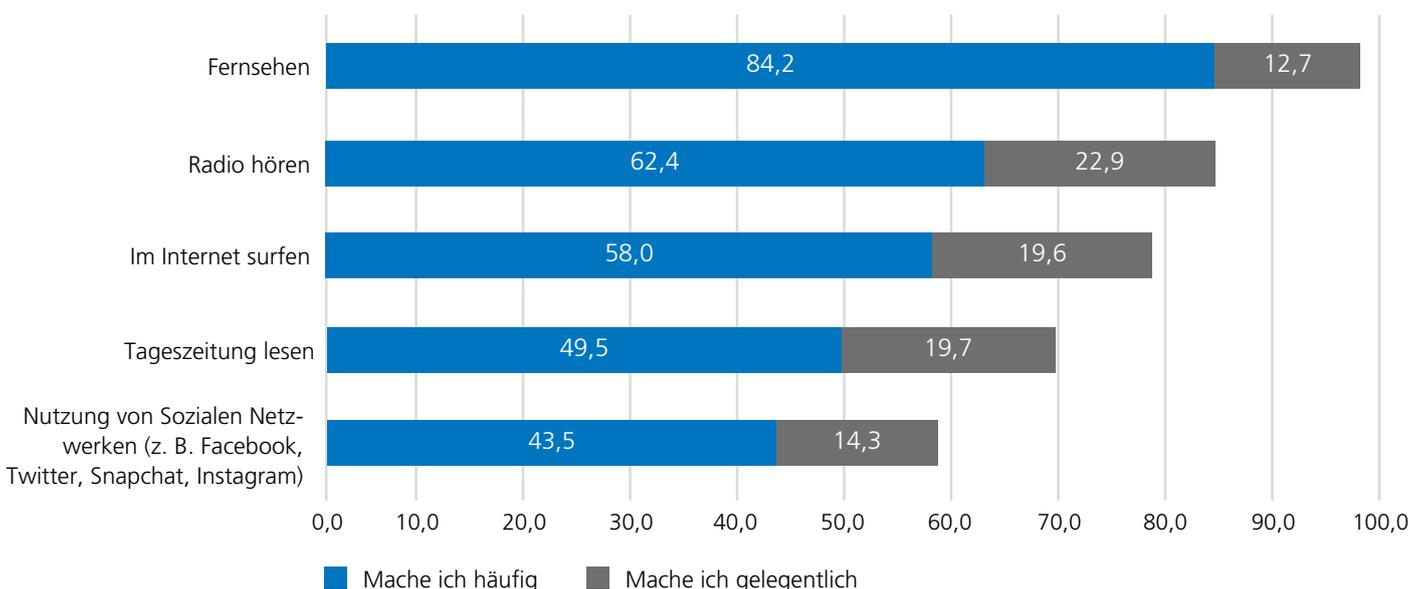


Abbildung 4: Mediennutzung (Gesamtbevölkerung), Quelle: B4p 2016

Tageszeitung lesen: Mache ich häufig/gelegentlich

Angaben in %

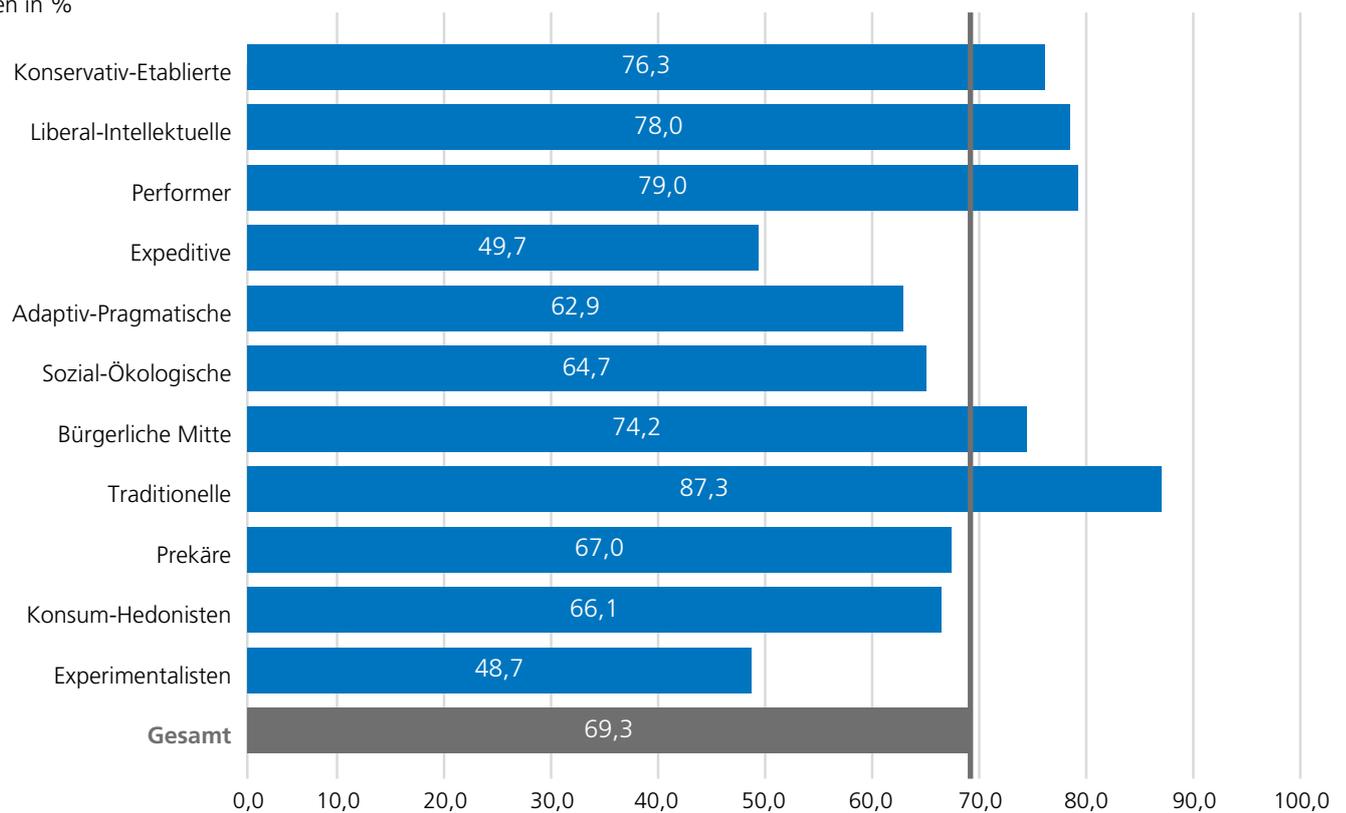


Abbildung 5: Tageszeitungen nach Milieus, Quelle: B4p 2016

Im Internet surfen: Mache ich häufig/gelegentlich

Angaben in %

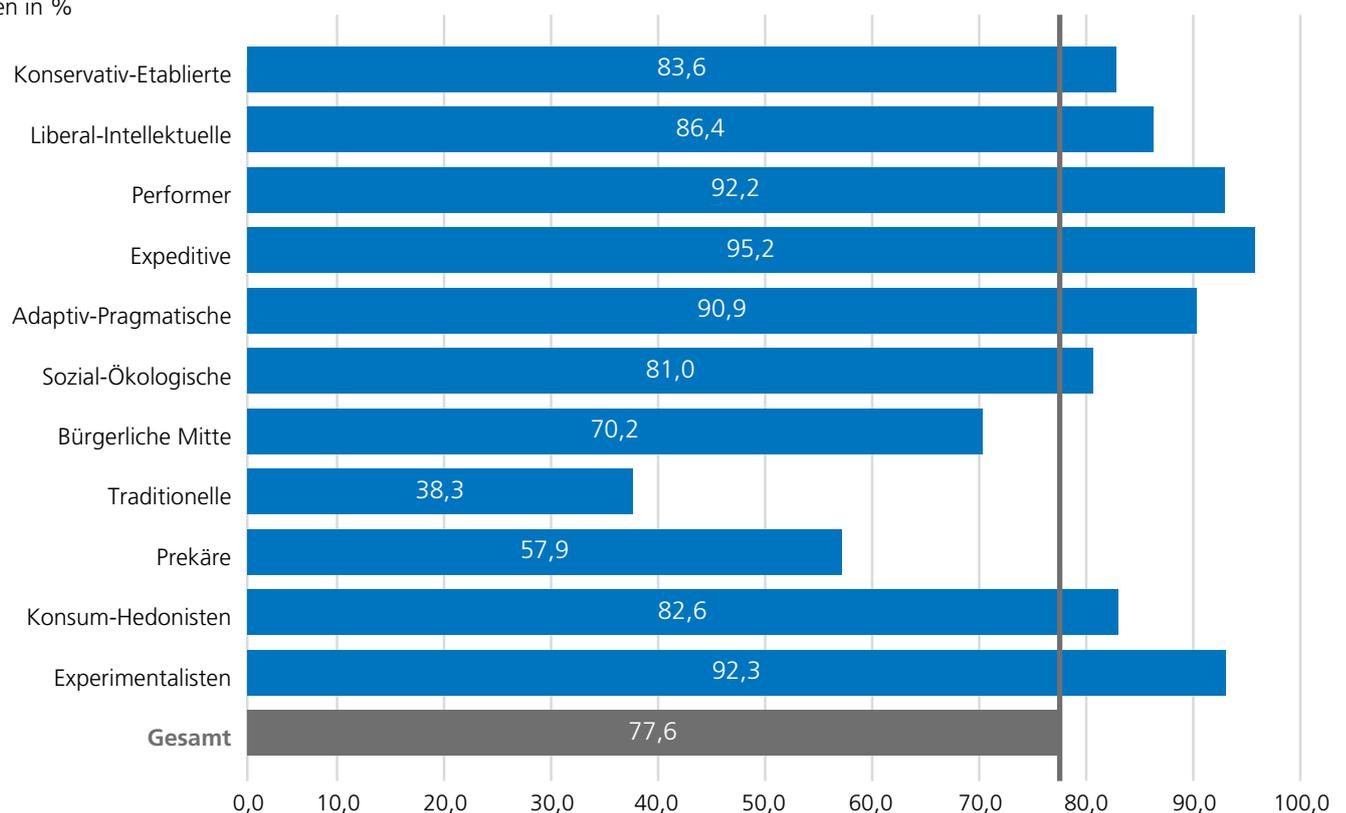


Abbildung 6: Internetnutzung nach Milieus, Quelle: B4p 2016

Nutzung von Sozialen Netzwerken: Mache ich häufig/gelegentlich

Angaben in %

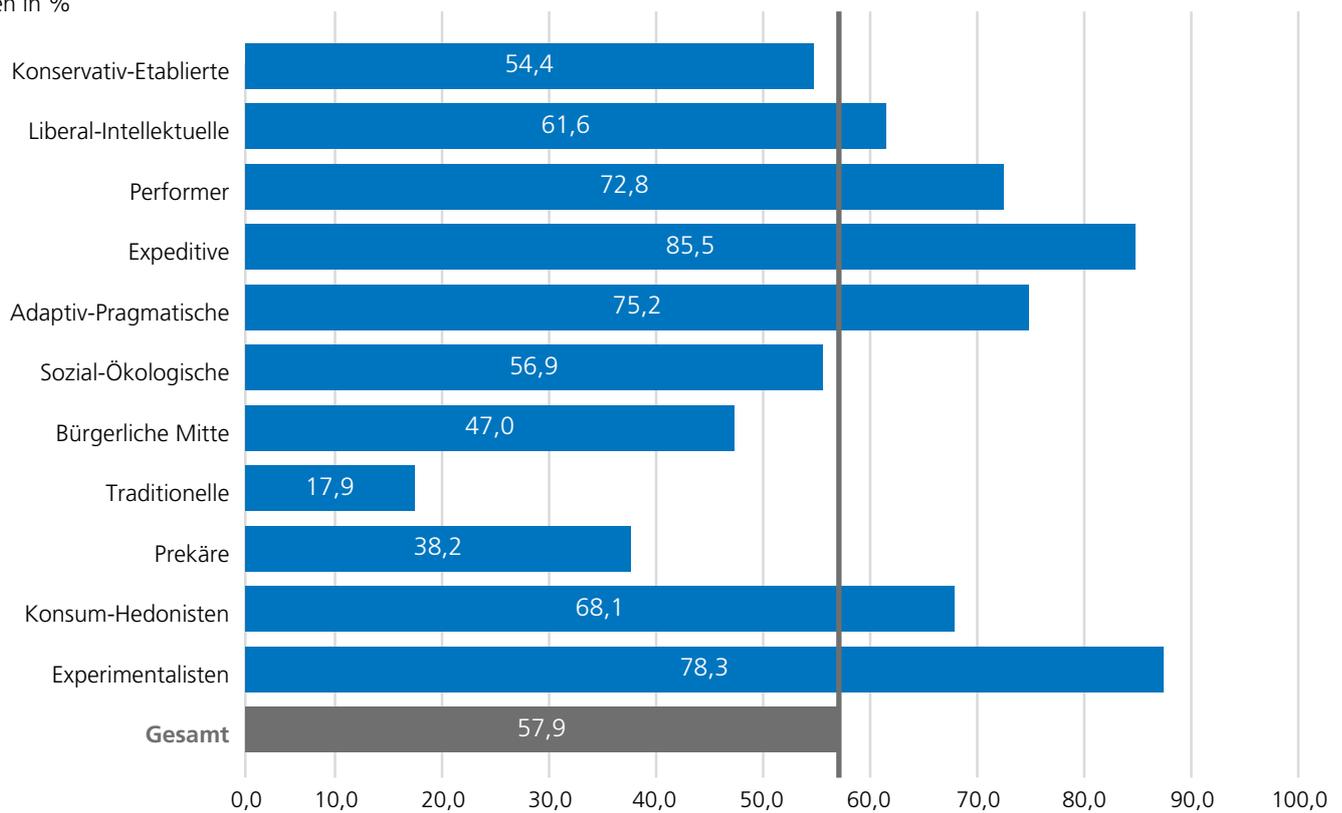


Abbildung 7: Nutzung Sozialer Netzwerke nach Milieus, Quelle: B4p 2016

Bei der Nutzung von digitalen bzw. Online Medien zeigen sich zwischen den Milieus große Unterschiede. Erwartungsgemäß fallen die Traditionellen hier weit zurück. Jüngere Milieus nutzen das Internet weit überdurchschnittlich: Expeditive, Adaptiv-Pragmatische und jüngere Experimentalisten sind mit dem Internet „groß geworden“ und in ihren Einstellungen und Präferenzen von digitalen Medien geprägt. Sie können sich kaum mehr an eine Welt ohne Internet, Facebook und Co. erinnern. Die Nutzung von Social Media ist für sie normal.

