

Zu den Projektinhalten von *Tu was, dann tut sich was.* in der Mühlviertler Alm

Ausgewählte Ergebnisse aus der Inhaltsanalyse

105 Projektanträge – 55 Kategorien – 660 Nennungen

Im Folgenden soll ein kurzer Abriss zu den Inhalten der Projekte gegeben werden, die der Jury vorgestellt worden sind. Die Idee dabei ist, die Projektanträge als Antwort auf eine konkrete Frage zu lesen. Das Festival heißt ja „Tu was, dann tut sich was“ – die Frage ist also, was sich aus der Sicht der Menschen in der Region, aus Ihrer Sicht also, tun soll. Darauf können die Projektanträge als Antwort gelesen werden.

Grundlage sind 105 ausgewertete Projektanträge (3 Projekte wurden der Jury zweimal vorgestellt, die Auswertung ist um diese Projekte bereinigt, daher ist hier nicht von 108 Projekten die Rede). Grundlage der Auswertung ist also der in Form der Anträge schriftlich vorliegende „O-Ton“ der Region.

Die Themen und Zielgruppen, die in diesen Anträgen genannt und angesprochen wurden, sind sehr vielfältig. Ich habe versucht, die Vielfalt gelten zu lassen und trotzdem, bestimmt aber behutsam, zusammenzufassen, damit es in der Fülle auch einen Überblick geben kann; ich habe also Kategorien gebildet, und ich bin dabei auf 55 Kategorien (Themen und Zielgruppen) gekommen.

Ein Projekt – ein Thema und eine Zielgruppe? Keineswegs. Die Projektanträge haben alle gemeinsam, dass sie mehrere bis viele unterschiedliche Dimensionen des Lebens in der MVA ansprechen und dass sie entsprechend vielen Kategorien zuordnenbar sind. Ich bin in der Fülle der 105 Anträge auf 660 Nennungen gekommen. Das heißt, im Schnitt kommen auf jeden Projektantrag 6,3 Kategorien. Tatsächlich verteilt es sich so, dass es große Projekte mit breiten oder komplexen Inhalten gibt, die sogar knapp 20 Kategorien anschneiden, andere kleinere Projekte wiederum berühren vielleicht drei oder vier Themenbereiche oder Zielgruppen. So ergeben sich die insgesamt 660 Nennungen.

Welche Themen verdienen besondere Aufmerksamkeit?

In der Auswertung der telefonischen Befragungen (Präsentation von Isabell Gstach) haben wir gesehen, dass folgende Gruppen und Themen nach Ansicht der Befragten besondere Aufmerksamkeit erhalten bzw. verdienen: Kinder und Jugendliche, Alleinerziehende, Menschen mit Migrationshintergrund, SeniorInnen, Menschen mit Beeinträchtigungen sowie das Themenfeld Tourismus, Wirtschaft und Arbeitsmarkt, die Situation der Familien und das Thema Mobilität. Bauern und Vereinen wird zugeschrieben, ausreichend Aufmerksamkeit zu erhalten.

Wie spiegelt sich das in den Projektanträgen, die wir erhalten haben? Ein Blick in die Anträge zeigt, dass die meisten dieser Gruppen bzw. Themen auch in den für *Tu was* vorgeschlagenen Projekten vorkamen (siehe Abb. 1), aus Sicht der Projekteinreichenden also Aufmerksamkeit brauchen.

