

Bayern – Hochburg der deutschen Bürgerbegehren

Die Zeiten haben sich geändert. Das Interesse an Bürgerbeteiligung wächst – alle wollen mitreden wenn zum Beispiel ein Einkaufszentrum geplant ist. Hier gibt es Befürworter und Gegner und eine große Zahl von Bürgern mit einer Meinung irgendwo dazwischen.

Es gibt Verhandlungspartner: Parteien, Eigentümer und Geschäftstreibende. Grundstückseigentümer, Investoren, Vertreter von Verwaltung und Behörden planen und verhandeln Art und Umfang des Vorhabens.

Auf der Sachebene scheint alles klar: Welche Branchen, welche Verkaufsflächen, welche Architektur und natürlich die Einbeziehung der Menschen vor Ort. An diesem Punkt werden auch die Weichen gestellt, mit welchem Verfahren das Projekt kommuniziert werden soll. Hier entscheidet sich, ob eine offene oder geschlossene Strategie der Projektkommunikation startet. Je nach Blickwinkel empfinden sich Betroffene des Vorhabens als Gewinner oder Verlierer. Darüber hinaus gibt es auch übergeordnete Vorstellungen von den Auswirkungen des Projektes (Ver-

kehr, Energie, Umfeld u.a.) und der damit verbundenen Richtigkeit solcher Vorhaben im gesellschaftlichen Sinne.

Im Grunde ist bei fast allen öffentlichen Vorhaben der Stadtplanung die Liste der Positionen, Meinungen und Interessen lang, egal ob es sich um einen Windpark, eine Schweinemastanlage, eine Müllverbrennungsanlage oder eine Neubebauung handelt. Wir haben es mit Projekten zu tun, die ein hohes Konfliktpotenzial innehaben, denen immer häufiger Bürgerinitiativen entgegenstehen und deren fachliche Komplexität stetig zunimmt, nicht zuletzt wegen immer differenzierteren Gesetzesvorgaben und Auflagen.

Eine frühzeitige Information und Beteiligung wird von vielen Bürgern eingefordert. Fehlt hier eine sinnvolle Form der Kommunikation, steigt die Gefahr der Eskalation.

„Wer unerhört bleibt, wird sich unerhört verhalten“, sagt der Kommunikationspsychologe Schulz von Thun. Dann geht es nicht mehr darum, Prozesse sinnvoll zu gestalten, sondern die auftauchenden Krisen so gut es geht zu managen. Präventiv

Handeln wäre wohl eine interessante Alternative.

BulwienGesa hat in seinem **Stadtgespräch München 2012** das Projekt **ZIVILARENA**, eine Plattform für Partizipation – gemeinsam mit ihrem neuen Partner FIRU mbH – vorgestellt. Die mediative Prozessbegleitung hält Strategien und Methoden bereit, um beiden Dimensionen zu ihrem Recht zu verhelfen.

Eine frühzeitige und passende Prozessbegleitung setzt Folgendes voraus:

■ Phase eins ist die Analyse

Ziel ist im Falle des Einkaufszentrums aus Sicht des Investors bzw. Entwicklers, das Projekt zeitlich, inhaltlich und wirtschaftlich zu planen und dabei die lokalen Gegebenheiten mit einzubeziehen. Wenn die Sachebene geklärt ist, wird das Vorhaben auch in der Öffentlichkeit bekannt gemacht. Vielleicht ertönt nun schon ein Aufschrei, wenn die Bürger den Eindruck gewinnen, man habe ihre Interessen nicht ausreichend berücksichtigt.

Vieles mag sich in
100 Jahren ändern ...



... wir uns auch:
immer dann, wenn es
für Sie von Vorteil ist!



