

Zielgruppeneinbindung in Verkehrsplanungsprozesse mittels neuer Technologien?



Inhalt

1. Augmented Reality, Web 2.0 und Beteiligung
2. Forschungsleitende Fragen
3. Zugang zu Partizipationsprozessen
4. Ways2gether Tool-Set
5. Testfälle (Struktur-Übersicht-Beispiel-Evaluierung)
6. Thesen als Zwischenergebnisse
7. Ausblick und Kontakt



Was ist Augmented Reality?

- Anknüpfungspunkte zu Beteiligung:
Überwinden von zeitlichen, räumlichen,
kognitiven (räumliches Vorstellungsvermögen)
Barrieren
- Unterstützung und Verbesserung der
Kommunikation in Planungs- und
Beteiligungsprozessen
- verschiedene Studien konstatieren Potential
für AR und Beteiligung, aber noch kaum
Projekte außerhalb der Forschung
- ways2gether arbeitet von Anfang bis Ende eng
mit „der Praxis“ zusammen
- Überprüfung in drei unterschiedlichen
Testfällen



Quelle: ways2gether Projektteam, 2010



Forschungsleitende Fragestellungen

- Welche Hindernisse können bei der Beteiligung von Zielgruppen durch AR bzw. Web 2.0 wie minimiert werden?
- Welche AR und Web 2.0 Instrumente können die Beteiligung von bestimmten Zielgruppen verbessern? Was müssen diese Instrumente können? Was kann von diesen Instrumenten nicht erwartet werden?
- Wie können durch technologische Instrumente schwer erreichbare Zielgruppen erreicht werden?
- Was ist bei der Gestaltung und Durchführung von Beteiligungs- und Planungsprozessen zu beachten, wenn technologische Mittel zur Reduktion der Beteiligungsbarrieren eingesetzt werden?



zusammengefasst & perspektivisch

- Besser erreichen!
- Besser einbringen!

- Wie einsetzen?
- Wie Technologie weiter entwickeln?



Fotos: ways2gether Projektteam, 2012



Zugang zu Partizipationsprozessen

- Determinanten politischer Partizipation
 - Objektiv-strukturell
 - Subjektiv
- Sozio-ökonomische Merkmale (Geschlecht, Alter, verfügbare Zeit, Zeitverfügung, Bildungsstand, Betroffenheit, materielle, persönliche Ressourcen ...)
- Räumliches Vorstellungsvermögen (Dreidimensionalität)
- Vorstellungsvermögen des „Möglichkeitsraumes“
- Erfahrung mit dem eigenen Vermögen (Einflussnahme auf Entscheidungsprozesse)
- Setting der Beteiligung (z. Bsp. Abendveranstaltungen)



Planung für „Alle“, aber differenziert!

- Anspruch, die unterschiedlichsten Gruppen, Milieus und Altersgruppen einzubeziehen
- Differenzierter zielgruppenspezifischer Ansatz
- Erfordert unterschiedliche Methoden
 - Zielgruppenspezifisch
 - Prozessphasen-spezifisch
 - Beteiligungsintensitäts-spezifisch
- D.h. (Neue) Methoden (weiter)entwickeln



foto: privat
Die Frage, für wen eigentlich geplant wird und welchen Anforderungen öffentlicher Raum gerecht werden muss, sollte im Vorfeld einer Planung ernsthaft diskutiert werden, sagt Stadtplanerin Wencke Hertzsch.



„Nicht nur für die gutbürgerliche Mitte gestalten“

INTERVIEW | JASMIN AL-KATTIB, 27. April 2012, 08:15

Stadtplanerin Wencke Hertzsch will mehr Kommunikation und Partizipation in der Planung

Stadtentwicklung sozial nachhaltig zu gestalten ist noch keine Selbstverständlichkeit, dennoch gibt es immer häufiger Konzepte, in denen die Menschen, die den in Planung befindlichen Raum später nützen werden, bereits im Vorfeld durch Kommunikation und Partizipation in den Entstehungsprozess eingebunden werden. Inwiefern sozial nachhaltige Stadtplanung hierzulande schon funktioniert und was für die Praxis dafür notwendig ist, darüber sprach derStandard.at mit Stadtplanerin **Wencke Hertzsch** vom Fachbereich Soziologie (ISRA) der TU Wien.

