

Modellvorhaben Senioren und andere Neustarter «Zweitwohnungsbesitzer einbinden»

MoVo Kochbuch, Stand: 28. Februar 2023

Ausgangslage

Im Rahmen des Modellvorhabens «Senioren und andere Neustarter» haben diverse Gemeinden aus den Regionen Albula und Prättigau/Davos Methoden erprobt, wie die Bereitstellung von Wohnraum und Wohnumfelder für ältere und jüngere Generationen vorangetrieben werden kann. Anhand der Erkenntnisse aus den Pilotprojekten wurden Kochbücher erstellt, die Gemeinden dabei helfen sollen, unterschiedliche Herausforderungen anzugehen:

- Vermittlung von Standort- und Wohnqualitäten für potenzielle Zuzüger
- Mobilisierung von Bauland für (bezahlbaren) Wohnraum für Einheimische
- Suche nach gemeinnützigen Trägerschaften oder Investoren für ein Wohnprojekt
- Einbindung der Bevölkerung in die Nutzungsentwicklung strategisch wichtiger Baulandreserven
- Entwicklung von bedürfnisorientierten Nutzungskonzepten für grössere Bauvorhaben
- Umnutzung von Gebäuden im Ortsbildschutz-Perimeter

Die Kochbücher ergänzen klassische Planungsinstrumente und unterstützen Gemeindevorstände und Gemeindeverwaltung bei der Auswahl von geeigneten Methoden für die Prozessgestaltung.

Folgende Kochbücher stehen zur Verfügung:

- «Wohnstandort-Profil entwickeln»
- «Areal-Profil entwickeln»
- «Dorfkernentwicklung & Programmierung diskutieren»
- «Eigentümergebiet führen»
- «Zweitwohnungsbesitzer einbinden»

Steckbrief «Zweitwohnungsbesitzer einbinden»

Ziele:	Mit der Einbindung von Zweitwohnungsbesitzern können Gemeindevorstände Impulse für die strategische Wohnraumentwicklung generieren; Siedlungs- und Wohnraumentwicklung breiter abstützen oder Ressourcen mobilisieren.
Initiator:	Exekutive/Gemeindevorstand
Zielgruppen:	Zweitwohnungsbesitzer
Lead:	Projektleiter (Gemeinde oder Extern)
Zeitlicher Aufwand:	Hoch, inkl. Abend- und Wochenendveranstaltungen über 3-4 Monate
Finanzieller Aufwand:	Hoch, inkl. Budgets für externe Begleitung und Veranstaltungen
Pilotprojekte:	Klosters, Davos; beide Herbst 2021

«Zweitwohnungsbesitzer einbinden» eignet sich:

- Wenn der Dialog mit Zweitwohnungsbesitzern gepflegt oder verbessert werden soll.
- Wenn Zweitwohnungsbesitzer in die Gemeinde- und Wohnraumentwicklung eingebunden werden sollen.
- Wenn Planungs- oder Landreserven mobilisiert werden sollen.
- Wenn Investoren oder Trägerschaften gesucht werden.