**HAUSBESITZER
VERSICHERUNG**

sicher persönlich seit 1911

Sonnenstraße 13 • 80331 München • Telefon 089 55141-620 • info@bhvg.de • www.bhvg.de

Das Szenario hat folgende Richtung: Der Investor nimmt Kontakt auf mit der Stadtverwaltung. Ein runder Tisch mit Vertretern der Politik wird durchgeführt, bevor konkret in die Verhandlung mit dem Bauherrn/Investor eingestiegen wird. Es wird u.a. diskutiert, welche kommunalen Interessen bestehen, welche Personen im Projektumfeld eine Rolle spielen und mit welchen Risiken/Widerständen das Projekt zu rechnen hat. Welche Erwartungen haben die Stadt, welche ihre Bürger? Auf allen Ebenen des Projektes wird nach Konsens gestrebt, d.h. gemeinsamen Antworten zu den anstehenden Fragen gesucht.

Darauf basierend wird der Rahmen für eine Bürgerbeteiligung definiert. Es wird ersichtlich, dass eine gute Kommunikation der Prozessmoderation im weiteren Fortlauf bewirkt, dass die Bürger leichter ins Boot geholt werden.

Nicht nur der Beteiligung, sondern auch der Interessenslage der beteiligten Gruppen ist Aufmerksamkeit zu schenken. Hier bewährt sich ein professionelles Konfliktmanagement, um bei auftretenden Konflikten leichter den Weg zu gemeinsamen Lösungen zu finden. Dazu sollte Prozessbegleitung auch immer Raum für Reflexion und Klärung bieten.

■ Phase zwei legt die Strategie und Methoden fest

Wie kann eine offene Strategie aussehen, damit ein guter Dialog rund um das Projekt stattfinden kann? Wie werden die Bürger erreicht? Wie soll eine einigermaßen repräsentative Meinung gebildet werden – mit denen, die sowieso immer kommen, mit Hobbypolitikern, Berufs-Protestlern und anderen?

Alles berechtigte Bedenken, aber anhand von aktuellen Projekten wird Diskussionsbedarf oft deutlich, der vorher nicht bewusst war. Zudem ist es ein Zeichen des gesellschaftlichen Wandels, dass sich Menschen verstärkt Gedanken machen, wie sie in Zukunft leben wollen. Jedes Projekt verändert die Lebensumwelt und bietet damit auch Chancen, Konflikte zu lösen. Menschen sind es, die Handeln auslösen, doch laufen Projektentwicklungen oft rein sachorientiert ab. Aber wie will man sachlich diskutieren, wenn die ausgelösten Emotionen keinen Raum haben dürfen?

Die mediative Prozessbegleitung erscheint vielversprechend für den Umgang mit diesem Dilemma. Sie nimmt eine neutrale, empathische und allparteiliche Haltung ein. Durch diese Offenheit trägt sie

dazu bei, dass die Beteiligten Ideen für Lösungen entwickeln. Oft geht es dann nicht mehr um ein „Entweder-Oder“, sondern um ein „Sowohl-als-auch“.

■ Welche Methoden stehen zur Verfügung?

Der Methodenkoffer ist vielfältig. Einen guten Überblick über methodische Interventionen mit Praxisbeispielen liefert zum Beispiel die Internetseite www.partizipation.at des Lebensministeriums Österreich. Da die Bürger einer Stadt nicht mit nur einem Typus Mensch zu beschreiben sind, sind sie nur mit einem Mix von Zielgruppenansprachen zu erreichen.

Alle Methoden (zum Beispiel Dynamic Facilitation, Appreciate Inquiry oder Future Search) dienen dazu, Struktur und Klarheit in die Prozessgestaltung zu bringen. Einige Methoden haben zum Ziel, eine face-to-face-Arena zu bieten, in der verschiedene Interessengruppen ein gemeinsames Verständnis der Aufgabe und Lösungen entwickeln. Sie ergänzen wunderbar auch digitale Methoden.

■ Online-Angebote

Ja, die junge Generation surft, chattet und postet via Facebook das halbe Le-



Zeitlos gut!

Um den Wert einer Immobilie langfristig zu sichern, sind umfangreiches Fachwissen und Erfahrung nötig. Wir verwalten seit mehr als 75 Jahren Immobilien aller Art in München und ganz Bayern. Profitieren auch Sie von unserem Know-how, wir beraten Sie gerne.