MEHR ZUM THEMA

GELD: Bank Austria - Partner in allen Geldfragen
Werbung

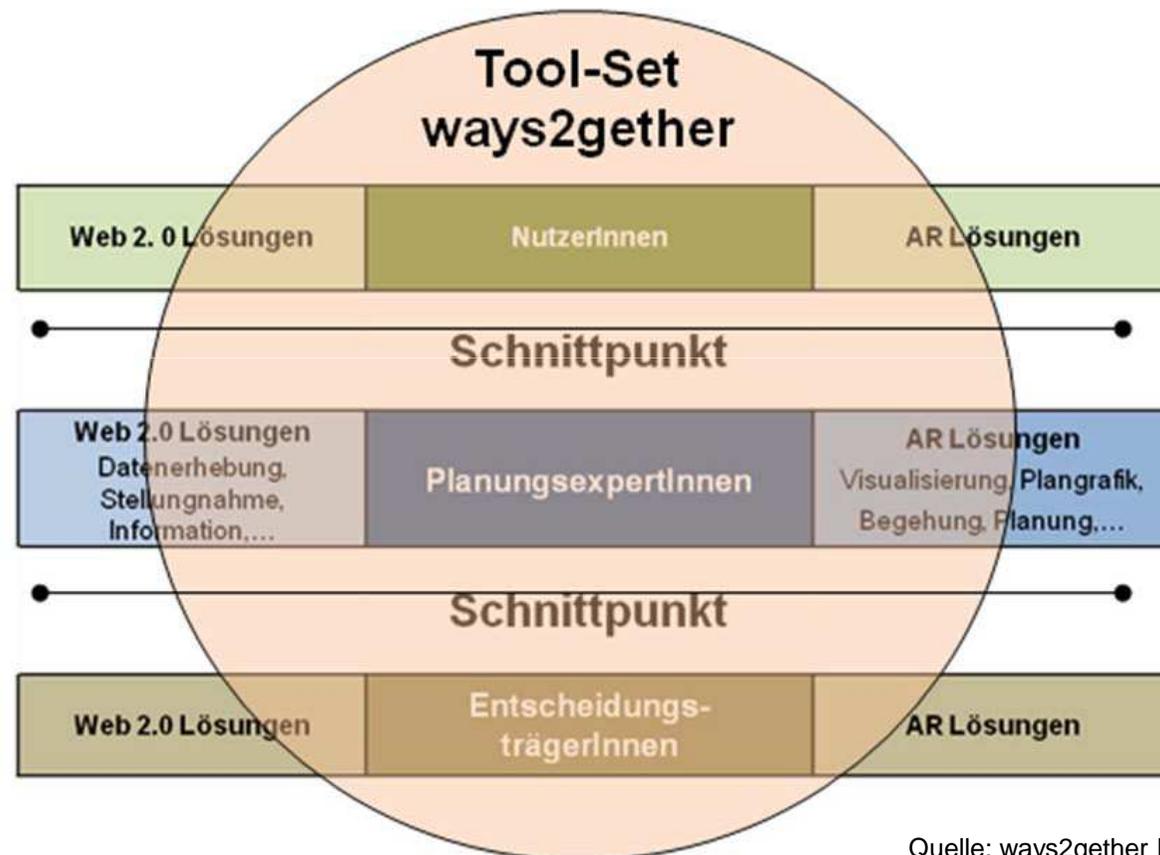
derStandard.at: Öffentliche Räume sind auch immer soziale Räume. Wie sieht das Konzept sozialer Stadtplanung aus?

Hertzsch: Da gibt es viele Einfallswinkel, aber ganz einfach formuliert heißt soziale Stadtentwicklung, mit Menschen und für Menschen zu planen, Wohn- und Lebensbedingungen zu stabilisieren und verbessern, aber auch gesellschaftliche und individuelle Lebenschancen zu erhöhen. Das ist ein Auftrag, den Planung ja auch ganz grundsätzlich hat, also einen Prozess zu gewährleisten, der "alle" berücksichtigt, wobei das "alle" differenziert zu betrachten ist und es natürlich immer unterschiedliche Ziele und Fokusgruppen gibt.