Das Sinus Institut unterteilt die Sinus Milieus mit Hilfe der Digitalen Sinus Milieus in sechs dominante Grundhaltungen¹³, die hier näher beschrieben werden sollen:

Selektive: zu ihnen zählen die **Konservativ-Etablierten, Liberal-Etablierten und Sozial-Ökologischen**. Sie zeigen einen souveränen und verantwortungsbewussten Umgang mit Offline Medien, nutzen Online Medien aber eher selektiv. Den Umgang mit Online Medien mussten sie erlernen und sehen ihn durchaus kritisch – nicht alles was neu ist, ist auch gut. Sie wägen vielmehr ab: was sind die Vorteile, was die Nachteile oder Gefahren? Was bringt mir das, welchen Nutzen habe ich? Online wie offline stehen Informationen im Vordergrund, wobei ihnen Online Medien zu flüchtig und daher weniger vertrauenswürdig erscheinen können.

Vorsichtige: Traditionelle und Bürgerliche Mitte tasten sich eher an Online Medien heran. Gerade den Traditionellen sind diese zumeist fremd. Hier spielt auch die Frage eine Rolle, wie vertrauenswürdig Informationen und Nachrichten sind. Während

die Traditionellen klassische Medien bevorzugen, nutzen rund 70 Prozent der Bürgerlichen Mitte das Internet häufig oder gelegentlich. Die Bürgerliche Mitte zeichnet sich dabei eher durch eine „gefühlige“ Nutzung aus, z. B. zur Kontaktpflege mit der Familie. Beide Milieus zeigen aber eine große Skepsis gegenüber Online Medien. Das Internet spielt keine große Rolle im Alltag (besonders nicht für die Traditionellen). Beide Milieus fühlen sich damit eher überfordert.

Bemühte: das Milieu der **Prekären** möchte gerne an Trends und Entwicklungen teilhaben, verfügt aber nicht zwingend über die nötigen Ressourcen. Einerseits fehlen finanzielle Möglichkeiten, um neue Trends und Entwicklungen mitzumachen. Zum anderen spielt hier auch Überforderung im Umgang mit Internet und Online Medien eine Rolle. Ein effizienter Umgang mit Online Medien erfordert einen Lernprozess, der sie auch überfordern kann. Mit Blick auf die Internetnutzung fallen sie im Vergleich zu anderen Milieus deutlich ab.

