

Lassen sich durch den Einsatz »Neuer Medien« neue Zielgruppen gewinnen?

Eine Untersuchung im Rahmen der Entwicklung von Leitlinien für Bürgerbeteiligung in Wuppertal

Alexandra Terhorst

Der Einsatz onlinebasierter Beteiligungsmethoden in Kombination mit Offline-Veranstaltungen ist nicht neu und wird vielfach praktiziert. Das Ineinandergreifen der beiden methodischen Ansätze und deren jeweilige Vor- und Nachteile werden vielfach diskutiert. Vor diesem Hintergrund wird in diesem Artikel der Frage nachgegangen, ob der Einsatz der Neuen Medien bei der Wuppertaler Leitlinienerstellung mehr Bürger/innen zur Beteiligung motivieren und ggf. sogar neue Zielgruppen gewinnen kann, als dies vorher, bei reiner Anwendung von Offline-Beteiligungsformaten der Fall war.

Hintergrund und Begriffsdefinition

»81 Prozent der Deutschen wollen mehr Bürgerbeteiligung« (Selle 2013, S. 315). Dies fand eine repräsentative Studie des Meinungsforschungsinstituts TNS-Emnid im Auftrag der Bertelsmann-Stiftung heraus (1). Allerdings sind nicht bei jeder Bürgerbeteiligungsveranstaltung so viele Teilnehmer/innen anwesend, dass sich das Forschungsergebnis im Alltag bestätigen lässt. Die Stadt Wuppertal hat sich zum Ziel gesetzt, den Dialog mit den Bürger/innen zu intensivieren. Um dies zu erreichen, hat sie die Stabsstelle für Bürgerbeteiligung eingerichtet und entwickelt derzeit Leitlinien zur Bürgerbeteiligung. Diese Leitlinien sollen einen verbindlichen und verlässlichen Rahmen für Bürgerbeteiligung in Wuppertal schaffen. Die Bürgerinnen und Bürger sind eingeladen diese, gemeinsam mit Politik und Verwaltung zu entwickeln.

Laut verschiedenen Definitionsbegriffen ist Partizipation der aktive Teil der Bürgerbeteiligung, bei dem die Bürger/innen konkret etwas ausarbeiten, ihre Meinung kundtun oder sich anderweitig direkt einbringen können. Daneben gibt es die reine Informationsvermittlung, die den anderen Teil, die »passive« Beteiligung, ausmacht. Allerdings gelingt Beteiligung auch nicht ohne Information, wie sich im Laufe dieses Artikels auch noch zeigen wird (vgl. Magistrat der Stadt Wien 2012, S. 12).

Die teilnehmende Beobachtung der Autorin beim World Café sowie die Auswertung des Online- und Offline-Beteiligungsprozesses, erfolgte im Rahmen einer Hospitation zu einem vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) geförderten Forschungsprojektes. Es galt damit praxis- und zeitnahe Beispiele zu finden, wie und ob Online- und Offlinebeteiligungen sinnvoll kombiniert werden können, um zu aussagekräftigen Ergebnissen zu gelangen und neue Beteiligungsgruppen zu gewinnen.

Beteiligung in Wuppertal – online- und offline

Unter Online-Beteiligung werden Methoden zusammengefasst, die sich das Internet zur Beteiligung zu Nutze machen. Eine Offline-Veranstaltung hingegen ist eine konkrete Vor-Ort-Veranstaltungsform, bei der sich Bür-

ger/innen aktiv in einer Veranstaltung beteiligen (bspw. in Workshops, Bürgerforen, Zukunftswerkstätten, etc.) oder sich passiv als Beobachter/innen informieren können (bspw. Podiums- oder Expertendiskussionen). Im Rahmen der Leitlinienentwicklung in Wuppertal wurde eine Kombination aus Online-Beteiligung über eine Plattform und der Offline- Methode »World Café« gewählt, um zu sinnvollen Resultaten zu gelangen.