Quelle: derstandard.at, 10.5.2012



"Übersetzung" der Sprache der PlanerInnen in die Sprache der NutzerInnen



Übersicht der Testfälle

	Aspern	GB20	Lange Gasse	Villach
Zielgruppen	<ul style="list-style-type: none"> Entscheidungsträger_innen Fachplaner_innen in Verwaltung 	<ul style="list-style-type: none"> ZG-Aktivierung notwendig <ul style="list-style-type: none"> Kinder und Jugendliche sozioökonomisch Benachteiligte Menschen mit Migrationshintergrund 	<ul style="list-style-type: none"> aktive, technik- und planungsaffine BewohnerInnen in Beteiligung involviert 	<ul style="list-style-type: none"> Personen mit Betreuungspflichten, Ältere
Räumliche Differenzierung	Urban Neubau	Urban Bestand/Umbau	Urban Bestand/Umbau	Ländlich Bestand/Umbau
Maßstab	Masterplan Regelquerschnitte	Objektplanung Detailplanung Straßenfreiraum	Objektplanung Detailplanung Straßenfreiraum	Straßenraum
Planungsprozess	Ergebnisvisualisierung (Planungsprozess abgeschlossen)	/Zwischen-)ERgebnisvisualisierung	Entwicklungsvisualisierung (Planungs-Prozess-begleitend: frühes Stadium)	Entwicklungsvisualisierung (Planungs-Prozess-begleitend: mittleres Stadium)
Beteiligungsstufe	Information Öffentlichkeitsarbeit, PR	Information, Beratung, Mitsprache Keine Varianten	Information, Mitsprache, Beratung Varianten prüfen	Information, Mitsprache, Beratung

Quelle: ways2gether Projektteam, 2012



Struktur der Testfälle

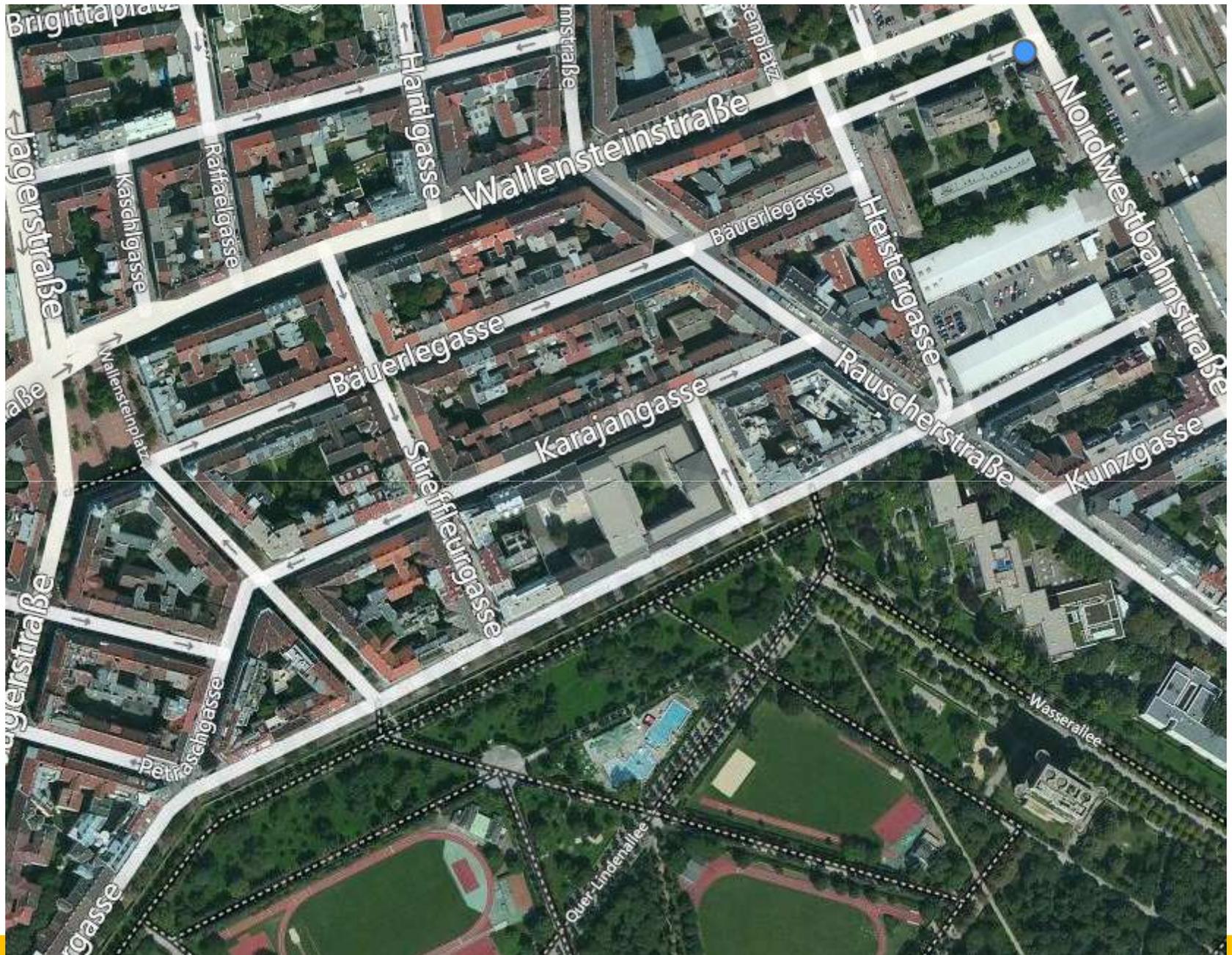
- Beispiel temporäre Gehsteigerweiterung Wallensteinstraße
- (Zwischen-)Ergebnisevaluierung, Information, Bewusstseinsbildung für öffentlichen Raum