Weitere Informationen unter Tel. 089.27274-400 oder auf www.suedhausbau.de

SÜD
HAUS
BAU

Vertrauen erleben

ben. Aber Gefühle sind nicht digital. Küssen und Streiten passiert echt. Versöhnen auch. Soziales Leben findet auf beiden Ebenen statt, digital und analog. Auch in der Projektkommunikation brauchen wir heute beides. Angenommen, die Planung des Einkaufszentrums erkennt in einer frühen Phase die relevanten Themen und diskutiert diese. Dann können interessierte Beteiligte das Thema bearbeiten und die Ergebnisse ins Internet stellen. So wird das Feedback von einer größeren Anzahl an Personen eingeholt. Oder fallen einem Beteiligten nach dem Treffen einer Arbeitsgruppe zu einem bestimmten Thema noch wichtige Punkte ein, können diese per Internet-Plattform weiter diskutiert werden. Dort kann man in Ruhe Informationen studieren, die zwischenzeitlich online gestellt wurden.

Schließlich werden alle Beteiligten beim Richtfest in der Rede des Bürgermeisters

hören: „Die Gesellschaft braucht komplexere Angebote. Sie machen eine meditative Prozessbegleitung erst möglich, lebendig und flexibel. Das Ergebnis ist einzigartig, innovativ und nachhaltig...“.

Projektentwickler, Grundstückseigentümer oder Kommunen können einen Zivilarena-Prozess mit BulwienGesa passgenau abstimmen und für einen Zeitraum zwischen ca. zwei Wochen und sechs Monaten buchen (siehe auch www.zivilarena.de, www.bulwienges.de).

Quelle: Zivilarena, BulwienGesa

Erika Schindecker, Gesellschaft für Organisation, Vorbereitung und Betreuung von Bauobjekten mbH, Sendlinger Straße 21/VI, 80331 München, Telefon: 089/260 35 66, Fax: 089/260 78 81, E-Mail: info@baugenehmigung-muenchen.info, Internet: www.baugenehmigung-muenchen.info

Index-Übersicht

Verbraucherpreisindex für Deutschland (Basis 2005 = 100)

Stand in Punkte	gegenüber Punkte	
Juli 2012 112,9	Juni 2012 112,5	Juli 2011 111,0

Basiszinssatz

Basiszinssatz der Deutschen Bundesbank: 0,12 % gemäß § 247 Abs. 1 BGB. (gültig ab 1. Januar 2012).

Verzugszinsen

Gesetzliche Verzugszinsen gemäß § 288 Abs. 1 BGB: 5,12 % (Stand 1.1.2012).

Weitere interessante Urteile zum Miet-, Steuer- und Baurecht finden Sie unter www.haus-und-grund-muenchen.de

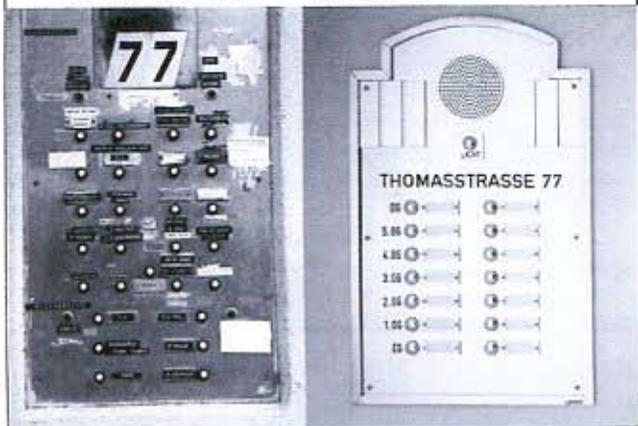
Rechtsanwalt Michael Badt

Öffentlich bestellter und beeidigter Übersetzer und Dolmetscher für die spanische Sprache

Interessenschwerpunkte:

Spanisches Immobilien-, Erb- und Gesellschaftsrecht
80538 München - St. Anna-Platz 2 - Tel.: 0 89/1296229

DER ERSTE EINDRUCK ZÄHLT. NA, KLINGELT'S?