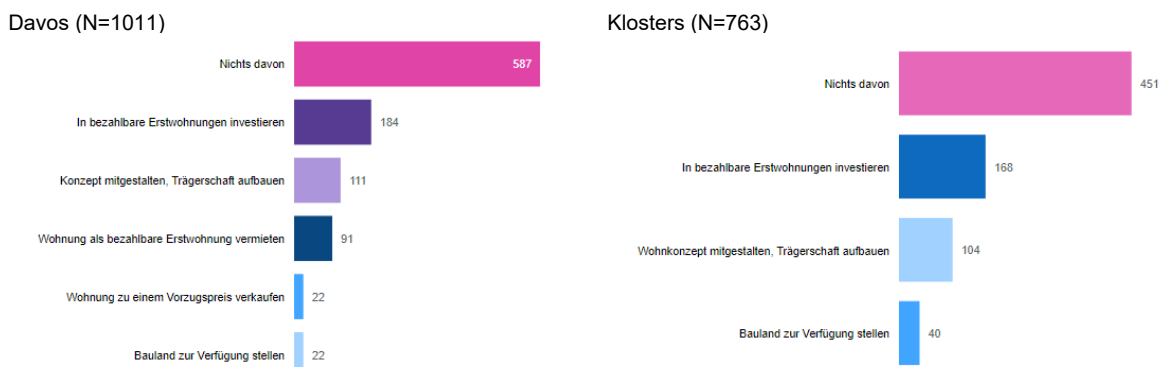
1. Hintergrund

Zweitwohnungsbesitzer (kurz: ZWB) sind eine heterogene Zielgruppe. Sie reicht von Investoren, die Objekte kurz- oder langfristig vermieten über Selbstnutzer, die vor allem wegen der Tourismusinfrastruktur kommen, bis zu «Zweitheimischen», die sich als Teil der Dorfgemeinschaft verstehen.

So unterschiedlich ZWB auch sind: sie sind eine wichtige und oft vernachlässigte Ressource für die nachhaltige Entwicklung von Bergregionen. Sie generieren nicht nur direkte und indirekte Einnahmen, sondern können auch einen breiten Erfahrungsschatz, spezifisches Knowhow, starke Netzwerke, andere Ideen und zusätzliches Kapital einbringen. Viele verfügen über Nutzungs- und Baulandreserven, die für die strategische Siedlungs- und Wohnraumentwicklung relevant sind.

Die MoVo-Befragungen haben bestätigt, dass viele ZWB ein Interesse an der nachhaltigen Siedlungs- und Wohnraumentwicklung «ihrer» Gemeinde haben. Verhältnismässig viele ZWB sind bereit, in bezahlbare Erstwohnungen zu investieren, Wohnkonzepte und Trägerschaften für bezahlbaren Wohnraum mitaufzubauen und Wohnraum oder Bauland zur Verfügung zu stellen – aus Verbundenheit zum Ort und weil sie nicht wollen, dass das einheimische Leben verschwindet.

Abbildung 1: ZWB Befragungen Davos und Klosters: «Welche der Folgenden Optionen könnten Sie sich vorstellen?»



Daten: MoVo Senioren und andere Neustarter 2021

Die MoVo-Pilotprojekte haben auch gezeigt, dass diese Bereitschaft an Erwartungen geknüpft ist. ZWB wollen auf Augenhöhe eingebunden und nicht einfach als «Rückfalloption» für die Finanzierung angegangen werden. Wenn Gemeinden ZWB für die Siedlungs- und Wohnraumentwicklung «aktivieren» und Wissen, Ressourcen oder Planungsreserven mobilisieren wollen, müssen Exekutiven in die Verantwortung gehen: sie müssen bereit sein, in einen Dialog zu treten, Transparenz zu schaffen, Vorhaben zu konkretisieren und bürokratische Hürden abzubauen – und natürlich auch: Einheimische einzubinden und mitzunehmen.

2. Zielsetzung

Das Kochbuch zeigt auf, wie Gemeinden ZWB besser kennenlernen, auf die Herausforderungen in der Gemeinde-, Siedlungs- und Wohnraumentwicklung sensibilisieren oder in die partizipative Entwicklung von Projekten und Lösungsansätzen einbinden können. Es richtet sich an Exekutiven, die einen ergebnisoffenen Dialog wagen: weil sie den informellen Kontakt mit ZWB pflegen wollen, weil sie sich neu konstituiert haben, weil sie sich neu positionieren, oder weil sie ein zerrüttetes Verhältnis zu ZWB reparieren möchten. Ein Dialog mit ZWB kann also aus unterschiedlichen Gründen und mit unterschiedlichen Zielen initiiert, gepflegt oder intensiviert werden.

«Zweitwohnungsbesitzer einbinden» kann als mehrstufiger Prozess umgesetzt werden. Ziel ist, Vertrauen und ein gemeinsames Verständnis einer nachhaltigen Wohnraum- und Gemeindeentwicklung zu schaffen. Der Prozess ermöglicht ZWB, Anliegen zu thematisieren, sich über die Gemeinde- und Siedlungsentwicklung zu informieren, Zukunftspläne zu diskutieren und die Exekutive (persönlich) kennenzulernen. Gemeinden erhalten Zugang zu unterschiedlichen ZWB und die Möglichkeit, Vorhaben und Entwicklungen zu kontextualisieren, ZWB und Einheimische zu vernetzen und oder interessierte ZWB in die Gestaltung und Umsetzung von grösseren und kleineren Vorhaben einzubinden.