Exkurs: World Café

Das World Café ist eine kreative Methode, an einem bestimmten, für jedermann zugänglichen Ort. Es können beliebig viele Bürger/innen mitmachen, da es Unterteilungen in einzelne Kleingruppen gibt. Diese Kleingruppen sollten für gewöhnlich nicht größer als maximal fünf bis acht Teilnehmende sein, damit ein konstruktives Brainstorming bzw. eine sinnvolle Diskussion entstehen kann. Es sollen etwa drei aufeinander aufbauende Diskussions- bzw. Gesprächsrunden durchgeführt werden. Diese Methode ist besonders dafür geeignet, das Wissen der Bürger/innen, deren Ansichten und Perspektiven zu sammeln sowie sich auszutauschen. In den Gesprächsrunden von je 20-30 Minuten setzen sich die Bürgerinnen und Bürger mit einem konkreten Thema bzw. mit bestimmten Fragen auseinander. Nach einer Runde wechseln alle Teilnehmer/innen, bis auf eine Person, die die Diskussion in der Runde leitet. Es bilden sich neue Gruppen, die abermals diskutieren. Den Abschluss einer Gesprächsrunde kann eine kurze Zusammenfassung der Tischgespräche bilden.

Die Bereitschaft der Wuppertaler Bürger/innen, sich an der künftigen Gestaltung ihrer Stadt zu beteiligen, ist vorhanden, wie sich im Vorfeld bei anderen Beteiligungen zeigte (vgl. Beschlussvorlage 15.02.2016) (2). Neu ist allerdings, dass die sozialen Medien sowie die Onlinebeteiligung in den Fokus der aktiven Beteiligung rücken. Die Stadt möchte die Gruppe derer, die sich beteiligen, erweitern und vor allem auch die jüngeren Bürger/innen Wuppertals dazu bringen, sich zu engagieren. Angesprochen werden sollen vor allem die Frauen und Männer, die sich in einer Altersgrenze zwischen 16 und 40 Jahren bewegen. Als »Neues Medium« wählte die Stabstelle das soziale Netzwerk »Twitter«, weil diese Altersgruppen zu den Hauptnutzgruppen von Twitter zu zählen sind. Laut Statista Research & Analysis waren im Jahr 2014 etwa 22% der Twitter-Nutzer zwischen 25 und 34 Jahre alt (vgl. Website Statista). Bei der Untersuchung in Wuppertal wurde die Definition der »junge« Zielgruppe nach oben bis zu 40 Jahren und unten hin erweitert, da auch junge Menschen im Teenageralter für die Beteiligung gewonnen werden sollten.

Die erste Phase der Leitlinienentwicklung wird neben dem World Café auch mittels Online-Plattform durchgeführt. Diese hat das Ziel, mit möglichst vielen Bürgern/innen der Stadt ins Gespräch zu kommen. Diese war vom 20. Mai bis 10. Juni 2016 freigeschaltet. Bei beiden Formaten geht es um die wichtige Frage, was in Leitlinien für Bürgerbeteiligung geregelt werden soll. Alle Ideen und Beiträge zu einer gelungenen Bürgerbeteiligung, die dort gesammelt wurden, bilden eine breite Grundlage für die gemeinsam zu erarbeitenden Leitlinien der Stadt (vgl. <https://www.wuppertal.de/microsite/buergerbeteiligung/verfahren/leitlinien/leitlinien.php>).

Der Prozess zur Entwicklung der Leitlinien für Bürgerbeteiligung in Wuppertal

Leitlinien für Bürgerbeteiligung sollen dazu beitragen, Bürgerbeteiligung gewinnbringend für alle Seiten zu entwickeln. Die Leitlinien werden in Wuppertal innerhalb eines Jahres mit den Bürgern/innen erarbeitet, ehe sie dem Rat der Stadt vorgelegt und in Kraft gesetzt werden (vgl. WZ 2015). Von diesen Regeln und deren weiterer Entwicklung hängt die Qualität und Durchsetzungskraft der Beteiligung ab.