Spaßorientierte: Konsum-Hedonisten und Experimentalisten suchen vor allem nach Unterhaltung und Entertainment. Darauf ist auch ihre Nutzung der Online Medien ausgerichtet. Soziale Netzwerke werden überdurchschnittlich oft genutzt. Kontakte und Freundschaften werden sowohl offline als auch online gepflegt. Hier steht eindeutig die unterhaltungsorientierte Nutzung im Vordergrund, es geht um Spaß, Beziehungspflege

¹³ Vgl. <https://www.sinus-institut.de/sinus-loesungen/digitale-sinus-milieus/> [Stand: 25.09.2019]

und Austausch. Informationsbeschaffung, „up to date“ und gut informiert sein, spielen für sie keine große Rolle.

Effiziente: Performer und Adaptiv-Pragmatische nutzen Offline wie auch Online Medien und beides ganz selbstverständlich. Der Umgang ist ihnen vertraut und soll helfen, den (Berufs-) Alltag besser zu bewältigen. Ihre Nutzung ist zweck- und zielorientiert. Online Medien helfen, bei wichtigen Themen auf dem neuesten Stand zu sein und nichts zu verpassen. Auch wissen sie die Flexibilität zu schätzen, denn bei vielen Angeboten sind sie nicht mehr an feste Zeiten gebunden. Vieles geht „on demand“, wenn es gerade passt (z. B. Online Shopping, Fernsehen, Nachrichten sehen). Beide Milieus nutzen Online Angebote und Medien ausgiebig, zeigen sich aber etwas vorsichtiger als Exeditive. Soziale Netzwerke sind Teil ihrer (alltäglichen) Kommunikation. Gerade die Performer sind hervorragende (berufliche) Netzwerker, die Adaptiv-Pragmatischen nutzen Social Media auch weniger funktionell und tendenziell persönlicher.

Souveräne: Exeditive nutzen Online Medien so selbstverständlich und souverän wie Offline Medien. An eine Zeit ohne Internet können sich vermutlich nur wenige erinnern. Sie mussten den Umgang mit Internet, Online Angeboten und Social Media nicht mühsam lernen, wie z. B. Liberal Intellektuelle und Konservativ-Etablierte. Für Exeditive ist die Nutzung von Online Medien selbstverständlich. Die vorhandenen Möglichkeiten nutzen sie vergleichsweise exzessiv und zeigen sich aufgeschlossen und experimentierfreudig gegenüber Neuem. So nutzen sie Social Media wie Facebook, Instagram oder Snapchat deutlich öfter als andere. Fraglich ist auch, inwieweit Exeditive noch zwischen Online und Offline unterscheiden, eher verschwimmen hier die Grenzen zwischen den Welten. Sie verfügen über eine große digitale Kompetenz, die sie deutlich von manch anderem Milieu abhebt.

5.3.2 Fazit: Was heißt das für Sie?

Wie gezeigt, sind Bürgerinnen und Bürger unterschiedlich gut für Bürgerbeteiligung ansprechbar. Die Gründe sind je nach Milieu bzw. Milieugruppe unterschiedlich:

Konservativ-Etablierte, Liberal-Intellektuelle, Performer, aber auch Sozial-Ökologische und Teile der Bürgerlichen Mitte zeigen grundsätzlich Offenheit gegenüber Bürgerbeteiligung. Sie haben generell ein Bedürfnis, mitzureden, dabei zu sein und Einfluss zu nehmen. Auch kommunikativ werden sie sich in Beteiligungsprozessen zurechtfinden oder gar zuhause fühlen.

Die Adaptiv-Pragmatischen, Exeditiven, Experimentalisten und in Teilen auch die Konsum-Hedonisten zeigen ebenfalls Interesse an unterschiedlichen Beteiligungsformaten, allerdings sind sie schwieriger zu erreichen. Viele andere Themen sind im Alltag wichtiger. Bei den Adaptiv-Pragmatischen stehen Familie und Beruf im Vordergrund. Sie haben kaum Zeit, um an Dialogprozessen teilzunehmen. Hinzukommt, dass diese Milieus ganz unterschiedliche Kommunikationsformen verwenden und hier Offline und Online gerne ineinander übergehen.

Die schwer erreichbaren Milieus, vor allem Traditionelle, Prekäre und Teile der Bürgerlichen Mitte und Konsum-Hedonisten, sind

vor allem deshalb schwer erreichbar, weil ihnen oft nicht bewusst ist, was Beteiligung und Dialog mit ihnen zu tun hat und warum das für sie wichtig ist. Dazu kommt das Gefühl, bestimmten Mitmenschen und Gesprächsformen kommunikativ nicht gewachsen zu sein. Selbst wenn diese Bürgerinnen und Bürger also von Beteiligungsprozessen erfahren, kann es durchaus sein, dass sie sich nicht angesprochen fühlen.

Die unterschiedlichen Ausgangspositionen und Einstellungen zum Thema Beteiligung müssen zudem noch im Kontext unterschiedlicher Mediennutzungen betrachtet werden: auf der einen Seite die Milieus, die sich lieber auf traditionelle Offline Medien beziehen, auf der anderen Seite die Milieus, die ihre Kommunikation weitgehend in neue Online Medien verlagern.