«Zweitwohnungsbesitzer einbinden» ist ein politischer Prozess: die Exekutive muss entscheiden, ob, in welchem Rahmen und mit welchem Anspruch sie auf ZWB zugehen möchte. Dazu muss sie Vorgehensvarianten prüfen, einen internen oder externen Projektleiter einsetzen, finanzielle und organisatorische Ressourcen bereitstellen, aktiv an Veranstaltungen teilnehmen und bereit sein, mit den Erkenntnissen weiterzuarbeiten.

3. Zutaten

Damit «Zweitwohnungsbesitzer einbinden» gelingt, braucht es politischen Willen; organisatorische, finanzielle und personelle Ressourcen; Fachkompetenzen; eine Prise Neugier und – vor allem – die Bereitschaft, zuzuhören, auf Anliegen einzugehen, konstruktive Kompromisse auszuhandeln und das Erreichte zu verteidigen. Kurz: Exekutiven müssen bereit sein, politisches Kapital einzusetzen, um die Rolle von ZWB in der Gemeinde-, Siedlungs- und Wohnraumentwicklung neu zu definieren.

Für die Umsetzung sollten vor Projektstart Fragen zum Zeithorizont und zum Anspruch, zum Ablauf und den Zielgruppen sowie zur Abgrenzung und den Methoden geklärt werden.

Worum geht es?

Vertrauen schaffen braucht Zeit, aber nicht jeder Austausch mit ZWB braucht gleich viel Vertrauen: «ZWB einbinden» ist eine Investition in die Entwicklung ergebnisoffener Konsultations- oder Kooperationsformate. Wenn es das nicht braucht, können Gemeinden gezielt schlanke Konsultationsprozesse oder Informationsanlässe durchführen. Wichtig ist, dass im Vorfeld geklärt wird, was es braucht.