Einsatz Neuer und Sozialer Medien

Rund 1,3 Milliarden Menschen nutzen das Internet. Allein in Deutschland werden mehr als 42 Millionen Internetnutzer gezählt (vgl. Website bbbp2). Das Internet gewinnt zunehmend an Einfluss auf das tägliche, soziale, politische, ökonomische und ökologische Leben. Die Antwort auf die Frage, warum es in Wuppertal eine Onlinebeteiligung geben soll, ist daher simpel: Will man die Menschen erreichen, kommt man kaum am Internet vorbei.

Das Wuppertaler Dezernat für Bürgerbeteiligung setzt sich bewusst mit der Einbindung der Neuen und Sozialen Medien auseinander. Mit den Neuen Medien sind dabei die gegenwärtigen aktuellen Medien gemeint. Dazu gehören Formate wie E-Mails, Blu-ray, DVD oder auch das Internet (vgl. Website dtp-neuemedien).

Eine spezifische Ausrichtung der Neuen Medien sind die sog. Sozialen Medien bzw. die Sozialen Netzwerke. Sie verbinden verschiedene Medienformate wie E-Mail, Chat, Video oder Bild. Ihre Nutzer/innen –auch User/innen genannt –, verwenden sie für die private und berufliche Kommunikation. Zudem dienen sie der Verbreitung von und der Diskussion über informierende und unterhaltende Inhalte (vgl. Website bbbp).

Praxis der Bürgerbeteiligung in Wuppertal: Auswertung der Evaluationen

Die Beteiligung im Rahmen der Online-Plattform und das World-Café starteten am selben Tag im Mai 2016. Ziel der Beteiligung war es zu klären, was in den Wuppertaler Leitlinien für Bürgerbeteiligung geregelt werden soll. Nachdem beim World Café Teilnehmer/innen über Bürgerbeteiligung diskutierten und Ideen für ihre Leitlinien sammeln konnten, bestand im Anschluss die Gelegenheit, über das Internet-Portal weitere Vorschläge abzugeben sowie bereits abgegebene Vorschläge anderer Teilnehmer/innen zu kommentieren. Somit sollte gewährleistet werden, dass sich auch Menschen beteiligen können, die beim World Café nicht anwesend waren. Die Beiträge aus dem World Café wurden zudem auf dem Portal eingestellt, sodass beide Veranstaltungsergebnisse für alle Bürger/innen präsent waren.

Aktive Beteiligung in Wuppertal

Um u.a. möglichst vielen Zielgruppen gerecht zu werden, wurde das World Café als Beteiligungsformat gewählt. Den Auftakt der Leitlinienentwicklung bildete eine öffentliche Veranstaltung im Mai 2016. Es wurde keine spezielle Zielgruppe fokussiert; auch gehörlose Bürger/innen sollten, mittels Gebärdendolmetscher, die Gelegenheit bekommen, sich zu beteiligen. Barrierefreie Zugänge ermöglichten gehandicapten Personen einen komfortablen Zugang.

Das World Café im Überblick:

- Dauer der Veranstaltung: Etwa 2 Stunden.
- Es wurde keine spezielle Zielgruppe fokussiert.
- Gehörlose Bürger/innen sollten, mittels Gebärdendolmetscher, die Gelegenheit bekommen, sich zu beteiligen.
- Barrierefreie Eingänge ermöglichten gehandicapten Personen die Teilnahme.
- Leichte Fluktuation durch Personen, die später kamen und Personen, die früher gingen.
- Insgesamt rund 150 Teilnehmer/innen Teilnehmer/innen. Laut Aussage einer Mitarbeiterin der Stabsstelle waren circa 10% der Teilnehmer/innen aus der Verwaltung (Führungskräfte) und aus der Politik (Ratsmitglieder, AG-Teilnehmer).
- Am häufigsten vertreten waren Personen zwischen 50 und 60 Jahren, nur zwei Teilnehmer/innen unter 20 Jahren waren anwesend. Der älteste Teilnehmer an diesem Abend war 81 Jahre alt.
- Etwa 2/3 aller Teilnehmer waren männlich, 1/3 weiblich.

