



# Akteursvernetzung



**Projektexterne Akteure haben entscheidenden Einfluss auf den Projekterfolg. Ihre Unterstützung erleichtert die Projektumsetzung, macht Projekte lebendiger und schließlich erfolgreicher.**

## Resultate

- Diese Akteure bestimmen das Projektumfeld, sie wirken als Meinungsführer und lenken die Aufmerksamkeit aufs Gehen und Radfahren, sie bringen so politischen und gesellschaftlichen Veränderungswillen zustande. Zu diesen Akteuren zählt man Persönlichkeiten aus Kommunalpolitik, Verwaltung, Medien, örtlichen Vereinen, Einzelhandel, Ärzteschaft, der örtlichen Wirtschaft, Schulwesen, Polizei, Kirchen und Wissenschaft.
- Bevor Akteure kontaktiert werden, ist es entscheidend, sie erst einmal ausfindig zu machen, und außerdem ihre Motive, Einstellungen und Einflussmöglichkeiten bei der Projektumsetzung zu verstehen. Wichtig ist also das Verständnis ihrer allgemeinen Motivation und Präferenzen, um die eigenen Projektziele in die vielen anderen Anforderungen an die Akteure einpassen zu können.

- So wie Akteure die Projektziele beeinflussen sind sie doch selbst Verkehrsteilnehmer mit ihren eigenen Gewohnheiten und Präferenzen – was sich vom Projekt wiederum beeinflussen lässt. In einer Zielgruppe eingeordnete Personen können zu eigenständigen Akteuren werden und Dritte beeinflussen; so können Schulkinder beispielsweise ihre Eltern und Freunde zu einem veränderten Mobilitätsverhalten überreden.

## Zum Vorgehen

Um weitere Akteure für die Active-Access-Projekte begeistern und einspannen zu können, haben die Partner eine Bandbreite von Ansätzen verfolgt.



- **Plan zur Einbeziehung der Akteure**  
Als ersten Schritt lokale Akteure gefunden, ihre Positionen zu Fuß/Rad kennengelernt und ihre beste Rolle und Ansprache herausgefunden.
- **Fußgänger Audit („Walking Audit“):** Vor Ort mit vielfältigen Projektbeteiligten unterwegs gewesen und die Augen für Fußgängerbelange und mögliche Verbesserungen geöffnet.
- **Workshops und Vorträge:** Forschung und Praxiserfahrung von andernorts bekannt gemacht, um die Notwendigkeiten für Fuß/Rad verständlich zu machen.
- **Veranstaltung zur Akteursvernetzung:** Die Walk-21-Konferenz in Den Haag 2010 genutzt, Entscheidungsträger zum Erfahrungsaustausch der Partnerstädte zusammenzubringen, voneinander zu lernen und inspiriert zurückzukehren.
- **Berichtswesen:** Die Projektergebnisse aus Maßnahmen, Begleitforschung / Evaluation dokumentiert.
- **Lokale Partner- und Akteurstreffen:** eine Grundlage gemeinsamer Interessen und der Kollegialität (manchmal auch des freundlichen Wettstreits) aufgebaut. Europaweiter Austausch am Arbeitsplatz für einige Zeit („Shadowing“) bot Zeit zum Lernen von Partnern in anderen Ländern und belebte die Diskussion mit den Akteuren zuhause.
- **Einbeziehung in öffentliche Events und Aktionen:** Hat öffentliche Auftritte für die lokale Wirtschaft, profilierte Medienpräsenz für Politiker und Initiativen ein Ideenforum geboten.
- **Medien-Events:** Die positiven Projektergebnisse und das Engagement der Beteiligten wurden gewürdigt, u.a. auch durch Foto-, Mal- und Filmwettbewerbe.

## Erfolgsfaktoren

### Sich so früh wie möglich mit den Akteursgruppen beschäftigen

Als allererstes im Projektablauf die Akteure herausfinden, sie in die Projektplanung und die Kampagnenstruktur einbinden. Hierdurch kann ihr im Projektfortschritt auch ihr Verständnis von Fuß/Rad mitwachsen. Ihre Teilhabe am Projekt, ihre Erwartungen und Beiträge passfähig machen mit den anderen Aktivitäten und Prioritäten im Projekt.

### Eine klare Vermittlung von überzeugenden Argumenten und empirischen Fakten vorbereiten

Die Ausgangssituation mit einigen empirischen Basisdaten veranschaulichen, das Set überzeugender Argumente mit lokalen Befunden zu Einstellung und Verhalten im Mobilitätsbereich untermauern. Ziel ist eine generelle gemeinsame Einschätzung von Problem und Lösung. Zeigen, wie Akteure von der Projektteilnahme profitieren.

### Einen realistischen Zeitplan für ein koordiniertes Handeln aufstellen

Beim Zeitplan berücksichtigen: Feiertage und Schulferien, geeignete Jahreszeit, Wahltermine, Stadtfeste und andere örtliche Hauptereignisse, auch übergeordnete Termine wie die Europäische Woche der Mobilität oder Autofrei-Events. Einen Zeitplan entwerfen, der genügend „Luft hat“ für die Vorbereitung und die Koordination sowie für die Beiträge von Initiativen.

### Klare Rollenverteilung und Verantwortlichkeiten

Zur Teilhabe an Aktionen ermutigen – sowohl während der Kampagne als auch danach, skizzieren was wann jeder Akteur beitragen kann. Zum gegenseitigen Anstoß der Projektideen offen sein für alle Anregungen und Änderungsvorschläge.

### Gelegenheiten bieten fürs Lernen auf Basis des eigenen Erlebens

Die Akteure zur Teilnahme am Walking Audit, zu einem Workshop oder einer Kampagne einladen, um die Dynamik des Fuß-/Radverkehrs im Nahbereich einschätzen zu lernen – auch um die Unterstützung durch Akteursgruppen zu zeigen und weitere Akteure zur Mitwirkung zu bewegen.

### Anerkennung für ihre Mitarbeit

Eine „Würdigungskultur“ entwickeln, die die Kampagnenbeiträge der Akteure anerkennt, Medienecho bietet, und – nicht zu vergessen – den Projekterfolg mit allen Beteiligten feiern!



The sole responsibility for the content of this document lies with the authors. It does not represent the opinion of the European Communities. The European Commission is not responsible for any use that may be made of the information contained therein.