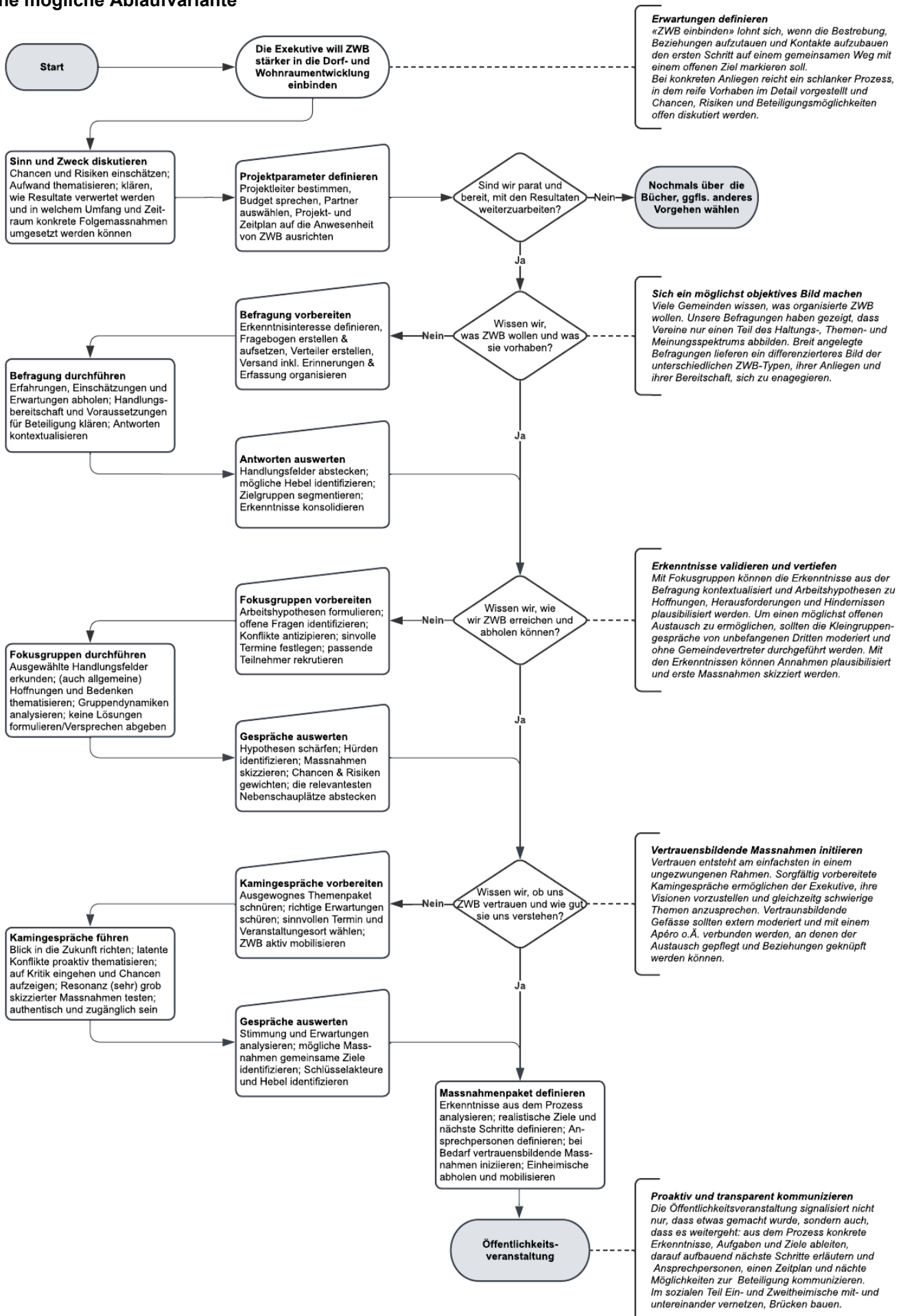
<input type="checkbox"/> Ein spezifisches Thema diskutieren	▶ einfachen Austausch organisieren
<input type="checkbox"/> ZWB über etwas Spezifisches informieren	
<input type="checkbox"/> Kontakte pflegen oder intensivieren	▶ periodischen Austausch organisieren
<input type="checkbox"/> Beziehungen reparieren	▶ mehrstufigen Prozess auslösen
<input type="checkbox"/> Ein gemeinsames (Problem-) Verständnis entwickeln	
<input type="checkbox"/> Gemeinsam Herausforderungen lösen	

Was soll «ZWB einbinden» ermöglichen?

Vor Projektbeginn muss geklärt werden, welchen Anspruch «ZWB einbinden» hat und wo die Grenzen gezogen werden. Die Exekutive muss klären, was möglich und politisch vertretbar ist.

<input type="checkbox"/> Information	Einseitig: Gemeinde versorgt ZWB mit Informationen
<input type="checkbox"/> Austausch	Unverbindlich: Gemeinde schafft Gefässe, in denen Anliegen und Einschätzungen mit ZWB im informellen Rahmen diskutiert werden können
<input type="checkbox"/> Konsultation	Strukturiert: Gemeinde legt fest, wie Anliegen und Einschätzungen von ZWB gesammelt werden und in die Entscheidungsfindung einfließen
<input type="checkbox"/> Mitentschieden	Verbindlich: Gemeinde legt fest, zu welchen Themen ZWB ein Mitspracherecht erhalten und wie sie in Entscheidungsprozesse eingebunden werden

4. Eine mögliche Ablaufvariante



5. Bausteine / Methoden

«ZWB einbinden» ist ein Prozess, der aus mehreren Bausteinen besteht und flexibel umgesetzt werden kann. Um Vertrauen zu schaffen und gemeinsame Handlungsansätze zu entwickeln, können Gemeinden ZWB systematisch befragen; mit Fokusgruppen Erfahrungen, Erwartungen und Einschätzungen vertiefen; in Gefässen wie Kamingsgesprächen gemeinsame Diskussionsgrundlagen schaffen oder in öffentlichen Informationsveranstaltungen über Ergebnisse und nächste Schritte informieren.