Das bedeutet letztlich: den einen Weg, um alle zu erreichen, gibt es nicht. Es sind ausgearbeitete Strategien notwendig, um kommunale Anliegen und Beteiligungsvorhaben mit den Bürgerinnen und Bürgern zu kommunizieren: Wen erreiche ich wie? Was möchte ich mit meiner Kommunikation erreichen? Welche Botschaft möchte ich vermitteln? Die Möglichkeiten der Kommunikation sind dabei sehr vielfältig - werfen wir einen genaueren Blick darauf.

„Alte“ (offline) Medien – Amtsblatt, Zeitungen, Flyer und Co.

Amtsblatt, lokale Tageszeitungen, Flyer, Postkarten, Plakate, Postwurfsendungen, persönliche Einladungsschreiben sind nur einige Formate zur Kommunikation mit den Bürgerinnen und Bürgern. Gerade für die älteren Milieus gilt heute noch am ehesten das gedruckte Wort als vertrauenswürdig. Das Amtsblatt kennen sie vermutlich noch aus älteren Tagen und dürfte ihnen ein wenig Informationssicherheit bieten. Allerdings kann ggf. auch heute noch der bürokratische Kommunikationsstil eines Amtsblattes insbesondere für jüngere Milieus sehr abschreckend wirken. Auf der anderen Seite ist die von einzelnen Kommunen versuchte inhaltliche und sprachliche Modernisierung des Amtsblattes hin zu einem kommunalen Informationsmedium rechtlich umstritten und die Zulässigkeit noch nicht abschließend geklärt.

Gedruckte Medien wie Tageszeitungen können ausführlich begründen, worum es bei einer Bürgerbeteiligung geht, wen es betrifft und warum eine Beteiligung der Bürgerinnen und Bürger als wichtig erscheint. Allerdings gilt es zu akzeptieren, dass sich auf diesem Weg nicht alle Menschen und Milieus erreichen lassen. Gerade die jüngeren Milieus werden sich mit einer Tageszeitung und deren abschreckendem Stil nur schwer erreichen lassen.

Flyer, Postkarten, Plakate und dergleichen lassen sich hingegen weit „streuen“, lassen sich an Orten positionieren, die von bestimmten Milieus frequentiert werden. Flyer und Postkarten lassen sich in Briefkästen werfen, aber auch an Universitäten, Schulen, Sportvereinen, Supermärkten usw. verteilen. Dem sind kaum Grenzen gesetzt, jedoch sollte man wissen, welche Milieus wo zu erreichen sind. Diese Form der Kommunikation hat aber den Nachteil, dass sie flüchtig ist: auch wenn jemand eine Postkarte nimmt, heißt das nicht, dass die Informationen wahrgenommen werden und im Gedächtnis bleiben. Zudem lassen sich nur wichtige Daten (also das Was, Wann, Wo und vielleicht ein Warum)

kommunizieren. Für Erläuterungen bleibt kaum Platz, es lässt sich höchstens auf weiterführende Informationen verweisen.

In der Praxis haben sich persönliche Anschreiben oft als hilfreich erwiesen. Die persönliche Anrede vermittelt Wertschätzung und den Eindruck, dass man als Bürgerin und Bürger ernst genommen wird. Erfahrungsgemäß erhöht dies die Bereitschaft, sich zu beteiligen. Ein Garant für Beteiligung ist zwar auch dieses Kommunikationsmittel nicht, kann aber vor allem bei beteiligungsfernen Milieus eine gewisse Wirkung erzeugen.

„Neue“ (Online) Medien

Nicht selten wird die Möglichkeit, Online mit Bürgerinnen und Bürgern zu kommunizieren, als ein „Allheilmittel“ betrachtet. Frei nach dem Motto „wir machen das jetzt Online und dann können alle dabei sein“. Dass sich Menschen generell Online und über Social Media besser erreichen lassen, ist ein Irrglaube. Zwar sind junge Menschen meist Online versiert und können mit Social Media-Kanälen umgehen. Allerdings gehen dort Informationen schnell verloren und werden zum „Hintergrundrauschen“. Sie gehen in der Vielfalt von Informationen und Medien schlicht unter. Zudem befinden sich Nutzerinnen und Nutzer von Social Media häufig in „Informationsblasen“ bzw. „Filterblasen“. Das heißt, sie nehmen nur Informationen wahr, die sie ohnehin interessieren. So bleibt die Frage offen, wie das Thema Bürgerbeteiligung in deren Wahrnehmung gerückt werden kann.

Viele Städte verfügen heute über eine eigene Internetpräsenz, meist in Form einer Website. Diese werden auch genutzt, um Bürgerdialoge zu kommunizieren. Allerdings funktioniert eine Website wie ein digitales „Schwarzes Brett“ im Rathaus: Bürgerinnen und Bürger müssen aktiv werden und selbst nach Informationen zu Bürgerdialogen, Planungsvorhaben etc. suchen und müssen wissen, wonach sie suchen. Websites haben jedoch den Vorteil, dass sich Sachverhalte gut und transparent beschreiben lassen und um weiterführende Informationen, Pläne etc. leicht ergänzt werden können.

Social Media-Kanäle wie Twitter und Instagram können für solche Informationen ein gutes Einfallstor bieten. Einerseits lassen sich Informationen zu Planungs- und Beteiligungsvorhaben schnell kommunizieren und es lässt sich zudem gut auf weiterführende Informationen im Internet verweisen. Allerdings besteht hier die Gefahr, dass wichtige Informationen in der Fülle an Informationen untergehen. Wiederholungen können helfen, sind aber kein Garant, dass sich Informationen bei den Nutzern bzw. Bürgerinnen und Bürgern festsetzen.

Die Nutzung von Social Media wirkt besonders auf junge Milieus ansprechend. Die Kommunikation entspricht ihrem Lebensstil, sofern Ausdrucksweise und Sprache dem entsprechen. Eine authentische Kommunikation ist hier wichtig. Wer also versucht, komplexe Sachverhalte in Twitter-Nachrichten zu kommunizieren, macht sich schnell unbeliebt und unglaubwürdig.