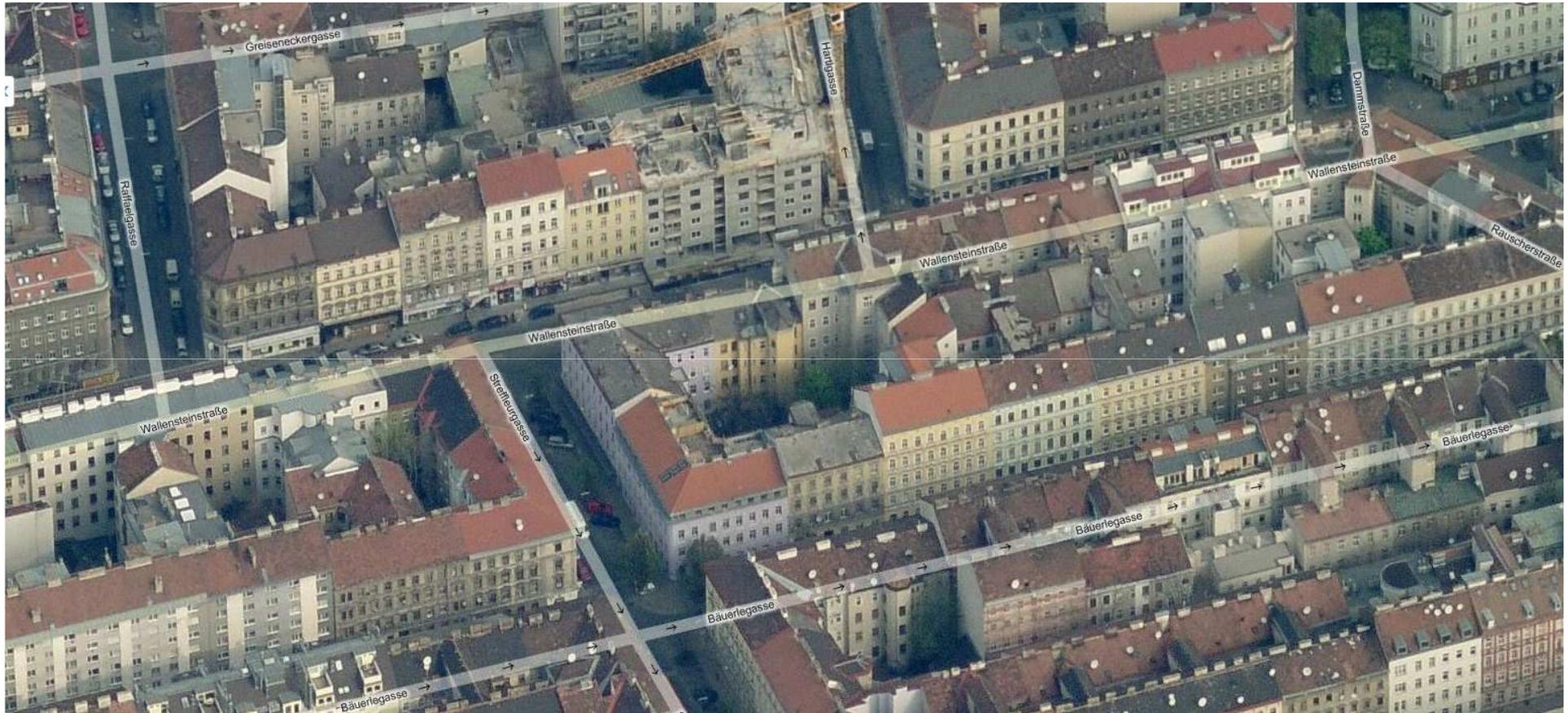
Planungsphase und Beteiligungsprozess	Straßenraumbegehung, Information, Konsultation der NutzerInnen
Organisations-Ware	Einschulung der Prozessbegleiter_innen, Ablaufdiagramm, Zeitplan, Rollenverteilung, Materialliste
Hard Ware	3-5 Stück iPads, App im Appstore, Collagen, Pläne, Fragebogen
Soft Ware	AR-Anwendung (Junaio), Einschulung Evaluierungsdesign, Aktivierungsmaßnahmen

