



universität  
wien

# MAGISTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Magisterarbeit / Title of the Master's Thesis

„Cleverer Gemeinde - Neue Medien in der Gemeindefarbeit“

Eine Analyse der Annahme bzw. Ablehnung von Social Media in der Gemeindefarbeit in Niederösterreich

verfasst von / submitted by

Alen Velagić, BA

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of  
Magister der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, 2016 / Vienna 2016

Studienkennzahl lt. Studienblatt /  
degree programme code as it appears on  
the student record sheet:

A 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt /  
degree programme as it appears on  
the student record sheet:

Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Betreut von / Supervisor:

Mag. DDr. Julia Wippersberg, Privatdoz.

Mitbetreut von / Co-Supervisor:



## Eidesstaatliche Erklärung

Ich erkläre hiermit an Eides Statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht.

Die Arbeit ist bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht worden

Pernitz/Wien, 22. Dezember 2016.

Alen Velagić



Für Mulija, Islam, Ishad und Emina.



## Inhaltsverzeichnis

Prolog: Think global, act local .....	1
Forschungsinteresse, Problemstellung, Ziele und Forschungsstand .....	3
Forschungsfragen und Hypothesen .....	8
Zur Methodenwahl .....	9
1. Konstitution und Veränderung von Räumen, Alltagspraktiken und Identitäten .....	19
1.1. Wahrnehmung und Konstitution von Raum .....	19
1.1.1. Raum bei Bernd Hamm.....	24
1.1.2. Raum bei Dieter Läßle .....	25
1.1.3. Raum bei Martina Löw .....	26
1.1.4. Raum bei Gabriele Sturm.....	27
1.2. Individualismus, Individualität und reflexive Modernisierung.....	28
1.2.1. Enttraditionalisierung neuer Traditionen wegen .....	35
1.2.2. Gewinner und Verlierer in postmodernen Gesellschaften .....	39
Fazit.....	44
2. Smarte Lebensräume – Modernisierung im digitalen Zeitalter.....	45
2.1. Ländlicher und städtischer Lebensraum.....	46
2.2. Das Land-Stadt-Gefälle in Österreich .....	51
2.3. Dorferneuerung, Smart City und Smart Village .....	52
2.4. Die NÖ Dorf- und Stadterneuerung .....	55
2.4.1. Aufgaben und Ziele der NÖ Dorf- und Stadterneuerung.....	56
2.4.2. Die Bedeutung der Bürgerbeteiligung für Gemeinden .....	60
2.5. Zur Aktualität der NÖ Dorf- und Stadterneuerung .....	63
Fazit.....	71
3. Internet, Social Media und Nutzungsverhalten .....	73
3.1. Kommunikationsprozesse und Kommunikationskanäle in computervermittelter Kommunikation .....	75
3.2. Virtuelle Räume, Gesellschaften, User .....	78
3.3. Selektion und Wahrnehmung von Medien, Kanälen und Inhalten .....	82
3.4. Wirkung von Medien, Kanälen und Inhalten auf Rezipienten.....	84
3.5. Viral Marketing und Influencer .....	86
3.6. Kommunikation mittels Social Media .....	89
3.6.1. Facebook und Facebook Messenger .....	93
3.6.2. Instagram.....	98
3.6.3. Twitter .....	100
3.6.4. WhatsApp.....	102
3.7. Kritik an computervermittelter Kommunikation .....	103
Fazit.....	105
4. Soziale Medien und die Gemeindekommunikation in Niederösterreich .....	107
4.1. Facebook Kommunikation der Gemeinden in Niederösterreich.....	108
4.2. Die Gemeinden des Piestingtals.....	115
4.2.1. Marktgemeinde Gutenstein .....	117

4.2.2.	Gemeinde Miesenbach .....	119
4.2.3.	Gemeinde Muggendorf .....	121
4.2.4.	Marktgemeinde Pernitz .....	122
4.2.5.	Marktgemeinde Markt Piesting.....	124
4.2.6.	Gemeinde Rohr im Gebirge .....	126
4.2.7.	Gemeinde Waidmannsfeld .....	129
4.2.8.	Marktgemeinde Waldegg .....	130
4.3.	Gemeinden und Social Media im Piestingtal .....	132
4.4.	Bevölkerung und Social Media im Piestingtal.....	138
	Fazit.....	145
5.	Die clevere Gemeinde .....	148
5.1.	Eine Handlungsempfehlung für den Umgang mit Social Media .....	149
	Literaturverzeichnis.....	153
	Onlinequellen .....	157
	Leitfadeninterviews.....	159
	E-Mail-Verkehr .....	159
	Abbildungsverzeichnis .....	161
	Tabellenverzeichnis.....	162
	Anhang .....	163
	Abstract – Deutsch .....	163
	Abstract – Englisch .....	164
	Transkription der Leitfadeninterviews .....	165
	Onlinebefragung: Social Media Nutzung im Piestingtal .....	179
	SPSS Abfrage: Onlinefragebogen.....	182
	Codebuch .....	187
	SPSS Abfrage: NÖ Gemeinden in Facebook.....	191

## Prolog: Think global, act local

Ich erinnere mich an eine Frage aus der Schulzeit, die kurz vor dem Millenniumswechsel von einer Lehrkraft gestellt worden ist. Es ging um den Millennium-Bug, einen Programmierfehler in der Computersoftware, womit einige Menschen die Sorge vor globalen Systemausfällen und Chaos gehabt haben. Wir haben den Millenniumswechsel fast zwei Jahrzehnt überlebt. Die Welt ist (noch) nicht untergegangen. Die Computer arbeiten. Was uns Menschen aber das beginnende 21. Jahrhundert gebracht hat, ist eine gesteigerte Form unserer (vernetzten) Lebensweise. Diese zeigt sich in einer gesteigerten Mobilität, die ermöglicht, dass die räumliche Distanz verkürzt wird.

In den 1960er Jahren entwickelt sich aus den US Universitäten eine neue Informationstechnologie heraus, die als internes Netzwerk den Forschenden zur Verfügung stand: das Internet. Den Grundstein dafür legte aber eine andere Institution. Der spanische Soziologe Manuel Castells (vgl. 2001: 5f) weist darauf hin, dass diese Technologie vom US Defense Department gefördert worden ist, mit dem Ziel, die eigenen Kommunikationssysteme besser zu schützen. Dies wohlgermerkt vor der Kulisse des Kalten Krieges, der in dieser Zeit seinen Anfang nahm. Castells argumentiert, dass das Zentrum dieser Entwicklung, Silicon Valley, nicht von einer politischen Kultur angetrieben worden ist, sondern von dem Erfindungsgeist und der »soziale[n] Wertschätzung für den Bruch mit festgefahrenen Verhaltensmustern [...]« (ebd. 5) in Gesellschaft und Wirtschaft. Mit der ansteigenden privaten Nutzung von Computern in den 1980er und der Ausbreitung des Internets in den 1990er, ist das Agieren auf globaler Ebene vorangetrieben worden. Die Digitalisierung ist in viele Gegenden der Welt eingeleitet und angenommen worden.

Die technologischen Errungenschaften in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts haben verschiedene Lebensbereiche verändert. Eine gleichzeitige Technisierung des Agrarsektors, führte zur Veränderung von Produktionsweisen. Neue Arbeitsverhältnisse folgten auf neue Arbeitsorte. Immer schneller werden Auflösungsprozesse bisheriger Lebensformen sichtbar. Der Begriff »Postmoderne« oder »Reflexive Moderne« wird zum neuen Beschreibungsmuster für diese Prozesse. Ihr wesentliches Merkmal heißt Individualisierung, die in Interdependenz zur gesellschaftlichen Multioptionalität (Wahl)Möglichkeit steht. Das Ergebnis sind neue Lebensformen, die einen Bruch mit bisherigen begehen (vgl. Beck/Beck-Gernsheim 1994: 13). Die Postmoderne ist also von neuen Lebensformen geprägt, die sich in neuen Ansprüchen und Bedürfnissen zeigen, denen aber auch neue Kontrollen und Zwänge zugrunde liegen. Diese Ver-

änderungen zeigen sich entsprechend in weiter ausdifferenzierten (Wahl)Möglichkeiten. In einem Aufsatz von Ulrich Beck und Elisabeth Beck-Gernsheim, in dem Individualisierung in modernen Gesellschaften thematisiert ist, wird auf den französischen Philosophen Jean-Paul Sartre verwiesen, der Individualisierung als einen paradoxen Zwang versteht, die eine Selbstgestaltung und Selbstinszenierung eigener Biographien fordert, und dies in Abstimmung mit Institutionen (Arbeitsmarkt, Bildungssysteme etc.). Das Individuum wird selbstständiger, kommt einem Unternehmer gleich, der das Risiko trägt, der in einem Wettbewerb zu anderen steht und sich beweisen muss (vgl. Beck/Beck-Gernsheim 1994: 14f). Diese Veränderung wird von Ulrich Beck (vgl. 1986) als Entgrenzung verstanden, ohne die jedoch individuelle Entwicklung nicht möglich ist. Damit will Beck eine Erklärung wissen, für menschliches Verlangen nach (Re)Produktion und den in diesem Prozess entstehenden Nebenfolgen (als Risiken), die sich in unserem täglichen Handeln wiederfinden. Diese Modernisierungsprozesse sind es, die Staaten, Städte, Gemeinden, Gesellschaften und all ihre anderen Institutionen vor neue Herausforderungen stellen, deren Bewältigung nicht immer sofort ersichtlich, akzeptabel und realisierbar ist. Denn es sind die mutierenden Identitäten, die mit vor kurzem gelebten Praktiken brechen bzw. in einen Konflikt geraten. Es ist das Unbekannte, das gefährlich erscheint und zugleich faszinierend wirkt. Die Individualisierung scheint eine neue Leere geschaffen zu haben, die ausgefüllt gehört, der es an Wegweisern fehlt, mit dem ein Nährboden für Ungewissheit, Angst und Unzufriedenheit gegeben ist. Auf der anderen Seite schicken Individualisierungsprozesse die Menschen auf eine fast unendliche Suche nach einem länger andauernden Zustand von Zufriedenheit, der sich Selbstverwirklichung nennt. Um diesen Zustand aber zu erreichen, kann es für viele Menschen bedeuten, weite Wege zu gehen, sich von bisherigen Lebensformen zu lösen, sich neue anzueignen bzw. sich in neuen zurechtzufinden. Was hier zum Vorschein kommt, ist das Überwinden von Grenzen, um innerhalb anderer, neuer Grenzen gegen das eigene Maximum erneut zu streben. Für die Menschen bedeutet diese Entwicklung, während die Einen auf der Suche nach besseren Lebensstandards sind und sich erwarten, diese wo anders zu finden, sind die Anderen um ihre Existenz besorgt. Auch hier ist die Tendenz gegeben, wo anders neu anzufangen oder am bisherigen Ort weiter zu machen. Die Ungewissheit, dass heutiges Wissen schon morgen veraltet sein kann, ist sicherlich nicht unbegründet. Weltweit finden sich Gesellschaften zunehmend im Spannungsfeld zwischen Moderne und Gegenmoderne wieder. Der Wunsch nach Veränderung wird von jenen kritisiert, die sich im bestehenden Ordnungssystem bereits zurechtgefunden haben. Niemand weiß, was morgen sein wird. Die heutige Position aufgeben heißt, sich in ein Abenteuer zu stürzen, dessen Ausgang ungewiss ist. Der Un-

terschied liegt heute in der Reichweite, wie viele Menschen am eigenen Leben teilnehmen können. Soziale Medien gehören für viele Menschen zum Alltag. Der Internetzugang hängt von einem Smartphone und einer Internetverbindung ab, ob der Zugang zur virtuellen Welt möglich ist oder nicht. Die sozialen Netzwerke sind von sozialen Medien virtuell nachgebildet worden. Gleichzeitig sind die Schranken gefallen, was und in welche Form mit anderen Usern geteilt wird. Die virtuelle Welt unterliegt dem Konkurrieren um Aufmerksamkeit. Soziales Kapital drückt sich nun ebenfalls in virtuellen Kontakten und der Anzahl ihrer Bestätigungen und Teilmungen aus. Die beschleunigte Kommunikation führt zu einem schnelleren Gedanken- und Meinungsprozess, womit Interessen, gesellschaftliche Anforderungen und Bedürfnisse schnelllebiger werden, andere dadurch ablösen und durch andere abgelöst werden.

#### Forschungsinteresse, Problemstellung, Ziele und Forschungsstand

Der Strukturwandel, den die digitale Revolution in den 1960er Jahren eingeläutet hat, hat zur Veränderung von Produktionsweisen und Lebensformen geführt. Die Folgen konnten in der Landwirtschaft und dem Bergbau beobachtet werden, die sich ebenfalls auf die Siedlungsstruktur und Geburtenrate in ländlichen Lebensräumen ausgewirkt haben. Die einsetzende Landflucht ist aber kein junges Phänomen, sondern ein fester Bestandteil der menschlichen Geschichte. Die Migrationsforschung nennt sowohl für Wegzug, Zuzug und Bleiben Faktoren, die Everett S. Lee (vgl. 1966) Erklärungsmodell als Push- und Pull-Faktoren benennt, die von einem wegdrückenden und einem anziehenden Pol ausgehen. Entscheidend dabei sind die Ansprüche, Bedürfnisse und Sorgen, die Menschen haben und die sie gelöst bzw. befriedigt sehen möchten. Dafür wird der Wegzug bzw. Umzug in Kauf genommen. Die Migrationsbewegungen, die lokal, regional, national und global stattfinden, verdeutlichen lediglich den Wettbewerb, der zwischen zwei oder mehr Lebensräumen gegeben ist. Der Ethnologe Rudolf K. Schipfer (vgl. 15-17) nennet dazu die unmittelbare Nähe zu Städten oder regionalen Zentren sowie eine gute Infrastruktur, die ausschlaggebend sein können, weshalb sich Menschen in Österreich für eine Gemeinde entscheiden. Natürlich ist auch immer ein Arbeitsplatz ein wichtiger Faktor, der in solche Überlegungen einbezogen werden muss. Um diese Standortfaktoren Menschen anbieten zu können, sind Investitionen, Veränderungen, Modernisierungen entscheidende Bedingung. Obwohl diese Bedingungen als Prozesse, Gemeinden zur Selbstorganisation und Selbstinszenierung zwingen, fehlt oft ein entscheidendes Instrumentarium: der Einsatz zeitgemäßer Kommunikationstechnologien, um die Bevölkerung zu informieren und zu motivieren, Veränderungen anzunehmen und an der Modernisierung aktiv teilzunehmen.

Die Überlegungen über den Wohnort sind nicht neu. Die Verschiebungen der Siedlungsstruktur bringen natürlich auf beiden Seiten, also für Land und Stadt, eine Menge an Herausforderungen mit sich. Am offensichtlichsten sind jene Folgen, die der Mensch am schmerzhaftesten erfährt, und diese werden oft nicht sofort sichtbar, sondern erst mit der Zeit. Als das Industriezeitalter eingeläutet wird, kommt es in der Folge ebenfalls zu Bevölkerungsbewegungen. Es kommt zu einem schnelleren Wachstum der Städte. Heute findet der Zuzug nicht nur in den Städten statt, sondern auch in den umliegenden Gemeinden, die den Speckgürtel der Städte bilden. Was aber hinter der Landflucht zurück bleibt, sind leerstehende Wohnungen und Geschäftslokale, steigende Kommunalkosten und eine teure öffentliche Infrastruktur. Wie ein umfallender Dominostein, werden Prozesse in Gang gesetzt, die andere Menschen betreffen, die sich selbst die Frage nach dem Bleiben oder Gehen stellen. Zudem fordert die gesteigerte Mobilität und der schnelle Informationsfluss von Menschen eine schnelle Entscheidungsfindung. Gleichzeitig verkürzt sich aber auch die Reflexionsmöglichkeit. Im Zeitalter der fortschreitenden Digitalisierung und der sichtbar werdenden vernetzten Weltgesellschaft, die neue Medien heute ermöglichen, ist das digitalisierte Wissen der Welt all jenen zugänglich, die über entsprechende Ein- und Ausgabegeräte sowie Dekodierungsschlüssel (Wissen, Sprache etc.) verfügen. Die Wissensgewinnung ist damit nicht mehr an einen bestimmten Ort und Alter gebunden, sondern passiert von Raum und Lebensalter entkoppelt. Die Orte physischer Begegnung, in denen Kommunikation stattfindet, können im digitalen Zeitalter umgangen werden bzw. büßen an Bedeutung ein. An ihre Stelle sind Facebook, Instagram, Twitter oder diverse Messenger Apps getreten, die verschiedene Interessensgruppen einbeziehen und die Möglichkeit des Gedanken- und Meinungs austausches ermöglichen. Innerhalb dieser findet sich eine Vielzahl an Kanälen, die zu verschiedenen Themen informieren, über die mit anderen Usern interagiert werden kann. Sie stellen den virtuellen Treff bereit, die Informationen filtern, sortieren und servieren. In diesen gilt es nun zu bestehen.

In Österreich findet sich dazu die Dorferneuerung, die auf lokaler Ebene zur Selbstorganisation und Selbstverantwortung erziehen soll. Sie dient den Gemeinden als Hilfestellung, um gemeinsam mit den Bürger und Bürgerinnen an aktuellen und künftigen Herausforderungen zu arbeiten. Die Dorferneuerung ist in Vereinen organisiert und kommt einer lokalen ›Denkfabrik‹, einem lokalen ›Modernisierungsmotor‹ gleich. Dennoch ist sie nicht in allen Gemeinden vorzufinden, und hängt zudem von Bundesland zu Bundesland ab, in welcher Intensität und mit welchem Erfolg sie betrieben wird. Die Dorferneuerung in Niederösterreich weist eine Vielzahl an ›jungen‹ Forschungsarbeiten auf, die der Geographie und Raumplanung zugeordnet werden. Damit sind jene Publikationen gemeint, die ab den 2000er Jahren an Österreichs Hochschulen

geschrieben und veröffentlicht worden sind. Daher liegt es nahe, diese Ergebnisse soweit wie mögliche aufzugreifen und für die vorliegende Magisterarbeit zugänglich zu machen.

### Zur Problemstellung

Die traditionellen Medien werden schrittweise abgelöst oder finden sich in mobilen Endgeräten wieder, die den aktuellen Grad menschlicher Mobilität definieren. Diese dienen aber zugleich als Ein- und Ausgabegeräte, indem eine andere Technologie, nämlich soziale Medien, Kommunikationskanäle stellen und innerhalb dieser Gedanken- und Meinungs austausch organisieren, strukturieren und servieren. Entsprechend haben soziale Medien traditionelle Medien aufgesaugt und traditionelle Kommunikationsräume in ihrer Bedeutung modifiziert. Dieser Entwicklung heißt es auf kommunaler Ebene entsprechend zu reagieren.

Heute erscheint es, dass die ganze Welt ›auf‹ Facebook ist. Es werden gewiss nicht alle sieben Milliarden Menschen in Facebook sitzen oder drauf liegen können, aber es haben in der Tat viele Menschen ein persönliches Facebook-Profil, kommentieren, teilen audiovisuelle Inhalte und schauen zu, was ihre Beziehungen erleben. Dabei ist Facebook nur eine von vielen Möglichkeiten zwischenmenschlicher Kommunikation im Internet. Im Oktober 2016 leisten den persönliche Facebook-Profilen in Österreich ebenfalls 134 niederösterreichische Gemeinden Gesellschaft. Diese Zahl geht aus einer Erhebung der Präsenz von 573 Gemeinden in Niederösterreich hervor, die über eine Facebook-Seite verfügen. Wird die Anzahl aktiver Seiten in diesem Zeitraum betrachtet, so bleiben 93 Gemeinden übrig, die auf eine Kommunikation zwischen kommunaler Verwaltung und Bevölkerung in Facebook setzen. Kommunale Verwaltungen, die in sozialen Medien absent sind, laufen dadurch Gefahr, selbst dann an Wettbewerbsfähigkeit einzubüßen, wenn sie die Modernisierung innerhalb der Gemeinde aktiv verfolgen. Das Potential von sozialen Medien zeigt bspw. die Webseite ›Social Media Radar Austria‹ ([www.socialmediaradar.at](http://www.socialmediaradar.at)) auf. Dieser Webseite weist im August 2016 insgesamt 3,7 Millionen persönliche Facebook-Profilen in Österreich auf (vgl. [socialmediaradar.at](http://socialmediaradar.at)). Fast die Hälfte der Bevölkerung in Österreich weist ein persönliches Facebook Profil auf.

### Ziele dieser Forschungsarbeit

Untersucht werden soll, was Gemeinden motiviert, einen Kanal in sozialen Medien zu betreiben, bzw. welche Gründe vorliegen, diese abzulehnen. Die Vor- und Nachteile von sozialen Medien sollen Gemeinden in Österreich dabei helfen, sich mit dieser Technologie auseinanderzusetzen und zu entscheiden, ob und wie sie diese in die Gemeindefarbeit implementieren. Die Handlungsempfehlungen werden im Sinne einer ›clevereren Gemeinde‹ positioniert, um den Gemeindeentwicklungsprozess zu unterstützen. Die gesellschaftlichen Entwicklungen, die unter

Postmoderne oder reflexive Moderne zusammengefasst werden, sollen verstehen helfen, wie wandelbar Individuen, Gesellschaft und Raum sind.

### Forschungsstand

Der Strukturwandel seit den 1960er ist in Folgen und Nebenfolgen global anzutreffen. Die eingesetzten Entwicklungen sind von Staaten und Gesellschaften unterschiedlich aufgenommen worden. In Österreich finden sich verschiedene Ansätze, die sich in Strategie und Erfolg von Bundesland zu Bundesland unterscheiden. Eine erste größere Veränderung ist in den 1960er Jahren sichtbar geworden, indem in Österreich eine Gemeindezusammenlegung erfolgte, um den bestehenden Siedlungsraum neu zu strukturieren und überlebensfähig zu gestalten. Diese Entscheidung lagen in der kommunalen Verwaltungs- und Wirtschaftskraftkraft begründet. In Niederösterreich ist die Zahl der Gemeinden von 1.652 im Jahr 1961 auf 573 bis ins Jahr 1973 reduziert worden. Die Bundesländer Burgenland, Kärnten, Steiermark und Tirol weisen ebenfalls diesen Prozess auf (vgl. Hutter 2003: 18). Dieser Prozess hat zu einem nachlassenden Engagement der Bürger und Bürgerinnen in den neu formierten Gemeinden geführt. Die Landesregierung reagierte auf die neu entstandene Situation mit der Dorferneuerung, die ab 1986 auf einer Bürgerbeteiligung zur Hilfe durch Selbsthilfe aufbaut (vgl. Reith et al 1988: 64). Neben den Gemeindezusammenlegungen und der Dorferneuerung finden sich weitere Initiativen und Maßnahmen, die Gemeinden zur Verfügung steht, um sie zu unterstützen: Familienfreundliche Gemeinde, Gesunde Gemeinden, Junges Wohnen etc. In ihrer Funktion sind diese Initiativen Modernisierungsprozesse, die den aktuellen Anforderungen und Bedürfnisse angepasst werden. Dabei steht auch die Idee einer (breiten) Bevölkerungsbeteiligung im Zeichen postmoderner Gesellschaften. Obwohl sich ein aktives Vereinsleben in Gemeinden als positiver Effekt auf das Bleiben in der Gemeinde auswirkt, wie Kröhnert et al. (vgl. 2011) in ihrer Studie über ›Die Zukunft der Dörfer‹ in Deutschland berichten, sind für Heinzlmaier und Ikrath neue Lebensformen durch Individualisierung und Spontaneität gekennzeichnet, die als entgegenwirkende Kräfte auftreten. Wobei hier nicht sofort darauf zurückgeschlossen werden darf, dass es sich um eine ›Ellenbogen Mentalität‹ handelt, sondern lediglich eine Ablehnung bisheriger Ordnungssysteme und ihrer Praktiken, um die eigene Individualität zu erhalten. Es kommt zu einer Verschiebung der Lebenserfahrungen, indem nicht mehr die zeitliche Abfolge der eigenen Eltern eingehalten wird, sondern zu einem späteren Zeitpunkt aufgegriffen werden kann (vgl. Heinzlmaier/Ikrath 2011: 4f).

Die Dorferneuerung in Niederösterreich ist mit den NÖ Dorf- und Stadterneuerungsvereinen vertreten, die überwiegend in Gemeinden anzutreffen sind, die von Bevölkerungsab-

nahme betroffen sind und deren Bevölkerungszahl unter 5.000 liegt. Die aktivsten Dorferneuerungsvereine sind in Gemeinden, in denen der primäre Wirtschaftssektor dominiert (vgl. Hutter 2012: 56f) sowie die Bevölkerungszahl zwischen 2.000 und 2.500 liegt. Diese Gemeinden weisen eine Projektbeteiligung von 80 Prozent auf (vgl. Hutter 2012: 47-51).

Im Fokus der Bevölkerungsbewegungen in ländlichen Gemeinden steht die Jugendabwanderung. Für die Entscheidung über Bleiben oder Gehen hat Michael May (2011) vier Jugendmilieus identifiziert, um Lebensweisen, Anforderungen und Bedürfnisse zu beschreiben: Subkulturelles Milieu, Institutionelle Integrierte, Milieu manieristischer Strömungen und das Gegenkulturelle Milieu. Während das Subkulturelle Milieu von Jugendlichen und jungen Erwachsenen geprägt ist, die einen Lehrberuf erlernt haben und bleiben wollen, zieht das Milieu manieristischer Strömungen und das Gegenkulturelle Milieu fort. Von den vier Milieus haben sich die Institutionell Integrierten, die in ländlichen Räumen in Österreich die Landjugend einbeziehen, aufgrund ihrer lokalen Netzwerke schnell zurechtgefunden und nehmen traditionelle Autoritätsfiguren an. Dieses Milieu ist am wenigsten vom Individualismus geprägt. Angehörige manieristischer Strömungen gehören zu bildungsfremden Schichten und grenzen sich durch die Inszenierung eines gehobenen Lebensstils zu den anderen drei Milieus ab. Um ihre Ansprüche und Bedürfnisse zu befriedigen, suchen sie die Nähe zu urbanen Räumen. Bei Mays Typisierung der Jugendmilieus spielen Bildung, Berufsvorstellung und Freizeitinteressen eine entscheidende Rolle. Eine konzentrierte Form der Abwanderungstendenz weist das Gegenkulturelle Milieu auf, das durch einen höheren Bildungsgrad, Individualismus und Selbstverwirklichung gekennzeichnet ist (vgl. May 2011; in: Maier et al. 2014: 16-20). Was hier vor allem auffällt, sind Wissenszugang und Modernisierungsgedanken in allen vier Milieus. Während die ›Gegenkulturellen‹ wegziehen, bleiben jene Menschen zurück, die über einen Lehrabschluss verfügen sowie jene, die sich in alten Ordnungsmustern zurechtgefunden haben, die auf diese angewiesen und entsprechend langsam an Modernisierung beteiligt sind.

Die lokalen Modernisierungsmaßnahmen liegen in der Verantwortung der lokalen Bevölkerung. Die lokalen Ressourcen (Humankapital) gilt es zu mobilisieren. Die Bürgerbeteiligung ist für die kommunale Verwaltung und die Dorf- und Stadterneuerungsvereine besonders wichtig. Ein Konzept für die Gestaltung der physischen, sozialen und kulturellen Umwelt liefert Nadja Nowotny mit der ›Äußeren und Inneren Dorferneuerung‹. Die ›Innere Dorferneuerung‹ ist eng an die Bürgerbeteiligung gebunden, in der die Informationsvermittlung ein zentrales Anliegen ist, womit eine Offenheit und Toleranz gegenüber Mitmenschen erreicht werden soll (vgl. Nowotny 1992: 169). Nach Peter Weichhart soll die ›Innere Dorferneuerung‹ Schritte und Strukturen ermöglichen, die zu Interaktionsprozessen führen sollen. Dabei geht es um eine

emanzipatorische Ausrichtung, mit dem Selbstbestimmung einhergeht, die sich in einer Bürgerbeteiligung zeigt (vgl. Weichhart 1997: 11). Für Martin Hesik ist die NÖ Dorf- und Stadterneuerung in einem Beteiligungsmodell organisiert, um Dialog und Vermittlung, Prozeduralisierung, offene Prozesse und Handlungs- und Projektorientierung zu ermöglichen. Die lokale Bevölkerung tritt als Akteur auf, womit sich die Sender-Empfänger-Rolle zwischen Administration und Bevölkerung verändert. Der kommunikative Aspekt dient der Problemwahrnehmung und Einbeziehung verschiedener Sichtweisen, um an Aufgabenstellungen effizienter zu arbeiten (vgl. Hesik 2002: 47f). Damit findet eine Anlehnung an Nowotnys Forderung nach einer Offenheit und Toleranz gegenüber Mitmenschen statt, die sich in einem offenen Zugang zur Beteiligung an Projekten bemerkbar machen soll. Eine Einbindung von sozialen Medien als zeitgemäße Informations- und Kommunikationstechnologien, wie von Nowotny in den 1990er Jahren mit der ›Innere Dorferneuerung‹ gefordert, sind bisher nicht wissenschaftlich thematisiert worden, wenn es um die Bürgerbeteiligung und Modernisierungsprozesse auf kommunaler Ebene geht. Eine inhaltsanalytische Untersuchung der Selbstinszenierung von NÖ Dorf- und Stadterneuerungsvereine mittels Vereinswebseite hat Valentin Kraus in seiner Untersuchung zur Zufriedenheit der Dorferneuerung und dem Aktivierungsgrad der Bürgerbeteiligung im Jahr 2011 durchgeführt. Jedoch beziehen sich seine Untersuchungen auf 28 Dorferneuerungsvereine, von denen neun eine Webseite aufweisen (vgl. Kraus 2011: 121f). Die Auswahl der Vereine bezieht sich zudem auf den Wiedereinstig oder die erstmalige Teilnahme an dieser Initiative im Zeitraum 2008 bis 2009, womit lediglich ein kleiner Ausschnitt an Vereinen untersucht worden ist, die in Niederösterreich an der NÖ Dorf- und Stadterneuerung teilnehmen. Über die Gründe einer persönlichen Akzeptanz bzw. Ablehnung von Innovationen, zu denen Facebook gehört, hat sich Veronika Karnowski im Rahmen der Diffusionstheorie u.a. von Everett M. Rogers (1958; 1962) auseinandergesetzt. Die Annahme von Facebook in der Bevölkerung basiert für Karnowski auf Vorerfahrungen, der Aufgeschlossenheit gegenüber Innovationen, einer persönlichen Auseinandersetzung, dem Wissensstand und dem Erkennen von Vorteilen (vgl. Karnowski 2011: 13f; 20-22). Die Ablehnung von sozialen Medien lässt sich dementsprechend ableiten und argumentieren.

### Forschungsfragen und Hypothesen

Eine wissenschaftliche Untersuchung der Implementierung von sozialen Medien in die Gemeindeförderung oder die Dorferneuerungsvereine in Niederösterreich oder Österreich hat bisher nicht stattgefunden. Diese Forschungslücke wird anhand der vorliegenden Forschungsarbeit aufgegriffen:

1. Forschungsfrage: Wie sieht das Verhältnis zwischen Gemeindegröße in Niederösterreich und den Projekt-Schwerpunkt der ansässigen Vereine der NÖ Dorf- und Stadterneuerung aus?

Hypothese: Je kleiner eine Gemeinde ist, desto mehr werden soziale Dorferneuerungsprojekte von den Vereinen der NÖ Dorf- und Stadterneuerung realisiert.

2. Forschungsfrage: Wie sieht das Verhältnis zwischen Bevölkerungsabwanderung in einer niederösterreichischen Gemeinde und den Projekten der ansässigen Vereine der NÖ Dorf- und Stadterneuerung aus?

Hypothese: Je mehr eine Gemeinde von Bevölkerungsabwanderung betroffen ist, desto mehr werden soziale Dorferneuerungsprojekte von den Vereinen der NÖ Dorf- und Stadterneuerung realisiert.

3. Forschungsfrage: Wie verwenden NÖ Gemeinden Facebook-Seiten?

Hypothese: Wenn eine NÖ Gemeinde eine aktive Facebook-Seite aufweist, dann dient sie der allgemeinen Informierung über die Gemeindegarbeit.

4. Forschungsfrage: Welche Gründe liegen vor, dass nur zwei von acht Gemeinden des Piestingtals mindestens einen Kanal in sozialen Medien aktiv betreiben?

Hypothese: Wenn Bürgermeister oder Bürgermeisterinnen neue, innovative Kommunikationskanäle und Kommunikationsräume wie soziale Medien mit Vorurteilen begegnen, dann findet keine Umsetzung selbiger statt.

5. Forschungsfrage: Was erwarten sich die Bürgermeister des Piestingtals von einer aktiven Präsenz in sozialen Medien?

Hypothese: Je mehr eine Gemeinde von sozioökonomischen Probleme betroffen ist, desto mehr wird auf die Vorteile einer aktiven Präsenz in sozialen Medien gesetzt.

6. Forschungsfrage: Was erwarten sich Social Media Nutzer der acht Gemeinden des Piestingtals von einer aktiven Präsenz ihrer Gemeinde in sozialen Medien?

Hypothese: Wenn Social Media Nutzer dem eigenen Gemeindekanal folgen, dann erwarten sie einen Dialog mit der Gemeinde.

## Zur Methodenwahl

Um eine Antwort auf die Forschungsfragen zu geben und den gesetzten Zielen gerecht zu werden, basiert die vorliegende Forschungsarbeit auf einem qualitativen und einem quantitativen Teil. Der hier zum Einsatz kommende Methodenmix setzt sich aus Sekundäranalyse, quantita-

tiver Inhaltsanalyse, teilstandardisierten Leitfadeninterviews sowie Onlinefragebogen zusammen. Die teilstandardisierten Leitfadeninterviews, werden mit qualitativer Inhaltsanalyse und der Deutungsmusteranalyse ausgewertet.

Die Sekundäranalyse dient der Vertiefung und Zusammenfassung des aktuellen Forschungsstandes zu den Themen Postmoderne, Strukturwandel und postmoderne Lebensformen, Entwicklungsprozesse und -konzepte ländlichen Lebensraums in Niederösterreich. Die Sekundäranalyse gehört zu den gängigen Methoden in den Sozialwissenschaften, die bereits bei der Literatursichtung zur Anwendung kommt und die Forschungsarbeit begleitet. Aufgrund des vielschichtigen und komplexen Untersuchungsgegenstandes sowie thematischer Breite, werden drei weitere Methoden angewendet, um sich der Aufgabenstellung aus verschiedenen Perspektiven zu nähern.

Die quantitative Inhaltsanalyse dient der Untersuchung der niederösterreichischen Gemeindeseiten in Facebook. Diese Methode kann zur Analyse von schriftlichem Material, Text, Fotografie und Abbildungen, Sendungsinhalten, Werbebotschaften aus Presse und Internet, Content (Inhalt) von Onlinemedien etc. verwendet werden (vgl. Springer et al. 2014: 567). Der Analyse werden die Veröffentlichungen der offiziellen Facebook-Seiten der Gemeinden in Niederösterreich unterzogen. Eine Facebook-Seite gilt als ›offiziell‹, wenn sie den Gemeindennamen im Seitennamen aufweist, in der Rubrik ›Info‹ darauf hingewiesen wird, dass es der offizielle Gemeindekanal ist, die Webseite der Gemeinde oder eine offizielle E-Mail der Gemeinde führt (Abb. 1.). Facebook-Seiten, die auf einen rein touristischen Zweck (Stadtmarketing, Kulturreferat etc.) oder die Initiative Gesunde Gemeinde etc. verweisen, gelten nicht als offizielle Facebook-Seiten der Gemeinde.

Der Untersuchungszeitraum ist vom 1. Oktober bis 31. Oktober 2016 festgelegt. Die Wahl auf den Monat Oktober ist aufgrund zweier Kriterien gefallen. Erstens beginnt das Schuljahr in Niederösterreich im September, womit die Urlaubszeit endet und der Alltag wieder einkehrt. Dies wirkt sich u.a. entsprechend auf lokale Veranstaltungsplanung aus. Zweitens ist mit dem 26. Oktober (Nationalfeiertag) ein Termin gegeben, der gratuliert werden kann und zudem Veranstaltungen mit sich bringt, über die informiert wird. Eine Bestandsaufnahme der Gemeindepräsenz in Facebook erfolgt nach dem



Abb. 1. Beispiel für offizielle Facebook-Seite einer Gemeinde (Quelle: Screenshot).

31. Oktober 2016, um ebenfalls jene Facebook-Seiten zu erfassen, die im Untersuchungszeitraum entstehen und somit einbezogen werden können. Insgesamt weisen 134 Gemeinden in Niederösterreich eine Facebook-Seite auf, wovon 93 im Untersuchungszeitraum Inhalte veröffentlicht haben. Die Grundgesamtheit aller Veröffentlichungen im Untersuchungszeitraum beträgt 1.168. Es ist eine Vollerhebung vorgenommen worden.

Die Veröffentlichungen sind nach inhaltlichen Codiereinheiten (Kategorien) Gemeinde, Thema, Einbindung und Art der Einbindung codiert. Die formalen Codiereinheiten beinhalten die Nummerierung der Facebook-Veröffentlichung, Datum, Uhrzeit, Anzahl an Gefällt mir-Angaben, Anzahl an Teilungen, Anzahl an Kommentaren und den Link zur Veröffentlichung. Die thematischen Ausprägungen beinhalten bspw. die Bewerbung und Nachberichterstattung von Veranstaltungen von Gemeinde und lokalen Vereinen sowie in der Nachbargemeinde, allgemeine Informationen über die Gemeindefarbeit, Neuigkeiten (News) aus der Gemeinde, Jobangebote, Gewinnspiele, lokale und allgemeine Politik etc. Aufgrund der Vielfalt an möglichen Themen, die veröffentlicht werden können, dient, wie Springer et al. (vgl. 2014: 572) vorschlagen, ein Pretest der Eingrenzung möglicher Ausprägungen der Kategorien ›Thema‹ und ›Art der Einbindung‹. Damit ergibt sich ebenfalls die Möglichkeit zu prüfen, ob sich die Ausprägungen wechselseitig ausschließen, um inhaltliche Überschneidungen zu verhindern. Der Pretest ist am 1. November 2016 mit den Facebook-Seiten der Gemeinden Schwechat, Langenlois, Fischamend, Melk und Gaming durchgeführt worden. Die Auswahl dieser fünf Seiten erfolgte nach der Anzahl an Fans per 1. November 2016. Das Codebuch befindet sich im Anhang.

Der teilstandardisierte Interviewleitfaden ist als qualitatives Face-to-face-Erhebungsinstrument, wie Springer et al. (vgl. ebd. 541) und Witzel (vgl. 1985: 227) anführen, für die Aufdeckung und Entdeckung (Exploration) komplexer Zusammenhänge vorteilhaft, da eine flexible und situationsadäquate Reaktion seitens Forschenden möglich ist. Damit wird der Forschungsprozess freilich offener und für andere Informationen zugänglicher, die bei standardisierten Verfahren wegfallen können, da die Methodenwahl bereits einschränkend wirkt. Springer et al. (vgl. 2014: 555f) verweisen zudem auf den Vorteil der Ähnlichkeit einer alltäglichen Gesprächssituation, die im flexiblen Frage-Antwort-Schema enthalten ist, weshalb eine höhere Aussagekräftigkeit in Einstellung und Meinung möglich wird. Für die interviewte Person bietet sich zudem die Möglichkeit, falls eine Frage Verständnisprobleme aufweist, die interviewende Person direkt zu fragen. Zudem schlagen Springer et al. (vgl. ebd. 543) und Witzel (vgl. 1985: 228) vor, dass entsprechend der Flexibilität des Erhebungsinstruments Hypothesen, wie es bei quantitativen Verfahren gehandhabt wird, bei diesem Verfahren zur Verzerrung der Ergebnisse

führen können, da Forschende entlang dieser die Fragen in den Interviews formulieren, weshalb auf sie verzichtet werden sollte. Das Verzichten auf Hypothesen ermöglicht demnach Variablen benennen zu können, die überprüft werden sollen. In der vorliegenden Forschungsarbeit werden allerdings Hypothesen für alle Forschungsfragen aufgestellt. Diese Entscheidung gründet darauf, dass die Hypothesen bei qualitativem Erhebungsverfahren, wie es ein teilstandardisiertes Leitfadenterview ist, als eine Orientierungshilfe gesehen werden, jedoch mit der Anzahl an Antworten, die Indikatoren der Variablen um diese entsprechend erweitert werden.

Das teilstandardisierte Leitfadenterview dient der Befragung von den acht Bürgermeistern im Piestingtal. Dabei werden ebenfalls allgemeine Informationen zur Gemeinde erhoben, wie bspw. die zivilgesellschaftliche und wirtschaftliche Lage vor Ort aussieht. Die Problemzentrierung liegt auf der Akzeptanz (Implementierung) oder Ablehnung von sozialen Medien in der kommunalen Verwaltung. Die acht Bürgermeister im Piestingtal sind die Experten ihrer Gemeinden. Bei ihnen laufen Information und Entscheidung zusammen, warum ihre Erfahrungen helfen können, um Ursachen, Wirkungen und Bedingungen in einer Gemeinde besser verstehen zu können. Indem die befragten Personen in ihren Antworten beschreiben, deuten sie (vgl. Wiedemann 1985: 215) lokale, regionale oder globale Prozesse. Daher sind, wie Witzel (1985: 230) anmerkt, »die objektiven Rahmenbedingungen zu untersuchen, von denen die betroffenen Individuen abhängig sind, die sie in ihrem Handeln berücksichtigen und für ihre Absichten interpretieren müssen.«

Durch die Nachfrageoption wird situationsadäquat ermöglicht, detaillierte Antworten auf die Hauptfragen zu erhalten. Damit gibt sich Forschenden die Möglichkeit, »den interessierenden Gegenstandsbereich in seiner Vollständigkeit abzutasten und kürzelhafte, stereotype oder widersprüchliche Explikationen des Interviewten zu entdecken und durch Nachfragen weiter zu explorieren« (ebd. 235). Die Auswertung der gewonnenen Aussagen aus den Interviews, erfolgen mittels qualitativer Inhaltsanalyse und Deutungsmusteranalyse. Dies erfolgt durch die drei Grundformen des Interpretierens, wie Philipp Mayring vorschlägt (vgl. 1983; in: Mayring 1985: 193f): (1) Zusammenfassung der wesentlichen Inhalte, (2) Explikation zusätzlichen Materials zu einzelnen fraglichen Textteilen und (3) Strukturierung des Materials.

Die Reihenfolge der Interviews erfolgt nach drei formalen Kriterien: (1) nach dem höchsten abgeschlossenen Bildungsabschluss der acht Bürgermeister (Dr., Mag., Ing. ... Reihung absteigend), (2) ob die Gemeinde bereits über mindestens einen aktiven Kanal in sozialen Medien verfügt (Facebook, Twitter und Instagram; Reihung nach Anzahl absteigend), (3) nach der Bevölkerungszahl (Reihung absteigend). Entsprechend der Daten, die sich in den Webseiten der

acht Gemeinden, der Niederösterreichischen Landesregierung (Bevölkerungsgröße) und in Facebook, Twitter und Instagram finden lassen, erfolgt die Reihung in Tabelle 1.

Da es sich um acht Interviews handelt, wird auf einen Pretest verzichtet. Stattdessen dienen die Auswertungen der ersten drei Interviews, die nach der Durchführung stattfinden, einer entsprechenden Optimierung der Fragen für das darauffolgende Interview. Nach den Interviews 2 und 3 erfolgte eine weitere, finale Prüfung der Fragen. Des Weiteren ist auf die gängigen Instrumente des Interviewverfahrens zurückgegriffen worden, das aus Kurzfragebogen und Leitfaden, Aufzeichnungsgerät (in diesem Fall ein Smartphone) und dem Postskriptum besteht. Kurzfragebogen und Leitfaden sowie Postskriptum befinden sich im Anhang.

Gemeinde	Bürgermeister	Aktiver Kanal in sozialen Medien	Bevölkerung 2015
Waidmannsfeld	Mag. Andreas Knabel		1 545
Gutenstein	Michael Kreuzer	Facebook-Seite	1 282
Rohr im Gebirge	Christian Wagner	Facebook-Seite	478
Markt Piesting	Roland Braimeier		2 988
Pernitz	Hubert Postiasi		2 481
Waldegg	Michael Zehetner		2 010
Miesenbach	Wolfgang Stückler		705
Muggendorf	Gottfried Brandstetter		510
Gesamtbevölkerung			11 999

Tab. 1. Reihenfolge der Leitfadeninterviews mit den acht Bürgermeistern im Piestingtal.

Der standardisierte Onlinefragebogen ist eine reaktive (asynchrone) Form der Datenerhebung und dient der Erhebung von Social Media Nutzungsverhalten der Bevölkerung in den acht Gemeinden des Piestingtals sowie deren Erwartungen an die Social-Media-Kanäle ihrer Gemeinde. Die Online-Befragung ist vor allem wegen der vielen Vorteile, die dieses Erhebungsinstrument mit sich bringt, relevant. Martin Welker und Uwe Matzat nennen bspw. die schnelle, kostengünstige Durchführung und schnelle Auswertung gegenüber einem traditionellen Fragebogen. Aufgrund der Unabhängigkeit von Raum ist die Online-Befragung eine sehr flexible Methode, um Zielgruppen zu erreichen. Gleichzeitig finden sich aber auch Nachteile, die die Repräsentativität onlinebasierter Befragungen betreffen. Gründe liegen u.a. in der Erreichbarkeit der Zielgruppe, aber auch allgemein ist ein Internetzugang erforderlich. Zudem sind Rekrutierung der teilnehmenden Personen und Rücklaufquote, die Qualität der Antworten und entsprechend Glaubwürdigkeit zu nennen, die zu bedenken sind (vgl. Welker/Matzat 2009: 35f). Zudem ist die Identität der Befragten bei Online-Befragungen unbekannt ist bzw. kann nicht (immer) verifiziert werden (vgl. Thielsch/Weltzin 2009: 76). Doch fordern Zerback et al. (2009), diese Schwierigkeiten als Herausforderung zu sehen und »nach den Regeln der Kunst« (Zerback et al. 2009: 23) zu umgehen.

Die acht Gemeinden des Piestingtals haben eine Gesamtbevölkerung von rund 12.000. Zwei Gemeinden haben einen aktiven Kanal in Facebook. Jede Gemeinde verfügt über eine laufend aktualisierte Webseite. In den Gemeinden haben Privatunternehmen und Vereine bereits aktive Kanäle in Facebook. Wie hoch die tatsächliche Zahl der Personen aus diesen acht Gemeinden ist, die mindestens über ein persönliches Facebook-Profil verfügen, ist unbekannt. Auch kann dazu keine Aussage getroffen werden, indem die Fanzahlen Facebook-Seiten, Gruppen und Profile der Privatunternehmen, Vereine oder privater Initiativen hergenommen werden, da nicht ausgeschlossen ist, dass ›alle‹ Fans, Freunde, Gruppenmitglieder in diesen acht Gemeinden wohnhaft sind. Um Antworten zu extrahieren, die von Teilnehmenden aus anderen Gemeinden etc. kommen, wird in der Online-Befragung standesgemäß der aktuelle Wohnort abgefragt (Abb. 2.). Diese Strukturierung des Fragebogens ermöglicht eine Trennung der Teilnehmenden bereits mit der ersten Frage. Die Fragen 8 bis 11 beziehen sich daher explizit auf die Zielgruppe.

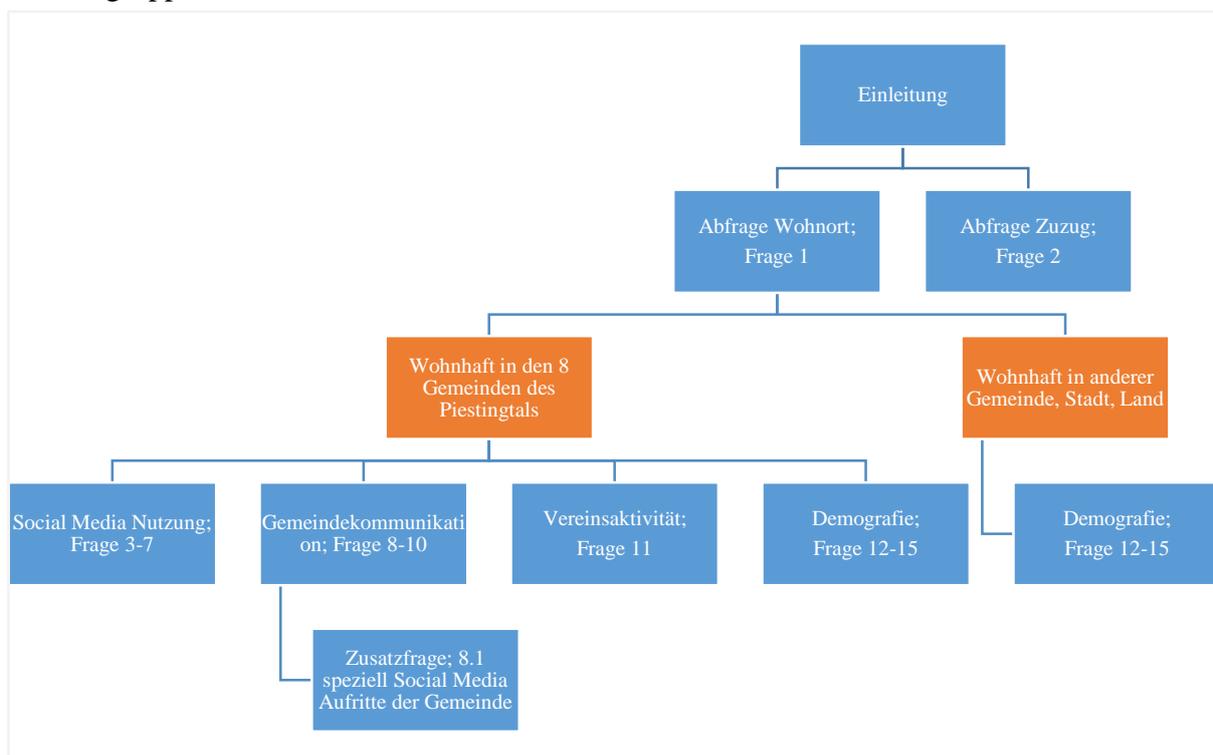


Abb. 2. Übersicht Aufbau Onlinefragebogen.

Ebenfalls ist eine Schwierigkeit mit der gleichzeitigen Präsenz in mehreren Kanälen gegeben, die eine Eingrenzung der potenziellen Zahl an Respondenten unmöglich gestaltet. Aus diesem

Grund ist die Grundgesamtheit der Zielgruppe die jeweilige Bevölkerungsgröße der Gemeinden; und dient als Orientierungshilfe. Die erforderlichen Stichprobengrößen sind mit der Formel  $n = \frac{N}{1+Ne^2}$  berechnet worden (Tab. 2.).

Gemeinde	Bevölkerungsgröße <i>N</i> (2015)	Stichprobengröße <i>n</i> (gerundet)	Abgeschlossene Teilnahmen	Rücklaufquote	Abgebrochene Teilnahmen
Gutenstein	1 282	93	46	49,6%	2
Markt Piesting	2 988	97	52	53,7%	4
Miesenbach	705	88	22	25,1%	-
Muggendorf	510	84	28	33,5%	5
Pernitz	2 481	96	111	115,5%	5
Rohr im Gebirge	478	83	13	15,7%	1
Waidmannsfeld	1 545	94	57	60,7%	5
Waldegg	2 010	95	50	52,5%	3
		729	379		25

Fehlerbereich  $e = 0,1$

Tab. 2. Stichprobengröße und Rücklaufquote der Online-Befragung nach Gemeinde.

Der Zugang zu der Zielgruppe erfolgt über die lokalen Entitäten und ihre Kanäle in Facebook. Diese Strategie setzt bei der Netzwerktheorie an, indem lokale Entitäten (Gemeindeverwaltung, Musikvereine, Freiwillige Feuerwehr, Landjugend, Dorferneuerung, Sport- und Kulturvereine etc. sowie die Obfrauen und Obmänner) Akteure sind (vgl. Castells 2001: 468), die über einen aktiven Kanal in Facebook (Seiten, Gruppe, Profil) verfügen und als Zugangspunkte für die Verbreitung des Onlinefragebogens dienen. Diese lokalen Akteure verfügen bereits über eine aktive Infrastruktur in Facebook, die die Zielgruppe konzentriert und bereits eine Beziehung besteht. Diese Rekrutierungsstrategie ist nach Thielsch und Weltzin (vgl. 2009: 74f) eine passive. Die Auswahl der Zugangspunkte entsprechend der Netzwerktheorie erfolgt entlang lokaler Entitäten und ihren Kanälen in Facebook. Über diese werden die Fans, Freunde und Gruppenmitglieder aufgefordert, an der Online-Befragung teilzunehmen sowie diese zu teilen. Bedingung ist, dass klar ersichtlich ist, dass eine Seite, Gruppe oder Profil als offizieller Kanal der lokalen Akteure ausgewiesen ist. Diese Information steht i.d.R. unter ›Beschreibung‹ oder ›Info‹ des jeweiligen Kanals. Sofern dies nicht ersichtlich ist, wird bei den Administratoren angefragt, um Gewissheit zu haben. Wesentlich dabei ist, dass der jeweilige Kanal auch aktiv mit Inhalt von den Administratoren bespielt wird. Bei Facebook-Gruppen werden ebenfalls Inhalte der User gewertet, die nicht Administratoren sind. Als aktiver Kanal gilt, wenn zwischen 21. Juli und 18. September 2016 mindestens eine Veröffentlichung stattgefunden hat. Die Abfrage der lokalen Entitäten mit einem aktiven Kanal in Facebook hat, dass 30 potentielle Zugangspunkte zur Gesellschaft in den acht Gemeinden vorhanden sind. Von diesen haben sich

acht bereiterklärt, den Link zum Onlinefragebogen über den jeweiligen Kanal zu verbreiten (Tab. 3.). Fünf Obfrauen und Obmänner von Vereinen haben den Link zum Onlinefragebogen über ihr persönliches Profil geteilt. Der Verein Jugend Miesenbach hat seine Mitglieder über eine WhatsApp-Gruppe informiert. Die Bitte, den Link ebenfalls über die Facebook-Seite zu teilen, ist nicht Folge geleistet worden. Die übrigen 17 lokalen Entitäten haben entweder nicht auf die Kontaktversuche reagiert oder direkt abgelehnt, den Link zu teilen. Die Begründungen sind auf fehlende Zeit (!), kein Interesse oder eine themenspezifische Orientierung der Inhalte bezogen, die in dem jeweiligen Kanal veröffentlicht werden.

Lokale Entität	Facebook Produkt	Gemeinde	Fans (18.09.2016)	Veröffentlichungen 21.07.-18.09.2016
Leben in Pernitz	Gruppe	Pernitz	369	100
SC Ortman	Seite	Pernitz	1 077	65
Marktgemeinde Gutenstein	Seite	Gutenstein	623	49
Sportclub Piesting	Seite	Markt Piesting	416	42
Freiwillige Feuerwehr Ober-Piesting	Seite	Waldegg	278	12
Dorfemeuerungsverein Waldegg	Seite	Waldegg	594	11
Freiwillige Feuerwehr Gutenstein	Seite	Gutenstein	561	7
Gemeinde Rohr im Gebirge	Seite	Rohr im Gebirge	113	6
Freiwillige Feuerwehr Waidmannsfeld-Miesenbach	Seite	Waidmannsfeld-Miesenbach	237	6
Freiwillige Feuerwehr Wopfing	Seite	Waldegg	185	6
Musikverein Markt Piesting	Seite	Markt Piesting	349	4
Dorfemeuerungsverien Markt Piesting	Seite	Markt Piesting	170	3
Feuerwehr Markt Piesting	Seite	Markt Piesting	708	3
Tischminigolfclub Pernitz-Neusiedl	Seite	Waidmannsfeld	56	3
Musikkapelle Waidmannsfeld	Seite	Waidmannsfeld	223	3
Gemischter Chor Pernitz	Seite	Pernitz	143	2
Bergrettung Pernitz	Seite	Pernitz	817	2
Musikverein Markt Piesting	Gruppe	Markt Piesting	170	1
Trachtenkapelle Miesenbach	Seite	Miesenbach	581	1
Jugend Miesenbach	Seite	Miesenbach	345	1
Feuerwehr Muggendorf	Seite	Muggendorf	416	1
Musikkapelle Pernitz	Seite	Pernitz	846	1
Cocon Snowboardclub	Profil	Pernitz	1 980	1
OttFons Bierverein	Seite	Pernitz	125	1
Schi- und Sportclub Rohr im Gebirge	Seite	Rohr im Gebirge	133	1
Freiwillige Feuerwehr Rohr im Gebirge	Seite	Rohr im Gebirge	573	1
Musikkapelle Waidmannsfeld	Gruppe	Waidmannsfeld	132	1
WSV ASTA Oed/Waldegg	Gruppe	Waldegg	534	1
Freuwillige Feuerwehr Neusiedl	Seite	Waidmannsfeld	233	1

Onlinefragebogen ist verbreitet worden	
Onlinefragebogen durch Vorstand, Mitglied etc. verbreitet worden	

Tab. 3. Reihung lokaler Entitäten nach Anzahl der Veröffentlichungen per 18.09.2016.

Ein weiterer Zugang ist mit dem sozialen Medium Instagram verwendet worden. Dazu ist für diesen Zweck das Instagram-Profil @piestingtalcc vorbereitet worden, mit dem ein Link in der Profil-Beschreibung zur Teilnahme an der Umfrage befähigt. In der Profil-Beschreibung wird

auf den Zweck und den Administrator/Betreiber dieses Profils hingewiesen, um eine Irreführung zu vermeiden. Die Schwierigkeit bei Instagram liegt in der eingeschränkten Verwendung von Links. Instagram bietet keine Möglichkeit, dass Links in Kommentaren geöffnet werden können. Denn nur ein Link kann in Instagram-Profilen abgerufen werden, nämlich der in der Profil Beschreibung. Das Instagram-Profil @piestingtalcc ist im Frühjahr 2016 angelegt worden. Im Zuge der Recherchen vor Ort ist ebenfalls Bildmaterial entstanden, das in diesem Profil veröffentlicht worden ist. Es dient als Alternative zu den lokalen Entitäten in Facebook, da der Link lediglich in der Profil-Beschreibung angeführt gewesen ist. Die Bilder, die im Oktober so veröffentlicht worden sind, enthielten einen Hinweis zum Link in der Profil-Beschreibung, um an der Onlinebefragung teilzunehmen. Die Anzahl an Abonnenten, die seit der Profilerstellung zu verzeichnen sind, spiegeln sich nicht in den Ergebnissen der Onlinebefragung wider, da diese aus verschiedenen anderen Gegenden in Österreich und der Welt kommen. Eine Selektion der Bevölkerung ist mit dem Onlinefragebogen durchgeführt worden, wie in Abbildung 2. (S. 14). skizziert ist.

Der Onlinefragebogen ist mit dem Open Source Umfragetool [umfrageonline.com](http://umfrageonline.com) erstellt worden. Der Onlinefragebogen war ab 3. Oktober 2016 für 30 Tage online. Um den Teilnahmeabbrüchen entgegenzuwirken, wie Bauer und Florian (vgl. 2009: 120-122) vorschlagen, sind die Ziele transparent in der Einleitung angegeben und eine Garantie für die Anonymität der Auswertung gegeben worden. Die Befragungsdauer überschreitet, wie Bosnjak und Batinic (vgl. 2002; in Bauer/Florian 2009: 124) vorschlagen, die Obergrenze von 10 bis 15 Minuten nicht. Zudem ist, wie Thielsch und Weltzin (vgl. Thielsch/Weltzin 2009: 77) vorschlagen, die Teilnahmen der ersten sieben Tage beobachtet worden, bei welchen Fragen wie viele Abbrüche erfolgen. Dadurch können ggf. Rückschlüsse geschlossen werden, ob es eine inhaltliche Bedingung für die Abbruchursache gibt. Dagegen ist ein Abbruch auf der Startseite weniger problematisch (vgl. ebd. 77), da hier ein allgemeines Desinteresse gegeben sein kann. Aufgrund mehrere Abbrüche bei der Frage 3, wie oft vorgegebene soziale Medien in der Woche abgerufen werden, ist die Option ›Pflichtantwort‹ für diese Frage weggefallen. Der Onlinefragebogen befindet sich im Anhang.

Den lokalen Entitäten sind Tage und Tageszeiten vorgeschlagen worden, wann der Link zum Onlinefragebogen verbreitet werden soll. Die Vorschläge basieren auf den Ergebnissen einer Studie von Paul Eiselsberg (vgl. 2016: 13). Eiselsbergs Ergebnisse beziehen sich auf eine Erhebung des Nutzungsverhaltens von 1.006 Menschen in Österreich zwischen Juli und August 2015 (Tab. 4., S. 18).

Wochentag	%	Tageszeit	%
Montag	8	In der Früh (bis 10:00)	7
Dienstag	5	Am Vormittag (10:01-12:00)	5
Mittwoch	9	Am frühen Nachmittag (12:01-15:00)	3
Donnerstag	9	Am späten Nachmittag (15:01-18:00)	9
Freitag	9	Am Abend (18:01-20:00)	26
Samstag	15	In der Nacht (ab 21:00)	19
Sonntag	13		
Beinahe jeden Tag	62	Den ganzen Tag	21
Nie, gar nicht	2	Weiß nicht, keine Angabe	9
Weiß nicht, keine Angabe	11		

Tab. 4. Wochentag/Tageszeit der Facebook-Nutzung in Österreich. Basis: Facebook-Mitglieder (n=353) (Eiselsberg 2016: 76).

An der Onlinebefragung haben insgesamt 424 Personen teilgenommen. Davon sind 379 aus einer der acht Gemeinden im Piesintal (Tab. 2., S. 15). Insgesamt hat es 32 Abbrüche gegeben, wovon mindestens 25 aus einer der acht untersuchten Gemeinden waren. In diesem Fall ist jeweils die erste Frage angeklickt bzw. beantwortet worden. Die Auswertung der Onlinebefragung befindet sich in Abschnitt 4.4.

## 1. Konstitution und Veränderung von Räumen, Alltagspraktiken und Identitäten

In der Deutung und Beschreibung von Räumen und darin agierenden Menschen konkurrieren zwei Denkrichtungen miteinander. Es handelt sich um den Naturalismus und den Soziozentrismus. Letzteres ist es, das Tilmann Sutter in Émile Durkheims Erklärung von Zwängen sieht, die als gesellschaftliche Verhältnisse auftreten und auf Individuen Einfluss ausüben (vgl. Sutter 2003: 45f). Der Mensch ist Soziozentrismus der Empfänger und der Sender zugleich. Eine Rolle, die also Raum nicht nur deutet, beschreibt und aneignet, sondern auch durch soziales Handeln wieder Raum (re)produziert. Auf den nächsten Seiten wird anhand einiger Raumtheorien die Konstitution und Veränderung von Raum bzw. Räumen diskutiert, um so die Existenz und Wandlung von Räumen und Orten, Alltagspraktiken (Routinen) und Identitäten aufzuzeigen. Hierbei geht um das Verständnis postmoderner Lebensweisen, die nicht unabhängig von Raum bzw. der Raum von diesen gedacht werden kann. Das folgende Kapitel stellt daher auch einen wichtigen Ausgangspunkt dieser Forschungsarbeit dar, da der Raum nicht nur für Raumentwicklungsprogramme wichtig ist, sondern auch für Kommunikation und dementsprechend für Deutung, Beschreibung, Reproduktion und somit für Veränderung. Dies ist gerade im digitalen Zeitalter wichtig, in dem Biografien schnelllebig, wechselhaft und flexibel sind. Es ist eine Zeit, die Michel Foucault (1991: 66) als »Epoche des Simultanen«, die »Epoche der Juxtaposition« und die »Epoche des Nahen und des Fernen, des Nebeneinander, des Auseinander« bezeichnet.

### 1.1. Wahrnehmung und Konstitution von Raum

Es gibt eine Aussage von Helmuth Berking (1998; in: Janssen/Möhring 2014: 104), die lautet, dass »wir [Menschen] uns eine Welt ohne Orte nicht vorstellen [können]«. Diese Aussage leitet einen Gedanken ein, der vielleicht auch nicht sofort ersichtlich sein mag. Die ›Welt‹ kann als Synonym für den Planeten Erde stehen, als einen von neun Planeten, der die Sonne umkreist und somit Teil unsers Sonnensystems ist, das wiederum Teil der Milchstraße ist, einer Galaxie im Weltraum, welches mit Universum zur Gesamtheit von Raum wird. Doch die Welt kann auch zur Beschreibung eines menschlichen Werte- und Normsystems hergenommen werden, welches sich innerhalb supranationaler Bündnisse, Nationalstaaten, Städten und Gemeinden, Dörfer, einzelnen Haushalte etc. vorzufinden ist. Diese wahrgenommenen Welten sollen hier als Räume verstanden werden, die eine Beziehung auf verschiedenen Ebenen aufweisen und, wie auf den nächsten Seiten erläutert wird, der Mensch eine deutende, beschreibende, agierende und somit reproduzierende. Auf die Raumdominanz in der Alltagssprache verweist Gabriele

Sturm (vgl. 2000: 188), wenn wir Menschen bspw. unsere Gefühle mit raumkennzeichnenden Attributen beschreiben. Beispiele hierfür seien mit ›abgrundtief‹, ›eng‹, ›grenzenlos‹, ›riesig‹ oder ›überirdisch‹ genannt.

Gabriele Sturms Beispiele aus der Alltagssprache verweisen auf Entfernungen, die in diesen enthalten sind. Dazu schreibt Marc Augé über die Eindrücke des Nahen und des Fernen in der Anthropologie: »Die Anthropologie war immer schon eine Anthropologie des Hier und des Jetzt. Der praktizierende Ethnologe befindet sich stets an irgendeinem Ort (seinem augenblicklichen Hier) und beschreibt, was er in diesem Augenblick sieht oder hört« (Augé 1994: 14). Die Sicht auf das Draußen bezieht sich auf einen bestimmten Ort als »Augenpunkt« (ebd.), zu einer bestimmten Zeit und hat, was Augé viel wichtiger zu sein scheint, zudem ein Motiv (Zwang). Gewiss ist aber Augés Formulierung von Ort und Nicht-Ort wesentlicher, und sagt mehr über die zitierte Aussage aus, als zuerst vielleicht ersichtlich. Ein Ort ist für Augé (vgl. ebd. 92) durch die Merkmale Identität, Relation und Geschichte gekennzeichnet. Fehlen diese drei Merkmale, so ist es ein Nicht-Ort, der sich für Augé (vgl. ebd. 44) in Gestalt der Einrichtungen für einen beschleunigten Verkehr von Personen und Gütern zeigt: Flughäfen, Einkaufszentren, Verkehrsmittel. Doch warum sollen Flughäfen oder Einkaufszentren nicht Orte sein? Zumal sie in der Alltagssprache genutzt werden, um auf eine Erfahrung zu verweisen, die in einem bestimmten Raum oder Ort stattgefunden hat. Doch klärt Augé (vgl. ebd. 125) später auf, dass sich Raum, Ort und Nicht-Ort gegenseitig durchdingen. Sie lösen sich auf, ab und rekonstruieren sich mithilfe sozialen Handelns in ihnen. Identität, Relation und Geschichte konstruiert sich, sie sind im Moment ihrer Entstehung Gegenwart und müssen erst zur Vergangenheit werden.

Marc Augés Beispiel mit Ort und Nicht-Ort dient als Beispiel für die Wahrnehmung und Deutung von Raum sowie Ort, um die Bedeutung sozialen Handelns in und für Räume und umgekehrt, das in diesem Kapitel diskutiert wird. Andererseits kann eine Raumordnung, Raumentwicklung oder im Fall der Dorferneuerung in Österreich und speziell in Niederösterreich, ohne Raum weder angewendet noch gedacht werden. Entsprechend sind Städte und Gemeinden, Siedlungen und Dörfer, Orte und Räume in denen Menschen leben und interagieren. Raumentwicklungsprogramme sind ohne Orte und Räume, aber auch ohne die darin handelnden Menschen, nicht möglich umzusetzen. Um überhaupt Raumentwicklungsprogramme und -initiativen diskutieren zu können, bedarf es dem Verständnis von Raum und Mensch, dem hierbei eine deutende, aneignende und reproduzierende Rolle zukommt, wie in der Folge gezeigt wird. Dies dient letztlich auch der besseren Begreiflichkeit von Raum und Handlungsebene von Raumentwicklungsprogrammen, wie es die Initiativen Smart City, Smart Village oder Dorferneuerung sind.

In der Literatur finden sich Hinweise darauf, dass sich die großen Denker der griechischen Antike bereits mit Raum beschäftigt haben, wie Anja Thiem (vgl. 2009: 33) zeigt, wenn Aristoteles von Raum zum Behälter denkt und damit eine Denktradition begründet, die später als Naturalismus von Isaac Newton aufgegriffen und als Konzept vom Behälter-Raum positioniert wird. Auch wenn sich Thiem mit der Bedeutung öffentlicher Räume für Frauen im ländlichen Raum in einem Dorf im deutschen Mecklenburg-Vorpommern beschäftigt, so ist ihre Arbeit eine Kritik an der Naturgebundenheit in Raumwirtschaftstheorien und Planungswissenschaften zu sehen. Es ist eben jenes Konzept, das Newton positionierte hat und zur theoretischen Grundannahme u.a. in der Raumordnung geworden ist. Thiems Untersuchungen bauen auf der soziozentrischen Denktradition. Darin werden Defizite in der Raumordnung bzw. den Planungswissenschaften aufgezeigt, die sich beispielsweise in Dorferneuerungsverfahren finden. Einige Beispiele seien mit Dorfplätzen, Jugendeinrichtungen, alte Begegnungstätten etc. genannt, wenn es beispielsweise um Gestaltungsarbeiten geht. Thiem stellt sich dazu eine berechtigte Frage, »warum Dörfer sich so unterschiedlich entwickeln, obwohl z. B. gleichermaßen im Rahmen von Dorferneuerungsverfahren räumliche Strukturen geschaffen werden« (Thiem 2009: 15).