KLINGELANLAGEN UND BRIEFKASTENANLAGEN bei

Suckfüll
MÜNCHEN - SCHWABING

MONTAGE • SERVICE • BERATUNG • VERKAUF

TÜRKENSTRASSE 31 • 80799 MÜNCHEN • TEL.: 28 66 100 • FAX: 28 66 10 11

INFORMATIONEN UNTER: E-MAIL: info@suckfuell.de • INTERNET: www.suckfuell.de

Bayerische Hausbesitzer-Zeitung

Das Hausbesitzer-Journal für Bayern Offizielles Organ des Landesverbandes bayerischer Haus-, Wohnungs- und Grundbesitzer e.V.

Haus & Grund Bayern
Sonnenstraße 11
80331 München
Telefax (0 89) 540413355
E-Mail: info@haus-und-grund-bayern.de
Web: www.haus-und-grund-bayern.de

Verleger:

Haus & Grund Bayern – Verlag und Service GmbH,
Sonnenstraße 11
80331 München
Fax (0 89) 540413355
www.bayerische-hausbesitzer-zeitung.de
info@bayerische-hausbesitzer-zeitung.de

Redaktion:

Rechtsanwalt Bernhard Stocker (verantwortlich), Sonnenstraße 13, 80331 München.

Mit Verfasserangabe versehene Beiträge geben die Auffassung der Autoren, nicht unbedingt diejenige der Redaktion wieder. Die Kürzung von Beiträgen aus technischen Gründen bleibt der Redaktion vorbehalten. Wir weisen ausdrücklich darauf hin, dass Anzeigen und Angebote von der Redaktion nicht geprüft und bewertet werden können. Für unverlangt eingesandte Manuskripte wird keine Gewähr geleistet.

Mit der Annahme zur Veröffentlichung erwirbt der Verlag vom Verfasser alle Rechte, insbesondere auch das Recht der weiteren Vervielfältigung zu gewerblichen Zwecken, im Wege des fotomechanischen oder eines anderen Verfahrens. Beiträge in dieser Zeitung, in denen speziell Erzeugnisse von Firmen besprochen werden, dienen lediglich der Information. Eine Garantierklärung für Produkte und Firmen ist nicht verbunden.

Anzeigen: AR Media International GmbH, Lidwina Rehms (verantwortlich), Schwansseestraße 89, 81508 München, Telefon 089/6990353, Fax 089/69979575, E-Mail: anzeigen@bayerische-hausbesitzer-zeitung.de.

Satz, Druck und Aufnahmetag ohne Verbindlichkeit.

Gültig ist die Anzeigenpreisliste vom 1. Januar 2012.

Druckauflage
34.740 Exemplare



i. Quartal
2012

Erscheinungsweise: Einmal monatlich. Bei Nichterscheinen infolge höherer Gewalt kein Entschädigungsanspruch.

Herstellung: Druckerei & Verlag Steinmeier, 86738 Deiningen, Gewerbepark 6, Tel. (0 90 81) 29 64-0, Fax (0 90 81) 29 64-29, E-Mail: info@steinmeier.net

Bezugspreis: 16,60 € für ein Jahr, darin sind 7% oder 1,09 € Mehrwertsteuer enthalten. Einzelheft: 1,55 €. Für Mitglieder des Haus- und Grundbesitzervereins München und Umgebung e.V. im Mitgliederbeitrag enthalten.

Konten: Postbank München (BLZ 700 100 80) Nr. 99 11-807, Bank für Haus- und Grundbesitz eG Hausbank München (BLZ 700 901 00) Nr. 123 854.

Abbestellungen müssen sechs Wochen vor Jahresende dem Verlag vorliegen.

Alle Verlagsrechte vorbehalten. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist München.

Beilagenhinweis:

Diese Ausgabe enthält Teilbeilagen der Firmen Aigner Immobilien und Abdichtungstechnik Schiefelbein.