Erkunden, Vertiefen, Diskutieren, Informieren

Befragung	<p>ZWB werden mit einer (online-) Befragung zu ihren Einstellungen, Absichten und Bereitschaft zu unterschiedlichen Engagements befragt. Mit der Befragung können auch erste Einschätzungen zu ausgewählten Ideen oder Schwerpunkten der Gemeindeentwicklung abgeholt werden.</p> <p>Befragungen signalisieren ZWB, dass die Gemeinde an ihren Einschätzungen interessiert ist und einen Dialog führen möchte. Befragungen ermöglichen ZWB auch, sich über die Gemeindeentwicklung zu informieren und sich mit Themen und Fragestellungen auseinandersetzen.</p> <p>Befragungen schaffen einen Überblick über Meinungen, Haltungen und Präferenzen, eignen sich aber nur bedingt dazu, Motivationen zu verstehen.</p>
Fokusgruppen	<p>Für die Vertiefung offener Fragen oder konkreter Fragestellungen können die Einstellungen und Einschätzungen von ZWB in Fokusgruppen mit jeweils max. 10 Teilnehmenden qualitativ analysiert werden.</p> <p>Bei der Zusammenstellung von Fokusgruppen gilt es, ein möglichst breites Meinungsspektrum abzudecken. Aufgabe der Fokusgruppe ist nicht, einen Konsens herzustellen, sondern unterschiedliche Haltungen und Herangehensweisen verständlich zu machen.</p> <p>Fokusgruppen sollten von Externen durchgeführt werden, damit sich Teilnehmende frei äussern können. Sie können gut online durchgeführt werden.</p>
Kamingespräch	<p>Kamingespräche ermöglichen der Exekutive, ihre Pläne, Haltung und Positionen in einem konstruktiven Dialog vorzustellen. Kamingespräche sind sorgfältig vorbereitete und choreografierte Interviews, in denen die Exekutive komplexe Sachverhalte erläutern und kontroverse Themen erklären kann. Sie können zum Abschluss für das Publikum geöffnet werden, sollten aber nicht zur «Chropfleerte» verkommen, sondern Entscheidungsträgern die Möglichkeit geben, sich als aufgeschlossene Gesprächspartner zu präsentieren.</p> <p>Die Gespräche finden in einem überschaubaren und möglichst stimmungsvollen Rahmen statt. Die Teilnehmerzahl sollte auf ca. 20-30 Personen beschränkt werden. Teilnehmende sollten die Möglichkeit haben, an einem anschliessenden Apéro im informellen Rahmen an die Gespräche anzuknüpfen.</p> <p>Kamingespräche sind ein politisches Gefäss; sie können nicht an die Verwaltung delegiert und sollten wenn möglich von Externen konstruktiv kritisch geführt werden. Kamingespräche sollten an einem attraktiven Ort stattfinden, Termine müssen auf die Bedürfnisse von ZWB ausgerichtet werden.</p>
Informationsveranstaltung	<p>In einer (abschliessenden) Informationsveranstaltung können Ergebnisse und Erkenntnisse aus der Befragung, den Fokusgruppen und den Kamingesprächen einem breiten Publikum vorgesellt werden. Neben Zweitwohnungsbesitzern, die sich nicht an Umfragen oder Fokusgruppen beteiligen wollen, sollte auch die breite Bevölkerung eingeladen werden.</p> <p>Die Informationsveranstaltung kann als gemeinsamer Anlass für Ein- und Zweitheimische zelebriert werden.</p>

6. Vorgehen

Zielgruppen auswählen

Der Projektleiter grenzt mit der Exekutive ein, welche ZWB angesprochen werden sollen:

- Alle ZWB in der Gemeinde.
- ZWB mit Liegenschaften in einem bestimmten Gebiet.
- ZWB, die von einer bestimmten Entwicklung direkt betroffen sind.

Wann lohnt sich eine (breit angelegte) Befragung?

Mindestens eine der folgenden Aussagen trifft zu:

- Es liegen keine systematischen Informationen zu den Bedürfnissen / Absichten von ZWB vor.
- Es liegen nur Informationen zu den Bedürfnissen / Absichten von bestimmten ZWB-Gruppen vor.
- Möglichst viele ZWB sollen sich mit der Wohnraum- / Gemeindeentwicklung auseinandersetzen.