Raum zu beschreiben bedeutet differenzieren und (an)ordnen. So werden Räumen bestimmte Merkmale zugeschrieben, womit diese voneinander unterschieden werden können. Räume üben dem soziozentrischen Ansatz nach Einfluss auf soziales Handeln, das wieder Räume (re)produziert. Entsprechend liegt der Beschreibung von Räumen das Ziel zugrunde, menschliche Interaktion zu begreifen, um in weiterer Folge Raum zu begreifen und umgekehrt. Der Raum ist, wie Georg Simmel (vgl. 1908: 615f) bemerkt, von sozialen Handlungen der Menschen abhängig, ohne die er wirkungslos wäre. Ein Beispiel gibt Simmel mit Großreichen, deren geographischer Umfang nicht eine bestimmte Fläche bildet, sondern ein herrschender politischer Mittelpunkt. Der hier implizite Einfluss von herrschenden Akteuren zeigt sich bspw. in Legislative, Exekutive und Judikative, womit der Einflussraum durch eine Präsenz (Macht) geformt wird und eine Beschreibung, eine Wahrheit, eine Identität bekommt. Simmel begründet in seinem Verständnis von Raum, die Entstehung menschlicher Gesellschaften. Wenn wir Menschen innerhalb bestimmter Raumgrenzen isoliert nebeneinander leben, erfüllen wir lediglich die Tätigkeit innerhalb dieses bestimmten Raumes. Erst mit der Wechselwirkung mit anderen Menschen, also durch Berührung, Interaktion, Kommunikation, gestalten wir den Raum, geben ihm eine Bedeutung, eine Funktion. Thiem (vgl. 2009: 39f) sieht in Simmels Raumkonzept den Übergang vom Nebeneinander zum Miteinander, womit sie sich insbesondere auf die fünfte Grundqualität seiner Raumform bezieht. Wobei Simmel nicht meint, dass das Nebeneinander

im Raum von Gesellschaft Mobilität fordert, wie es Thiem meint, sondern das die Mobilität erst Gesellschaften möglich macht. Dieses Miteinander (agieren) ist es letztlich, dem eine integrative, identitätsstiftende Funktion zukommt. Georg Simmels Soziologie, die er im Jahre 1908 veröffentlicht, ist zu einem vielzitierten Werk bis in unsere Gegenwart geblieben, da sie ein Grundmodell von Raum sowie menschlichem Handeln beschreibt. Darin enthalten sind fünf Bedingungen, von denen ich eine bereits angeschnitten habe, die Simmels Raumform voraussetzen.

Die erste Grundqualität ist die Ausschließlichkeit des Raumes. Simmel (vgl. 1908: 617f) sieht in den Raumteilen, die zu einem einzigen allgemeinen Raum gehören, die Einzigkeit, in dem sich ein gesellschaftliches Gebilde über ein bestimmtes Territorium ausdehnt und somit weder dupliziert noch sonst wie erreicht werden kann. Der Versuch, ein Duplikat von einem bestimmten Raumteil zu erstellen, führt schließlich durch die Reproduktion zu einem veränderten Raum. Diese Ausschließlichkeit des Raumes betrifft allerdings nicht jeden Raumteil, sondern nur innerhalb diesen ihn gestaltende andere Raumteile. Für Simmel kann daher eine Gemeinde oder Stadt, wenn ihr Handlungsraum in einem Staat betrachtet wird, nicht als einzige angesehen werden. Auf der anderen Seite können nicht zwei oder mehr Staaten im gleichen Handlungsraum als einzig gesehen werden, sondern sind Raumteile eines anderen, gemeinsamen Raumes etc. Die innere Struktur dieses Raumes sowie dieses gesellschaftlichen Gebildes ist es, die die zweite Grundqualität (vgl. ebd. 621) ausmacht, nämlich die innere Zusammengehörigkeit. Diese ist wiederum von den räumlichen Grenzen beeinflusst, innerhalb dieser sie existiert. Natürliche sowie politische Grenzen, die sich ebenfalls gegenseitig beeinflussen, stellen die einrahmenden Grenzen für die Charakteristika einer Gesellschaft dar, mit denen sie sich von anderen unterscheidet bzw. von anderen unterschieden wird. Wenn die Grenzen erreicht sind, dann heißt es in diesem Sinne, dass der Wirkungsbereich, wie am Beispiel mit den Großreichen, aufhört. Die dritte Grundqualität ist für Simmel (vgl. ebd. 630-632) in der Fixierung der Gesellschaft im Raum selbst. Die Fixierung erfolgt aus der Gruppe heraus und bezieht sich auf lokale Bindungen (Ordnungen). Mit der Fixierung an einem bestimmten Ort, wie eng oder weit dieser auch immer sein mag, kommen Rechte und Pflichten, die die Gruppenzugehörigkeit ausmachen. Simmel erklärt diese anhand des kommunalen Wahlrechts in verschiedenen Räumen, wie beispielsweise die niederländische Stadt Haarlem im Jahr 1245 oder in den östlichen Provinzen Preußens bis ins Jahr 1891. Je weiter sich eine Gesellschaft ausdehnt und die Verständnis von Raum entsprechend zunimmt, desto weniger ist eine Anwesenheit, bezogen auf das Wahlrecht, notwendig. Die Wahrnehmung von Nähe und Distanz ist es, mit der Simmel

(vgl. ebd. 640f) die vierte Grundqualität begründet. Hierbei geht es um die Beziehungen zwischen Menschen, die verschiedener Art sein können und von räumlicher Berührung oder dem Getrennt-Sein beeinflusst werden. Die Entfernung zwischen Menschen und Gesellschaften sagt letztlich auch viel über die Qualität ihrer Beziehung bzw. Bindung aus. Auch hier geht es um das Verständnis von Raum, also um die Wahrnehmung dieses. So kann die Entfernung für eine Gesellschaft heißen, dass sie auf die eigene Gemeinde im Sinne ihres Siedlungsraumes bezogen wird oder, wie es bei größeren Territorien der Fall ist, eben auf einen Staat. Dabei ist die Entfernung wichtig, also die Distanz, um auf die Bedingungen für Vergesellschaftung Rückschlüsse bilden zu können. In der fünften Grundqualität sieht Simmel (vgl. ebd. 670f) das Nebeneinander des Raumes gegeben. Erst durch die Bewegung zwischen zwei Orten entsteht für Simmel die Existenz, die wir Menschen in der gegenwärtigen sowie, sich erinnernd, in vergangenen kennen. Indem es nicht mehr um eine Fixierung geht, sondern um Wandern, also Bewegung, entsteht die Wechselwirkung zwischen Menschen, aber auch, wie Simmel ebenfalls bemerkt, zwischen den Räumen. Dazu wird in einen ersten und einen zweiten Typus unterschieden, mit dem der erste auf eine gesellschaftliche Differenzierung in Nomadismus und Migration sich bezieht. Im zweiten Typus finden sich die gesellschaftlichen Institutionen und Ordnungen, die sich beispielsweise mit Staat oder Religion beschreiben lassen. Also einer zentralisierten und zugleich (scheinbar) überall vorzufindenden Präsenz mit gleicher Sprache, Recht oder allgemeiner Lebensweise (vgl. ebd. 677), die unterschiedliche Lebensräume nebeneinander existieren lassen und zugleich einer gesellschaftlichen Differenzierung (städtisch vs. ländlich, Österreich vs. Ungarn vs. Slowakei etc.) dienen.

Auf Simmel folgen eine Vielzahl anderer soziozentrischer Raumkonzepte, die im Verlauf der letzten hundert Jahre entwickelt worden sind. Diese sind zum Teil aus einer zeitgemäßen Notwendigkeit heraus entstanden. Ich möchte nun nicht auf jedes einzelne dieser Konzepte eingehen, da diese Forschungsarbeit kein Sammelsurium sozialwissenschaftlicher Theorien und Konzepte ist, sondern mich auf einige wenige, aber hierfür wesentliche beziehen, die der soziozentrischen Denktradition angehören. Dies ist natürlich auch dadurch bedingt, dass der zunehmende Grad an Mobilität im Finanz- und Kommunikationssektor postmoderner Gesellschaften, die Bedeutung von Raum scheinbar aufgehoben hat. Auf den nächsten Seiten wird, auf Anja Thiems (vgl. 2009) Vorschlag, auf die Raumkonzepte von Bernd Hamm (1982), Dieter Läßle (1991), Martina Löw (2001) und Gabriele Sturm (2001) eingegangen, um einen aktuellen theoretischen Zugang für die hier vorliegende Forschungsarbeit zu geben. Wir werden sehen, dass, aufbauend auf den Erkenntnissen von George Simmel, jedes Konzept zu einer weiteren Entgrenzung aus den vorherigen bedeutet.

### 1.1.1. Raum bei Bernd Hamm

Bernd Hamm (vgl. 2014/1973: 9f) nimmt die menschliche Siedlungsweise für sein Verständnis von Raum, das soziale Handeln<sup>1</sup> in von Menschen geschaffenen Raumstrukturen sowie deren Einfluss auf soziale Organisationsformen beschreibt. Hamm richtet seine Kritik an die einseitige Betrachtung von Siedlungssoziologie, aus der heraus er fordert, dass eine soziologische und planerische Siedlungssoziologie nicht ohne eine Verbindung sozialer und räumlicher Komponenten gedacht werden darf. Dabei muss auch klargestellt werden, worauf Hamm (vgl. ebd. 12f) hinweist, dass sich hier zwei Denktraditionen – Naturalismus und Soziozentrismus – gegenüberstehen, die dementsprechend ein eigenes Lager für sich bilden und damit (oft) ein Zugang für jeweils das Andere erschwert wird. Dies beschreibt Hamm am Beispiel der Begrifflichkeit von Nachbar(schaft), in dem er auf die Schwierigkeiten einer Synthese zwischen Planung und Soziologie eingeht, die hier allerdings nicht nachgezeichnet werden soll. Die Kritik richtet sich auf die naturalistischen Raumprogramme, die Hamm (vgl. ebd. 25) in der englischen Industriegesellschaft des 19. Jahrhunderts identifiziert und mit jenen in den USA und Deutschland vergleicht.

Hamms Raumkonzept (vgl. 1982: 24-26) meint, dass es in den hochindustrialisierten Gesellschaften keinen Raum als bloße Natur mehr gibt und begründet dies auf Raumproduktion durch komplizierte arbeitsteilige Prozesse und in gleichzeitig stattfindender Produktion neuer sozialer Bedeutungen. Die Aneignung von Raum bedarf also seiner Deutung, Differenzierung, (An)Ordnung einer Symbolik, die, wie Hamm (ebd. 25) feststellt, »durch soziale Erfahrungen vorgeprägt« ist. Damit existiert für Hamm Raum nicht mehr von menschlicher Einwirkung unabhängig. Die Raumsymbole bzw. Eigenschaften drücken sich hier in Türen, Fenstern, Verkehrsschildern, Wegen und Gebäuden etc. aus, die für Hamm (ebd. 25) zu »Spuren kultureller Überformung« werden. Es geht um einen richtigen Gebrauch von Werkzeug, Infrastruktur, Medien etc., die durch Wiederholung Regelmäßigkeit, Regeln aufstellen, die wiederum einen Einfluss auf soziales Verhalten üben, dass auf Erfahrungswerte, auf gespeicherte und abrufende Informationen zurückgreift, die Hamm auf die menschliche Auseinandersetzung mit der Natur zurückführt. Als Raum-Verhalten-System versteht Hamm (vgl. 1982: 26-28) die Analyse von »sozialer und räumlicher Organisation der Bevölkerung«, die mittels Durkheims materiellem Substrat (Brücken, Straßen etc.) von Räumen, den Regeln der Verhaltensabläufe (institutiona-

---

<sup>1</sup> Bernd Hamm (vgl. 1982: 22f) ersetzt soziales Handeln durch soziale Organisation und begründet diese Entscheidung damit, dass eine Trennung notwendig ist, um eine Reduktion der Soziologie auf Psychologie zu verhindern. Hamm verweist daher mit sozialer Organisation auf Max Webers soziales Handeln.

lisierte Verhaltensmuster bzw. Institutionen) und den Zeichencharakter der Situationen (Zeichen bzw. Semiotik) gedeutet und beschrieben werden. Räume sind mit einer Symbolik behaftet, die sie (an)ordnet und interpretiert.

### 1.1.2. Raum bei Dieter Läßle

Dieter Läßle (vgl. 1991) charakterisiert seinen gesellschaftlichen Matrix-Raum nach dem materiellen Substrat gesellschaftlicher Verhältnisse, den gesellschaftlichen Interaktions- und Handlungsstrukturen, das institutionalisierte und normative Regulationssystem, das zwischen materiellem Substrat des Raumes und gesellschaftlicher Praxis vermittelt, die soziale Bedeutung in (an)ordnender sowie interpretierender Symbolik und die in Raum manifestierte berichtende Geschichte. Damit argumentiert Läßle (vgl. ebd. 40f) seine Unterscheidung von gesellschaftlichen und physikalischen Raum. Den Raum sieht Läßle nicht als Naturgegeben an, sondern aus menschlichem Handeln produziert, indem die Natur materiell angeeignet worden ist und weiterhin angeeignet wird. Den Bruch mit dem Behälter-Raum-Konzept von Isaac Newton, den Albert Einsteins Relativitätstheorie herbeiführte, sieht Läßle nicht nur in einer neuen Denkart von Raum gegeben, sondern einen umfassenden Wandel in der Gesellschaft, der sich insbesondere in kunstschaftenden Bewegungen finden lässt, der allerdings nicht die Ökonomie im gleichen Ausmaß erfasst hat (vgl. ebd. 39f). Damit ist eine Relation (Beziehung) zwischen Raum und Materie gemeint, die zu einem relationalen Ordnungsraum wird, womit Raum und Raumstruktur nicht von Materie und ihrer Verteilung trennbar betrachtet wird (vgl. ebd. 41). Das ist Läßles Matrix-Raum, welcher nicht etwa einem mathematischen Anordnungsschema gleichkommt, sondern einer ursächlichen Kraft. Hierbei wird Raum weder als »neutrales“ „Gefäß“ noch passive „Resultante“ körperlicher Objekte« (ebd. 42) gesehen, sondern bezieht gesellschaftliche Kräfte, also soziale Handlungen, ein. Diese sozialen Handlungen stellen den gesellschaftlichen Raum her, der durch räumliches Zeichen-, Symbol- und Repräsentationssystem menschlichen Verhaltens vorstrukturiert ist. Mittels seinem materiellen Substrat wird gesellschaftlicher Raum erklärt. Hinzu kommt die Aufteilung des Raumes in drei Ebenen. Der Mikro-Raum weist eine Nähe zur menschlichen Erfahrung und Wahrnehmung auf. Der Meso-Raum ist der regionale Arbeits- und Lebensraum. Der Makro-Raum kann eine national staatlich konstruierte Gesellschaft und ein kapitalistisches Wertesystem sein. Läßle sieht Menschen und Objekte (als materielles Substrat) in einer gegenseitigen Interaktion, womit er ebenfalls zur soziozentrischen Denkrichtung gehört. Über die materielle Aneignung der Natur entsteht Raum, womit ein Raum immer gesellschaftlich produziert wird (vgl. ebd. 43).

### 1.1.3. Raum bei Martina Löw

Die Raumsoziologie von Martina Löw (2001: 12) greift eine Diskussion zum »Raum als Grundbegriff der Soziologie« auf, um selbigen präzisieren zu können. Die gesteigerte Mobilität von Personen, Gütern, Informationen etc. durch neue Technologien determinieren Raum als materielles Substrat. Was übrig bleibt, ist nur die Zeit. Mit der Veränderung der Lebensbedingungen, die sich durch technologische Vernetzung (Makrosoziologie) und die Verknüpfung verschiedener Gebilde (Mikrosoziologie) zeigt, bleibt Raum als Organisation des Nebeneinanders weiterhin bestehen. Die Anordnung sozialer Güter, die Menschen und materielle Güter sein können, bleiben bei Löw sozial hergestellt bzw. gesellschaftlich vorstrukturiert (vgl. ebd. 10-15). Indem Körper und Menschen zueinander in Beziehung gesetzt werden, entstehen Räume, die Löws Raumbegriff (vgl. ebd. 153-155) in Relation denkt. Diesem liegen zwei wesentliche Prozesse zugrunde, die einerseits Raum durch Platzierung sozialer Güter konstituieren, die nach Reinhard Kreckel (1992) materiell und symbolisch<sup>2</sup> sind, und Lebewesen, die in Gruppen zusammengefügt oder in bestimmter Art und Weise positioniert, errichtet oder erbaut sind. Bei Menschen kommt es auf die sozialen Verhältnisse an, die ähnlich wie soziale Güter raumkonstruierend wirken. In beiden Fällen bedarf es also der Anwesenheit der Menschen, ob physisch oder psychisch, um einen Raum zu konstituieren. Löw (vgl. ebd. 158-160) nennt diesen Vorgang im ersten Schritt »Spacing« (Abgrenzung und Anordnung), der im zweiten Schritt eine »Syntheseleistung« benötigt, um Güter und Menschen zu Räumen zusammenzufassen. An einem Ort können Räume nebeneinander entstehen und entsprechende Konkurrenz zueinander aufweisen. Als Beispiel dient eine Bushaltestelle im Dorf, in einer Siedlung oder Gemeinde, die zugleich als Verkehrsweg, Sammelpunkt und Kommunikationsraum auftreten kann. Vom Moment der Handlung hängt es ab, als was die Bushaltestelle primär gesehen wird. Die Möglichkeit, dass Räume nebeneinander Entstehen und gleichzeitig gedacht werden, wird insbesondere im Internet vorausgesetzt. Wesentlich für Räume und Orte ist, dass sie zueinander in wechselseitiger Beziehung stehen, wie Löw (vgl. ebd. 198f) bemerkt. Beide resultieren aus dem Spacing und der Syntheseleistung, also einer sozialen Handlung. Die Orte ermöglichen die Herstellung von Raum; die Konstitution von Räumen schafft wiederum Orte, womit Ort und Raum eine wechselseitige Beziehung zueinander haben. Orte dienen der Platzierung von Lebewesen und sozialen Gütern, die auch in einer symbolischen Wirkung als Erinnerung erhalten bleiben

---

<sup>2</sup> Martina Löw (vgl. 2001: 153f) verweist auf Reinhard Kreckels (1992) Begrifflichkeit von sozialen Gütern, die materiell und symbolisch sind, also gemeinsam auftreten und je nach Wahrnehmung als »primär« angegeben werden. Primär materielle Güter sind bspw. Stühle oder Häuser. Primär symbolische Güter sind Werte oder Regeln. Eine Verkehrsregel, die auf einem Schild (materielles Gut) abgebildet ist, stellt ein primär symbolisches Gut, das gleichzeitig auf ein materielles Gut angewiesen ist.

(können). Hinzu kommt eine Atmosphäre, die Löw (vgl. ebd. 207f) in der Außenwirkung sozialer Güter und Lebewesen sieht und lehnt an Gernot Böhmes (1995) Analyse einer Machbarkeit der Atmosphäre, die eine bewusste Inszenierung von Räumen zur Wiedererkennung vorbereitet. Es geht nicht allein um eine räumliche (An)Ordnung als Platzierung von Lebewesen und sozialen Gütern, sondern auch um die Erzeugung von einer bestimmten Atmosphäre. Inszeniert werden Produkte (Waren), Politik, Unternehmen, Städte, Menschen etc., um ein Aussehen, Ausstrahlung, Image zu erhalten und zu vermitteln. Aufgrund der gesellschaftlichen Vorstrukturierung hängt das Synthetisieren zudem von Strukturprinzipien (Klasse und Geschlecht) ab, warum Ort(e) unterschiedlich wahrgenommen werden (können) (vgl. ebd. 202f). Anja Thiem (vgl. 2009: 52) verweist darauf, dass die Konstitution von Räumen beispielsweise zu Ein- und Ausschlüssen zwischen Geschlechtern führen kann, womit Räume zum Indiz sozialer Auseinandersetzung werden. Die (An)Ordnungen passieren hier entlang Verfügungsmöglichkeiten wie »Geld, Zeugnis, Rang und Zugehörigkeit« (Löw 2001: 211). In ihnen wohnt ein Machtverhältnis inne, das über (An)Ordnung ausgehandelt wird.

#### 1.1.4. Raum bei Gabriele Sturm

Ein weiteres Erklärungsmodell liefert Gabriele Sturm mit einem dynamischen Analyse-Modell für Raum als Quadrantenmodell. Darin verknüpft Sturm (vgl. 2000: 186f) menschliche Interaktion, alltägliche Praxis und Erfahrung, die Verschiedenräumlichkeit (Nebeneinander, Gleichzeitigkeit) und Verschiedenzeitlichkeit (Nacheinander, Gleichräumigkeit); fast diese in einem Kreis zusammen, da dieser einen Kreislauf als Zeitspirale stellt, die entgegen dem Uhrzeigersinn für Veränderung (und Auflösung) steht (vgl. ebd. 197). Um den Raum in der Dualität zu Materie und sozialem Handeln in einer großen Verschiedenheit von Räume aus Nebeneinander, Gleichzeitigkeit, Anordnung und Ausdehnung zu beschreiben, hat Gabriele Sturm einen Ansatz konzipiert, der von Thiem (vgl. 2009: 53) als vermittlungstheoretisch zwischen den beiden Polen Naturalismus und Soziozentrismus bezeichnet wird. Indem die Existenz von Raum nicht eindeutig erkannt oder eindeutig festgelegt werden kann, ist Sturms Modell ein weiterer Annäherungsversuch, um bestimmte Vorgänge in verschiedenen Räumen zu beschreiben (vgl. Sturm 2000: 200). In den sozialwissenschaftlichen Disziplinen finden sich dazu Diskurse zwischen Dualismus und Dualität, auf die ich hier nicht weiter eingehen möchte. Die Dualität von Raum und Körper bezieht sich auf eine Wechselbeziehung. Raum steht damit in Beziehung zu gesellschaftlichen Praxen, da sie sich gegenseitig beschreiben und (re)produzieren. Dagegen sieht der Dualismus Raum und Körper als voneinander separat.

## 1.2. Individualismus, Individualität und reflexive Modernisierung

»Wie das Leben so spielt«, ist eine Redensart mit Erklärungsfunktion verschiedener Entwicklungen und Erfahrungen, die Menschen im Laufe des Lebens durchleben und oft nicht in ihrer Beschaffenheit und Ursache genauer erklären können. In der Wissenschaft ist man freilich angehalten, ergebnisorientiert zu arbeiten, und das ›Verborgene‹ sichtbar und überprüfbar zu machen. Auf den vorangegangenen Seiten ist das Verhältnis zwischen Mensch und Raum diskutiert worden. In diesem Kapitel wird nun auf die Lebensformen eingegangen, die in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhundert stärker sichtbar geworden sind und entsprechend den Raum auf lokaler bis globaler Ebene, und umgekehrt, verändert haben. Mit Postmoderne oder Reflexive Moderne (nach Ulrich Beck) werden diese Entwicklungen und Erfahrungen zusammengefasst. Auf den einleitenden Seiten ist auf den Strukturwandel hingewiesen worden, der sich seit den 1960er Jahren abgezeichnet hat, der Produktionsweisen und menschliche Lebensformen veränderte, womit auch ländlicher und städtischer Lebensraum einem grundlegenden Wandel unterzogen worden ist. Gesellschaftliche Veränderungen lassen sich durch die Menschengeschichte konstant nachweisen und treten an verschiedenen Orten zu verschiedenen Zeiten auf. Zu nennen seien u.a. die Reformation, die Französische Revolution oder die industrielle Revolution, die technologische Revolution und die digitale Revolution, womit weitreichende Paradigmenwechsel eingeleitet worden sind.

Die Folgen und Nebenfolgen, die auf die jüngsten Revolutionen zurückzuführen sind, wie die technologische und digitale Revolution es sind, sieht Manuel Castells (vgl. 1991: 138) in einem ›historischen Ausmaß‹ auf den Menschen und zeitgenössische Bewegungen wirkend, die prozessorientiert sind und alle Bereiche menschlicher Handlung und Wirkung durchdringen. Diese westeuropäischen und nordamerikanischen Ereignisse haben dabei nicht vor den erdachten geographischen Grenzen Europas oder Nordamerikas Halt gemacht, sondern in die Welt getragen worden. Der europäische Kolonialismus veränderte die Städte der Kolonialmächte als auch der Kolonien. Lebensformen sind exportiert und andere importiert worden, womit sich auch der Lebensraum auf beiden Seiten verändert hat (vgl. Löw 2010: 127). Was ab den 1960er in den Industriestaaten schnell sichtbar geworden ist, waren jene Veränderungen, Entwicklungen und Erfahrungen menschlicher Gesellschaften, die mit dem Begriff der Individualisierung beschrieben werden. Ich schließe mich hier Ulrich Beck und Elisabeth Beck-Gernsheim an, wenn sie meinen, dass es zu Missverständnissen führte, was überhaupt damit gemeint sei, denn es handelt sich nicht um die üblichen Argumentationslinien der Auflösung von Gesellschaft, Gemeinschaft und Verantwortung, sondern:

»Individualisierung meint zum einen die Auflösung vorgegebener sozialer Lebensformen – zum Beispiel das Brüchigwerden von lebensweltlichen Kategorien wie Klasse und Stand, Geschlechterrollen, Familie, Nachbarschaft usw. [...] die zweite Seite von Individualisierung [...], heißt schlicht: In der modernen Gesellschaft kommen auf den einzelnen neue institutionelle Anforderungen, Kontrollen und Zwänge zu. Über Arbeitsmarkt, Wohlfahrtsstaat und Bürokratie wird er in Netze von Regelungen, Maßgaben, Anspruchsvoraussetzungen eingebunden. Vom Rentenrecht bis zum Versicherungsschutz, vom Erziehungsgeld bis zu den Steuertarifen: all dies sind institutionelle Vorgaben mit dem besonderen Aufforderungscharakter, ein eigenes Leben zu führen« (Beck/Beck-Gernsheim 1994: 11f).

Individualisierung meint in diesem Sinne eine erweiterte Selbstverantwortung und Selbstorganisation, die sich auf Einkommen, Zeit, Wohnraum und Körper bezieht (vgl. Beck 1994a: 46), die jedoch nach wie vor Rechte gewährt und Pflichten einfordert, die neue gesellschaftliche Praktiken, Routinen, Traditionen hervorbringt und weiterhin reproduziert. Sie verfügt dahingehend über eine gesellschaftskritische Sicht, die diese Vorgaben hinterfragt und neue (re)produziert. Diese neuen Vorgaben in Gesellschaften lösen bisherige schrittweise in ihrer Dominanz ab, da sie weniger nachgefragt sind. Was damit ebenfalls einhergeht, ist die Frage danach, was unter dem Strich übrigbleibt. Denn die Individualisierung bringt neben Wahlmöglichkeiten auch eine gesteigerte Konkurrenz (als Nebenfolge begriffen), mit der auch neue existenzielle Sorgen aufkommen. Die neuen Lebensläufe, die nach der Auflösung traditioneller auftauchen, fassen Beck und Beck-Gernsheim (vgl. 1994: 13) als Wahlbiographie, reflexive Biographie, Bastelbiographie und Risikobiographie zusammen, womit die Ungewissheit und Unsicherheit der Zukunft in den neuen Biographien zum Ausdruck kommt. Es bedeutet allerdings nicht, dass eine Zukunftsplanung nicht mehr möglich oder notwendig ist. Im Gegenteil sogar, denn die Individualisierung meint ein Leben in Selbstverantwortung und Selbstorganisation, eine Selbstinszenierung aus den gegebenen Wahlmöglichkeiten, die zur Verfügung stehen. Es geht nicht um die Planung einer bestimmten Karriere, die eintreten soll oder gar wird, sondern die Einplanung möglicher Risiken, weil das heute Gedachte morgen schon neu gedacht, und Pläne neu ausgerichtet werden müssen, weil Ortswechsel, neue gesetzliche Vorgaben etc. die Realisierung erschweren können. Dem menschlichen Bewusstsein der Risiken hat sich insbesondere Ulrich Beck mit seiner Risikogesellschaft (1986) verschrieben. Ein Thema, das auch heute nicht an Aktualität verloren hat, sondern dazugewonnen. Zwei dieser Risiken sind beispielsweise Ausbildung und Arbeitsplatz, die sich im Lauf eines Lebens mehrfach verändern können, für die es keine Garantie mehr gibt, dass sie über kurz oder lang Beständigkeit haben werden. Andere Risiken finden sich auch im vorangegangenen Kapitel mit Anja Thiems (2009) Beispiel der Raumplanung in Kommunen, die Mittel fordert und keine Gewissheit liefert, dass erwünschte Effekte auch eintreten werden. Das Leben wird damit aber noch lange nicht zum Glücksspiel, sondern verlangt stetiges Hinterfragen eigener und fremder Handlungen, Umwelt

etc. Was in einer Kommune funktionieren mag, bedeutet nicht, dass es in einer anderen ebenfalls dieselben Resultate liefert.

Die Auflösungs- und Ablösungsprozesse moderner zu postmodernen Lebensweisen sind global vorzufinden. Diese Prozesse sind allerdings nicht abgeschlossen oder gar stehengeblieben, sondern wiederholen sich, wie Ulrich Beck (vgl. 1996a, vgl. 1996b) und Anthony Giddens (vgl. 1996a, vgl. 1996b) in ihren Diskussionen zur reflexiven Modernisierung zeigen. Für die reflexive Modernisierung gilt, dass Bisheriges überprüft und hinterfragt wird (und werden muss). So führen Beck und Beck-Gernsheim (Beck/Beck-Gernsheim 1994: 21f) am Beispiel der Ehe vor, welche Funktion eine traditionelle Ehe in westeuropäischen Gegenden im 17. und 18. Jahrhundert aufweist und wie die Gesellschaft hier einwirkt, nämlich als direkter Bestandteil der Gesellschaftsordnung, die von oben nach unten vorgegeben, gefordert, legitimiert ist. Das dafür notwendige Bindemittel stellten demnach materieller Interessen dar. Im Vergleich zu heute, wobei ich nicht ausschließen möchte, dass es nicht Gesellschaftsteile gibt, die nach wie vor in einer Ehe diese von oben diktierte Funktion sehen, wird eine Ehe von unten nach oben legitimiert. Die Ehe stellt eine von vielen Lebensformen einer Gesellschaft dar. Betrachtet man aber heute ihre Funktion, so findet sich in der Kooperation einer Ehepartnerschaft auch das materielle Interesse wieder. Der Unterschied ist, dass die Wahl bei den Handelnden selbst liegt, mit wem und auf welche Dauer ihre Partnerschaft bestehen bleibt und wie sie gestaltet wird. Dagegen bietet ebenfalls eine Lebensform als Single ihre Vorzüge und wirtschaftliches Überleben. Beide sind genauso Teil der Gesellschaft, wie es Ehepaare mit Kindern oder alleinerziehende Elternteile ebenfalls sind. Schließlich ist es die Lebensplanung von Menschen, die sich entlang von Wünschen und Hoffnungen orientiert, verschieden und sprunghaft sind, und, wie Beck und Beck-Gernsheim meinen, eine Vielzahl von Nebenfolgen auslösen, für die »Bildungspolitik, Arbeitsmarktsteuerung, Rentensicherung, Kommunalplanung, Einwanderungspolitik usw.« erforderlich sind (ebd. 31), um auf die neuen Anforderungen und Bedürfnisse reagieren zu können. Räume spielen hierbei eine entscheidende Rolle.

Wenn Martin Wentz (1991) von räumlichen Brüchen schreibt, dann zeigt er auf die Zersplitterung und Aufhebung traditioneller (Zeit)Muster, die durch Flexibilisierungsprozesse in der Arbeitswelt (Produktion und Dienstleistung) gefördert und beschleunigt werden. Ein global gedachter Prozess, wie ihn Wentz bei transnational operierenden Unternehmen sieht, steht vor regionaler und lokaler Ungleichzeitigkeit, weil vor Ort andere Gegebenheiten herrschen (vgl. Wentz 1991: 10). Es geht um ein Nebeneinander verschiedener Lebensformen, die traditionell oder städtisch/urban sein können. Was also hier gefordert ist, heißt lokale Gegebenheiten verstehen lernen, die in Individualisierungsprozessen zur Differenzierung der Gesellschaft führen.

Die mediale Beförderung städtischen Lebensstils bis in die hintersten Teile einer Gesellschaft, wie Beck und Beck-Gernsheim meinen, bezieht sich daher auch auf die Aneignung und Bewusstwerdung der Wahlmöglichkeit.

Die Individualisierung bzw. die Forderung nach mehr Rechten bzw. Freiheiten hat ihre Ursprünge im Bürgertum und findet sich in den westlichen Gesellschaften im 18. und 19. Jahrhundert wieder. Für die Individualisierung in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts in der Bundesrepublik (BRD) identifiziert Beck (vgl. 1994a: 47f) drei Faktoren: Bildung, Mobilität und Konkurrenz. Während die Bildung ein Minimum an Selbstfindung und Reflexion ermöglicht, hängt von ihr der weitere Weg auf dem Arbeitsmarkt ab, womit eine Mobilität ermöglicht wird, die Lebensläufe mitbestimmt. Mit dem Faktor Konkurrenz wird die Austauschbarkeit der Qualifikationen und Personen deutlich, die Inszenierung erfordert, um hervorstechen, sich zu beweisen, sich von anderen abzuheben. Thomas Rauschenbach (vgl. 1994: 103-105) schreibt der Individualisierung, ähnlich wie Beck als Nebenfolge, Risikolagen zu, die er in acht Kategorien aufteilt: Kindheit, Jugendalter, Bildung, Beziehung, Beruf, Rentnerdasein und Geschlecht. Damit greift Rauschenbach nicht nur vorweg, dass die gesellschaftliche Einflussnahme der Individualisierung alle Lebensbereiche durchdringt, sondern zeigt auch auf, welcher Druck auf Kindern und Eltern liegt, auf neue Gegebenheiten vorbereitet zu sein. Die Bildungs- und Ausbildungsmaßnahme werden entsprechend zum Risiko, da Abschlüsse und Zertifikate einer Inflation auf dem Arbeitsmarkt ausgesetzt sind. Der Arbeitsmarkt wird brüchig, womit eine Kontinuität der Arbeitsplätze zu einer Seltenheit wird bzw. die »Arbeitsplatzsicherheit zu einem wertvollen Gut« (ebd. 104), weil Arbeitslosigkeit, Umschulungen, Unterbeschäftigung und Leiharbeit zur Regel werden. Rauschenbach zeigt die Folgen und Nebenfolgen als Risiken für Individuum und Gesellschaft in ihrer vollen Breite auf. Dabei darf die Inszenierung, die Individualisierung mit sich bringt, nicht mit einer Ego-Gesellschaft oder gar Ellenbogengesellschaft verwechselt werden, aufgrund einiger ähnlicher Attribute, die Egoismus und Narzissmus umkreisen (vgl. Beck 1994a: 56), die allerdings eine neue Werteorientierung sind. Gleichzeitig darf nicht außer Acht gelassen werden, dass schnelleres und weiteres Vorankommen im Berufsleben (oft) mit höherem Einkommen und demnach höherem Lebensstandard verbunden ist. Die Individualisierung vermag demnach eine mehr oder weniger positive Lebensauffassung sein, die viele Vorteile für das Individuum mit sich bringen kann. Auf der anderen Seite finden sich Nachteile, falsche Deutungen der Situation, Signale und aus ihnen reproduziertes Verhalten. Was hier oft als Nebenfolge in Gang gesetzt wird, um auf Becks Beschreibungsweise zurückzugreifen, ist nicht nur das Risiko in fehlender Verantwortung gegenüber sich selbst, sondern auch gegenüber anderen Menschen.

Niklas Luhmann greift den Diskurs über Individualismus auf und erklärt die Herstellung von Identität am Beispiel kopierter Existenzen und Karrieren. Luhmanns Überlegungen und Fragestellung, welcher er dabei nachgeht, möchte ich hier anführen und kommentieren:

»Das individuelle Subjekt hatte es nie vermocht, die Erfahrungen und Bedenken einfach zu überrennen, die sich aus der Analyse von Vorstellung, falscher Devotion, gestellter Natürlichkeit usw. ergeben hat. Wenn man am anderen aber dies beobachtet und daraus auf sich selbst zurückschließen muss: wie kann man dann die eigene Individualität als Subjekt behaupten und anbieten?« (Luhmann 1994: 191)

Eine sehr berechtigte Frage, weil sie eben jenes Verhalten aufklären möchte, warum Menschen so leben wollen wie andere. Dazu Luhmann (ebd. 191f) weiter: »Andersseinkönnen heißt dann eben: so sein können wie ein anderer.« Luhmann führt das Kopieren anderer Lebensstile auf die Umkehrung des Individualisierungsprozesses zurück und meint, »die Copisten führen keine zureichend individualisierte Existenz« (ebd. 192). Dies liegt auch in Luhmanns Differenzierung zwischen Originalität und Kopie. Die Originalität wird durch Imitation der Natur gewonnen. Jede Imitation von Autoren in Literatur, Musik, Film etc. ist dagegen eine Kopie, der man letzten Endes folgt. Die Diffusionstheorie erklärt diese Übernahme in fünf Phasen mit dem Innovations-Entscheidungs-Prozess (vgl. Karnowski 2011: 13f), womit eine Idee, Innovation, Geschmack (Mode) etc. übernommen oder abgelehnt werden kann, sofern kein Vorteil ersichtlich ist. Entscheidend hierbei ist, dass eine besondere Beziehung zwischen Sender (Autor) und Empfänger (Konsument) besteht. Die Herausforderung bei Praktizierung verschiedener Lebensstile liegt allerdings im Kompromiss mit sich selbst. Worauf Luhmann hinauswill, wenn er sich der Frage nach der Herstellung von Individualität annimmt, ist die Aufteilung in mehrere Persönlichkeiten, »um der Mehrheit sozialer Umwelten und der Unterschiedlichkeiten der Anforderungen gerecht werden zu können« (Luhmann 1994: 193). Was bleibt aber für das Individuum am Ende übrig? Individualisierung ist demnach nicht eine ewige oder beständige Identität als Lebensstil, die sich nicht verändern kann oder darf. Im Gegenteil, es ist sogar in Selbstreferenz erforderlich zu prüfen, ob und wie ein Lebensstil für das eigene Selbst relevant ist, um alltägliche Herausforderungen zu meistern.

Was noch auf den ersten Blick als revolutionäre Nebenfolge der Individualisierung bisheriger Lebensformen für einige gilt, weist sich bei genauer Betrachtung als Spannungsfelder und Konfliktpunkte zwischen den einzelnen Individuen, da die Beziehungen neu ausgehandelt werden müssen. Dass ist ein wesentlicher Unterschied zu früheren Lebensformen in den Gesellschaften, den Ulrich Beck und Elisabeth Beck-Gernsheim (vgl. 1994) anführen, da sich die Aushandlungsprozesse nun von unten nach oben bewegen. Im europäischen Staatswesen nach

dem Zweiten Weltkrieg bedeutete dies, dass staatliches Eingreifen immer weiter zurückgedrängt worden ist bzw. an Relevanz verloren hat. Dieser Prozess ist allerdings nicht in allen Ländern, im gleichen Tempo vorangeschritten. Die neuen Anforderungen und Wünschen führten nach Wolfgang Zapf zu Konfliktpunkten, die er mit folgendem Beispiel der steigenden Erwerbswünsche und Erwerbsbeteiligungen verheirateter Frauen oder dem Wahlverhalten politischer Parteien aufzeigt:

»Sie konfliktieren mit der überkommenen Rollenverteilung in den Familien, mit den etablierten Arbeitszeiten, mit den Öffnungszeiten von Betreuungseinrichtungen, mit den etablierten Leitbildern und Beteiligungsangeboten von Parteien und Großorganisationen. Andere Beispiele betreffen die Konfliktpunkte mit der „Alternativkultur“ der Postadoleszenz, mit den neuen Ansprüchen der „rüstigen Rentner“ oder den Problemen der sehr alten Menschen. Wenn Sozialstruktur differenzierter und „flüssiger“ wird, werden die Parteibindungen vieler Bürger vermutlich schwächer, die Wechselwähler zahlreicher und die Regierungsbildung schwieriger« (Zapf 1994: 296).

Individualisierung ergreift alle Bereiche des Lebens, indem verschiedene Interessen herausgebildet werden, die sich zu neuen Interessensgruppen formieren. Sie gewinnen an Dominanz durch Auflösung- und Ablösung anderer. Auf was ebenfalls Zapf hier aufmerksam zu machen versucht, sind Vorteile und Nachteile, Folgen und die Vielzahl an Nebenfolgen, die nicht in ihrer Gesamtheit erfasst werden können. Auf der anderen Seite führt Zapf ebenfalls an, dass neue Lebensweisen zu weiteren Chancen führen, die zu einer positiven Nebenfolge werden, deren Positionen neu auszuhandeln sind, die »durchaus zu gesamtwirtschaftlichen Wachstumsimpulsen aggregieren können« (ebd. 297). Es ergeben sich neue Bedürfnisse, die entsprechend befriedigt gehören. Dies führt zu einer breiteren Aufstellung der Wirtschaft und hat daher einen Antriebscharakter. Wir halten daher allgemein fest, dass die Individualisierung dem Menschen viele Möglichkeiten im Leben bietet. Was notwendig ist, heißt Entscheidung treffen. Dabei darf nicht außer Acht gelassen werden, dass jede Entscheidung entsprechende Konsequenzen mit sich bringt. Wie die Beispiele von Beck, Beck-Gernsheim und Zapf zeigen, sind die Auflösungsprozesse der Moderne im Arbeitsmarkt und der Familie am ehesten sichtbar geworden, die eine Vielzahl anderer Nebenfolgen eingeleitet haben.

Der Postmoderne entgegengestellt ist die Gegenmoderne. Diese Bewegung gegen die neue, reflexive Moderne greift die negativen Nebenfolgen auf, was nicht besonders überraschen tut, indem an alte Tage erinnert, und diese alte Welt einseitig dargestellt wird. Für die Gegenmoderne spielen die Institutionen der einfachen Moderne (Nationalstaat, Ehe, Zusammenhalt, Gemeinschaft und Familie eine wesentliche Rolle in der Argumentation gegen die neue Moderne. Diese Institutionen, in denen Ungleichheiten und Unterdrückungen codiert sind (vgl.

Löw 2001: 188), verändern sich erst mit der Zeit und entsprechend reflexiven Rahmenbedingungen. Die Konturierung der feindseligen Haltung gegenüber neuen Lebensformen, die der eigenen Kultur als Gegenkultur bzw. fremd gedeutet werden, findet einen entsprechenden gesellschaftspolitischen Bereich, mit einer wachsenden Klientel. Für Beck (1996a: 59) heißt Gegenmoderne: „hergestellte, herstellbare Fraglosigkeit. Genauer: Tilgung, Entsorgung der Frage, in die die Moderne zerfällt. Die Gegenmoderne absorbiert, verteufelt, fegt die Fragen vom Tisch, die die Moderne aufwirft, aufischt und auffrischt.“ Es sind überwiegend jene Menschen, die sich gegen Veränderungen wehren und sie ablehnen, die mit den neuen Anforderungen in den gesellschaftlichen Institutionen nicht zurechtkommen, sie nicht verstehen können, in ihrer Deutung überfordert sind. Es sind die Verlierer der Modernisierungsprozesse, die sich auf frühere und aus ihrer Sicht bessere Zeiten beziehen. Es stellt sich die Frage nach der Identität, ohne selbigen Begriff jedoch ausreichend zu reflektieren. Diesen Konflikt beschreibt Beck (vgl. ebd.) mit Denkfaulheit, indem vor der Modernisierung, also der Veränderung von bisher Praktiziertem, auf die bereits von Friedrich Schiller in der ›Ode an die Freude‹ verwiesen und von Ludwig van Beethoven später musikalisch umrahmt wird, Halt gemacht wird. Das Ergebnis dieses Halts heißt für Beck (ebd. 23), dass »sie veralten, erstarren, werden zum ideologischen Relikt ihres eigenen Anspruchs«, erhalten einen Platz in den Regalen der Ethnologen. Beck formuliert seine Kritik nicht mit fehlender Distanz zur Theorie, die er nicht nur auf die Bundesrepublik der 1980er und 1990er bezieht, sondern global. Es sind die Voraussetzungen einer Gesellschaft, die hier zu den schlagenden Argumenten werden, die ein infrage stellen der bisherigen Praktiken zeitlich verzerren. Wie Giddens (vgl. 1996a: 121) die funktionale Rolle der Tradition in traditionellen Kulturen mit einer Zwangshandlung als Neurose vergleicht, die der Mensch bei sich (oft) nicht selbst erkennen kann, deren Ritus Erinnerung aktiviert und in die Gegenwart setzt, wirkt identitätsbildend sowie identitätsbestätigend. Der Auflösungs- und Ablösungsprozess der Tradition in den westlichen Staaten beginnt mit der Moderne (vgl. ebd. 131), die den Menschen neue Praktiken abverlangt, womit es zur Hinterfragung der formelhaften Wahrheiten der ›Hüter der Tradition‹ kommt. Dabei hat doch Norbert Elias eindrucksvoll zum ›Raum-Zeit-Kontinuum‹ vorgeführt, dass eine Veränderung, indem von Raum und Zeit nicht weggelaufen werden kann, unausweichlich ist, denn der Körper altert, »das eigene Herz schlägt, man atmet, man verdaut: die eigenen Zellen wachsen und sterben ab« (Elias 1984; in: Läßle 1991: 39).

### 1.2.1. Enttraditionalisierung neuer Traditionen wegen

Der englische Soziologe Anthony Giddens (vgl. 1997: 335-338) sieht soziales Handeln und die Entstehung bzw. (Re)Produktion von Strukturen (Regeln und Ressourcen) in bewusstem und unbewusstem menschlichen Handeln. Sie verringern unbewusste Angstquellen im Alltag und vermitteln den Handelnden ein Gefühl von »Seinsgewissheit« (ebd.) bzw. Bestätigung. Durch das tagtägliche wiederholen und einüben unsere Abläufe passiert, nach Giddens, aus einem Kontext von Raum-Zeit-Grenzen und Interaktionssequenzen mit Kopräsenz die soziale Handlung. Den Menschen kommen somit konstruierte Rollen innerhalb spezifischer Kollektive zu. Diese sind durch normative und belohnende Rechte, Pflichten und Sanktionen miteinander verbunden. Für Giddens ist der Zwang einer von vielen Charaktertypen menschlichen Soziallebens, der mit den Strukturmomenten (Beziehungen) sozialer Systeme verbunden ist. Die Räume werden so zu menschlichen Konstrukten, die erst durch die Zerlegung sozialer Handlung und in ihrer sich vollziehender Praktiken genauer betrachtet, gedeutet und beschrieben werden können. So sind für Giddens (vgl. 1996a: 131) Praktiken an der Entstehung von Tradition beteiligt, die einer Zwangshandlung, einer Neurose gleichkommt. Die dazugehörige Giddens'sche Definition lautet (ebd. 124):

»Tradition [...] ist eng mit Gedächtnis verknüpft, insbesondere ist dem, was Maurice Halbwachs „kollektives Gedächtnis“ nennt; sie enthält das Element des Rituals; sie hat mit dem zu tun, was ich einen formelhaften Wahrheitsbegriff nennen möchte; sie hat ihre „Hüter“; und sie besitzt, anders als bloße Gewohnheit, eine bindende moralische wie emotionale Kraft.«

Das Gedächtnis fungiert hierbei als Speicher, aus dem die Erinnerung abgerufen (abgespielt) wird. Der Tradition beimisst Giddens (ebd. 125) die Rolle eines »Medium[s] für die Organisation kollektiven Gedächtnisses«. Die Tradition ist an einen Ort, einen Raum gebunden. Im (wiederholenden) Ritual, steckt das Instrument, um die Erinnerung zu aktivieren. Der Hüter hat dabei eine deutende, kontrollierende, ordnende, weisende Funktion inne. Hüter sind somit Bewahrer der Tradition und, als Mittler zwischen einer höheren, mysteriösen Macht, Zugangspunkte zur Gesellschaft. Tradition unterliegt im Laufe der Zeit Veränderungen, womit sie der Umformung ausgesetzt ist, und erhält im Moment ihres Abspielens, einen Wahrheitsgehalt. Indem die Hüter die Tradition im Bewusstsein der Menschen halten, ihr einen natürlichen Ursprung verleihen, von der Natur gegeben und vom Menschen unberührt, ist sie ein menschliches Konstrukt an Praktiken und so gesehen umformte Natur. Darin liegt oft ein Wunsch, die Tradition bzw. die Natur so sein zu lassen, wie sie ist. Auf diesen Wortgebrauch von Natur und Tradition verweist Giddens (vgl. ebd. 144f), wenn er der Natur die Rolle des Gegenbegriffs zur Stadt in der Moderne beimisst. Da sich für Giddens der Ablauf menschlichen Handelns und

Strukturen nicht unabhängig voneinander entwickelt, stellen sie keine Dualismen, sondern Dualität dar. Daher »sind die Strukturmomente sozialer Systeme sowohl Medium wie Ergebnis der Praktiken, die sie rekursiv organisieren« (ebd. 77). Indem die Traditionen sich verändern, passiert das Gleiche mit den Identitäten, der Gesellschaft und schließlich mit Natur und Raum.

Martina Löw (vgl. 2001: 167f) denkt Giddens' Verständnis der Dualität weiter, die nicht nur von sozialem Handeln und Struktur abhängig ist, sondern auch von Raum. Wenn räumliche Strukturen eine Form von sozialem Handeln hervorbringen, dann reproduziert dieses soziale Handeln in Konstitution von Raum die räumliche Struktur. Der Struktur kommt hierbei eine von Ort und Zeitpunkt losgelöste Rolle zu, die Giddens noch als unabhängig sieht. Damit argumentiert Löw (ebd. 184f) die Veränderung von Alltagspraktiken, die durch Aushandlungsprozesse aufeinandertreffender Menschen passiert, indem sich fremde Menschen zueinander positionieren und so neue, gemeinsame Räume konstituieren. Dies passiert aus der »*Einsicht in die Notwendigkeit von Veränderung, körperliches Begehren, Handlungsweisen anderer und Fremdheit*« (ebd. 184), wodurch eine Abweichung von Routinen zugunsten anderer herbeigeführt wird. Löw bezieht sich auf Giddens' Verwendung von Routinen, um alltägliches Handeln und Institutionen zu erklären. Eine Situation, für die es keine Bewältigung in alltäglichen Handlungsformen gibt, als von Neuem zu verfahren. Indem von relevanten Regeln und Ressourcen Gebrauch gemacht wird, können diese Veränderungen ebenfalls institutionalisierte Räume und Strukturen erfassen, die Löw (vgl. ebd.) als »gegenkulturelle Räume« bezeichnet, weil sie eigene Institutionen errichten.

Giddens Definition von Tradition bezieht sich auf soziale Handlung verschiedener Akteure, die einem Motiv zugrunde liegen, zwischen denen eine auf Vertrauen (Glauben) basierte Beziehung besteht. Giddens versteht diese Beziehung als Strukturelement, die in weiterer Folge in Stammesgesellschaften die verwandtschaftlichen Bindungen stellen. Die Tradition hat in solchen Gesellschaften eine funktionale, einem Zweck dienende Rolle. Traditionen sind orts- und raumgebunden. Sie haben, nach Giddens (vgl. 1996a: 123), eine Dauerhaftigkeit, da die Vergangenheit so bewahrt und in die Gegenwart geholt wird. Giddens meint hier mit Dauerhaftigkeit den Glauben oder eine Handlung, womit Integrität und Kontinuität gegeben ist. So erzeugt Tradition, mit dem Ritual und seiner Sprache, eine Wahrheit, die relativ zu ihrer eigenen Formelhaftigkeit steht. Diese formelhafte Wahrheit dient der Verteidigung von Tradition und Ritus gegenüber anderem Denken, Sichtweisen, anderen Traditionen und Ritualen. Giddens (vgl. ebd. 126) sieht daher in der formelhaften Wahrheit eine Machtfunktion enthalten, die Identitäten und ihre Kollektive vor externen Einflüssen abschirmen. Wem die Rolle ihrer Deutung,

Erklärung zukommt, hat diese Macht inne: Es sind die Hüter, Bewahrer, Mittler in den Gewändern der »Ältesten, Heiler, Magier oder religiöse Funktionsträger« (ebd. 126f). Erst mit ihrer Auflösung bzw. Ablösung, indem die formelhaften Wahrheiten für die Bewältigung neuer Situationen, Herausforderungen, die sich aus Veränderungen ergeben, an Gültigkeit verlieren, nehmen bisherige Traditionen an Bedeutung. An ihre Stelle treten langsam andere, neue Traditionen. Diese weisen eine „zwanghafte Motiviertheit“ auf, die sich in anderen Identitäten wiederfinden lassen, wie sie der Kapitalismus hervorgebracht hat und in neuen Formen hervorbringt, indem das Gewinnstreben zur Motivation und Wiederholung wird. Diese gesellschaftliche Charakteristik beschreibt Giddens als »*Tradition ohne Traditionalismus*« (ebd. 135). Es fehlen moralische und ethische Vorstellungen.

Giddens zeigt die Auflösung und Ablösungen von Traditionen mit dem Wechsel von Systemen, wie sie schon Niklas Luhmann (1987) mit »Sinn-Systemen« beschreibt. Die Schwierigkeit liegt hierbei, die eigenen Praktiken als Routine zu sehen, die einem bestimmten System zugrunde liegen, womit es erst zu einem Hinterfragen selbiger führt. Es liegt nahe, dass jene Systeme weiter praktiziert werden, die von klein auf angelehrt und praktiziert worden sind. Sie werden so lange als selbstverständlich genommen, solange sie ihren Sinn und Zweck erfüllen. Dann werden die Worte der Hüter, Bewahrer, Mittler, der Ältesten, der Schamanen und Priester, Heiler und Magier infrage gestellt. Der Ausbruch aus einem und Einbruch in ein anderes System kommt in Bewegung. Was hier passiert, ist die Verweigerung gegenüber den gestrigen Autoritäten, den Weisen, wie sie Giddens (vgl. ebd. 155-157) bezeichnet. An ihre Stelle sind Experten getreten, die in der Moderne den Bürokraten als Prototyp hatten (nach Max Weber 1972), die eine neue Herrschaftsform absichern. Also ein bürokratischer Apparat, mit all seinen Kontrollen und Lücken. Wesentliche Unterschiede zwischen Tradition und Expertenwissen findet sich in der fehlenden Verankerung, wohingegen die Tradition an Ort und Raum gebunden ist. Das Wissen soll überall angewendet werden können. Daher ist Expertenwissen diskutierbar und somit korrigierbar. Die Vertrauensbildung passiert nicht aufgrund von esoterischem Wissen. Es kommt zu einer Flexibilität durch Reflexivität in Institutionen, womit Alltagsfähigkeiten und Alltagspraktiken einem regelmäßigem Auflösungs- und Ablösungsprozess unterliegen.

Werden dies Prozesse im Zuge der Globalisierungsprozesse betrachtet, so zeigen sich die Einflüsse aus fernen Gegenden, die lokale Gesellschaften, Gemeinschaften, Traditionen in Erklärungsnöte versetzen. Es führt zu einem Umkehrungsprozess dessen, wie Giddens (vgl. ebd. 176) bemerkt, was die Tradition durch die Herrschaft lokal im Stande war – nämlich die Beherrschung von Raum über längere Zeit. Der Zugang zu globalen Wissensströmen, insbesondere im 21. Jahrhundert durch das Internet, ermöglicht die Auflösungs- und Ablösungsprozesse

der Tradition zugunsten neuer. Dieses globale Netzwerk ermöglicht einen schnellen Austausch an verschiedenen Meinungen und Gedanken. Wir können die Erfahrungen anderer sehen, hören und dementsprechend auf die eigene Lebensweise beziehen, sie hinterfragen, prüfen und gegebenenfalls neue Anforderungen an sich und die Gesellschaft stellen. Die bisherigen Traditionen, die lediglich lokal aufzufinden sind, werden in diesem Sinne, in einem globalen Netzwerk, zu einer Vielzahl von alternativen Werten, die miteinander konkurrieren (vgl. ebd. 183). Damit ist nicht das Zeitalter der Enttraditionalisierung unter Globalisierungsprozessen zu verstehen, sondern die Kenntnis, dass es verschiedene Traditionen gibt, die im Sinne der Individualisierung von Menschen angenommen, geprüft und mit der Zeit wieder verworfen werden, und zwar zugunsten anderer.

In den Beschreibungen der Veränderung von Produktionsweisen in den USA, und dem Bruch mit bisherigen Traditionen, greift Richard Sennett (vgl. 2008) auf die Umbrüche in den Arbeitergesellschaften zurück, die sich zwischen zwei oder mehr Generationen konfliktuell abspielen, wenn die eigenen Kinder einen anderen Lebensweg einschlagen, eine andere Biographie aufweisen, sie gestalten. Dazu führt Sennett einige interessante Beispiele an, die er im Laufe seiner Studien sowie Erfahrungen mit Interviewpartnern gemacht hat:

»Ich wußte bereits, daß Rico als Junge unter Enricos Autorität gelitten hatte; er hatte mir erzählt, er habe sich von den kleinkarierten Regeln erdrückt gefühlt, die das Leben des Hausmeisters bestimmten. Nun, da er selber Vater ist, verfolgen ihn modernere Schrecken des Kontrollverlustes, besonders die Furcht, seine Kindern könnten »Mall-Ratten« werden, die nachmittags ziellos auf den Parkplätzen von Einkaufszentren herumhängen, während die Eltern unerreichbar in ihren Büros sitzen« (ebd. 24).

Worauf Sennett verweist, ist einerseits der soziale Aufstieg der Kinder, sofern dies gelingt, der Deutungs- und Verständigungsprobleme zwischen Generationen herbeiführen kann. Denn eigene Ansprüche, wie die Biografie der eigenen Kinder auszusehen hat, heißt einen Konfliktpunkt aus Angst vor Kontrollverlust herbeizuführen. Indem mehr Wissen zur Verfügung steht, bedeutet es auch, so formuliert Ulrich Beck (vgl. 1994b: 469) seine Fortschrittsgleichung in der reflexiven Moderne, dass weniger Kontrolle damit einherzugehen scheint. Sennett erklärt, wie Rico, Inhaber einer Consultingfirma, seine Kinder auf neue gesellschaftliche Anforderungen und Bedürfnisse vorbereiten versucht.

»Aus diesem Grund will er seinem Sohn und seinen Töchtern ein Beispiel an Entschlußkraft und Rechtschaffenheit geben, aber »man kann Kindern nicht einfach sagen, sie sollen so sein«, er muß ihnen ein Beispiel sein. Das objektive Beispiel, das er geben könnte, sein sozialer Aufstieg, ist etwas, das sie als selbstverständlich ansehen, eine Geschichte aus einer Vergangenheit, die nicht die ihre ist, ein abgeschlossenes Kapitel. Seine tiefste Befürchtung ist aber, der Inhalt seiner Arbeit könne für seine Kinder kein Beispiel moralischen Verhaltens abgeben. Die Qualitäten guter Arbeit haben mit den Eigenschaften guten Charakters nichts zu tun« (Sennett 2008: 24).

Damit wird eine Möglichkeit gegeben, aus den gewohnten, elterlichen Rahmensetzungen auszutreten, falls es gewünscht und notwendig ist. Auch wenn dieses Beispiel Recht und Pflicht mit Entschlusskraft und Rechtschaffenheit, einen Weg der Selbstorganisation, Selbstverantwortung, Selbstfindung beabsichtigt, so unterliegt dieser Absicht ein Kontrollzwang, der bezogen auf Becks Fortschrittsgleichung der reflexiven Moderne bedeutet, selbige ins Gegenteil umzukehren – nämlich: Mehr Wissen, mehr Kontrolle. Rico ist, wie Sennett (vgl. ebd. 21) schildert, den Weg in die Selbstständigkeit gegangen aufgrund von Kontrollverlustängsten als Angestellter in einer Firma. Indem die unternehmerische Selbstständigkeit als unabhängig von einer vorgesetzten Person empfunden wird, ist sie eigentlich das genaue Gegenteil davon. Zwar hat die Selbstständigkeit keine vorgesetzte Person in einer Firma, dafür aber Auftragsgeber, die Aufträge erteilen und das Resultat einfordern und bewerten. Was sich hier ändert, ist der Rahmen, der nun als flexibel, lockerer erscheint und empfunden wird. Macht und Zwang bleiben aber auch in der Flexibilität weiterbestehen. Das Ergebnis der Flexibilität ist ein Umbau von Institutionen, wie Sennett (vgl. ebd. 58-60) den Traditionsbruch von Produktionswiesen als Veränderung darstellt und das dahinterstehende Machtsystem skizziert. Was in der Ökonomie auf unternehmerische Rationalisierung zuzugehen vermag, führt nicht nur zu einer Spezialisierung der Produktion, wenn vom heute gängigen Begriff des Outsourcings die Rede ist, sondern in weiterer Folge auch eine Veränderung anderer Systeme. Flexibilität führt zur Auflösung vorgegebener Strukturen durch schrittweise Lockerung. Damit wird Macht konzentriert, ohne dass es zu einer Zentralisierung kommt. Damit soll es möglich sein, in Unternehmen jene Umstrukturierungen zu vollziehen, also Elemente beliebig oft auszutauschen, ohne das andere zerstört werden.

### 1.2.2. Gewinner und Verlierer in postmodernen Gesellschaften

Die Auflösung, Ablösung und Entstehung neuer Lebensformen in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts hat viele Chancen ermöglicht, die jedoch nicht nur positiv, sondern auch negativ ausgehen können. So formuliert Scott Lash (vgl. 1996a) unter den Begriffen ›Reflexivitätsgewinner‹ und ›Reflexivitätsverlierer‹ jene zwei Pole einer Gesellschaft, die sich zurechtgefunden haben und jene, denen dies (noch) nicht gelungen ist, die von den Auflösungs-, Ablösungs- und Neuformierungsprozessen nicht oder weniger profitiert haben. Dabei sieht Lash (vgl. ebd. 226-228) neben der ›nachindustriellen Mittelschicht‹ und der ›qualifizierten Arbeiterklasse‹, eine weitere, dritte Klasse, die ›abqualifizierte Arbeiterklasse‹. Diese dritte Klasse stellt gegenüber den ersten beiden die Reflexivitätsverlierer in postmodernen Gesellschaften. Diese dritte Klasse ist gekennzeichnet durch den Ausschluss von Informations- und Kommunikationsstrukturen.

Lash bezieht sich auf die These von William J. Wilson, der die Entstehung einer Drei-Klassen-Gesellschaft in den USA, im Übergang von der Industrie- zur Informationsproduktion an der Wende zum 21. Jahrhundert skizziert hat. Diese neue, dritte Klasse spürt demnach jene Folgen und Nebenfolgen der reflexiven Moderne, die mit dem Zurückweichen gesellschaftlicher Strukturen (Regeln) und Institutionen (Industriegewerkschaften, sozialstaatliche Einrichtungen, Kirche, die kriselnde Familie) am härtesten spüren. In diesem Fall wird nicht mehr von Individualisierung gesprochen, wie sie etwa Beck und Beck-Gernsheim (vgl. 1994) formuliert haben, sondern von schwachen oder gar fehlenden sozialen Normen, Regeln und Ordnung, womit es zur Entstehung von Jugendbanden oder zu gewalttätigen Auseinandersetzungen zwischen verschiedenen Migrationsgruppen kommen kann. An dieser Stelle bedarf es der Nachfrage, wo die sozialen Normen und Bewegungen bleiben, die es beispielsweise in den fortgeschrittenen kapitalistischen Gesellschaften gab und die mancherorts für Rechte und Werte, Demonstrationen abgehalten und Petitionen durchführt haben? Manuel Castells meint sie im Übergang von einer manuellen Arbeitsorganisation in großen Werken zu einer Informationsökonomie zu finden, die sich in diesem Wandlungsprozess jedoch verloren hat, bzw. die determiniert worden ist. Dies sei auch mit dem Fortschritt in kapitalistischen Gesellschaften begründet, in denen industrielle soziale Bewegungen durch kulturell orientierte soziale Beziehungen abgelöst worden sind. Die Neuordnung gesellschaftlicher Strukturen und Ressourcen werden in neue Machtzentren codiert, die für Castells (1991: 143) »den Prozess der sozialen Kontrolle über Wirtschaftsentwicklung [untergräbt], der die sozialen Bewegungen der industriellen Gesellschaft vertrauten«. Dies führt zu einer defensiven Reaktion sozialer Bewegungen, die, im Übrigen wie Städte, Regionen, Örtlichkeiten auch, sich die neuen Machtimpulse nicht aneignen können, womit sich die Fähigkeit, um breitere, größere gesellschaftliche Projekte umzusetzen, einschränkt. Es ist eine Nebenfolge, die zur Verlangsamung der Herausbildung neuer Akteure beiträgt (vgl. ebd. 142f). Dadurch entfernen sich Gesellschaft und Wirtschaft voneinander, indem ein sozialer Niedergang nicht nur ein Schreckensszenario ist, sondern morgen schon zur Realität werden kann. Die aufgelöste oder gelockerte lokale soziale Bindung (Gemeinschaft), mit der Individualisierung der gesellschaftlichen Bereiche zu einer Vielzahl von Interessen führt, kann nicht von heute auf morgen rückgängig gemacht werden. Das heißt, die einstigen in Narrativen eingebetteten alten Bindungen, können nicht nach Bedarf und Wunsch abgerufen und wieder gespeichert werden. Großgruppendenken und Großparteien werden abgelöst, aufgelöst und die Mitglieder zersplittern in Kleingruppen, die erneut Aushandlungsprozessen untereinander ausgesetzt sind, womit sich erst neue Strukturen herausbilden (müssen).

Die Fragmentierung und Segregation der Gesellschaft ist allerdings nicht mehr national einzugrenzen, sondern nimmt durch vernetzende Medien, eine globale Reichweite ein. So weitet Scott Lash (vgl. 1996a: 227-229) Wilsons These weiter, auf weiße Gettos im britischen Sozialwohnungsgebiet, Osteuropa, Ostdeutschland oder Polen, aus. Hierbei handelt es sich um bildungsschwache bzw. bildungsferne Bevölkerungsschichten. Deren Arbeitsstätten finden sich bspw. in McDonald's Filialen oder Textilfabriken, sind Hausangestellte oder im Verkauf in Einkaufszentren tätig, deren Tätigkeit wenig computergestützt ist. Der Zugang zu Informations- und Kommunikationsstrukturen ist für Lash eine wesentliche Trennlinie in Gesellschaften der reflexiven Moderne, ein Indikator, um mögliche (größere) innergesellschaftliche Konfliktpunkte erkennen zu können. Dies beruht auf veränderten Produktionsweisen und Konsumverhalten, die durch neue Technologien bedingt sind und gleichzeitig neue voraussetzen. Es kommt, wie Lash (vgl. ebd. 209) bemerkt, zu einer Spezialisierung von Konsumation und Produktion, womit Unternehmen auf horizontale Diversifikation der Produktpolitik setzen, um einerseits den Konsumwünschen zu entsprechen – flexibel zu sein. Andererseits wird dadurch die Abhängigkeit von einem oder einiger Produktlinien verringert. Die hier entstehende Flexibilität setzt jedoch laufende Innovation voraus, womit die Produktion aufgeteilt wird in einen zunehmenden wissensintensiven Entwicklungsprozess, in dem sich die Informations- und Kommunikationsstrukturen finden, und einen abnehmenden materiellen Arbeitsprozess; oder einfach gesagt: Planung und Entwicklung sind in einer anderen Preisklasse angesiedelt als es ein kraftintensiver Arbeitsvorgang ist. Lashes Zugang zu Informations- und Kommunikationsstrukturen heißt bei Beck (vgl. 1996b): Wissen und Nicht-Wissen.

Richard Sennett liefert hierzu ein interessantes Beispiel mit griechischen Arbeitern in einer italienischen Bäckerei in der US-Stadt Boston. Er stellt die Bäckerei zweier unterschiedlicher Zeiträume gegenüber und vergleicht die Bedingungen und Prozesse. Die Zeitspanne beträgt hierbei 25 Jahre und verweist im Beispiel auf die Veränderung der Arbeitstradition durch neue Konzepte (Technologie, Flexibilität etc.). Die von Sennett (vgl. 2008: 83f) beschriebenen Tätigkeiten und die harten Arbeitsbedingungen (Lärm, Geruch, Hitze) verweisen auf ihr bildendes Gemeinschaftsgefüge, die Identität der Bäcker, ein Klassenbewusstsein. Mit Hilfe örtlicher Gewerkschaften, wie Sennett schildert, sind die Stellen in der Bäckerei von den Vätern auf die Söhne weitergegeben bzw. vererbt worden. Jedoch trennten sie den Handwerksstolz und das Interesse an der Arbeit, die ihnen als solche keinen Spaß mache. Im Laufe der Jahre wechselten die Besitzer, womit die Bäckerei in den Besitz eines Nahrungsmittelkonzerns übergang. Die Produktionspalette ist erweitert worden, statt italienischem Brot führt das Sortiment ebenfalls Baguettes, Balges etc. Die Arbeitsbedingungen haben sich ebenfalls verändert. Einsatz

von technischen Hilfsmittel hat Lärm, Geruch und Hitze reduziert. Die griechischen Bäcker sind durch Menschen verschiedener Ethnien abgelöst worden. Gearbeitet wird nach flexiblen Arbeitszeiten, die zudem besser auf Bedarf reagieren. Sennett stellte fest, dass sich »in diesem flexiblen High-Tech-Betrieb, wo alles benutzerfreundlich ist, fühlten sich die Arbeitskräfte durch ihre Arbeit persönlich erniedrigt« (ebd. 86f). Sennett führt diesen emotionalen Zustand auf die veränderten Arbeitsabläufe zurück, die die Technologie ermöglicht hat. Die Arbeitsprozesse sind auf einige wenige Handlungen beschränkt. Der Kontakt mit Zutaten und Brot ist durch Maschinen nicht mehr gegeben. Die Arbeitskräfte sind damit programmabhängig geworden, die kein praktisches Wissen besitzen, die austauschbar sind und diese Arbeitsweise, diese Tradition auch selbst verinnerlicht haben. Zudem ist die Abhängigkeit bei Stillstand oder Defekt von anderen, meist externen Technikern gegeben, da die Arbeitskräfte nicht über das notwendige Wissen verfügen, um komplexe Reparaturen vorzunehmen (vgl. ebd. 90f).

Diese Beispiele zeigen die Entwicklungen in einem Bereich der reflexiven Moderne auf, die auf andere umgreifen und sie mitverändern. Die Einführung flexibler Arbeitszeiten hat zwei Pole, die sich in entgegengesetzte Richtungen voneinander wegbewegen. Dabei entstehen Druck und Legitimation überwiegend auf die abqualifizierte Arbeiterklasse, die um schlechter bezahlte Arbeitsplätze global konkurriert. Gleiches gilt allerdings selbst für die qualifizierte Arbeiterklasse, die wegfallenden nationalen Grenzen in supranationalen Zusammenschlüssen (z.B. Europäische Union) Tribut zollen muss, da die Mobilität jener Konkurrenz erleichtert wird, die in einkommensschwächeren Ländern beheimatet ist. Die Verschiebung der Bedeutung nationaler Grenzen passiert hier allerdings zugunsten der Städte, den Global Cities, die nicht nur durch Datenkabel vernetzt sind, sondern sich in einem Verkehrsnetz befinden. Diese Global Cities sind Wirtschaftsmotoren, die im Informationszeitalter nicht mehr der Drei-Sektoren-Hypothese unterliegen, sondern den quartären Wirtschaftssektor, den Informationssektor, für sich entdeckt haben. Unternehmen stellen an diese Städte Standortanforderungen, die Heinz Fassmann (vgl. 2009: 235f) mit einem Produkt- und Regionszyklus beschreibt. Der ökonomische Begriff des Produktlebenszyklus dient hier als Vorbild für ein Erklärungsmodell regionaler Entwicklung. Wobei nur drei der fünf Phasen des Produktlebenszyklus von Fassmann angeführt werden: Anfangsphase, Wachstumsphase und Reifephase. Während Anfangs- und Wachstumsphase für Aufschwung und Weiterentwicklung stehen, erfolgt in der Reifephase das Überleben durch billige Arbeitskräfte und billiges Kapital. Die Wettbewerbsvorteile heißen hier nicht mehr ausgereifte Verfahren, sondern Kostensenkungen und Produktivitätssteigerungen. Die Sättigung und Degeneration ist für Fassmann offensichtlich selbstverständlich, da diese beiden

Phasen nicht explizit genannt werden, sondern sich in der Verlagerung der Produktionsstandorte in ländliche, periphere Regionen oder Billiglohnländer wiederfinden. Es ist also hier eine Flexibilität vorhanden, die sich in gering qualifizierten Arbeitskräften kenntlich macht, da ein fast beliebig oft austauschbarer Vorgang möglich ist. Aber auch der Hoffnungsschimmer in der nachindustriellen Mittelschicht trübt. Denn hier finden sich ähnliche Konkurrenzkämpfe, wie sie die qualifizierte oder abqualifizierte Arbeiterklasse zu führen hat. Flexibilität im Arbeitsalltag hat neue, spezialisierte Formen hervorgebracht (z.B. Outsourcing), das in einer global vernetzten Welt bestimmte Wirtschaftszweige (z.B. IT-Branche) unter enormen Druck setzt. Scott Lash hat hier zu Recht Flexibilität mit ständiger Innovation verbunden; und Innovation ist letztlich eine Verbesserung, eine Veränderung, der Bruch mit bisher angenommenen, gedachten und praktizierten Wissen.