Quelle: Eigene Beobachtung samt Auskunft einer Mitarbeiterin der Stabsstelle für Bürgerbeteiligung.

Im Anschluss an die Bürgerwerkstatt wurde eine Evaluation mittels Kurzfragebogen mit 62 Teilnehmer/innen durchgeführt. Letztlich konnten insgesamt 18 Teilnehmer/innen zu einem späteren Zeitpunkt zusätzlich per Telefon befragt werden, worunter sich auch ein kleiner Anteil Gehörloser befand, der den Fragebogen per E-Mail erhielt.

Welche Medien wurden zur Information genutzt?

Um Aussagen treffen zu können, welcher Medieneinsatz zur Übermittlung von Informationen zur Ankündigung von Veranstaltungen geeignet ist, ist es erforderlich, sich ein Bild über die Zusammensetzung der anwesenden Bürger/innen zu machen. Von den 62 Personen, die den Evaluationsbogen ausfüllten, machten 29 keine Angaben zu ihrem Geschlecht. 12 der restlichen Teilnehmern/innen waren weiblich, 21 männlich. Obwohl 29 unbekanntes Geschlechts sind, lässt sich, da insgesamt mehr Männer bei der Veranstaltung anwesend waren, vermuten, dass sich auch mehr männliche Bürger/innen bereit erklärt haben, den Evaluationsbogen auszufüllen, als weibliche.

Die Auswertung zeigt, dass es vor allem Männer sind, die das Internet als Informationsquelle heranziehen. Auffallend ist, dass über die Hälfte der Teilnehmer/innen nur durch eine einzige Quelle von der Veranstaltung erfahren hat, obwohl zur Informationsübermittlung diverse Kanäle verwendet wurden: Twitter, die Homepage der Stadt, Lokalfernsehen und -radio sowie die lokalen Tageszeitungen. Zudem ist hervorzuheben, dass die meisten Bürger/innen vom World Café durch Freunde bzw. Bekannte erfahren haben und nicht durch öffentli-

che Quellen. Daher darf man die inoffiziellen Informationskanäle bei künftigen Verfahren nicht vernachlässigen (siehe Abb. 1).

Kategorie	Anzahl	keine Angaben zur Kategorie	Angaben in %
Quellen der Information über die Veranstaltung			
Mehrfache Quellen zur Informationsgewinnung über die Veranstaltung	21	0	34
Eine einzige Quelle zur Informationsgewinnung über die Veranstaltung	41	0	66
Zeitung	19	0	21
Twitter/ Facebook	11	0	12
Freunde/ Bekannte	25	0	27
Fernsehen	1	0	1
Homepage der Stadt	14	0	15
Flyer/ Plakate	0	0	0
Radio	1	0	1
sonstige Quelle	21	0	23

Abb. 1: Meinungsbild, Quellen der Information; Quelle: eigene Erhebung

Im Durchschnitt waren die befragten Frauen und Männer um die 43 Jahre. Das durchschnittliche Alter der Zeitungsleser/innen lag etwa 10 Jahre darüber. Dass dieses Alter höher ist, ist nicht unerwartet, denn junge Menschen lesen seltener die lokalen Tageszeitungen. Auch, dass das Alter der Menschen, welche die Homepage der Stadt nutzen, deutlich über dem Gesamtdurchschnittsalter liegt, erstaunt kaum.