Wann lohnen sich Fokusgruppen?

Mindestens eine der folgenden Aussagen trifft zu:

- Es gibt spezifische Fragen zur Wohnraum- und Gemeindeentwicklung, die vertieft werden sollen.
- Es gibt offene Fragen zur Wohnraum- und Gemeindeentwicklung, die erkundet werden sollen.
- Es ist nicht klar, weshalb ZWB gewisse Themen auf eine bestimmte Art einschätzen.
- Es gibt Zukunftsszenarien der Gemeinde, die auf ihre Resonanz geprüft werden sollen.

Wann lohnen sich Kamingespräche oder andere moderierte Diskussionsformate?

Mindestens eine der folgenden Aussagen trifft zu:

- Die Gemeinde will Zukunftspläne oder Vorhaben vorstellen und kritisch würdigen.
- Die Gemeinde will Misstrauen von ZWB abbauen.
- Die Gemeinde will den direkten Austausch pflegen.
- Die Gemeinde will im kleinen Rahmen Ideen testen.

Wenn lohnt sich eine Informationsveranstaltung?

Mindestens eine der folgenden Aussagen trifft zu:

- Es gibt neue Erkenntnisse, die eine breite Öffentlichkeit interessieren.
- Es gibt Ansätze für das weitere Vorgehen, die für eine breite Öffentlichkeit relevant sind.
- Eine breite, noch nicht beteiligte Zielgruppe von ZWB soll informiert werden.
- Die breite Öffentlichkeit soll in Folgemaßnahmen eingebunden werden.

Partner auswählen

Der Projektleiter klärt ab, ob in der Gemeinde grundsätzlich Kompetenzen und Ressourcen für die gewählten Bausteine verfügbar sind und prüft, ob zusätzliche finanzielle oder personelle Ressourcen beantragt werden müssen.

Baustein / Methode	Wir haben Kompetenzen	Wir brauchen Kompetenzen	Wir haben Ressourcen	Wir brauchen Ressourcen
Befragung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fokusgruppen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kamingespräche	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Informationsveranstaltung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7. Aufgaben und Zuständigkeiten

Sobald der inhaltliche und methodische Rahmen klar ist, gibt die Exekutive die weitere Planung frei. Der Projektleiter prüft, welche Aufgaben anfallen und wo externe Partner einbezogen werden sollen. Wo sinnvoll und nötig können Offerten eingeholt werden.

Aufgaben und Aufwand einschätzen

Der Projektleiter prüft, welche Aufgaben gelöst werden müssen und wie hoch der Aufwand ist.