Städtischer Lebensraum in Global Cities nimmt eine Vorreiterrolle ein, die Fassmann (vgl. 2009: 210f) in drei Teilprozesse gliedert. Während im ersten Teilprozess die Raum-Zeit-Konvergenz die Distanzen der Kommunikation auflöst, indem billige Verkehrsmöglichkeiten und neue Informations- und Kommunikationstechnologien eingesetzt werden, ist der zweite Teilprozess, die Deregulierung der Märkte, auf Marktöffnung und Zurückdrängung des Nationalstaats bezogen. Die globale Produktion und lokale Verteilung, wie Castells (vgl. 2001: 390) Globalisierung beschreibt, löst dabei einen Wettkampf um Wettbewerbsvorteile aus, die auf Kostensenkung und Produktionssteigerung aus sind, und zwar auf globalem Niveau. Der dritte Teilprozess findet sich im politischen Führungsanspruch und Absicherung der Globalisierung durch den Rückzug des Nationalstaates. Daher sind für Fassmann nun die Orte der Entscheidung gleich den strategischen Orten der Globalisierung. Ulrich Beck versteht es in dieser Hinsicht, ein Schreckensszenario zu malen, wenn er Auflösungs- und Ablösungsprozesse bisheriger Lebensformen meint, die weitreichende, weitverwobene »interne Nebenfolgen der Nebenfolgen« bedeuten (Beck1996a: 27). Die Infragestellung bisher angenommener Wahrheiten, Routinen, Praktiken führt zur Erosion von Institutionen, die ein Erwachen auslösen, aus welchem Unsicherheit entsteht, wenn die Information und deren Deutung nicht oder fehlerhaft gegeben ist, aufgrund dieser aber Entscheidungen getroffen werden. Diese Modernisierungsprozesse führen zur Auf- und Ablösung kultureller Voraussetzungen sozialer Klassen, in dem die soziale Unsicherheit durch die Individualisierung »(lebens-)zeitlich, räumlich und sozial zersplittert« wird (ebd. 46). Was in linearen Lebensläufen der einfachen Moderne noch funktionierte, die Beschreibung der Entwicklung mittels Theorien der Großgruppengesellschaften, wie Beck (vgl. ebd. 46) bemerkt, greifen nun nicht mehr. Gesellschaftliche Institutionen geraten unter Druck,

wodurch es aufgrund fehlerhafter Deutung zu falschen Entscheidungen des Familien- und Sozialrechts, der Gewerkschaften, politischer Parteien und anderen Interessensgruppen kommt. Im Denken der einfachen Moderne passiert beim Erreichen von Grenzen, mit Rückgriff auf die (lineare) Rationalisierung, die dem Zweck der Erhaltung dienen soll: »mehr Technik, mehr Märkte usw.« (ebd. 50). Dabei wird das (aktuelle) eigene Risiko, die eigene Unsicherheit räumlich und zeitlich exportiert, jedoch nicht auch gelöst. Auf was die Theorie der reflexiven Modernisierung hinauswill, ist, dass Hinterfragen der eigenen Handlungen und möglicher Nebenfolgen, die dadurch in Gang gesetzt werden. Mit anderen Worten: die Wiederholung, Routine, Ritus, die Reproduktion von Handlung soll hinterfragt werden. Umdenken ist eine Wahloption. Entsprechend geht es nicht um Umverteilung des Risikos oder der Unsicherheit, sondern um den Umgang damit. Hierfür fordert Giddens nicht eine globale Umverteilung, mit der die soziale Ungleichheit zwischen Menschen überwunden wird, sondern »den Benachteiligten Menschen zu vermitteln, selbst handeln zu können« (Giddens 1996b: 335).

#### Fazit

Der Raum, die Räume, die verschiedenen Weltvorstellungen, die wir Menschen wahrnehmen und denken, basieren auf den Möglichkeiten, die wir zur Deutung, (An)Ordnung, Speicherung und Abrufung von Erfahrungen haben. Räume entstehen durch soziale Handlungen und werden durch diese weiter reproduziert. Damit geht einher, dass der Raum permanent verändert wird. Georg Simmels (vgl. 1908) Nebeneinander im Raum wird durch Mobilität zur Gesellschaft, womit entsprechende (An)Ordnungsprozesse stattfinden, die identitätsstiftenden Charakter annehmen. Schließlich sind es wir Menschen, die differenzieren und dadurch benennen. Ein Stein kann nicht von sich sagen, dass er ein Stein ist. Ebenso kann ein fließendes oder stehendes Gewässer nicht von sich sagen, dass es fließt oder steht. In unserem sozialen Handeln liegt das Instrumentarium, Veränderungen zu vollziehen.

## 2. Smarte Lebensräume – Modernisierung im digitalen Zeitalter

Der menschliche Lebensraum ist einem ständigen Wandel ausgesetzt. Im Laufe der Jahrhunderte sind Technologie und Ziele für Menschen spezifischer, effizienter und nachhaltiger geworden. Velerorts entstehen Städte binnen weniger Jahre. Anderswo verschwinden sie in einer ähnlichen Geschwindigkeit. Gründe dafür gibt es viele. Eine wesentliche Gemeinsamkeit für Aufstieg oder Niedergang von Städten sind Arbeitsplätze, die es entweder gibt oder nicht. Beispielhaft für eine rasche Gründung und Aufstieg von Siedlungen und kleinen Städten sind in den USA zu verzeichnen gewesen – mit dem Goldrausch im 19. Jahrhundert. Waren die Goldlager ausgeschöpft, zogen die Menschen weiter auf der Suche nach neuen Lagerstätten. Was von den Siedlungen und Städten übrigblieb, waren aufgelassene Wohnräume, Geschäftslokale und öffentliche Infrastruktur. Im endenden 20. und beginnenden 21. Jahrhundert erleben die US-amerikanischen Industriestädte im Norden ebenfalls eine starke Bevölkerungsabwanderung. Die schwächelnde Autoindustrie hat Millionenstädte wie Detroit um die Hälfte ihrer Bevölkerung schrumpfen lassen. Während einige Städte gegen die Abwanderung kämpfen, finden sich jene Städte im Aufschwung, die Infrastruktur und Wohnraum modernisieren, um die zuziehenden Menschen unterzubringen und versorgen zu können. In einem kleineren Maßstab, wenn wir Gemeinden und Dörfer betrachten, bedeutet der Bevölkerungszuzug in Städten oft den Wegzug eigener Bevölkerung, um die Vorteile von urbanen Lebensräumen nutzen. Auch hier bleibt ein ähnliches Bild zurück, wie es sich in niedergehenden Städten abzeichnet.

In der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts finden sich Bevölkerungszuzug in Städten und die Herausbildung von Ballungsräumen, während auf der anderen Seite dieses Wachstums, der ländliche Lebensraum über Bevölkerungsabnahme klagt. Auch hier finden sich Ursachen in fehlenden Arbeitsplätzen, die ausschlaggebend sind für das Bleiben oder Gehen. Diese Entwicklung wird durch die veränderten menschlichen Lebensformen beschleunigt. Ansprüche und Bedürfnisse haben sich nicht nur gewandelt, sondern sind differenziert, sind kurzlebiger und von Spontanität beeinflusst. Um diesen gerecht zu werden, hat sich die Verwaltung in westlichen Gesellschaften verschiedene Konzepte überlegt, um der Bevölkerungsabnahme entgegenzuwirken. Aktuelle Initiativen sind mit Smart City und Smart Village zu nennen, die nicht nur in westlichen Gesellschaften an Aktualität aufweisen, sondern global vorzufinden sind. In Europa findet sich zudem ein Mittelweg, der die ländlichen Gemeinden in ihrem Überleben unterstützt: die Dorferneuerung. Nun wird es nicht möglich sein, dass alle Konzepte diskutiert werden, die in den jeweiligen Initiativen bisher eingesetzt worden sind. So ein Unterfangen würde den Rahmen dieser Forschungsarbeit sprengen. Daher wird in den folgenden Kapiteln

eine Abgrenzung zw. den Initiativen Smart City, Smart Village und Dorferneuerung vorgenommen werden. Der Fokus liegt allerdings auf der Dorferneuerung in Niederösterreich. Die Dorferneuerung stellt in Niederösterreich eine wesentliche Initiative für die Motivation und Ausrichtung von Dörfern, Gemeinden und selbst Städten, um künftige Herausforderungen entsprechend meistern zu können, dar.

## 2.1. Ländlicher und städtischer Lebensraum

Räume können, wie in den vorangegangenen Kapiteln dargelegt, verschiedene Bedeutungen und Formen haben, die Verschiedenräumlichkeit und Verschiedenzeitlichkeit aufweisen (vgl. Sturm 2000). Räume unterliegen einem konstanten Wandel, einer Veränderung, die auf uns Menschen zurückzuführen ist. Wir verändern Räume, Lebensräume durch unser soziales Handeln und benennen diese auch. Es ist daher an dieser Stelle nötig, die Bedeutung und Vielfältigkeit von Lebensraum in die Betrachtung einzuführen und kurz vorzustellen. Dazu soll die Unterscheidung zwischen ländlichen und städtischen Lebensräumen andiskutiert werden.

Öffentliche Institutionen verwenden beispielsweise statistisch deskriptive Methoden zur Klassifizierung, Identifizierung, Benennung von Lebensraum, wenn es um die Entscheidungsfindung über Vergabe von Fördermittel geht. Dies sei auch damit begründet, dass für eine weiter entfernte Entscheidungsstelle lokale Verhältnisse in bestimmten Zeichen codiert sein sollen, um den Entscheidungsfindungsprozess zu erleichtern und zu beschleunigen. Diese Methoden gewähren ebenfalls einen Vergleich verschiedener Territorien, die sich nach Fläche, Bevölkerung und damit Bevölkerungsdichte unterscheiden. Andererseits ermöglichen vorab festgelegte Zeichen, Prioritäten schneller zu benennen und zu setzen, aber nicht auch zu kennen. Als Beispiel hierfür seien die Europäische Kommission oder die OECD genannt. Beide verfahren nach Bevölkerung je Quadratkilometer und liefern so standardisierte und empirisch nachweisbare Messgrößen. Die ›Stadt-Land Typologie‹ (Urban – Rural Typology) der Europäischen Kommission definiert ländlichen Lebensraum mit weniger als 300 Einwohner je Quadratkilometer (vgl. Statistik Austria 2016: 4). Die ›Typologie nach Regionen‹ (Regional Typology) der OECD (vgl. OECD 2007: 34) berechnet ländlichen Lebensraum mit weniger als 150 Einwohnern je Quadratkilometer (Gesamtfläche). Diese beiden Methoden betrachten ein bestimmtes Merkmal, nämlich die Bevölkerung je Quadratkilometer. Der Geograph Gerhard sieht zudem in der Gemeindegröße, »das klassische und statistisch eindeutige Verfahren zur Abgrenzung ländlicher und städtischer Siedlungen« (Henkel 1993: 27). Die Schwierigkeit bei solchen Methoden liegt allerdings darin, dass soziales Handeln nicht erfasst wird. Dafür sind sie für statistische

Zwecke sehr nützlich. Der Raum wird allerdings in seiner Bedeutung für den Menschen durch das soziale Handeln zu Raum, der entsprechende Beschreibung erfährt.

Erst durch den Wahrnehmungs- und Aneignungsprozess, also Anordnung, Deutung, Zuschreibung von Erfahrungen, kommt es zu einer so und/oder nicht anders Wahrnehmung, Empfindung, Beschreibung von Raum. Dazu verweist Bernd Hamm (vgl. 1982: 21) zu Recht auf die besondere Rolle der Alltagssprache, die ein bestimmtes Verständnis von ›Land‹ und ›Stadt‹ konstruiert. Dieses soll allerdings nicht unreflektiert in wissenschaftliche Arbeiten mittransportiert oder übernommen werden. Zu leichtfertig kann hier Platz für verschiedene Assoziationen gegeben werden. So definiert die OECD ländlichen Raum, verweist allerdings darauf, dass es um keine klare Definition gehe, sondern um eine Typisierung, in der es um Häufigkeit bestimmter Situationen, Ressourcen und Problem geht.

»Ländliche Räume umfassen die Menschen, das Land und andere Ressourcen der offenen Landschaft und kleiner Siedlungen außerhalb des unmittelbaren wirtschaftlichen Einflusses größerer städtischer Zentren. Ländlich ist ein räumliches Konzept. Es ist nicht begrenzt auf irgend eine bestimmte Art der Landnutzung, einen Grad der wirtschaftlichen Entwicklung oder einen wirtschaftlichen Sektor« (OECD 1993; zit. n. Heintel 1998: 212).

Die Abgrenzung beider Begriffe führt, abhängig von Raum und Disziplin, zu unterschiedlichen Definitionen. Herbert Kötter, Agrar- und Wirtschaftssoziologe, und Hans-Joachim Krekeler, Raumplaner, definieren bspw. ›ländlich‹ durch:

»Die kleine Gemeinde, geringe Bevölkerungsdichte, Dominanz der landwirtschaftlichen Tätigkeit, natürliche Umgebung, Homogenität der Bevölkerung, geringe Stratifikation und Mobilität, Dominanz personaler und informeller Sozialbeziehungen. ‚Städtisch‘ bedeutet: große Siedlungseinheiten, hohe Bevölkerungsdichte, fast ausschließlich nichtlandwirtschaftliche Tätigkeit, Naturferne, Heterogenität der Bevölkerung, starke Stratifizierung und Mobilität, formale sekundäre Sozialbeziehungen« (Kötter/Krekeler 1977; zit. n. Hamm 1982: 13).

Diese beiden aufgeführten Definitionen zeigen bereits unterschiedliche Zugänge zu Räumen. In der zweiten Hälfte des 20. und zu Beginn des 21. Jahrhunderts werden soziale Handlungsweisen schwieriger einzugrenzen entlang einer alltagsprachlichen Land-Stadt Dichotomie einzugrenzen. Diese Dichotomie ist allerdings kein Phänomen des noch jungen 21. oder des 20. Jahrhunderts, sondern findet sich bereits in Babylon vor 4.500 Jahren wieder, indem, wie Eva Cancik-Kirschbaum anhand Reliefs schlussfolgert, das Stadtbild als geordnet dem Kosmos gleichzustellen versucht worden ist, dessen gegenüber die »ungeordnete, chaotische Steppe« (vgl. Cancik-Kirschbaum 2005; zit. n. Löw et al. 2008: 15) war. Was sich hier bemerken lässt, ist nicht nur eine Dichotomie zwischen zwei Lebensräumen, sondern auch eine negativ konnotierte Zuschreibung für alles, was sich außerhalb der städtischen Ordnung befindet. Diese Betrachtungsweise zeigt sich ebenfalls in der Gegenwart. Doch schwindet die Wahrnehmung ländlicher und städtischer Lebensräume mit der steigenden Mobilität, indem Distanzen (scheinbar)

aufgehoben werden. Ulrich Beck und Elisabeth Beck-Gernsheim (1994) verweisen auf Unterschiede zwischen Lebensräumen, indem sie den Bezug zu den Lebensstilen und Familienformen herstellen. Die hier empirisch feststellbaren Individualisierungsgrade können gewiss als Messgrößen herangezogen werden, doch tragen städtische Räume über Massenmedien ihren Lebensstil »bis in die Wohnstube im Dorf« hinein (Beck/Beck-Gernsheim 1994: 16), womit es zur schrittweisen Urbanisierung selbiger kommt. Es ist ein Zustand, der Klassifizierung und somit Trennung von Lebensraum zusätzlich erschwert. Diesen Wandel formuliert Vilém Flusser (vgl. 1991: 22) dramatisch, in dem er die Kommunikationsrevolution für das Niederreißen der (symbolischen) Stadtmauern verantwortlich sieht, womit es zu einem Wandel ländlicher und städtische Siedlungsformen kommt, die nicht mehr deutlich durch Lebensformen unterschieden werden können. Die Mauer ist jedoch nicht nur ein Symbol, sondern war bis in die Neuzeit auch eine physische Trennlinie zwischen der Stadt und all dem, was sich außerhalb befand. Der Ausspruch »Stadtluft macht frei« gehört in eine Zeit, in der die Freiheit hinter den Stadtmauern vermutet worden ist, obwohl, wie Cay Lienau (vgl. 2000: 148) anmerkt, die Stadtmauern lediglich andere Verpflichtungen der Wohnbevölkerung abverlangte, womit der Glaube von Freiheit lediglich in der bäuerlichen Bevölkerung vorgeherrscht hat. Indem die Stadtmauern verschwanden, veränderte sich auch die Beziehung zwischen Land und Stadt. Der bayrische Politiker Georg Ludwig von Maurer hat dazu in den 1860er Jahren eine interessante These formuliert: »*Bürger und Bauer scheidet nichts als die Mauer*« (Maurer 1865/6; zit. n. Lienau 2000: 148). Die technologischen und sozioökonomischen Entwicklungen und Veränderungen bringen u.a. Flusser (vgl. 1991: 20) dazu, sich in prophetischer Manier zu äußern und das Verschwinden der Städte vorherzusagen. Dabei darf nicht sofort schlussgefolgert werden, dass es zu einer allumfassenden Aufwertung weniger besiedelter Lebensräume kommt. Walter Zingg (vgl. 1983; in: Heintel 1998: 221) verweist darauf, dass sich die Lebensbedingungen im ländlichen Raum allgemeiner verbessern, doch bleibt die Diskrepanz zu Verdichtungsgebieten. Die Dichotomie zwischen Land und Stadt bleibt weiterhin »sichtbarer Ausdruck der sozialen Ungleichheit« (ebd.). Diese lässt sich am öffentlichen Verkehr, Bildungsangebot, Gesundheitseinrichtungen oder Freizeitangeboten beobachten.

In ihren Forschungen zur Raumsoziologie und Stadtsoziologie verweist Martina Löw (vgl. 2010: 32f) auf die heute nicht mehr relevanten Merkmale Produktions-, Reproduktions- und Herrschaftssysteme, auf die Hartmut Häußermann und Walter Siebel (1978) hinweisen. Diese Merkmale trugen zur Unterscheidung zwischen Städten sowie zwischen Land und Stadt bei. Löw argumentiert mit den Untersuchungen von Nicole Schneider und Anette Spellerberg (1999) in Westdeutschland, in denen Kulturformen zu einer möglichen Disparität beitragen

können. Für Henkel (vgl. 1993: 25) ist ländlicher Raum ein Kulturbegriff und synthetischer Begriff zugleich, wird aber auch auf ländliche Siedlungen und Dörfer ausgedehnt. Diese Räume weisen eine entsprechende Zahl an überregional gleichen, ähnlichen und zugleich unterschiedlichen, zeitlich wandelnden Merkmale und Komplexe auf. Damit sind sie entlang einiger Merkmale gleich, behalten aber weiterhin ihre Einmaligkeit und Unverwechselbarkeit. Der soziale Handlungsraum ländlicher Lebensräume ist ebenfalls für Henkel (vgl. ebd. 27) wichtig, wo Naturnähe gegeben und für die Land- und Forstwirtschaft prägend ist, eine niedrige Bevölkerungs- und Bebauungsdichte vorzufinden ist. Die Zentralität der Orte ist weniger wichtig. Dafür ist eine höhere Dichte der zwischenmenschlichen Bindungen gegeben. In westlichen Staaten und ihren Gesellschaften ist spätestens mit der Veränderung des Agrarwesens seit den 1960er Jahren sichtbar geworden, dass der ländliche Raum dieses Merkmal schrittweise verliert. In Österreich zeigen die Veränderungen in der Land- und Forstwirtschaft zw. den Jahren 1980 und 2013, dass die bewirtschaftete Betriebsfläche in Hektar (ha) gestiegen ist, während die Anzahl an Betrieben und Arbeitskräften abgenommen hat (Abb. 3.).

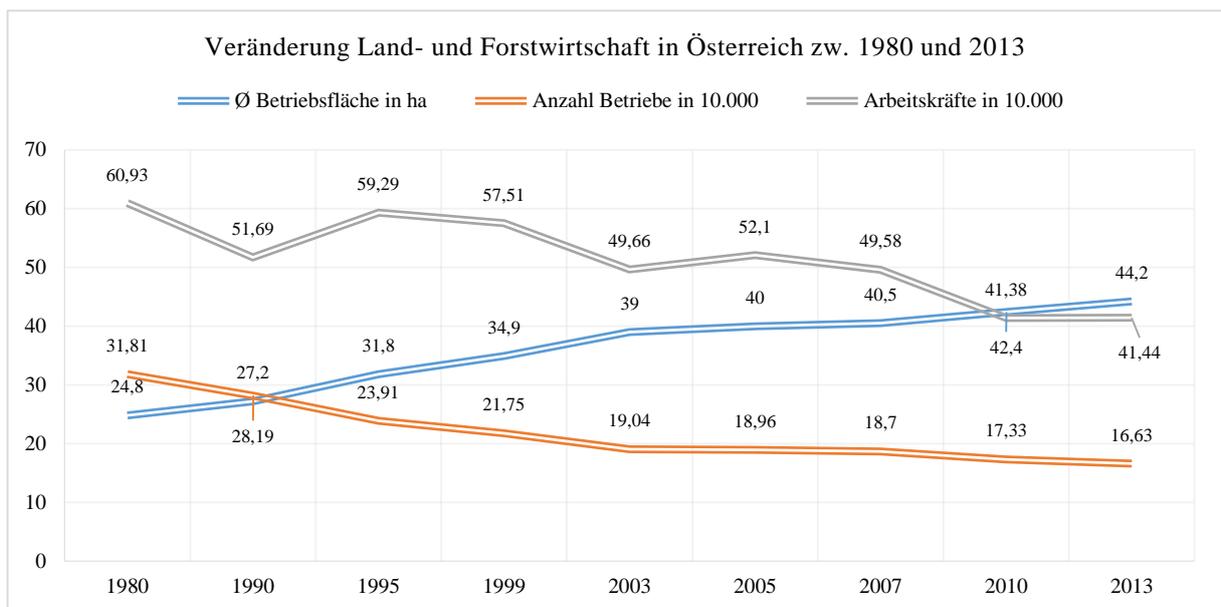


Abb. 3. Veränderung der Land- und Forstwirtschaft in Österreich zw. den Jahren 1980 und 2013 (Quelle: Statistik Austria).

Der Wandel, der sich in ländlichen und städtischen Lebensräumen abzeichnet, wird zwar durch neue Technologien beschleunigt, gründe allerdings auf den zwischenmenschlichen Beziehungen, die sich ebenfalls im Austausch von Gütern und Dienstleistungen finden lassen. Die Wanderungsbewegungen kommen zudem hinzu, womit es zu einem regen Austausch vor Ort kommt. Dem ländlichen Lebensraum, wie Henkel (vgl. 1993: 31) darauf hinweist, ist das Dorf im öffentlichen Sprachgebrauch zugewiesen worden, während die Stadt für städtischen Lebensraum steht. Dabei geht es nicht nur um die Bevölkerung, Einrichtungen und Dienstleistungen, sondern auch um das Verständnis der sozialen Beziehungen im Sinne einer Gemeinschaft, wie

sie der Agrarwissenschaftler Erwin Zillenbiller zusammenfasst, als soziale Kriterien: »individuelles Wohnen, Nachbarschaftshilfe, Altenpflege, Bekannten- und Verwandtenhilfe, intensives Vereinsleben und den engen Verbund der Generationen« (Zillenbiller 1980; zit. n. Henkel 1993: 29).

Für den städtischen Lebensraum sieht Heinz Fassmann (vgl. 2009: 46) die Urbanität als Schlüsselkategorie der soziologischen Stadtdefinition. Städtischer Lebensraum weist dabei drei Dimensionen auf: Anonymität, Toleranz und Gleichgültigkeit sowie gesellschaftliche Differenzierung. Ausschlaggebend hierfür ist jedoch die Bevölkerungsdichte, wodurch sich eine Vielfalt an Lebensstilen ergibt. Aufgrund eines stärker strukturierten Alltags und Bevölkerungszahl werden die Beziehungen zwischen Individuen schwächer, womit Einstellungen wie Gleichgültigkeit und Anonymität entstehen können. Fassmann (vgl. ebd. 47) verweist hierbei auf die Entstehung neuer kultureller Verhaltensweisen, die die Stadt ermöglicht, womit es zu einem Normbruch und den als »normal« definierten Lebenslauf kommt. Das heißt aber auch, dass eine geringere Bevölkerungsdichte gerade aufgrund der Intimität der Bekanntschaft eine Dominanz hervorbringt, die auf face-to-face Kommunikation beruht und gleiche Erfahrungen gegeben sind. Für den Soziologen Louis Wirth reduziert sich der Begriff Stadt auf einige wenige Merkmale: »Für soziologische Zwecke kann die Stadt definiert werden als eine relativ große, dicht besiedelte und dauerhafte Niederlassung gesellschaftlich heterogener Individuen« (Wirth 1974, orig. 1938; zit. n. Löw 2001 46). Dazu bemerken Löw et al. (vgl. 2008: 11) zu Recht, dass Wirths Merkmale zu wenig Aussagekraft haben, da sich Länder u.a. durch Bevölkerungszahl und territoriale Aufteilung unterscheiden. Die Wahrnehmung einer Stadt als wirtschaftliches oder kulturelles Zentrum einer Region oder eines Staates hängt daher nicht von ihrer Größe ab, sondern von ihrer sozialen Bedeutung. Städte weisen, wie der Stadtplaner Kevin Lynch (vgl. 2001, orig. 1960, in: Löw et al. 2008: 13) bemerkt, ein Image auf, das zur Komplexitätsreduzierung dient und ein verdichtetes Bild vermittelt. Ein Beispiel dafür ist der Wiener Slogan »Wien ist anders«. Ein weiteres Beispiel findet sich mit Jerusalem, das zur »Heiligen Stadt« stigmatisiert worden ist. Für New York lassen sich bspw. zwei bekannte Bezeichnungen finden: »Big Apple« und »die Stadt, die niemals schläft«. Dieses Image kann durch Raumplanung gestaltet und beeinflusst werden. Ähnlichen Weg sind auch Gemeinden gegangen, indem sie untereinander Kooperationen im Sinne von Regionen eingegangen sind.

Eine Region ist nach Dietmar Scholich (1995; zit. n. Heintel 1998: 23): »eine räumliche Einheit [...], die gemeinsame historische, kulturelle und wirtschaftliche Eigenheiten aufweist«. Dies kann für Regionen und Gebiete bedeuten, wie der Rechtswissenschaftler Herbert Schambeck (1994; in: Heintel 1998: 23) anmerkt: »das aus geopolitischer Sicht eine deutliche Einheit

[gebildet wird] oder aber ein Komplex von Gebieten, die ein in sich geschlossenes Gefüge darstellen und deren Bevölkerung durch bestimmte gemeinsame Elemente gekennzeichnet ist, die die daraus resultierenden Eigenschaften bewahren und weiterentwickeln möchten, um kulturellen, sozialen und wirtschaftlichen Fortschritt voranzutreiben«. Der Zusammenschluss zu einer Region, mit dem Ziel, die Ressourcen zu bündeln, wenn es bspw. um die Außenvermarktung im Bereich des Tourismus liegt, gründet für Heintel (vgl. 1998: 24f) auf ›Inhalte‹, womit Projekte und Ideen gemeint sind, die von den Gemeinden gemeinsam getragen werden. Dieses gemeinsame Handeln konstruiert über mittelfristig oder lang eine Identität, die für gemeinsamen Austausch stehen kann. Ein Dorf oder eine Gemeinde kann, erinnern wir uns der vorangegangenen Diskussion der Raumkonzepte, zu verschiedenen, sich überlagernden Regionen gehören. Die territorialen Grenzen, wenn es um Nationalstaaten geht, verlieren hier an Relevanz. Die Vorteile solcher Kooperationen liegen in »Friedenssicherung, Überwindung von Grenzen als Barrieren, kulturelle Vielfalt, Abbau von Nationalismen und auch die Stärkung regionaler Potentiale. [...] bildet gleichermaßen eine Art Koexistenz von Tradition (Lokalem) und Modernem (Globalem)« (ebd. 38).

## 2.2. Das Land-Stadt-Gefälle in Österreich

Mit ›Verstädterung‹ ist überwiegend die Konzentration der Bevölkerung eines Gebietes oder Landes in Städten gemeint, wenn die städtische Bevölkerung schneller zunimmt als die Gesamtbevölkerung (vgl. Hamm 1982: 43). Gründe für die Bevölkerungszunahme in Städten lassen sich viele finden, die ich hier kurz andiskutieren möchte.

Für das Wachsen oder Schrumpfen von Bevölkerung in Gebieten und Ländern sind mitunter natürliche Bevölkerungsbewegungen und Wanderungen verantwortlich. Die natürliche Bevölkerungsbewegung hängt von der Zahl der Lebendgeburten und Sterbefällen ab, die Hamm (vgl. ebd. 88) nach Geschlechtsproportion der Bevölkerung, Altersaufbau und altersspezifischer Fruchtbarkeit ordnet. Hinzu kommen steigendes Heiratsalter, abnehmende Heiratsquote und zunehmende Scheidungshäufigkeit, also Aspekte sozialer Organisation, die die Geburtenziffern rückläufig begünstigen können. Hinzu gesellen sich Methoden der Empfängnisverhütung (vgl. ebd. 175). Wanderungen unterteilt Hamm (vgl. ebd. 90) in Fernwanderungen, hier findet sich internationale und interregionale Migration, und Nahwanderungen, die Umland- und Binnenmigration betreffen. Das Motiv der Fernwanderung lässt sich auf ökonomische Gründe zurückführen, die aus weniger entwickelten in höher entwickelte Regionen wandern. Wanderungsbewegungen, die ihre Ursache in der Flucht vor Kriegen haben, kommen zudem

hinzu. Allgemein ist hier zwischen wirtschaftlich und politisch stabilen und instabilen Gegenden und Ländern zu unterscheiden. Die Nahwanderungen beziehen sich auf Wanderungsströme aus Kernstadtbereichen in die suburbanen Agglomerationsgebiete, die Hans Heuer und Rudolf Schäfer (vgl. 1978; in: Hamm 1982: 93f) auch als ›Stadtflucht‹ bezeichnen, sofern es sich um eine Binnenwanderung von zentralen hin zu peripheren Gebieten handelt. Die Gründe identifiziert Hamm im Wunsch, den eigenen Lebenszyklus zu verändern (Heirat oder Nachwuchs). Die Verschiebung des Wohnortes von der Arbeitsstätte vergrößert gleichzeitig das Pendleraufkommen. Allgemein kann festgehalten werden, dass Wanderungen das Motiv haben, die eigenen oder familiären Lebensbedingungen zu verbessern. Diese Motive fasst der Migrationsforscher Everett S. Lee (vgl. 1966) als Bedingungen zu Push- und Pull-Faktoren zusammen. Push-Faktoren sind am Herkunftsort gegeben, die als negativ bewertet werden. Der Zielort verfügt über Pull-Faktoren, wenn die dortigen Bedingungen als positiv bewertet werden. Das Push-Pull-Modell von Lee lässt sich für die Fern- und Nahwanderung anwenden. In beiden Fällen, so kann gesagt werden, gibt es zwei Seiten, wie Migration wahrgenommen werden kann. Dort, wo Zuzug stattfindet, heißt woanders Wegzug. Dies kann für Orte, wo Menschen wegziehen, einen tiefen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Einschnitt bedeuten. Nicht nur, dass Kaufkraft verloren geht, sondern auch Arbeitskraft. Wanderungen werden durch regionale Entwicklungsgefälle, Niederlassungsfreiheiten und Mobilitätsbereitschaft beeinflusst. Diesen gehen erhoffte Privilegien einher, die der Selbstverwirklichung und gesicherter Grundbedürfnisse entsprechen (vgl. Hamm 1982: 175). Verbunden mit der Informationsbeschaffung und neuen, schnelleren Informationstechnologien, setzt die Wanderung Mobilität und Flexibilität voraus. Wenn es um die Nahwanderung geht, so identifizieren Ulrich Planck und Joachim Ziche (vgl. 1979; in: Hamm 1982: 193) drei Hauptschwierigkeiten, die über Bleiben oder Gehen entscheiden können. Verkehrserschließung, Bildungs- und Gesundheitseinrichtungen gehören zu den Versorgungsproblemen, zudem sind Einkommensprobleme für Ernährung und Wohnung sowie die Beschäftigungslage, die für eine Lebensqualität sprechen, entscheidend, warum ein Lebensraum dem anderen vorgezogen werden kann.

### 2.3. Dorferneuerung, Smart City und Smart Village

Das Verwischen der Abgrenzung zwischen ländlichen und städtischen Lebensraum, insbesondere am Ausgang zum 20. Jahrhundert, das durch eine gesteigerte Mobilität geprägt ist, bringt neue Raumordnungspläne wie die Smart City Initiative zum Vorschein, die den Anfang des 21. Jahrhunderts maßgeblich prägt. Hierbei handelt es sich um die Bündelung von Wissen, um

nachhaltigen, effizienten und innovativen Lebensraum für Menschen zu schaffen. In Mitteleuropa macht sich zudem im deutschen Sprachraum die Initiative der Dorferneuerung in den 1970er Jahren einen Namen. In Österreich entstehen bundesweite Initiativen zur Dorferneuerung, um mittels Bürgerbeteiligung auf lokaler Ebene bedarfsorientiert handeln zu können. Die Veränderung der Produktionsweisen und abnehmende Bedeutung der Arbeitsplätze in Land- und Forstwirtschaft wirkt sich unmittelbar auf Lebensbereiche in ländlichen Gegenden aus, womit sich die Siedlungsstrukturen erneut verändern. Die neuen Siedlungsstrukturen werden nach Henkel (vgl. 1993: 34f) in den hochentwickelten Industrieländern mit verschiedenen Modellen versucht zu erklären, um künftiges Siedlungsverhalten zu prognostizieren.

In den Entwicklungsländern findet sich zudem ein ebenfalls relevanter Begriff mit Smart Village (Projekten), die ebenfalls auf Erhaltung von Lebensraum bedacht sind. In diesem Fall handelt es sich allerdings nicht nur um eine Bevölkerungsabwanderung, wie sie die Dorferneuerung in Mitteleuropa aufzugreifen versucht, sondern zudem um die Bedrohung durch Naturgewalten, die Lebensraum und damit auch Lebensexistenzen zerstören. Smart Village-Projekten geht also eine Entwicklungshilfe einher, die sich in Entwicklungsländern finden lässt. Im deutschsprachigen Raum haben sich Forscher der Hochschule Rhein-Waal in Kleve, Deutschland, der Smart Villages angenommen, um »Lösungen zur Zukunftsfähigkeiten des Landlebens« zu erforschen (smavi.org 2014). Das Forscherteam hat ein erstes Feldlabor in Grieth, einem Ortsteil der deutschen Stadt Kalklar (Nordrhein-Westfalen), errichtet.

Wenn von Initiativen wie Dorferneuerung, Smart City und Smart Village gesprochen wird, dann kann nicht übersehen werden, dass es sich um Modernisierungsprozesse handelt. Die Wichtigkeit von Veränderungen ist entscheidend, um im Wettbewerb mit anderen Lebensräumen zu bestehen. Martina Löw (vgl. 2010: 118) verweist auf die Herausbildung der Stadtimagen- bzw. Stadtmarketingforschung ab der Mitte der 1970er Jahre, die sich in etwa mit der Entstehung der Dorferneuerungsinitiativen in Deutschland und Österreich überschneidet. Dies zeigt nicht nur das Konkurrenzverhältnis zwischen Städten, kleineren Gemeinden oder Dörfern, sondern sie stehen in Konkurrenz zueinander. Dass dieses Kräftemessen ungleich ist, wird rasch bewusst. Die sozioökonomische Ressourcenverteilung von Städten, Gemeinden und Dörfern sind an die Größe der Bevölkerung ausgelegt, die, erinnern wir uns an Kevin Lynchs Image der Städte, die eine entsprechende Atmosphäre vermitteln, nicht nur eine Ungleichheit, sondern ein deutliches Handicap für weniger besiedelte Lebensräume bedeutet.

Die Modernisierung der Städte ist, aus der Sicht eines Konkurrenzdenkens, kein westeuropäisches, europäisches oder allgemein westliches Phänomen, sondern findet global statt. Städte, Gemeinden und Dörfer, sie stellen Akteure, die miteinander agieren und aufeinander

reagieren. Der Zwang, sich um das Bleiben der eigenen Bevölkerung zu bemühen, und gleichzeitig für neue Einwohner und Einwohnerinnen zu werben, um dem Bedarf der Wirtschaft nachzukommen, verlangt von anderen, dass sie Ähnliches tun. Lebensqualität und der Zuzug von Firmen, die neue Arbeitsplätze schaffen, stehen dabei an vorderster Stelle. Die Stadt wird in Szene gesetzt, Einzigartiges wird positioniert, ein Image für Aufschwung soll ein Markenzeichen geben, um sich so von anderen mitwerbenden Akteuren abzuheben (vgl. ebd. 119-121). Zudem findet der Wandel von Städten und Regionen, mit neuen Informationstechnologien, weltweit schneller statt. Menschen können sich rascher informieren, entscheiden sich schneller und zwingen so, dass die Städte in einen beschleunigten Modernisierungs- und Veränderungsprozess treten. Die größeren Ressourcen helfen dabei, wettbewerbsfähig zu bleiben. Doch bringen neue Informationstechnologien auch ihre Nachteile, wie Manuel Castells (vgl. 1991: 139) darauf hinweist, indem die Telekommunikation für Firmen bedeutet, dass sie auch dezentral agieren können. Neue Technologien wirken sich demnach nicht auf gesellschaftliche Verhältnisse und Wohnmuster aus, sondern auf neue räumliche Formen und Prozesse, sowie auf Produktionsbeziehungen. Was also folgt, ist eine Ablösung verschiedener räumlicher Orte durch andere, die auch digital sein können. Ein Beispiel findet sich in Bernd Hamms (vgl. 1982: 146f) Stadtzentrum als Ort der Öffentlichkeit, das, wie der Ortskern in kleinen Gemeinden, die höchste Konzentration von Arbeitsplätzen aufweist. Der Unterschied zur Stadt liegt bei kleinen Gemeinden darin, dass ein Absterben des Ortskerns droht, indem Handwerksläden verschwinden. An deren Stelle treten kleine Geschäfte am Ortsrand auf, die den Lebensmittel- und Gemischtwarenhandel erledigen. In Niederösterreich hat die Dorferneuerungsinitiative (ANÖL 2012: 4) dazu die Ortskernbelebung in die Agenda aufgenommen, um die Bedeutung dieser Begegnungszone zu betonen und zu fördern. Der Ortskern weist eine bunte Mischung verschiedener spezialisierter kleiner Läden auf, und bietet Cafés, Wirtshäuser und Restaurants an. Der Ortskern ist ein Treffpunkt des Sehens und des Gesehen-Werdens.

Die unterschiedlichen Situationen in Entwicklungsländer und in mitteleuropäischen Ländern führen zu unterschiedlichen Konzepten, um auftretende Probleme und künftige Herausforderungen anzugehen. Die Smart Village Initiative verweist auf die Bedrohung, die in Entwicklungsländern durch den Klimawandel droht. Die Smart City Initiative hat dagegen eine andere Größenordnung, wenn es um Bevölkerung, wirtschaftliche Möglichkeiten und Ressourcen geht, um sie mit den anderen beiden Initiativen auf eine gleiche oder ähnliche Stufe zu setzen. Natürlich lassen sich in allen drei Initiativen Überschneidungen finden, wenn beispielsweise die Selbstverantwortung, Selbstinitiative, Selbstorganisation gemeint sind. Ebenfalls finden sich Gemeinsamkeiten mit Nachhaltigkeit, Effizienz und Innovation, um mit Ressourcen

entsprechend umzugehen. Die Smart City Initiative und die NÖ Dorf- und Stadterneuerung beinhalten zudem einen Strategiepunkt, der, wie Scott Lash (vgl. 1996a) fordert, den Zugang zu Informations- und Kommunikationsstrukturen ermöglichen soll. Ulrike Rödiger (vgl. 2015: 66f) verweist in ihrer Untersuchung von Smart Cities Konzepten am Beispiel der Stadt Innsbruck auf die Machine-to-Machine Kommunikation, die zwar auch Menschen in diese Kommunikation einbezieht, doch bleibt es eine Vernetzung verschiedener Gerätetypen und Software, wie das E-Government oder diverse Smartphone Apps, die den Zugang zu Informationen und Daten ermöglicht, um den Alltag in Städten entsprechend bewältigen zu können. Vernetzung von Geräten und Software ist hier der tatsächliche Vorgang, der sich hinter der Errichtung von Informations- und Kommunikationsstrukturen birgt, wenn es um Smart City Konzepte geht. Der Gedanken- und Meinungsaustausch, der zwischen miteinander interagierenden Menschen passiert, spielt hier eine untergeordnete Rolle. Dagegen geht die NÖ Dorf- und Stadterneuerung, zumindest auf dem Papier, einen reflexiven Weg und führt in den Ausführungen zu den Dorferneuerungsrichtlinien 1998, Nr. 8 aus 2012, unter dem inhaltlichen Themenschwerpunkt ›Bildung, Freizeit und Kultur‹, den Zugang zu neuen Medien an (vgl. ANÖL 2012: 4).

#### 2.4. Die NÖ Dorf- und Stadterneuerung

Die NÖ Dorf- und Stadterneuerung gründet auf den gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Entwicklungen des Strukturwandels in den 1960er Jahren. Eine zunehmende Landflucht und sinkende Geburtenrate haben viele Dörfer und Gemeinden in Existenznöte gebracht, die Infrastruktur nicht mehr erhalten zu können. Eine großangelegte Initiative war in den 1960er und 1970er Jahren mit der Gemeindezusammenlegung. Das Bundesland Niederösterreich traf dieser Prozess prozentuell am stärksten, wie Martin Hutter (vgl. 2003: 18) aufzeigt, nämlich 56,7 Prozent der Gemeinden sind aufgelöst und in andere Gemeinden integriert bzw. zu neuen, größeren formiert worden. Im Zuge der Gemeindezusammenlegungsprozesse beginnt das Engagement der Bürger und Bürgerinnen abzunehmen, worauf die Niederösterreichische Landesregierung mit der Dorferneuerungsinitiative eine Antwort gibt, um systematisch dagegenzuwirken. Diese Landesinitiative dient der Bevölkerung auf kommunaler Ebene selbst aktiv zu werden (vgl. Reith et al. 1988: 64). Euphorisch formuliert, ist die Dorferneuerung in Niederösterreich als Antwort auf die lokalen Probleme und Herausforderungen gedacht. Die Bürgerbeteiligung ermöglicht, wie Heintel (vgl. 1998: 78) anmerkt, eine partizipative Planung der wohnhaften Bevölkerung, womit die Gestaltung des Lebensraums nicht zu einem abstrakten Planungs- und Durchführungsprozess wird. Damit rückt auf kommunaler Ebene die kleinste Zelle der Regio-

nalpolitik in den Fokus, die von Vereinen getragen wird. Diese Beteiligungsstruktur wird entsprechend in zwei Akteure unterteilt. Für ländliche Gemeinden und auf Ortsteilebene – der hier vorzufindende Wirkungsbereich ist auf den Ortsteil bzw. die Katastralgemeinde bezogen – findet sich die Dorferneuerung. Die Stadterneuerung findet sich in Stadt- und Marktgemeinden (vgl. Hesik 2002: 49).

Der Gedanke der Dorferneuerung in den 1970er und 1980er Jahren orientiert sich, wie Cay Lienau (vgl. 2000: 217f) bemerkt, an Gerhard Henkels (1979; 1984) Konzept der erhaltenden Dorferneuerung, dem zugrundeliegend ist, dass die individuelle und historisch gewachsene Eigenheit des ländlich dörflichen Lebensraums erhalten bleiben soll. Lienau verweist auf negative Veränderungen hin, die sich auf die Vernichtung überlieferter Bausubstanz beziehen, ausgelöst durch kommunikationsfeindliche Bauvorhaben, womit es zu einer äußerlichen Veränderung der Siedlungsräume gekommen ist. Diese Kritik an der Modernisierung orientiert sich dabei entlang des Verlustes jener umformter Natur und Lebensraums, der als konstruierte Heimat bezeichnet wird. Im Fokus steht der Verlust von Identität und lokaler Identifikation. Die Annahme, dass früher alles besser gewesen ist, also vor der Modernisierung nach städtischem Vorbild, ist jedoch im Geiste des Überlebens durch Veränderung und den Einsatz neuer Technologien, um auf neue Anforderungen und Bedürfnisse reagieren zu können, nicht zielführend. Es mag vielleicht zweckdienlich erscheinen, die Idylle anhand von Narrativen längst vergangener Zeiten zu identifizieren, als die Land- und Forstwirtschaft zu wichtigen Wirtschaftszweigen gehört hat. Die Abnahme alter Kommunikationszentren mag für den Ausenstehenden schmerzhaft sein, der diese Entwicklung beklagt, weil es einen Bruch mit bisherigen Traditionen bedeutet. Eine Kritik dieser Entwicklung formuliert ebenfalls Lienau (vgl. 2000: 219f) auf die negativen Veränderungen, die der sozioökonomischen Wandels bringt. Die Probleme werden dadurch allerdings nicht gelöst oder exportiert, sondern nur kurzfristig in die Zukunft verschoben.

#### 2.4.1. Aufgaben und Ziele der NÖ Dorf- und Stadterneuerung

Die regionalpolitischen Aufgaben und Zielsetzungen der Dorferneuerung in Niederösterreich sieht Heintel in der Ortskernförderung, den kommunikativen Prozessen der Bürgerbeteiligung sowie der Aktivierung regionaler Bevölkerung, dem Transfer von Know-how, den kommunalen Entwicklungsprojekten, der Förderung der Regionalkultur und der Leitbildentwicklung in Klein- und Mittelstädten (vgl. Heintel 2004: 201). Reith et al. unterscheiden noch Begriffe wie Dorfsanierung, Dorfentwicklung oder Ortserneuerung und Dorferneuerung, der im Gegensatz

zu etwa den anderen auch eine soziokulturelle sowie wirtschaftliche Komponente aufweist. Dagegen ist Ortserneuerung als vom agrarisch geprägten Dorf wertfreier Begriff zu sehen. Für sie heißt Dorferneuerung zunächst ein ständiger Prozess der Umwandlung ländlicher Siedlungen, der sich primär baulichen Fragen und Aufgaben widmet. Erst im zweiten Schritt wird die Dorferneuerung auch als gesellschaftliche Aufgabe begriffen (vgl. Reith et al. 1988: 8). Cay Lienau merkt zudem an, dass die Dorferneuerung »im weiteren Sinne alle Maßnahmen zur wirtschaftlichen und kulturellen Strukturverbesserung ländlicher Gemeinden« (Lienau 2000: 216) umfasst.

Die Dorferneuerungsrichtlinien der Niederösterreichischen Landesregierung aus dem Jahr 1998 stellen eine individualisierte Ausrichtung lokaler Akteure als Vereine dar. Diese institutionell geförderte Individualisierung findet sich in der Präambel wieder, die wie folgt lautet: »Die Dorferneuerung in Niederösterreich will die Bewohner des ländlichen Raumes ermutigen, Mitverantwortung für ihren unmittelbaren Lebensraum (Dorf, Kleinregion) zu übernehmen und an dessen Gestaltung und Entwicklung gemeinsam aktiv mitzuarbeiten; die entsprechenden Fähigkeiten der Menschen sollen gefördert, entwickelt und genutzt werden. Eine funktionsfähige Wohn-, Wirtschafts- und Sozialstruktur soll geschaffen, die kulturellen Stärken sollen gefördert, ein verantwortungsvoller Umgang mit den Ressourcen soll gestärkt und das Erscheinungsbild der Dörfer durch eine regionale Baukultur erhalten oder wiederhergestellt werden. Die natürlichen Lebensgrundlagen sollen geschützt und die ökologische Funktionsfähigkeit des Naturraumes verbessert werden. Insgesamt soll eine enge Vernetzung mit den anderen Maßnahmen für die Entwicklung ländlichen Raumes erreicht werden« (ANÖL 1998: 2).

Die Niederösterreichische Landesregierung, als Initiator der Dorferneuerung, ermutigt die Bevölkerung des ländlichen Raumes zu Mitverantwortung für ihren Lebensraum. Diese Ermutigung ist gekoppelt an die Bedingung einer Bürgerbeteiligung, die bereits in der Präambel ein grobes Gerüst für ein späteres Leitbild und Konzept vorgibt, um selbige mit Aufgaben und Zielen auf lokaler Ebene auszufüllen. Ebenfalls ist die Handlungsebene der Dorferneuerungsvereine mit dem Dorf und der Kleinregion ersichtlich, die somit nicht nur auf die Gemeindegrenzen begrenzt ist, sondern auch mit anderen Vereinen und Gemeinden kooperieren können und sollen. Zu unterscheiden sind zudem die beiden Beteiligungsmodelle Dorferneuerung und Stadterneuerung, wie Hesik (2002) zeigt. Zudem wird die Arbeit der Vereine in eine Aktivphase (dauert 4 Jahre, die in Ausnahmefällen um 1 weiteres Jahr verlängert werden kann) und eine Passivphase (dauert 4 Jahre) unterschieden. Die Aktivphase der Vereine wird von der Geschäftsstelle der NÖ Dorf- und Stadterneuerung projektbezogen begleitet und ggf. mit öffentlichen Mitteln gefördert (vgl. ANÖL 2012: 2). Dagegen dient die passive Phase der Evaluierung bisheriger Tätigkeiten, der Bedarfsplanung und der Selbstorganisation, da es in dieser Phase keine öffentlichen Mittel seitens der Geschäftsstelle gibt. Auch wenn die Aktionen eines oder

mehrere Vereine auf eine Kleinregion ausgedehnt sind, bleibt der Fokus auf das einzelne Dorf ausgerichtet, wie es in den Dorferneuerungsrichtlinien von 1998 heißt und weiter ergänzend:

»Als Dorf wird die Einheit der Dorfgemeinschaft (Einzelpersonen und Familien, Gruppen und Vereine, Gesellschaft), Ortschaft und Landschaft (geschlossene Siedlung, Streu- und Einzelsiedlungen und Flur) verstanden. Als Kriterien für die Bestimmung eines Ortes als Gegenstand einer Dorferneuerung sind die Siedlungseinheit, die soziale, kulturelle und wirtschaftliche Einheit, die historische Einheit (ehemals selbstständige Gemeinde), die Katastralgemeinde, die überschaubare Einheit und die Einheit im Bewusstsein der Bewohner heranzuziehen« (ANÖL 1998: 3).

Trotz der regionalen, nationalen und supranationalen Vernetzung (EU-Ebene), die die NÖ Dorferneuerung aufweist, bleibt einer der wichtigsten Bezugspunkte in der lokalen Verwaltung. Die Dorferneuerungsvereine können demnach nicht ohne in Abstimmung mit der Gemeinde Maßnahmen setzen, weil sie mit den örtlichen Raumordnungsprogramm abgestimmt sein sollen.

Zu den Dorferneuerungsrichtlinien von 1998 sind bisher acht Ausführungen veröffentlicht worden. Die darin festgelegten thematischen und inhaltlichen Schwerpunkte lassen auf die veränderten Anforderungen und Bedürfnisse zurückschließen, von denen zumindest die Niederösterreichische Landesregierung ausgeht, dass sie aktuell bzw. notwendig sind. Eine nähere Bestimmung der thematischen Ausrichtung und ihrer inhaltlichen Schwerpunkte ist erst mit den Ausführungen Nr. 7 aus 2010 vorgenommen worden. Diese dienen den Vereinen sowie der Geschäftsstelle der NÖ Dorf- und Stadterneuerung als Orientierungshilfe bei der Vergabe von Förderungen in der Aktivphase der NÖ Dorf- und Stadterneuerungsvereine. Die zu fördernden Dorferneuerungsprojekte sind in querschnittsorientierte Themen und inhaltliche Themenschwerpunkte gegliedert. Um allerdings einen Zugang zu Fördermitteln zu erhalten, ist ein entsprechendes Leitbild notwendig, welches die lokalen Aufgaben und Ziele in der Aktivphase begleitet, indem es als grobes Konzept fungiert. Eine »erfolgreiche« Dorferneuerung beginnt laut Dorferneuerungsrichtlinien 1998 (vgl. 1998: 7f) mit 8 umzusetzenden Schritten, wovon die Erstellung eines Leitbildes zentrale Aufgabe und Ziel ist. Die nachfolgende Tabelle 5. (S. 59) zeigt die Veränderungen (rote Schrift) in der Ausführung zu den Dorferneuerungsrichtlinien 1998 Nr. 7 (2010) zu denen in Nr. 8 (2012):

<b>Ausführungen zu den Dorferneuerungsrichtlinien 1998 Nr. 7 aus 2010</b>	<b>Ausführungen zu den Dorferneuerungsrichtlinien 1998 Nr. 8 aus 2012</b>
Querschnittsorientierte Themen	Querschnittsorientierte Themen
a) Nachhaltigkeit und Zukunft	a) Nachhaltigkeit und Zukunft
b) Bürgerbeteiligung und Identität	b) Bürgerbeteiligung und Identität
c) Kooperation (räumlich, sachlich, strukturell)	c) Kooperation (räumlich, sachlich, strukturell) + Chancengleichheit (Bevölkerungsgruppen)
Inhaltliche Themenschwerpunkte	Inhaltliche Themenschwerpunkte
d) Soziale Aufgaben (Dorfgemeinschaft, Betreuung, benachteiligte Gruppen, Generationen) <ul style="list-style-type: none"> <li>☒ innovative Wege der Kinder- und Altenbetreuung</li> <li>☒ vom Familienverband zum Dorfverband</li> <li>☒ vom innerdörflichen zum interkommunalen Ansatz</li> </ul>	d) Soziale Dorferneuerung (Dorfgemeinschaft, Betreuung, benachteiligte Gruppen, Generationen, ...) <ul style="list-style-type: none"> <li>☒ Kooperation der Generationen</li> <li>☒ vom Familienverband zum Dorfverband</li> <li>☒ vom innerdörflichen zum interkommunalen Ansatz</li> </ul>
e) Bildung und Kultur (Information, Fähigkeiten, Wissensgesellschaft) <ul style="list-style-type: none"> <li>☒ leistungsfähige Internetanschlüsse</li> <li>☒ vielfältige Bildungseinrichtungen und -angebote</li> <li>☒ Bewahrung lokaler Kenntnisse und Fertigkeiten</li> </ul>	e) Bildung, Freizeit und Kultur (Information, Fähigkeiten, Wissensgesellschaft) <ul style="list-style-type: none"> <li>☒ Zugang zu neuen Medien</li> <li>☒ vielfältige Bildungseinrichtungen und -angebote</li> <li>☒ Bewahrung lokaler Kenntnisse und Fertigkeiten</li> </ul>
f) Ökonomie und Ökologie, Klimaschutz (Kreisläufe, Versorgung) <ul style="list-style-type: none"> <li>☒ Vernetzung von Landwirtschaft, Gewerbe und Handwerk</li> <li>☒ Aufbau der lokalen und regionalen Wirtschaftskreisläufe</li> <li>☒ Klimarelevante Maßnahmen</li> </ul>	f) Neue Ökonomie und Ökologie ► (Kreisläufe, Versorgung) <ul style="list-style-type: none"> <li>☒ Vernetzung von Landwirtschaft, Gewerbe und Handwerk</li> <li>☒ Aufbau von lokalen und regionalen Wirtschaftskreisläufen</li> </ul>
g) Siedeln, Bauen und Wohnen (Ortskernbelebungs, Siedlungsentwicklung und -gestaltung) <ul style="list-style-type: none"> <li>☒ Ressourcenschonende Siedlungsentwicklung</li> <li>☒ Ortskernbelebungs</li> <li>☒ Zeitgemäße dörfliche Architektur</li> </ul>	g) Siedeln, Bauen und Wohnen (Ortskernbelebungs, Siedlungsentwicklung und -gestaltung) <ul style="list-style-type: none"> <li>☒ Ressourcenschonende Siedlungsentwicklung</li> <li>☒ Ortskernbelebungs</li> <li>☒ zeitgemäße dörfliche Architektur</li> </ul>
h) Mobilität und Verkehr (Modal-Split, Barrieren abbauen bzw. überwinden) <ul style="list-style-type: none"> <li>☒ Reduzierung des motorisierten Individualverkehrs</li> <li>☒ Ausbau des Öffentlichen Verkehrs und alternativer Verkehrsmittel</li> </ul>	h) Klimaschutz, Mobilität, Umwelt (Energie und Umwelt) <ul style="list-style-type: none"> <li>☒ Klimarelevante Maßnahmen</li> <li>☒ Reduzierung des motorisierten Individualverkehrs (Modal-Split, Barrieren abbauen bzw. überwinden)</li> <li>☒ Ausbau des Öffentlichen Verkehrs und alternativer Verkehrsmittel</li> <li>☒ Stärkung der sanften Mobilität – Alltagsradfahren und zu Fuß gehen</li> </ul>

Tab. 5. Ausführungen zu den Dorferneuerungsrichtlinien 1998 Nr. 7 und Nr. 8 (ANÖL 2010: 4; 2012: 4).

Anhand der aktuellen querschnittsorientierten Themen und inhaltlichen Themenschwerpunkte der NÖ Dorf- und Stadterneuerung (vgl. ANÖL 2012) wird ersichtlich, dass ein breites Spektrum abgedeckt wird, womit ein entsprechender Handlungsspielraum gegeben ist. Veränderungen bei den inhaltlichen Themenschwerpunkten lassen sich bei ›Soziale Aufgaben‹, ›Bildung, Freizeit und Kultur‹, ›Neue Ökonomie und Ökologie‹ und ›Klimaschutz, Mobilität, Umwelt‹ gegenüber den Ausführungen Nr. 7 aus 2010 feststellen. Eine wesentliche Veränderung findet sich dabei in den thematischen Ausrichtungen ›Bildung, Freizeit und Kultur‹. In den Ausführungen Nr. 7 ist noch ein ›leistungsfähiger Internetzugang‹ zu finden. Dieser Punkt ist unter der gleichen thematischen Ausrichtung in den Ausführungen Nr. 8 inzwischen dem ›Zugang zu neuen Medien‹ gewichen.

#### 2.4.2. Die Bedeutung der Bürgerbeteiligung für Gemeinden

Die Bürgerbeteiligung ist ein zentraler Punkt für Gemeinden und ihre Entwicklung, und somit nicht nur für die NÖ Dorf- und Stadterneuerungsvereine wichtig. Dabei geht es nicht letztlich um das Einbringen eigener Arbeitskraft und Arbeitszeit, sondern ebenfalls um die kommunikativen Aspekte, die eine Gesellschaft ausmachen, die ihre Identität konstruieren. Georg Simmel (vgl. 1908: 10) sieht dazu eine Wechselwirkung zwischen Mensch und Umwelt in Kommunikation gegeben, deren Resultat eine Gesellschaft ist. Die hier zugrundeliegende Bedingung ist also Handeln bzw. Interaktion zwischen zwei oder mehr Menschen. Thomas A. Bauer (vgl. Bauer 2014) misst der zwischenmenschlichen Kommunikation eine weiterbildende, weiterentwickelnde und letztlich verändernde Bedeutung bei. Diese verändernde Bedeutung bezieht sich auf die Herausbildung von Arbeitsgruppen, Vereinsstrukturen, Siedlungen und Dörfer bis hin zu Gesellschaften auf kommunaler und globaler Ebene. Entscheidend ist hier die Differenzierung von (kleineren) Teilen oder Teilsystemen zu einem großen Ganzen. In diesem Sinne hat eine Bürgerbeteiligung, wie sie der Präambel der Dorferneuerungsrichtlinien von 1998 zu finden ist (vgl. ANÖL 1998: 2), eine mitverantwortende und mitwirkende, also eine partizipierende Funktion. Sie wird bspw. in Niederösterreich durch die NÖ Dorferneuerung und auf sie einwirkende öffentliche Institutionen angeregt, organisiert und im Planungs- und Umsetzungsprozess beratend unterstützt.

Die Dorferneuerung und in ihr verankerte Bürgerbeteiligung, sehen Reith et al. (vgl. Reith et al. 1988: 64) als Antwort auf abnehmendes Engagement der Bürger und Bürgerinnen in Gemeinden, die den Gemeindezusammenlegungsprozess durchlebt haben. Valentin Kraus (2011) hat in seiner Forschungsarbeit versucht aufzuzeigen, wie die Zufriedenheit und der Aktivierungsgrad in NÖ Dorf- und Stadterneuerungsvereinen in jenen Vereinen aussieht, die zwischen 1. Januar 2008 und 1. Juli 2009 aus der Passivphase, wieder in die Aktivphase eingetreten sind. Dazu finden sich im Untersuchungszeitraum 41 Dorferneuerungsvereine wieder, wovon 6 Vereine (für alle 6 gilt Wiedereinstieg in die Aktivphase) zum qualitativen Teil der Forschungsarbeit (Leitfadeninterviews) gehören. Kraus stellt durch die geführten Interviews fest, dass in keinem der 6 untersuchten Vereine, »die Gemeinde als (versteckter) Initiator für den Wiedereinstieg in die Dorferneuerung ausgemacht werden« konnte (Kraus 2011: 159). Die Bürgerbeteiligung ist laut den Aussagen der qualitativ geführten Leitfadeninterviews, auf ein aktives Zugehen auf Vereinsmitglieder oder Nichtmitglieder in der Gemeinde seitens Vereinsführung zurückzuführen, um diese für eine lokale Aktion zu begeistern (vgl. ebd. 131).

Die laufende Weiterentwicklung der Bürgerbeteiligung gründet auf negativen Erfahrungen mit der »zentralistisch-technokratischen Planung und Territorialentwicklung von oben«

(Schwarz 2003: 77), die sich in der Entwicklung ländlichen Raumes in Niederösterreich ab 1972 zeigt. Die Planung ›von oben‹ (Top-down-Ansatz) hat die Fördermittel in Richtung Problemgebiete transferiert, um die Infrastruktur auszubauen und die regionale Wirtschaft zu fördern. Das Ziel sollte im Abbau der räumlichen Disparitäten in Niederösterreich liegen. Während die infrastrukturelle Mindestversorgung landesweit funktioniert hat, blieben die wirtschaftlichen Erwartungen aus (vgl. ebd. 76f). Es ist ein »demokratiefeindliches Vorgehen« gewesen (Heintel 1998: 31), dass diesem zentralistischen Prinzip angehaftet hat, da diese »wissenschaftliche Objektivität« (ebd.) jene Regionen benachteiligen kann, die keine oder eine weniger wichtige Bedeutung für weiter entfernte Planstellen hat. Es ist ein Raumdenken, das Walter Christaller (1933; zit. n. Heintel 1998: 31) als »naturgesetzliche Organisationsform« bezeichnet, das durchaus für die erste Hälfte des 20. Jahrhunderts sprechen kann. In dieser gesellschaftlichen Entwicklungsphase findet sich der Herrschaftsanspruch zentralstaatlicher Administration, die offenbar höchste Errungenschaft im damaligen Denken. Die Umstrukturierung der Erneuerung und Entwicklung ländlichen Lebensraumes, die Bürger und Bürgerinnen zur Selbstgestaltung ihres Lebensraumes einbindet, bedeutet daher weg von der Zentralisierung und hin zu einer lokalen Gestaltungsmöglichkeit. Dies bedeutet auch, dass Projekte lokal entwickelt werden, die entsprechend den lokalen Bedürfnissen der Bevölkerung adaptiert und optimiert sind, und von einer zentralen Förderstelle finanziert werden können. Martin Hesik (vgl. 2002: 49) sieht die Dorferneuerung als lokale Denk- und Mobilisierungseinheit, in der Funktion eines überparteilichen Bindeglieds zw. Gemeindeführung und Bevölkerung. Durch diese Konstellation soll jener Raum geschaffen werden, um verschiedenen Interessen, Ideen und Perspektiven einzubinden. Mit der Bündelung verschiedener Interessen in eine Vereinsform, ist zudem der rechtliche Status gegeben, abgegrenzt und somit gegenüber anderen Institutionen positioniert. Ein Verein bietet in seinem Wesen ein Netzwerk an internen und externen Akteuren, die eben Individuen und andere Institutionen einbeziehen (können). Ebenfalls finden sich kommunikative Aspekte, die eine Mitgliedschaft in Vereinen vorteilhaft machen. Der Verein wird in diesem Sinne nicht nur ein Teil im Rahmen von Erneuerungs- bzw. Entwicklungsprojekten, sondern zu einem wichtigen Akteur einer Gesellschaft. Die Bedeutung der Vereine in Gemeinden haben Kröhnert et al. versucht empirisch aufzuzeigen, indem sie die Anzahl der Vereine im hessischen Vogelsbergkreis gemessen an der Bevölkerungszahl in den Gemeinden Ostdeutschlands verglichen haben. Ihre Studie über ›Die Zukunft der Dörfer‹ behandelt die Bevölkerungsabwanderung bzw. Bevölkerungsabnahme in Gemeinden, wobei auch hier der Bürgerbeteiligung ein gewichtiger Faktor zukommt. Kröhnert et al. legen damit nahe, dass es einen Zusam-

menhang zw. demographisch stabilen Orten und der Anzahl an Vereinen gibt. Daraus schlussfolgern sie, »je mehr sich die Bewohner für ihre eigenen Belange engagieren, desto stabiler sind ihre Ortschaften« (Kröhnert et al. 2011: 32). Entsprechend kann die Vereinskultur in einer Ortschaft und Gemeinde als ein Indikator der kommunalen Verwaltung dienen, um sich eine grobe Übersicht der Lage vor Ort zu verschaffen, um ggf. entsprechende Maßnahmen und Initiativen zu setzen.

Ein weiteres Konzept innerhalb der Dorferneuerung hat Nadja Nowotny geliefert. Die ›Inneren Dorferneuerung‹, eine theorie- und praxisorientierte Überlegung, die zu einer Steigerung der zwischenmenschlichen Kommunikation führen soll, bezieht psychologische, soziale und kulturelle Aspekte ein. Das Konzept von Nowotny ist eng an die Bürgerbeteiligung gebunden, in der die Informationsvermittlung ein zentrales Anliegen ist. Darin findet sich eine Antwort auf die neuen, postmodernen Lebensformen, um neuen Anforderungen und Bedürfnissen gerecht zu werden: Bewusstseinswandel und Bürgerbeteiligung. Als Gegenstück zur ›Inneren Dorferneuerung‹ wird unter ›Äußere Dorferneuerung‹ jede Maßnahme verstanden, die der Gestaltung der physischen Umwelt zukommt (vgl. Nowotny 1992: 169). Nowotny hat sich in ihren Überlegungen auf die Dorferneuerung im Bundesland Salzburg bezogen, dies mindert jedoch keineswegs die Bedeutung für andere Bundesländer. Ihr Konzept greift damit die eigentliche Idee der Dorferneuerung auf, nämlich die Hilfe zur Selbsthilfe, wie es Reith et al. (vgl. 1988) auf das Konzept der Dorferneuerung in Niederösterreich bezogen haben. Nowotny geht dabei allerdings weiter und fordert ein auf Offenheit und Toleranz geprägtes Gemeinschaftsbewusstsein gegenüber Mitmenschen. Dies soll hauptsächlich durch eine Informationsweitergabe erreicht werden, die über zeitgemäße Medien und Konzepte organisiert wird. Hierbei bezieht sich Nowotny einerseits auf die Medien in den 1990er Jahren, also Postwurfsendungen, Gemeindegemeinschaften, Regionalzeitungen etc., nennt aber auch für Zielgruppen maßgeschneiderte Treffpunkte mit einem Dorfcafé oder einer Kinderdisco (vgl. Nowotny 1992: 170). Entsprechend sieht der Regionalforscher Peter Weichhart die ›Innere Dorferneuerung‹ in Schritten und Strukturen enthalten, die zu Interaktionsprozessen führen und emanzipatorisch wirken soll (vgl. Weichhart 1997: 11). Die Fremdbestimmung soll durch Selbstbestimmung ersetzt werden, womit neue soziale Netzwerke gefördert werden sollen (vgl. ebd. 15). Dementsprechend trägt die ›Innere Dorferneuerung‹ zur Identitätskonstruktion bei, die gerade für den traditionellen ländlichen Lebensraum bisher stand: das Miteinander, die Gemeinschaft, der Zusammenhalt, die Einheit. Nowotny legt damit auch einen Grundstein im Zugang und Vorgehen, für die Nutzung postmoderner Lebensformen. Die Individualisierung wird demnach nicht zum ultimativen Ge-

genspieler der ›Innere Dorferneuerung‹ erklärt, sondern wird in Wahlmöglichkeiten und Interessen als Bereicherung gesehen. Dies komplettiert für Nowotny den Bewusstseinswandel, der eine Bürgerbeteiligung zur Selbstverständlichkeit macht. In diesem Sinne ist die Bürgerbeteiligung als partizipativer Prozess: eine soziale Handlung. Der Bürgerbeteiligung liegt daher eine arbeitsleistende und identitätsstiftende (-konstruierende) Funktion in der Dorferneuerung zugrunde.

## 2.5. Zur Aktualität der NÖ Dorf- und Stadterneuerung

Die Siedlungsweise der Menschen in Niederösterreich hat sich, wie in den anderen Bundesländern auch, seit den 1990er Jahren, aber auch in den 2000er Jahren, verändert. Bereits im Jahr 2014 lebte mehr als die Hälfte der österreichischen Bevölkerung in Gemeinden mit einer Bevölkerungszahl ab 5.000 (vgl. Statistik Austria/Österreicher 2014). In Tabelle 6. ist eine aktuelle Verteilung der NÖ Gemeinden nach Bevölkerung dargestellt.