Die Mischung macht's?

Ein Mix aus Online- und Offline Kommunikation macht vor dem Hintergrund der aufgezeigten Überlegungen viel Sinn und viele Städte praktizieren diesen Mix bereits heute. Die Erstellung eines durchdachten Kommunikationskonzepts kann dabei eine Hilfe sein. Teil eines solchen sollte auch die Berücksichtigung von Lebenswelt und Alltag der Milieus sein: was bewegt die Milieus, was beeinträchtigt oder fördert eine breite, inklusive Bürgerbeteiligung?

Ein letztes Beispiel mag das verdeutlichen: für ältere Menschen ist oft schon der Weg zu einer Bürgerveranstaltung ein Problem: Sie fragen sich, wie komme ich hin und wieder zurück? Für Adaptiv-Pragmatische und die jüngere Bürgerliche Mitte kann eine fehlende Kinderbetreuung zum Problem werden. Im ersten Fall kann ein Shuttle-Service helfen, im zweiten Fall eine gut organisierte Kinderbetreuung.

Die aufgezeigte Vielfalt an passfähigen Methoden in dieser Broschüre kann dabei helfen, herauszufinden, welche Hürden und Barrieren es für die Menschen gibt und wie sie sich überwinden lassen. Das Wissen darüber, wie Milieus zu einem bestimmten Thema stehen, hilft dabei, diese Menschen besser zu verstehen und sich entsprechend auf sie einzustellen. Und das ist ein großer Schritt hin zu einer zielgenauen und letztlich erfolgreichen Kommunikation.

6. Anhang

	Durchführung	Besonders geeignet für	Herausforderungen
Qualitative Einzelinterviews	<ul style="list-style-type: none"> • Ansprache und Rekrutierung von Bürgerinnen und Bürgern z. B. über ein lokales Feldstudio. • Oder über Vereine, Institutionen vor Ort (Schulen, Sportvereine, Familienzentren, etc.). • Interviews werden mithilfe eines Leitfadens geführt, der mit Stadtverwaltung, Planern und weiteren Akteuren abgestimmt wird. Er orientiert sich an Themen, die Fragen werden aber offen gestellt, Verlauf und Inhalte werden maßbeglich durch Bürgerinnen und Bürger bestimmt • Die Interviews finden an neutralen Orten statt und werden von neutralen Personen geführt 	<ul style="list-style-type: none"> • Komplexe Themen, bei denen wenig Informationen vorliegen, vor allem aus Sicht der Bürgerinnen und Bürger. • Sensible Themen, wie z. B. Bildung, Sicherheit, Integration. • Zurückhaltende Milieus, vor allem Traditionelle, Prekäre, auch Bürgerliche Mitte und (wertkonservative) Migrantinnen und Migranten. • Sensibilisierung und Aktivierung für einen anstehenden Dialog. 	<ul style="list-style-type: none"> • Das Vorgehen ist nicht repräsentativ oder reproduzierbar, Jedes Interview verläuft anders (siehe auch Herausforderungen bei Gruppendiskussionen). • Ressourcen: zeitintensives Vorgehen, vor allem bei der Rekrutierung, Durchführung, Auswertung und Aufbereitung für den Dialogprozess. • Manche schwer erreichbaren Zielgruppen (z. B. wertkonservative Migranten) lassen sich nur schwer erreichen. • Die Überführung und Berücksichtigung der Ergebnisse in den Dialogprozess sollte vorab
Telefonische Interviews	<ul style="list-style-type: none"> • Als Basis für Telefoninterviews können Telefonbucheinträge genutzt werden, die per Zufallsauswahl bestimmt und mikrogeografisch gestützt gleichmäßig im Raum verteilt werden. Hat man einen Zugriff auf die räumliche Verteilung z. B. der Sinus-Milieudaten, kann den Interviews auch eine ausgewogene, d. h. milieuquotierte Zufallsauswahl zugrunde gelegt werden. • Die Interviews werden mit Hilfe eines Leitfadens geführt, der vorab mit der Stadt abgestimmt wird und sich an konkreten Themen orientiert. Den Gesprächsverlauf bestimmten allerdings maßbeglich die Interviewten. • Ein Ankündigungsbrief des OB oder der Stadtverwaltung kann bei der Ansprache helfen 	<ul style="list-style-type: none"> • Für konkrete und räumlich begrenzte Themen, wie z. B. die Nahversorgung in einem Quartier, konkrete Fragen der Quartiersentwicklung oder wenn das Thema bereits gut erschlossen ist (auch von Seiten der Bürgerinnen und Bürger). • Wenn keine gravierenden Meinungsunterschiede zwischen den Milieus erwartet werden oder bereits klar ist, für wen die Themen relevant sind. • Als Sensibilisierung und Aktivierung für eine (unmittelbar) bevorstehende Bürgerbeteiligung bzw. Dialogveranstaltung. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bei Telefoninterviews ist mit einer Ungleichverteilung zu rechnen: im Telefonbuch lassen sich vor allem ältere Bürgerinnen und Bürger eintragen. Jüngere Milieus sind dort selten eingetragen. Daher macht es bei diesem Vorgehen Sinn, ggf. ergänzende persönliche Interviews mit jüngeren Milieus zu organisieren. • Zeitressourcen: das telefonische Vorgehen kann zeitintensiv sein, denn nicht jede gewählte Nummer bedeutet auch automatisch ein Interview. Zudem müssen die Interviews als ein Baustein im Dialogprozess vorbereitet, durchgeführt und ausgewertet werden. • Die Ergebnisse müssen entsprechend aufbereitet und in den weiteren Dialogprozess eingespeist werden. • Schwer erreichbare Milieus lassen sich nur schlecht erreichen, vor allem prekäre Milieus und (wertkonservative)
Gruppendiskussionen	<ul style="list-style-type: none"> • Ansprache und Rekrutierung von Bürgerinnen und Bürgern über ein Feldstudio, möglichst vor Ort. • Oder über Organisationen, Vereine, Institutionen vor Ort (Kitsas, Schulen, Sportvereine, Jugend- und Familienzentren, etc.). • Die Gruppendiskussionen werden mit Hilfe eines Leitfadens geführt, der vorab mit Stadtverwaltung, Planern und mitunter lokalen Akteuren abgestimmt wird. • Geführt werden die Gruppengespräche von neutralen und unabhängigen Personen 	<ul style="list-style-type: none"> • Komplexe, schwer greifbare, abstrakte Themen, zu denen wenig Informationen vorliegen – vor allem aus Sicht von Bürgerinnen und Bürgern. • Sensible Themen, wie Bildung, Sicherheit, Integration. • Zurückhaltende Milieus und Milieus, die sich in homogenen Gruppen offener äußern, z. B. Traditionelle, Prekäre, Bürgerliche Mitte, Konsum-Hedonisten, Jugendliche sowie Migranten. • Sensibilisierung und Aktivierung für eine Bürgerbeteiligung oder Dialogveranstaltung. 	<ul style="list-style-type: none"> • Das Vorgehen ist nicht repräsentativ und reproduzierbar – jede Gruppendiskussion läuft anders, zumal Verlauf und Zusammenwirken durch die Teilnehmenden bestimmt wird. • Ressourcen (Zeit und Kosten): Gruppendiskussionen sind ein Baustein im Dialogprozess und müssen einzeln organisiert, vorbereitet, durchgeführt und ausgewertet werden. • Mitunter werden dadurch und durch Rekrutierung viele Ressourcen gebunden. • Die Ergebnisse müssen aufbereitet werden und in den Dialogprozess einfließen. • Wertkonservative Migrantmilieus, lassen sich auch mit diesem Vorgehen nur bedingt erreichen.