Was	Aufwand	Anmerkungen
Befragung	Hoch <ul style="list-style-type: none"> - Organisation - inhaltliche Vorbereitung - Umsetzung - Auswertung - Aufbereitung - Diskussion - Konsolidierung - Kommunikation 	<p>Befragungen sind aufwändig und teuer. Leistungen umfassen neben der Entwicklung eines Fragebogens, der Umsetzung der Befragung (Aufsetzen usw.), der Auswertung und Aufbereitung der Resultate auch diverse Kommunikationsmassnahmen (z.B. Medienmitteilungen) und die Abstimmung mit Dritten (Versand, Druckerei, Eingabe von Fragebogen usw.).</p> <p>Je nach Zielgruppe kann es sich lohnen, mehrsprachige Befragungen durchzuführen.</p> <p>Um Kosten zu sparen und die Komplexität zu reduzieren, können Online-Befragungen durchgeführt werden. Voraussetzung ist ein aktualisierter E-Mail-Verteiler mit Einwilligung/Opt-In.</p>
Fokusgruppen	Mittel <ul style="list-style-type: none"> - Organisation - inhaltliche Vorbereitung - Durchführung - Auswertung - Konsolidierung - Kommunikation - Location/Catering 	<p>Fokusgruppen sollten von externen Partnern durchgeführt werden. Leistungen umfassen neben der Moderation auch die Organisation sowie die inhaltliche Vor- und Nachbereitung. Je nach Zielgruppe lohnen sich mehrsprachige Fokusgruppen.</p> <p>Fokusgruppen können gut online durchgeführt werden. Für Anlässe in der Gemeinde oder an Standorten, an denen ZWB wohnen, braucht es geeignete Räumlichkeiten.</p>
Kamingespräch	Mittel <ul style="list-style-type: none"> - Organisation - inhaltliche Vorbereitung - Briefing - Moderation - Debriefing - Kommunikation - Location/Catering 	<p>Kamingespräche sollten gut vorbereitet werden und auf die Erkenntnisse aus der Befragung und den Fokusgruppen eingehen. Die Leistungen umfassen auch das Briefing der Exekutive, die inhaltliche Vor- und Nachbereitung und Kommunikationsmassnahmen.</p> <p>Kamingespräche sollten vor Ort durchgeführt werden; es braucht einladende Räumlichkeiten und ein Budget für einen Apéro.</p>
Informationsveranstaltung	Mittel/Hoch <ul style="list-style-type: none"> - Organisation - inhaltliche Vorbereitung - Moderation - Kommunikation - Location/Catering 	<p>Informationsveranstaltungen sind Abschluss und Meilenstein. Sie dienen dazu, das Erreichte zu zelebrieren und die nächsten (möglichst konkreten) Schritte vorzustellen.</p> <p>Die Leistungen umfassen die Konzeption, Organisation, inhaltliche Vorbereitung und Moderation des Anlasses.</p> <p>Für die Durchführung braucht es zusätzliches Budget für Raummiete, Verpflegung, ggfls. Rahmenprogramm und Kommunikation.</p>

Aufgaben und Bedarf an externen Partnern klären

Der Projektleiter prüft, welche Kompetenzen und Ressourcen in der Gemeinde vorhanden sind.

Kompetenzen / Ressourcen	in der Gemeinde	in der Region	Extern
Koordination Prozess	○	○	○
Befragung – Organisation	○	○	○
Befragung – Inhaltliche Umsetzung	○	○	○
Befragung – Kommunikation	○	○	○
Fokusgruppen – Organisation	○	○	○
Fokusgruppen – Inhaltliche Umsetzung	●	○	○
Fokusgruppen – Kommunikation	○	○	○
Kamingespräch – Inhaltliche Umsetzung	○	○	○
Kamingespräch – Kommunikation	○	○	○
Infoveranstaltung – Organisation	○	○	○
Infoveranstaltung – Inhaltliche Umsetzung	○	○	○
Infoveranstaltung – Moderation	○	○	○
Infoveranstaltung – Kommunikation	○	○	○

Rollen zuordnen und Zuständigkeiten klären

Der Projektleiter legt (in Absprache mit der Exekutive) fest, wer welche Rollen und Aufgaben übernimmt bzw. wo welche internen und externen Ressourcen eingesetzt werden sollen.

Rolle	Wer	Aufgaben
Gastgeber		lädt ein, stellt Räume zur Verfügung, ist präsent
Organisation		reserviert Räume, organisiert Versand, Verpflegung etc.
Umsetzung		bestimmt Methoden, wertet aus, moderiert etc.
Inhaltlicher Beitrag		Grundlagen, Erkenntnisse, Instrumente, Input-Referate etc.
Diskussionsbeitrag		Podiumsteilnehmer, Fragen beantworten
Mobilisierung		Direkte/indirekte Ansprache von Zweitwohnungsbesitzern

Rollenverteilung	Prozess	Umfrage	Fokusgruppen	Kamingespräch	Infoveranstaltung
Gastgeber				[Exekutive]	[Exekutive]
Organisation	[Festlegen]	[Festlegen]	[Festlegen]	[Festlegen]	[Festlegen]
Umsetzung	[Festlegen]	[Festlegen]	[Festlegen]	[Festlegen]	[Festlegen]
Inhaltlicher Beitrag*		[Festlegen]	[Festlegen]	[Festlegen]	[Festlegen]
Diskussionspartner*				[Exekutive]	[Festlegen]
Mobilisierung*	[Festlegen]	[Festlegen]	[Festlegen]	[Festlegen]	[Festlegen]

Rollenverteilung wenn möglich ad personam, *=Rollen können von mehreren Personen übernommen werden

Für die Rollenverteilung stehen Personen aus folgenden Akteursgruppen zur Auswahl:

- Exekutive, Gemeindeverwaltung
- Region, Kanton
- Dienstleister
- Stakeholder (Vereine, Medien usw.)