Die Gründe, warum Menschen wegziehen bzw. zuziehen, ist bereits erläutert worden. Um der Abwanderung in ländlichen Gebieten in Österreich entgegenzuwirken, finden sich in den 1960er und 1970er umfassende Umstrukturierungen, wie es die Gemeindezusammenlegungsprozesse gewesen sind. Die Initiative der Dorferneuerung folgt darauf, um das Bewusstsein der Menschen in den neuen Gemeinden zu stärken. Hinzu kommt, dass die lokal agierenden Vereine der Dorferneuerung, Zugang zu öffentlichen Fördergeldern haben, mit dem Projekte realisiert werden können. In Niederösterreich ist die Dorferneuerung in den 1980er Jahren etabliert worden und weist im November 2016 eine Zahl von 694 aktiven Vereinen<sup>3</sup> auf. Die Projektdatenbank<sup>4</sup> der NÖ Dorf- und Stadterneuerung weist zwischen dem Jahr

Gemeinden Niederösterreich	Gemeindegröße nach Bevölkerung
1	bis 100
19	101 bis 500
88	501 bis 1.000
129	1.001 bis 1.500
101	1.501 bis 2.000
58	2.001 bis 2.500
113	2.501 bis 5.000
39	5.001 bis 10.000
18	10.001 bis 20.000
6	20.001 bis 50.000
1	über 50.000
573	Gemeinden insgesamt

Tab. 6. Gemeindegrößen nach Bevölkerungszahl in Niederösterreich und Österreich im Jahr 2015 (Quelle: Statistik Austria).

<sup>3</sup> Die Datenbank der NÖ.Regional.GmbH weist 847 Vereine der NÖ Dorf- und Stadterneuerung im November 2016 auf. Davon sind 695 Vereine, die einen aktiven Status haben. Ein ›aktiver Status‹ bedeutet, dass ein Verein Zugang zu Förderungen oder Information hat und dass Projekte umgesetzt werden. Ein Auszug der Datenbank ist von Frau Eleonore Greilinger, Administration NÖ.Regional.GmbH, am 7. November 2016 per E-Mail zugesendet worden. Die E-Mail, mit dem genauen Wortlaut, findet sich im Anhang.

<sup>4</sup> Die Projektdatenbank der NÖ Dorf- und Stadterneuerung ist unter <http://80.64.129.135/dus/index.html> aufrufbar. Darin sind all Projekte gelistet, die im Zeitraum von 2004 bis 2015 von den NÖ Dorf- und Stadterneuerungsvereinen durchgeführt worden sind. Jedes Projekt ist gleichzeitig eine Kostenstelle, für die öffentliche Mittel von den Vereinen bezogen worden sind. Da die Projektdatenbank über keine ausführliche Erklärung beinhaltet, wann die Projekte durchgeführt und eingetragen worden sind, ist mit Herrn Konrad Tiefenbacher, Service Freiwillige

2004 und 2015 eine Anzahl von 6.187 Kostenstellen gegenüber den Vereinen auf, die durch öffentliche Mittel des Landes Niederösterreich finanziert worden sind. Diese Kostenstellen sind als Projekte der Vereine zu sehen, die ein Teil der NÖ Dorf- und Stadterneuerung sind. Gleichzeitig spiegeln sie die Aktivitäten der Vereine wider, indem sie nach den inhaltlichen Schwerpunkten der Ausführungen zu den Dorferneuerungsrichtlinien 1998 Nr. 7. und 8. kategorisiert werden. Von den 573 Gemeinden in Niederösterreich haben, nach der Projektdatenbank, 455 Gemeinden an der NÖ Dorf- und Stadterneuerung zwischen den Jahren 2004 und 2015 teilgenommen. Auf den folgenden Seiten werden daher die Projekte der NÖ Dorf- und Stadterneuerungsvereine näher betrachtet, um eine Aussage über die Aktualität dieser Initiative zu geben. Abschließend wird die Implementierung sozialer Medien in die Arbeit den NÖ Dorf- und Stadterneuerungsvereinen betrachtet, da die Ausführungen zu den Dorferneuerungsrichtlinien 1998 Nr. 8 aus dem Jahr 2012 auf den ›Zugang zu Neuen Medien‹, mit einer inhaltlichen Schwerpunktsetzung, hinweisen.

Die Aktivitäten nach Projektanzahl, die die Vereine der NÖ Dorf- und Stadterneuerung aufweisen, haben eine unterschiedliche Intensität. Die Abb. 4. zeigt dazu die Projekte nach Gemeinden insgesamt und nach inhaltlichen Schwerpunkten. Neben den inhaltlichen Schwerpunkten (Tab. 5., S. 59) befinden sich ebenfalls Projekte, die bspw. die Leitbildentwicklung beim Erstestieg und Wiedereinstieg, verschiedene Leistungen und Bürgerservice, Evaluierungen und Planungen einbeziehen. Diese Leistungen konnten nicht einem der fünf inhaltlichen Schwerpunkt zugeordnet werden, sondern sind unter ›Sonstige Projekte‹ zusammengefasst und zu der Gesamtheit an Projekten hinzugezählt.

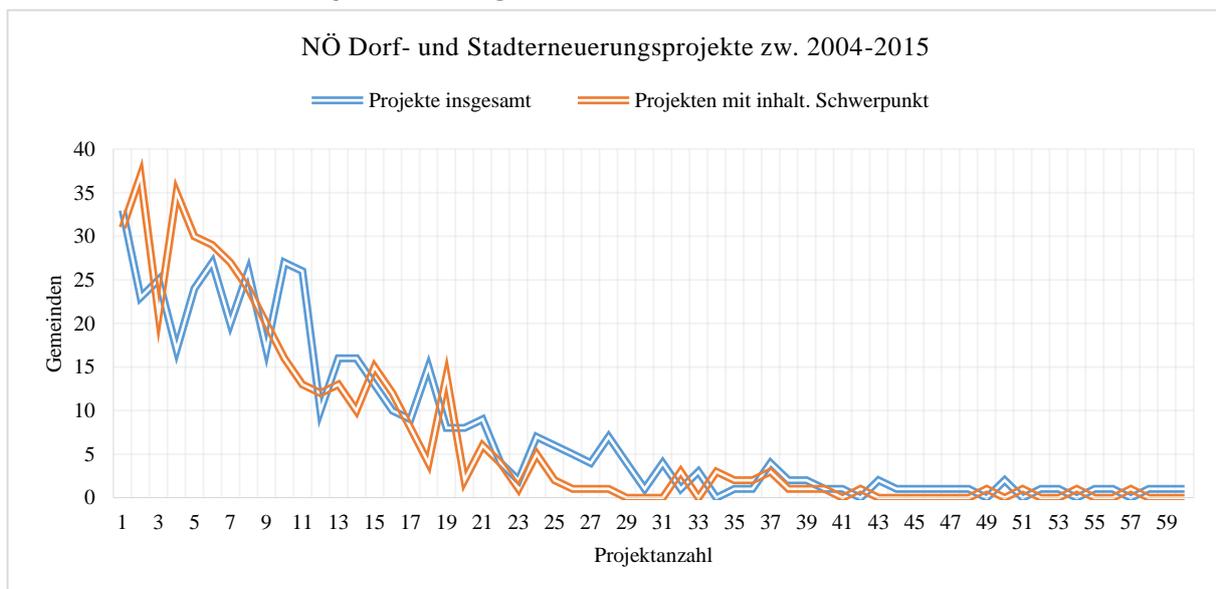


Abb. 4. Anzahl der NÖ Dorf- und Stadterneuerungsprojekte insgesamt und mit inhaltlichem Schwerpunkt nach Gemeindeanzahl zw. 2004 und 2015 (Quelle: Projektdatenbank NÖ Dorf- und Stadterneuerung).

NÖ.Regional.GmbH, per E-Mail Kontakt aufgenommen worden. Seine Erklärung zur Projektdatenbank, die am 8. September 2016 per E-Mail zugesendet worden ist, findet sich im Anhang.

Ersichtlich wird, dass zwischen den Jahren 2004 und 2015 über 30 Vereine je ein Projekt ohne inhaltliche Schwerpunktsetzung sowie ein Projekt mit inhaltlicher Schwerpunktsetzung durchgeführt haben. Dagegen nimmt die Anzahl an Gemeinden, die mehr als 10 Projekte im gleichen Zeitraum durchgeführt haben, deutlich ab. Damit weisen wenige Gemeinden über sehr viele Projekte auf. Gründe für die unterschiedliche Aktivität können verschieden sein. Hinzu kommt die Aktiv- und Passivphase, in der sich die Vereine befinden. Nach einer vierjährigen Aktivphase, in der öffentliche Mittel seitens NÖ.Regional.GmbH den Vereinen für Projekte bereitgestellt werden, tritt eine vierjährige Passivphase ein, in der sich die Vereine selbst organisieren. Andere Gründe können von Anzahl oder zeitlicher Verfügbarkeit der Vereinsmitglieder abhängen. Diese Aspekte sollen jedoch andiskutiert bleiben und nicht weiterverfolgt werden, da sie nicht im Forschungsinteresse liegen.

Eine Typisierung der Gemeinden in Niederösterreich hat Andrea Hutter (vgl. 2012: 79f) durchgeführt, die an der NÖ Dorf- und Stadterneuerung zwischen den Jahren 1999 und 2008 teilgenommen haben. Dabei sind 10 Gemeindetypen anhand von sieben demographischen und sozioökonomischen Entwicklungs- und Strukturindikatoren errechnet worden. Alle sieben Indikatoren weisen nach Hutter einen Zusammenhang mit der Präsenz der Dorferneuerungsvereine und der Anzahl an Projekten in den Gemeinden, im untersuchten Zeitraum, auf. Einige dieser Indikatoren werde ich heranziehen, um die inhaltlichen Projektschwerpunkte der Dorf- und Stadterneuerungsvereine zwischen den Jahren 2004 und 2015 in Relation zu setzen. Allerdings wird entgegen Hutters Indikatoren, die relative Veränderung der Bevölkerung in den Gemeinden zwischen den Jahren 2001 und 2015 einbezogen. Ein vierter Indikator ist die Gemeindegröße, die sich auf die Bevölkerungszahl im Jahr 2015 bezieht. Die Indikatoren in Tabelle 7. sind an die von Hutter (vgl. ebd.) angelehnt.

Gemeindegröße 2015	Wohnbevölkerung im Jahr 2015 nach den Daten von Statistik Austria.
Veränderung der Wohnbevölkerung 2001-2015	Die relative Veränderung der Wohnbevölkerung gibt Aufschluss über Geburtenbilanz und Wanderungsbilanz wieder. Eine Abnahme bzw. Zunahme setzt einen Ausbau bzw. Rückbau der Infrastruktur und wirkt sich auf die Lebensqualität der Menschen aus (vgl. Hutter 2012: 79)
Bevölkerungsdichte 2015	Die Bevölkerungsdichte erlaubt Aussagen über die Abgrenzung zwischen ländlichen und städtischen Räumen (vgl. ebd.)

Tab. 7. Demographische Indikatoren zw. den Jahren 2004 und 2015.

Um eine Überschaubarkeit der finanzierten Projekte nach inhaltlichen Schwerpunkten zu bekommen, werden fünf Gruppierungen der Gemeinden vorgenommen, die sich nach der Projektanzahl orientieren (Tab. 8., S. 66). Die Gruppierung der Projekte lehnt an Hutter (vgl. 2012: 50) an, ist allerdings ausgeweitet worden.

Gruppierung nach Projekten	Gemeinden mit Projekten	Gemeinden nach inhaltlichen Schwerpunkten	Projekte insgesamt	Projekte nach inhaltlichen Schwerpunkten
Gruppe 1: 1 bis 5 Projekte	122	154	342	458
Gruppe 2: 6 bis 10 Projekte	117	116	933	895
Gruppe 3: 11 bis 20 Projekte	131	104	1.928	1.545
Gruppe 4: 21 bis 35 Projekte	57	27	1.496	697
Gruppe 5: > 35 Projekte	28	15	1.488	689

Tab. 8. Gruppierung der Gemeinden nach Projektanzahl mit und ohne inhaltliche Schwerpunkte zwischen 2004 und 2015 (Quelle: Projektdatenbank NÖ Dorf- und Stadterneuerung).

Von den 455 Gemeinden in Niederösterreich, in denen Vereine an der NÖ Dorf- und Stadterneuerung zwischen 2004 und 2015 teilgenommen haben, sind 416 Gemeinden an Projekten mit inhaltlichen Scherpunkten beteiligt gewesen. Gemeinden, die eine Bevölkerung von bis 500 aufweisen, sind bis zu 20 Projekten, die einen inhaltlichen Schwerpunkt haben, beteiligt (Abb. 5.). Dagegen weisen Gemeinden, die eine Bevölkerung zw. 1.001 und 2.500 haben, die höchste Projektbeteiligung auf. Im untersuchten Zeitraum sind 30 Gemeinden mit einer Bevölkerung zw. 1.001 und 1.500 an bis zu 20 Projekten beteiligt. Mit einer Bevölkerung zw. 1.501 und 2.000 kommen 23 Gemeinden auf bis zu 20 Projektbeteiligungen mit inhaltliche Schwerpunkt.

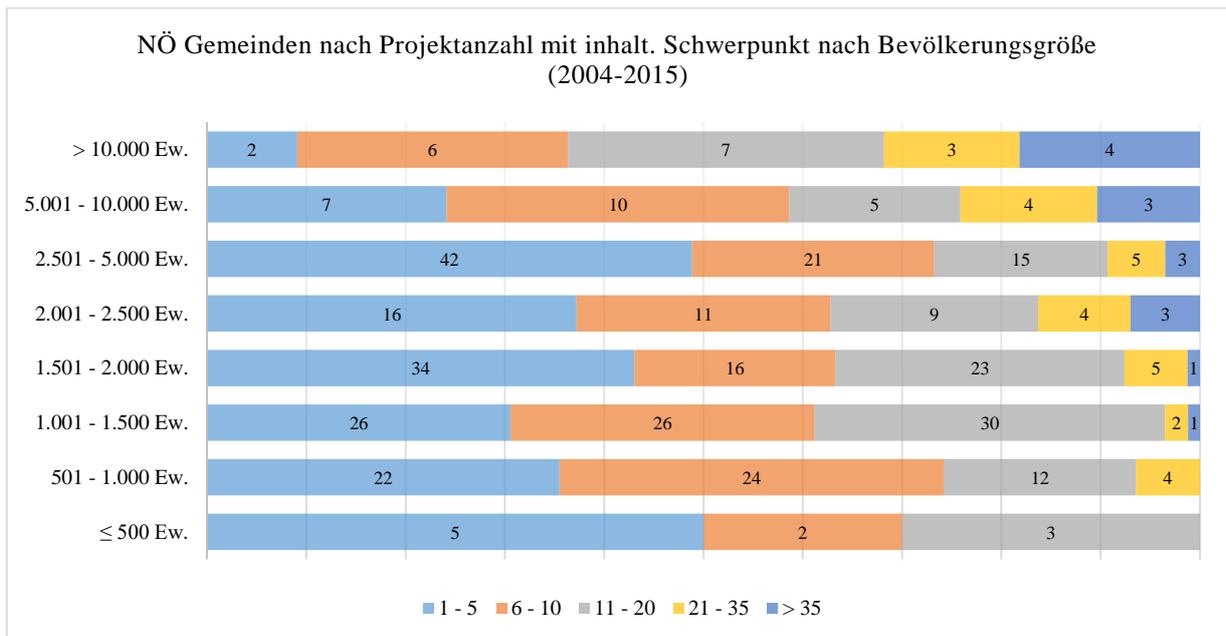


Abb. 5. NÖ Gemeinden nach Projektanzahl mit inhaltlichem Schwerpunkt nach Bevölkerungsgröße (2004-2015) (Quelle: Projektdatenbank NÖ Dorf- und Stadterneuerung).

Bei der Aufteilung nach den fünf inhaltlichen Schwerpunkten weisen, bis auf Gemeinden mit einer Bevölkerung bis 500, alle übrigen einen gleichen Anteil an Projekten der Kategorie ›Soziale Dorferneuerung‹ auf. Die Kategorien ›Bildung, Freizeit, Kultur‹ und ›Siedeln, Bauen, Wohnen‹ weisen die meisten Projekte auf (Abb. 6., S. 67) zu sehen ist. Am wenigsten werden Projekte durchgeführt, die zu den Kategorien ›Ökonomie/Ökologie‹ und ›Klimaschutz, Mobilität, Umwelt‹ gehören. Projekte zu ›Klimaschutz, Mobilität, Umwelt‹ nehmen in Gemeinden

mit niedriger Bevölkerungszahl ab. Dies trifft ebenfalls auf die Kategorie ›Sozialen Dorferneuerung‹ zu, in der sich Projekte auf Errichtung, Erweiterung und Sanierung von Kindertagesstätten, Generationenhäusern, Jugendräumen und Begegnungsräumen (Vereinsräume, Versammlungsräume etc.), Integrationsarbeit, Seniorenbetreuung oder Veranstaltung von Festen beziehen. Die Kategorien ›Bildung, Freizeit, Kultur‹ und ›Siedeln, Bauen, Wohnen‹ weisen vor allem Projekte auf, die Bautätigkeiten (Sanierung alter Häuser, Verschönerung von Grünflächen, Errichtung und Sanierung von Freizeitanlagen und Bildungseinrichtungen etc.) beinhalten.

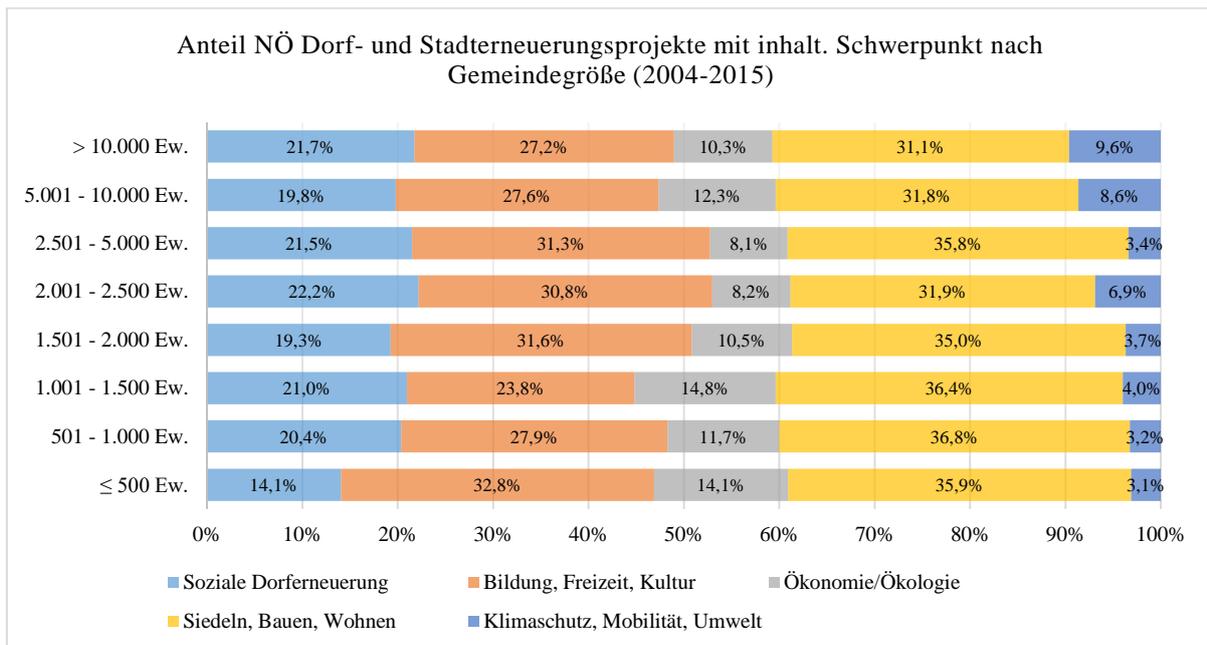


Abb. 6. Anteil NÖ Dorf- und Stadterneuerungsprojekte mit inhaltlichem Schwerpunkt nach Gemeindegröße (2004-2015) (Quelle: Projektdatenbank NÖ Dorf- und Stadterneuerung).

Der Trend einer Dominanz von Projekten, die den Kategorien ›Bildung, Freizeit, Kultur‹ und ›Siedeln, Bauen, Wohnen‹ angehören, bleibt ebenfalls nach Bevölkerungsdichte (Abb. 7. 68) und Bevölkerungsveränderung (Abb. 8., S. 68). Eine Veränderung zeigt die Kategorie ›Soziale Dorferneuerung‹ in Gemeinden, die eine Bevölkerungsabnahme von mehr als -15 Prozent aufweisen, indem diese Projekte mit 9 Prozent am wenigsten vorkommen. Dagegen nehmen sie deutlicher zu in Gemeinden, die eine Bevölkerungszunahme von über 35 Prozent aufweisen, nämlich 31,4 Prozent sind soziale Dorferneuerungsprojekte.

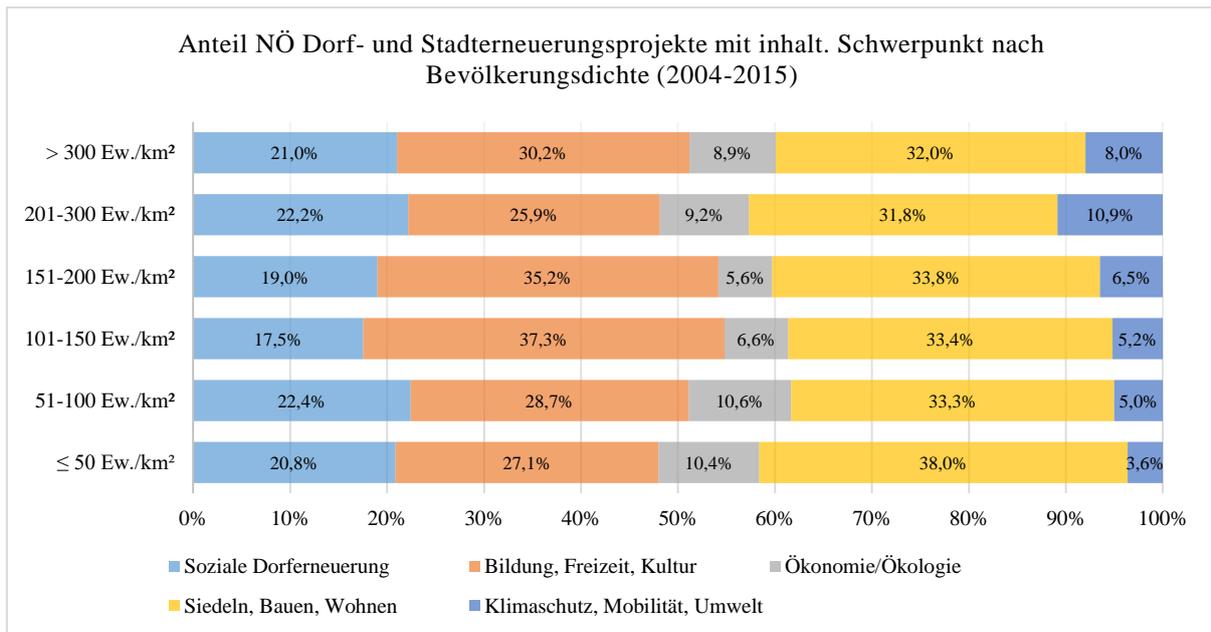


Abb. 7. Anteil Projekte mit inhaltlichem Schwerpunkt nach Bevölkerungsdichte (2004-2015) (Quelle: Projektdatenbank NÖ Dorf- und Stadterneuerung).

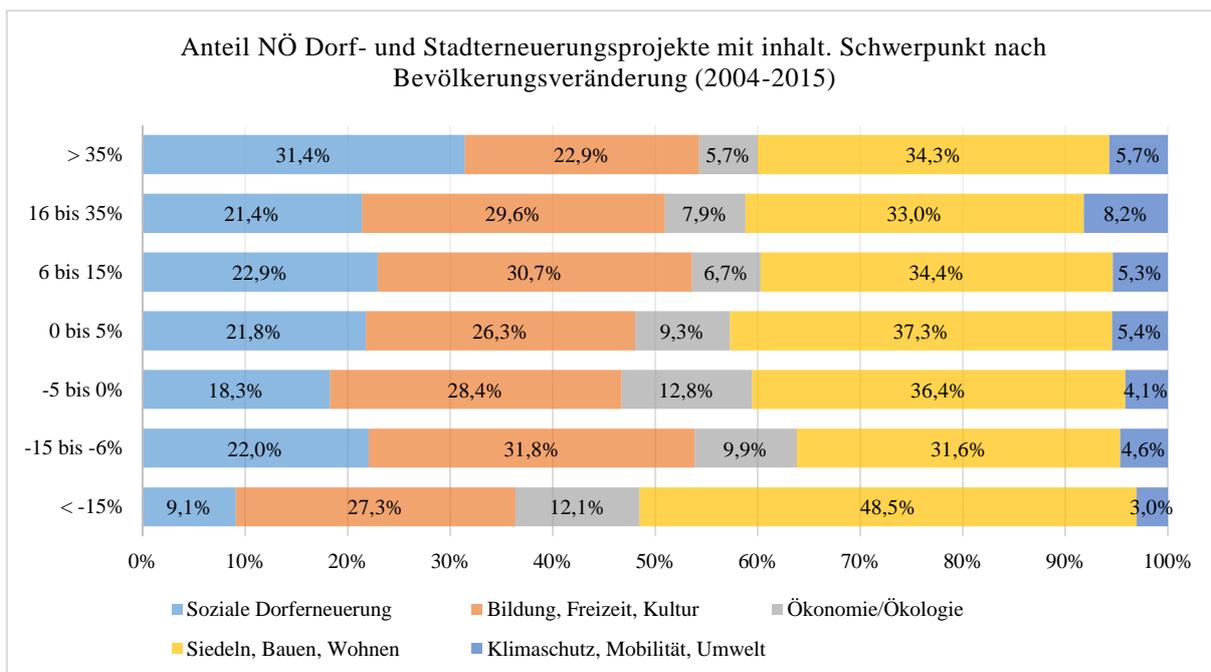


Abb. 8. Anteil Projekte mit inhaltlichem Schwerpunkt nach Bevölkerungsveränderung (2004-2015). Die Bevölkerungsveränderung bezieht sich auf den Zeitraum 2001-2015 (Quelle: Projektdatenbank NÖ Dorf- und Stadterneuerung).

Die Vergleiche zw. verschiedenen Gemeindeindikatoren nach Bevölkerung und den inhaltlichen Projektschwerpunkten zeigen einen Trend, der zu bauintensiven und kostenintensiven Tätigkeiten geht. Es geht also um strukturelle Effekte, die verfolgt werden, wie Reith et al. (1988: 8) anmerken, damit eine »Bremsung der Abwanderung aus dem ländlichen Raum« erreicht wird. Die Projekte richten sich an die Wohn- und damit Lebensqualität der Menschen in Gemeinden und Dörfern. Ökonomische Effekte werden damit nur zum Teil erreicht, da der Anteil an Projekten der Kategorie »Ökonomie/Ökologie« gering ist. Zudem zeigen die Abbildungen.

4. (S. 64), und Abb. 5. (S. 66), dass zwischen 2004 und 2015 mehr als 20 Projekte je Gemeinde selten sind.

Die Zufriedenheit und der Aktivierungsgrad der Bürger und Bürgerinnen im Rahmen der Dorferneuerung in Niederösterreich hat Valentin Kraus (vgl. 2011) im Rahmen seiner Studie an der Universität Wien untersucht. Darin finden sich 41 Dorferneuerungsvereine, die zwischen 1. Januar 2008 und 1. Juli 2009 wieder in die Aktivphase eingestiegen sind. Ein Forschungspunkt bezieht sich auf das Vorhandensein einer Vereinswebseite. Kraus (vgl. ebd. 100f) stellt in Gesprächen mit der NÖ Landesgeschäftsstelle für Dorferneuerung fest, dass das Vorhandensein einer Webseite auf einen ›sehr aktiven‹ Dorferneuerungsverein hinweist, geht jedoch nicht ausführlich auf diese Bewertung ein. Es liegt allerdings nahe, dass eine Vereinswebseite auf das Verständnis zeitgemäßer Medien Rückschlüsse ermöglicht. Von den 41 abgefragten Vereinen wiesen 28 eine Webseite auf. Davon hatten sieben Vereine einen eigenen Raum auf der Gemeindefwebseite (vgl. ebd. 120). Eine Webseite dient zwar als Visitenkarte im Internet, jedoch ist sie im Zeitalter sozialer Medien, ohne diese, nur auf jene Internetnutzer angewiesen, die entweder abseits von sozialen Medien im Internet unterwegs sind oder gezielt nach Dorferneuerungsvereinen und ihren Tätigkeiten suchen. Hinzu kommt die Frage nach dem Aufbau und einer nutzerfreundlichen Bedienung, die nicht nur über PC oder Laptops, sondern auch über Smartphones abrufbar ist und bedient werden kann. Die Kommunikation im Internet wird mittels sozialer Medien auf eine neue Ebene gehoben. Es bedeutet allerdings nicht, dass es ohne soziale Medien zu keiner Verwendung von Webseiten kommt. Denn soziale Medien verfügen, wie andere Medien und Kanäle ebenfalls, über bestimmte Anwendergruppen bzw. Zielgruppen. Wenn im Jahr 2016 3,7 Millionen persönliche Facebook-Profil in Österreich registriert sind (vgl. socialmediaradar.at), dann zeigt dies eine Veränderung der Internetnutzung selbst. In diesem Sinne kann ein ›sehr aktiver‹ Dorferneuerungsverein nicht nur auf das Prädikat einer aktiven Webseite setzen, sondern sucht den Weg, in soziale Medien Fuß zu fassen. Die Projektdatenbank der NÖ Dorf- und Stadterneuerung weist dazu 29 Gemeinden aus, in denen die Vereine, Förderungen für ›leistungsfähige Internetanschlüsse‹ und den ›Zugang zu Neuen Medien‹ erhalten haben. In drei Gemeinden sind je zwei Projekte, in einer drei Projekte durchgeführt worden. Diese Projekte reichen über die Erstellung oder Überarbeitung der Webseite, der Gemeindefwebseite, einer Onlinemediathek oder der Abhaltung von Workshops zu Internet- und Computernutzung bis hin zur Einrichtung von Computerräumen und -plätzen in der Gemeinde. Workshops zur Nutzung von sozialen Medien oder mit diesen verbundenen Projekten, sind in der Projektdatenbank nicht zu finden. Eine Abfrage der 694 NÖ Dorf- und Stadterneuerungs-

vereine in Facebook, die im November 2016 als aktiv geführt werden, ergibt 34 mit einer Facebook-Seite, 12 mit einer Facebook-Gruppe und 12 mit einem persönlichen Facebook-Profil. Eine Untersuchung der Aktivität mittels Veröffentlichungen von allen 58 Vereinskanäle in Facebook, war nicht möglich. Facebook-Seiten, Gruppen und persönliche Profile bieten verschiedene Zugangseinschränkungen, womit eine Einsicht in die Veröffentlichungen erschwert wird. Eine Facebook-Seite hat, gegenüber einem Profil oder einer Gruppe, den Vorteil, dass sie, ist sie einmal online, öffentlich zugänglich ist. Dagegen verstößt die Verwendung von Facebook Profile für Vereins- oder Unternehmenskanäle gegen die Nutzungsrichtlinien von Facebook. Zudem verfügen persönliche Facebook Profile über die Möglichkeit einer Zugangseinschränkung zu den eigenen Veröffentlichungen und Profil Informationen, indem andere Facebook Nutzer zuerst eine ›Freundschaftsbestätigung‹ zusenden müssen, die angenommen bzw. bestätigt werden muss. Diese Möglichkeit lässt sich allerdings durch die Einstellung ›Öffentlich‹ für Veröffentlichungen umgehen. Eine ähnliche Zugangsschwierigkeit bieten Facebook-Gruppe. Der Zugang zu geschlossenen Gruppen wird entweder durch einen Administrator oder, sofern diese Funktion aktiviert ist, durch bereits in der Gruppe vorhandene andere persönliche Profile erteilt. Diese Hürden erschweren eine Prüfung der Veröffentlichungen und Interaktionen in persönlichen Profilen und Gruppen allgemein. Daher bieten sich die 34 Facebook-Seiten der NÖ Dorf- und Stadterneuerungsvereine an, untersucht zu werden.

Die Untersuchung von 34 Facebook-Seiten, die den Vereinen der NÖ Dorf- und Stadterneuerung gehören, bezieht sich auf die Veröffentlichungen als reiner Textstatus oder Einbindung (Bild, Video, Link zu externen Webseite und anderen sozialen Medien, Facebook Events und Facebook Instant Articles) sowie der Teilung von Inhalten, die sich in anderen Facebook Seiten, Gruppen und persönlichen Profilen befinden. Es sind die Veröffentlichungen der 34 Facebook-Seiten zwischen dem 1. September 2016 und 31. Oktober 2016 gesammelt worden. Eine Inhaltsanalyse der veröffentlichten Inhalte ist nicht beabsichtigt gewesen, und ist entsprechend nicht durchgeführt worden. Von den 34 untersuchten Facebook-Seiten weisen im Untersuchungszeitraum 26 Veröffentlichungen auf. Die Ermittlung ›der‹ Aktivität eines Vereins in Facebook obliegt nicht nur der Feststellung, ob eine Präsenz vorhanden ist oder nicht, sondern hängt ebenfalls davon ab, in welchem Ausmaß kommuniziert wird. Dazu wird die Anzahl an Tagen im Untersuchungszeitraum genommen, also 61 Tage, und durch sieben Tage dividiert, um die Anzahl an Veröffentlichungen zu erhalten, die als Mindestmaß genommen werden, um eine Seite als ›aktiver‹ gegenüber anderen zu bewerten. Dieses Mindestmaß beträgt (gerundet) neun Veröffentlichungen. In der Tabelle 9. (S. 71) sind die 26 Vereine nach Anzahl

der Veröffentlichungen gereiht, die im Untersuchungszeitraum aktiv gewesen sind. Davon weisen fünf Vereine eine aktivere Präsenz in Facebook gegenüber den anderen 21 auf. Von den 26 Vereinen haben ebenfalls neun eine aktive Vereinswebseite. Dies zeigt, dass eine aktive Webseite nicht darauf hinweist, ob eine Affinität zu sozialen Medien besteht, wie es Facebook ist.

Gemeinde	Verein	Fans (10.11.2016)	Veröffentli- chungen
Kapelln	DEV Kapelln	36	37
Wimpassing im Schwarzatale	Wimpassing Kulturverein	162	12
St. Valentin	Wir Haager!	234	10
Guntramsdorf	Lebensqualität in Guntramsdorf	190	10
St. Andrä-Wördern	DEV Hadersfeld	21	9
Waldegg	DEV Gemeinde Waldegg	595	7
Wang	Club "Schöneres Wang"	273	6
Mannsdorf an der Donau	DEV Mannsdorf	30	6
Markt Piesting	Dorferneuerungs- u. Verschönerungsverein Markt Piesting	169	5
St. Andrä-Wördern	DEV Kirchbach im Wienerwald	75	5
Götzendorf an der Leitha	G + P aktiv Götzendorf und Pischelsdorf	25	5
Hollabrunn	DEV Magersdorf	144	4
Tulln an der Donau	DEV Langenlebern	256	3
Ardagger	Dorferneuerung Ardagger-Markt	123	3
Ruprechtshofen	Club Ruprechtshofen	92	3
Absdorf	Kultur- und Verschönerungsverein Absdorf	44	3
Reingers	Dorferneuerung Hirschenschlag	35	3
Muckendorf-Wipfing	DEV Muckendorf	2	3
St. Egyden am Steinfeld	Dorferneuerung Neusiedl/Stf.	118	2
Natschbach-Loipersbach	Natschbach-Loipersbach-Lindgrub Trio Aktiv	118	2
Breitenstein	DEV Breitenstein	96	2
Hollabrunn	DEV Oberfellabrunn	74	2
Auersthal	DEV Auersthal	247	1
Reisenberg	Reisenberg 2000	169	1
Ardagger	Kulturkreis Stephanshart	140	1
Retz	DEV Altstadt Retz	136	1

Tab. 9. NÖ Dorf- und Stadterneuerungsvereine mit aktiver Präsenz in Facebook (September-Oktober 2016). Die Abkürzung ›DEV‹ steht für Dorferneuerungsverein.

## Fazit

Die Dorferneuerung stellt mit der Bürgerbeteiligung eine Anweisung und Anleitung für die Selbstorganisation der Menschen, auf lokaler Ebene, dar. Bei der NÖ Dorf- und Stadterneuerung zeigt sich dies in der Präambel der Dorferneuerungsrichtlinien 1998, in den Grundsätzen der Dorferneuerungsrichtlinien und in den bisherigen acht Ausführungen. Das Prinzip ist nachvollziehbar und dient einer Erziehung der Bevölkerung zur Eigenverantwortung.

In Niederösterreich kam die Dorferneuerung als Landesinitiative nach den Gemeindefusionsprozessen in den 1960er und 1970er Jahren, nachdem das lokale Engagement und die Identifizierung mit den neuen Gemeinden nachließen. Hinzu kommt die Bevölkerungswanderung aus dem ländlichen Raum in Richtung städtischen Raum. Die eingangs aufgestellten

**Hypothesen zur 1. und 2. Forschungsfragen, konnten beide nicht verifiziert werden.** Gemeinden mit niedriger Bevölkerungszahl realisieren nicht gleich mehr Projekte, die zur ›Sozialen Dorferneuerung‹ gezählt werden. Diese Entwicklung verdeutlicht sich ebenfalls in Gemeinden, die von Bevölkerungsabnahme betroffen sind. In Gemeinden mit einer Bevölkerungsabnahme von mehr als -15 Prozent, sinkt der Anteil an Projekten der ›Sozialen Dorferneuerung‹ deutlich; hebt sich aber gleichzeitig stärker bei einer Bevölkerungszunahme von größer 35 Prozent. Dagegen sind Gemeinden mit mehr als -15 Prozent Bevölkerungsabnahme an Projekten beteiligt, die zu ›Siedeln, Bauen, Wohnen‹ gehören, am stärksten vertreten. Die NÖ Dorf- und Stadterneuerungsvereine weisen zwischen 2004 und 2015 am stärksten Projekte auf, die zum inhaltlichen Schwerpunkt ›Siedeln, Bauen, Wohnen‹ gehören. Es sind also Baumaßnahmen, die alle drei Indikatoren, das heißt sowohl nach Gemeindegröße (Abb. 5., S. 66), Bevölkerungsdichte (Abb. 6., S. 67) als auch Bevölkerungsveränderung (Abb. 7., S. 68), dominieren.

Die Abfrage einer Facebook-Präsenz der NÖ Dorf- und Stadterneuerungsvereine zeigt, dass hier viel Nachholbedarf herrscht. Von 694 aktiven Vereinen sind 58 in Facebook präsent (Stand: 31. Oktober 2016). Davon weisen 34 Vereine eine Facebook-Seite auf. Fünf dieser 34 Vereine können als ›aktiver‹ bezeichnet werden, da sie im Untersuchungszeitraum auf mindestens eine Veröffentlichung je sieben Tage oder pro Woche kommen. Von 694 Vereinen sind rund 8 Prozent in einer der drei Formen (Seite, Gruppe, persönliches Profil) in Facebook präsent, die zeitgemäße Medien in ihre Arbeit implementiert haben. Dieser niedriger Wert kann in einem entsprechend geringen Bewusstsein für neue Kommunikationstechnologien liegen.

### 3. Internet, Social Media und Nutzungsverhalten

Ich habe die folgende Aussage von Thomas A. Bauer bereits erwähnt und möchte sie noch einmal aufgreifen: »Gesellschaft ist immer und überall Mediengesellschaft, weil wir sie nur so denken können, wie auch Medien immer Medien der Gesellschaftlichkeit (Kommunikation) sind« (Bauer 2014: 116). Medien und Gesellschaft heißt also, so Bauer weiter, »das Eine ist jeweils die Betrachtung des Anderen« (ebd.). Die Relationen zwischen Menschen, Orten oder Staaten, wie sie Manuel Castells (vgl. 2001: 15) als Netzwerkgesellschaft versteht, weisen eine Vernetzung der Elemente Information, Macht, Technologie und Kapital auf, die sich in einer Neustrukturierung kapitalistischer Produktionsweisen zeigt. Netzwerke, also die Verbindung von A mit B, C und D etc., sind keine neue Erscheinung, sondern werden durch neue Technologien in neue Erscheinungsformen transformiert. Netzwerke zwischen Städten und Gemeinden, Dörfern etc. finden sich mit Autobahnen, Eisenbahnschienen, Schiffsrouten oder dem Telegraphen, Postboten, Meldereitern und Händler, womit der rege Austausch zwischen Gemeinschaften, Gesellschaften oder Siedlungsräumen historisch belegt wird. Im Zeitalter von Internet sind es virtuelle Bahnen, auf die Castells Bezug nimmt, die zur virtuellen Vernetzung von Orten, Menschen und Kommunikation beitragen. Senden und Empfangen von Informationen bekommt somit eine neue Bedeutung, die sich in Umfang und Geschwindigkeit ausdrückt und, wie die Vielfalt von Fernsehsendern, die das Durchschalten zur ›bequemen Volkskultur‹ erhebt, das Surfen zwischen verschiedenen Kanälen und Formaten zusätzlich ermöglicht. Allein in Österreich hat sich die Internetnutzung zwischen den Jahren 2002 und 2016 fast verdreifacht, wie die Abbildung 9. zeigt.

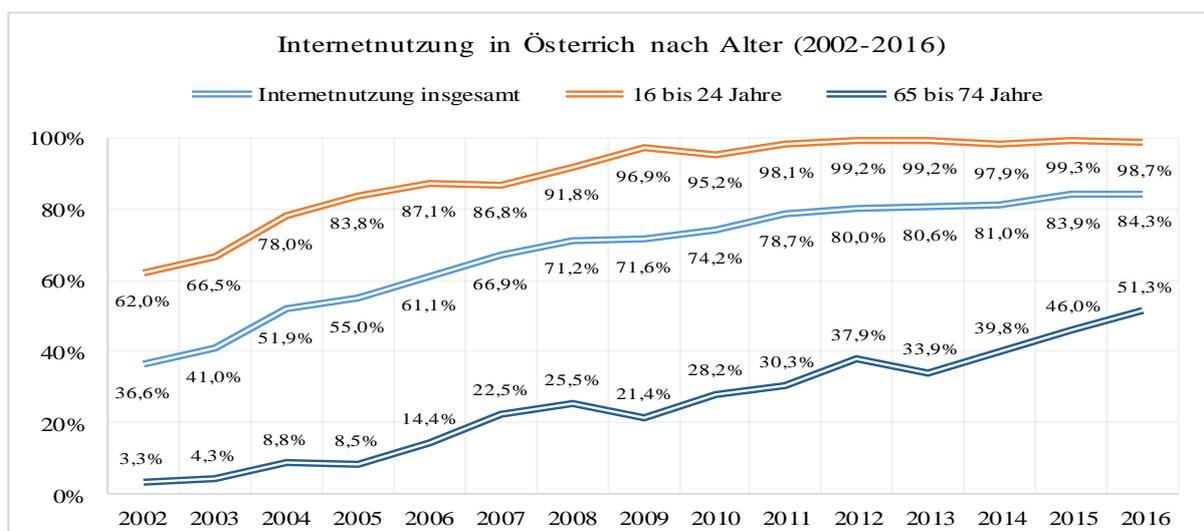


Abb. 9. Internetnutzung in Österreich nach Alter zw. 2002-2016 (Quelle: Statistik Austria).

Was seit den 2000er Jahren zu bemerken ist, sind Internetangebote und many-to-many Kommunikationsplattformen wie YouTube, Twitter und Facebook. Sie haben eine Vernetzung ermöglicht, wie sie bisher zwischen Menschen nicht gekannt worden ist. Dazu hat bereits in den 1960er Jahren der kanadische Kommunikationstheoretiker Marshall McLuhan den Begriff ›globales Dorf‹ geprägt, um die Veränderung der Medienproduktion und -konsumation zu beschreiben. Dieses Phänomen findet in Castells Netzwerkgesellschaft nicht die von McLuhan prophezeite Bedeutung. Die globalen Mediennetzwerke orientieren sich an den Konsumentenbedürfnissen, womit global produziert und lokal verteilt wird. Jede Botschaft weist ein eigenes Medium auf. Einkauf und Verkauf von Produkten und Leistungen haben sich neben Nachrichten und ihrem Konsum etabliert. Innerhalb der virtuellen Bahnen entstehen Knoten und Zentren, die virtuelle Orte der Öffentlichkeit im Sinne der Kommunikation bilden (vgl. Castells 2001 388-390).

Österreichs Unternehmen haben die Internetnutzung für sich bereits in den 2000er Jahren fast zur Gänze entdeckt (Abb. 9.). Dagegen ist über die Nutzung von sozialen Medien bislang noch wenig bekannt.

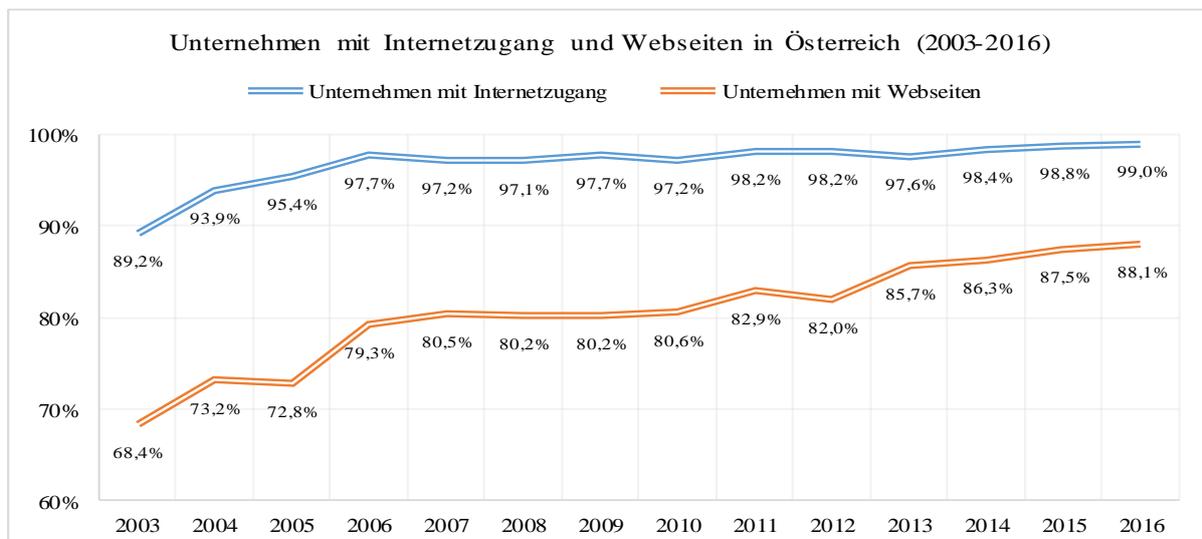


Abb. 10. Unternehmen mit Internetzugang und Webseiten zwischen 2003 und 2016 in Österreich. Die Werte sind in Prozent angegeben. (Quelle: Statistik Austria).

Die Implementierung von sozialen Medien haben von 39.520 Unternehmen in Österreich bereits 49,5 Prozent im Jahr 2016 vollzogen. Es handelt sich dabei um soziale Netzwerke bzw. Medien (Facebook, Twitter, YouTube etc.), Anwendungen für den Austausch von Multimedia-Inhalten über Websites, eigene Blogs und Mikroblogs oder Wiki-basierte Anwendungen, um mit Kunden und/oder Mitarbeitern zu kommunizieren. Der Informations- und Kommunikationssektor ist hier Vorreiter mit 77,8 Prozent. Der Dienstleistungsbereich folgt mit 55,4 Prozent

vor dem produzierenden Bereich mit 37,5 Prozent (vgl. Statistik Austria 2016a). Soziale Medien sind allerdings nur eine Form der Digitalisierung, die schrittweise in allen Bereichen unserer Gegenwart zu finden ist.

### 3.1. Kommunikationsprozesse und Kommunikationskanäle in computervermittelter Kommunikation

Antike Schriften zeigen, dass die Beschäftigung mit zwischenmenschlicher Kommunikation eine lange Forschungstradition aufweist. Bei Aristoteles findet sich bereits ein Kommunikationsmodell, um den Kommunikationsvorgang an sich, die Wahrnehmung und die Wirkung auf das Gegenüber zu erklären. Darin schlägt Aristoteles drei Grundelemente vor: Kommunikator als Redner, die Kommunikation als Rede, den Rezipienten als Zuhörer (vgl. Merten 1977: 14). Es ist nur ein kurzer Überblick, ein Grundmodell der Kommunikation, wenn so gewünscht, der sich hier zeigt. Mit Paul Watzlawicks berühmter Aussage »Man kann nicht *nicht* kommunizieren« wird deutlich (1990: 53ff; zit. n. Pürer 2014: 71), dass die Kommunikation nicht nur mittels Sprache oder Schrift möglich ist, sondern sie findet auf verschiedenen Ebenen statt und bedient sich u.a. der Mimik, Gestik, dem Blickkontakt, ja sogar mittels besonderer Kleidungsweise. Hinzu kommen weitere, immer neuere und technisch raffiniertere Mittel hinzu, die Kommunikation ermöglichen. Die Interaktion zwischen Menschen findet daher bewusst, unbewusst und mittels verschiedener Hilfsmittel statt, die dem Entwicklungsgrad einer Gesellschaft entsprechen. Damit wird Interaktion zwischen Menschen ermöglicht, um das eigene Ich und das Gegenüber wahrzunehmen und zu orientieren.

Die Kommunikation wird von Heinz Pürer in fünf hierarchische Formen unterschieden. Die ersten vier entnimmt er von Klaus Merten (vgl. 1977; in: Pürer 2014: 64): subanimalische und animalische Kommunikation, Humankommunikation, Massenkommunikation und fügt die computervermittelte Kommunikation, als fünfte Form hinzu. Die zwischenmenschliche Kommunikation (Humankommunikation) von Merten ist von der Wechselseitigkeit zwischen zwei oder mehr Akteuren in der Face-to-face-Kommunikation geprägt. Es kommt dabei zur wechselseitigen Interaktion, womit sich die Rollen zwischen Sender und Empfänger im Kommunikationsprozess verändern. Damit es zur Kommunikation zwischen zwei oder mehr Akteuren kommt, bedarf es der Intentionalität, um eine Botschaft an einen Empfänger zu senden, der Anwesenheit der Akteure, der Sprachlichkeit und Wirkung auf den Empfänger, sowie der Reflexivität. Ein gleicher oder ähnlicher Zeichenvorrat zwischen Akteuren, der gleiche oder ähnliche Interessen, Erfahrungen, Anschauungen und Werthaltungen beinhaltet, ermöglicht die

Zeichen und Symbole des Gegenübers zu decodieren und zu verstehen (vgl. Merten 1977; in: Pürer 2014: 66).

Die computervermittelte Kommunikation ist für Pürer (vgl. 2014: 64) eine Ableitung von der Telekommunikation, Computerisierung und herkömmlichen elektronischen Massenmedien, die eine öffentliche bis teilöffentliche Kommunikation in und durch soziale Medien ermöglicht. Diese Form der Kommunikation basiert nach Springer et al. (2014: 94f) auf »kommunikativen Möglichkeiten zwischen Menschen mittels Computer«, die sich beispielsweise in Diskussionsforen, Facebook, Twitter etc. abspielen. Diese Form der Kommunikation ist ebenso wenig frei von Störquellen, wie andere auch. Dass zeigt das Sender-Empfänger-Modell von Claude E. Shannon und Warren Weaver (1949), ein auf Ein- und Ausgabegeräten basierendes technisches Informationsmodell, das Informationen in Signale codiert sendet und die vom Empfänger decodiert werden. Dieses Modell basiert auf einem linearen Prozess der Übertragung von einer Nachricht zwischen Sender und Empfänger (vgl. Roth 2006: 80f). Die möglichen Störquellen, die sich hier ergeben können, sind u.a. in falschen Frequenzen oder Störungen im Kanal, womit es zu einer verzerrten Decodierung der Botschaft kommen kann. Doch fehlen hier wesentliche Merkmale der zwischenmenschlichen Kommunikation, wenn diese in der realen Welt stattfindet und die Akteure am gleichen Ort physisch anwesend sind. Somit ist die computervermittelte Kommunikation den quartären Medien zuzuordnen (nach Burkhart 2002), da sie zusätzlich zu technischem Ein- und Ausgabegeräte, ebenfalls eine Onlineverbindung zwischen Sender und Empfänger verlangt (vgl. Pürer 2014: 69f). Die Face-to-face-Kommunikation wird mittels quartärer Medien auf einige wenige Kommunikationskanäle reduziert, die, abhängig vom verwendeten Medium, auf eine auditive und/oder visuelle Wahrnehmung eingeschränkt. Zwar können Gestik, Mimik und Körperhaltung inzwischen visuell über quartäre Medien transportiert werden, jedoch fehlt das raumbezogene Verhalten, das durch die physische Anwesenheit am gleichen Ort zu einer falschen Deutung und Beschreibung führen kann.

Die Wahl des Kommunikationskanals erscheint, bezogen auf die vorangegangenen Beispiele zum Kommunikationsprozess, aus heutiger Sicht, indem eine Vielzahl an Medien uns Menschen im Alltag begleiten, als eine für sich komplexe und anstrengende Aufgabe zu sein. Die Sprache, das an sich älteste Medium, verfügt in der Sprachenvielfalt selbst über verschiedene Kanäle. Gleiches gilt für die (Laut-)Schrift, ein bewehrtes Medium und Mittel zur Überwindung von Distanzen. Anfang des 20. Jahrhunderts setzen die Massenmedien (Zeitung, Hörfunk, Fernsehen) ihren Siegeszug in den Industrieländern und gewinnen gegen Ende dieses Jahrhunderts bereits weltweit an Bedeutung. Der Einsatz neuer Technologien schafft weitere, neue Kanäle, die das jeweilige Medium zur Botschaft machen (nach Marshall McLuhan 1967).

Die Massenmedien kennzeichnet die Massenkommunikation als ein weit gefasster Begriff für die politischen, ökonomischen und kulturellen Prozesse. Zwischen diesen verschiedenen Begriffen treten Massenmedien als Auslöser selbiger auf, die sich allerdings in diesen auch widerspiegeln. Die oben bereits genannten Medien gehören zu den klassischen Massenmedien, die sich von einem Sender an viele Empfänger richten. Die computervermittelte Kommunikation verändert hier diese Sender-Empfänger-Rollen, indem sich der Rezipient an den Sender wenden kann (vgl. Pürer 2014: 78). Es erfolgt also eine Umkehrung der Sender-Empfänger-Rollen, die eine Wechselwirkung aufweisen. Die überwiegend textbasiert ablaufende Kommunikation im Internet ahmt dabei die mündliche Kommunikation zwischen zwei am gleichen Ort und zu gleicher Zeit präsenten Menschen nach. Damit wird der vormals als Empfänger auftretende zum Sender und der vormals als Sender auftretende zum Empfänger. Die Distanz zwischen den Orten, an denen sich Sender und Empfänger befinden, wird mittels nachgebauten, programmierten virtuellen Räumen scheinbar aufgelöst. Was sie nun trennt, sind Erfahrungen und gesetzliche Richtlinien, die ermöglichend und sanktionierend sein können, über welche Inhalte wie kommuniziert wird.

Das Spektrum an Kommunikationskanälen lässt sich ebenfalls in der computervermittelten Kommunikation feststellen, allerdings in einem bisher nicht gekannten Ausmaß. Der Grund liegt in den flachen Zugängen, die das Internet bietet. Die gegenwärtige Voraussetzung, um als Sender aufzutreten, liegt in einem Eingabegerät (PC, Laptop, Smartphone, Tablet etc.), einer Internetverbindung und der Registrierung in Facebook, Instagram, Twitter, YouTube oder einem anderen Social Media Dienst. Hinzu kommt die Massenproduktion an Webseiten. Unternehmen stellen vorgefertigte Baukästen für die Erstellung von Webseiten, die bis zu einem gewissen Grad individuell gestaltbar bzw. veränderbar sind. Die mit der computervermittelten Kommunikation einhergehenden Veränderungen in Produktionsweisen und Gesellschaft liegen für Springer et al. (vgl. 2014: 88f) in der technischen Konvergenz, indem aufseiten der Endgeräte eine Verschmelzung stattfindet. Für Produzenten heißt es daher, dass sich Inhalte, Medien, journalistische Rollenbilder und Produktionsroutinen, Vertriebswege und Verwaltungs- und Abrechnungsvorgänge verändern. Die Digitalisierung durchdringt dabei Text, Sprache, Bilder und Grafiken. Die Unterscheidung zwischen Presse und Fernsehen verschwimmt, da die klassische Presse nun Zugang zu u.a. bewegten Bildern erlangt, womit sich allerdings die Produktionsroutinen auf ein crossmediales Arbeiten umstellen (müssen) und globale Vertriebswege ermöglicht und genutzt werden. Die Veränderungen auf der Konsumentenseite liegen in den Nutzungsmustern und in der Wechselwirkung des Sender-Empfänger-Modells, das nun zu einem Sender-Empfänger-Sender-Modell wird. Die zeitliche Rückkoppelung, die abgesehen von

Liveschaltungen in Sendungen auf Leserbriefe und telefonische Interventionen beschränkt waren, ist online verkürzt und weist Spontanität und Öffentlichkeit auf (vgl. ebd. 88f). Hinzu kommt, dass nicht nur die Unterscheidung zwischen klassischer Presse und Fernsehen erschwert wird, sondern nach Friedrich Krotz (1995; in: Springer et al. 2014: 90) »die Kommunikationspartner Mensch, Computer und massenmedial ausgerichtetes Produkt [...] vermischen« und so zusätzlich die Differenzierung zwischen kommunikativer Handlung reduziert wird.

### 3.2. Virtuelle Räume, Gesellschaften, User

Dass wir Menschen uns eine Welt nicht ohne Orte und Räume vorstellen können, hat bereits Helmuth Berking (1998) angemerkt. Marshall McLuhans »globales Dorf« und Manuel Castells Netzwerkgesellschaft, mit ihren virtuellen Bahnen, sollen hier als zwei Beispiele angeführt werden, wie sich Raummetaphern in der Sprache finden, um eine Deutung in eine Beschreibung zu überführen, mit dem Sender und Empfänger auf einen gleichen oder ähnlichen Zeichenvorrat kommen sollen. Mit dem Internet und den virtuellen Räumen, die räumliche Distanzen zwischen Menschen und Orten auflösen, hat sich die zwischenmenschliche Kommunikation, aber auch die Kommunikation im Allgemeinen verändert. Neben den Webseiten von Medien, produzierendem Gewerbe, der Finanzbranche, religiösen Einrichtungen und politischen Parteien, finden sich ebenfalls Privatpersonen, die (fast) gleichwertig Nachrichten senden und empfangen. Eine ähnliche Entwicklung zeigt sich ebenfalls in der Gesamtheit von Social Media Plattformen und Diensten. Aufgrund der niedrigen Zugangsschranken zu diesen Kommunikationsmöglichkeiten ist das Ausmaß um ein vielfaches höher. Aber auch hier gilt es sich zurechtfinden in neuen, virtuellen Räumen, die durchzogen sind von Strömen an Informationen. Die Erfahrungen aus der analogen Welt werden in der virtuellen aufs Neue geprüft. Soziale Medien nehmen dabei erzieherische Rollen ein, mit dem die Preisgabe persönlicher Daten bzw. User-Merkmale erfolgt und angelernt wird. Damit geht allerdings auch einher, dass Geschlecht, Alter, Ausbildung und Beruf anderen Usern des gleichen sozialen Mediums bekannt sind, womit eine Differenzierung und Zuordnung erleichtert wird, mit wem kommuniziert wird, bzw. mit wem eine Relation aufgebaut wird. Denn das Internet ermöglicht den laufenden Wechsel von Identitäten, indem das Gegenüber nicht physisch am gleichen Ort oder im gleichen Raum anwesend ist, womit sich die Möglichkeit der Täusch ergibt. Zudem kommen »Bots« (Computerprogramme) hinzu, die automatisch (wiederholende) Handlungsanweisungen ausführen und keine menschliche Anwesenheit benötigen. Es wird also schwieriger zu verstehen, mit wem kommuniziert wird. Die menschliche Fähigkeit zur Wahrnehmung, Deutung und Beschreibung findet

sich auf einem neuen Prüfstand. Das Handeln im Internet unterliegt daher neuen Kulturtechniken, den Netzwerkprotokollen, die einer sozialen Regulierung gleichkommen. Diese Protokolle ermöglichen den Informationsaustausch in Netzwerken, ohne dabei wahrgenommen zu werden (vgl. Reichert 2013: 21f).

In der Auseinandersetzung mit Realität und Simulation verweist Jean Baudrillards (1992) auf eine radikale Wahrnehmungsveränderung vorherrschender Weltbilder. Baudrillard greift in seiner Simulationstheorie einige Begriffe auf, die für soziale Medien bedeutend und merkmalsgebend sind. So findet sich mit der Ablösung des Originals, die an Dominanz gewinnende Simulation, womit sich das Wahrheitsprinzip beginnt aufzulösen (vgl. Blask 2002: 30). Die Bedingung dafür sieht Baudrillard (vgl. Baudrillard 1992: 104) in der Verführung von Zeichen, die ›verführerisch‹ werden, indem das Reale nicht mehr erkennbar wird und die Simulation nun diesen Platz besetzt. Somit enthält die Simulation einen Zwang oder ein Motiv, die Menschen zu Handlungen bewegt. In der Simulation ist ein Ritual enthalten, das Baudrillard mit der Sexualität und Begierde von Menschen erklärt, die verführerisch wirkt (vgl. ebd. 36). Die Simulation ist lediglich ein weiteres konstruiertes (Welt)Bild, das mittels Verführung einer Handlung, Vorspiegelung, Täuschung und Illusion eine weitere Wirklichkeit entstehen lässt, die sich zu anderen hinzugesellt. Was es daher bedarf, heißt hinterfragen, demaskieren, dekonstruieren. Denn die Identitäten von Personen, die in virtuellen Bahnen und Räumen getroffen werden, können täuschen. Es ist eine neue Herausforderung, mit der erst Umgang erlernt werden muss. Martina Löw (vgl. 2001: 100f) verweist hierbei auf die Zweifel an der Identität von Personen im Internet, indem sie Schwierigkeiten im Raumverständnis vermutet. Das Internet ist als Cyberspace für Löw vielfältig, uneinheitlich und überlappend. In unseren Gedanken wird wieder ein Raum, ein Netz, Vernetzung konstruiert, um überhaupt diese Beschreibung begreiflich zu machen. Die Simulation im Internet wirkt an der Erzeugung einer räumlichen Atmosphäre, um eine bestimmte Ausstrahlung zu erhalten. Damit wird ein Zurechtfinden erleichtert, indem vertraute Strukturen nachgebaut und vorgegeben werden (vgl. ebd. 207f). So findet sich im Internet der Handel mit Gütern und (Dienst)Leistungen, wie wir es von modernen Lebensformen kennen, der neben der zwischenmenschlichen Kommunikation seinen Platz einnimmt. Die Distanz wird nun in notwendigen Klicks gezählt.

Durch die Schnelligkeit und Vielfalt, die im Internet zu finden sind, ergeben sich aber auch verschiedene Vorteile, um den Alltag zu meistern. Die ständige Veränderung und Weiterentwicklung virtueller Räume soll dabei eine Vereinfachung in der Nutzung ermöglichen. Ein Beispiel hierfür liefern die sozialen Medien Facebook und Twitter. Pierre Bourdieu (vgl. Bour-

dieu 1991: 31) findet in der Verfügungsmacht über Raum, den Vorteil in der physischen Distanz, um erwünschte bzw. unerwünschte Zusammenstöße zu ordnen. Beide sozialen Medien haben den Usern die Möglichkeit gegeben, andere unliebsame User aus dem eigenen Sichtfeld zu entfernen, blockieren oder einfach stumm zu schalten. Facebook geht hier sogar einen Schritt weiter und ermöglicht, so wird dieser Vorteil als positiv wahrgenommen, mittels eines Filters (Freundeslisten), präzise zu selektieren, wer im eigenen Netzwerk was sieht und mit was interagieren kann. Damit wird das von Bourdieu (ebd. 31) angesprochene »sozial markierte und negativ konnotierte, zwangsläufig als unerwünschtes Eindringen oder selbst als Aggression erfahren werden« einer Interaktion, dadurch vermieden. Dies erspart den Wechsel des Gehsteigs, um unliebsamen oder provozierenden Begegnungen aus dem Weg zu gehen. Der Umweg wird erspart und ist mit wenigen Klicks vollzogen.

Der Nachbau des analogen Raumes im virtuellen Raum bekommt in Manuel Castells Netzwerkgesellschaft eine zentrale Aufmerksamkeit zugewiesen, in der er eine Spontanität und Unordnung bemerkt, die allerdings eine »friedliche Koexistenz von Interessen und Kulturen« ermöglichen (Castells 2001: 403). Die Konstruktion von virtuellen Welten und Identitäten ermöglicht das Auffinden gleichgesinnter Menschen, die sich über ihre Interessen identifizieren und mitteilen. Kommunikationsräume können selbst gewählt, gestaltet und verändert werden. Entsprechend der Anzahl an Möglichkeiten sind diese Kommunikationsräume individualisiert bzw. sind individualisierbar. Die Abkoppelung zum realen Leben, die für Außenstehende entstehen kann, findet allerdings nicht statt, wie Sherry Turkle gezeigt hat. Die menschlichen Sehnsüchte, Empfindungen und der Tod bleiben weiterhin bestehen (vgl. Turkle 1995; in: Castells 2001: 407). Die Beziehungen, die online entstehen, teilt Castells in starke und schwache Verbindungen ein, wobei letztere überwiegen. Die virtuell vorzufindenden Beziehungen weisen dabei unterschiedliche soziale Eigenschaften auf. Sie tauschen sich online untereinander aus und unterstützen sich gegenseitig. Diese Beziehungen können als Informationsquellen gesehen oder zur Geselligkeit genützt werden, um sich zugehörig zu fühlen. Was womöglich in der analogen Welt als Isolation von anderen Formen der Soziabilität falschgedeutet werden kann, bedeutet in der virtuellen Welt, dass diese verstärkt wird (vgl. Castells. 409f). Indem Raum und Zeit abgekoppelt werden, können sich Menschen, die von verschiedenen Orten auf ein und denselben virtuellen Raum zugreifen, treffen und einander mitteilen. Die virtuellen Räume weisen, wie die analogen auch, Symbole bzw. Codes auf, die binär in 0 und 1, wahr und falsch oder Präsenz und Absenz angegeben sind. Der Kommunikationsprozess im Netz verlangt eine Präsenz, die Kenntnis über die Logik dieser Systeme aufweist. Wie das herkömmliche Verständnis

eines Gesellschaftssystems bestimmte Kriterien für die Zugehörigkeit voraussetzt, sind ebenfalls virtuelle Systeme mit Eingangsbarrieren versehen, deren Passwörter, Eingangspunkte und Sprache angeeignet oder gar verdient werden müssen (vgl. ebd. 427f). Die virtuellen Systeme absorbieren die Logik der Orte. Es entstehen Knoten und Zentren, die den elektronischen Kreislauf der Vermittlung organisieren. Die materielle Basis für diesen Kreislauf bilden die Ein- und Ausgabegeräte und die Mikroelektronik (vgl. ebd. 467-471). Die Knoten und Zentren finden sich in der realen und virtuellen Welt wieder, die zwar dieselben sein können, aber nicht zwingend sein müssen. In beiden Fällen handelt es sich um Netzwerke, wie sie in einem Betrieb, einer Universität, einem Krankenhaus oder einer Gemeinde vorzufinden sind. Hier finden sich Produzenten, Koordinatoren und Verteiler, die für ihr Netzwerk entsprechende Hierarchien aufweisen und herrschende Führungseliten stellen.

Wie eine Gesellschaft Internet angenommen hat, lässt sich mit verschiedenen empirischen Daten aufzeigen. Anzahl an Ein- und Ausgabegeräten und Internetanschlüssen je 1.000 Einwohner und Einwohnerinnen, Netzabdeckung oder Anzahl an Webseiten und die Veränderung zum Vorjahr. In der zweiten Hälfte der 2000er Jahre setzen sich neue Dienste durch, die allgemein als ›Social Media‹ genannt werden. Darunter ist eine Vielzahl verschiedener Dienste zu verstehen, die eine Registrierung erfordern, um in eine many-to-many-Kommunikation einzutreten. In der Folge wird auf einige dieser Dienste näher eingegangen werden. Was an diesen neuen Plattformen und Diensten anders ist, sind die vielen Merkmale, die User, also reale Menschen, von sich preisgeben. Längst ist nicht mehr die IP-Adresse wichtig, um eine Person identifizieren zu können. Menschen geben inzwischen eine Vielzahl persönlicher Merkmale in Facebook, Instagram, Twitter, Xing, LinkedIn etc. preis, die vom eigenen Vor- und Nachnamen, Geburtsdatum und Fotos bis hin zum detaillierten Lebenslauf reichen. Entsprechende Software ermöglicht eine fast zeitgleiche Aufzeichnung, Auswertung und Interpretation des Kommunikationsverhaltens in sozialen Medien. Der Soziologe Adam Kramer hat mit dem Facebook Data Team zwischen 2008 und 2009 Forschungen durchgeführt, dessen Ergebnisse ein Happiness Index ist, und auf die internen Daten von Facebook zurückgreift. Gemessen worden sind die Oppositionspaare ›Glück und Unglück‹ und ›Zufriedenheit und Unzufriedenheit‹ in der Facebook-Kommunikation, um einen Rückschluss auf die Tonalität von Nachrichten zu erhalten, womit ein Indikator für ›gutes‹ oder ›schlechtes‹ Regieren gegeben wird, um die Stimmung der Bevölkerung von Nationalstaaten benennen zu können (vgl. Kramer 2010; in: Reichert 2014: 47). Auch hier steht die Kommunikationsforschung erst am Anfang.

### 3.3. Selektion und Wahrnehmung von Medien, Kanälen und Inhalten

Wie Menschen bestimmte Medien, Kanäle und Informationen selektieren und wahrnehmen, ist ein zentrales Anliegen, für den Erfolg und das Überleben selbiger. Ziel ist es also zu erklären, warum ein Medium einem anderen vorgezogen wird? Warum ein Kanal über eine höhere Reichweite aufweist als andere? Warum eine Information auf Konsumentenseite für mehr Interesse stößt als andere? Es sind gute Fragen, um Aufschlüsse über die menschliche Nutzung, Auseinandersetzung und das Erleben von Medien, Kanälen und Informationen zu erhalten. Dazu finden sich verschiedene Modelle in der Rezeptionsforschung wieder. Die Selektionsentscheidung der Rezipienten, auf welche Medien schließlich zurückgegriffen wird, teilt Wolfgang Donsbach (vgl. 1989; in: Bilandžić 2014: 348) in eine allgemeine Entscheidung, überhaupt Medien zu konsumieren oder nicht. Fällt diese Entscheidung zugunsten der Medien aus, folgt die Selektion zwischen verschiedenen Mediengattungen (Fernsehen, Zeitung, sozialen Medien etc.) oder verschiedenen Medienprodukten bzw. Formaten oder Kanälen innerhalb einer Mediengattung. Während die ersten beiden Entscheidungen sich auf Medium und Kanal beziehen, sind die beiden letzten Entscheidungen auf einen Artikel, Kommentar, Bild und auf eine einzelne Information gerichtet, die verarbeitet oder gar abgespeichert (gemerkt) wird.

