

(II) Modul 2: Umfeld- & Akteursanalyse

Prozesschema

Kurzgefasst

Dieses Modul dient dem tiefergehenden Verständnis des sozialen Raums und der Identifizierung von Multiplikator:innen. Es ist entscheidend, um die Partizipationsformate zielgruppengerecht zu wählen und auf bereits vorhandene Erfahrungen aufzubauen.

Umfeldanalyse

Analyse des sozialen Gefüges und Einschätzung der Bereitschaft zum Engagement

Kriterien	(möglicher) Fokus
Lern- und Erfahrungshintergrund	Wie ist die bisherige Erfahrung im Quartier mit Engagement bezüglich Stadtbegrünung, Nachhaltigkeit, Umwelt, Klimaschutz und Klimaanpassung ?
Hemmnisse	Ermittlung sozial bedingter Vorbehalte und Hemmnisse . Dazu gehören schwer erreichbare Bürger:innen oder räumliche Voraussetzungen mit „sozialer Sprengkraft“ , wie besonders hoher Flächendruck oder exklusive Neubaugebiete (<i>Gated Communities</i>).
Ressourcen	Welche förderlichen Faktoren finden sich im Quartier? Hierzu zählen Bedingungen, die sich aus der Zielgruppe ergeben, z.B. die soziale Erwünschtheit klimaresilienter Veränderung vor Ort.
Raumnutzung	Wie wird der Raum bisher genutzt und wie wird er hinsichtlich seiner Attraktivität von den Nutzenden bewertet? Welche alltägliche Praxis findet im Raum statt? Wird der Raum durchquert und sonst gemieden?
Maßnahmen-Factsheets zur Durchführung	Sozialraum bekannt: Raumbeobachtung . Sozialraum unbekannt: Sozialraumanalyse .

Akteursanalyse

Bestandsaufnahme aller Personen, Gruppe, Organisationen und nicht menschlicher Akteure, die vom Vorhaben betroffen sind oder darauf Einfluss nehmen können.

Kriterien	(möglicher) Fokus
Wer sind relevante Akteure?	z.B. Bürger:innen/Raumnutzende, Geschäfte/Gewerbe, Verwaltung, Verbände, Initiativen, Politik, räumliche Akteure (Wege, inoffizielle Abkürzungen etc.)
Welche Interessen haben die Akteure?	z.B. Unterstützung, Widerstand, Eigennutz, Gemeinwohl
Wieviel & welchen Einfluss haben sie tatsächlich?	formell, informell, über Öffentlichkeit, Geld, Macht, Wissen usw.
Maßnahmen-Factsheets zur Durchführung	Stakeholderkarte

Nächste Schritte:

Erstellen einer Stakeholder-Karte + Auswertung der Umfeldanalyse

Modul 3: Zielgruppen- und Formatbestimmung