<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Experteninterviews</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ansprache von Expertinnen und Experten bzw. Akteuren über Organisationen, Institutionen, Vereine, etc. vor Ort – Grundlage dafür bildet eine entsprechende Recherche oder Netzwerkanalyse. • Die Interviews werden mit Hilfe eines Leitfadens geführt, der vorab mit Stadtverwaltung und Planern, mitunter auch mit Akteuren vor Ort abgestimmt wird. Durchführung der Interviews vor Ort, bei den Expertinnen und Experten. 	<ul style="list-style-type: none"> • Wenn das Dialogthema aus Sicht der Akteure noch nicht detailliert betrachtet wurde. • Um einen ersten Eindruck über die Stimmung vor Ort zu erhalten und anknüpfend daran weitere Interviews, ggf. auch über kulturelle Mittler, sowie Gruppendiskussionen zu organisieren. • Falls wenig Information vorliegt, wer die schwer erreichbaren Milieus sind und wie sie zum Thema stehen. • Erkenntnisse sind als „Aufhänger“ bzw. Anker für Gespräche mit schwer erreichbaren Milieus nützlich. 	<ul style="list-style-type: none"> • Das Vorgehen ist nicht repräsentativ oder reproduzierbar, jedes Interview verläuft anders (siehe auch Herausforderungen bei Gruppendiskussionen). • Ressourcen: zeitintensives Vorgehen bei Durchführung, Auswertung und Aufbereitung für den Dialogprozess (Rekrutierung gestaltet sich meist einfacher als bei anderen Methoden). • Informationen und Wissen aus „zweiter Hand“. Schwer erreichbare Menschen (z. B. wertkonservative Migrantinnen und Migranten) werden kaum erreicht. • Die Überführung der Ergebnisse in die Bürgerbeteiligung oder in den Dialogprozess sollte vorab gemeinsam geklärt werden.
<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Interview über kulturelle Mittlerinnen und Mittler</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ansprache von Mittlerinnen und Mittlern, die über Wissen zu einer Zielgruppe verfügen. Ansprache über Verwaltung, Institutionen, Projekte vor Ort, basierend auf einer entsprechenden Recherche oder Netzwerkanalyse. • Schulung der Mittlerinnen und Mittlern (Stadtteilmütter, Kulturdolmetscher) zur Interviewführung. • Erarbeitung eines Leitfadens in Abstimmung mit allen Akteuren: Stadtverwaltung, Planer, Mittlerinnen und Mittlern usw. • Festlegung der Zielgruppe, die über die Mittler und Mittlerinnen erreicht und interviewt werden soll. • Durchführung der Interviews durch Mittlerinnen und Mittler, ggf. vor Ort bei der Zielgruppe. 	<ul style="list-style-type: none"> • Wenn eine Zielgruppe schwer erreichbar ist und Zugänge nur über Menschen aus dieser Zielgruppe möglich ist. • Wenn das Thema des Dialoges besonders aus Sicht dieser Bürgerinnen und Bürger noch nicht betrachtet wurde und kaum Informationen vorliegen, wie diese Zielgruppe zum Thema steht. • Erkenntnisse können als „Aufhänger“ bzw. Anker für Gespräche mit schwer erreichbaren Milieus genutzt werden, sowie als Sensibilisierung für eine Bürgerbeteiligung. 	<ul style="list-style-type: none"> • Das Vorgehen ist nicht repräsentativ oder reproduzierbar, jedes Interview verläuft anders (siehe auch Herausforderungen bei Gruppendiskussionen), besonders, wenn Dritte bzw. Mittler die Interviews durchführen. • Ressourcen: zeitintensives Vorgehen bei Durchführung, Auswertung und Aufbereitung für eine Bürgerbeteiligung oder einen Dialogprozess. • Informationen und Wissen aus „zweiter Hand“, welches in den Dialogprozess eingebracht werden muss. Dies sollte vorab gemeinsam geklärt werden.