Diese letzte Entscheidung, eine einzelne Information aufzugreifen und sich mit ihr zu beschäftigen, liegt in den kognitionspsychologischen Theorien. Dabei werden von Menschen Informationen verarbeitet, die auf der Wahrnehmung von Umweltreizen gründen und in mentale Repräsentationen (Konstrukte, Erfahrungen) umgewandelt und ggf. wiedergegeben werden können. Die dazu benötigten mentalen Ressourcen sind begrenzt verfügbar, womit selbiges für die Informationsverarbeitung gilt. Das von Anni Lang (2000, 2009) erstellte Modell bezieht sich auf die Fernsehrezeption, womit die Aufnahme der Information (Botschaft) über Auge und Ohr passiert. Über diese sensorischen Rezeptoren gelangt eine Information in sensorische Speicher, die ihr eine spezifische Bedeutung zuweisen. Ist diese Information für den Empfänger in irgendeiner Hinsicht relevant, wird sie verarbeitet und gespeichert, um sie ggf. zu einem späteren Zeitpunkt abzurufen. Sofern keine Relevanz gegeben ist, geht die Information verloren. Diese Selektionsprozesse werden, und dies ist entscheidend, nicht nur über die Relevanz, wenn es um eine kontrollierte Selektion geht, durchgeführt, sondern auch automatisch. Wenn sich also eine Information von anderen in der Umgebung abhebt, verändert oder unerwartet auftaucht, und so das Überraschungsmoment für sich hat, erhält sie Aufmerksamkeit seitens Empfänger (vgl. Lang 2000; in: Bilandžić 2014: 353). Diese Information kann entsprechend viele Formen annehmen, die von Emotionen (Liebe, Trauer, Angst etc.) bis hin zu sachdienlicher

Anwendung im Berufsleben oder zur Wirklichkeitsverdrängung (Fiktion, Verschwörungstheorien etc.) reichen. Letzteres findet sich in der Gratifikationsforschung wieder, indem angenommen wird, dass Medieninhalte nach Fiktion gesucht werden, um von der eigenen Situation abzulenken (vgl. Schenk 2007; in: Bilandžić 2014: 356). Die Flucht in eine solche Welt kritisiert Bilandžić mit dem Bewusstsein der Rezipienten, dass sie so bestimmte Bedürfnisse befriedigen wollen bzw. sie selbige kennen müssen. Die Kenntnis dieses Bedürfnisses dürfte entsprechend zu einer anderen, ablehnenden Handlung führen. Was hier allerdings passiert, ist die Sinnzuschreibung dem eigenen Handeln gegenüber, wie es Niklas Luhmann (vgl. 1987: 128) in Sinn-Systemen begründet sieht, womit ein Selektionszwang gegeben ist, aus dem heraus Ausschlussgründe geliefert werden. Damit ein bestimmtes Ziel erreicht und ein Bedürfnis gestillt wird, werden die Handlungen durchgeführt, die ›Sinn machen‹; und solange sich dieses Individuum im gleichen Sinnsystem befindet, wird selbiges nicht der Veränderung wegen hinterfragt.

Ein weiterer, dritter Gedanke soll mit dem Involvement-Konzept aufgegriffen werden, mit dem eine Betroffenheit seitens Individuum angenommen wird. Diese liegt vor, wenn viele Verbindungen zwischen der Information und dem eigenen Leben bestehen, diese wichtig erscheint oder Konsequenzen in Aussicht gestellt werden, die negativ oder positiv ausfallen können. Das Involvement-Konzept findet in Richard E. Petty und John T. Cacioppo's Informationsverarbeitungsmodell Eingang, um Einstellungsveränderungen zu erklären. Die Involvierung von Individuen entscheidet über den Grad an Beschäftigung mit einer Information. Je größer die Involvierung, desto intensiver ist die Beschäftigung, um Argumente abzuwiegen und zu prüfen. Auf der anderen Seite bedeutet es, dass die Auseinandersetzung mit Inhalten abnimmt, wenn die Involvierung geringer ist. Die Argumente spielen hier eine, wenn überhaupt, untergeordnete Rolle, da mehr auf äußerliche, oberflächliche Merkmale geachtet wird (vgl. Petty/Cacioppo 1981, 1986; in: Bilandžić 2014: 359f). Diese Erklärungsmodelle verdeutlichen die Selektion von Informationen, die in animierten audiovisuellen Produkten enthalten sind. Um eine Information jedoch überhaupt verstehen zu können, ist ein Zeichenvorrat notwendig, damit die Encodierung entsprechend vollzogen werden kann. Diese Modelle liefern allerdings Grundsätze, die sich auch für andere Produktionen, wenn wir beispielsweise an Fotos, Grafiken oder Text denken, eignen. Auch hier finden sich Vorwissen und Erfahrungen, mit dem eine Relation zum Wahrgenommenen konstruiert wird. Sie helfen uns aber auch bei der Komplexitätsreduzierung einer Information, indem wir sie als Vergleich abrufen. Die Schematheorie von Frederic C. Bartlett's, die zur Erklärung von Nachrichtenrezeption herangezogen wird, bezeichnet kognitive Strukturen als Schemata, die den Selektionsprozess durch Vereinfachung ankommender Informationen leiten (vgl. Bartlett's 1932; in: Bilandžić 2014: 365). Dabei basieren sie selbst

auf verfestigtem Vorwissen und Erfahrungen, die bei Bedarf abgerufen werden. Nach Doris A. Graber haben Schemata vier Hauptfunktionen, mit denen Informationen wahrgenommen, verarbeitet und gespeichert werden können. Damit soll eine Anordnung und Differenzierung ermöglicht werden, um sie in bestehendes Wissen zu integrieren. Die Schlussfolgerungen dienen in weiterer Folge der Einschätzung einer Mitteilung, um entsprechend reagieren zu können (vgl. Graber 1988; in: Bilandžić 2014: 365).

### 3.4. Wirkung von Medien, Kanälen und Inhalten auf Rezipienten

Die Filterung und Suche nach Informationen hängt bei uns Menschen von Vorwissen und Erfahrungen ab. Auf der Grundlage der erhaltenen Informationen, wird eine Deutung, Anordnung, Differenzierung und Beschreibung, also die Decodierung und Encodierung, vorgenommen, nach welcher wir zum Entschluss kommen, eine bestimmte Handlung durchzuführen. So wird in der Persuasionsforschung untersucht, wie sich Einstellungen und Einstellungsänderungen entwickeln und verändern lassen. Dazu nennen Hovland et al. Faktoren, die sich auf Kommunikator (Sender), Botschaft (Information) und Rezipient (Empfänger) beziehen. Um eine Überredung von Rezipient durch Kommunikator zu erreichen, bedarf es aufseiten des Kommunikators an Glaubwürdigkeit. Der Bildungsstand des Rezipienten trägt zur Aufnahme und Deutung und Zuweisung der Botschaft bei, die beispielsweise ein- oder zweiseitige Argumentation sein kann (vgl. Hovland et al. 1953; in: Koschel/Bilandžić 2014: 368). Diese Erklärung ist allerdings als vereinfachtes Modell zu verstehen. Der Kommunikator kann hier jeder Mensch, jeder Kanal und jedes Medium sein. Abhängig davon, welche Beziehung andere Menschen zum Kommunikator aufweisen, wird es schwieriger zu verstehen, woher dieser seine Informationen hat. Dazu liefern Forschungen von Lazarsfeld et al. (1944, 1960) eine Erklärungsmöglichkeit. Das ›Two-Step-Flow-Modell‹ wird hier zur Erklärung für die Meinungsbildung, die sich beispielsweise im Wahlverhalten zeigt, indem die Wähler und Wählerinnen nicht direkt durch ein oder mehrere Massenmedien (Kommunikator) beeinflusst werden, sondern es eine oder mehrere Zwischenstellen gibt, die sich im sozialen Umfeld befinden und als ›Meinungsführer‹ auftreten. Ihre Ergebnisse lassen sich allerdings besser in einem ›Multi-Step-Flow-Modell‹ nachvollziehen, wie es die Diffusionsforschung heute versteht, da sich mehrere Meinungsführer am Gedanken- und Meinungsbildungsprozess beteiligen können. Die Diffusionsforschung wird überwiegend für die Erforschung der Herkunft und Verbreitung von technischen Innovationen eingesetzt. Sie kann aber auch auf andere Bereiche übertragen werden, wie Ausbreitung von Krankheiten, Kulturen und Meinungen. Die Meinungsführer stellen hierbei Zugangspunkte in Gesellschaften, Gemeinschaften bzw. sozialen Gruppen dar, die so eine Mittlerrolle einnehmen.

Damit lassen sich die Wissensvorsprünge einiger sozialer Gruppen gegenüber anderen aufzeigen und erklären (vgl. Lazarsfeld et al. 1944, 1960; in: Koschel/Bilandžić 2014: 368f). Für die Diffusionsforschung bleibt die Botschaft als Information oder Nachricht entscheidend, die über entsprechende Kommunikationsmodi transportiert wird. So lassen sich Rückschlüsse auf soziale Kontexte und das zeitliche Element im Verbreitungsprozess bilden.

Zur Verbreitung einer Innovation führt Veronika Karnowski die Nutzergruppen von Everett M. Rogers (1958; 1962), die diese übernehmen, an. Dabei kommt es auf Zeitpunkte sowie die tatsächliche Annahme bzw. Ablehnung an: Innovatoren, Frühe Übernehmer, Frühe Mehrheit, Späte Mehrheit und Nachzügler. Den Innovatoren kommt eine risikobereite Rolle zu, die am Anfang des Übernahmeprozesses stehen. Die Frühen Übernehmer spielen eine entscheidende Rolle in diesem Prozess, da sie lokal sehr gut vernetzt sind und Meinungsführerrollen innehaben. Die Frühe Mehrheit weist eine Vielzahl an sozialen Kontakten auf, nimmt dabei allerdings keine Meinungsführerrolle ein. Die Späte Mehrheit reagiert auf die Übernahme aufgrund wirtschaftlichen oder sozialen Drucks. Die Nachzügler finden sich am andere Ende des Übernahmeprozesses, die überwiegend soziale Isolation aufweisen und neuen Gedanken oder Innovation misstrauisch gegenüberstehen. Sie berufen sich in der Regel auf altbekannte, vertraute Erfahrungen (vgl. Karnowski 2011: 20-22).

Die Bestimmung der ursprünglichen Quelle, der Mittler und die Geschwindigkeit, mit der sich Informationen ausbreiten, hat sich mit neuen Technologien deutlich verbessert. Karnowski (vgl. ebd. 41) sowie Koschel und Bilandžić (vgl. 2014: 372) verweisen auf die Anfänge der Diffusionsforschung hin, die auf mehrmalige Befragung angewiesen gewesen ist. Soziale Medien wie Facebook oder Twitter vereinfachen nun diese Forschungen, indem die Interaktion mit Informationen (Text, Bild, Video etc.) nachvollzogen werden kann. Dies bezieht sich jedoch nur auf die Kommunikation innerhalb des jeweiligen sozialen Mediums. Es kommt hier also auf die Gattung und Anzahl der Medien und Kanäle, sowie die Tageszeit an, wann diese verwendet werden. Hinzu kommt der Lebenslauf einer Person, die aufgrund der Vorerfahrungen eine Selektion der Medien vornimmt, die sie konsumieren möchte. In diesem Zusammenhang ist zudem ebenfalls das Agenda-Setting zu nennen, wenn Medien die Wichtigkeit von Themen vorgeben. Dies trifft beispielsweise bei der Intensität von Themen zu, die ein Medium platziert. Damit wird Einfluss auf die Rezipienten genommen, indem die Wichtigkeit nach Anzahl von Berichten wahrgenommen wird. Das Agenda-Setting kann allgemein als eine Prioritätenliste gesehen werden (vgl. ebd. 378), die Medien vorgeben oder mitgestalten, sofern, wie bei politischen Parteien die Möglichkeit zu finden ist, ein politisches Thema zu diktieren. Einen Schritt

weiter im Agenda-Setting geht das Framing, mit dem die Umrahmung einer Aussage, Botschaft, Information näher definiert werden soll.

Frames dienen Rezipienten zur Interpretation von Aussagen, die in Text oder gesprochenem Wort enthalten sein können, sich aber auch in Bildern, Grafiken und anderen visuellen Darstellungen finden lassen. Wie Robert M. Entman (vgl. 1993: 52-53) bemerkt, dienen Frames der Bewertung auf einer moralischen Ebene und bieten Lösungsvorschläge an, um eine Situation oder Problem auf die Ursache selbiger verständlich zu machen. Die Aufmerksamkeit und Aufnahmebereitschaft der Rezipienten kann daher, mit der Verwendung kulturell bekannter Symbole, gesteigert werden. Beispiele hierfür sind Metaphern, Redewendungen oder das kollektive Bildgedächtnis. Sie erfüllen also eine Orientierungsfunktion, um Informationen wahrzunehmen und verarbeiten zu können, sowie entsprechende Entscheidungen zu treffen. Gerade in der Analyse von Text, so Entman (ebd. 51) weiter, »[w]hatever its specific use, the concept of framing consistently offers a way to describe the power of a communicating text«, dienen Frames der Kontextualisierung einer Aussage. Dazu verweist Hanna Schmid-Petri (vgl. 2012: 60) auf den Begründer des Frame-Begriffs, Erving Goffman (1974) und seine These, dass die Strukturierung von Ereignissen über Rahmung von Alltagssituationen erfolgt, um diese verstehen zu können.

Wir Menschen verwenden Frames in Kommunikation mit unserem Gegenüber, um eine Überzeugung oder Überredung zu erreichen. Ein Beispiel für einen Frame wäre statt Problemen von Herausforderungen zu sprechen. Herausforderungen vermitteln ein erreichbares Ziel. Probleme sind dagegen negativ konnotiert, womit es zu einem Distanzaufbau führen kann. Eine besondere Bedeutung bekommen Frames daher in der politischen Kommunikation. Entman (vgl. 1993: 52) führt dazu Beispiele aus dem Kalten Krieg, die sich beispielsweise auf Ursachenidentifikation und Lösungsmöglichkeiten beziehen. Damit ergeben sich Möglichkeiten der Schuldzuweisung und Legitimierung eigener Handlungen, um eine Situation (Problem) zu lösen. Ein weiteres Beispiel liefert Schmid-Petri (vgl. 2012: 61) mit der Umrahmung einer neuen Straße, die gebaut werden soll, als infrastrukturelle Verbesserung zu sprechen, oder diese als Umweltbelastung zu benennen.

### 3.5. Viral Marketing und Influencer

Mit der Marktdurchdringung und Marktetablierung neuer Kommunikationstechnologien wird ebenfalls die Werbewirtschaft verändert. Den von Richard Dawkins (1976) geprägten Ausdruck »Meme«, aus der Theorie der Replikation und Verbreitung von Botschaften, greift Sascha Langer auf, um die Verbreitung von Informationen in der Werbewirtschaft zu erklären. Das Viral

Marketing erreicht im Internet eine schnellere Verbreitung, das der Mundpropaganda ähnlich ist, mit von Ideen oder Moden von einem Körper zum anderen überspringen. Dabei meint das Mem oder Meme, die Pluralversion, eine Weitergabe bzw. Verbreitung und Replikation, Nachahmung oder Imitation von Verhaltensmustern, Normen, Ideen, Werten, Sprichwörtern etc. Mittels sozialer Medien und ihres Netzwerkcharakters können Meme entsprechende Geschwindigkeiten bei der Verbreitung erfahren. Sie werden so zu einem Trend (Abb. 11.), dessen Verbreitung, ähnlich wie bei Krankheiten, einem Virusinfekt ähnlich zu sein (vgl. Langner 2009: 20).



Abb. 11. Beispiel für ein Meme in Twitter (David 2016).

Die Ausbreitung beginnt mit einem Ursprung, einem Sender, und breitet sich über andere Knoten und Zentren aus, die als Schnittstellen, (Ver)Mittler, Kenner und Verkäufer auftreten. Zwischen diesen Knoten, Zentren und Konsumenten existieren Beziehungen, die auf Bekanntschaft und Vertrauen basieren. Langner verweist auf die Vermittler mit dem englischen Begriff ›Connectors‹, die gesellige Menschen sind und über viele Kontakte verfügen, womit sie schneller an Informationen kommen, die sie wiederum an ihr Umfeld weitergeben (vgl. ebd. 21f.). Diese Vermittler können ebenfalls als ›Frühe Übernehmer‹ (vgl. Rogers 2003; in: Karnowski

2011: 21) oder ›Influencer‹<sup>5</sup>, also die neuen Multiplikatoren im Internet und insb. in den sozialen Medien, bezeichnet werden – ich werde fortan die im Internet zeitgemäße Form des Influencer verwenden. Diese Knoten und Zentren können je nach der Hierarchie in einer Gesellschaft, einer Gruppe, einem Netzwerk oder einer Community als Hubs, wie es Langner vorschlägt, bezeichnet werden, die eine rasche Verbreitung von Informationen ermöglichen können und über ›weak ties‹ ebenfalls Zugang zu anderen Netzwerken haben, in denen sie allerdings selbst nur schwach vertreten sind. Die Influencer sind für Langner jedoch von den Kennern (Insidern) und den Verkäufern (Filter und Verstärker) abhängig (vgl. Langner 2009: 23). Ihre Erfahrungen werden übernommen und in den eigenen Netzwerken weiterverbreitet und serviert. In der Onlinewelt können Influencer jene Fürsprecher sein, die in der analogen Welt bekannte sind in Sport, Musik, Politik, Journalismus, Wirtschaft etc. Je nach der Aktivität ihrer persönlichen Profile oder Seiten weisen sie eine hohe Zahl an Fans, Follower, Abonnenten und Interaktionen auf. Zusätzlich zu diesen Influencern finden sich neue Akteure in der Onlinewelt wieder, die klassische Blogger, YouTuber, Facebooker, Twitterer, Instagramer etc. sind, die verschiedene Themen aufgreifen und diskutieren.

Die Verbreitung von Informationen mittels Internetströmen bekommt eine neue Bedeutung, da eine physische lokale Gebundenheit nicht mehr notwendig wird. In Gesellschaften, die eine hohe Dichte an Internetanschlüssen und Endgeräten aufweisen, hier seien insbesondere mobile Endgeräte erwähnt, können sich Informationen entsprechend schnell verbreiten. Das Viral Marketing hat schon längst das Internet für sich entdeckt. Frühere Beispiele finden sich in der Durchführung von Flashmobs, indem Menschen(mengen) rasch mobilisiert werden können. Die Übernahme einer Information oder einer Kampagne kann nach Langner (vgl. ebd. 31f.) in eine aktive und eine passive Variante unterschieden werden. Die aktive Variante gründet auf der Annahme und Weiterleitung oder Weitererzählung einer Information, eines Fotos oder Videoclips durch Konsumenten an andere. Die passive Variante basiert auf der Nutzung eines Angebots (eCards, Onlinespiele), die über soziale Medien gespielt bzw. andere Nutzer so rekrutiert werden. Die virale Ausbreitung basiert daher auf ansteckender Kommunikation, Beziehungen, Produkten und Dienstleistungen, die für einen Mehrwert stehen können. Hinzu kommt, dass die Weiterleitung einer Information mittels E-Mail, der Teilung eines Facebook Eintrages oder eines Tweets, nur wenige Sekunden in Anspruch nimmt.

Viral Marketing Konzepte beinhalten Kampagnengut, Rahmenbedingungen, Weiterempfehlungsanreize und zielgruppenspezifisches Streuen (Seeding). Die Kampagnengüter sind die

---

<sup>5</sup> Der Begriff Influencer soll hier nicht als Überträger von Krankheiten (z.B. Influenza Virusgrippe) negativ begriffen werden, obwohl es Analogien zwischen der Ausbreitung von Krankheiten und Botschaften, Trends, Verhaltensnormen etc. gibt.

Köder, mit denen Aufmerksamkeit geweckt wird. Sie können Eigenschaften wie Unterhaltung und Spaß; Einzigartigkeit und Außergewöhnlichkeit, Nützlichkeit, durch kostenlose Bereitstellung und einfache Übertragbarkeit den Konsumenten verführen, diese zu akzeptieren (vgl. ebd. 37f). Die entsprechenden Rahmenbedingungen sind dabei entscheidend, um eine Information oder ein Kampagnengut über Kommunikationsnetze verbreiten zu können. Daneben braucht es einer ausreichenden Verfügbarkeit des Kampagnengutes, einer Informationspolitik oder Öffentlichkeitsarbeit und der Setzung des gezielten Anreizes zur Weiterempfehlung (vgl. ebd. 47). Letzteres bedarf der Kenntnis von der Zielgruppe, womit Information und Präferenzen gemeint sind, die analysiert gehören. Denn nicht jedes Kampagnengut spricht ›alle‹ Menschen an, und nicht alle Menschen nutzen (alle) Medien gleich. Entsprechend gilt es, die Mediennutzung von Menschen zu analysieren und zu benennen. Daher gilt es, die eigenen Ziele zu definieren, was eine Kampagne ausmacht, wie die Zielgruppe beschaffen ist, welche Kanäle eingesetzt werden sollen und wie der Erfolg gemessen werden kann. Gegenüber der Informationsverbreitung mittels Mundpropaganda als zwischenmenschlicher Austauschprozess, Printmedien, Radio oder Fernsehen, bieten soziale Medien eine transparentere Möglichkeit der Erfolgsmessung. Aufgrund der Preisgabe privater Information (Geschlecht, Alter, Beruf, Ausbildung, Beziehungsstatus und verschiedener Interessen), dem Tracking im Internet (mittels Cookies), womit Daten über besuchte Webseiten gesammelt werden, und der laufenden Aufzeichnung der eigenen Handlungen in sozialen Medien, lassen sich Nutzer-Profile nachkonstruieren und typisieren bzw. in Cluster zusammenfassen.

### 3.6. Kommunikation mittels Social Media

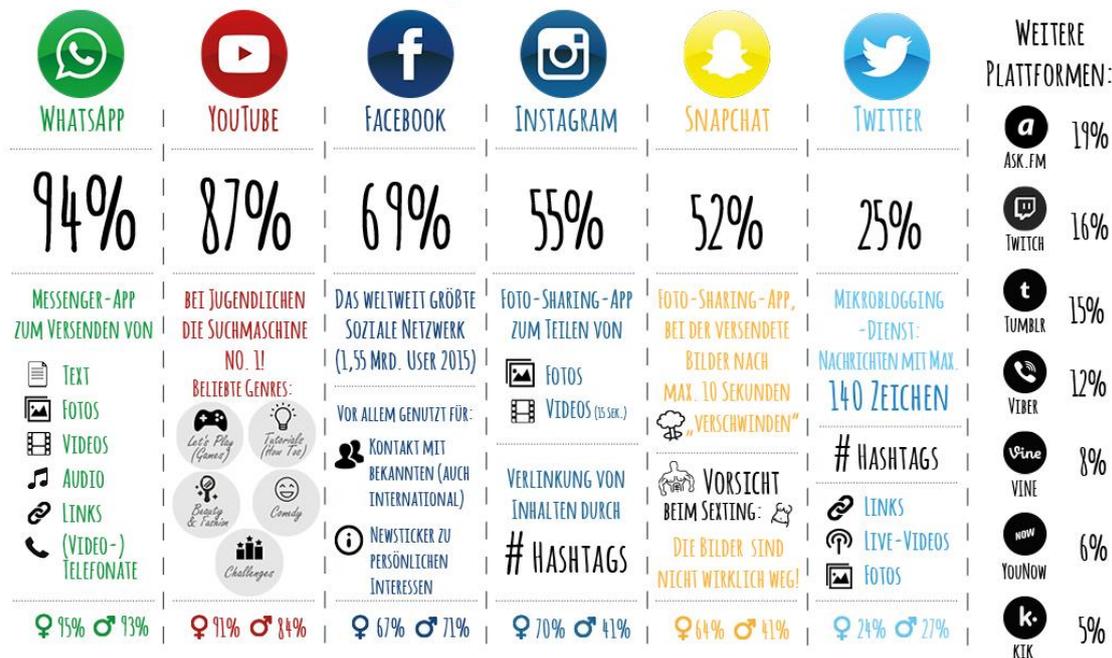
Marshall McLuhans Annahme, dass jedes Medium eine Botschaft ist, kann als komplexitätsreduzierende Erklärung für die verschiedenen Kanäle in sozialen Medien herangezogen werden. Die Webseite ›Social Media Radar Austria‹ führt die nach Nutzerzahlen<sup>6</sup> vier größten sozialen Medien in Österreich an: Facebook, Instagram, LinkedIn und Twitter. Jedes Profil, jede Seite, jede Gruppe innerhalb der Social Media stellt einen eigenen Kanal, der auf einen bestimmten Inhalt (Content) spezialisiert ist. Eine Studie vom Österreichischen Institut für Telekommunikation, die im November und Dezember 2015 mit 407 Jugendlichen in Österreich im Alter von 11 bis 17 Jahre Jahren, davon 199 Mädchen, durchgeführt worden ist, liefert einen Überblick zu genutzten Social Media Plattformen von Jugendlichen in Österreich (Abb. 12., S. 90).

---

<sup>6</sup> Das Social Media Radar Austria hat keinen allgemeinen Stichtag für alle sozialen Netzwerke, mit dem die Nutzerzahlen in Österreich angegeben werden. Facebook (01.08.2016) 3.700.000 User, Instagram (26.09.2016) 860.000 User, LinkedIn (01.08.2016) 231.000 User, Twitter hat per (18.09.2015) 140.803 User (vgl. socialmediaradar.at).

# JUGEND-INTERNET-MONITOR 2016 ÖSTERREICH

Saferinternet.at  
Das Internet sicher nutzen!



Der Jugend-Internet-Monitor ist eine Initiative von Saferinternet.at und präsentiert aktuelle Daten zur Social-Media-Nutzung von Österreichs Jugendlichen. Repräsentative Online-Umfrage im Auftrag von Saferinternet.at, durchgeführt vom Institut für Jugendkulturforschung, November/Dezember 2015. n = 407 Jugendliche aus Österreich im Alter von 11 bis 17 Jahren, davon 199 Mädchen. Mehrfachnennungen möglich. Icons designed by Freepik.com & Flaticon.com. Font: Amatic © Vernon Adams, lizenziert unter SIL Open Font License, Version 1.1. Diese Infografik ist lizenziert unter der Creative Commons-Lizenz Namensnennung - Nicht kommerziell (CC BY-NC 3.0 AT).

Abb. 12. Überblick genutzter Social Media Plattformen von Jugendlichen in Österreich (Quelle: saferinternet.at).

Hinzu kommen Foto-Applikationen, die ebenfalls eine Weiterentwicklung hin zu einem partizipativen Kommunikationskanal bestreiten. Wie wir sehen, dass die Vielfalt unter Social Media groß ist, die täglich verwendet werden (können), um mit anderen Menschen zu interagieren bzw. zu kommunizieren.

Die Entwicklungsstufen von Onlineangeboten fasst Tim O'Reilly (vgl. 2005; in: Springer et al. 2014: 95) in klassische Einweg-Kommunikation als Web 1.0 (publishing) und in interaktive Kommunikation als Web 2.0 (participation) zusammen. Eine weitere Unterteilung findet sich nach Stanoevska-Slabeva (vgl. 2008; in: Springer et al 2014: 95f) mit inhalts-orientierten und beziehungsorientierten Web 2.0 Plattformen, sowie virtuellen Welten. Die inhalts-orientierten Plattformen können beispielsweise Blogs, Wikis oder YouTube als Media-Sharing-Plattformen sein. Die beziehungs-orientierten Plattformen bilden und verwalten soziale Netzwerke wie Facebook, Instagram oder Twitter. Die virtuellen Welten sind dreidimensionale Welten, die in virtuellen Spielen als Abbild der ›realen‹ Welt zu finden sind. Wenn eine soziale Struktur online ermöglicht bzw. hergestellt wird, ist von ›Social Web‹ die Rede. Damit sind webbasierte Anwendungen gemeint, »die für Menschen den Informationsaustausch, den Beziehungsaufbau und deren Pflege, die Kommunikation und kollaborative Zusammenarbeit in einem gesellschaftlichen und gemeinschaftlichen Kontext unterstützen sowie die Daten, die dabei

entstehen und den Beziehungen zwischen Menschen, die diese Anwendungen nutzen« (Ebersbach et al. 2008; zit. n. Springer et al. 2014: 96). Diese Dienste weisen ähnliche Prinzipien auf die interaktive Kommunikation der Nutzer, der Vernetzung von Informationen (und Personen), der transparenten Handlungen und Daten auf. Sie weisen auf den Grad der Selbstorganisation hin, ermöglichen Rückkoppelung zwischen Sender und Empfänger und gemeinschaftlicher Integration (vgl. ebd.). Diese Prinzipien dienen ebenfalls zur Befriedigung von Anforderungen und Wünschen der User, wenn es um Bereitstellung und Konsumation von Wissen geht. Gleichgesinnte werden gesucht, um sich auszutauschen, um Erfahrungen zu teilen und Feedback zu erhalten. Die User bauen somit Beziehungen auf, die ihnen weiterhelfen und sie akzeptieren sowie bestätigen sollen. Diese öffentlich-interaktive Kommunikation ermöglicht eine Reichweite, die einen massenmedialen Charakter aufweist. Grund dafür liegt in den von Manuel Castells (vgl. 2001) beschriebenen niedrigen Zugangsbarrieren, die keine Kenntnisse der Programmiersprache oder besondere technische Kenntnisse über Ein- und Ausgabegerät abverlangen. Diese implizite virtuelle Vergemeinschaftung zwischen Usern verschiedener sozialer Medien führen zu neuen Kommunikationsformen und virtuellen Treffpunkten, die Joachim Höflich (vgl. 1995; in: Springer et al. 2014: 98) in altbekannten Orten der Kommunikation ähnlichsieht, die er einem elektronischen Café oder einer ›elektronischen agora‹ gegenüberstellt. Die ›agora‹ war im antiken Athen ein zentraler Versammlungsort bzw. Versammlungsplatz der Ratsversammlung, umgeben von einer Vielzahl an Institutionen für religiöse und administrative Zwecke, die Handelsplätze einbezogen haben (vgl. Gerhardt 2012). In der ›agora‹ galt Redefreiheit und Gleichheit für jene Teilnehmer, die die Zugangscodes erfüllen konnten: männlich und keine Verpflichtung an der Produktion wirtschaftlicher Werte. Ausgeschlossen von der ›agora‹ waren demnach Frauen, Sklaven, Bauern und Händler (vgl. Göztepe-Çelebi 2003: 22f). In dieser Hinsicht verfügen die Orte der Kommunikation über Voraussetzungen, die erfüllt werden müssen, um überhaupt Zugang und Teilnahme zu erhalten. Gleiches gilt für Cafés und Wirtshäuser, aber auch für Theater und andere Einrichtungen, die zu Räumen und Orten der Öffentlichkeit werden. Die Zugangscodes bzw. Schlüssel verändern sich mit der Zeit. Dies hängt von Gesellschaft und Raum ab, ob Geschlecht, Stand, Staatsbürgerschaft oder Ethnie, Sprache und Parteibuch notwendig sind, um Mitsprache- bzw. Teilnahmerecht zu erhalten. Die sozialen Medien mögen auf einer Internetverbindung und Ein- und Ausgabegeräten basieren, die allesamt technische Infrastruktur voraussetzen, doch braucht es, um von anderen Usern bemerkt und akzeptiert zu werden, ebenfalls einen ähnlichen oder gleichen Zeichenvorrat. Nach Höflich (vgl. 1995; in: Springer et al. 2014: 98) spielen Statusunterschiede in virtuellen Netzwerken, wie es sie in ana-

logischen Orten der Öffentlichkeit geben kann, eine geringe oder untergeordnete Rolle. Der Einfluss wird in diesen Netzwerken nicht an Reichtum und Macht, sondern an Rechtschreibung, Informationsgehalt und Argumentationsweise gemessen. Dies mag noch für die Plattformen des Web 1.0 stimmen, wo Anonymität herrscht. In den sozialen Medien Facebook, Instagram oder Twitter finden sich ebenfalls Personen des öffentlichen Lebens, die ihre Identität preisgeben und neben anderen Bürgern und Bürgerinnen diese Kommunikationsdienste nutzen. In dieser Hinsicht lassen sich je nach der Bedeutung einer Person in der analogen Welt ebenfalls eine Bedeutung als Knoten und Zentren in virtuellen Netzwerken erkennen, die je nach Aktualität und Intensität der Kommunikation, eine entsprechende Anzahl an Usern (Abonnenten, Fans oder Follower) konzentrieren. Daher kann nicht davon ausgegangen werden, dass der Status oder die Herkunft, wenn wir sie auf die Redaktion eines Medienunternehmens, das Präsidium einer politischen Partei oder eines Unternehmens, oder auf die Regierung eines Staates beziehen, keine Rolle spielt, ob der Kanal einer solchen Person, davon nicht beeinflusst wird.

Die Partizipation in virtuellen Gemeinschaften, die wechselseitige Interaktion zwischen Personen des öffentlichen Lebens und Bürgern und Bürgerinnen, kann zu neuen Machtstrukturen in einem virtuellen Netzwerk führen, indem sich neue Knoten und Zentren herausbilden, die eine Wirkung auf andere haben, weil sie relevante Informationen liefern, argumentationsfreudig sind oder mit Wortwitz, Bild und Grafik zur Unterhaltung anderer User beitragen. Auf die Zusammensetzung nach der Aktivität der User verweist die Community-Forschung von Jakob Nielsen (vgl. 2012; in: Springer et al. 2014: 98), nachdem eine 90-9-1 Regel angewendet wird, um die 1 Prozent der User zu benennen, die den größten Teil von Beiträgen (Content) generieren. Dahinter folgen jene 9 Prozent an Usern, die von Zeit zu Zeit an der Erstellung von Beiträgen beteiligt sind, während 90 Prozent passiv-rezeptiv bleiben und beobachten. Die geübten User reagieren auf Diskussionen und, wie Höflich (vgl. 1995; in: Springer et al. 2014: 98f) meint, sind auf Streit aus, um ihre Position, Sonderrolle und Privileg zu behaupten. Diese User haben zudem eine homogene Gruppe um sich herum, deren Meinungen entsprechend homogen sind; und die auf gemeinsame Praktiken zurückgreifen. Diese digitalen Communities stellen damit Abbilder analoger Gemeinschaften dar, die über Praktiken und Routinen in ihren (Teil)Systemen verfügen, die über Hüter oder Mittler (im Sinne der Knoten und Zentren) Maßnahmen durchführen oder neue Mitglieder in das Netzwerk integrieren.

Auf den nachfolgenden Seiten werden die sozialen Medien und Instant-Messaging-Dienste: Facebook und Facebook Messenger, Instagram, Snapchat, Twitter und WhatsApp vorgestellt. Damit soll ein Verständnis von diesen Plattformen und Diensten erhalten werden, um

Funktion und Nutzung nachvollziehen zu können. Zusammen sind sie laufenden Veränderungen, Verbesserungen, Weiterentwicklungen ausgesetzt, da sie eine Wechselwirkung mit den Usern aufweisen, um auf die Nutzungspräferenzen zu reagieren. Ihre Zukunft ist daher ungewiss.

### 3.6.1. Facebook und Facebook Messenger

Das im Jahr 2004 gegründete US-amerikanische Unternehmen Facebook, dessen gleichnamige soziale Plattform weltweit auf 1,128 Mrd. täglich aktive User im 2. Quartal 2016 kommt, davon allein in Europa 346 Mio., ist zu einem festen Bestandteil in der Onlinekommunikation geworden. Zudem weist Facebook monatlich 1,712 Mrd. aktive User auf, davon allein 592 Mio. in Europa. Die monatliche Nutzung von einem mobilen Gerät aus belaufen sich auf 967 Mio. aktive User (vgl. Facebook 2016a: 3-7). Facebook vernetzt Menschen und bietet eine Vielzahl an Möglichkeiten, sich für andere zu präsentieren, mit anderen in Kontakt zu bleiben und zu kommunizieren. Anders als klassische Medien ist Facebook, als soziales Medium, auf die Partizipation von Menschen und Unternehmen angewiesen, ohne die eine Kommunikation oder Informationsströme nicht möglich wären.

Die Statistiken zu Facebook in Österreich werden von verschiedenen Analyse-Webseiten und Werbeagenturen angeboten. In Abbildung 13. finden sich die Ergebnisse des Social Media Radar Austria, die laufend aktualisiert werden und sich auf von Facebook selbst veröffentlichten Daten beziehen.

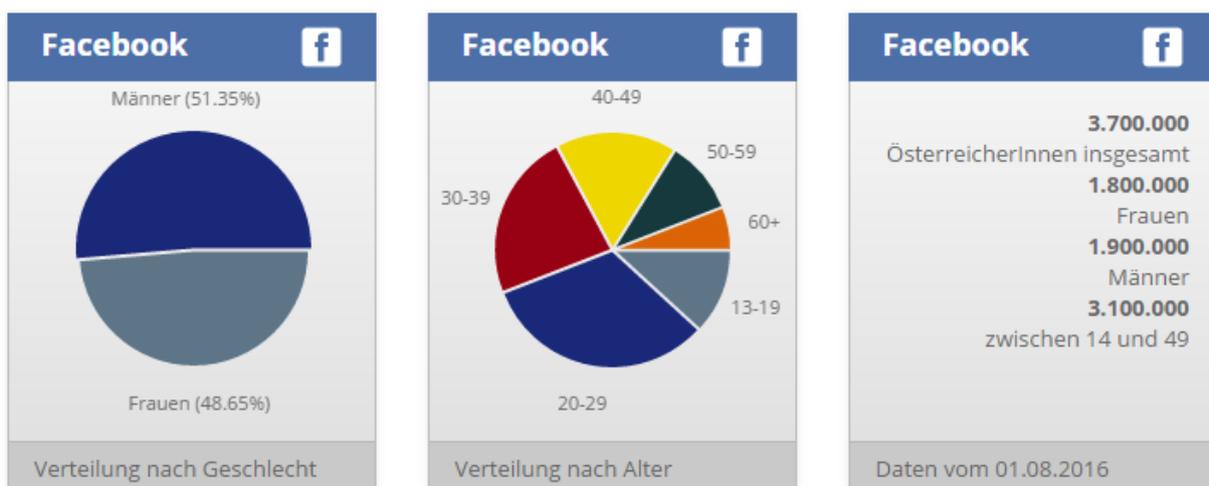


Abb. 13. Facebook User-Zahlen in Österreich. Stand 01.08.2016 (Quelle: socialmediaradar.at/facebook).

## Der Facebook Algorithmus

Die Kommunikation in Facebook weist eine einfache Handhabung gegenüber anderen Medien auf, da beispielsweise keine oder keine nennenswerten Programmierkenntnisse abverlangt werden, um Inhalte zu kreieren und mit anderen Nutzern zu teilen.

Der Algorithmus, mit dem Facebook Inhalte nach Relevanz für Nutzer organisiert und serviert, analysiert die Interessen und das Nutzungsverhalten von Profilen und deren Vernetzung mit anderen Profilen, Seiten etc. Damit wird auf Basis vergangener Aktivität jene künftige Information oder Inhalt sichtbar, von dem das System ausgeht, es sei relevant. Die Inhalte werden in ›Neueste Meldungen‹ und ›Hauptmeldungen‹ unterschieden. Im Newsfeed eines Profils werden die ›Neuesten Meldungen‹ ungefiltert eingespielt. Eine ›Hauptmeldung‹ ist dagegen auf Interaktionen anderer User angewiesen. Hierzu zählen Kommentare und ›Gefällt mir-Angaben‹, mit denen sich die ›Schwäche‹ im System offenbart. Abhängig von der Interaktion, die sich auf Text, Foto, Video oder Links beziehen kann, wird ein Inhalt als ›Hauptmeldung‹ eingestuft, der weiter gezeigt oder als eine eigene Nachricht für andere im Netzwerk sichtbar wird. Damit wird die allgemeine Reichweite eigener und fremder Inhalte erhöht, um noch mehr Aufmerksamkeit zu generieren (vgl. Brugger 2012: 17). Der Algorithmus stellt digitales Verhalten von Usern nach, indem die bisherigen Handlungen nicht nur in Facebook selbst, sondern auch in anderen sozialen Medien analysiert werden. Dies ermöglicht nicht nur maßgeschneiderte Nachrichten oder andere Inhalte zu servieren, sondern auf den bisherigen Erfahrungen und Informationen werden neue Kontakte, Produkte und Leistungen empfohlen. »In diesem Sinne haben sich heute Algorithmen für alle möglichen Bedürfnisse ausdifferenziert: Auf Facebook gibt es einen Freundschafts-Algorithmus, einen Beziehungs-Algorithmus, einen Einkaufs-Algorithmus und natürlich einen umfassenden Lifestyle-Algorithmus« (Reichert 2013: 64).

Facebook kennt durch seine Algorithmen die Präferenzen und Einstellungen seiner User. Die Gefällt mir-Funktion, die ein rasches positives Feedback zu den Aktivitäten anderer User-Profilen und Unternehmensseiten gibt, dabei als Datensammler, ähnlich einem Tracking Tool. Dieses Tool funktioniert selbst außerhalb von Facebook, indem der Like-Button, mit dem Gefällt mir-Angaben möglich sind, in dritte Webseiten integriert werden kann. Mit der Hilfe von Cookies können so jeweilige URL zurückverfolgt werden, womit Facebook auch Daten jener Internet User erhält, die selber über kein Facebook-Profil verfügen (vgl. ebd. 64f). Der Like-Button innerhalb von Facebook ist schließlich weiterentwickelt worden, um zwischen den jeweiligen persönlichen Einstellungen und möglichen Gefühlen, die User in Bezug auf Inhalte anderer haben könnten, zu differenzieren. Die Alternative zur Gefällt mir-Angabe sind ihre fünf

Geschwister (Abb. 14.), die Emojis, die v.l.n.r. für ›Love, Haha, Wow, Traurig und Wütend‹ stehen sollen.



Abb. 14. Fünf Alternativen zur Gefällt mir-Angabe in Facebook (Quelle: Screenshot Facebook-Seite von David Alaba).

Die Symbole ›Love, Traurig und Wütend‹ verstehe ich als selbsterklärend. Das ›Haha‹ steht für belustigende, witzige, lustige Inhalte; während das ›Wow‹ für außergewöhnliche oder überraschende Inhalte stehen kann. Zusammen stellen sie jedoch lediglich eine Möglichkeit, die Facebook zur Analyse von Präferenzen und Einstellungen der User verwendet. Sie setzen aber einen entscheidenden Prozess in Gang, der nach Reichert (vgl. ebd. 65) Meinungs- und Trendforschung, ja sogar die Zukunftsforschung geschickt inszeniert, verdeckt und eingebettet in angenehme, bekannte und verständliche Symbole, für die User annehmbar und anwendbar macht. Dieser Exkurs in die Funktionen von Facebook, die der menschlichen Wahrnehmung zuerst verborgen zu sein scheinen, macht deutlich, wie dieses soziale Medium seine User in ein System integriert und Routinen schrittweise verändert. Die Funktion des Algorithmus verdeutlicht allerdings auch, dass für werbende Unternehmen und Organisation, die eigene Präsentation erschwert wird, da sie viele unter vielen sind, die sich um Aufmerksamkeit und Zeitfenster der User, ihrer Zielgruppen, reisen müssen.

### Facebook-Seite, Gruppe und Messenger

Die Basisprodukte von Facebook sind das User-Profil, der News Feed, Gruppen, Seiten, Events und die mobile Applikation Facebook Messenger. Jedes dieser Basisprodukte stellt einen eigenen Kanal dar, der Informationen enthält. Facebook Profile und Seiten bieten mittels Zielgruppeneinstellungen beim Erstellen sowie im Nachhinein die Möglichkeit, die Sichtbarkeit von Inhalten entsprechend geographischer und demographischer Parameter zu setzen. Wenn ein Unternehmen mit Usern aus verschiedenen Ländern über die eigene Facebook-Seite verbunden ist bzw. diese ›Fans‹ der Seite sind, dann kann die Sichtbarkeit von Inhalten nach Ländern oder Sprachen eingestellt werden. Für Facebook Profile gilt es ähnlich mit (Freundes)Listen, die Sichtbarkeit von Inhalten ermöglichen oder einschränken.

Die Weiterentwicklung von Ein- und Ausgabegeräten, insbesondere die des Smartphones, ermöglicht eine höhere Mobilität. Dazu bedarf es einer Differenzierung zwischen einfacher

Nutzung sozialer Medien, also vom Desktop aus, und mobiler Nutzung. Die Aspekte des Ortes und der Zeit, ob ein Inhalt wahrgenommen und zur weiteren Beschäftigung genutzt wird, sind hier wesentlich. Mobile Facebook Nutzung über Smartphones birgt die Spontanität in Usern. Damit kann zwar Facebook von einem beliebigen Ort und zu einer beliebigen Zeit genutzt werden, jedoch ist es vom Moment abhängig, wie viel Aufmerksamkeit Facebook Inhalten beigegeben wird. Hierzu seien Beispiele am Arbeitsplatz, in der Schule oder in der Disco am Wochenende genannt, die entscheiden sein können, ob ein Inhalt gesehen und eine Interaktion (Kommentar, Gefällt mir, Teilung etc.) auslöst wird. Die mobile Nutzung liefert zudem eine weitere Differenzierung, wenn es sich um die mobile Webversion oder die Facebook Messenger Applikation handelt. Denn der Facebook Messenger verfügt gegenüber der Webversion über deutlich weniger Funktionen. Die Kommunikation findet abseits von Profilen, dem News Feed, Gruppen, Seiten und Events statt, nämlich im Chat. Im Chat können neben textbasierten Nachrichten zwischen zwei oder mehr Kommunikationsteilnehmern verschiedene andere Inhalte (Fotos, Grafiken, Links, Dateien, Sprachaufzeichnungen, animierte Bilder etc.) geteilt bzw. gesendet werden. Zudem können weitere Applikationen anderer Anbieter im Messenger verwendet werden, um die Kommunikation zwischen Teilnehmern attraktiver und vielseitiger zu gestalten. Die Wahrnehmung jener Inhalte, die sich im News Feed finden lassen, ist hier nur dann möglich, wenn dieser Inhalt von einer Person im Chat geteilt bzw. an andere User gesendet wird. Für eine größere Reichweite dienen daher Facebook Ads, die von Usern gesehen werden, wenn diese online sind. Die Facebook Ads dienen Werbetreibenden in Facebook zur Erreichung der gewünschten Zielgruppe. Beworben werden können Inhalte in Facebook oder in externen Webseiten. Wie bereits vom Facebook Algorithmus bekannt, werden Benutzerdefinierte Informationen, Interessen und Gewohnheiten hierzu herangezogen. Durch die Facebook Ads können Inhalte nach Geschlecht, Alter, Standort und Interessen definiert und beworben werden. Diese Parameter filtern auf Basis registrierter User in Facebook, die Anzahl jener Personen, die Interesse an einem Inhalt haben könnten. Das Gesamtbudget, das individuell ausgewählt werden kann, entscheidet dann mittels Dauer, die Anzahl an Facebook Usern, die den Beitrag sehen können. Die Möglichkeit, um einen Inhalt in Facebook zu bewerben, findet sich einerseits bei der Erstellung des Selbigen unter ›Beitrag bewerben‹. Andererseits können veröffentlichte Inhalte können nachträglich ebenfalls beworben werden. Für weitere Informationen empfiehlt sich, den ›facebook ads guide‹ und ›facebook business‹ unter facebook.com aufzusuchen. Hier werden Funktionen mittels Beispielen erklärt. Weiterleitende Links finden sich am Ende dieses Abschnitts.

## Monitoring der Aktivitäten von Facebook Seiten

Die Facebook Seiten verfügen über eigene Statistiken, die das Nutzungsverhalten bzw. die Interaktion der Facebook User mit veröffentlichten Inhalten aufzeichnen und grafisch darstellen. Die Statistiken umfassen zudem eine Aufstellung nach geographischen und demographischen Merkmalen der User, die mit der Seite verbunden sind oder mit dieser interagieren. Hierzu gehören Geschlecht, Alter, Aufenthaltsort nach Land und Stadt, Sprache und verwendete Endgeräte. Diese Werte lassen sich für die ›Fans‹ einer Seite, allgemein erreichte Personen und interagierende Personen, abfragen. Damit lassen sich wesentliche Erkenntnisse gewinnen, wie eine Facebook Seite von den Usern angenommen wird, wo Stärken und Schwächen liegen, wie laufende und künftige Kampagnen gesteuert werden können.

Die folgenden Abbildungen 15. und 16. sollen einen Einblick in die Facebook Insights, die Seitenstatistiken, geben. Daraus lassen sich Informationen über die Fans (User), die mit einer Facebook-Seite verbunden sind, gewinnen. So können Kampagnen konzipiert und optimiert werden. In Abbildung 15. lassen sich so Tag und Tageszeit ermitteln, wann die Fans am meisten in Facebook online sind.



Abb. 15. Facebook Insights nach Tageszeit und der Facebook-Nutzung der Fans (Quelle: Screenshot betreuter Facebook-Seite).



Abb. 16. Facebook Insights nach erreichte Personen (Quelle: Screenshot betreuer NGO-Seite).

### Weiterführende Links zu Facebook

Hilfereich: <https://www.facebook.com/help>  
 Business: <https://www.facebook.com/business/learn>  
 Ads Guide: <https://www.facebook.com/business/ads-guide/>

### 3.6.2. Instagram

Das im Jahr 2010 erschienene soziale Medium Instagram gehört seit 2012 zu Facebook und weist inzwischen über 500 Mio. aktive User im Monat auf, und über 300 Mio. tägliche User. Über 80 Prozent der User sind außerhalb der Vereinigten Staaten beheimatet. In Instagram stehen Bilder und Kurzvideos im Vordergrund. Weltweit werden täglich über 80 Mio. Inhalte veröffentlicht (vgl. [business.instagram.com/](https://business.instagram.com/)). Instagram ist als mobile Applikation konzipiert, bietet allerdings auch eine eingeschränkte Nutzung in einer Desktopversion. Die Möglichkeit, Fotos und Videos aufzunehmen, mittels Filter zu bearbeiten und im eigenen Kanal einfach zu veröffentlichen, bleibt der mobilen Version vorbehalten. Instagram ist eine Foto-Sharing-App unter den sozialen Medien, die auf eine Partizipation von Menschen (und Unternehmen) angewiesen ist, ohne die Kommunikation oder Informationsströme nicht entstehen würden.

Das Social Media Radar Austria weist 860.000 Instagram User in Österreich aus. Damit ist Instagram aktuell die Nummer 2 der sozialen Medien in Österreich (Abb. 17., S. 99).

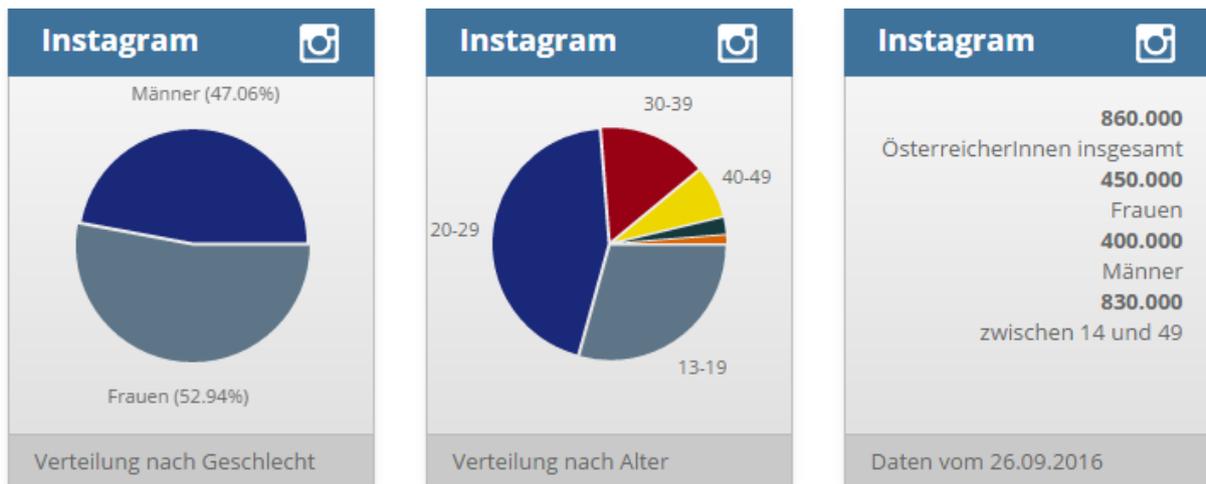


Abb. 17. Instagram User-Zahlen in Österreich, Stand 26.09.2016 (Quelle: socialmediaradar.at/instagram).

### Funktionsweise und Algorithmus

Soziale Medien sind auf Algorithmen angewiesen, wie bereits mit Facebook gezeigt, um Daten über ihre Nutzer zu sammeln und zu verarbeiten. Es verwundert daher nicht, dass auch Instagram über ein solches Tool verfügt. Die chronologische Sichtbarkeit eigener und fremder Inhalte weicht zugunsten der ›Hauptmeldungen‹. Dazu ist im März 2016 ein Blog-Eintrag von Instagram veröffentlicht worden, indem es heißt:

»The order of photos and videos in your feed will be based on the likelihood you'll be interested in the content, your relationship with the person posting and the timeliness of the post. As we begin, we're focusing on optimizing the order — all the posts will still be there, just in a different order« (Instagram Blog 2016).

Damit bezieht sich Instagram auf die Interessen und Handlungen (Interaktionen) mit anderen Usern, und serviert jene Inhalte, die der Algorithmus meint, den Usern am nächsten zu entsprechen. Für Werbetreibende heißt es, dass die organische Reichweite zurückgeht, um Werbeschaltungen zu steigern. Auch hier gilt, dass die Relevanz für Aufmerksamkeit und Interaktion sorgt; und diese hängt von der Gemeinschaft, dem Netzwerk und der Community ab, der User angehören. Ob Baumaschinen in einem Umfeld positioniert gehören, das sich für Babyprodukte interessiert, gehört sicherlich noch einmal überdacht. Aber: Wie bereits beim Facebook Algorithmus angemerkt, weist auch der Instagram Algorithmus ›Schwächen‹ auf. Ein Inhalt kann somit durch entsprechend hohe Interaktion als Hauptmeldung eingestuft werden. Werbetreibenden sei an dieser Stelle gesagt, dass sich zu Instagram Ad Solutions unter [business.instagram.com](https://business.instagram.com) und [facebook.com/business](https://facebook.com/business) ausführliche Informationen und Anleitungen finden lassen, um eine maßgeschneiderte Anzeige zu schalten. Weiterführende Links finden sich am Ende dieses Abschnitts.

Die Reichweite und Sichtbarkeit wird in Facebook durch das Hashtag generiert, das sich aus dem Raute-Zeichen und einer kategorischen Markierung zusammensetzt. Hashtags werden zur chronologischen Sammlung von Inhalten im Instagram-System verwendet. Sie fungieren für User als Orientierungshilfe, wenn Inhalte zu einem Ort, einer Person, ein einem Gefühl oder beispielsweise einem Produkt oder einem Ereignis gesucht werden. Hashtags werden dazu in die Beschreibung der Inhalte eingefügt. Wird ein Hashtag von einem User angeklickt, öffnet sich die Vergangenheit öffentlich zugänglicher Profile, deren Bilder und Kurzvideos betrachtet werden können. Hinzu kommt, dass jene Inhalte unter die Top 9 kommen, die im Vergleich zu anderen, eine höhere Interaktion aufweisen. Abbildung 18. dient hier als ein visuelles Beispiel.



Abb. 18. Beispiel für eine Kategorisierung von Instagram Inhalten durch ein Hashtag (Quelle: Screenshot, 01.11.2016).

### Monitoring der Aktivitäten von Instagram Profilen

Instagram Profile haben seit 2016 die Möglichkeit, sofern sie in Business Profile umgewandelt werden, Statistiken über ihre Abonnenten anzuzeigen. Die Umwandlung ist nicht kostenpflichtig, setzt allerdings das Vorhandensein einer Facebook-Seite voraus, die mit dem Business Profil verbunden wird. Die Statistiken umfassen (derzeit) einige geographische und demographische Daten zu den eigenen Abonnenten: aktueller Aufenthalt nach Land und Stadt, das Geschlecht und das Alter. Zusätzlich wird die Aktivität der eigenen Abonnenten nach Wochentag und Tageszeit angezeigt.

Weiterführende Links zu Instagram

Hilfereich:	<a href="https://help.instagram.com/">https://help.instagram.com/</a>
Business:	<a href="https://business.instagram.com/">https://business.instagram.com/</a>
Grundlagen zur Werbung in Instagram:	<a href="https://www.facebook.com/business/help/www/976240832426180">https://www.facebook.com/business/help/www/976240832426180</a>

### 3.6.3. Twitter

Der Kurznachrichtendienst Twitter startet im Jahr 2006 und hat sich inzwischen zu einem festen Bestandteil der täglichen Kommunikationen in sozialen Medien entwickelt. Twitter weist auf der eigenen Webseite (Stand 30.06.2016) über 313 Mio. aktive Nutzer im Monat, davon sind

79 Prozent außerhalb der Vereinigten Staaten (vgl. [about.twitter.com](http://about.twitter.com)). In Österreich sind im März 2016 etwa 148.000 Twitter-Profilen registriert gewesen (vgl. [statista.com](http://statista.com)).

Twitter hebt sich gegenüber Facebook oder Instagram durch die eingeschränkte Anzahl an Zeichen, die auf einmal veröffentlicht bzw. getwittert werden können, ab. Ein Tweet kann maximal 140 Zeichen inkl. Leerzeichen enthalten. Kombiniert werden können Text, Links, Fotos und Grafiken, GIFs und Kurzvideos. Die Tweets können favorisiert, retweetet (geteilt), zitiert und als Moments, zu bereits veröffentlichten Tweets mit Fotos oder Videos, noch einmal zusammengefasst und hervorgehoben werden.

### Funktionsweise und Algorithmus

Der Twitter Algorithmus verändert die chronologische Reihung von Tweets. Der Unterschied zu Facebook oder Instagram liegt in der Wahlmöglichkeit, den Algorithmus (teilweise) abzuschalten. Dieser basiert, wie bei Facebook und Instagram ebenfalls, auf verschiedenen Kriterien, wie dem eigenen Netzwerk, den gefolgt Twitter-Profilen und Tweets, mit denen interagiert wird etc. Durch die Abschaltung der ›Hauptmeldungen‹, wie sie etwa im Abschnitt zu Facebook vorzufinden sind, werden die Tweets, die andere Twitter Profile absenden, in ihrer chronologischen Reihenfolge gezeigt. Twitter empfiehlt allerdings jene Nutzer Profile weiter, die der Algorithmus für wahrscheinlich relevant sieht (vgl. [support.twitter.com](http://support.twitter.com)). Die Einführung eines Algorithmus kam einem Traditionsbruch gleich, die heftige Reaktionen in Twitter ausgelöst hat. Kritik oder Führsprache an oder für eine Person, Produkt, Unternehmen, gesellschaftliche Haltung etc. finden in Twitter eine Artikulation durch Hashtags. Die Kritik über einen Twitter-Algorithmus brachte den Hashtag #RIPTwitter hervor. Das Unternehmen begründete den Algorithmus allerdings mit Vereinfachung, Benutzerfreundlichkeit und Relevanz für User.

In Twitter unterscheidet sich die Kommunikation zwischen Usern allerdings nicht nur wegen der Zeicheneinschränkung, die ein Tweet maximal aufnehmen kann, sondern auch in der Interaktion mit anderen andern Usern, die nicht zum eigenen Netzwerk gehören. Entscheiden hierfür sind die Sichtbarkeit bzw. die Reichweite. Dazu können fünf Möglichkeiten unterschieden werden. Ein User kann mit anderen Usern interagieren, sofern diesen gefolgt wird. Eine Interaktion ist ebenfalls dann möglich, wenn aus dem eigenen Netzwerk mit Profilen interagiert wird (Retweets, Kommentare), denen nicht gefolgt wird. Diese Tweets werden in der eigenen Timeline (Newsfeed) angezeigt. Eine weitere Möglichkeit findet sich in den Twitter Listen, die von Usern angelegt werden. Diese Listen führen andere User Profile an, die beispielsweise nach Themengebieten, Vorlieben etc. definiert sind. Innerhalb dieser Listen können die Tweets der Mitglieder wahrgenommen und mit ihnen interagiert werden. Hashtags bieten

eine weitere Möglichkeit, mit anderen Usern zu kommunizieren, indem diese aufgerufen werden, und zum entsprechenden Thema getwittert wird. Hashtags müssen allerdings keinen thematischen Hintergrund aufweisen, sondern können beispielsweise Begriffe für bestimmte Gefühle oder provozierende Aussagen enthalten, mit denen eine eigene Meinung oder Position zusätzlich verdeutlicht werden soll. Eine weitere Möglichkeit bieten die länderspezifischen Trends, die Twitter nach den aktuell häufigsten verwendeten Hashtags und Begriffen listet. Abhängig davon, ob eine Desktopversion oder Mobile-Version von Twitter verwendet wird, werden 10 bis 20 der aktuell häufigsten Hashtags und Begriffe gelistet. Twitter User, die über Hashtags oder Begriffe nach anderen Tweets, Informationen und Meinungen suchen, können beim Durchsuchen von Twitter zwischen Top- und Neuesten-Tweets wählen, welche angezeigt werden sollen. Werden die Top-Tweets zu einem Hashtag oder Begriff gewählt, so werden jene Tweets angezeigt, die die meiste Interaktion (Antworten/Kommentare, Favorisierungen, Retweets) aufweisen. Hier findet sich ebenfalls eine ›Schwäche‹ des Twitter Algorithmus wider. Erstens können so auch jene User einen Tweet sehen und damit interagieren, die dem Verfasser nicht folgen. Zweitens werden die Top-Tweets über einen längeren Zeitraum in der Durchsuchfunktion weiter ›oben‹ angezeigt, bis sie von anderen Tweets nach ›unten‹ verschoben werden. Die Durchsuchfunktion von Twitter bietet, neben der Suchen nach Tweets, ebenfalls die Möglichkeit, gezielt nach Fotos, Videos und Profilen zu suchen.

#### Monitoring der Aktivitäten von Twitter Profilen

Twitter bietet jedem User Profil die Möglichkeit, mittels der Twitter Analytics, die Aktivitäten mit eigenen Tweets und dem eigenen Profil, zu analysieren. Des Weiteren finden sich geographische und demographische Informationen, die nach Geschlecht, Sprachen, Alter, Land, Region, Lifestyle oder Gerätekategorien, Aufschluss über eigene Follower geben. Damit können nichtbezahlte und bezahlte Beiträge auf Reichweite und Erfolg analysiert und ggf. Veränderungen im eigenen Kommunikationsverhalten vorgenommen werden.

#### Weiterführende Links zu Twitter

Hilfe-Center:	<a href="https://support.twitter.com/categories/281">https://support.twitter.com/categories/281</a>
Twitter-Blog:	<a href="https://about.twitter.com/de/company/blogs">https://about.twitter.com/de/company/blogs</a>
Advertising:	<a href="https://blog.twitter.com/advertising">https://blog.twitter.com/advertising</a>

#### 3.6.4. WhatsApp

Der Instant-Messaging-Dienst WhatsApp ist ebenfalls eine Entwicklung aus den Vereinigten Staaten, der seit 2014 zu Facebook gehört. In der Webseite von WhatsApp werden über 1 Mrd.

User in über 180 Ländern genannt, die diesen Dienst im Jahr 2016 nutzen (vgl. WhatsApp 2016). Ähnlich wie bei Facebook, Instagram und Twitter gibt es eine Desktopversion und eine mobile Version von WhatsApp. Beide Versionen verfügen über einen Chat (senden und empfangen von Textnachrichten), die Aufnahme- und Sendungsfunktion von Fotos und Videos sowie eine Anruf Funktion. Zudem können Sprachnachrichten hinterlassen werden. Die Nutzung von WhatsApp ist inzwischen kostenlos.

Die Chat-Gruppen in WhatsApp ermöglichen eine many-to-many-Kommunikation, die allerdings auf bis zu 256 andere Kontakte eingeschränkt ist. Die Nutzung von WhatsApp in der Unternehmenskommunikation hat Sabine Hoffmann, von der Wiener Social-Media-Agentur ambuzzador, in einem Gastbeitrag auf [www.internetworld.de](http://www.internetworld.de) erläutert. Die Möglichkeiten sind u.a. in der Nutzung als Newsletter, im Kundenservice für Supportanfragen, als Betreuungskanal, für den Aufbau von Kundenbeziehung in verschiedenen Communities, für die unternehmensinterne Kommunikation oder für das Personalmarketing (vgl. Hoffmann 2016: 2). Aufgrund der Push-Benachrichtigungen werden versendete Inhalte bei Empfängern sofort (instant) mitgeteilt.

Weiterführende Links zu WhatsApp

Funktionen: <https://www.whatsapp.com/features/>

### 3.7. Kritik an computervermittelter Kommunikation

Es ist bereits angemerkt worden, dass eine Kommunikation, die mittels technischer Ein- und Ausgabegeräten abläuft, eine Vielzahl von Störungsquellen aufweisen kann, indem die Aufnahme über die Sinnesorgane auf einige wenige Sinneskanäle reduziert wird. Damit sind Verzerrung der ursprünglichen Information möglich, wie sie ebenfalls bei anderen Kommunikationskanälen passieren können. Der Grad an Inszenierung, indem die Face-to-face-Kommunikation wegfällt, wie bereits beim Fernsehen kritisiert wird, nämlich zuständig zu sein für den Realitätsverlust der Zuschauer und Zuschauerinnen, ist auch die computervermittelte Kommunikation der Kritik ausgesetzt. Computer, Internet und Digitalisierung durchdringen allerdings nicht nur die Arbeitsbereiche, sondern ebenfalls andere menschliche Lebensbereiche. Der weltweite Nachrichtenkonsum wird über die Bildschirme der PC, Laptops und Smartphones abrufbar. Dazu bedarf es lediglich einer Internetverbindung und weniger Klicks. Die computervermittelte Kommunikation stellt, bezogen auf die Reichweite und Möglichkeit der Anwendung für zwei und mehr Menschen, die Massenkommunikation in ein neues Licht. Die Medienlandschaft wird daher nicht nur in Breite und Tiefe erweitert, sondern wird selbst durchdrungen,

indem Inhalte global produziert und lokal serviert werden, wie sie Manuel Castells sieht. Damit verändert sich der Distributionsrahmen, es entstehen neue Rahmen für öffentliche Diskurse und technisch vermittelte interpersonale Kommunikation, die auf schwachen und starken Beziehungen basiert, und zeitgleich (synchron) oder zeitverschoben (asynchron) abläuft (vgl. Pürer 2014: 91). Hinzu kommt, dass die Identität der Gesprächspartner an Anonymität gewinnt, indem die Präsenz des Gegenübers nicht mehr persönlich wahrnehmbar wird. Die Wahrnehmungs- und Kontrollmöglichkeit wird also erschwert (vgl. Pürer 2014: 95). Eine Situation, die zu Cybermobbing einladen kann. Damit wird Tür und Tor zu sogenannten Shitstorms gegen politische, wirtschaftliche und andere Akteure im Netz geöffnet. Was uns die Bahnen des Internets zeigen, und hier nehmen soziale Medien eine zentrale Rolle ein, ist die Unvollkommenheit menschlicher Gesellschaften. Das Cybermobbing ist dabei nur eine Erscheinungsform von Gewalt im Internet, mit der sich die Mediengewaltforschung beschäftigt.

Die Methodik des Cybermobbings basiert nach dem Psychologen Frank Ropertz (2006; zit. n. Pürer 2014: 517) auf der »Verletzung und Belästigung mittels Informations- und Kommunikationsmedien wie E-Mails, Handy und verleumderischer bzw. beleidigender Webseiten«. Hinzu kommt die Verbreitung von Gerüchten, Angstmacherei und Hetze. Dabei ist es nicht relevant, ob die Person oder Personengruppe, die gemobbt, also verleumdet und beleidigt wird, präsent ist oder nicht. Die Opfer und Täter stehen nicht in direktem Kontakt. Oft besteht selbst keine Kenntnis von Opfer oder Täter, da beide eine Anonymität durch Nickname und Pseudonym haben können. Die Täter können oft nur schwer identifiziert werden, womit rechtliche Schritte Zeit benötigen. Auf Opferseite wird die Hilfeleistung erschwert, da das Opfer selbst diesen Schritt gehen muss, zu sagen, dass es gemobbt wird (vgl. Fazwi 2009; in: Pürer 2014: 517). Dagegen hat die Verbreitung von Gerüchten, wie sie etwa von rechten und rechtspopulistischen Gruppierungen gegen jüdische Familien verbreitet werden, klare Ziele. Ebenfalls findet sich die Angstmacherei und Hetze gegen Flüchtlinge oder Migranten und Migrantinnen, die dazu beiträgt, dass Fremdenhass konstruiert wird. Die Konstruktion solcher Feindbilder dient der Ausgrenzung bis hin zu physischer Gewalt. Die virtuelle Welt hat einen Einfluss auf die reale Welt, nämlich durch die Kommunikation und vermittelter Gedanken und Meinungen. Gleichgesinnte finden und tauschen sich in der virtuelle schneller aus. In Österreich sind soziale Medien (Facebook, Twitter etc.) während der Bundespräsidentenwahl 2016 in den Fokus der Medien gerückt, da nicht nur sogenannte Shitstorms zu verzeichnen gewesen sind, sondern

auch Angriffe auf die Kandidaten und Kandidatinnen, ihre Unterstützter und Unterstützerinnen sowie Journalisten und Journalistinnen (Abb. 19.). Die österreichische Journalistin Corinna Milborn (TV Sender Puls4) hat eine entsprechende Reaktion auf Beleidigungen, Provokationen und Drohungen über ihren Twitter-Kanal mitgeteilt.

Aber wer ist dafür verantwortlich, dass sich Personen und Personengruppen einer Gesellschaft dazu aufgerufen, berufen, legitimiert sehen, aufgrund von Angstmacherei und Hetze im Netz, auch Gewalttaten in der realen Welt folgen zu lassen? Schüren von Fremdenhass, gezieltes Konstruieren von Fremdbildern ist bereits im Abschnitt 1.2. andiskutiert worden. Hierbei geht es um jene Kreise einer Gesellschaft, die um ihren Platz an der Macht- und Kapitalverteilung fürchten, da sie sich auf der Verliererseite sehen, weshalb sie auf jene Mittel zurückgreifen, die bereits in der einfachen Moderne praktiziert worden sind. Ihre Handlanger sind Maulhelden und politische Kleingeldschläger, die selbst zu den Reflexivitätsverlierern gehören. Sie verstehen es, gesellschaftliche Werte und rechtstaatliche Normen auszuhebeln, indem sie ihre Botschaften auf die schwächsten der Gesellschaft richten. In diesem Fall richtet sich das Mobbing und Cybermobbing gegen die Experten einer Gesellschaft oder eines Staates, um ihre Äußerungen, Kritik und Androhung von Sanktionen ins Lächerliche zu ziehen, sie zu diskreditieren. Ein zuletzt bekannter Begriff ist ›die Lügenpresse‹, wenn es um kritische und sachorientierte Berichterstattung geht. Ein anderer Begriff bezieht sich auf legal und demokratisch gewählte Parteien, die an der Regierung eines Staates mitwirken, indem sie als ›ein Machtkartell‹ dargestellt werden. Damit wird gezielt daran gearbeitet, um Vertrauensrelationen zu schwächen oder sie sogar zu zerstören. Diese Begriffen finden sich allerdings in der realen sowie virtuellen Welt wieder. Sie sind keine rein virtuelle Erscheinung.