8. Planung

Sobald die organisatorischen Fragen und Zuständigkeiten geklärt sind, legt der Projektleiter die Termine fest und plant die Mobilisierung. Werden mehrere Methoden angewendet lohnt sich aus inhaltlicher und dramaturgischer Sicht folgende Reihenfolge: mit der Befragung starten, offene Fragen in Fokusgruppen vertiefen, erste Überlegungen der Exekutive in Kamingesprächen vorstellen und an der Veranstaltung über Erkenntnisse und die nächsten Schritte informieren.

Zwischen den einzelnen Etappen braucht es genügend Zeit, um Erkenntnisse zu konsolidieren und zu diskutieren. Die Exekutive muss in die Konsolidierung und Diskussion über mögliche Antworten und Folgemaßnahmen eingebunden werden.

Termine festlegen

Der Projektleiter legt mit der Exekutive fest, in welchem Zeitraum Befragungen durchgeführt werden oder wann Fokusgruppen, Kamingespräche und die Informationsveranstaltung stattfinden sollen:

- Für online-Fokusgruppen eignen sich Abendtermine am besten. Je nach Zielgruppe müssen Zeitzeonen berücksichtigt werden. Physische Fokusgruppen werden idealerweise am Samstag oder Sonntag oder während der Ferienzeit durchgeführt, wenn ZWB vor Ort sind.
- Kamingespräche sollten abends und in Zeitfenstern durchgeführt werden, an denen ZWB vor Ort und nicht anderwärtig absorbiert sind. Wenn mehrere Gespräche durchgeführt werden, lohnt es, unterschiedliche Wochentage anzubieten, um unterschiedliche Zielgruppen zu erreichen.
- Die Informationsveranstaltung wird idealerweise an einem Wochenende in der Ferienzeit durchgeführt, damit möglichst viele ZWB teilnehmen können.

Mobilisierung vorbereiten

Der Projektleiter entscheidet in Absprache mit der Exekutive, über welche Kanäle und mit welchem Aufwand ZWB informiert und mobilisiert werden sollen.

Kanal	Aufwand	Vor-/Nachteile
Befragung	Frage einbauen	Die Befragung kann für die Mobilisierung von Fokusgruppen und Kamingesprächen genutzt werden: Teilnehmende können ihr Interesse bekunden und eine E-Mail-Adresse hinterlegen.
Brief	Brief verfassen, Druck und Versand	Die direkte Ansprache hat in der Regel den grössten Mobilisierungseffekt, aber auch die höchsten Kosten.
E-Mail	E-Mail verfassen, evtl. Verteiler aufbauen	Ein E-Mail-Versand ist kostengünstig, vereinfacht die Kommunikation (Erinnerungen, Anmeldungen). Voraussetzung ist ein Verteiler (ZWB-Verteiler aufbauen kann sich lohnen).
Social Media	Posts verfassen, Beantworten, Krisenmanagement	Social Media sind eher ungeeignet, weil damit Themen weit über die Zielgruppen heraus gestreut werden, Stimmungen geschürt und Shitstorms provoziert werden können.
Medienmitteilung	MM verfassen	Mit Medienmitteilungen werden ZWB angesprochen und Einheimische informiert. MM wirken unverbindlich und erreichen oft nur ZWB, die die Zeitung lesen oder Zeitungsleser kennen.
Direkte Ansprache	Zeitaufwand für Gespräche/Telefonate	Die direkte Ansprache eignet sich für persönliche Gespräche oder zum Mobilisieren von Schlüsselpersonen.

9. Hilfsmittel

- Beispielfragebogen
- Beispielauswertung Befragung
- Beispielleitfaden Fokusgruppe
- Beispieldrehbuch Kamingespräch
- Beispieldrehbuch Informationsveranstaltung