Quelle: ways2gether Projektteam, 2012



Quelle: bing.com, 2012





Quelle: bing.com, 2012





Quelle: GB* 2/20, 2012

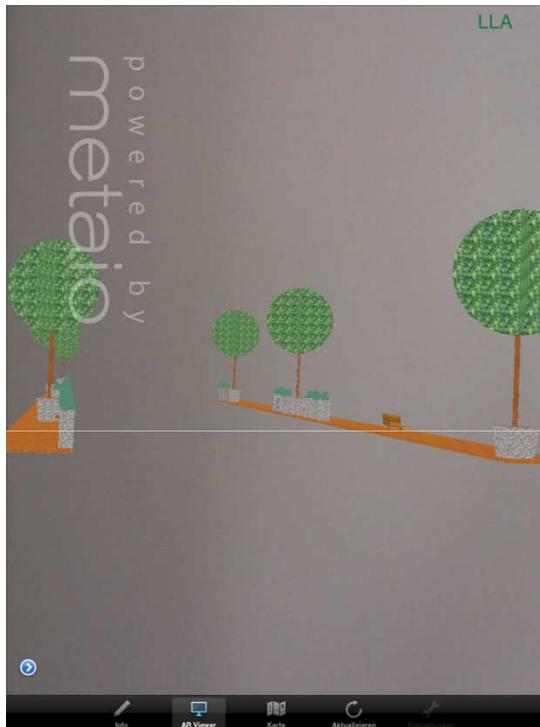


Quelle: ways2gether Projektteam, 2012

Christoph Stoik | FH Campus Wien, Favoritenstraße 266, 1100 Wien, christoph.stoik@fh-campuswien.at

Martina Jauschneg | Büro für Landschafts- und Freiraumplanung, Franz Josefs Kai 27, 1010 Wien, office@jauschneg.at

Fotos von AR-Anwendung, Screenshots



Quelle: ways2gether Projektteam, 2012

Christoph Stoik | FH Campus Wien, Favoritenstraße 266, 1100 Wien, christoph.stoik@fh-campuswien.at

Martina Jauschneg | Büro für Landschafts- und Freiraumplanung, Franz Josefs Kai 27, 1010 Wien, office@jauschneg.at