## Fazit

Soziale Medien gehören inzwischen zum Alltag vieler Menschen, die an Onlinekommunikation teilnehmen. Die gesellschaftliche Vielfalt zeigt sich im großen Angebot sozialer Medien, wie sie mit Facebook, Instagram, Snapchat oder Twitter gegeben sind. In diesen findet sich ein

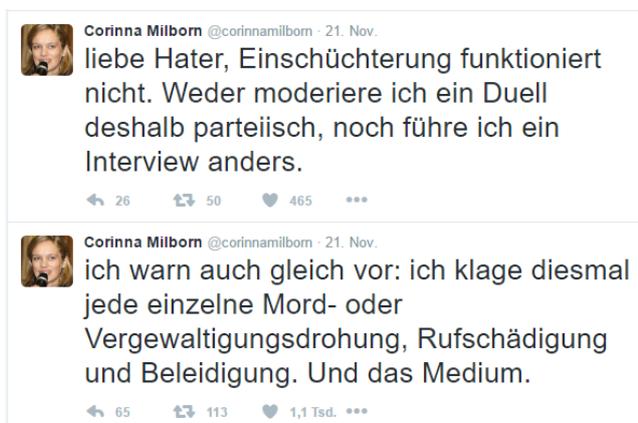


Abb. 19. Reaktionen von Corina Milborn auf Cybermobbing (Milborn 2016a; 2016b).

Versuch der Digitalisierung zwischenmenschlicher Kommunikation, die lediglich auf einen auditiven und visuellen Kanal reduziert ist. Diese Einschränkung trägt u.a. dazu bei, dass die simulierte Wirklichkeit, die in virtuellen Räumen vorzufinden ist, eine Verzerrung der Realität bewirkt, die sich auf unser menschliches Handeln auswirken kann. Der Umgang mit sozialen Medien gehört daher gut überlegt, um Vorteile und Nachteile abzuwiegen. Natürlich stellen sie eine Vereinfachung im Alltag bereit, wenn wir an die Werbewirtschaft denken. Diese Kommunikationskanäle ermöglichen eine Reichweite, die teilweise selbst kontrolliert werden kann, fördern aber auch die Soziabilität, indem sich Menschen verschiedener Interessen leichter finden und in Kontakt miteinander treten.

Bei der Vielzahl an menschlichen Anforderungen und Bedürfnissen, die für unsere gegenwärtigen Gesellschaften charakterisierend sind, heißt es ebenfalls, dass die Kommunikationskanäle, über die verschiedene Interessensgruppen (auch Zielgruppen) miteinander kommunizieren, begriffen werden müssen. Soziale Medien, und in ihnen inzwischen etablierte Kanäle, sind allerdings nicht für die Ewigkeit geschaffen. Auch sie verändern sich und können schon morgen durch andere abgelöst werden. Der Grad an Selbstorganisation und Selbstinszenierung erfährt mit diesen Möglichkeiten eine neue Bedeutung. Die Nutzung dieser Medien ermöglicht ein inszeniertes Leben auf einer neuen, digitalen Ebene, um eigene Momente, Erfahrungen, Erfolge und Misserfolge, traurige Erlebnisse etc. mitzuteilen.

#### 4. Soziale Medien und die Gemeindekommunikation in Niederösterreich

Soziale Medien bieten eine Weiterentwicklung der Kommunikation im Internet an. Hinzu kommen mobile Geräte (Smartphone, Tablet), mit denen der Zugang mittels Internetverbindung/-signal praktisch von jedem Ort und zu jeder Zeit möglich ist, um Informationen zu empfangen und selbst zu senden. Dazugesellen tun sich verschiedene soziale Medien, wie es Facebook, Instagram und Twitter sind. Das Angebot wird um Instant Messaging Plattformen erweitert, mit denen ebenfalls eine many-to-many-Kommunikation möglich ist. Mit einer mobilen Applikation (App) kann, mit nur einigen wenigen Schritten, an den Kommunikationsströmen im Internet teilgenommen werden. Die User, die hier anzutreffen sind, können Privatpersonen, Unternehmen, Medien, politische Parteien, Marken und sogar verstorbene Persönlichkeiten und antike Denker sein, aber auch Bildungs- und Sicherheitseinrichtungen, verschiedene Ministerien und andere öffentliche sowie private Einrichtungen. Wir werden feststellen, dass es keine Seltenheit ist, selbst Gemeinden anzutreffen, die ›Social Media‹ können.

In den folgenden Abschnitten wird auf die Kommunikation der Gemeinden in Niederösterreich eingegangen werden, die ›facebooken‹ tun. Die Wahl des Mediums Facebook, das in dieser Forschungsarbeit gewählt worden ist, gründet auf den 3,7 Millionen registrierten persönlichen Profilen in Österreich, womit es das am stärksten verbreiteten sozialen Medium ist. Dazu sind die 573 Gemeinden und Städte in Niederösterreich abgefragt worden, die im Oktober 2016 eine Präsenz in Facebook aufweisen, und ebenfalls Inhalte veröffentlicht haben. Zudem sind Leitfadenterviews mit den Bürgermeister\*innen der acht Gemeinden im niederösterreichischen Piestingtal, Bezirk Wiener Neustadt-Land, geführt worden, um zu ergründen, wie diese über einen Einsatz von sozialen Medien für ihre Gemeinde denken. Eine durchgeführte Onlinebefragung der Bürger und Bürgerinnen dieser acht Gemeinden, die über lokale Akteure (Vereine, Vereinsführung, Gemeinde) in Facebook und ein Instagram-Profil verbreitet worden ist, gibt das Nutzungsverhalten und die Erwartungshaltung in einen Gemeindekanal graphisch preis.

Es sei auch an dieser Stelle vermerkt, dass Soziale Medien nicht als Konkurrenz zu klassischen Medien, auf die Gemeinden setzen, verstanden werden sollen. Die Bürger und Bürgerinnen konsumieren in den Gemeinden verschiedene Medien. Daher dienen soziale Medien lediglich als eine weitere Alternative zur Gemeindezeitung, zur Gemeindegemeinschaft, dem elektronischen Newsletter und diversen Kulturveranstaltungen, mit denen Bürger und Bürgerinnen informiert werden können.

#### 4.1. Facebook Kommunikation der Gemeinden in Niederösterreich

Soziale Medien sind von Millionen Menschen in Österreich inzwischen angenommen worden, wie in den Abschnitten 3.6.1. bis 3.6.4. gezeigt worden ist. Daher ist es notwendig zu erfahren, ob und wie die lokale Verwaltungen, sich mit sozialen Medien in Österreich auseinandersetzen. Dazu ist im November 2016 ein Ist-Stand an Facebook Seiten der Gemeinden erhoben worden. Eine Facebook Seite von einer Gemeinde definiert sich über den Seitennamen als Gemeinde, Marktgemeinde, Stadtgemeinde etc., weist in der Seitenrubrik ›Info‹ die Webseite der Gemeinde, E-Mailadresse der Gemeinde oder einen expliziten Hinweis, dass es sich um den offiziellen Kanal einer Gemeinde in Facebook handelt. Facebook Seiten, die eine Anmerkung aufweisen, dass sie von einem Tourismusverein oder Unternehmen verwaltet werden, und werden daher von keiner offiziellen Gemeindestelle verwaltet, sind nicht berücksichtigt worden. Ebenfalls sind Seiten von Stadtmarketingagenturen, City Management, der Initiative Gesunde Gemeinde und, mit dem Verweis Event Team, Veranstaltungsmanagement oder Kulturreferat, nicht miteinbezogen worden. Diese Ausschlusskategorien dienen der Heterogenität an Themen, die über Facebook-Seiten veröffentlicht werden. Die Facebook-Seiten ermöglichen einen leichteren Zugang, da die Einsehbarkeit in die Kommunikation öffentlich ist. Das ist ein wesentliches Argument, das dafürspricht, warum Facebook-Seiten den Profilen und Gruppen vorgezogen werden. Facebook Gruppen und Profile weisen Möglichkeiten auf, um die Öffentlichkeit einzuschränken. Weitere Gründe sind ebenfalls in Abschnitt 3.6.1. angeführt worden.

Im November 2016 haben 134 der 573 Gemeinden in Niederösterreich eine offizielle Facebook-Seite, die den oben genannten Kriterien entspricht. Das Kommunikationsverhalten dieser 134 Gemeindeseiten ist zwischen 1. Oktober 2016 und 31. Oktober 2016 aufgezeichnet worden. Die Wahl auf den Monat Oktober ist aufgrund zweier Kriterien gefallen. Erstens beginnt das Schuljahr in Niederösterreich im September, womit die Urlaubszeit endet und der Alltag wieder einkehrt. Dies wirkt sich bspw. auf die Veranstaltungsplanung aus. Zweitens ist mit dem 26. Oktober (Nationalfeiertag) ein Termin gegeben, der gratuliert werden kann und zudem Veranstaltungen mit sich bringt, über die informiert wird. Im Untersuchungszeitraum sind 93 Gemeinden, die Inhalte in ihren Facebook-Seiten geteilt bzw. veröffentlicht haben. Die Veröffentlichungen sind nach 26 Themen kategorisiert und codiert worden. Codiert worden ist ebenfalls, ob eine Einbindung vorliegt oder nicht, und welcher Art diese ist. Zudem sind ebenfalls die Interaktionen nach Gefällt mir-Angaben, Teilungen und Kommentaren aufgezeichnet worden, um sie nicht nur den Themen und Art der Einbindung zuordnen und messen zu können, sondern auch nach Datum/Tag und Tageszeit. Diese Daten helfen aufzuzeigen, in welchen Zyklen Veröffentlichungen stattfinden und wie die Facebook User reagieren. Wesentlich ist, dass

die Veröffentlichung von Inhalten mit den Öffnungszeiten und der Anwesenheit der Mitarbeiter und Mitarbeiterin der Gemeinden zusammenhängen. Insgesamt sind im Untersuchungszeitraum 1.168 Inhalte geteilt bzw. veröffentlicht worden.

Die untersuchten Gemeinden zeigen eine hohe Aktivität in ihren Facebook-Seiten zwischen Montag und Freitag. Die Anzahl an Veröffentlichungen (Abb. 20.) zeigen insbesondere eine hohe Aktivität am Wochenanfang, die dann gegen Ende der Woche abnimmt. Allerdings veröffentlichen nicht jede Gemeinde täglich Inhalte, sondern an verschiedenen Tagen und in unterschiedlich hoher Anzahl. Die Interaktion je Veröffentlichung zeigen einen Durchschnitt von 10,2 bei 386,1 täglichen Veröffentlichungen im Oktober 2016. Jedoch bedeutet eine hohe Anzahl an täglichen Veröffentlichungen nicht unbedingt auch eine hohe Interaktion seitens Facebook User. Dies zeigt der 3. Oktober, ein Montag, an dem 65 Veröffentlichungen und 9,1 Interaktionen je Veröffentlichung aufgezeichnet worden sind. Dagegen weisen Veröffentlichungen, die über das Wochenende stattgefunden haben, bei einer deutlich niedrigeren Anzahl eine vergleichsweise hohe Interaktion auf. Ein Beispiel dafür ist der 8.10., ein Samstag, mit 18 Veröffentlichungen und einer Interaktion von 9,6. Der 25.10., ein Dienstag und der Tag vor dem Nationalfeiertag in Österreich, weist 53 Veröffentlichungen und, mit einem Mittelwert von 16,5, die höchste Interaktion im Oktober auf.

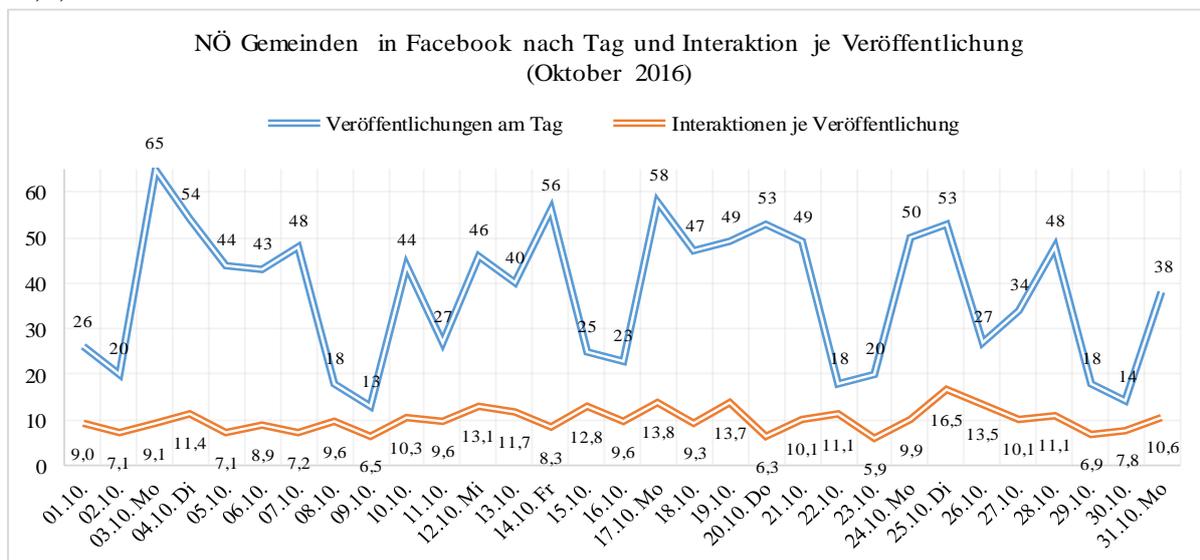


Abb. 20. NÖ Gemeinden in Facebook (Oktober 2016). Tage mit der höchsten und zweithöchsten Anzahl an Veröffentlichungen sind z.B. mit »03.10. Mo« angegeben.

Wir halten hier fest, dass der Tag und die Anzahl täglicher Veröffentlichungen wichtig sind. Die Gemeindeseiten in Facebook agieren hauptsächlich unter der Woche. Der Blick auf die Tageszeiten, zu denen die Gemeindeseiten Veröffentlichungen aufweisen, liefert weitere Erkenntnis, um die Aktivitäten der Gemeinde sowie der interagierenden User zu verstehen. Die untersuchten Gemeinden verzeichnen zwischen 7h und 10h eine sehr hohe Aktivität nach Veröffentlichungen (Abb. 21., S. 110), die nach 10h abzunehmen beginnt. Über den Tag werden

von den 92 Gemeinden durchschnittlich 47,0 Veröffentlichungen pro Stunde getätigt, die eine Interaktion von 9,0 je Veröffentlichung aufweisen. Die Interaktion nach Tageszeiten weisen eine Diskrepanz zu den Veröffentlichungen nach Tageszeit auf, die am deutlichsten bis 12h zu verzeichnen ist. Dies kann auch damit zusammenhängen, dass Inhalte vom Vortag erst am nachfolgenden Tag veröffentlicht werden, und zwar am Vormittag, wenn das Gemeindeamt öffnet. Die Interaktionen dienen in Facebook als Indikator, um eine Rückmeldung von den Usern zu erhalten, wie eine Veröffentlichung angenommen worden ist. Diese hängen von der Tageszeit ab, um eine bestmögliche Aufmerksamkeit und Reichweite zu erhalten. Der Tagesablauf von Menschen kann eine Orientierungshilfe sein, um einen geeigneten Zeitpunkt zu wählen, in der Inhalte in Facebook veröffentlicht werden. Zwischen 7h und 8h, auf dem Weg zur Arbeit- oder Ausbildungsstätte, weisen die Gemeindeseiten eine Interaktion von 10,3 je Veröffentlichung auf. Danach nehmen diese ab, um wieder ab 10h zuzunehmen. Doch gerade zwischen 08h und 10h erreichen die Veröffentlichungen ihren Höhepunkt. Während (möglicher) Mittagspausen weisen Veröffentlichungen jeweils über 12 Interaktionen auf. Einen sehr hohen Wert mit 15,1 Interaktionen je Veröffentlichungen sind zwischen 15h und 16h zu verzeichnen. Diese Zeitspanne entspricht in etwa dem Ende eines Arbeitstages. Wird also wahllos, indem ein fehlerhaftes Konzept für Facebook, aber auch andere soziale Medien, verfolgt wird, können Veröffentlichungen nicht ihr Potential abrufen.

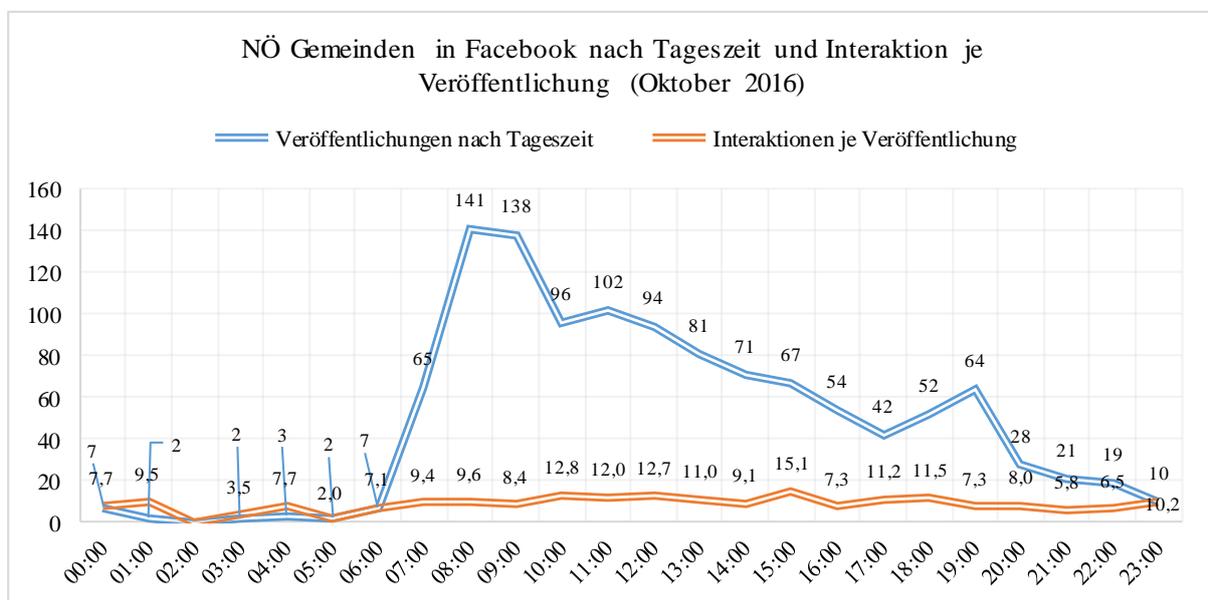


Abb. 21. NÖ Gemeinden in Facebook nach Tageszeiten und Interaktion je Veröffentlichung (Oktober 2016).

Die Informationsströme in Facebook sind fließend. Durch die Vernetzung der mit anderen Profilen, Gruppen und Seiten verdrängen neue Veröffentlichungen alte, womit ältere Veröffentli-

chungen an Sichtbarkeit und Reichweite einbüßen. Abhängig vom Zeitpunkt, wenn eine Veröffentlichung wahrgenommen wird, hängt es ebenfalls vom Inhalt selbst ab, ob sich eine Relevanz für User ergibt, um eine Interaktion vorzunehmen.

Die Interaktionen im Untersuchungszeitraum (Abb. 22.), die sich aus Gefällt mir-Angaben, Teilungen und Kommentaren zusammensetzen, weisen fast 82 Prozent Gefällt mir-Angaben auf. Dabei wird nicht zwischen der Wahlmöglichkeit von sechs verschiedenen Emojis differenziert, die Facebook bietet, um eine bestimmte Stimmung gegenüber einem Inhalt kund zu tun. Auf Teilungen entfallen rund 15 Prozent und auf Kommentare 3 Prozent. Damit zeigt sich gewiss eine Überlegung bei Facebook Usern, eine momentbezogene Stimmung zu einem Inhalt mitzuteilen.

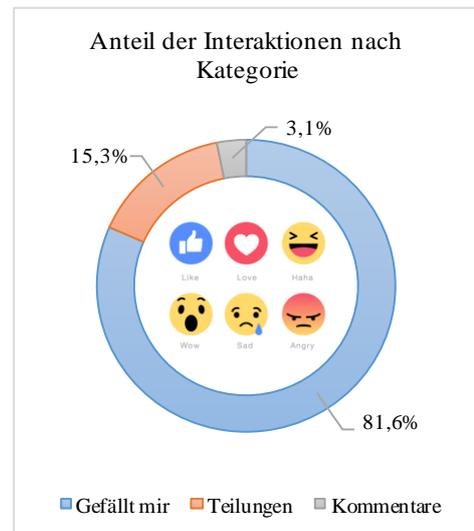


Abb. 22. Verteilung der Interaktionen zwischen 1. Oktober und 31. Oktober 2016.

Die untersuchten Gemeinden weisen ein breites Themenfeld auf, das aus den Veröffentlichungen in den Facebook-Seiten hervorgeht (Abb. 23.). Vorneweg sind Veranstaltungen (Events), die in der Gemeinde stattfinden und von Vereinen, Unternehmen und anderen Organisationsformen durchgeführt werden. Dahinter folgen News aus der Gemeinde, die Bewerbung von Gemeindeevents und die Nachberichterstattung von Events Dritter, die in der Gemeinde stattfinden. An fünfter Stelle finden sich allgemeine Informationen zur Gemeindearbeit.

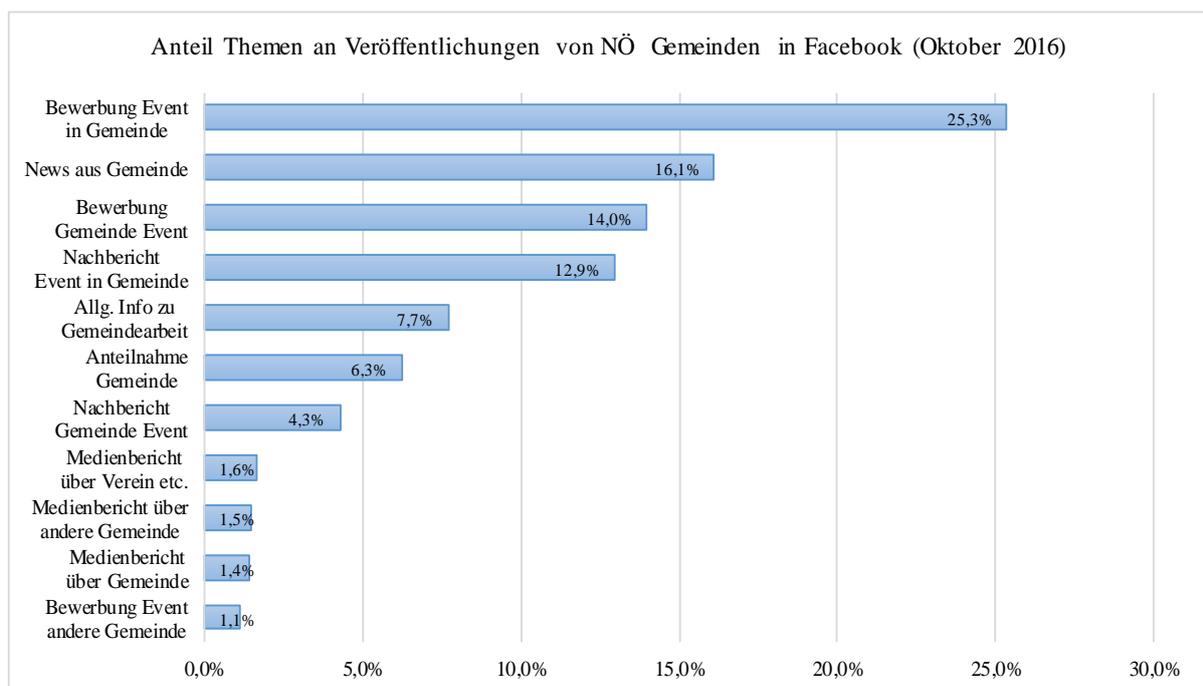


Abb. 23. Anteil Themen an Veröffentlichungen von NÖ Gemeinden in Facebook (Oktober 2016). Gelistet sind Themen, die mindestens 1 Prozent Anteil aufweisen. (n=1.168)

Die Facebook-Seiten der Gemeinden fungieren als Koordinationsstelle für lokale Veranstaltungen, halten die User über aktuelle Ereignisse auf dem Laufenden und inszenieren den Arbeitsalltag der Gemeindebediensteten und des Gemeinderates. Die Gemeindearbeit ist ebenfalls in Facebook von der Selbstorganisation der Bevölkerung abhängig, wie die Veröffentlichungen von Veranstaltungen der Vereine, Unternehmen und anderen Organisationsformen zeigen. Die Interaktionen je Veröffentlichung und Thema geben Aufschluss über ein Interesse seitens Fans und User wider (Abb. 24.). Es zeigt sich, dass sich die Häufigkeit der Veröffentlichungen nach Thema, nicht auch in den Interaktionen widerspiegelt. Die Bewerbung von Veranstaltungen (Events) weichen Jobangeboten, der Anteilnahme und den News aus der Gemeinde. Danach folgen erst die Nachberichte zu den Events. Die thematischen Inhalte ›News aus Gemeinde‹ und ›Nachbericht Event von Verein, Unternehmen, sonst. Organisationsform‹ weisen zwar 188 bzw. 151 Veröffentlichungen im Untersuchungszeitraum auf, erreichen allerdings eine Interaktion von 15,6 bzw. 13,3 je Veröffentlichung. Sie werden der Anzahl an Veröffentlichungen somit nicht gerecht. Dies kann, wie in den Abbildungen 20. und 21. Dargestellt, am Wochentag oder an der Tageszeit liegen, warum einige Veröffentlichungen besser abschneiden als andere.

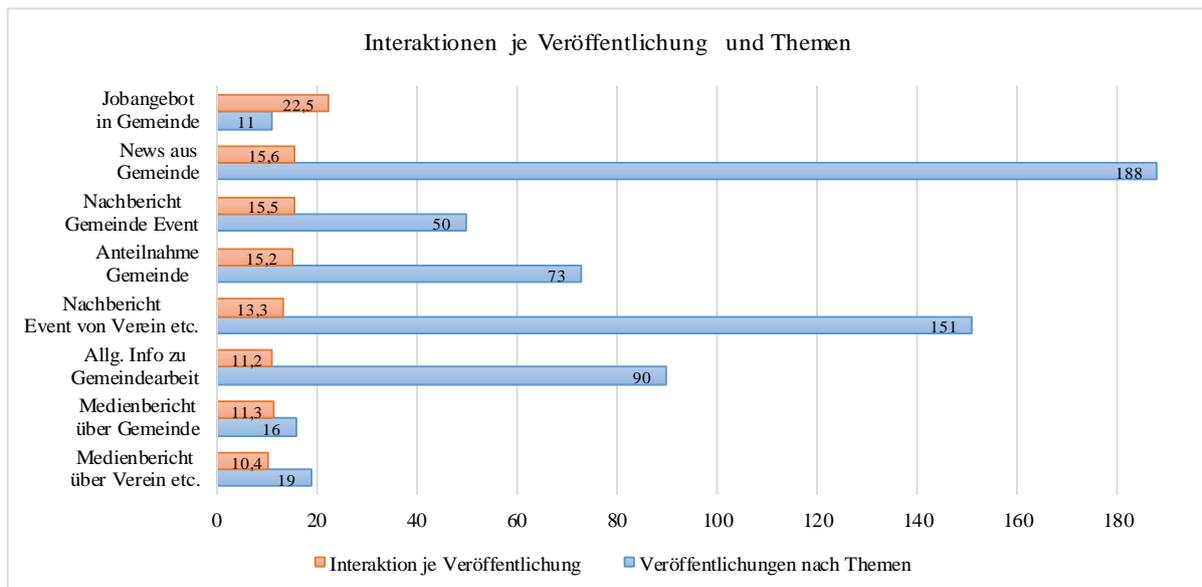


Abb. 24. Interaktionen je Veröffentlichung und Themen. Gelistet sind Themen, die mindestens 10 Veröffentlichungen sowie 10 Interaktionen je Veröffentlichung aufweisen.

Die hohe Anzahl an Veröffentlichungen in Facebook, die die untersuchten Gemeinden aufweisen, zeigen die Verwendung verschiedener Medien, um den eigenen Kanal mit Inhalt zu bespielen. Dabei zeigen sich einige interessante Entwicklungen, die darauf schließen lassen, wie Gemeinden die Facebook-Seiten verwenden bzw. wie sie diese sehen. Erstens ist die Webseite einer Gemeinde, also die eigentliche oder klassische Visitenkarte im Internet, nicht verschwunden, sondern stellt nach wie vor einen wichtigen Kanal, um die Bevölkerung zu informieren.

Von 1.168 Veröffentlichungen in Facebook-Seiten, enthalten 19 Prozent einen Link der Gemeindefwebseite (Abb. 25.). Zweitens zeigt sich, dass mit 4,5 Prozent Veröffentlichungen, die nur textbasiert verfasst sind, die Affinität zur Verwendung verschiedener Medien sehr hoch ist. Eine dritte Entwicklung ist in der Verwendung von Foto-, Bild- und Grafikmaterial zu bemerken, die in 46,1 Prozent Veröffentlichungen enthalten sind. Dagegen ist die Einbindung anderer sozialer Medien (z.B. YouTube etc.), Facebook Instant Articles und Videos sehr niedrig.

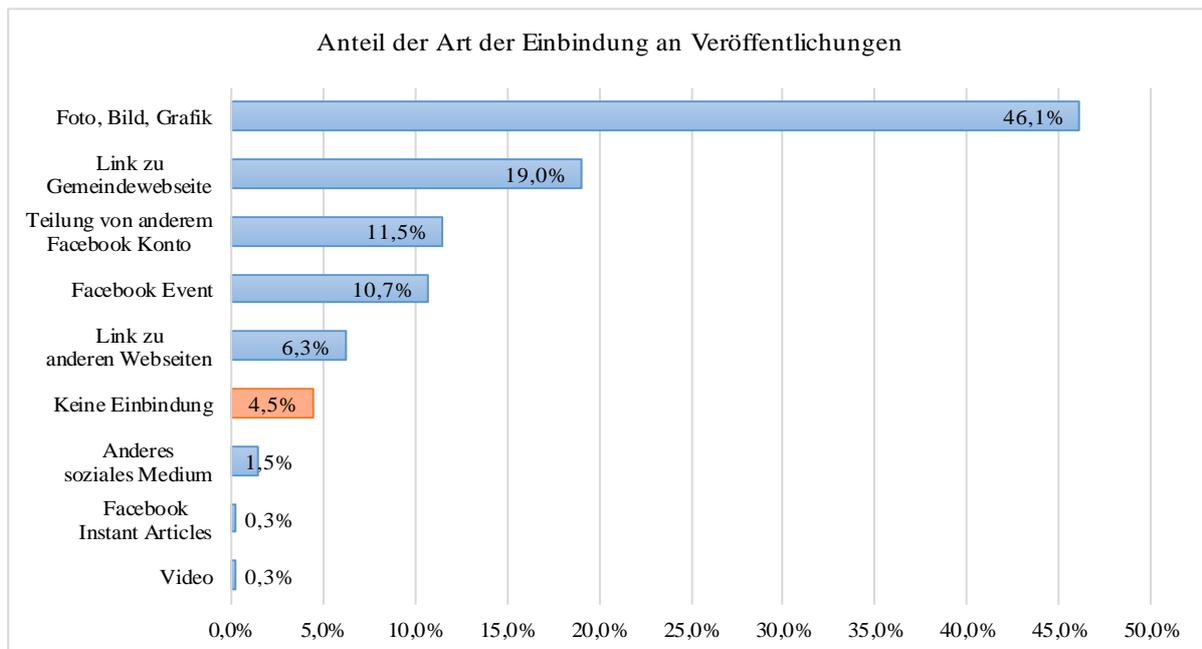


Abb. 25. Anteil der Art der Einbindung an Veröffentlichungen. Die Kategorie »Link zu anderen Webseiten« beinhaltet zusammengefasst Webseiten von Vereinen, Medien und Behörden. (n=1.168)

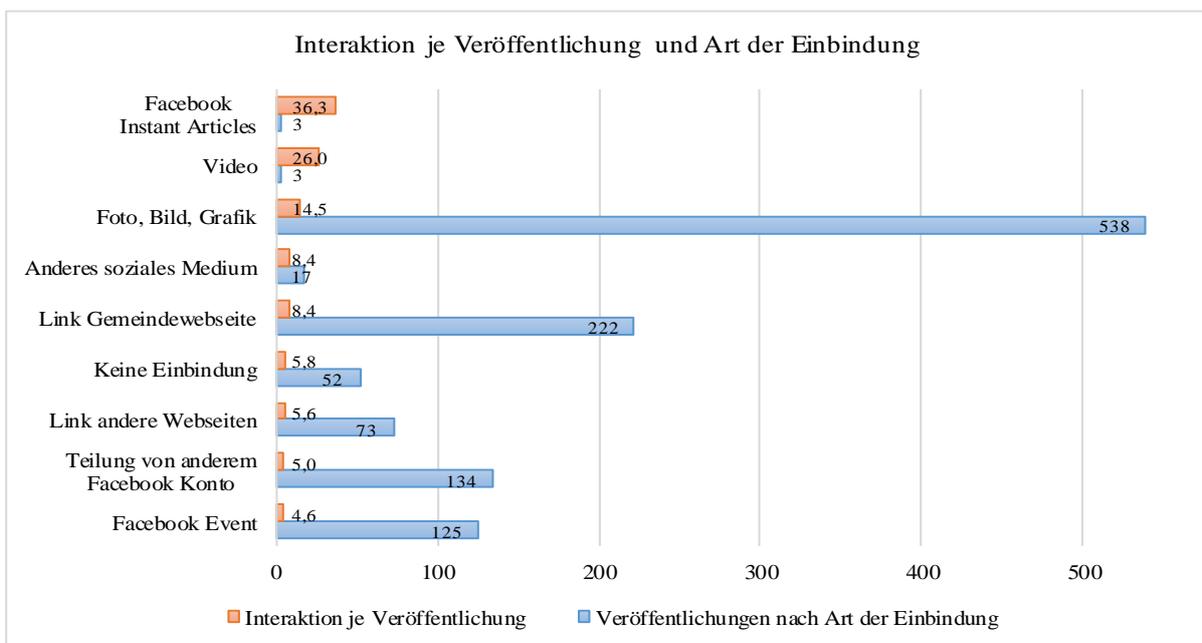


Abb. 26. Interaktion je Veröffentlichung nach Art der Einbindung. (n=1.168)

Die Interaktion je Veröffentlichung und der Art der Einbindung zeigen allerdings, dass gerade jene Facebook Instant Articles und Videos, die auf jeweils drei Einbindungen kommen, die

höchste Interaktion auslösen (Abb. 26., S. 113). Dies mag natürlich auch mit dem Inhalt zusammenhängen, den diese beiden Einbindungen aufweisen. Doch auf dem dritten Platz finden sich Foto, Bild und Grafik, die darauf hinweisen, dass die visuelle Wahrnehmung von Inhalten, mit der Aufmerksamkeit seitens Facebook Usern verbunden ist, womit eine höhere Interaktion passiert. Die Einbindungen, die einen Link zur Webseite der Gemeinde enthalten, liegen dagegen mit 8,4 Interaktionen je Veröffentlichung weit dahinter. Am Ende finden sich Facebook Events, die die geringste Interaktion aufweisen. Die untersuchten Facebook-Seiten der Gemeinden zeigen, wie mit den vorangegangenen Abbildungen bereits gezeigt worden ist, eine unterschiedliche Verwendung dieser Kanäle. Damit lassen sich ebenfalls Bewertungen vornehmen, um Aufschluss über den Umgang mit Facebook in diesen Gemeinden zu erhalten. Je höher die Interaktion je Veröffentlichung ist, desto wahrscheinlicher ist es, dass mit Facebook umgegangen werden kann. Dazu gehört der Umgang mit Inhalt und der Einbindung anderer Medien, der Wochentag und die Tageszeit. Natürlich können noch weitere Einflussfaktoren aufgezählt werden, wie bspw. die Anzahl an Fans, die eine Facebook-Seite aufweist. Dieses Argument wird mit der Abbildung 27. Jedoch widerlegt. Unter den 10 Gemeinden in Niederösterreich, die die höchste Interaktion je Veröffentlichung aufweisen, zeigt sich eine unterschiedliche Anzahl an Fans der jeweiligen Facebook-Seite. Die Marktgemeinde Altlenzbach weist bei zweitniedrigster Anzahl an Fans die höchste Interaktion je Veröffentlichung auf.

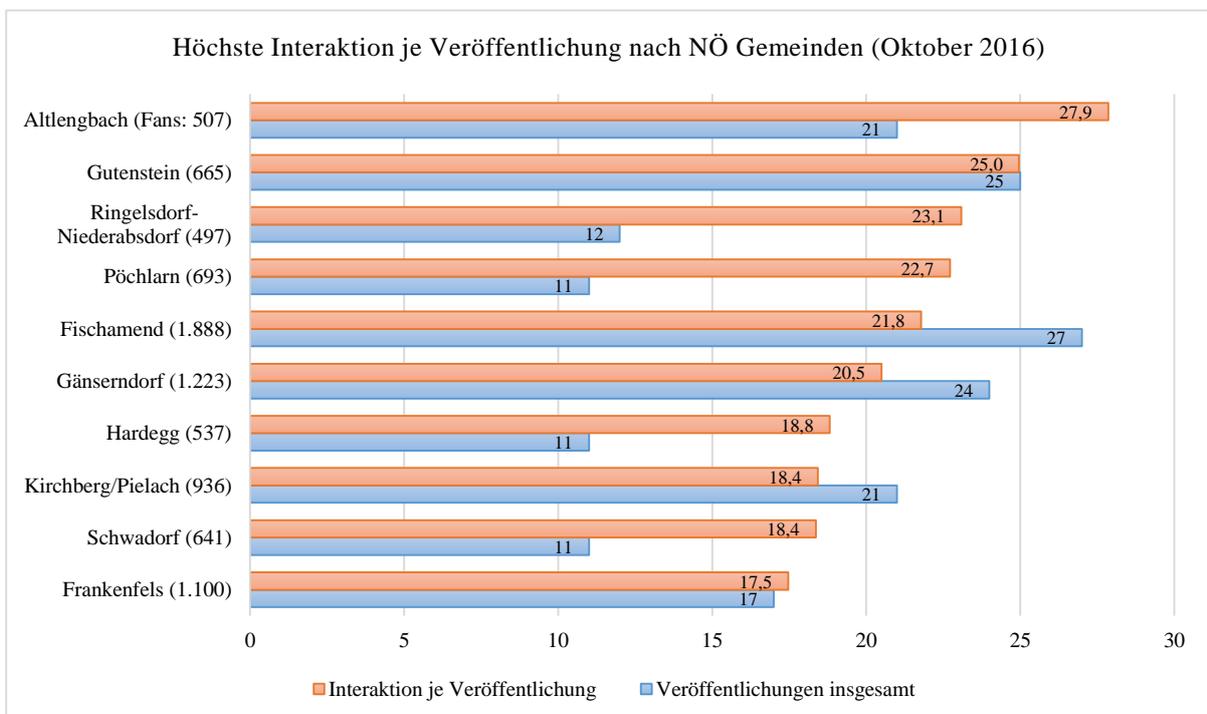


Abb. 27. Gelistet sind die 10 Gemeinden in Niederösterreich, die die höchste Interaktion je Veröffentlichung in Facebook aufweisen.

Die Interaktionen hängen zudem von Tag, Tageszeit, der Anzahl an Veröffentlichungen und der Art der Einbindung ab, die Reaktionen bei Facebook Usern auslösen. Dabei stellen Gefällt

mir-Angaben (in allen 6 Ausprägungen) den größten Anteil (rund 82 Prozent) an Interaktionen. Mit 3 Prozent stellen die Kommentare der kleinste Anteil an Interaktion dar. Die Gemeinden fungieren hier als Koordinationsstelle zwischen Gemeinde, Vereinen, Unternehmen und der Bevölkerung, um über aktuelle Ereignisse zu informieren, von denen sie ausgehen, dass sie für die Facebook User eine Relevanz haben. Durch die Auswertung der Veröffentlichungen und Interaktionen lassen sich Entscheidungen fällen, die für eine Kommunikationsstrategie in Facebook entscheidend sein können. Wichtig ist festzuhalten, dass das Sehen und Gesehen-Werden, also die Aufmerksamkeit, in Facebook ausschlaggebend ist. Daher empfiehlt es sich die Tageszeiten zu verstehen, an denen die Zielgruppe (Empfänger, Facebook User, Fans) online sind. Die Facebook Insights bieten eine Möglichkeit, die Reichweite und Zielgruppe zu verstehen, die eine Seite aufweist. Darauf ist bereits in Abschnitt 3.6.1. eingegangen worden.

#### 4.2. Die Gemeinden des Piestingtals

Das Piestingtal ist eine Region im niederösterreichischen Bezirk Wiener Neustadt-Land. Der Fluss Piesting, »von bes(i)nica, die Rasende« (Katzner 1979: 13), die Hügel und Berge prägen die Landschaft, sowie die Menschen, die in diesem Tal siedeln. Zum Piestingtal gehören die acht Gemeinden Gutenstein, Markt Piesting, Miesenbach, Muggendorf, Pernitz, Rohr im Gebirge, Waidmannsfeld und Waldegg, die auf den folgenden Seiten vorgestellt werden. Funde zeugen von einer menschlichen Anwesenheit bereits im 4. Jahrtausend v. u. Z. (Jungsteinzeit) (vgl. ebd. 9), jedoch nicht auch auf eine konstante Besiedelung. Die Chroniken verweisen auf ein reges Treiben in den heutigen Gemeinden. Die ersten schriftlichen Erwähnungen beginnen bereits im 11. Jahrhundert n. u. Z.<sup>7</sup>, und gewähren Einblicke in die wirtschaftliche Lebensweise sowie Sorgen der Menschen. Das Piestingtal gehört lange zu einer Grenzregion, womit oft ungewisse Zeiten erlebt und überlebt werden mussten. Funde belegen die Präsenz der Römer, Kelten, Awaren, Slawen, die Magyaren (Ungarn) und die Besiedelung durch die Bayern. Die Piesting ist als eine natürliche Grenze zwischen den oberbayrischen Falkensteiner und steirischen Starhemberger gesehen worden, entlang dieser es auch zu unterschiedlichen Machtkonstellationen (Herrschaften) in der Geschichte gekommen ist. Dazu die Nähe zur Stadt Wiener Neustadt, die in Kriegszeiten mit Ungarn und dem Osmanischen Reich, ebenfalls Auswirkungen auf die Menschen im Piestingtal gehabt hat. Gleichzeitig war Wiener Neustadt ein wichti-

---

<sup>7</sup> Ernst Katzer (vgl. 1979: 13) verweist hier auf eine Schenkungsurkunde des römisch-deutschen Kaisers Heinrich III., der im Jahr 1020 dem oberbayrischen Kloster Tegernsee, Land im heutigen Piestingtal schenkte.

ger Handelspartner, um Produkte abzusetzen sowie einzukaufen. Heute schaffen die acht Gemeinden des Piestingtals einen Lebensraum für 12.000 Menschen, auf einer Gesamtfläche von 363,27 km<sup>2</sup> (Tab. 10.).

Gemeinde	Fläche in km <sup>2</sup>	Bevölkerung 2015	Bevölkerungs- dichte 2015	Geburten- bilanz 2001-2015	Wanderungs- bilanz 2005-2015	Bevölkerungs- veränderung 2001-2015
Gutenstein	104,03	1 282	12,3	- 364	220	-8,56%
Markt Piesting	18,30	2 988	163,3	49	158	10,79%
Miesenbach	34,37	705	20,5	- 15	12	-0,70%
Muggendorf	51,33	510	9,9	11	- 10	-1,92%
Pernitz	16,75	2 481	148,1	- 102	74	-4,61%
Rohr im Gebirge	80,92	478	5,9	5	- 9	-7,54%
Waidmannsfeld	21,47	1 545	72,0	- 102	- 152	-14,92%
Waldegg	36,10	2 010	55,7	22	- 4	-2,52%
Gesamt:	363,27	11 999				

Tab. 10. Demographische Angaben zu den Gemeinden im Piestingtal (Quelle: Statistik Austria).

Die Gemeinden des Piestingtals weisen untereinander und mit andern Gemeinden Kooperationen auf, wie es bspw. die ›Interessensgemeinschaft Piestingtal‹, die Vermarktung als ›Biedermeiertal‹, die Teilnahme an der ›Region Schneebergland‹ oder der ›Region Wiener Alpen‹ sind. Diese dienen der Bündelung von Ressourcen, um den Alltag und die künftigen Herausforderungen besser bestehen zu können. In der Selbstinszenierung als Biedermeiertal, die auf die Präsenz einiger Kunstschaffender im 19. Jahrhundert hinweist und einen historischen Bezug zu vermitteln vermag, wird hier nur angeschnitten werden können. Für weitere Informationen zum Piestingtal, den Gemeinden und Menschen, sei auf Publikationen von Ernst Katzer und Franz Stundner (u.a. 1979) verwiesen, die sich mit der Wirtschafts- und Pfarrgeschichte beschäftigen. Hiltraud Ast hat sich mit den Köhlern im oberen Piestingtal (u.a. 2000) und der Entwicklungsgeschichte der Papierfabrik Ortman (1992) befasst. Adi Michel (u.a. 2010) hat sich mit der Bildgeschichte der Gemeinden Muggendorf, Pernitz und Waidmannsfeld/Neusiedl auseinandergesetzt.

Die Gemeinden des Piestingtal, so könnte gesagt werden, dienen in der vorliegenden Forschungsarbeit als Praxisbeispiele. Mit den Bürgermeister\*innen der acht Gemeinden sind Leitfadeninterviews durchgeführt worden, um ein (sozioökonomisches) Gesamtbild der jeweiligen Gemeinde zu erhalten. Andererseits sind ihre Antworten wichtig, um die eingangs aufgestellten Forschungsfragen und Hypothesen zu beantworten, um Erkenntnisse über das Kommunikationsverhalten der Gemeinden zu gewinnen. Der Fokus liegt hierbei bei sozialen Medien, um Rückschlüsse bilden zu können, warum eine Gemeinde über aktive Kanäle in sozialen Medien aufweist, und andere nicht. Die transkribierten Leitfadeninterviews befinden sich im Anhang.

Der zweite wichtige Erkenntnisgewinn liegt in den Ergebnissen einer Onlinebefragung der Bevölkerung in diesen Gemeinden. Die Onlinebefragung wird im Methodenteil und dem Abschnitt 4.3. behandelt.

#### 4.2.1. Marktgemeinde Gutenstein

Die Marktgemeinde Gutenstein ist mit 104 km<sup>2</sup> Fläche, die größte der acht Gemeinden im Piestingtal. Der Name Gutenstein leitet sich von »*guate staine*« ab, was so viel bedeutet wie »*Burg zum wehrhaften Stein*« (Pfenning 2001: 53), und verweist auf eine Festung in der Gemeinde, deren Mauern aus Stein sind. Die Burg steht heute noch und ziert das Gemeindewappen der Marktgemeinde. Insgesamt weist Gutenstein eine reiche Geschichte auf. Im Jahr 1220 wird die »Feste Gutenstein« erstmals urkundlich genannt. Ab dem 10. Jahrhundert ist Gutenstein im Einzugsgebiet der Magyaren gewesen; und im Jahr 1457 ist der spätere König von Ungarn, Matthias Corvinus, für einige Wochen Gefangener in der Burg. In den 1580er Jahren gewinnen Schmiedewerkstätten und die Holzkohle an Bedeutung. Die Produktion von Waren wird nach Wiener Neustadt exportiert. Die Eisenbahn kommt im Jahr 1877 nach Gutenstein. Im 19. Jahrhundert wird Gutenstein zu einem kleinen Mekka für Kunstschaffende u.a. für die Schriftsteller Ferdinand Raimund und Franz Grillparzer, den Maler Friedrich Gauermann etc. Im Jahr 1836 findet das Begräbnis von Ferdinand Raimund in Gutenstein statt. Seine Anwesenheit in Gutenstein prägt die Gemeinde bis heute. Seit dem Jahr 1993 finden die »Ferdinand Raimund Festspiele« statt (vgl. ebd. 54-57). Auf dem Mariahilfberg befindet sich ein Servitenkloster aus dem 17. Jahrhundert. Das Schloss Gutenstein, dessen Bau von 1683 bis 1720 dauert, wird 1910 von Julius Deininger umgebaut, der zudem mehrere Sommervillen in Gutenstein errichtet. In einer 1574 errichteten Hofmühle ist seit 1965 ein »Waldbauernmuseum« untergebracht (vgl. ebd. 60f).

Die Marktgemeinde Gutenstein führt heute einen Kindergarten und eine Volksschule, 31 Vereine, 39 Betriebe und 8 Gastronomiebetriebe (vgl. gutenstein.at). Ein Landespensionistenheim befindet sich ebenfalls im Gemeindegebiet. Die Vereine sind in die Gemeinde eingebunden, um zu entlasten und die Infrastruktur zu erhalten. Die »Landjugend Gutenstein« organisiert selbstständig das Freibad in der Gemeinde, um dessen Existenz zu gewährleisten. Ein Verein der NÖ Dorf- und Stadterneuerung ist im Jahr 2016 aufgelöst worden, womit nicht nur Fördermittel entfallen sind, sondern auch eine lokale Stütze bei der Gemeindeentwicklung (vgl. Kreuzer 2016). Zwischen den Jahren 1991 und 2016 weist Gutenstein eine Bevölkerungsabnahme von 8,56 Prozent auf. Diese Negativentwicklung wird grundsätzlich durch eine negative Ge-

burtenbilanz verursacht, die zwischen 2001 und 2015 insgesamt 364 Sterbefälle mehr als Lebendgeburten aufweist. Die Wanderungsbilanz zwischen 2005 und 2015 weist eine positive Entwicklung von 220 Menschen auf (Tab. 10., S. 116). Die Bevölkerungsentwicklung verzeichnet allerdings eine leichte Zunahme im Jahr 2015, die ebenfalls bei den unter 15-Jährigen bemerkbar ist. Der Anteil der über 60-Jährigen wird durch das ansässige Landespensionistenheim mitbeeinflusst (Abb. 28.).

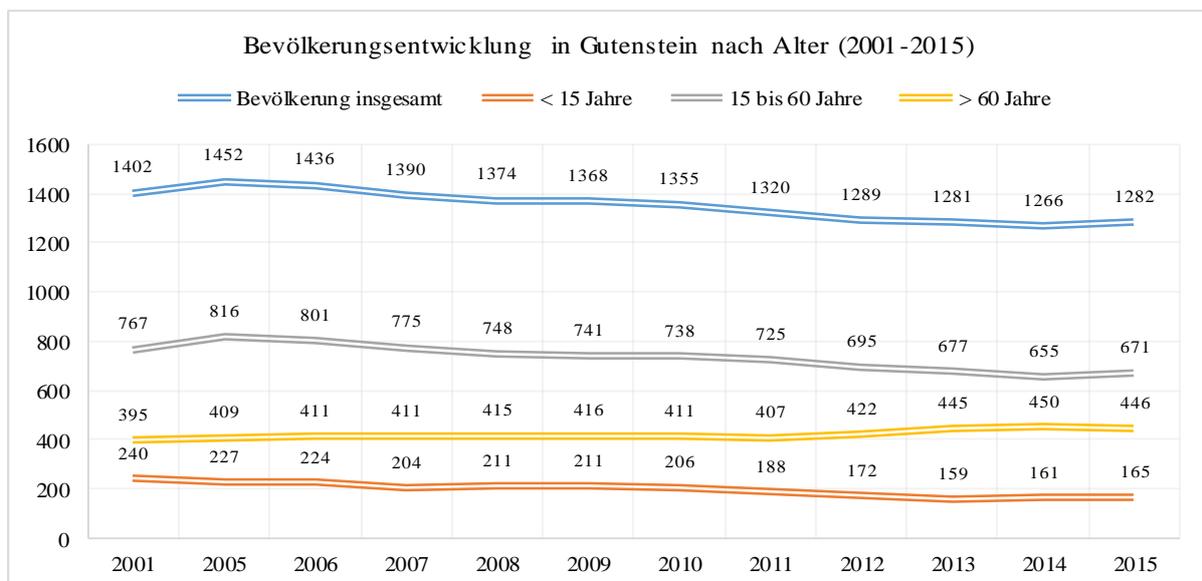


Abb. 28. Bevölkerungsentwicklung nach Alter in Gutenstein zw. 2001-2015 (Quelle: Statistik Austria).

Die Gutensteiner Vergangenheit ist von Industrie und Tourismus geprägt gewesen. Inzwischen stellt der Tourismus eine wichtige Einnahmequelle in der Gemeinde dar. Die ›Ferdinand Raimund Festspiele‹ gehören zu einem wichtigen Jahresereignis, die viele lokale, regionale und überregionale Gäste empfangen. Lokale Traditionen, wie es die Maibaumaufstellung und der Maibaumumschnitt sind, werden von den Vereinen wiederholend praktiziert (vgl. ebd.).

Gewiss ist für eine Gemeinde, die von Bevölkerungsabnahme betroffen ist, die Situation nicht einfach. Zumal sich ebenfalls weitere Faktoren finden lassen, die eine Dynamik in Gang setzen, mit der ein Wettkampf um die Zukunft beginnt. Eine abnehmende Bevölkerung wirkt sich auf Mieten aus, die Nachfrage nach Produkten und Dienstleistungen sinkt, Unternehmen wandern ab etc. So eine Situation verlangt entsprechende Schritte, um einerseits das Leben jener Menschen erträglich zu gestalten, die übrigbleiben. Andererseits gilt es neue Ziele zu setzen, um eine Neuausrichtung, die den Anforderungen und Bedürfnissen der Gegenwart entspricht, zu vollziehen. Die Marktgemeinde Gutenstein geht hier einen Weg, um ein Umfeld für Startup-Unternehmen zu bieten, und so Arbeitsplätze zu schaffen (vgl. ebd.). Dazu kommt, dass sich die Gemeinde als lebenswert positioniert. Jedoch ist diese Positionierung gewiss nicht als einzigartiges Konzept zu begreifen, wie es sich ebenfalls in den übrigen sieben Gemeinden zeigen wird. In diesem Konzept finden sich die Natur, eine funktionierende Gemeinschaft und

Freizeitangebote (Skifahren, Freibad, Wanderwege etc.). Neben den Bildungseinrichtungen für Kinder, gibt es in der Gemeinde einen Gemeindefeldarzt, der eine Hausapotheke führt. Mit den Nachbargemeinden wird in der Nachbargemeinde Pernitz eine Neue Mittelschule und ein Polytechnikum gemeinsam betrieben (vgl. ebd.).

#### 4.2.2. Gemeinde Miesenbach

Miesenbach ist mit 705 Einwohner und Einwohnerinnen, die auf einer Fläche von 34 km<sup>2</sup> leben, eine vergleichsweise kleine Gemeinde im Piestingtal. Das Gemeindegebiet ist um 900 n. u. Z. von Bayern besiedelt worden, und im Jahr 1166 im Falkensteiner Kodex erwähnt. Im 12. Jahrhundert werden die Burgen Scheuchenstein und Frohnberg errichtet (vgl. Katzer 1979: 20), die bis ins 19. Jahrhundert abgetragen worden sind. Der erste Schulunterricht datiert aus dem Jahr 1771, das erste Schulhaus wird 1807 errichtet (vgl. Mitterböck/Spreitzer 2001: 165f). Die Elektrifizierung der Gemeinde beginnt im Januar 1956. Die Ortsteile Scheuchenstein, Obermiesenbach und Frohnberg erhalten ab 1972 Straßenbeleuchtungen. Eine Gemeindewasserleitung wird ab 1967 errichtet. Nach 1975 wird die Volksschule in Scheuchenstein aufgelassen und in das ›Gauermannmuseum‹, benannt nach dem im Jahr 1807 in Miesenbach-Scheuchenstein geborenen Maler Friedrich Gauermann, umgewidmet (vgl. ebd. 168). Die Gemeinde verfügt zudem über einen Kindergarten, 12 Vereine, 24 Betriebe sowie 8 Gastronomiebetriebe (vgl. miesenbach.at). Ein wesentliches Ziel der Vereine ist es, dass sie Präventivmaßnahmen setzen, um gegen Drogenmissbrauch vorzugehen. Die Vereine haben damit nicht nur eine integrative Aufgabe, um eine Gemeinschaft bzw. den Zusammenhalt zu stärken, sondern sind tragende Organisatoren einer Vielfalt an Aktivitäten, die einen künstlerischen, sportlichen und sozialen Charakter haben (vgl. Stückler 2016). Zwischen den Jahren 2001 und 2015 weist Miesenbach eine leichte Bevölkerungsabnahme von 0,70 Prozent auf (Tab. 10., S. 116). Es ist die niedrigste Bevölkerungsabnahme unter den acht Gemeinden im Piestingtal. Das Ziel, das sich die Gemeinde gesetzt hat, heißt: steigende Bevölkerungszahl. Diese soll allerdings nicht mit einer zusätzlichen Kostenbelastung der Bevölkerung erfolgen. Die Strategie der Gemeinde, geht es nach dem aktuellen Bürgermeister Stückler, soll in einer ›einzigartigen‹ Positionierung liegen, um sich von anderen Gemeinden abzuheben. Die Umwidmungen von Flächen soll ein leistbares Wohnen ermöglichen. Gleichzeitig dient der Verkauf von Immobilien der Ansiedlung von außerhalb, womit eine Bevölkerungszunahme stimuliert werden soll (vgl. ebd.).

Aufgrund der niedrigen Bevölkerungszahl fallen Bevölkerungsbewegungen sehr ins Gewicht, die über vorhandene Infrastruktur entscheidend sind. Die Bevölkerungsentwicklung hat

sich allerdings seit 2014 verbessert, die zwar bei über 60-Jährigen gestiegen ist, aber auch bei den unter 15-Jährigen (Abb. 29.).

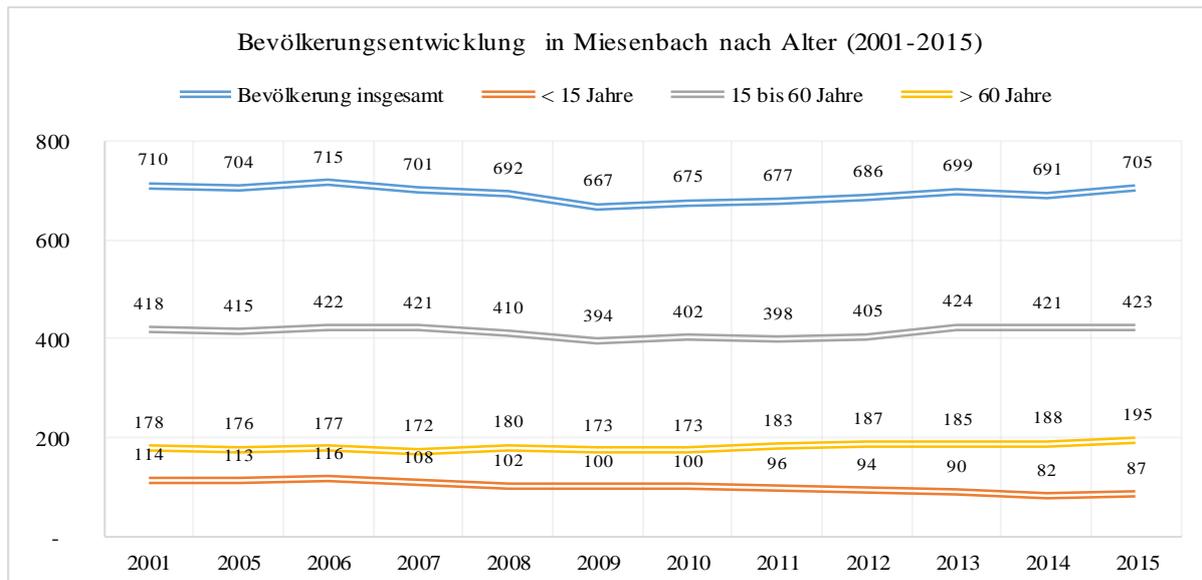


Abb. 29. Bevölkerungsentwicklung nach Alter in Miesenbach zw. 2001-2015 (Quelle: Statistik Austria).

Die aktuelle Wirtschaft in der Gemeinde setzt vor allem auf den Dienstleistungssektor, der dem Tourismus zugewandt ist. Der Kulturbereich ist ein wichtiger Punkt für die Gemeinde, in dem es auf Innovation ankommt. Ein wesentliches Markenzeichen hierfür ist das Gauermannmuseum, das ganzjährig geöffnet hat und über Sonderausstellungen dafür sorgt, dass eine Programmvielfalt ermöglicht wird (vgl. ebd.).

In der Gemeinde befindet sich noch kein Verein der NÖ Dorf- und Stadterneuerung. Es gibt allerdings Bemühungen, um diese Vorteile (Fördermittel, Know-how) nutzen zu können. Dennoch weist die Gemeinde, ohne eine Teilnahme an dieser Landesinitiative, eine beachtliche Anzahl an Projekten auf, die seit 2013 realisiert worden sind. Der Schwerpunkt liegt auf der Positionierung als ›familienfreundliche Gemeinde‹. Realisiert worden sind u.a. ein Kinderhort und der Ausbau an Freizeitmöglichkeiten für Kinder. Ebenso wird an der Erhaltung von Wanderwegen gearbeitet sowie an den wiederkehrenden Erneuerungsmaßnahmen, wenn es um Sanierung von Straßen und Kanälen geht (vgl. ebd.). Die Gemeinde verfügt allerdings nicht über Bildungseinrichtungen und eine Nahversorgung, womit eine Abhängigkeit von der Nachbargemeinde Pernitz gegeben ist, die jedoch nicht unbedingt als Nachteil aufgefasst werden soll. Eine Kooperation bei Bildungseinrichtungen oder Verkehrsinfrastruktur, dient ebenfalls einem nachhaltigen Umgang mit lokal vorzufindenden Ressourcen. Diese Situation mag vielleicht durch die geographische Lage gegeben sein, die Miesenbach eine ›Abgeschiedenheit‹ aufzwingt. Auf der anderen Seite schafft ein abgeschiedener Lebensraum ebenfalls Vorteile, die in der Natur, der Ruhe und einer Tradition zu finden sind, und so einer Positionierung als Lebensraum mit Freizeitmöglichkeiten und Angeboten für Tierliebhaber und Tierhalter hilft (vgl. ebd.).

### 4.2.3. Gemeinde Muggendorf

Die Gemeinde Muggendorf wird als ›Muggendorff‹ im Jahr 1452 erwähnt und bezeichnet damals ein Dorf. Funde belegen eine Besiedlung ab der Mitte des 11. Jahrhunderts. Der Hausstein, ein Felsen und Aussichtspunkt nahe dem heutigen Hauptort Muggendorf, wird im Jahr 1557 als ›bäuerliche Fluchtburg‹ bezeichnet. Doch dürften bereits Slawen, die in Pernitz gesiedelt haben, den Hausstein als Zufluchtsort, und zwar vor dem 8. Jahrhundert, verwendet haben (vgl. Katzer 1979: 14). Der reiche Waldbestand hat die Gemeindegewirtschaft nachhaltig geprägt. Die Myrafälle, eine Natursehenswürdigkeit und Ausflugsziel, die bereits in den 1910er Jahren jährlich etwa 30.000 Gäste angezogen haben, sind bis heute ein wichtiges Naherholungsziel geblieben. Zwischen den Jahren 1913 und 1975 speiste das Wasser des Myrabachs eine Wasserkraftanlage (vgl. Gemeinde Muggendorf 2001: 174). Obwohl die Gemeinde Muggendorf keine Kirche im Hauptort hat, sind sechs Vereine, 10 Betriebe und sieben Gastronomiebetriebe im Gemeindegebiet ansässig. Von den 10 Betrieben haben vier eine Betriebsfläche in Nachbargemeinde Pernitz. Zwei der sieben Gastronomiebetriebe haben nur im Winter geöffnet (vgl. muggendorf.at). Angesichts der Bevölkerungszahl von 510, die auf einer Gemeindefläche von 51 km<sup>2</sup> leben, und der wirtschaftlichen Verhältnisse ist der finanzielle Spielraum über den diese Gemeinde verfügt, gewiss nicht groß. Dennoch ist nur eine leichte Bevölkerungsabnahme zwischen den Jahren 2001 und 2015 festzustellen, die ein Minus von 1,92 Prozent aufweist (Tab. 10., S. 116). Diese Entwicklung, auch wenn sie leicht negativ ist, zeigt sich ebenfalls in Bevölkerungsstatistiken nach Alter, die gerade bei unter 15-Jährigen seit 2011 abnimmt (Abb. 30.).

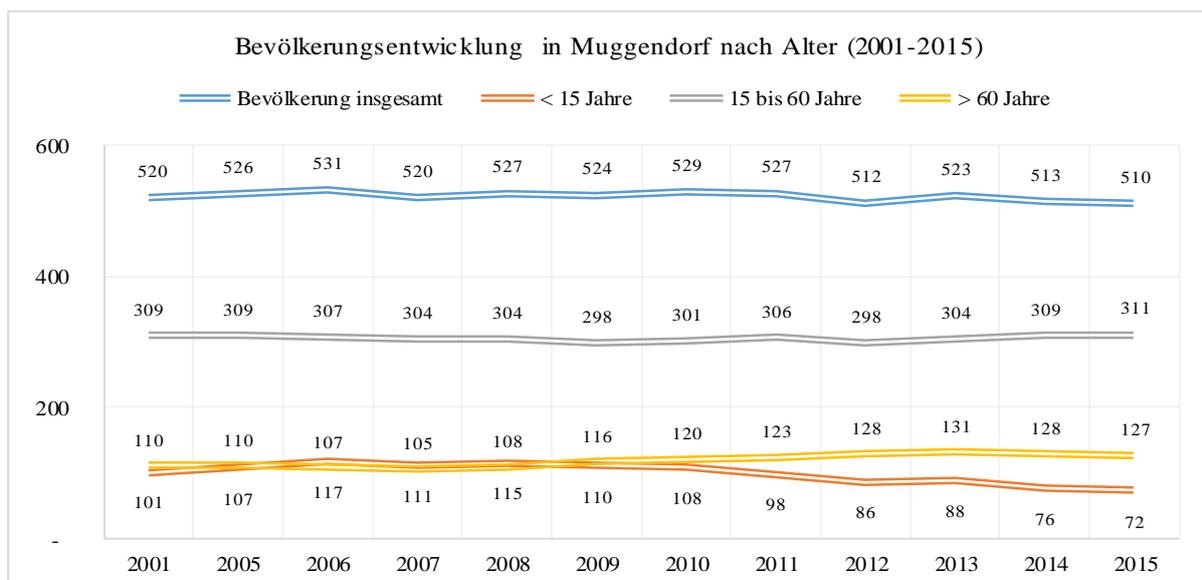


Abb. 30. Bevölkerungsentwicklung nach Alter in Muggendorf zw. 2001-2015 (Quelle: Statistik Austria).

Die Vereinslandschaft ist ähnlich jener in der Gemeinde Miesenbach, der Bevölkerungsanzahl angepasst. Ein vor Jahrzehnten gegründeter Verein für Verschönerung, Brauchtum und Ortsbildpflege, der lokal agiert, ist im Jahr 2015 in die NÖ Dorf- und Stadterneuerung aufgenommen worden. Die ersten Ergebnisse zeigen sich in Form von Baumaßnahmen, die traditionell für die Dorferneuerung in Niederösterreich stehen. Dennoch fördert dieser Verein ebenfalls die Kunst- und Kulturszene vor Ort, indem traditionelle Veranstaltungen (Maibaumumschnitt, Sonnenfeiern etc.) organisiert werden. Die Gemeinde Muggendorf ist stark mit der Nachbargemeinde Pernitz verbunden. Gemeinsam werden die Bildungseinrichtungen sowie einige Vereine betrieben. Die Nahversorgungsbetriebe und der Gesundheitsbereich befinden sich ebenfalls in Pernitz (vgl. Brandstetter 2016). In der Gemeinde befinden sich keine Betriebe, die viele Arbeitsplätze anbieten, sondern einige Einzelbetriebe. Die Forstwirtschaft ist ein bedeutender Faktor, obwohl es lediglich nur ein ›Ein-Mann-Sägewerk‹ im Gemeindegebiet gibt. Die Gastronomiebetriebe, die Wunder- und Wasserwelt Myrafälle und das Skigebiet Unterberg leben vom Sommer- bzw. Wintertourismus. Weiteres befindet sich im Gemeindegebiet das Conrad-Observatorium von der Zentralanstalt für Meteorologie und Geodynamik (vgl. ebd.). Die wenigen Betriebe werden durch eine konsequente Positionierung als Naherholungsgebiet sowie eine leistbare Wohnmöglichkeit wettgemacht. Die Nähe zur Natur und eine unmittelbare Relation zur Infrastruktur in Pernitz, haben seit den 1990er Jahren ein Bevölkerungsplus von 17,78 Prozent (Zeitraum: 1991-2015) ermöglicht. Zudem verfügt die Gemeinde Muggendorf seit 15 Jahren über einen eigenen Kindergarten (vgl. ebd.).

Die Herausforderungen in dieser Gemeinde, um für die Zukunft gerüstet zu sein, sind anders. Es findet sich eine klare Positionierung als eine ›leistbare Wohngemeinde‹ für Menschen, die eine Vorliebe für Natur und Ruhe aufweisen bzw. über die Gründung einer Familie planen. Doch die Gemeinde spürt ebenfalls die gegenwärtigen Veränderungen, die einen Zugang zu jüngeren Bevölkerungsgruppen erschweren (vgl. ebd.).

#### 4.2.4. Marktgemeinde Pernitz

Die Marktgemeinde Pernitz gehört mit ihren 2.481 Einwohner und Einwohnerinnen zu einem zentralen Ort der Versorgung im oberen Piestingtal. Mit einer Fläche von 16,75 km<sup>2</sup> ist sie die kleinste der acht Gemeinden im Piestingtal. Eine slawische Besiedlung fand bereits um 800 n. u. Z. statt. Der Falkensteiner Kodex erwähnt im Jahr 1165 eine Mühle in ›Berenze‹. Derselbe Ort wird bereits im 15. Jahrhundert als ›Pernitz‹ geschrieben (vgl. Apfl 2001: 177f). Das provisorische Gemeindegesetz vom 17. März 1849, als Resultat der (bürgerlichen) Märzrevolution im Jahr 1848, bringt erste gewählte Gemeindevertretungen im August 1850. Pernitz wird als

eine von vier Ortsgemeinden im Piestingtal gebildet und bezieht die heutigen Orte und Gemeinden Pernitz, Feichtenbach, Waidmannsfeld, Neusiedl, Miesenbach und Muggendorf ein (vgl. Stundner 1979: 147). Erst mit dem Ausbau der Verkehrswege nach Gutenstein, die zu Beginn des 19. Jahrhunderts erfolgen, verbessert sich die wirtschaftliche Situation in Pernitz. Die wirtschaftlichen Hauptzweige lagen in der Holzwirtschaft, der Köhlerei und der Pechgewinnung. Ab 1866 beginnt eine schrittweise Industrialisierung von Pernitz, die mit Ignaz Ortman und einer Textilerzeugung konkrete Gestalt annimmt. Die Ansiedlung von Arbeitskräften aus Schlesien und Mähren, die heute zu Polen und Tschechien gehören, nahm zu. Die Eröffnung einer Bahnlinie 1877 sorgte für weiteren Aufschwung. Aus der einstigen Textilerzeugung ist heute die Papierfabrik Ortman geworden, und einer der Hauptarbeitgeber im Piestingtal. Die Bedeutung dieser Fabrik zeigt sich anhand der Entstehung eines Feuerwehrvereins im Jahr 1886, eines Gendarmerie Posten 1887, einer Ortswasserleitung 1904 und dem Kino 1914. Hinzu kommt eine 1903 erbaute Lungenheilstätte in dem Ort Feichtenbach. Die Gemeinde Pernitz hatte, aufgrund der industriellen Strukturen, eine aktive Arbeiterbewegung, die in den 1930er Jahren und zwischen 1938 und 1945 ein bedeutendes Widerstandszentrum, gemeinsam mit Neusiedl und der Hohen Mandling, stellte (vgl. Apfl 2001: 179f).