Literatur

Aghamanoukjan, A., Buber, R., Meyer, M. (2009): Qualitative Interviews. In: Buber, R., Holzmüller, H. (Hg.): Qualitative Marktforschung. Konzepte – Methoden – Analysen. Wiesbaden.

Blank, R. (2011): Gruppendiskussionsverfahren. In: Naderer, G., Balzer, E. (2011): Qualitative Marktforschung in Theorie und Praxis. Grundlagen – Methoden – Anwendungen. Wiesbaden.

Beck, S., Schnur, O. (2016): Mittler, Macher, Protestierer. Intermediäre Akteure in der Stadtentwicklung. Berlin.

Becker, U., H. Nowak (1985): "Es kommt der "neue" Konsument". In: Form. Zeitschrift für Gestaltung, Nr. 111, S.13–18

Diakoniewerk Simeon: Stadtteilmütter in Neukölln, unter: <https://www.diakoniewerk-simeon.de/beratung-integration/stadtteilmuetter-in-neukoelln/> (abgerufen am 09.03.2021)

Flaig, B., Barth, B. (2018): Hoher Nutzwert und vielfältige Anwendung: Entstehung und Entfaltung des Informationssystems Sinus-Milieus®. In: Barth, B., Flaig, B., Schäuble, N., Tautscher, M. (Hg.) (2018): Praxis der Sinus-Milieus®. Wiesbaden.

Geißler, R. (2002): Die Sozialstruktur Deutschlands. Wiesbaden.

Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung. (Hg.) (2016): Best for Planning (B4p). München.

Hradil, S. (2005): Soziale Ungleichheit in Deutschland, Wiesbaden.

IFOK GmbH (2019): GUTE BÜRGERBETEILIGUNG. Leitlinien für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit. Berlin

Schub von Bossiazky, G. (1992): Psychologische Marketingforschung – Qualitative Methoden und ihre Anwendung in der Markt-, Produkt- und Kommunikationsforschung. München.

Sinus Institut: Digitale Sinus Milieus, unter: <https://www.sinus-institut.de/sinus-loesungen/digitale-sinus-milieus/> (Stand 25.09.2019)

Literatur zu den Fallbeispielen

Aring, J. (2019): Risse in der Gesellschaft. Ein Essay über die Demokratiedistanz sozialer Milieus und ihre regionalen Ausprägungen. werkSTADT Nr. 31. Berlin.

Aring, J., Rohland, F. (2016): Bildung gemeinsam gestalten. Dialog Bildungslandschaft Neckarstadt-West. werkSTADT Nr. 1. Berlin.

Hallenberg, B., Jähn, S., Rohland, F., Voth, A. (2017): Qualifizierte Bürgerbeteiligung zur Neuaufstellung des FNP in Bergisch Gladbach. werkSTADT Nr. 12. Berlin.

Höcke, C. (2016): "Es gibt Wichtigeres als diese Bushaltestelle!" Erfolgreiche Bürgerbeteiligung zur Nahversorgung in Kiel-Suchsdorf. werkSTADT Nr. 9. Berlin.

Höcke, C., Hallenberg, B. (2018): Die Essener City Nord: Auf dem Weg zu einem Kreativquartier? Potenziale und Herausforderungen kommunaler Koproduktion. werkSTADT Nr. 24. Berlin.

Jähn, S., Beck, S., Chrzaszczak, P. (2018): Berlin-Neukölln. Bildungsquartier Flughafenstraße. Koproduktion im Bildungsnetzwerk. werkSTADT Nr. 20. Berlin.

Kuder, T. (2016): Bürgerorientierte Quartiersentwicklung in der „Sozialen Stadt“. werkSTADT Nr. 7. Berlin.

Kuder, T. (2016): Bürgerbeteiligung neu justiert! Fair, informiert und gleichberechtigt zum „besseren“ Ergebnis. werkSTADT Nr. 16. Berlin.

Kuder, T. (2016): Starke Lokale Demokratie: Leitlinien für eine hochwertige, inklusive Bürgerbeteiligung. werkSTADT Nr. 8. Berlin.

vhw Bundesverband für Wohnen und Stadtentwicklung (Hg.) (2018): Migranten, Meinungen, Milieus: vhw-Migrantenmilieu-Survey 2018. Berlin.

Impressum

Die Verwendung einer Sprache frei von Diskriminierung einzelner Geschlechter ist dem vhw – Bundesverband für Wohnen und Stadtentwicklung e.V. ein wichtiges Anliegen.

Der vhw präferiert hierfür die Verwendung weiblicher und männlicher Schreibweisen sowie neutraler Ausdrucksformen.

Herausgeber:

vhw – Bundesverband für Wohnen und Stadtentwicklung e. V.
Fritschestraße 27/28
10585 Berlin
Vorstand: Prof. Dr. Jürgen Aring

Redaktion:

Herrmann Böttcher, Laura Marie Garbe, Thomas Kuder

Unter Mitarbeit von:

Jürgen Aring, Sebastian Beck, Herrmann Böttcher, Anna Florl,
Bernd Hallenberg, Stefanie Gutknecht, Robert Kretschmann,
Thomas Kuder, Dieter Schöffmann, Tilla Ziem

Gestaltung / Druck:

Druckerei Franz Paffenholz GmbH, Bornheim

Titelbildquelle:

social_@pixabay_kropekk_pl

ISBN: 978-3-87941-813-8

Berlin, im März 2021