Allerdings ist verwunderlich, dass das Durchschnittsalter der Twitter-Nutzer/innen um die 45 Jahre beträgt. Das Ergebnis der Befragung rührt wahrscheinlich daher, dass generell nur sehr wenige junge Menschen unter 30 Jahren anwesend waren, die bei der Evaluation mitgemacht haben und daher einige wenige Ältere, die die sozialen Medien nutzen, die Statistik deutlich anheben.

Mehr als die Hälfte aller Teilnehmer/innen ging mit einem Hintergrundwissen zum Diskussionsthema in die Veranstaltung (siehe Abbildung 2). Es sind zwar 23%, die sagen, dass sie sich kaum informiert gefühlt haben. Das mag entweder daran liegen, dass sie nicht die Möglichkeit hatten, sich zu informieren oder aber diese Möglichkeit nicht oder nur wenig nutzten. Informationsmöglichkeiten gab es auf der Homepage der Stadt, teilweise wurden Einladungen per Email verschickt, es gab Artikel in der örtlichen Tageszeitung und Beiträge im lokalen Rundfunk und Lokalfernsehen.

Welche der folgenden Aussagen treffen für Sie zu? (Angaben in %)	trifft vollkommen zu	trifft überwiegend zu	trifft weniger zu	trifft gar nicht zu	weiß ich nicht
Ich habe mich zu Beginn des World Cafés gut über das Diskussionsthema informiert gefühlt.	38	40	23	2	0

Abb. 2: Meinungsbild, Abschnitt Informationsgrundlage; Quelle: eigene Erhebung

Eine Intention der Stabstelle war Bürger/innen für die Beteiligung zu gewinnen, die sich bisher bei anderen Prozessen nicht beteiligt haben. Dies ist teilweise gelungen. Bei der Beteiligung auf der Online-Plattform gab es weniger „Neulinge“ als beim World-Café. Es ist davon auszugehen, dass der Einsatz dieser Medien vermehrt die jungen, internetaffinen, aber bisher wenig interessierten Menschen, für die Beteiligung gewinnen kann, im Gegensatz zum klassischen Medieneinsatz. Ergänzend ist erkennbar, dass die Zahl derer, die bislang insgesamt mehr als zehn Mal an vorangegangenen Beteiligungen teilnahmen haben, bei der aktiven Beteiligungsveranstaltung größer ist. Ferner gibt es einen kleinen Anteil derer, die sich gar nicht mehr online beteiligen möchten. Über 2/3 der Befragten finden die Kombination aus Online- und Offlinebeteiligung bedeutend. Lediglich 13% sprechen sich dafür aus die Offline-Beteiligung als einzige Art der Bürger/innen zu nutzen. Hier ist vor allem bei den Älteren immer noch der Hang zu den klassischen Medien als Einsatzmedium erkennbar.

Daran anknüpfend wurde nach den Medienkanälen gefragt, über die die Bürger/innen am liebsten informiert werden wollen. Auf Platz 1 der Nennungen befindet sich die persönliche Einladung per E-Mail oder Post, gefolgt von der klassischen Zeitung. Soziale Medien wie Twitter werden bisher bei den Befragten nur ungern verwendet; eine einzige Person würde die Medienkanäle noch um Facebook ergänzen. Die schlechte Resonanz für die sozialen Netzwerke ist u.a. damit zu begründen, dass die Bereitschaft zur Teilnahme an der Veranstaltung und an der Evaluation per Kurzbogen sowie Telefon, überwiegend bei der Generation gegeben war, die mit diesen Medien nicht groß geworden ist und sich dort (bisher noch) geringfügig auskennt.

Die Online-Plattform in Zahlen:

- Insgesamt besuchten 2118 Bürger das Online-Portal.
- Die durchschnittliche Dauer des Webseitenbesuchs betrug 1:41 Minuten.
- 25% aller Nutzer haben die Seite nach 25 Minuten wieder verlassen.
- Nach der Online-Beteiligungsphase sind insgesamt 268 Beiträge zur Leitlinienentwicklung von Wuppertaler Bürgern/innen eingegangen, 108 davon waren registrierte Bürger/innen.
- Insgesamt wurden 268 Beiträge auf der Plattform hinterlassen; 85 Beiträge davon kamen aus der Bürgerwerkstatt, 183 wurden auf dem Online-Portal veröffentlicht.