Die Bedeutung der Marktgemeinde Pernitz im oberen Piestingtal zeigt sich aufgrund der Zentralität für die umliegenden Gemeinden Gutenstein, Muggendorf, Waidmannsfeld und Miesenbach, da sie den gemeinsamen Bildungsort für diese stellt, in der sich die Neue Mittelschule und das Polytechnikum befinden. Die Gemeinde verfügt ebenfalls über einen Kindergarten mit Nachmittagsbetreuung, eine Volksschule und eine Sonderschule. In der Gemeinde sind zudem 16 Vereine, 116 Betriebe und 14 Gastronomiebetriebe registriert (vgl. pernitz.at). Die Vereine fungieren ebenfalls als Schnittstelle zwischen der Bevölkerung in Pernitz und den Nachbargemeinden. Die Siedlungsflächen in Waidmannsfeld (Neusiedl) und Muggendorf grenzen direkt an die in Pernitz, womit ein fast lückenloser Übergang zwischen diesen ermöglicht wird. In der Gemeinde ist ebenfalls ein Verein der NÖ Dorf- und Stadterneuerung präsent, der in verschiedene kulturelle Projekte eingebunden ist, aber auch einige Baumaßnahmen zur Identitätsstiftung und Verschönerung im Gemeindegebiet beigetragen hat. Der Veranstaltungskalender bietet jährlich ein buntes Programm, der zudem durch Veranstaltungen in den Nachbargemeinden ergänzt wird. Des Weiteren finden Adventsingen, Adventmarkt, Kabarett und sechs Grätzlfeste im Jahr statt.

Durch die Marktgemeinde Pernitz führt die Eisenbahnverbindung Wiener Neustadt-Pernitz sowie die B21 Bundesstraße, womit diese Gemeinde zum Verkehrsknoten für die angrenzenden Gemeinden wird. Die Bevölkerungsgröße und Lage im oberen Piestingtal führte zur

Ansiedlung von vier Nahversorgerbetrieben. Die medizinische Versorgung umfasst neben Arzt- und Zahnarztpraxen ebenfalls ein Therapiezentrum. Aufgrund der geringen Gemeindefläche sind wenige Freizeitmöglichkeiten (Wanderwege, Radweg) vor Ort zu finden. Der Tourismus scheint allerdings noch nicht angekommen zu sein, da größere Nächtigungsmöglichkeiten fehlen. Dafür bieten die Nachbargemeinden Gutenstein und Muggendorf überregional bekannte Ausflugsziele (vgl. Postiasi 2016).

Angesichts der wirtschaftlichen Lage und der angrenzenden Naherholungsgebiete weist Pernitz eine Bevölkerungsabnahme zwischen 2001 und 2015 auf, nämlich ein Minus von 4,61 Prozent (Tab. 10., S. 116). Diese Entwicklung findet eine Ursache in der negativen Geburtenbilanz und einer niedrigen Zuwanderung, die sich ebenfalls in der Bevölkerungsentwicklung nach Altersgruppen zeigt (Abb. 31.).

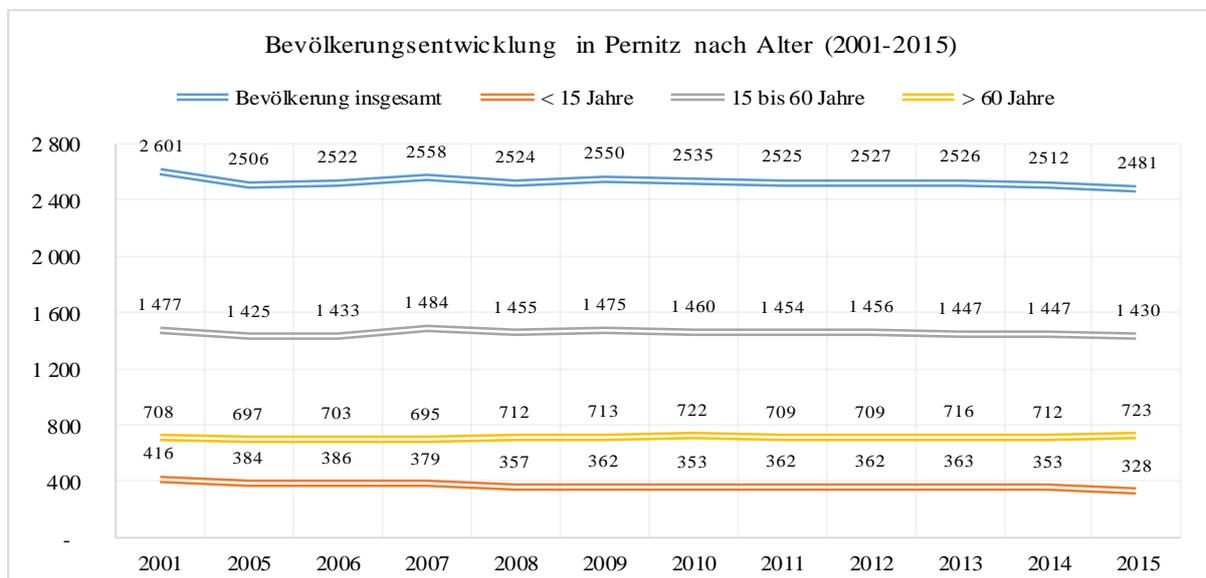


Abb. 31. Bevölkerungsentwicklung nach Alter in Pernitz zw. 2001-2015 (Quelle: Statistik Austria)

Das Vorhandensein von Wirtschaft, öffentlicher Verkehrsanbindung und sozialer Einrichtungen sorgt für andere Unannehmlichkeiten, als sie in den Nachbargemeinden vorzufinden sind, und fordert ihre Lösung. Eine Belastung stellt bspw. der Verkehr durch das Ortszentrum, womit eine unangenehme Situation für die Geschäfte, Gastronomie und medizinische Versorgung entsteht, wie mit der Durchfahrstraße, den Abgasen und dem Lärm umzugehen ist. Aufgrund der räumlichen Gegebenheit ist eine Fußgängerzone im Ortszentrum nicht möglich umzusetzen (vgl. ebd.).

#### 4.2.5. Marktgemeinde Markt Piesting

Die Marktgemeinde Markt Piesting ist mit einer Bevölkerung von 2.988 die größte Gemeinde im Piestingtal. Die erstmalige urkundliche Erwähnung findet im Jahr 1020, mit der Schenkung

Piestings durch den römisch-deutschen Kaisers Heinrich III. an das oberbayrische Kloster Tegernsee, statt (vgl. Katzer 1979: 13). Im Jahr 1146 erfolgt der Baubeginn der Burg Starhemberg über Piesting, die heute als Ruine wahrnehmbar ist (vgl. ebd. 19). Im 14. Jahrhundert weist bedeutende Piesting Waffenschmieden auf, deren Produkte und Qualität in Liedern erwähnt sind. Das Marktrecht wird mit dem Jahr 1365 belegt (vgl. ebd. 26f). Die Kriege und Krankheiten im 16. und 17. Jahrhundert fordern, laut Gemeindechroniken, ihren Tribut. Das Gemeindegewappen zeugt vom Widerstand der Bevölkerung gegen osmanischen Truppen. Der Weinanbau, eine wichtige Einnahmequelle im 16. und 17. Jahrhundert, wird durch den Holzhandel abgelöst (vgl. ebd. 39). Ab 1800 gewinnt die Harzgewinnung an Bedeutung. (vgl. Gemeinde Markt Piesting 2001: 147-150). Im 18. Jahrhundert wird eine Fabrik zur Verarbeitung von Eisen zu Kochgeschirr errichtet, die in den laufenden Jahrzehnten ihre Produktpalette erweiterte und für wirtschaftlichen Aufschwung sorgt (vgl. Katzer 1979: 91f). Die Ereignisse gegen Ende des Zweiten Weltkriegs trafen die Bevölkerung und Infrastruktur, sowie öffentliche Einrichtungen, da Bomben für größere materielle Schäden und Zerstörung einiger historischer Bauten sorgen. Nach dem schrittweisen Wiederaufbau erfolgen mehrere Infrastrukturprojekte (Wasser, Erdgas, Regulierung des Piestingflusses, Brückenbau etc.) in den 1960er und 1970er Jahren. Im Jahr 1977 wird die Musikschule in der Gemeinde neu organisiert. Im Jahr 1979 wird ein 10.000 m<sup>2</sup> großer Spielplatz im Ortszentrum eröffnet. Die katholische Organisation Opus Dei errichtet zwischen 1982 und 1984 ein internationales Tagungs- und Bildungszentrum in der Ortschaft Dreistetten. Mit der Ansiedlung einer Produktionsanlage im Jahr 1990, beginnen sich neue Wirtschaftszweige anzusiedeln. Die NÖ Dorf- und Stadterneuerung wird in den 1990er Jahren in Piesting, aufgrund der Neugestaltung des Ortszentrums und anderer Projekte, zu einem Musterbeispiel (vgl. Gemeinde Markt Piesting 2001: 151-153). Es folgt die Errichtung verschiedener sozialer Einrichtungen, Freizeitanlagen etc.

Die Marktgemeinde Markt Piesting steht am Eingang zum Piestingtal. Sie beherbergt 20 Vereine, 86 Betriebe und 14 Gastronomiebetriebe im Gemeindegebiet (vgl. piesting.at). Die Gemeinde mit am Klimabündnis teil, ist eine familienfreundliche Gemeinde, Jugendpartnergemeinde und baumfreundliche Gemeinde. Es befinden sich eine Volksschule, Neue Mittelschule, eine Musikschule, medizinische Versorgung und die Nahversorgung in der Gemeinde. In der Nähe ist eine Verkehrsanbindung an die Südautobahn und Wiener Neustadt. Zeitgleich ist die Gemeinde von der Natur umgeben und verfügt über verschiedene Erholungsmöglichkeiten (vgl. Braimeier 2016).

Die Vereinskultur ist vielseitig aufgestellt und erfüllt wichtige kulturelle Aufgaben, um verschiedene Veranstaltungen durchzuführen, aber auch für eine Bürgerbeteiligung zu sorgen,

die integrativ wirkt. Neben zwei Dorferneuerungsvereinen, die in Piesting und Dreistetten aktiv sind, finden sich Kultur-, Sport- und Jugendvereine. Die Feuerwehren sind in den jeweiligen Ortsteilen angesiedelt. Die Wirtschaft weist einige Industriebetriebe auf, die viele Arbeitsplätze bereitstellen. Zudem ist die Bauwirtschaft vor Ort vorhanden und dominant. Der Dienstleistungssektor, mit einer wichtigen medizinischen Versorgung, stellt ebenfalls wichtige Arbeitsplätze bereit. Dagegen beschränkt sich der Tourismus auf den Piestingtal-Radwanderweg, das Waldbad im Sommer und den Eislaufplatz im Winter (vgl. ebd.).

Die Gemeinde verzeichnet zwischen den Jahren 2001 und 2015 eine Bevölkerungszunahme von 10,79 Prozent, die auf einer positiven Geburten- und Wanderungsbilanz beruht (Tab. 10., S. 116). Dieser Trend spiegelt sich ebenfalls in der Bevölkerungsentwicklung nach Altersgruppen, wobei seit 2013 die Anzahl unter 15-Jähriger Gemeindebürger und Gemeindebürgerinnen abnimmt (Abb. 32.).

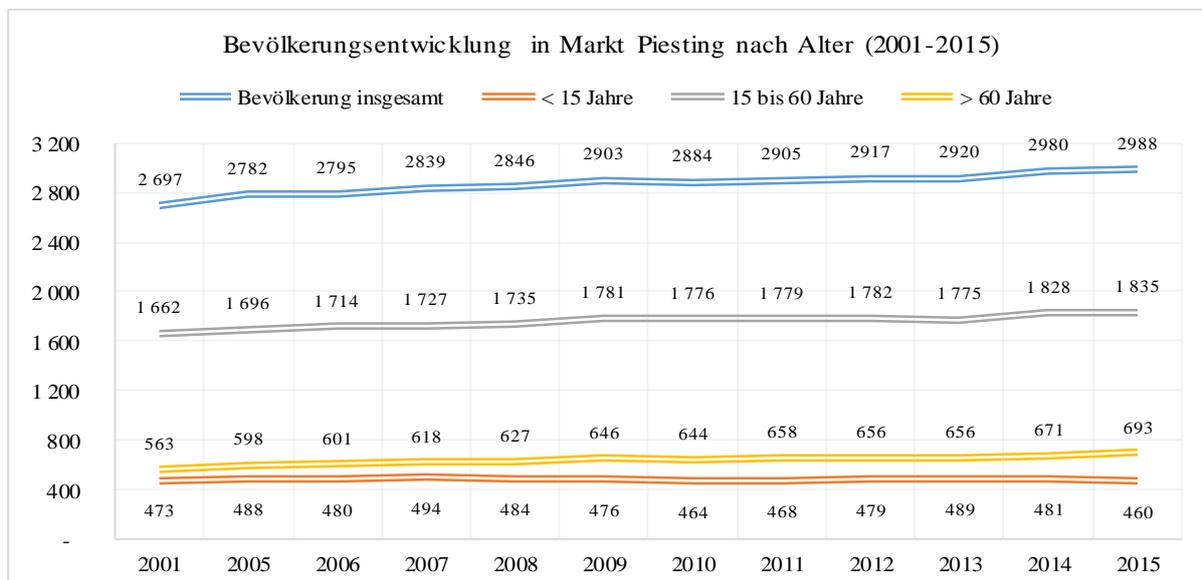


Abb. 32. Bevölkerungsentwicklung nach Alter in Markt Piesting zw. 2001 und 2015 (Quelle: Statistik Austria).

#### 4.2.6. Gemeinde Rohr im Gebirge

Die Gemeinde Rohr im Gebirge ist mit einer Bevölkerung von 478 die kleinste der acht Gemeinden im Piestingtal, dafür, hinter Gutenstein, die zweitgrößte nach Fläche. Die Gemeinde liegt auf 692 m Seehöhe und ist damit die höchstgelegene im Piestingtal. Urkundlich wird sie erstmals im Jahr 1194 erwähnt, als sie in den Besitz des Herzogtums Steyr kommt. Bereits im 13. Jahrhundert wird die Holzwirtschaft, als wesentliche und natürliche Ressource, wichtig. Die erzeugten Holzwaren und Holzkohle finden Absatz am Holzmarkt in Wiener Neustadt. Die bereits im Jahr 1470 bestehende Kirche in Rohr wird zur Pfarre erhoben (vgl. Gemeinde Rohr im Gebirge/Hektor 2001: 188f). Der Kirchenpatron der Pfarre, der heil. Ulrich, fand den Weg

in das Gemeindewappen. Die Kirche selbst findet sich als Wiedererkennungsmerkmal nach innen und außen wieder, die von der Ethnologin Hiltraud Ast (vgl. 2000: 2) zur Beschreibung Rohrs als Kirchendorf herangezogen wird. Die Nutzbarmachung der Wasserkraft, die Eisenverarbeitung, Holzkohle und Holzwirtschaft sorgen für wirtschaftlichen Aufschwung im 16. Jahrhundert. In der zweiten Hälfte des 18. Jahrhundert wird die erste Schule errichtet. Im Jahr 1877 wird ein Postamt eröffnet und eine Postkutsche zwischen Gutenstein und Rohr installiert. Der Ausbau der Verkehrswege über den Rohrer Sattel und die Haselrast, womit eine bessere Anbindung an Gutenstein ermöglicht wird, setzte neue Wirtschaftsmöglichkeiten in Gang. Für die Gemeinde verringert sich somit ein Stück der Abgeschlossenheit. In der Zeit des Zweiten Weltkriegs sorgt die Arbeitslosigkeit, Geldentwertung und andere wirtschaftliche Negativfolgen des Krieges für eine Bevölkerungsabwanderung und den Rückgang der kommunalen Leistungen (vgl. Gemeinde Rohr im Gebirge/Hektor 2001: 190).

Die Nachkriegszeit ist durch Renovierungsarbeiten an Pfarrkirche und Volksschule geprägt, sowie durch den Umbau der Verkehrsverbindungen. Die Elektrifizierung des Gemeindegebietes ab 1965 vollzogen. Die Veränderung der Produktionsweisen führte zu einer lokalen Umorientierung. Die Leistung der ansässigen Sägewerke wird gesteigert, nimmt jedoch an Anzahl der Betriebe gegen Endes des 20. Jahrhunderts ab. Die landwirtschaftlichen Betriebe werden spezialisiert (Viehzucht, Milchwirtschaft) oder aufgegeben (vgl. Ast 2000: 21-26). Neue Einnahmequellen werden im Tourismus gesucht. Die Ausflugsstraße nach Mariazell, die über den Rohrer Sattel führt, wird zwischen 1954 und 1965 ausgebaut, womit eine wichtige Infrastrukturmaßnahme erfolgt, die dem Tourismus zugutekommt (vgl. ebd. 7). Die wirtschaftliche Basis stellen heute ein Sägewerk und ein Palettenwerk, die zu den bedeutendsten Arbeitgebern zählen. Des Weiteren gibt es kleinere Tischlereien, die die Branche der Holzverarbeitung komplettieren. Die Landwirtschaft spielt ebenfalls eine Rolle. Das touristische Angebot hat sich von der klassischen Sommerfrische weiterentwickelt und bietet inzwischen Ausflugstourismus sowie Eintagesausflüge, die diesen Bereich maßgeblich prägen. Die Gemeinde liegt am Wiener Wallfahrerweg von Perchtoldsdorf nach Mariazell. Reisende kommen ebenfalls zu Pfingsten, wenn der Maibaum umgeschnitten wird. Die Rohrer Frohnleichnamsprozession ist ebenfalls bekannt, die viele Leute von außerhalb anzieht, die nicht gezielt angeworben werden. Der Wintertourismus ist vom Wetter abhängig (vgl. Wagner 2016). Insgesamt befinden sich im Gemeindegebiet 20 Betriebe, 4 Gastronomiebetriebe und 6 Vereine, von denen einer ein NÖ Dorf- und Stadterneuerungsverein ist (vgl. rohr-gebirge.at).

Das Vereinsweisen in der Gemeinde Rohr deckt verschiedene Bereiche ab, um der Kommune zu helfen. Der Zusammenhalt ist in einer Gemeinde, die auf 478 Einwohner und Einwohnerinnen kommt, gewiss stärker wahrnehmbar, da die Bekanntschaften, Intimitäten und Nähe unter den Menschen ausgeprägter ist. Dies Verhältnis gehört zu der Vermarktung der Gemeinde als ›lebenswerter Lebensraum‹. Die Natur, die Lebensqualität zu suggerieren vermag, wird als ein Pluspunkt geführt (vgl. Wagner 2016).

Die geographische Lage ist für betriebliche Standortentscheidungen gewiss nicht vorteilhaft, dessen sind sich Gemeinde und Bevölkerung wahrscheinlich einig. Die Abgeschiedenheit, der Mangel an Arbeitsplätzen, Ausbildungsstätten, Nahversorgung etc. wirken auf die Bevölkerungsbewegungen in der Gemeinde Rohr im Gebirge, die zwischen 2001 und 2015 eine Bevölkerungsabnahme von 7,54 Prozent aufweist (Tab. 10., S. 116). Diese Entwicklung hat sich jedoch seit 2013 verändert, womit die Bevölkerungszahl wieder leicht zunimmt (Abb. 33.). Gegen diese Entwicklung versucht die Gemeinde gegenzusteuern, indem zusätzlicher Wohnraum, der leistbar ist für junge Leute, ein gesetztes Ziel ist. Dazu gibt es eine hohe Erwartungshaltung gegenüber Homeoffice-Arbeitsplätzen, die allerdings moderne Datennetze voraussetzt, die erst geschaffen werden müssen. Der öffentliche Verkehr und die Anbindung an die Gemeinden im Piestingtal ist ebenfalls ein Anliegen, das verbessert gehört. Genauso wie ein Ärztezentrum, um die medizinische Versorgung vor Ort zu gewährleisten. Der seit zwei Jahrzehnten aktive Dorferneuerungsverein arbeitet ebenfalls in diese Richtung. Derzeit verfügt die Gemeinde über einen Kindergarten und eine Volksschule, die modernisiert worden sind. Die Neue Mittelschule wird gemeinsam mit der Nachbargemeinde Schwarzau im Gebirge betrieben (vgl. ebd.).

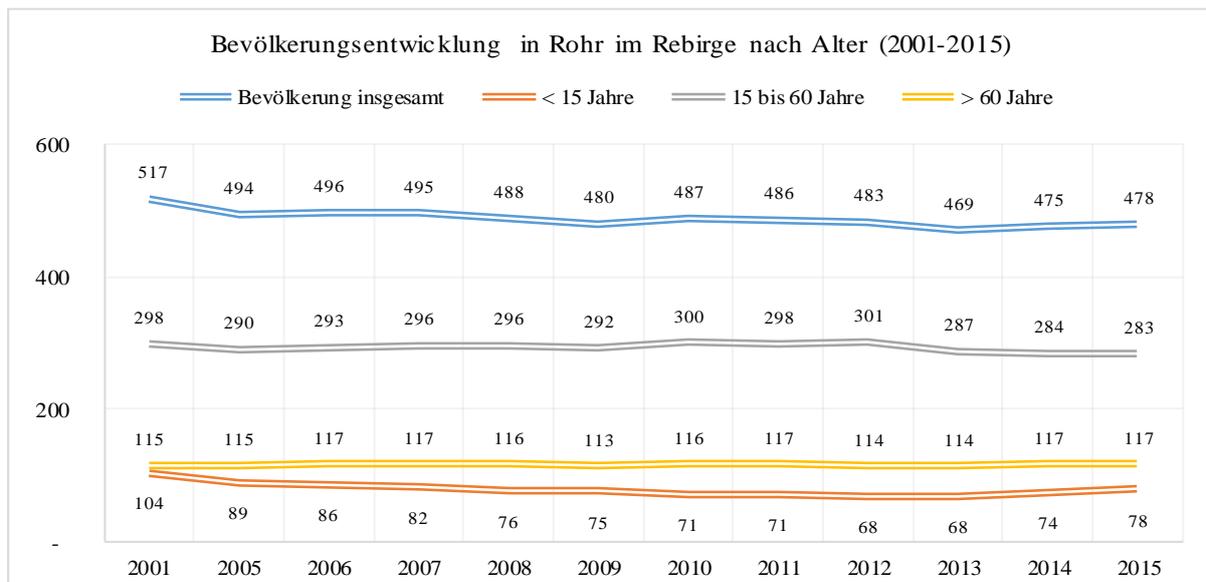


Abb. 33. Bevölkerungsentwicklung nach Alter in Rohr im Gebirge zw. 2001-2015 (Quelle: Statistik Austria).

#### 4.2.7. Gemeinde Waidmannsfeld

Der Ort Waidmannsfeld wird bereits im 13. und 14. Jahrhundert erwähnt, der verschiedene Herrschaftsverhältnisse aufweist. Im Jahr 1760 wird das erste Schulhaus (aus Holz) erbaut und durch ein gemauertes 1781 ersetzt (vgl. Michel/Stadler 2001: 215). Fehlende finanzielle Mittel erschwerten die Erweiterung und Modernisierung der Gemeinde bis ins 19. Jahrhundert. Mit der wirtschaftlichen Entwicklung des Standorts Ortmann, der bereits in Abschnitt 4.2.4. erwähnt worden ist, beginnt eine Modernisierung, mit der eine Wasserversorgung und Feuerwehren entsteht. Mit dem wirtschaftlichen Aufschwung werden Arbeitskräften aus dem heutigen Polen und Tschechien angeworben. Die ersten Arbeiterwohnungen entstehen. In der Zwischenkriegszeit folgen Beamten- und Arbeiterkolonien (1919), ein Kinderheim (1922/23) und zwei Villen (1914 und 1923). Der wirtschaftliche Aufschwung bringt eine Weiterentwicklung der Kinderbetreuung und Förderung der Kunst-, Kultur- und Vereinsszene. Im Jahr 1927 entsteht ein Volksheim mit Parkanlage. Darin sind ein Kino, eine Leihbibliothek und Veranstaltungsräume beheimatet. Ein Freibad folgte im Jahr 1928. Im Zweiten Weltkrieg ist die Gemeinde Waidmannsfeld Zufluchtsort für Kriegsflüchtlinge, in die u.a. vertriebene »Sudetendeutsche«, aus dem heutigen Tschechien, kommen (vgl. ebd. 218f).

Die Papierfabrik Ortmann nimmt nach Kriegsende 1945, mit den Rückstellungsverhandlungen an die Familie Bunzl, wieder den Betrieb auf, wovon nicht nur Waidmannsfeld, sondern auch die Gemeinden im Piestingtal profitierten. In den 1970er Jahren arbeiten in der Fabrik 1.800 Beschäftigte, die sogar aus den Gemeinden Schwarza, Puchberg, Pottenstein und Wiener Neustadt kommen. Die weiteren Modernisierungen in den 1980er und 1990er Jahren beziehen sich auf soziale Einrichtung sowie die Trinkwasserversorgung. Im Jahr 1982 wird die Volksschule in Neusiedl geschlossen; die Kinder werden nun in der Nachbargemeinde Pernitz unterrichtet. Mit dem Eigentümerwechsel der Papierfabrik, der nicht nur Arbeitsplätze fordert, sondern auch von der Papierfabrik betriebene soziale Einrichtungen, übernimmt die Gemeinde mehr Verantwortung und Kosten. Die Ansiedlung junger Familien wird vorangetrieben, indem freistehende Flächen aufgekauft, umgewidmet und für Familienhäuser günstig bereitgestellt werden. Die Gemeinde Waidmannsfeld entwickelte sich, auch bedingt durch den Strukturwandel, mit dem einige Wirtschaftszweige nicht mehr rentabel geworden sind, zu einer Wohn- und Freizeitgemeinde im oberen Piestingtal (vgl. ebd. 220-224).

Die Papierfabrik SCA Ortmann stellt heute den wichtigsten Arbeitgeber in der Gemeinde dar. Daneben befinden sich 14 weitere Betriebe und 33 Vereine im Gemeindegebiet (vgl. waidmannsfeld.at). Eine weitere Ansiedlung produzierender Betriebe ist aus Gemeindesicht schwer realisierbar. Die Entfernung zur Autobahn und der Mangel an entsprechender Baufläche sind

ungünstige Standortfaktoren (vgl. Knabel 2016). Dafür sticht die Lebensqualität in der Gemeinde hervor. Mit Pernitz und den Nachbargemeinden wird eine gemeinsame Bildungseinrichtung organisiert. Die Nahversorgung befindet sich ebenfalls in Pernitz. Dafür bietet Waidmannsfeld der Bevölkerung verschiedenen Möglichkeiten, um die Freizeit zu gestalten. In der Gemeinde befinden sich Freibad, Skaterplatz, Fußballstadion etc. Um die Wohnraumsituation zu verbessern, entstehen 14 neue Wohneinheiten im Rahmen von ›Junges Wohnen‹, um jungen Generationen ein leistbares Wohnen zu ermöglichen. Der Kindergarten befindet sich in der Katastralgemeinde Neusiedl. Eine Montessori Schule mit Kindergarten entsteht derzeit in der Katastralgemeinde Waidmannsfeld. In der Gemeinde ist keinen NÖ Dorf- und Stadterneuerungsverein aktiv, womit der Zugang zu Fördermittel und Know-how der NÖ.Regional.GmbH verwehrt gewesen ist. Die Initiativen, um die Gemeinde zukunftsfähig zu gestalten, sind bisher aus der Gemeinde, von Vereinen oder Privatpersonen gekommen. Die Überlegung, einen NÖ Dorf- und Stadterneuerungsverein zu gründen, bestehen aber (vgl. ebd.). Die Bevölkerungsentwicklung deutet in Waidmannsfeld eine weitere Abnahme an, wie sie seit 2001 verzeichnet wird. Im Zeitraum 2001-2015 hat die Bevölkerungszahl um 14,92 Prozent abgenommen. Diese Entwicklung zeigt sich ebenfalls in den Altersgruppen, dass die Anzahl der über 60-Jährigen im gleichen Zeitraum gestiegen ist, während die der unter 15-Jährigen gesunken ist (Abb. 34.). Diese Entwicklung ist auf eine negative Geburten- sowie Wanderungsbilanz bezogen (Tab. 10., S. 116).

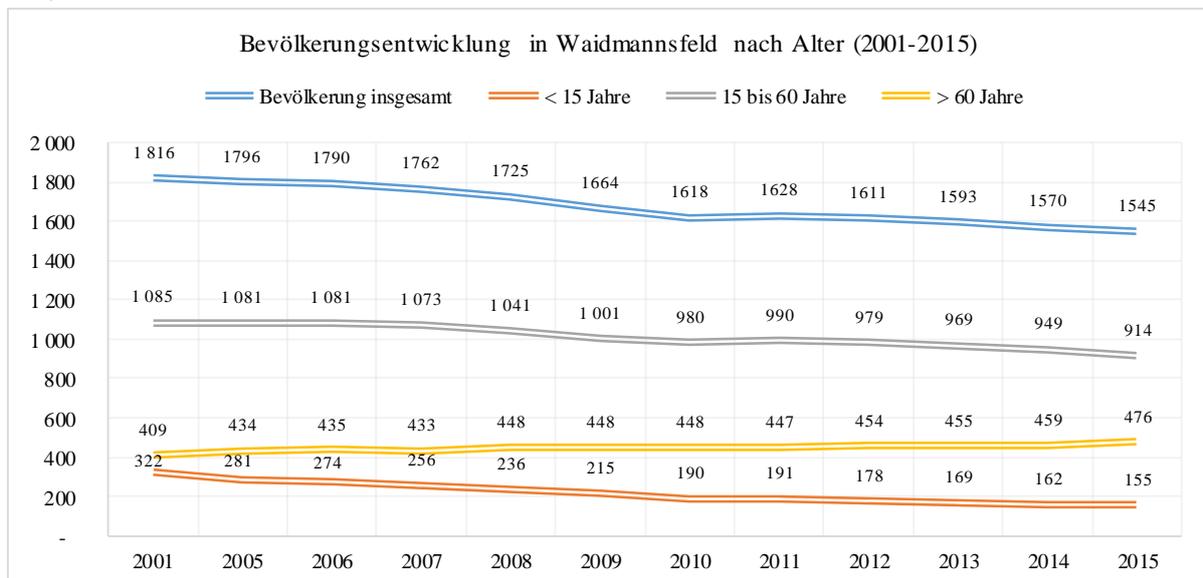


Abb. 34. Bevölkerungsentwicklung nach Alter in Waidmannsfeld 2001-2015 (Quelle: Statistik Austria).

#### 4.2.8. Marktgemeinde Waldegg

Die erste urkundliche Erwähnung Waldeggs bezieht sich auf das Jahr 1120, indem auf die Erbauung der ›Burg Waldegg‹ verwiesen wird. Vom 16. bis 18. Jahrhundert war der Weinbau ein

wichtiger Wirtschaftszweig. Haupterwerbszweige im 19. Jahrhundert sind die Holzverarbeitung, Kalkproduktion und die Schmieden. Mit der zunehmenden Industrialisierung werden sie allerdings abgelöst. Im Gemeindegebiet werden bereits ab 1810 wichtige Industriebetriebe verzeichnet. Ab zwischen 1810 und 1966 ist der Zugsche Kupferhammer von Severin Zugmayer, dem Erfinder des Wendelpflugs, in betrieb. Im Jahr 1817 wird in der heutigen Katastralgemeinde Oed eine Metallwarenfabrik errichtet, die heutige ASTA Elektro GmbH, die global aktiv ist. Das Kalkbrennen wird bereits im Jahr 1438 in Waldegg verzeichnet. Heute gehört die in der Katastralgemeinde Wopfing ansässige Schmid Industrieholding GmbH zu einem globalen Baustoffproduzenten (vgl. Mliner/Marktgemeinde Waldegg 2001: 226-228). Diese wirtschaftliche Entwicklung, und mit ihr einhergehende Strukturveränderungen, haben neue Anforderungen und Bedürfnisse vor Ort geschaffen. Bereits im Jahr 1738 wird ein ›Schulmeister zu Waldegg‹ schriftlich vermerkt. Die erste Volksschule entsteht 1784 mit der Wiedererrichtung der Pfarre, die bis 1897 mehrmals renoviert und erweitert worden ist. Eine zweite Schule ist bereits um 1750 in Wopfing erwähnt, die 1976 stillgelegt worden ist (vgl. ebd. 228).

Im heutigen Gemeindegebiet befinden sich 38 Betriebe, 6 Gastronomiebetriebe und 9 Vereine, wovon ein Verein in der NÖ Dorf- und Stadterneuerung aktiv ist (vgl. waldegg.co.at). Die wichtigsten Arbeitgeber sind die Wopfinger Baustoffindustrie (Schmid Industrieholding), die ASTA Drahterzeugung und das Transportunternehmen Teufl, die gemeinsam über 1.000 Arbeitsplätze im Gemeindegebiet bereitstellen. Die Zahl der landwirtschaftlichen Betriebe ist abnehmend und schließt sich dem Trend an, dass eine größere Fläche bewirtschaftet wird. Dagegen ist der Tourismus in einer Nebenrolle präsent. Im Herbst finden Waldegger Kulturtage statt, die eine lange Tradition aufweisen und von der Gemeinde organisiert werden. Sie beinhalten Vernissagen, Kabarett- und Musikveranstaltungen. Hinzu kommen verschiedene Veranstaltungen und Feste der Vereine, die über das Jahr verteilt sind (vgl. Zehetner 2016).

Die Gemeinde verfügt über ein betreutes Wohnen, einen Kindergarten, Schulen, betreibt die Weiterentwicklung von ›Jungem Wohnen‹ und verfügt über eine Landesberufsschule. Der lokale Dorferneuerungsverein ist in Weiterentwicklungsmaßnahmen eingebunden, mit dem die Bevölkerung animiert wird, sich laufend Gedanken zu machen und sich einzubringen. Der Dorferneuerungsverein zählt rund 250 Mitgliedern, die allerdings nicht alle aktiv sind (vgl. ebd.). Die Gemeinde arbeitet laufend an der Verbesserung der Lebensqualität, dass bei einer entsprechend starken Wirtschaft vor Ort, deutlich angenehmer umzusetzen zu sein wird, da entsprechende Mittel zur Verfügung stehen. Die geographische Lage bietet eine gute Anbindung an die Autobahn und Wiener Neustadt einerseits und andererseits die Natur und Ruhe.

Ein wesentliches Problem ist, wie der aktuelle Bürgermeister Zehetner darauf hinweist, ein abfallendes Interesse jüngerer Generationen am Vereinsleben (vgl. ebd.).

Die wirtschaftliche Entwicklung in der Gemeinde, die vorhandene Infrastruktur und die Anbindung an Verkehrswegen zeigt sich ebenfalls in der Bevölkerungsentwicklung zwischen 2001 und 2015. Die Marktgemeinde Waldegg weist eine Bevölkerungsabnahme von 2,52 Prozent auf (Tab. 10., S. 116). Seit 2012 hat sich diese Entwicklung verbessert, die sich ebenfalls in der Altersgruppe der unter 15-Jährigen zeigt (Abb. 35.).

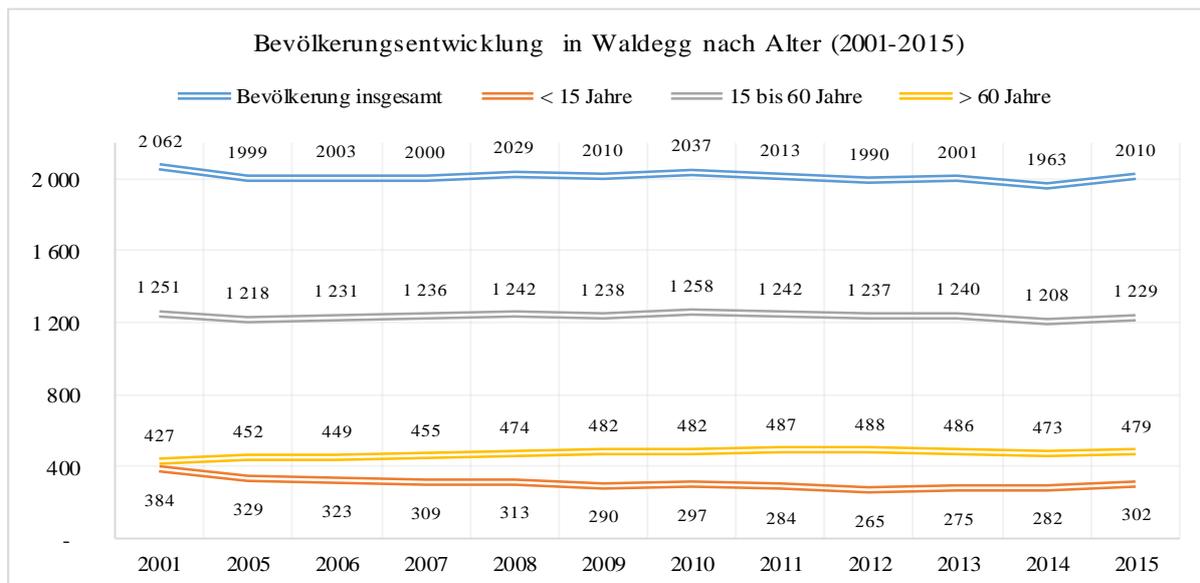


Abb. 35. Bevölkerungsveränderung nach Alter zw. 1991 und 2015 in Waldegg (Quelle: Statistik Austria).

### 4.3. Gemeinden und Social Media im Piestingtal

Die zwischenmenschliche Kommunikation kann, wie in Abschnitt 3. gezeigt worden ist, auf verschiedenen Ebenen und über verschiedene Kanäle stattfinden. Ähnliches gilt ebenfalls für verschiedene Organisationsformen (Behörden, Unternehmen, Verein etc.), um Botschaften an eine oder mehrere Zielgruppen zu transportieren. Verschiedene Kanäle und Medien sind das Resultat heutiger Gesellschaften, die an Multioptionalität dazugewinnen. Damit weisen Zielgruppen nicht nur ein bestimmtes Netzwerk auf, sondern ebenfalls eine bestimmte Verwendung von Kommunikationskanälen. Ein Beispiel ist die Kommunikation unter jüngeren Generationen, die eine eigene Sprache aufweisen und virtuell vernetzt sind. Der Kommunikationsprozess findet analog und virtuell statt. Denn die Interessen haben sich verändert und sind zersplittert. Die Kommunikation mit gleichgesinnten Menschen kann in einem Café oder Wirtshaus stattfinden, aber auch in einer WhatsApp-Gruppe, einer Facebook-Gruppen und innerhalb eines Netzwerk an Twitter-Profilen. In Abschnitt 4.3. ist bereits auf die Nutzung von Social Media in Österreich verwiesen worden. Das soll hier nicht weiter ausgeführt werden. Gleiches gilt für

die Gemeinden in Niederösterreich, die eine Facebook-Seite führen, wie in Abschnitt 4.1. ausführlich dargelegt worden ist. In diesem Abschnitt soll gezeigt werden, Aufbauend auf den Ergebnissen in Abschnitt 4.1., welche Kommunikationskanäle die acht Gemeinden im niederösterreichischen Piestingtal verwenden, um mit der eigenen Bevölkerung zu kommunizieren (Tab. 11.). Ein besonderer Fokus liegt hierbei in der Präsenz bzw. Absenz in Social Media.

In einer Gemeinde können verschiedene Kommunikationskanäle verwendet werden, um die Bevölkerung zu informieren und sich mit dieser auszutauschen. Letztlich hängt es von der Bevölkerungsgröße und Siedlungsweise ab, wie schnell eine Information verbreitet werden kann. Gemeinden, wie die acht im Piestingtal, können demnach verschiedene Veranstaltungen für die Kommunikation mit der Bevölkerung verwenden Bürgerforum, Gemeinderatssitzungen, Grätzlfeste und sonstige kulturelle Veranstaltungen, Gemeindezeitungen, die eigene Webseite, elektronische Newsletter, mobile Applikation und Social Media. Hinzu kommt die zwischenmenschliche Kommunikation, die auf der Straße, im Wirtshaus oder im Geschäft stattfinden kann, um sich auszutauschen. Des Weiteren dienen ansässige Vereine ebenfalls zum Gedanken- und Meinungsbildungsprozess. Diese aufgezählten Kanäle verfügen alle über eine bestimmte Reichweite und Störquellen, die sich auf die Qualität und Verbreitungsgeschwindigkeit einer Information auswirken. Darauf ist bereits in den Abschnitten 3.3. bis 3.5. hingewiesen worden.

Gemeinde	Gemeindezeitung	Webseite	E-Newsletter	Gem2Go (PRO)	Social Media	
Gutenstein	✓	✓	✓		✓	Facebook-Seite
Markt Piesting	✓	✓	✓			
Miesenbach	✓	✓	✓		✓	Facebook-Gruppe
Muggendorf	✓	✓	✓	✓		
Pernitz	✓	✓	✓			
Rohr im Gebirge	✓	✓	✓		✓	Facebook-Seite
Waidmannsfeld	✓	✓				
Waldegg	✓	✓	✓	✓		

Tab. 11. Kommunikationskanäle der Gemeinden im Piestingtal (Quelle: Leitfadeninterviews).

Die acht Gemeinden des Piestingtals verfügen allesamt über eine Webseite. Lediglich die Gemeinde Waidmannsfeld hat keinen E-Mail Newsletter in die Gemeindefarbeit implementiert. Die Gemeinde-App ›Gem2Go (PRO)‹ haben die Gemeinden Muggendorf und Waldegg mit Inhalten (Veranstaltungen) bespielt. Eine Facebook-Seite haben die Gemeinden Gutenstein, Rohr im Gebirge. Die Gemeinde Miesenbach verfügt über eine ›geschlossene‹ Facebook-Gruppe. Eine Überprüfung der Existenz einer solchen Facebook-Gruppe hat gezeigt, dass sie nicht vorhanden ist. Zumindest ist sie für Außenstehende nicht sichtbar. Facebook ist somit die einzige Social Media, die allerdings auch nur drei der sieben Gemeinden aufweisen. Dennoch wird der Verwendung von Social Media mit Distanz begegnet. Dieser Entwicklung soll nun auf den Grund gegangen werden.

In der Diffusionsforschung werden fünf Übernahmekategorien für die Annahme bzw. Ablehnung von Innovationen geführt, um den Übernahmeprozess aufzuteilen und darzustellen. In jeder dieser fünf Kategorien befinden sich bestimmte Netzwerke, die über schwache und starke Beziehungen aufweisen, zwischen denen es Interaktionen gibt. Jede dieser Übernahmekategorien weist fünf Phasen auf, die den Innovations-Entscheidungs-Prozess stellen. Ist einmal das Wissen über eine Innovation vorhanden, und dieses kann von unterschiedlichen Akteuren vermittelt worden sein, beginnt die eigentliche Persuasion, die Überprüfung des Für und Wider der Übernahme. Wird in der Folge eine positive Entscheidung über eine Innovation gefällt, erfolgt die Implementierung bzw. die Nutzung. Schließlich ist es eine wiederholende Bestätigung, die gebraucht und gesucht wird, um eine Innovation weiter zu verwenden (vgl. Karnowski 2011: 13-18). Abhängig von Vorerfahrungen, Normen und sozialen Strukturen wird der Innovation unterschiedlich begegnet. Everett M. Rogers unterscheidet hier in ›Innovatoren‹, ›Frühe Übernehmer‹, ›Frühe Mehrheit‹, ›Späte Mehrheit‹ und ›Nachzügler‹, die sich mit einer Innovation auseinandersetzen und diese aneignen. Die verschiedenen Kategorien weisen unterschiedliche Risikobereitschaft auf, wobei ›Innovatoren‹ die höchste und den ›Nachzügler‹ die niedrigste aufweisen (vgl. Rogers 2003; in: Karnowski 2011: 20-22). Damit kann mit der Diffusionstheorie argumentiert werden, wie und warum sich eine Gemeinde für einen Kanal in Social Media entscheidet.

Die Bürgermeister von Gutenstein (Facebook und Twitter) und Miesenbach (Facebook) sind mit persönlichen Profilen in Social Media präsent. Während die Gemeinde Gutenstein über eine Facebook-Seite verfügt, findet sich in Miesenbach eine ›geschlossene‹ Facebook-Gruppe, die »für alle Miesenbacher da« ist (Stückler 2016). Der geschlossenen Facebook-Gruppe ist ein Vorzug vor einer Facebook-Seite gewährt worden, aufgrund der besseren Kontrollmöglichkeiten. Eine geschlossene Facebook-Gruppe bietet die Möglichkeit, dass kontrolliert wird, wer Zugang erhält. Diese Selektionsmöglichkeit bieten Facebook-Seiten nicht, da sie lediglich nach Alter und Aufenthaltsland eingeschränkt werden können. Eine Facebook-Seite weist eine Offenheit auf, die sich entsprechend auf die Kommunikation auswirkt und »unangenehm sein kann« (ebd. 2016), wie von Bürgermeister Stückler argumentiert wird, die sich u.a. in den Kommentaren entwickeln kann, warum Facebook für die Gemeinde Miesenbach nicht relevant ist, aber auch nicht kategorisch abgelehnt wird. Ein wesentliches Argument liegt allerdings in fehlenden Ressourcen, eine professionelle Betreuung zu ermöglichen (vgl. ebd.).

Eine ähnliche Haltung, wie die in Miesenbach, findet sich ebenfalls in der Gemeinde Waidmannsfeld, mit dem Unterschied, dass es hier eine Überlegung gibt, dennoch Facebook zu nutzen, um die Gemeinde besser darzustellen. Eine große Sorge ist jedoch der Umgang in

Facebook durch andere User, wenn es um Falschinformationen geht, vor denen das Internet nicht ausreichend sicher erscheint. Die Begründung der bisherigen Ablehnung eines offiziellen Gemeindekanals in Facebook lässt sich in der Gemeinde Waidmannsfeld darauf zurückführen, dass die Kenntnis über einen Umgang mit jenen Usern fehlt, die an der Verbreitung von Falschinformationen bzw. Unwahrheiten beteiligt sind. Damit verbunden finden sich weitere Argumente, wie es der zusätzliche Zeitaufwand und der Kostenfaktor sind, um diesen Kanal aktuell zu halten und Kommentare zu beantworten. Ebenfalls eine wichtige Überlegung ist die Möglichkeit, dass WhatsApp-Gruppen implementiert werden, um gezielt einzelne Bereiche (Feuerwehr, Musikkappelle etc.) abzudecken und die Bevölkerung zu informieren (vgl. Knabel 2016).

Der Bürgermeister, der nach Bevölkerung größten Gemeinde im Piestingtal, Markt Piesting, argumentiert aus einer skeptischen Position heraus, wenn es um den Einsatz von Social Media geht. Es überwiegen Nachteile, die ein Kanal in Facebook betreffen. Ein wesentlicher Punkt bezieht sich auf den Wahrheitsgehalt und die Reaktion seitens Usern auf Informationen. Der Bürgermeister von Markt Piesting hat zwar in einem Wahlkampf, Erfahrungen in Facebook gesammelt, doch fehlt es an Kenntnis sowie Verständnis für den Umgang mit den Kommunikationsströmen anderer User. Ein weiteres Argument liegt in fehlenden Informationen, wie viele Einwohner und Einwohnerinnen der Gemeinde Social Media verwenden, um eine Entscheidung treffen zu können, welche Reichweite generiert werden kann, sofern zum Beispiel über einen eigenen Gemeindekanal in Facebook kommuniziert wird (vgl. Braimeier 2016).

Das Interview mit dem Bürgermeister der Marktgemeinde Waldegg zeigt einen starken Fokus auf eine Onlinekommunikation, wenn es um die Aktualität der Gemeindegewebseite geht, jedoch ist ebenfalls eine deutliche Ablehnung gegenüber Social Media zu bemerken. Diese Ablehnung legt nahe, dass sie auf einer fehlerhaften Deutung der Kommunikation in Social Media ruht, die mittels anderer Medien (Printzeitung, Onlineartikel etc.) zu einer Meinung verfestigt ist, die negative Folgen und Nebenfolgen stärker gewichtet. Die Aussagen von Bürgermeister Zehetner sind zu Social Media sehr knapp und direkt ausgefallen: »*die Gesellschaft wird nicht besser [durch Social Media]. Es stößt sehr viel auf*« (Zehetner 2016). Die Begründung liegt in einer Annahme, dass »*über soziale Netzwerke mehr kommuniziert und weniger ausgegangen wird, um sich mit Menschen zu unterhalten. Man bleibt eher daheim und kommuniziert über Handy und Facebook, als dass man zu Vereinen geht und sich dort unterhält*« (ebd.). Die Ablehnung von Social Media ist in diesem Interview bereits zu Beginn aufgefallen, die in einer Beobachtung, Deutung und Sorge der Situation in den Vereinen zu finden ist. Dabei ist die

Veränderung bisheriger Lebensformen wesentliches Merkmal unserer gegenwärtigen Gesellschaft, wie u.a. in Abschnitt 1.2. ausführlich darauf eingegangen worden ist. Es sind die veränderten Anforderungen und Bedürfnisse von Menschen, die sich neuorientieren, womit es zur Ablösung bisherigen Verhaltens und Lebensläufen kommt. Diese Entwicklung heißt allerdings nicht, dass es eine allgemeine Verdrossenheit gegenüber dem Vereinsleben gibt, sondern ermöglicht neue Angebote, Vereine etc. Wenn Lebensformen einem Wandel ausgesetzt sind, dann gilt dieser Prozess für alle anderen Bereiche auch.

Einen anderen Weg geht die Marktgemeinde Gutenstein, die bereits Facebook in die Gemeindegearbeit implementiert hat. Die Auseinandersetzung von Bürgermeister Kreuzer mit neuen Technologien und Ideen, der ebenfalls privat in Facebook und Twitter kommuniziert, kann für eine Gemeindegearbeit in Facebook ausschlaggebend sein. Es liegt zwar keine detaillierte Strategie vor, die sich an einer (klaren) Zielgruppendefinition orientiert (vgl. Kreuzer 2016). Dennoch dient der Kanal der Information und dem Austausch mit der lokalen Bevölkerung und den Ausgewanderten, um einerseits wahrgenommen zu werden und andererseits positive Beispiele aus der Gemeinde zu servieren. Die Strategie orientiert sich an aktuellen Ereignissen und an der Erwartungshaltung, dadurch Veranstaltungen besser bewerben zu können (vgl. ebd.). Eine persönliche Auseinandersetzung des Bürgermeisters mit Social Media ist allerdings kein Muss, damit Facebook in die Gemeindegearbeit implementiert wird, wie die Gemeinde Rohr im Gebirge zeigt. In Rohr war es der Vizebürgermeister, der ausschlaggebend gewesen ist, warum eine Gemeindegearbeit in Facebook erstellt worden ist. Wobei der Bürgermeister nicht gegenüber neuen Entwicklungen abgeneigt ist, da er die Vorzüge abwägt, wie Annehmlichkeiten für die Bevölkerung sicherzustellen sind. Ebenfalls gibt es hier eine positive Erwartungshaltung gegenüber Homeoffice-Arbeitsplätzen, um die Bevölkerungsgröße stabil zu halten (vgl. Wagner 2016).

Die Gemeinde Muggendorf hat eine ähnliche Haltung, bei einer in etwa gleichen Bevölkerungsgröße, wie die Gemeinde Rohr im Gebirge. Es verdeutlicht sich allerdings, dass es auf den persönlichen Zugang ankommt, ob Social Media in die Gemeindegearbeit implementiert wird oder nicht. Muggendorfs Bürgermeister Brandstetter ist sich der Bedeutung von zeitgemäßen Internetverbindungen bewusst, weist allerdings darauf hin, selber wenig mit Medien vertraut zu sein (vgl. Brandstetter 2016). Dennoch hat er auf die Gemeinde-App ›Gem2Go‹ verwiesen, die er mit seinem Smartphone im Interview aufgerufen hat, um die dortige Gemeindepräsenz zu zeigen. Seine Aussagen lassen allerdings darauf zurückschließen, dass es eine negative Wahrnehmung von Social Media gibt, denn: *»Wir kommunizieren mit den Parteien in der Gemeinde hervorragend. Wir brauchen uns nicht gegenseitig zu bekriegen. Ganz im Gegenteil,*

wir arbeiten auf Einstimmigkeit in der Gemeinde zusammen. Wir kennen uns alle oder zumindest vom Sehen. Wir haben nicht die Probleme der Stadt« (ebd.). Social Media wird mit Streit, Krieg, Konflikt verglichen, die sich in der Stadt abspielen. Dagegen zeigt sich der Bürgermeister von Pernitz diplomatisch, indem er die persönliche Bereitschaft für die Auseinandersetzung mit Computerelektronik und Social Media voraussetzt, damit diese überhaupt verwendet werden, denn: »Ich bin mit der Computerelektronik nicht so vertraut. Bei uns im Gemeinderat eigentlich auch niemand. Zumindest fällt mir jetzt niemand ein, der sich damit intensiv beschäftigt. [...] Aber sicher wäre es interessant, solche Medien zu verwenden. Es braucht aber ein Interesse, dass es verwendet wird« (Postiasi 2016). Diese Aussage verdeutlicht nicht nur die Voraussetzung einer persönlichen Auseinandersetzung mit einer Technologie, sondern auch eine Gewissheit, wie neue Kommunikationstechnologien einer Gemeinde helfen können, um sich mit der Bevölkerung auszutauschen.

Die acht durchgeführten Interviews mit den Bürgermeistern im Piestingtal zeigen eine mehrheitlich ablehnende Haltung gegenüber der Implementierung von Social Media in die Gemeindearbeit. Grund dafür liegt in der Annahme, dass Social Media negative Handlungsweisen fördert, die Kritik und Streit, aber auch eine weitere Zersplitterung der Gesellschaft zur Folge haben kann, die unkontrolliert ihren Lauf nehmen (Abb. 36.).

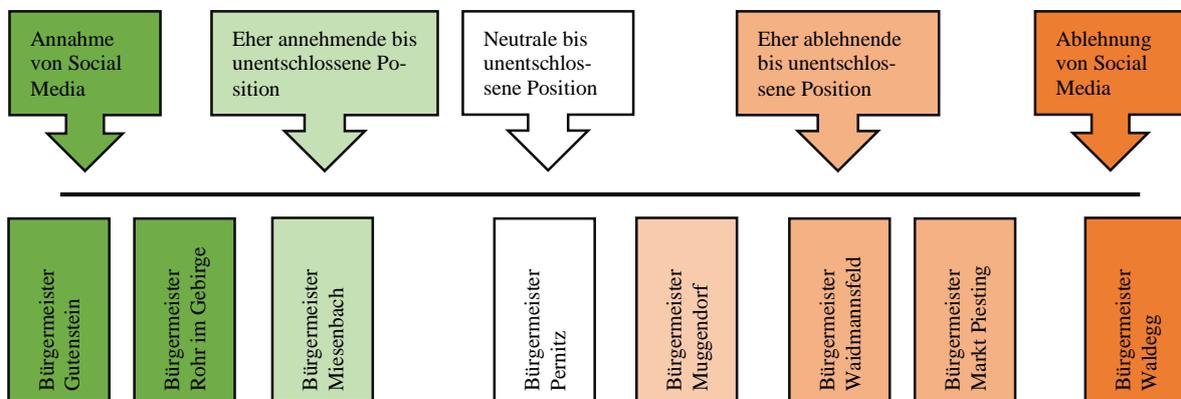


Abb. 36. Positionen der Bürgermeister im Piestingtal zu Social Media (eigene Darstellung).

Der Kostenpunkt, um eine Aktualität in Social Media zu bewerkstelligen, ist ein weiteres Argument, warum diese »eher abgelehnt« werden. Ein wesentlicher Punkt ist jedoch, wie aus den Interviews hervorgeht, die fehlende persönliche Auseinandersetzung, aber auch fehlende Informationen, welche Möglichkeiten Social Media für eine lokale und überlokale Kommunikation bietet. Die negativen Folgen und Nebenfolgen (Kritik, Streit, Falschinformationen, gesellschaftliche Zersplitterung etc.), die eine Kommunikation in Social Media aufweisen kann, wenn diverse Medienberichte herangezogen werden, verschwinden nicht, wenn eine Absenz in Facebook & Co. gegeben ist, sondern sie werden entweder in eine nahe Zukunft verschoben oder in

der Gegenwart umgelagert. Sie bleiben weiterhin da. Es braucht also eine Strategie, wie mit der Bevölkerung Informationen geteilt werden.

#### 4.4. Bevölkerung und Social Media im Piestingtal

Das Marktforschungsunternehmen GfK hat im Zeitraum von 26. August bis 1. September 2015 1.200 Personen in Österreich ab 16 Jahren zur Nutzung von Social Media in Österreich befragt. Die Befragung erfolgte mittels Computer Assisted Web Interviews (CAWI). Abgefragt worden ist die Social Media Nutzung nach Themen. Die Kategorisierung erfolgt in sechs Themen, die nach Handlungsweisen in Social Media bestimmt worden sind, und ›Inaktive‹, die die größte Gruppe unter den Befragten stellt, nämlich 29 Prozent. Danach folgen die Kategorien ›Friends Only‹ 18 Prozent, ›Klatsch & Tratsch‹ und ›Marken-Fans‹ jeweils 14 Prozent, ›Gamer‹ 18 Prozent, ›Allrounder‹ 7 Prozent und ›Politik-Follower‹ 5 Prozent. Die Ergebnisse nach sozialem Medium weisen (in dieser Reihenfolge) Facebook, YouTube, Instagram und Twitter, unter den meistgenutzten von sieben abgefragten, auf. Mit Politikern und politischen Initiativen beschäftigen sich hauptsächlich die ›Allrounder‹ und die ›Politik-Follower‹, die zu den zwei kleinsten Gruppen gehören (vgl. GfK 2016: 3). Diese GfK Studie vermittelt einen allgemeinen Überblick über die verschiedenen Präferenzen der Menschen in Österreich, die Social Media nutzen. Sie kann als eine komplexitätsreduzierende Übersicht verstanden werden. In dem vorliegenden Abschnitt widmen wir uns der Social Media Nutzung der Bevölkerung in den acht Gemeinden des Piestingtals. Die Befragung der Bevölkerung erfolgte mittels Onlinefragebogen, der sich im Anhang befindet. Das methodische Vorgehen ist bereits im einleitenden Teil dieser Forschungsarbeit erklärt worden und soll hier nicht noch einmal wiedergegeben werden.

Gemeinde	Antworten	Eingeborene	Zugezogen		Geschlecht		Alter			
			insgesamt	außerhalb	♂	♀	< 14J	14-39J	40-59J	≥ 60J
Gutenstein	46	31	15	7	22	24	-	31	10	5
Markt Piesting	52	24	28	18	20	32	5	35	11	1
Miesenbach	22	18	4	1	10	12	-	21	1	-
Muggendorf	28	14	14	4	19	9	2	15	9	2
Pernitz	111	52	59	23	56	53	3	85	19	4
Rohr im Gebirge	13	10	3	1	6	7	3	7	3	-
Waidmannsfeld	57	33	24	4	33	24	-	43	9	5
Waldegg	50	25	25	16	18	32	-	33	11	6
Gesamt	379	207	172	74	184	193	13	270	73	23

Tab. 12. Demographische Merkmale der Respondenten<sup>8</sup>. Weitere Daten befinden sich im Anhang. (n=379)

Insgesamt ist der Onlinefragebogen 424-mal aufgerufen und zumindest eine der ersten beiden Fragen beantwortet worden. Davon sind 32 Abbrüche und 392 abgeschlossene Teilnahmen,

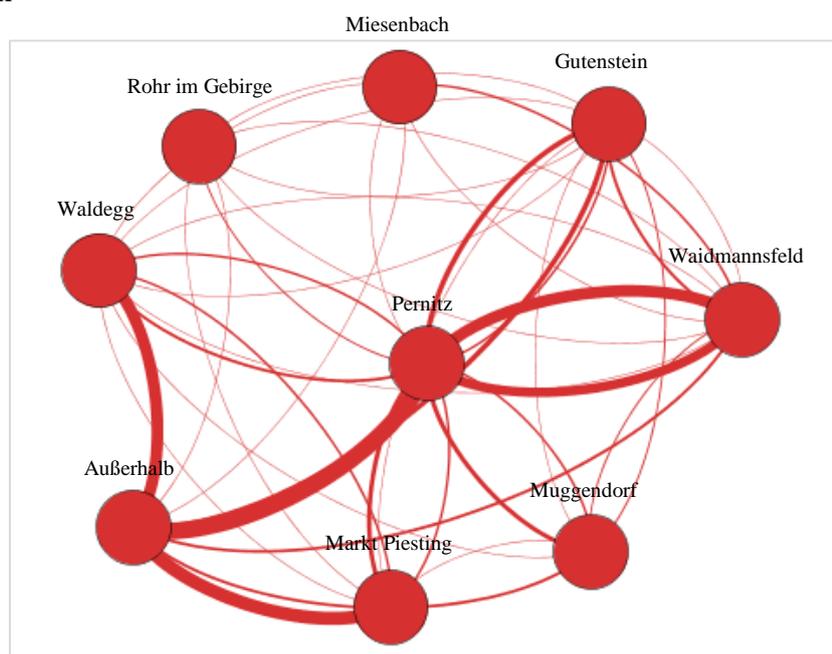
<sup>8</sup> In der Gemeinde Pernitz sind zwei Respondenten ohne Angabe des Geschlechts. Darstellung wegen Platzmangel nicht möglich. Geschlecht ist keine Pflichtantwort im Onlinefragebogen gewesen.

wovon 379 von der Bevölkerung in den acht Gemeinden des Piestingtals stammen. Der Link zum Onlinefragebogen ist über die Facebook-Präsenzen der lokalen Entitäten (Gemeinde, Vereine, Vereinsfunktionäre etc.) in den acht Gemeinden des Piestingtals veröffentlicht worden. Aufgrund unterschiedlich aktiver und vorhandener lokaler Entitäten ist die Anzahl an abgeschlossenen Teilnahmen an der Onlinebefragung ausgefallen. Abhängig von der Bevölkerungsgröße in einer Gemeinde, die Angebot und Nachfrage nach Vereinen und diversen Interessen mitbeeinflusst, sind entsprechend viele Kommunikationskanäle in Facebook vorzufinden. Viele überprüfte Facebook-Seiten, Gruppen und Profile, die im Namen auf einen Verein o.Ä. zurückschließen lassen, sind länger inaktiv, werden selten genutzt oder sind für Außenstehende verschlossen. Die Anzahl aktiver lokaler Entitäten in Facebook spiegelt sich in der Rücklaufquote wider. Die zuvor errechnete Stichprobengröße je untersuchter Gemeinde ist einzig von der Marktgemeinde Pernitz erreicht worden. Die Gemeinden Waidmannsfeld, Markt Piesting und Waldegg haben eine Rücklaufquote von über 50 Prozent. Dahinter ist Gutenstein mit 49,6 Prozent.

Die demographischen Merkmale (Tab. 12., S. 138) zeigen eine Teilnahme junger Respondenten; fast  $\frac{3}{4}$  sind zwischen dem 14. und 39. Lebensjahr. Die größte Gruppe hat einen Lehrabschluss (121), eine Berufsbildende Höhere Schule haben 75 abgeschlossen, 43 verfügen über einen Pflichtschulabschluss und 28 haben eine Universität oder Fachhochschule abgeschlossen. In Ausbildung befinden sich 76 Respondenten, die entweder eine Schule oder Hochschule aufsuchen. Unter den Berufstätigen sind 108 Angestellte und 100 Arbeiter und Arbeiterinnen, 27 sind selbstständig und 25 in Rente. Von den 379 Respondenten sind 172 nicht seit ihrer Geburt in der gleichen

Gemeinde wohnhaft. Die Gemeinden Pernitz (23), Markt Piesting (18) und Waldegg (16) weisen die meisten zugewanderten Respondenten auf (Abb. 36.).

Abb. 37. Wanderungsströme der Respondenten der Onlinebefragung im Piestingtal (eigene Darstellung mit Gephi). (n=379)



Die Wahlmöglichkeit des Wohnorts oder der Arbeitsstätte, wie bereits in Abschnitt 1.2. darauf verwiesen worden ist, zeigt sich ebenfalls in der Nutzung von Social Media wieder (Abb. 38. und Abb. 39.). Facebook und der Instant Messenger WhatsApp werden von den Respondenten am meisten verwendet. Dahinter finden sich Facebook Messenger, Instagram und, etwas abgeschlagen, Snapchat. Der Kurznachrichtendienst Twitter ist dagegen eine Randerscheinung.

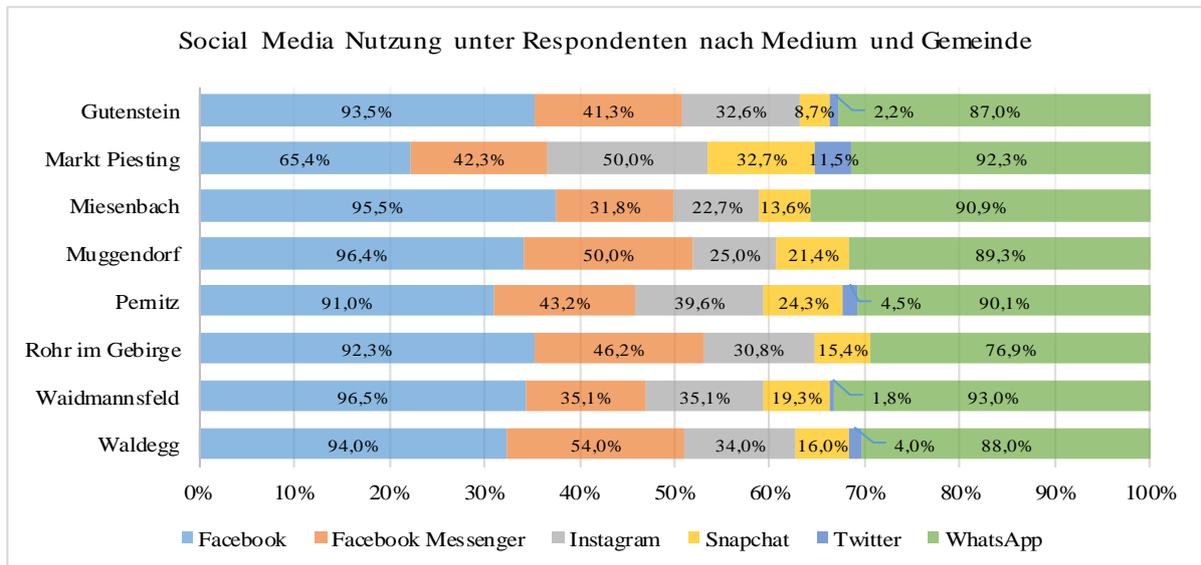


Abb. 38. Social Media Nutzung unter Respondenten nach Medium und Gemeinde. Einbezogen ist die Nutzung »täglich«, »täglich unter der Woche« und »am Wochenende«. (n=379)

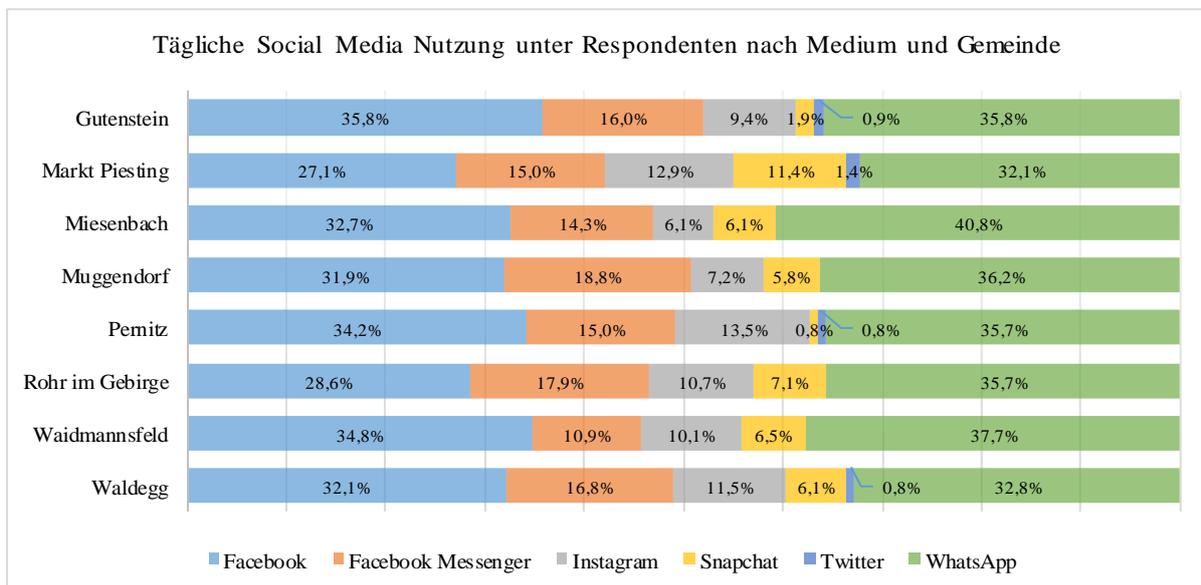


Abb. 39. Tägliche Social Media Nutzung unter Respondenten nach Medium und Gemeinde. (n=379)

Die Erhebung der Tageszeiten, zu denen die Respondenten in sozialen Medien aktiv unterwegs sind, ergaben eine Abweichung von den Ergebnissen von Eiselsbergs (vgl. 2016), die in Tabelle 4. (S. 18), dargestellt sind. Die Ergebnisse von Eiselsberg dienen lediglich als Annäherungswerte. Eine Abwandlung dieser war dahingehend notwendig, um jene Zeitspannen zu erhalten, die der Vorbereitung auf den Tagesablauf im Ausbildungs- und Berufsleben wichtig sind

(06:00-09:00). Die Zeitspanne zwischen 12:00 und 13:00 Uhr dient der Orientierung an der Mittagspause (Abb. 40.). Zwischen 18:01 und 21:00 Uhr sind die Respondenten am aktivsten in sozialen Medien, nämlich je Gemeinde über 20 Prozent. Dieser Wert stimmt ebenfalls mit dem von Eiselsberg überein, dessen Ergebnisse jedoch eine Lücke zwischen 20:00 und 21:00 Uhr aufweisen.