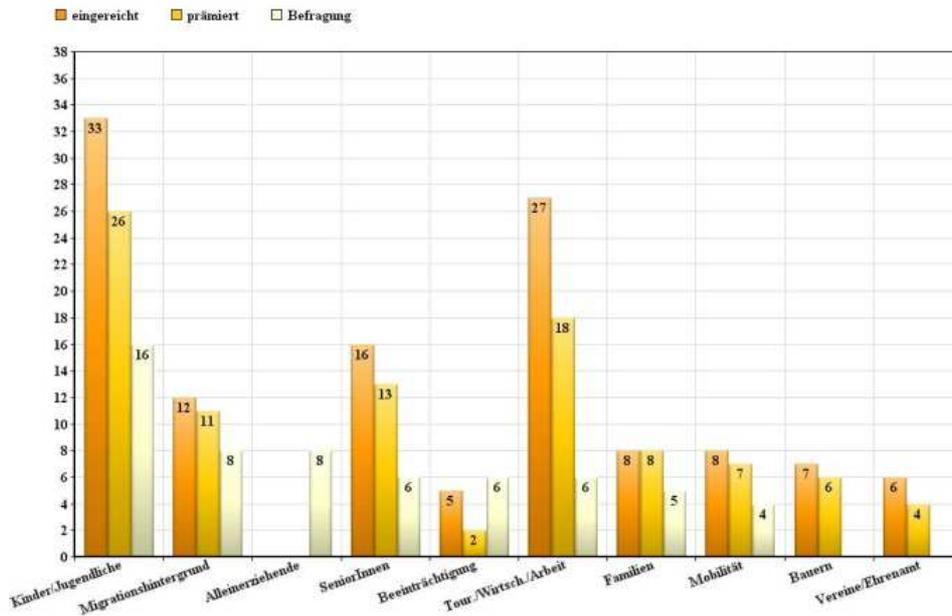


Abb. 1, eigene Darstellung

Fast alle in der Befragung prominenten Themen und Gruppen kommen vor – die Alleinerziehenden fehlen allerdings bzw. gehen vielleicht im Thema „Familie“ auf. Dafür verdienen nach Ansicht der Projekteinreichenden auch die Landwirtschaft sowie Vereine und Ehrenamt Aufmerksamkeit.

Die orange Spalte in Abbildung 1 zeigt jeweils die Anzahl der Nennungen in allen 105 eingereichten Anträgen, die mittlere, gelbe Spalte dann – als Vergleichswert – die Nennungen in den über 70 prämierten Projekten, die nun in der Region in ihrer Umsetzung auch zu spüren sind. Daneben rechts in der hellen Spalte ist die Einschätzung der Befragten abgebildet, inwieweit diese Gruppen und Themen mehr Aufmerksamkeit verdienen würden. Aber was waren nun die Themen der Projekte?

Die Top 20-Themen in der Region Mühlviertler Alm

Abbildung 2 zeigt die Top 20-Themen aus allen 105 eingereichten Projekten der Region:

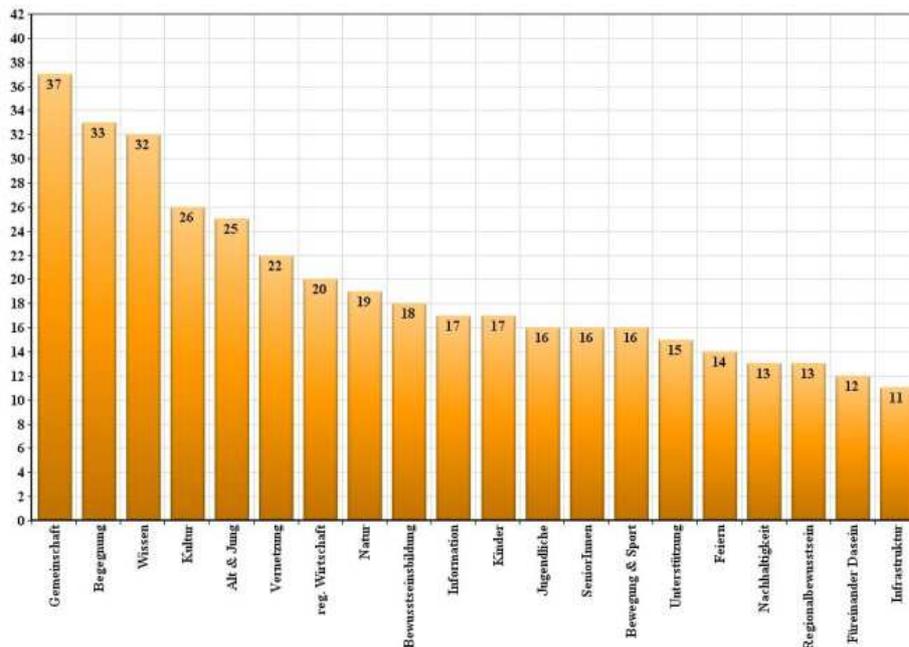


Abb. 2, eigene Darstellung

Die am häufigsten adressierten Themen sind die Förderung und Pflege von Gemeinschaft, das Schaffen von Möglichkeiten zur Begegnung, der Austausch von Wissen – diese Anliegen sind in ca. jedem dritten Antrag zu finden. Große Wichtigkeit erfahren auch kulturelle Anliegen, die Verbindung der Generationen (in etwa jedem vierten Antrag), sowie (in ca. einem Fünftel der Projektvorschläge) die bessere Vernetzung in der Region oder auch die regionale Wirtschaft.