(vgl. Website Leitlinienentwicklung).

Fazit

Keiner der Teilnehmer/innen spricht sich für lediglich einen einzigen Medienkanal zur Informationsübermittlung aus. Es gibt aber auch Teilnehmer/innen die es ablehnen, Informationen über das Internet zu gewinnen und die Tageszeitung sowie das Radio als klassische Medien für die passive Beteiligung bevorzugen. Zugleich gibt es jedoch Teilnehmer/innen, die weder eine Tageszeitung abonnieren bzw. kaufen, noch Radio hören oder die Lokalsender im Fernsehen einschalten. Obwohl vor allem die jungen Bürger/innen zunehmend

die neuen bzw. sozialen Medien nutzen und auch die Älteren vermehrt in diese neue Medienwelt eintreten, dürfen die klassischen Medien wie die Tageszeitung, das (Lokal-) Radio samt (lokalem) Fernsehen, nicht unterschätzt werden, wenn es darum geht, Informationen zu verbreiten, Menschen für eine Sache zu motivieren und zu gewinnen. Wenn man auch die junge Generation gewinnen will, ist es zudem von Bedeutung, auf die Neuen bzw. Sozialen Medien zu setzen.

Ein Anliegen der Stabsstelle war es, die Gruppe der Wuppertaler, die sich (regelmäßig) beteiligen, zu erweitern und auch die jüngeren Bürger der Stadt dazu zu bewegen, sich für ihr Umfeld zu interessieren und die Möglichkeit der Mitsprache samt Mitgestaltung anzubieten. Dies ist nicht zufriedenstellend geglückt. Es zeigte sich, dass der Einsatz von Twitter allein nicht reicht, die jüngere Generation zu motivieren, auch an Vor-Ort-Beteiligungsveranstaltungen teilzunehmen.

Was deutlich wurde ist, dass der persönliche Kontakt (noch immer) von hoher Bedeutung ist. Die befragten Personen hätten sich überwiegend eine persönliche Einladung per Post oder Email gewünscht. Es lässt sich festhalten, dass Tageszeitungen samt lokalen Funkmedien diesbezüglich nicht ausgedient haben. Um eine erweiterte, junge Zielgruppe zu erreichen, bedarf es aber des Einsatzes der sozialen Medien als Ergänzung. Eine Eindeutigkeit in Bezug auf die Vorteile des Einsatzes neuer, sozialer Medien gibt es allerdings bei der derzeitigen Beteiligung in Wuppertal nicht.

Anmerkungen

(1) Selle, Klaus (2013): Über Bürgerbeteiligung hinaus: Stadtentwicklung als Gemeinschaftsaufgabe? Analysen und Konzepte; Verlag Dorothea Rohn; Detmold.

Studie einsehbar auf: <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/bertelsmann-studie-buerger-draengen-an-die-macht-a-767978.html> (Letzter Zugriff: 21.07.2016)

(2) Beschlussvorlage 15.02.2016: Sitzung des Hauptausschusses am 02.03.2016 sowie des Rat der Stadt Wuppertal am 07.03.2016, bearbeitet: Franziska Fischer, Dr. Marcel Solar; Geschäftsbereich: Bürgerbeteiligung, Recht, Beteiligungsmanagement, E-Government; Einsehbar auf:

https://www.wuppertal.de/microsite/buergerbeteiligung/medien/bindata/VO_0163_16_Beschlussvorlage