Evaluierung

- Qualitative und quantitative Methoden
- Kontrollgruppen-Zielgruppen-Design
- BegleiterIn und BeobachterIn

VARIABLE	FRAGE	ANTWORTFORMAT	ERHEBUNGS-METHODE	ZIEL-GRUPPE	STATISTISCHES VERFAHREN	RELEVANZ
AKTIVIERUNG						
Geplant_spontan	Nehmen Sie an dieser Begehung spontan oder geplant teil? (eA)	<ul style="list-style-type: none"> • zufällig, spontan vorbeigekommen • geplant zu kommen (nächste Frage) 	standardisierter Fragebogen	BegeherInnen		■■■
Medium, Bekanntheit der Veranstaltung	Wodurch wurden Sie auf diese Begehung aufmerksam gemacht? (mA) (Frage nur, wenn das Teilnehmen geplant war!!!)	<ul style="list-style-type: none"> • Flyer • Plakat • persönliche Ansprache durch GB • xxx • oder offene Kategorie 	standardisierter Fragebogen	BegeherInnen		■■■
Motiv	Was ist der Grund, dass Sie an dieser Begehung teilnehmen? (mA)	<ul style="list-style-type: none"> • persönliche Betroffenheit • Interesse an der Planung • Interesse an Augmented Reality Tool • xxx • oder offene Kategorie 	standardisierter Fragebogen	BegeherInnen		■■■
Interesse_Thema	Mich interessiert diese Thematik xxx (eA)	<ul style="list-style-type: none"> • 1= "interessiert mich sehr" bis • 5= "interessiert mich gar nicht" 	standardisierter Fragebogen	BegeherInnen		■■
Interesse_Umgebu	Mich interessiert, was in meiner	<ul style="list-style-type: none"> • 1= "interessiert mich sehr" bis 	standardisierter	BegeherInnen		



Quelle: ways2gether Projektteam, 2012

Ar-Anwendungen haben Potentiale im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit und PR-Arbeit.

- Image als innovative Technologie
- Aktivierung von Zielgruppen
- Realitätsnähere, vor-Ort-Vermittlung
- Breite Öffentlichkeits- und PR-Arbeit (gekoppelt mit Web 2.0)
- Aber: bildungsfernere Gruppen und Gruppen mit weniger Zugang zu neuen Technologien sind schwer erreichbar



AR-Anwendungen benötigen spezifische Settings, um Zielgruppen besser erreichen zu können.

- Ortsbezug/mobile Anwendung → NutzerInnen des öffentlichen Raumes werden erreicht
- Insbesondere bildungsfernere Gruppen, Menschen mit Migrationshintergrund
- Jugendliche
- Ältere Menschen
- Voraussetzung: klassische Methoden **und** AR **und** fachgerechte Begleiter_innen



AR-Anwendungen verändern die Auseinandersetzung der Zielgruppen mit dem Planungsprozess.

- Die geplante Veränderung wird realitätsnäher wahrgenommen, was dazu führt, dass **schneller über die Inhalte** der Veränderungen diskutiert werden kann.
- Das **Detail** einer Darstellung rückt ins Interesse und lenkt vom Inhalt ab.
- Die Beteiligten können sich mehr mit der Technologie auseinandersetzen, was **Aushandlungs- und Kollektivierungsprozesse erschweren** könnte.
- **Technologie-affine** Personen können sich stärker und besser einbringen als Menschen mit Skepsis zu neuen Technologien.



AR erreicht Zielgruppen mit wenig Zeit nur, wenn zusätzliche Methoden zum Bsp. web 2.0 eingesetzt werden.

- Online: Zeit- und Ortsunabhängig
- Kommentarfunktion
- Verknüpfung mit Web 2.0



Erweiterungsmöglichkeit: Kinderperspektive



Quelle: ways2gether Projektteam, 2012



Erweiterungsmöglichkeit: Kinderperspektive



Quelle: ways2gether Projektteam, 2012



Ausblick und Kontakt

- Einladung zu Testfällen im Juni 2012
- Kontakt Martina Jauschneg: 0650 811 48 94