Wenn wir uns im Vergleich anschauen, wie diese Verteilung bei jenen über 70 Projekten aussieht, die prämiert worden sind und in der Region zur Umsetzung kommen, sieht die Sache ganz ähnlich aus, wie Abbildung 3 zeigt.

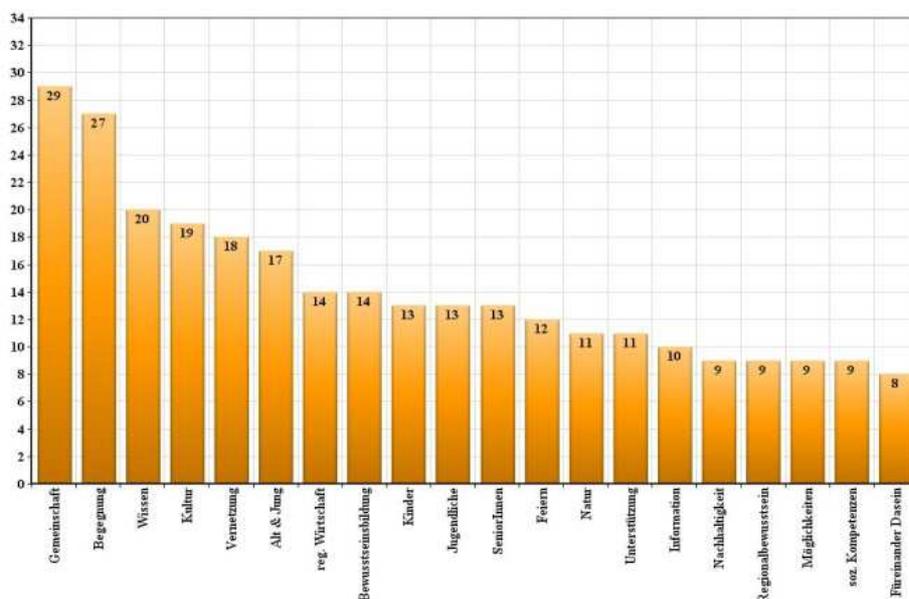


Abb. 3, eigene Darstellung

Einzelne Themen haben sich in der Gewichtung geringfügig verschoben, zwei Themen sind aus den Top 20 herausgerutscht, zwei andere hinein; der allgemeine Eindruck und die Tendenz sind aber sehr ähnlich zur vorigen Darstellung. Die 20 in dieser Abbildung angeführten Themen haben wir beim Stakeholderworkshop zum Einstieg auf einer Pinnwand präsentiert und mit einem kurzen Begleittext erläutert; die Teilnehmerinnen und Teilnehmer am Workshop wurden gebeten, mittels Punktevergabe zu kennzeichnen, welche Themen aus ihrer Sicht durch *Tu was* in der Region spürbar sind. 53 Punkte wurden von den etwa 20 Personen, die sich an dieser Befragung beteiligt haben, vergeben. Diese verteilen sich so:

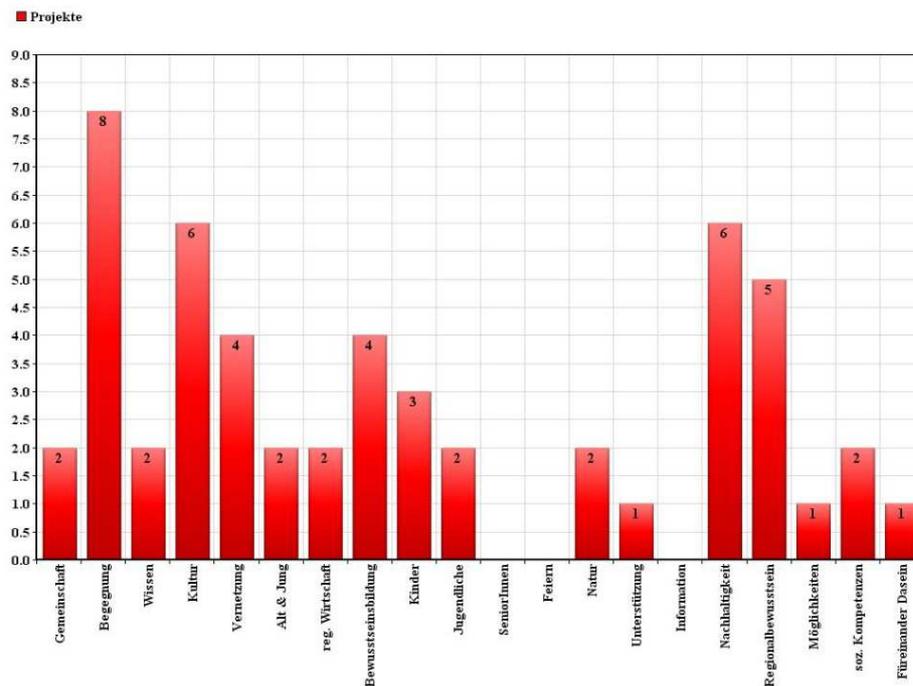


Abb. 4, eigene Darstellung

Die doch deutliche Abweichung, die in der Einschätzung der Workshop-TeilnehmerInnen im Vergleich zur Auswertung der prämierten Projektanträge in Abbildung 4 zu erkennen ist, war zu erwarten und lässt sich einfach erklären. Am Papier wiegen ja die Anliegen der Projekte alle gleich, egal ob das Projekt klein oder groß ist. In der Umsetzung sieht das freilich anders aus: Manche Projekte sind einmalig präsent, andere sind längerfristig angelegt, manche sind auf einen Ort begrenzt, andere betreffen die ganze Region oder sind auch im virtuellen Raum präsent.

Wie die Projekte ausstrahlen, wie sie wahrgenommen werden können, das muss daher nicht übereinstimmen mit dem was die Inhaltsanalyse ergibt. Deswegen war die kurze Befragung am Anfang des Workshops auch so wichtig für uns – als Stimmungsbild, was jetzt, wo ja alles Projekte schon laufen (oder auch schon abgeschlossen wurden), zu spüren ist. Wir werden diese Befragung bei späteren Gelegenheiten mit größerem zeitlichen Abstand wiederholen und somit sehen, ob der Eindruck von *Tu was* in der Region gleich bleibt oder sich vielleicht verändert. Als Referenzwert ist dabei die Inhaltsanalyse aller eingereichten (sowie separat aller prämierten) Anträge für die wissenschaftliche Begleitung wichtig.

„sich kennen und achten“ sowie zu mehr Rücksicht auf Mensch wie Lebensraum führen; diese können einmalig oder wiederholt und fortlaufend sein, gemeinsam ist ihnen, dass sie das größere Ganze des Zusammenlebens in der Region, in der Gemeinde, in der Nachbarschaft im Blick haben. Es geht hier sozusagen um die Atmosphäre, die Färbung des Lebens in der Region.

„Begegnung“, damit ist die konkrete Möglichkeit und der Raum zur Begegnung gemeint, der so oft fehlt oder über die Zeit verloren gegangen ist – jener Raum, den es – physisch, aber auch sozial gedacht – braucht, um mit den „nicht-immer-gleichen“ Leuten zusammenzukommen und ins Gespräch zu kommen; damit ist gleichermaßen eine Bedingung angesprochen, dass ein Dialog entsteht, dass Gemeinschaft wachsen und Vernetzung entstehen kann.

„Vernetzung“ schließlich meint hier jene Kontakte, die ganz spezifisch auf Basis eines gemeinsamen Anliegens entstehen. Zahlreiche Projekte haben genau dies als eine Motivation genannt: Leute, denen das gleiche Thema am Herzen liegt, zu vernetzen und in einen intensiven Austausch zu bringen, der auf heutige ebenso wie auf künftige und insbesondere auf gemeinsame Aktivitäten gerichtet ist. – In diesem Sinne ist auch das Anliegen des Sozialfestivals zu verstehen, zu einer guten Vernetzung in der Region beizutragen; ein Anliegen, das wir offenbar mit etlichen Projekteinreichenden teilen.

Der Stakeholderworkshop hat im Grunde von allem etwas: er will eine Gelegenheit sein, Gemeinschaft zu erleben und vielleicht auch weiterzutragen; er ist eine Einladung und Möglichkeit, in Kontakt zu treten und ins Gespräch zu kommen; und er will einen Boden bieten, auf dem intensiver Austausch und Vernetzung auch für künftige Aktivitäten geschehen kann.