Quellen

Beschlussvorlage der Stadt Wuppertal 15.02.2016

Sitzung des Hauptausschusses am 02.03.2016 sowie des Rat der Stadt Wuppertal am 07.03.2016, bearbeitet: Franziska Fischer, Dr. Marcel Solar; Geschäftsbereich: Bürgerbeteiligung, Recht, Beteiligungsmanagement, E-Government

Einsehbar auf:

https://www.wuppertal.de/microsite/buergerbeteiligung/medien/bindata/VO_0163_16_Beschlussvorlage

Literatur

Magistrat der Stadt Wien Magistratsabteilung 18- Stadtentwicklung und Stadtplanung (Hrsg.) (2012): Praxisbuch Partizipation Gemeinsam Stadt entwickeln; Wien

Einschbar auf Website: <https://www.wien.gv.at/stadtentwicklung/studien/pdf/boo8273.pdf> (letzter Zugriff: 21.06.2016)

Selle, Klaus (2013): Über Bürgerbeteiligung hinaus: Stadtentwicklung als Gemeinschaftsaufgabe? Analysen und Konzepte; Verlag Dorothea Rohn; Detmold.

Studie einschbar auf: <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/bertelsmann-studie-buerger-draengen-an-die-macht-a-767978.html> (Letzter Zugriff: 21.07.2016)

Webseiten

Website bpb1:

<http://www.bpb.de/nachschlagen/zahlen-und-fakten/globalisierung/52777/soziale-netzwerke> (Letzter Zugriff: 28.09.2016)

Website bpb2:

<http://www.bpb.de/apuz/30957/neue-medien-internet-kommunikation> (Letzter Zugriff: 28.09.2016)

Website dtp-neuemedien:

<http://www.dtp-neuemedien.de/neue-medien/beispiele-neue-medien.htm> (Letzter Zugriff: 28.09.2016)

Website Leitlinienentwicklung:

<https://www.wuppertal.de/microsite/buergerbeteiligung/verfahren/leitlinien/leitlinien.php> (Letzter Zugriff: 24.08.2016)

Website Statsita:

<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/77439/umfrage/nutzer-von-twitter-in-ausgewaehlten-altersklassen/> (Letzter Zugriff: 08.11.2016)

Zeitungsartikel

WZ 2015:

Rüdebusch, Eike (2015): Bürgerbeteiligung; Paschalis will mehr Zeit; IN: Westdeutsche Zeitung vom 11. Dezember 2015;

Einschbar auf: <http://www.wz.de/lokales/wuppertal/paschalis-will-mehr-zeit-1.2078732> (Letzter Zugriff: 24.08.2016)

WZ 2016:

Wölling, Jeanette Nicole (2016): Bürgerbeteiligung: Umfrage im Internet verwirrt Nutzer; IN: West-deutsche Zeitung vom 08.06. 2016;

Einschbar auf: <http://www.wz.de/lokales/wuppertal/buergerbeteiligung-umfrage-im-internet-verwirrt-nutzer-1.2203720> (Letzter Zugriff: 09.10.2016)

Autorin

Alexandra Terhorst, Bauassessorin und Dipl.- Ing.

2006 bis 2012: Studium der Raumplanung an der TU Dortmund.

2012 bis 2014: Städtebauliches Referendariat bei der Bezirksregierung Köln mit dem Abschluss der großen Staatsprüfung.

Seit Mai 2016: Wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung.

Arbeitet zurzeit für das Forschungsprojekt UrbanRural Solutions (http://www.vsl.tu-harburg.de/urbanruralsolutions/index_html) für den Baustein Bürgerbeteiligung.

Kontakt

Telefon: (0231) 9 05 12 61

E-Mail: alexandra.terhorst@ils-forschung.de

Redaktion eNewsletter

Netzwerk Bürgerbeteiligung

c/o Stiftung Mitarbeit

Redaktion eNewsletter

Ellerstraße 67

53119 Bonn

E-Mail: newsletter@netzwerk-buergerbeteiligung.de