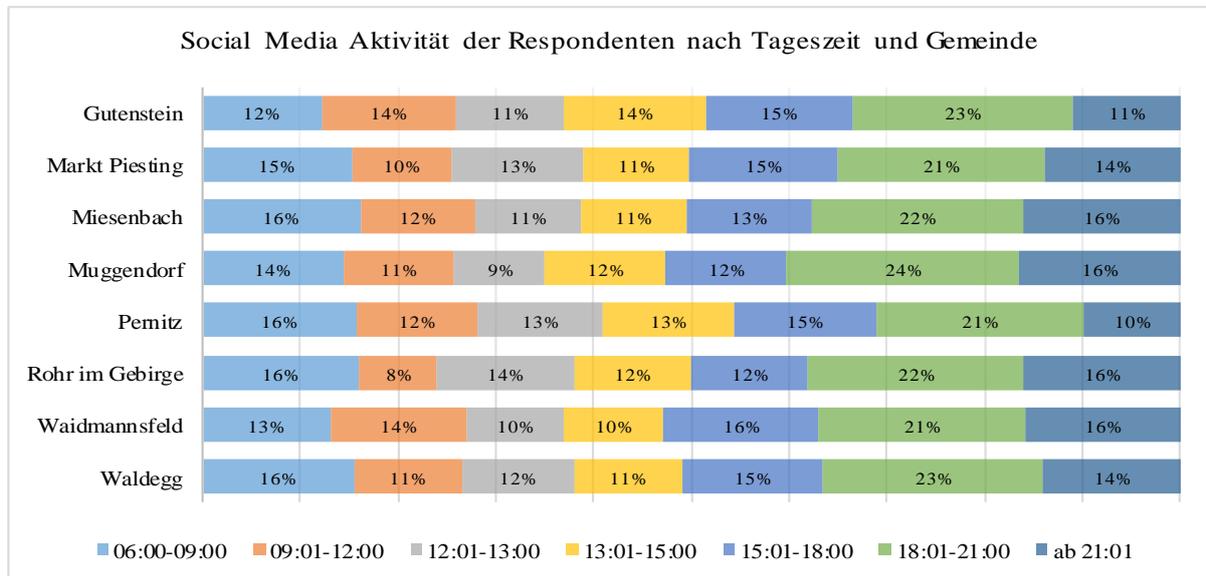


Abb. 40. Social-Media-Aktivität der Respondenten nach Tageszeit und Gemeinde. (n=379)

Die Nutzung von Smartphone oder Tablet macht es möglich nachzuvollziehen, ob die Respondenten mobil sind oder von einem fixen Standort aus, über einen PC, in sozialen Medien aktiv sind (Abb. 41.). Die dazugehörige Frage im Onlinefragebogen ermöglicht allerdings eine Mehrfachantwort, womit sich die Antworten auf insgesamt verwendete Endgeräte bezieht. Dennoch nutzen mehr als die Hälfte der Respondenten Smartphones, wenn sie in sozialen Medien aktiv sind. Einen Überblick über die

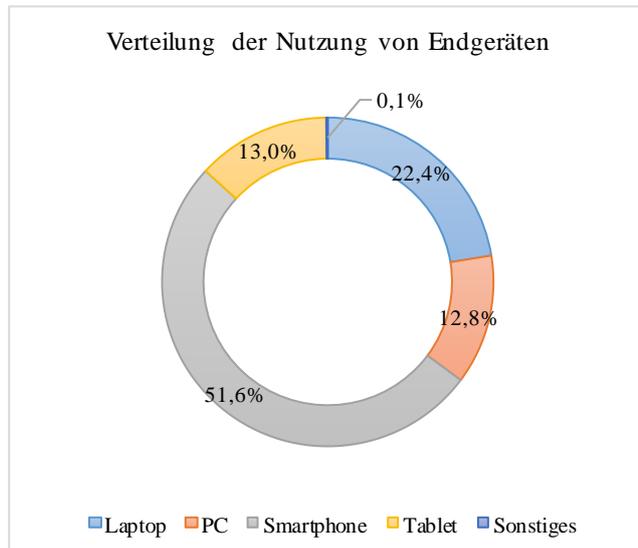


Abb. 41. Verteilung der Nutzung von Endgeräten, mit denen die Respondenten in Social Media aktiv sind.

Social Media Nutzung geben die nachfolgenden Abbildungen, die einen Einblick in die Handlungen der Respondenten ermöglichen. Im Onlinefragebogen sind einige Auswahlmöglichkeiten vorgegeben gewesen, da eine Gesamtheit der Handlungen oder Nutzungsmöglichkeiten nicht erfassbar ist. Dafür sind wir Menschen zu verschieden, womit wir eine Individualität im Handeln und der Nutzung verschiedener Medien aufweisen.

Von den 379 Respondenten haben 79,9 Prozent angegeben, dass sie Social Media dazu nutzen, um mit Familie und Freunde in Kontakt zu bleiben. Mit 56,5 Prozent liegt die Informationsgewinnung zu bestimmten Themen auf Platz 2. Die Selbstinszenierung, wird sie nach der Darstellung des eigenen Lebens mit Fotos, Videos oder Mitteilungen (Status) gemessen, belegt die Plätze 3. und 4. An einer aktiven Interaktion mit anderen Usern sind 30,1 Prozent in Form von ›Inhalte teilen‹ und 24,8 Prozent in Form von ›Diskussionen‹ interessiert bzw. beteiligt. Die Selbstinszenierung nimmt hier einen wesentlichen Platz in der Social Media Nutzung ein, dennoch sind Familie und Freunde, die klassischen Beziehungen einer analogen bzw. realen Welt, für 303 Respondenten (79,9 Prozent) wichtig (Abb. 42.).

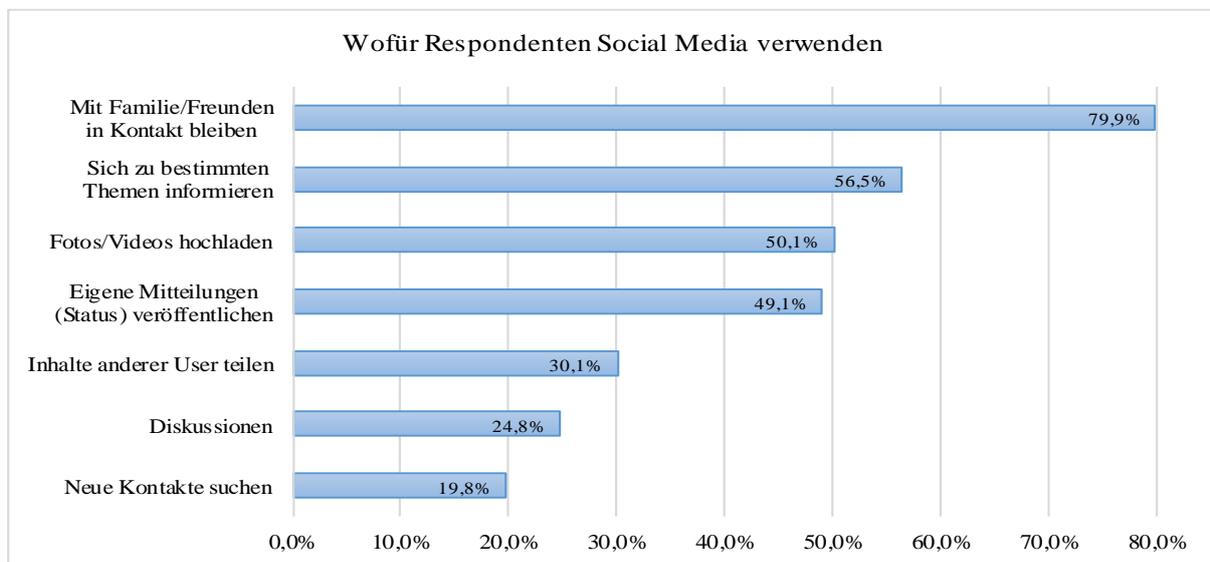


Abb. 42. Wofür Respondenten Social Media werden. (n=379)

Die Selbstinszenierung des eigenen Lebens und der eigenen Handlungen hat in Social Media verschiedene Instrumente zur Verfügung. Es können Mitteilungen verfasst werden, die öffentlich oder für eine vordefinierte Gruppe von anderen Usern sichtbar ist. Die User können ebenfalls Fotos und Videos von sich oder der Umwelt machen, diese bei Bedarf sofort bearbeiten und mit anderen Usern teilen. Eine ›aktive Interaktion‹ heißt, dass Inhalte anderer User geteilt oder kommentiert werden, um auf etwas hinzuweisen oder an etwas teilzunehmen. Es hängt von Usern ab, was für Ziele sie damit verfolgen. Unter den Respondenten der durchgeführten Onlinebefragung befinden sich verschiedene Altersgruppen, die eine entsprechende Nutzung aufweisen. Die Veröffentlichung eigener Mitteilungen, Fotos und Videos ist für bei Respondenten bis zum 24. Lebensjahr am höchsten und nimmt danach ab, ehe sie wieder für die Altersgruppe der 35-Jährigen bis 39-Jährigen zunimmt (Abb. 43., S. 143). Die Selbstinszenierung nimmt also mit einem zunehmenden Alter der Respondenten ab. Die aktive Interaktion mit anderen Usern ist für die Altersgruppe der 25-Jährigen bis 29-Jährigen Respondenten weniger

wichtig gegenüber der Selbstinszenierung. Dafür weisen die 35-Jährigen bis 39-Jährigen Respondenten die höchste aktive Interaktion auf. Die aktive Interaktion nimmt für die Respondenten nach dem 39. Lebensjahr ab, liegt aber überwiegend über der Selbstinszenierung.

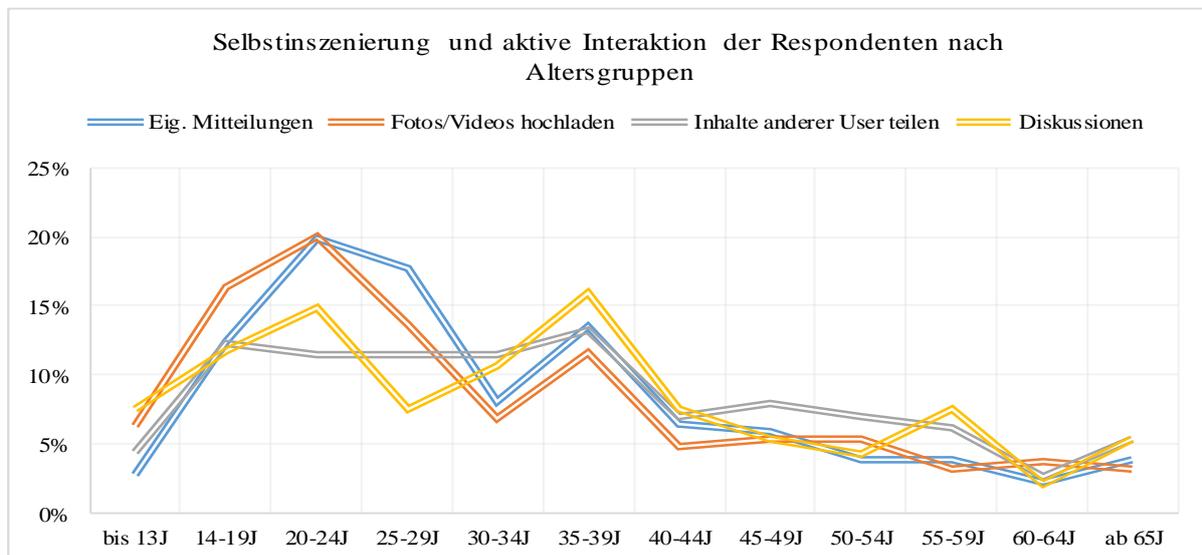


Abb. 43. Selbstinszenierung und aktive Interaktion der Respondenten nach Altersgruppen. (n=379)

Dass nach wie vor die Familie und Freunde ein wichtiges soziales oder auch gesellschaftliches Anliegen haben, zeigen die Antworten der Respondenten zu den Themen, über die sie sich in Social Media informieren. Von 379 Respondenten geben 69,7 Prozent an, dass sie sich über die ›Familie und Freunde‹ informieren. Dahinter folgen mit ›Aktuelles aus der Gemeinde‹ (50,9 Prozent), ›Gesundheit‹ (50,4 Prozent) und ›Lifestyle‹ (46,4 Prozent). Über ›Politik‹ informieren sich 39,6 Prozent Respondenten. Themen zu ›Bildung‹ und ›Wirtschaft und Beruf‹ nehmen die beiden letzten Positionen ein (Abb. 44.).

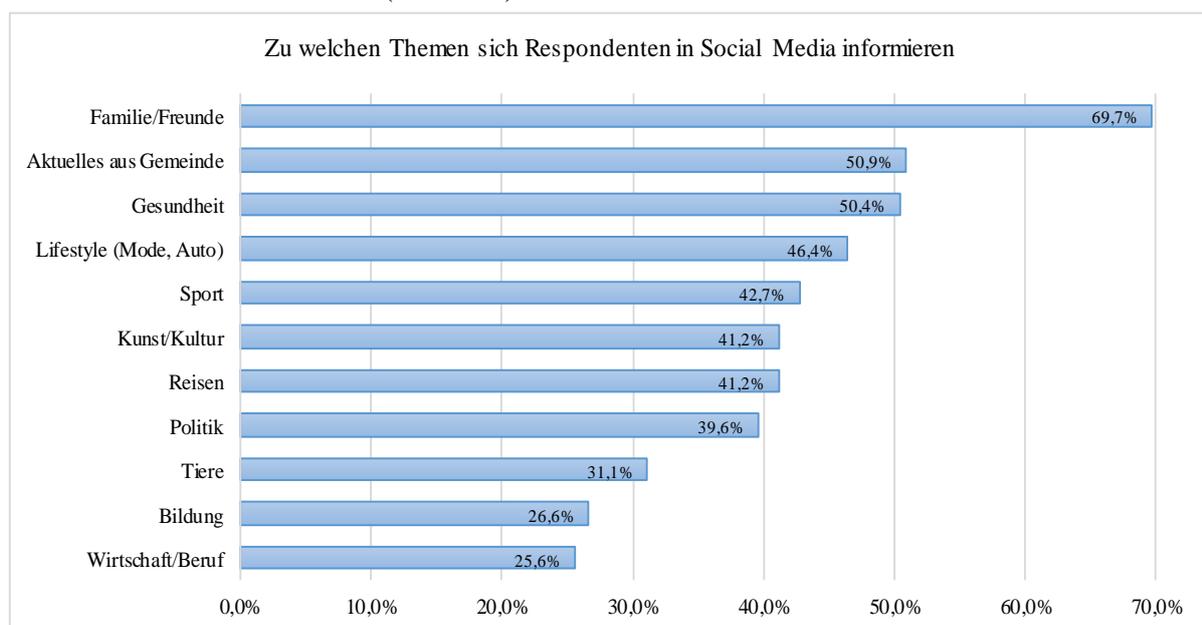


Abb. 44. Zu welchen Themen sich Respondenten in Social Media informieren. (n=379)

Das Geschehen in der eigenen Gemeinde, worüber sich die Respondenten informieren, liegt knapp vor Gesundheit und Lifestyle. Dies wird noch einmal bestätigt, wenn es um die Erwartungen in einen Gemeindekanal in Social Media geht, wie sich 92,1 Prozent der Respondenten dafür ausgesprochen haben. Dahinter folgen Fotos und Videos von der Gemeinde (52,2 Prozent), allgemeine Informationen zur Gemeindegemeinschaft (52 Prozent), Beantwortung von Anliegen und Fragen (50,7 Prozent). Die Respondenten wollen auf dem Laufenden gehalten werden, was in ihrer Gemeinde passiert (Abb. 45.).

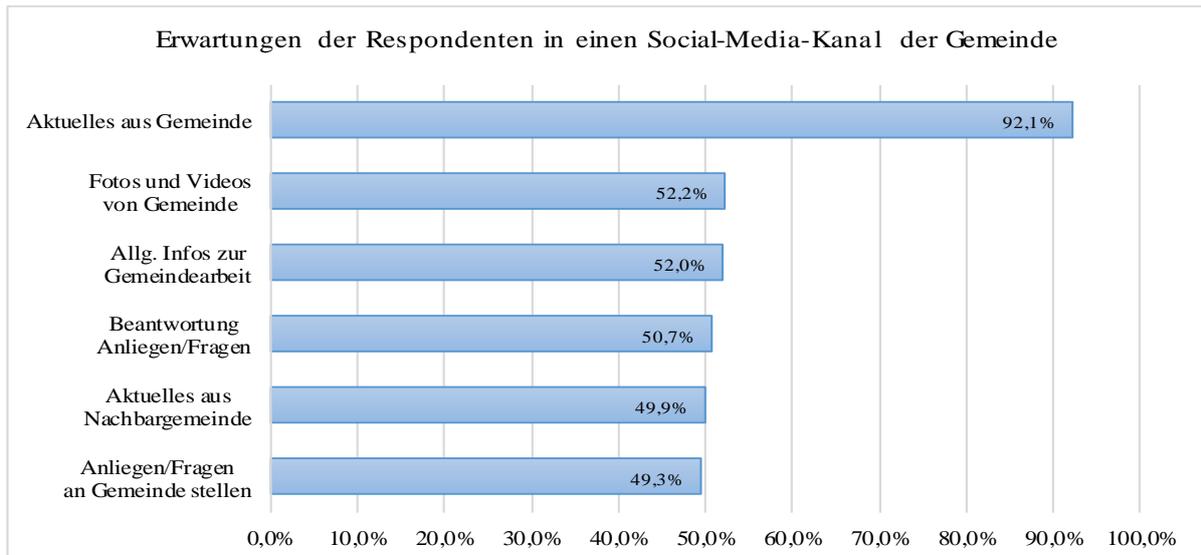


Abb. 45. Erwartungen der Respondenten in einen Social-Media-Kanal der Gemeinde. (n=379)

Die Respondenten aus den acht Gemeinden im Piestingtal zeigen das Interesse, mit Familie und Freunden in Kontakt bleiben zu wollen. Die Selbstinszenierung ist gegenüber der Bereitschaft mit anderen Usern aktiv zu interagieren, deutlich höher. Zudem nehmen Selbstinszenierung und aktive Interaktion mit steigendem Alter ab. Bei Respondenten bis zum 24. Lebensjahr besteht ein größeres Interesse, eigene Gedanken, Meinungen und Erfahrungen mit anderen Usern zu teilen. Die Verwendung von Facebook Messenger und WhatsApp zeigt (Tab. 38, S. 140), dass die Kommunikation nicht nur über die öffentlich einsehbaren Profile, Gruppen und Seiten abläuft, sondern auch in kleinen Kreisen, die eine höhere Intimität ermöglichen. Die Soziabilität, wie sie Manuel Castells (vgl. 2001) in der Onlinekommunikation bemerkt, ist damit gegeben. Von den 379 Respondenten geben 186 an, dass sie in keinem Verein oder Organisation Mitglied sind. Genau 100 geben an, in einem Sportverein Mitglied zu sein. Dahinter folgen Musikverein, Freiwillige Feuerwehr und Kunst- und Kulturvereine. Damit ist etwas mehr als die Hälfte der Respondenten, nämlich 50,9 Prozent, am Vereinsleben ihrer oder der Nachbargemeinde als Mitglied beteiligt (Abb. 45., S. 145).

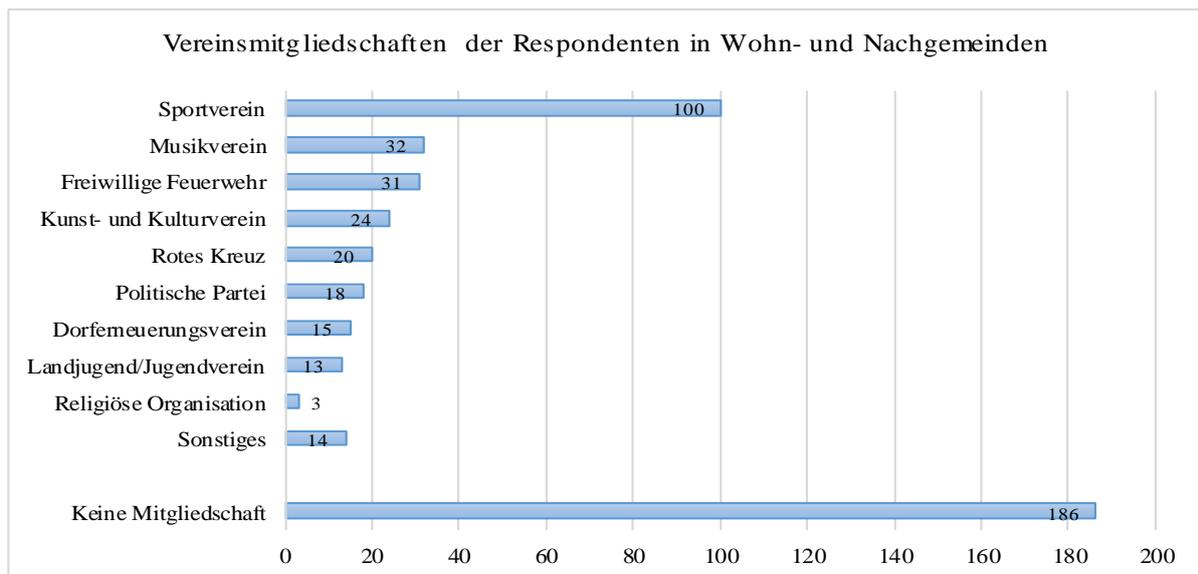


Abb. 46. Vereinsmitgliedschaften der Respondenten in der Wohn- und Nachbargemeinden. (n=379)

Eine Selbstinszenierung in sozialen Medien heißt: eine Steigerung der Selbstinszenierung. Die gesteigerte Wahlmöglichkeit in unserer Gesellschaft findet sich in verschiedenen Interessen, die ebenfalls andere Bereiche (Arbeit, Freizeit, Familie etc.) miteinbezieht. Diese Wahlmöglichkeit zeigt sich ebenfalls im Medienkonsum, der durch Social Media einem schnelleren Wandel unterzogen ist. Die Vielfalt an Interessen, die uns Menschen zum Individuum erklären, gilt es zu verstehen. Ein Beispiel sind die Vereinsmitgliedschaften der Respondenten in den acht untersuchten Gemeinden. Die Vereine stehen zueinander in Konkurrenz, wenn es um lokale Feste, Ereignisse, zahlende sowie aktiv mitarbeitende Mitglieder geht. Dennoch sind Kooperationen nicht ausgeschlossen. Die Projekte und Veranstaltungen, die sie im Jahr durchführen, sind eine Selbstinszenierung, die über verschiedene Medien (Mundpropaganda, Gemeindezeitung, Foto, Video etc.) weitertransportiert wird. Mit Kanälen in Social Media erhalten diese Vereine eine Möglichkeit, dass sie mit eigenen Mitgliedern kommunizieren, aber auch mit jenen, die noch nicht aktiv sind. Diese Gruppe braucht es zu informieren und zu erziehen. Den positiven Aspekten von Social Media stehen ebenfalls negative gegenüber, wie in Abschnitt 3.7. gezeigt worden ist, die in die Entscheidung miteinbezogen gehören, ob ein persönlicher Kanal in sozialen Medien erstellt werden soll oder nicht. Gleiches gilt für einen Vereins-, Unternehmens- oder Gemeindekanal.

## Fazit

In Niederösterreich haben 134 von 573 Gemeinden mindestens eine eigene Facebook-Seite, mit der sie mit den eigenen Bürgern und Bürgerinnen kommunizieren. Das sind rund 23 Prozent aller Gemeinden in Niederösterreich, die diesen Schritt bisher gegangen sind. Facebook-Seiten

vom Stadtmarketing, Kulturreferat, der Initiative Gesunde Gemeinde etc. sind nicht eingerechnet. Im Oktober 2016 weisen 93 der 134 Gemeinden Veröffentlichungen in ihrer Facebook-Seite auf, die auf eine aktive Nutzung dieses sozialen Mediums hinweisen. Die Nutzung ist dabei vielseitig und orientiert sich ebenfalls an den Arbeitszeiten der Gemeindebediensteten. Die untersuchten Gemeinden in Niederösterreich, die eine aktive Facebook-Seite im Oktober 2016 aufweisen, zeigen, dass sie als Koordinationsstelle für lokale und überlokale Veranstaltungen dienen, da rund 40 Prozent aller Veröffentlichungen eine Veranstaltung ankündigen. News aus der Gemeinde sind mit rund 16 Prozent am zweithäufigsten in den Veröffentlichungen enthalten. Dagegen ist allgemeine Informationsweitergabe über die Gemeindearbeit an fünfter Stelle mit rund 8 Prozent (Tab. 23., S. 111). Damit ist die **Hypothese zur 4. Forschungsfrage falsifiziert**, da es den Gemeinden nicht primär um die Inszenierung der täglichen, wöchentlichen oder monatlichen Gemeindearbeit geht, sondern den Bürgern und Bürgerinnen eine zusätzliche Leistung anzubieten, um über lokale und überlokale Ereignisse informiert zu sein. Aber was ist mit den übrigen rund 77 Prozent der Gemeinden, die über keine Facebook-Seite verfügen? Am Beispiel der acht Gemeinden im Piestingtal ist gezeigt worden, dass die Implementierung von Social Media in die Gemeindearbeit gleichzeitig eine Auseinandersetzung damit benötigt. Zwei dieser acht Gemeinden weisen einen aktiven Kanal in Facebook auf. Während der Bürgermeister von Gutenstein selber über persönliche Profile in Facebook und Twitter verfügt, ist es in der Gemeinde Rohr im Gebirge nicht der Bürgermeister, der sich mit Social Media auszukennen scheint, sondern der Vizebürgermeister. Die Gemeinde Miesenbach, deren Bürgermeister ebenfalls über ein persönliches Profil in Facebook verfügt, weist allerdings keine Facebook-Seite. Ein weiteres Argument, warum Gemeinden Social Media nicht in die Gemeindearbeit implementieren, liegt im zusätzlichen Kostenaufwand und einer fehlenden Strategie, wie diese Medien eingesetzt werden können. Ein weiteres Argument für die Ablehnung von Social Media liegt in der Annahme, dass dadurch eine weitere Zersplitterung der Gesellschaft passiert, die sich durch Streit, Konflikt, falschen Informationen und Unwahrheiten zeigt. Diese Annahmen basieren auf Vorurteilen, die wiederum mit fehlender Auseinandersetzung mit Social Media beruhen. Damit ist die **Hypothese zur 5. Forschungsfrage verifiziert**, da die Vorurteile zur Ablehnung der Implementierung von Social Media in die Gemeindearbeit beitragen.

Die zwei Gemeinden im Piestingtal, die bereits über eine aktive Präsenz in Social Media verfügen, und zwar jeweils mit einer Facebook-Seite, weisen eine Bevölkerungsabnahme zwischen 2001 und 2015 von -8,6 Prozent und -7,5 Prozent auf. In beiden Fällen haben die Bürgermeister bestätigt, dass eine große Reichweite möglich ist, um einen Informationsaustausch

zu ermöglichen. Der Bürgermeister von Gutenstein hat die Erwartungshaltung etwas genauer ausformuliert, wenn es um den Tourismus geht, um bei Empfängern die Neugier zu wecken, damit sie in die Gemeinde »*kommen und etwas [...] machen*« (Kreuzer 2016). Der Bürgermeister von Waidmannsfeld bestätigt die Möglichkeit, dass sich die Gemeinde besser präsentiert und viele Menschen anspricht. Die Gemeinde Waidmannsfeld weist die höchste Bevölkerungsabnahme unter den acht untersuchten Gemeinden auf. Damit ist die **Hypothese zur 6. Forschungsfrage verifiziert**, da es einen Zusammenhang zwischen Gemeinden mit sozioökonomischen Probleme und ihrer Präsenz in Social Media gibt.

Die Auswertung des Onlinefragebogens zeigt, dass die Respondenten (n=379) zuerst über Aktuelles aus der Gemeinde informiert werden möchten, wofür sich rund 92 Prozent der Respondenten ausgesprochen haben. An einem Dialog mit der Gemeinde sind dagegen rund 51 Prozent interessiert, die sich erwarten, dass ihre Anliegen, die sie in Social Media an die Gemeinde richten, auch beantwortet werden. Damit ist die **Hypothese zur 7. Forschungsfrage falsifiziert**, dass Social Media Nutzer in einen Dialog mit der Gemeinde treten möchten.

Die Arbeit einer Gemeinde ist gewiss nicht einfach und sollte nicht als alltäglich betrachtet werden. Abhängig von der Bevölkerungsgröße und der wirtschaftlichen Kraft, die von Gemeinde zu Gemeinde unterschiedlich sind, stehen den Gemeinden Ressourcen zur Verfügung, mit denen sie nachhaltig umgehen müssen. Die Interviews mit den acht Bürgermeistern zeigen unterschiedliche Zugänge zu den täglich anfallenden Aufgaben, Problem und Herausforderungen, die im Verhältnis zu den vorhandenen Ressourcen gedacht werden sollen. Die Gemeinden sind dementsprechend nicht nur reine Verwaltungseinrichtungen, sondern übernehmen eine Vermittlerrolle in der Bevölkerung, derer sie sich bewusst sind und sein müssen. In dieser Hinsicht gehören sie ebenfalls von der Bevölkerung unterstützt.

## 5. Die clevere Gemeinde

Die menschlichen Lebens- bzw. Siedlungsräume sind einer ständigen Veränderung ausgesetzt. Es werden alte Wohneinheiten renoviert oder abgerissen und schaffen Platz, um neue, moderne, effiziente zu errichten. Die Bausubstanzen verändern sich und ermöglichen einen effizienteren Umgang mit Energie. Die öffentliche Infrastruktur verändert sich ebenfalls. Die Veränderungen sind ebenfalls in der Wirtschaft zu verzeichnen, die von Rationalisierung, Produktionssteigerung und Flexibilität geprägt ist. Veränderungen gehören damit zum menschlichen Alltag. Denn jeder Tag wird aufs Neue erlebt, mit dem sich neue Erfahrungen ergeben, gestrige überprüft, überschrieben und den neuen Notwendigkeiten adaptiert. Die Geschwindigkeit, mit der wir Menschen Veränderungen durchleben, hängt u.a. von dem Grad der Mobilität ab, mit der wir Erfahrungen machen, sie überprüfen und auf sie zurückgreifen. Die Medien helfen uns in dieser Hinsicht, dass wir Gedanken und Meinungen austauschen, überprüfen und Entscheidungen bzw. Handlungen tätigen. Unser Gedanken- und Meinungs-austausch passiert auf verschiedenen Ebenen, indem auf verschiedene Kommunikationskanäle zurückgegriffen wird.

Mit der Entwicklung der Onlinekommunikation wird der Gedanken- und Meinungs-austausch beschleunigt. Die Kommunikation bietet dazu verschiedene Möglichkeiten, mit einem oder vielen Menschen gleichzeitig zu kommunizieren. Der Raum, der auf den Gedanken- und Meinungs-austausch einwirkt, weil eine physische Distanz zwischen den Akteuren gegeben ist, muss von den Kommunikationsteilnehmenden erst überwunden werden. Die Onlinekommunikation überwindet diese Barriere, indem Raum virtuell simuliert wird. Ein Beispiel dafür ist Social Media, wie Raum überwunden wird, um einen Zugang zu Erfahrungen, Informationen, Wissen zu erhalten. Aufgrund der niedrigen Zugangsbarrieren, die Ein- und Ausgabegerät sowie eine Internetverbindung voraussetzen, kann ein rascher Zugang zu einer globalen, vernetzten Welt erhalten werden. Ein weiteres Merkmal von Social Media ist die Veränderung der Sender-Empfänger-Rollen, die wechselhaft und gleichzeitig sind. Wird eine Veröffentlichung in sozialen Medien getätigt, können andere User ›sofort‹ damit interagieren: somit bewerten, teilen und kommentieren sie. Dieser beschleunigte Gedanken- und Meinungs-austausch macht es nun möglich, dass sich neue Interessen, individuelle Anforderungen und Bedürfnisse schneller entwickeln, andere bzw. bisherige ablösen. Diese Entwicklung betrifft allerdings nicht nur die Individuen, indem neue Lebensformen zum Vorschein kommen, sondern übt ebenfalls Einfluss auf Unternehmen, Vereine und öffentliche Institutionen. Es kommt nämlich zu neuen Aushandlungsprozessen, die über Erfolg und Misserfolg entscheiden. In der vorliegenden For-

schungsarbeit ist auf diese Prozesse eingegangen worden, um sie für Gemeinden in Niederösterreich und Österreich zugänglich zu machen. Dazu ist eine Forschungsfrage gestellt worden, die nun beantwortet werden soll.

Diese Frage bezieht sich auf die Fähigkeiten wie zeitgemäße Medien von Gemeinden, lokalen Vereinen und Unternehmen, eingesetzt werden können, um die Gemeindeentwicklungsprozesse zu unterstützen. Es geht daher um eine ›Cleverness‹ im Umgang mit vorhandenen Ressourcen. Die Ressourcen sind hier nicht allein auf finanzielle Mittel eingeschränkt, über die die Gemeinden etc. verfügen, sondern ebenfalls um das Humankapital. Die Bevölkerung soll informiert und motiviert werden. Dazu hat Nadja Nowotny (vgl. 1992), wie in Abschnitt 2.4.2. erklärt worden ist, ein Konzept mit der ›Inneren Dorferneuerung‹ geliefert, das in den 1990er Jahren bereits den Einsatz zeitgemäßer Medien fordert, um einem auf Offenheit und Toleranz geprägten Gemeinschaftsbewusstsein näher zu kommen. Die Medien der 1990er Jahre haben mit Social Media eine Alternative und Konkurrenz erhalten, die hier berücksichtigt gehört. Gemeinden, aber auch NÖ Dorf- und Stadterneuerungsvereine, die sich den Umgang mit Social Media aneignen und diese in den Arbeitsalltag implementieren, agieren auf der Grundlage von einem Wissensvorsprung und ›Cleverness‹.

Eine breite Bürgerbeteiligung liegt der NÖ Dorf- und Stadterneuerung zugrunde. Sie ist als emanzipatorischer Ansatz konzipiert und wird in dieser Forschungsarbeit so verstanden. Die Vereine sind eine Rahmenbedingung, in denen Gedanken- und Meinungs austausch passieren (sollen). Ein solcher Verein soll durch Mobilisierung der Bevölkerung dazu beitragen, dass über lokale Anforderungen, Bedürfnisse und deren Befriedigung nachgedacht wird. Es ist ein Demokratisierungsprozess auf lokaler Ebene, der der Bevölkerung beigebracht wird. Das Vorhandensein von zeitgemäßen Kommunikationskanälen, die sich gegenwärtig in Social Media zeigen, ermöglicht einen Einblick in die Vereine, um zu sehen, ob und wie diese aufgenommen werden. Diesen Schritt, einen Kanal in Facebook, Instagram & Co. zu betreuen und über diesen zu kommunizieren, braucht es nun, um jenen gesellschaftlichen Phänomenen entgegenzuwirken, die unter Zersplitterung und Segregation verstanden werden. Daher lautet die siebte Forschungsfrage:

### 5.1. Eine Handlungsempfehlung für den Umgang mit Social Media

Eine Gemeindeentwicklung ist selbst, wenn wir sie als Dorf- oder Stadterneuerung verstehen wollen, kein niederösterreichisches Phänomen, sondern findet sich in einer gleichen oder ähnlichen Art und Weise in ganz Österreich wider. Daher soll diese Frage ebenfalls eine Antwort für Gemeinden und Städte österreichweit geben. Die acht Gemeinden im Piestingtal (Abschnitt

4.3.), die Präsenz von NÖ Gemeinden in Facebook (Abschnitt 4.1.) und die NÖ Dorf- und Stadterneuerungsvereine mit einer Facebook Präsenz (Abschnitt 2.5.) dienen als Beispiele, wie und warum Social Media in die jeweilige Arbeit implementiert worden ist. Das soziale Medium Facebook ist allerdings eines von vielen (siehe Abschnitt 3.6.). Der Grund, warum diese Präsenz in Facebook untersucht worden sind, liegt in der Verbreitung in Österreich, sowie der öffentlichen Zugänglichkeit, um die Veröffentlichungen analysieren zu können.

Die Verwendung von Social Media ist eine Alternative zu anderen Medien, die eine entsprechende Zielgruppe und bestimmte Nutzungsmerkmale aufweist. Als Alternative gesellt sich die Social Media zur Webseite, Zeitung und anderen Medien, die regelmäßig von Menschen konsumiert werden. Der Unterschied zu diesen liegt in den veränderten Sender-Empfänger-Rollen, den geringen Produktionskosten und der schnellen Kommunikation. Laut dem Social Media Radar sind in 2016 Österreich rund 3,7 Millionen persönliche Profile allein in Facebook registriert (vgl. socialmediaradar.at), über die Informationen empfangen und gesendet werden. In diesen Informationsströmen finden Gedanken- und Meinungsbildungsprozesse statt. Wenn eine Privatperson, ein Verein, Unternehmen oder eine Gemeinde nicht in Social Media (aktiv) vertreten ist, heißt es nicht, dass er, sie oder es nicht Thema einer Kommunikation ist. Es heißt lediglich, dass nicht selbst in diese Kommunikation eingegriffen werden kann, um eigene Gedanken und Meinungen mitzuteilen bzw. zu vertreten, sondern das Feld oder Thema anderen Usern überlassen wird. Eine persönliche Teilnahme ermöglicht damit, dass eigene Inhalte gesendet und so Themen und Diskussionen in gewünschte Richtungen gelenkt werden.

Die Veröffentlichung von Inhalten (Statusmitteilungen, Tweets, Bilder und persönliche Fotos, Videos etc.) in Social Media bedeutet die Inszenierung eigener Erfahrungen, Gedanken und Meinungen. Die Werbewirtschaft verwendet hierzu den Begriff ›Storytelling‹, das Erzählen von Geschichten. Das Storytelling hat dementsprechend, als eine Erzählform, einen Anfang, eine Mitte und ein Ende. Die eigenen Geschichten konkurrieren mit anderen um Aufmerksamkeit, damit sie gesehen werden; und diese Entwicklung bezieht sich auf alle aktiv Teilnehmenden in Social Media (vgl. Krüger 2014: 16f). Die Veröffentlichung von Inhalt soll gesehen und konsumiert werden. Der Sender, als Administrator eines Kanals in Social Media, entscheidet über Inhalt und Länge der einzelnen Abschnitte, die mitgeteilt werden. Für eine Gemeinde bedeutet es, dass sie selbst entscheidet, was über den eigenen Kanal in Social Media veröffentlicht wird. Dazu empfiehlt es sich, einige Gedanken zu machen und niederzuschreiben, welches Ziel mit einem eigenen Kanal in Social Media verfolgt wird. Entsprechend orientiert sich die Gestaltung der Inhalte. Damit obliegt es dem Sender, den Empfängern (Usern, Fans, Follower,

Abonnenten etc.) die Nutzung von Kanal und Inhalt vorzugeben. Es bedarf zudem der Überlegung, welche Geschichten welcher Zielgruppe erzählt werden soll. Sind die Bürger und Bürgerinnen in der Gemeinde und/oder in den Nachbargemeinden die Zielgruppe, oder soll der Kanal ›Fremde‹ informieren und wird somit für touristische Zwecke oder sogar für die Siedlungspolitik verwendet werden? Eine kurzfristige Veränderung der Gemeindeöffnungszeiten mag für die lokale Bevölkerung relevant sein, aber nicht für Reisende. Genauso wenig mag es für Reisende relevant sein, an welchem Wochentag die Müllabfuhr kommt.

Eine Gemeinde kann damit Schwerpunkte setzen, die über den eigenen Social-Media-Kanal kommuniziert werden. Einige Möglichkeiten sind bereits mit der Analyse der Facebook-Seiten von Gemeinden in Niederösterreich (Abschnitt 4.1.) sowie dem Social Media Nutzungsverhalten der Respondenten der acht Gemeinden im Piestingtal (Abschnitt 4.4.) gezeigt worden. Sofern eine Gemeinde über eine Facebook-Seite verfügt, kann auf die Facebook Insights (Seitenstatistik) zugegriffen werden. Damit lassen sich Informationen über die Fans der Seite in Erfahrung bringen, wie in Abschnitt 3.6.1. verwiesen worden ist. Die sozialen Medien Instagram und Twitter verfügen ebenfalls über Statistiken. Für Instagram bedarf es allerdings einer Umwandlung des persönlichen Profils in ein Business Profil. Die Onlinebefragung hat zudem gezeigt, dass die Respondenten zwischen 6:00 und 9:00 Uhr und ab 18:00 Uhr gegenüber anderen Tageszeiten stärker soziale Medien verwenden (Tab. 40., S. 140), womit die Sichtbarkeit und Reichweite für Veröffentlichungen höher ausfallen kann. Außerdem bieten Veröffentlichungen im Minutentakt nicht automatisch eine höhere Sichtbarkeit oder gar Reichweite, da so ein Kommunikationsverhalten ebenfalls als störend empfunden werden kann.

Die Kanäle (Seiten, Profile, Gruppen) in sozialen Medien lassen sich ebenfalls mit einem Smartphone bedienen, womit eine Mobilität gegeben ist, die nicht von einem PC oder Laptop abhängt. Somit können Inhalte, die auf den Weg in die Gemeinde oder von anderswo aufgenommen worden sind (Foto, Video), sofort veröffentlicht werden. Die Planungsfunktion von Veröffentlichungen, die Facebook-Seiten bieten, ermöglichen es Administratoren, einen Inhalt zu einem gewünschten Zeitpunkt zu veröffentlichen. Damit lassen sich ebenfalls Inhalte veröffentlichen, wenn die Gemeinde geschlossen hat. Diese Funktion findet sich nach der Eingabe von Text, Foto, Video etc. bevor diese veröffentlicht werden (Abb. 47.). Diese Funktion sollte allerdings mit einer



Abb. 47. Desktop Eingabefeld für Veröffentlichung in einer Facebook-Seite (Quelle: Screenshot).

Vorsicht verwendet werden. Die veröffentlichten Inhalte können jederzeit von anderen Usern kommentiert werden, womit eine entsprechende Reaktion von den Administratoren verlangt wird, wenn es sich um Fragen oder Kritik handelt.

Soziale Medien sind auf eine visuelle Wahrnehmung angewiesen, daher können Bilder, Fotos, Grafiken und Videos eine höhere Sichtbarkeit bzw. Reichweite ermöglichen. Dies heißt allerdings nicht, dass auf textbasierte Veröffentlichungen verzichtet werden soll. Textbasierte Anmerkungen lassen sich mit Einbindungen (Bild, Foto, Grafik, Video, Link und Teilungen anderer Profile) hinzufügen. Damit kann den Empfängern (Fans etc.) eine Nutzungsanweisung für eine Einbindung gegeben werden, um Missverständnisse zu vermeiden.

Die Veröffentlichungen in Social Media können, abhängig von der Zielgruppendefinition, unterschiedliche Themen beinhalten, die kommuniziert werden. Was mehr und weniger relevant ist, hängt von der Gemeinde ab und bedarf einer sorgfältigen Vorbereitung, um sich in sozialen Medien zu inszenieren. Dies kann, wie die Analysen der NÖ Gemeinden mit aktiven Facebook-Seiten im Oktober 2016 gezeigt haben, eine Selbstinszenierung als Koordinationsstelle für das Vereinsleben sein, aber auch der Informierung der Bevölkerung über Neuigkeiten in Gemeinde und Umgebung verstanden werden. Ebenfalls können allgemeine Informationen über die Arbeit in der Gemeinde, vom Bürgermeister und Bürgermeisterin bis hin zu den einzelnen Gemeindebediensteten informiert werden. Soziale Medien können damit gezielt verwendet werden, um bestimmte Relationen zwischen Gemeinde(bediensteten) und den Bürger und Bürgerinnen aufzubauen (Sympathie, Zufriedenheit etc.). Sie können aber auch durch den Austausch an Informationen dazu beitragen, dass der Zusammenhalt gestärkt wird, indem die Gemeinde eine Vermittlerrolle zwischen verschiedenen Interessen, Anforderungen und Bedürfnissen einnimmt, um zu informieren und Themen vorzugeben.

Die vorangegangenen Diskussionen zum gesellschaftlichen Wandel, mit der einerseits Raum thematisiert worden ist, um ein Verständnis zu erhalten, dass eine Veränderung eine Konstante menschlicher Lebensformen ist, soll helfen, Individuum, Individualisierung, Wahlmöglichkeit und neue Interessen, Anforderungen und Bedürfnisse zu verstehen. Mit der Dorferneuerung ist dafür ein Beispiel gegeben worden, wie diese institutionelle Förderung der lokalen Bevölkerung helfen soll, um mit Selbstorganisation und Selbstverantwortung umgehen zu lernen. Die Ergebnisse der Analysen von 93 NÖ Gemeindeseiten in Facebook, Antworten von 379 Respondenten zum Social Media Nutzungsverhalten und den Erwartungen in einen Social-Media-Kanal ihrer Gemeinde sollen als Hilfestellung verstanden werden, sich mit sozialen Medien und allgemein Medien auseinanderzusetzen.

## Literaturverzeichnis

- Apfl**, Peter (2001): Pernitz. In: Stundner, F. (Hrsg.): *Der Niederösterreichische Bezirk Wiener Neustadt und seine Gemeinden*. 2. Auf. Wiener Neustadt: NÖ. Verlag. (S. 177-186).
- Ast, Hiltraud (2000): Rohr im Gebirge. Heimat der Köhler. Rohr im Gebirge: Gemeindeamt Rohr im Gebirge.
- Augé, Marc (1994): Orte und Nicht-Orte. Vorüberlegungen zu einer Ethnologie der Einsamkeit. Aus dem Französischen von Michael Bischoff. Frankfurt am Main: S. Fischer.
- Baudrillard**, Jean (1992): Von der Verführung. Mit einem Essay von László F. Földényi. München: Matthes & Seitz.
- Bauer, Nina/Florian, Michal J. (2009): Die Bedeutung von Methodeneffekten der Online-Befragung: Zusammenhänge zwischen computervermittelter Kommunikation und erreichbarer Datengüte. In: Jakob, N., Schoen, H., Zerback, T. (Hrsg.): *Sozialforschung im Internet. Methodologie und Praxis der Online-Befragung*. Wiesbaden: VS. (S. 91-108).
- Bauer, Thomas A. (2014): Kommunikation wissenschaftlich denken. Perspektive einer kontextuellen Theorie gesellschaftlicher Verständigung. Wien: Böhlau.
- Beck, Ulrich (1994a): Jenseits von Stand und Klasse. In: Beck, U., Beck-Gernsheim, E. (Hrsg.): *Riskante Freiheiten. Individualisierung in modernen Gesellschaften*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag. (S. 43-60).
- Beck, Ulrich (1994b): Neonationalismus oder das Europa der Individuen. In: Beck, U., Beck-Gernsheim, E. (Hrsg.): *Riskante Freiheiten. Individualisierung in modernen Gesellschaften*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag. (S. 466-482).
- Beck, Ulrich (1996a): Das Zeitalter der Nebenfolgen und die Politisierung der Moderne. In: Beck, U., Giddens, A., Lash, S. (Hrsg.): *Reflexive Modernisierung. Eine Kontroverse*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag. (S. 19-112).
- Beck, Ulrich (1996b): Wissen oder Nicht-Wissen? Zwei Perspektiven »reflexiver Modernisierung«. In: Beck, U., Giddens, A., Lash, S. (Hrsg.): *Reflexive Modernisierung. Eine Kontroverse*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag. (S. 289-315).
- Beck, Ulrich/Beck-Gernsheim, Elisabeth (1994): Individualisierung in modernen Gesellschaften – Perspektiven und Kontroversen einer subjektorientierten Soziologie. In: Beck, U., Beck-Gernsheim, E. (Hrsg.): *Riskante Freiheiten. Individualisierung in modernen Gesellschaften*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag. (S. 10-42).
- Bilandžić, Helena (2014): Rezeptionsforschung. In: Pürer, H. (Hrsg.): *Publizistik- und Kommunikationswissenschaft*. 2. Aufl. Konstanz und München: UVK. (S. 347-366).
- Blask, Falko (2002): Jean Baudrillard zur Einführung. 2. erw. Aufl. Hamburg: Junius.
- Bourdieu, Pierre (1991): Physischer, sozialer und angeeigneter physischer Raum. In: Wentz, M. (Hrsg.): *Stadt-Räume*. Frankfurt am Main/New York: Campus Verlag. (S. 25-34).
- Brugger, Nico (2012): Facebook als digitale Litfaßsäule. Wie deutsche Jugendradios Facebook nutzen und was sie dabei missachten. Hamburg: Diplomica Verlag.
- Castells**, Manuel (1991): Informatisierte Stadt und soziale Bewegungen. In: Wentz, M. (Hrsg.): *Stadt-Räume*. Frankfurt am Main/New York: Campus Verlag. (S. 137-147).
- Castells, Manuel (2001): Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft. Teil 1 der Trilogie. Das Informationszeitalter. Aus dem Englischen von Reinhart Kößler. Opladen. Leske + Budrich.
- Eiselsberg**, Paul (2016): #SocialMedia Revolution. Die Auswirkungen der neuen Kommunikationswelten auf die Gesellschaft und Wirtschaft in Österreich. Linz: Trauner Verlag.
- Entman, Robert M. (1993): Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.
- Fassmann**, Heinz (2009): Stadtgeographie I. Allgemeine Stadtgeographie. Braunschweig: Westermann.

- Felser, Georg (2015): Werbe- und Konsumentenpsychologie. 4. Auf. Berlin/Heidelberg: Springer Verlag.
- Flusser, Vilém (1991): Raum und Zeit aus städtischer Sicht. In: Wentz, M. (Hrsg.): *Stadt-Räume*. Frankfurt am Main/New York: Campus Verlag. (S. 19-24).
- Foucault, Michel (1991): Andere Räume. In: Wentz, M. (Hrsg.): *Stadt-Räume*. Frankfurt am Main/New York: Campus Verlag. (S. 65-72).
- Gemeinde Markt Piesting** (2001): Markt Piesting. In: Stundner, F. (Hrsg.): *Der Niederösterreichische Bezirk Wiener Neustadt und seine Gemeinden*. 2. Auf. Wiener Neustadt: NÖ. Verlag. (S. 147-156)
- Gemeinde Muggendorf (2001): Muggendorf. In: Stundner, F. (Hrsg.): *Der Niederösterreichische Bezirk Wiener Neustadt und seine Gemeinden*. 2. Auf. Wiener Neustadt: NÖ. Verlag. (S. 171-176).
- Gemeinde Rohr im Gebirge/Hektor, Anna (2001): Rohr im Gebirge. In: Stundner, F. (Hrsg.): *Der Niederösterreichische Bezirk Wiener Neustadt und seine Gemeinden*. 2. Auf. Wiener Neustadt: NÖ. Verlag. (S. 187-192).
- Gerhardt, Volker (2012): Öffentlichkeit. Die politische Form des Bewusstseins. München: C.H.Beck Verlag.
- Giddens, Anthony (1996a): Leben in einer posttraditionellen Gesellschaft. In: Beck, U., Giddens, A., Lash, S. (Hrsg.): *Reflexive Modernisierung. Eine Kontroverse*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag. (S. 113-194).
- Giddens, Anthony (1996b): Risiko, Vertrauen und Reflexivität. In: Beck, U., Giddens, A., Lash, S. (Hrsg.): *Reflexive Modernisierung. Eine Kontroverse*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag. (S. 316-337).
- Giddens, Anthony (1997): Die Konstitution der Gesellschaft: Grundzüge einer Theorie der Strukturierung. 3. Auflage. Frankfurt/New York: Campus-Verlag.
- Göztepe-Çelebi, Ece (2003): Die Unionsbürgerschaft und ihre Fortentwicklung im Hinblick auf die politischen Rechte. Münster: Lit.
- Hamm**, Bernd (1982): Einführung in die Siedlungssoziologie. München: C. H. Beck.
- Hamm, Bernd (2014/1973): Betrifft: Nachbarschaft. Verständigung über Inhalt und Gebrauch eines vieldeutigen Begriffs. Unveränd. Nachdr. d. Originalausgabe. Basel [u.a.]: Birkhäuser.
- Heintel, Martin (1998): Einmal Peripherie – immer Peripherie? Szenarien regionaler Entwicklung anhand ausgewählter Fallbeispiele. Wien: Institut für Geographie.
- Henkel, Gerhard (1993): Der Ländliche Raum. Gegenwart und Wandlungsprozesse in Deutschland seit dem 19. Jahrhundert. Stuttgart: Teubner Studienbücher der Geographie.
- Hutter, Andrea (2012): Die Dorferneuerung in Niederösterreich. Eine Untersuchung gemeindetypischer Einflussfaktoren. Diplomarbeit an der Universität Wien.
- Hutter, Martin (2003): Die Niederösterreichische Dorferneuerung – Eine Standortbestimmung. Mehrperspektivistische Untersuchung zu Entwicklungspfaden, Betätigungsfeldern und Ausichten der Landesinitiative. Diplomarbeit. Wien: Universität Wien.
- Janssen**, Maike/ Möhringer, Wiebke (2014): Wo bist du? Der geographische Raum im Zeitalter mobiler Kommunikationsmedien. In: Wimmer, J., Hartmann, M. (Hrsg.): *Medienkommunikation in Bewegung. Mobilisierung – Mobile Medien – Kommunikative Mobilität*. Wiesbaden: Springer VS. (S. 103-122).
- Karnowski**, Veronika (2011): Diffusionstheorien. Baden-Baden: Nomos.
- Katzer, Ernst (1979): Geschichte des Marktes Piesting und des Piestingtales. In: Katzer, E.; Stundner, F. (Hrsg.): *Piesting im Wandel der Zeit. 450 Jahre Marktwappen*. Wiener Neustadt: Wiener Neustädter Verlags-Gesellschaft m.b.H. (S. 9-121).
- Koschel, Friederike/ Bilandžić, Helena (2014): Medienwirkungsforschung. In: Pürer, H. (Hrsg.): *Publizistik- und Kommunikationswissenschaft*. 2. Aufl. Konstanz und München: UVK. (S. 367-407).

- Kraus, Valentin (2011): Dorferneuerung und Bürgerbeteiligung – Zufriedenheit und Aktivierungsgrad. Eine evaluative Betrachtung des aktuellen Dorferneuerungsverfahrens. Diplomarbeit an der Universität Wien.
- Kröhnert, Steffen/Kuhn, Eva/Karsch, Margret/Klingholz, Reiner (2011): Die Zukunft der Dörfer. Zwischen Stabilität und demografischem Niedergang. Berliner-Institut für Bevölkerung und Entwicklung.
- Krüger, Florian (2014): Corporate Storytelling. Theorien und Empirie narrativer Public Relations in der Unternehmenskommunikation. Wiesbaden. Springer VS.
- Langner**, Sascha (2009): Viral Marketing. Wie Sie Mundpropaganda gezielt auslösen und Gewinn bringend nutzen. 3., erw. Aufl. Wiesbaden: Gabler.
- Läpple, Dieter (1991): Gesellschaftszentriertes Raumkonzept. In: Wentz, M. (Hrsg.): *Stadt-Räume*. Frankfurt am Main/New York: Campus Verlag. (S. 35-46).
- Lash, Scott (1996a): Reflexivität und ihre Doppelungen: Struktur, Ästhetik und Gemeinschaft. In: Beck, U., Giddens, A., Lash, S. (Hrsg.): *Reflexive Modernisierung. Eine Kontroverse*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag. (S. 195-286).
- Lee, E. S. (1969): A Theory of Migration. In: *Demography*, 3 (1), 47–57.
- Lienau, Cay (2000). Die Siedlung des ländlichen Raumes. 4. überarbeitete Auflage. Braunschweig: Westermann.
- Löw, Martina (2001): Raumsoziologie. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Löw, Martina (2010): Soziologie der Städte. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Löw, Martina/Steets, Silke/Stoetzer, Sergej (2008): Einführung in die Stadt- und Raumsoziologie. 2. Auflage. Opladen/Farmington Hills: Verlag Barbara Budrich.
- Luhmann, Niklas (1987): Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie. 1. Aufl. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Luhmann, Niklas (1994): Copierte Existenz und Karriere. Zur Herstellung von Individualität. In: Beck, U., Beck-Gernsheim, E. (Hrsg.): *Risikante Freiheiten. Individualisierung in modernen Gesellschaften*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag. (S. 191-200).
- Luhmann, Niklas (2005): Einführung in die Theorie der Gesellschaft. Heidelberg: Carl-Auer Verlag.
- Mayring**, Philipp (1985): Qualitative Inhaltsanalyse. In: Jüttemann, G. (Hrsg.): *Qualitative Forschung in der Psychologie*. Weinheim/Basel: Beltz Verlag. (S. 187-211).
- Merten, Klaus (1977): Kommunikation: Eine Begriffs- und Prozeßanalyse. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Michel, Adi/Stadler, Josef (2001): Waidmannsfeld. In: Stundner, F. (Hrsg.): *Der Niederösterreichische Bezirk Wiener Neustadt und seine Gemeinden*. 2. Auf. Wiener Neustadt: NÖ. Verlag. (S. 23-224).
- Mitterböck, Theresa/Spreitzer, Angela (2001): Miesenbach. In: Stundner, F. (Hrsg.): *Der Niederösterreichische Bezirk Wiener Neustadt und seine Gemeinden*. 2. Auf. Wiener Neustadt: NÖ. Verlag. (S. 165-170).
- Mliner, Josef/ Marktgemeinde Waldegg (2001): Waldegg. In: Stundner, F. (Hrsg.): *Der Niederösterreichische Bezirk Wiener Neustadt und seine Gemeinden*. 2. Auf. Wiener Neustadt: NÖ. Verlag. (S. 225-234).
- Nowotny**, Nadja (1992): „Innere Dorferneuerung“: Theorie- und praxisorientierte Überlegungen zu einem vernachlässigten Bereich. In: Dachs, H. (Hrsg.), *Das gefährdete Dorf. Grundsätzliches zur Dorferneuerung. Erfahrungen am Beispiel Salzburg*. Salzburg/Wien: Residenz Verlag. (S. 169-174).
- Pfennig**, Friedrich (2001): Gutenstein. In: Stundner, F. (Hrsg.): *Der Niederösterreichische Bezirk Wiener Neustadt und seine Gemeinden*. 2. Auf. Wiener Neustadt: NÖ. Verlag. (S. 53-62).

- Rauschenbach**, Thomas (1994): Inszenierte Solidarität: Soziale Arbeit in der Risikogesellschaft. In: Beck, U., Beck-Gernsheim, E. (Hrsg.): *Risikante Freiheiten. Individualisierung in modernen Gesellschaften*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag. (S. 89-111).
- Reichert, Ramón (2013): Die Macht der Vielen. Über den neuen Kult der digitalen Vernetzung. 1. Aufl. Bielefeld: transcript Verlag
- Reichert, Ramón (2014): Big Data: Medienkultur im Umbruch. In: Ortner, H., Pfurtscheller, D., Rizzolli, M., Wiesinger, A. (Hrsg.): *Datenflut und Informationskanäle*. Innsbruck: Innsbruck university press. (S. 37-54).
- Reith, W. J./Dörr, H./Brunner, E./Kárász, J./Weber, G. (1988). Dorferneuerung in Österreich. In: Geschäftsstelle der Österreichischen Raumordnungskonferenz (Hrsg.): *Österreichische Raumordnungskonferenz (ÖROK) – Schriftenreihe 69*. Wien.
- Rödig, Ulrike (2015): Smart City – Europäische Städte smart in die Zukunft? Untersuchung des Smart City Konzepts am Beispiel Innsbruck. Masterarbeit an der Leopold-Franzens-Universität Innsbruck.
- Roth, Friederike (2006): Zwischenmenschliche Kommunikation: eine interdisziplinäre Grundlegung. 1. Aufl. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag.
- Schipfer**, R. K. (2005): Der Wandel der Bevölkerungsstruktur in Österreich. Auswirkungen auf Regionen und Kommunen. Österreichisches Institut für Familienforschung. 5 (I).
- Schmid-Petri, Hannah (2012): Der Framing-Ansatz: Inhaltsframes als Ergebnis der Verarbeitung. In: Schmid-Petri, H. (Hrsg.): *Das Framing von Issues in Medien und Politik. Eine Analyse systemspezifischer Besonderheiten*. Wiesbaden: SV. (S. 60-68).
- Schwarz, Wolfgang (2003): Regionalpolitik im Wandel: Von zentralistischer Planung zu partnerschaftlichen Netzwerken – das Modell Niederösterreich. In: ÖROK (Hrsg.): *Raumordnung im Umbruch – Herausforderungen, Konflikte, Veränderungen. Festschrift für Eduard Kunze*. Sonderreihe Raum & Region. Heft 1. Wien: ÖROK. (S. 74-89).
- Sennett, Richard (2008): Der flexible Mensch. Die Kultur des neuen Kapitalismus. 4. Aufl. Berlin: BvT.
- Simmel, Georg (1908): Soziologie. Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung. Leipzig: Verlag von Duncker & Humblot.
- Springer, Nina/Koschel, Florian/Fahr, Andreas/Pürer, Heinz (2014): Empirische Forschungstechniken der Kommunikationswissenschaft. In: Pürer, H. (Hrsg.): *Publizistik- und Kommunikationswissenschaft*. 2. Aufl. Konstanz und München: UVK. (S. 531-602).
- Springer, Nina/Pürer, Heinz/Eichhorn, Wolfgang (2014): Computervermittelte Kommunikation. In: Pürer, H. (Hrsg.): *Publizistik- und Kommunikationswissenschaft*. 2. Aufl. Konstanz und München: UVK. (S. 88-107).
- Stundner, Franz (1979): Der Markt Piesting (1848 – 1978). In: Katzer, E.; Stundner, F. (Hrsg.): *Piesting im Wandel der Zeit. 450 Jahre Marktwappen*. Wienre Neustadt: Wiener Neustädter Verlags-Gesellschaft m.b.H. (S. 147-172).
- Sturm, Gabriele (2000): Wege zum Raum. Methodologische Annäherungen an ein Basiskonzept raumbezogener Wissenschaften. Opladen: Leske + Budrich.
- Sutter, Tilmann (2003): Sozialisierungstheorie und Gesellschaftsanalyse. Zur Wiederbelebung eines zentralen soziologischen Forschungsfelds. In: Wenzel, U., Breztinger, B., Holz, K. (Hrsg.): *Subjekte und Gesellschaft. Studienausgabe. Zur Konstitution von Sozialität*. Weilerswist: Volbrück Wissenschaft. (S. 45-116).
- Thielsch**, Meinold T./Weltzin, Simone (2009): Online-Befragungen in der Praxis. In: Brandenburg, T., Thielsch, M. T. (Hrsg.): *Praxis der Wirtschaftspsychologie: Themen und Fallbeispiele für Studium und Praxis* (S. 69-85). Münster: MV Wissenschaft.
- Thiem, Anja (2009): Leben in Dörfern. Die Bedeutung öffentlicher Räume für Frauen im ländlichen Raum. Wiesbaden: VS Verlag.
- Weichhart**, Peter (1997): Editorial – Dorf- und Stadterneuerung – was ist das eigentlich? Kritische und aufmunternde Anmerkungen zu Praxis und Theorie einer Institution. In: Haider,

- P, Weichhart, P. (Hrsg.): *10 Jahre Dorf- und Stadterneuerung im Bundesland Salzburg*. Salzburg: SIR-Schriftenreihe. (S. 7-18).
- Weidemann**, Peter Michael (1985): Deutungsmusteranalyse. In: Jüttemann, G. (Hrsg.): *Qualitative Forschung in der Psychologie*. Weinheim/Basel: Beltz Verlag. (S. 212-226).
- Welker**, Martin/Matzat, Uwe (2009): Online-Forschung: Gegenstände, Entwicklung, Institutionalisierung und Ausdifferenzierung eines neuen Forschungszweiges; In: Jakob, N., Schoen, H., Zerback, T. (Hrsg.): *Sozialforschung im Internet. Methodologie und Praxis der Online-Befragung*. Wiesbaden: VS Verlag. (S. 33-48).
- Wentz**, Martin (1991): Raum und Zeit in der metropolitanen Entwicklung. In: Wentz, M. (Hrsg.): *Stadt-Räume*. Frankfurt am Main/New York: Campus Verlag. (S. 9-14).
- Witzel**, Andreas (1985): Das problemzentrierte Interview. In: Jüttemann, G. (Hrsg.): *Qualitative Forschung in der Psychologie*. Weinheim/Basel: Beltz Verlag. (S. 227-255).
- Zapf**, Wolfgang (1994): Staat, Sicherheit und Individualisierung. In: Beck, U., Beck-Gernsheim, E. (Hrsg.): *Riskante Freiheiten. Individualisierung in modernen Gesellschaften*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag. (S. 296-304).
- Zerback**, Thomas/Schoen, Harald/Jakob, Nikolaus/Schlereth, Stefanie (2009): Zehn Jahre Sozialforschung mit dem Internet – Eine Analyse zur Nutzung von Online-Umfragen in den Sozialwissenschaften; In: Jakob, N., Schoen, H., Zerback, T. (Hrsg.): *Sozialforschung im Internet. Methodologie und Praxis der Online-Befragung*. Wiesbaden: VS Verlag. (S. 15-32).

### Onlinequellen

- About Twitter** (2016): Twitter Nutzung / Fakten zum Unternehmen. Verfügbar unter: <https://about.twitter.com/de/company>; zuletzt abgerufen: 03.11.2016.
- ANÖL (1998): Dorferneuerung in Niederösterreich. Richtlinien für die Erhaltung, Erneuerung und Entwicklung von Orten im ländlichen Raum. Dorferneuerungsrichtlinien 1998. Holabrun. Verfügbar unter: [http://www.raumordnung-noe.at/fileadmin/root\\_raumordnung/infostand/sonstige\\_dokumente/gemeinde/landesaktionen/dorrichtl.pdf](http://www.raumordnung-noe.at/fileadmin/root_raumordnung/infostand/sonstige_dokumente/gemeinde/landesaktionen/dorrichtl.pdf), zuletzt abgerufen: 21.08.2016.
- ANÖL (2010): Ausführungen zu den Dorferneuerungsrichtlinien 1998, Nr. 7 aus 2010. Amt der Nö Landesregierung, Abteilung Raumordnung und Regionalpolitik, Landesgeschäftsstelle für Dorferneuerung. Verfügbar unter: [http://www.raumordnung-noe.at/fileadmin/root\\_raumordnung/infostand/sonstige\\_dokumente/gemeinde/landesaktionen/ausfhrungen\\_doern\\_rl\\_2010.pdf](http://www.raumordnung-noe.at/fileadmin/root_raumordnung/infostand/sonstige_dokumente/gemeinde/landesaktionen/ausfhrungen_doern_rl_2010.pdf); zuletzt abgerufen: 21.08.2016.
- ANÖL (2012): Ausführungen zu den Dorferneuerungsrichtlinien 1998, Nr. 8 aus 2012. Amt der Nö Landesregierung, Abteilung Raumordnung und Regionalpolitik, Landesgeschäftsstelle für Dorferneuerung. Verfügbar unter: [http://www.raumordnung-noe.at/fileadmin/root\\_raumordnung/infostand/sonstige\\_dokumente/gemeinde/landesaktionen/2012\\_07\\_09\\_Ausf%C3%BChrungen\\_Dorferneuerung\\_Nr8\\_2\\_.pdf](http://www.raumordnung-noe.at/fileadmin/root_raumordnung/infostand/sonstige_dokumente/gemeinde/landesaktionen/2012_07_09_Ausf%C3%BChrungen_Dorferneuerung_Nr8_2_.pdf); zuletzt abgerufen: 21.08.2016.
- Blog Instagram** (2016): See the Moments You Care About First. Verfügbar unter: <http://blog.instagram.com/post/141107034797/160315-news>; zuletzt abgerufen: 03.11.2016.
- David** (2016): Eine wunderbare Fotolovstory. Die Texte fehlen noch! Verfügbar unter: <https://twitter.com/davsow/status/806466853824528384>; zuletzt abgerufen: 11.12.2016.
- Facebook** (2016a): Facebook Q2 2016 Results. Verfügbar unter: [https://s21.q4cdn.com/399680738/files/doc\\_presentations/FB-Q216-Earnings-Slides.pdf](https://s21.q4cdn.com/399680738/files/doc_presentations/FB-Q216-Earnings-Slides.pdf); zuletzt abgerufen: 02.11.2016.

- Facebook (2016b): Facebook Terms. Verfügbar unter: <https://www.facebook.com/legal/terms>; zuletzt abgerufen: 07.11.2016.
- Gemeindebund** (2016): Struktur der Gemeinden per 1. Januar 2015. Verfügbar unter: <http://gemeindebund.at/struktur-der-gemeinden>; zuletzt abgerufen: 11.11.2016.
- GfK (2016): Soziale Medien. Nutzung von sozialen Medien in Österreich. Verfügbar unter: [http://www.gfk.com/fileadmin/user\\_upload/dyna\\_content/AT/PM\\_2016/GfK\\_Soziale\\_Medien\\_Folien\\_04022016.pdf](http://www.gfk.com/fileadmin/user_upload/dyna_content/AT/PM_2016/GfK_Soziale_Medien_Folien_04022016.pdf); zuletzt abgerufen: 14.11.2016.
- Gutenstein.at (2016): Gutenstein – Tourismus. Verfügbar unter: <http://www.gutenstein.at/tourismus>; zuletzt abgerufen: 16.11.2016.
- Heintel**, Martin (2004): Regionalpolitik in Österreich. Retroperspektive und Perspektive. In: Österreichische Zeitschrift für Politikwissenschaft (ÖZP), 33 Jg. (2), (S. 191-208). Verfügbar unter: [file:///C:/Users/Alen%20Velagic/Downloads/859-2873-1-SM%20\(7\).pdf](file:///C:/Users/Alen%20Velagic/Downloads/859-2873-1-SM%20(7).pdf), zuletzt abgerufen: 16.09.2016.
- Heinzelmaier, Bernhard/Ikrath, Philipp (2012): Bericht zur Jugend-Wertstudie 2011. Wien: Institut für Jugendkulturforschung. Verfügbar unter: [http://jugendkultur.at/wp-content/uploads/Bericht\\_Jugendwertstudie\\_2011.pdf](http://jugendkultur.at/wp-content/uploads/Bericht_Jugendwertstudie_2011.pdf); zuletzt abgerufen: 07.06.2016.
- Hesik, Martin (2002): NÖ Dorf- und Stadterneuerung. Bürgerbeteiligung und Innovation im ländlichen Raum – Anspruch und Wirklichkeit. (S. 47-52). Verfügbar unter: [http://www.corp.at/archive/CORP2002\\_Hesik.pdf](http://www.corp.at/archive/CORP2002_Hesik.pdf); zuletzt abgerufen: 09.05.2016.
- Hoffmann, Sabine (2016): WhatsApp: 6 Möglichkeiten für die Unternehmens-Kommunikation. Verfügbar unter: <http://www.internetworld.de/onlinemarketing/whatsapp/whatsapp-6-moeglichkeiten-unternehmens-kommunikation-1076626.html>; zuletzt abgerufen: 04.11.2016.
- Maier**, Nadja/Hart, Patrick/Ikrath, Philipp (2014): Jugendabwanderung im ländlichen Raum. Ein Einblick in die Wandermotive von Jugendlichen aus Leoben und Bruck-Mürzzuschlag. Berichtsband. Graz: Fachstelle für Kinder-, Jugend- und BürgerInnenbeteiligung. Verfügbar unter: [http://www.obersteiermark.at/fileadmin/user\\_upload/Downloads/141117\\_Berichtsband\\_Jugendabwanderung\\_Druckversion.pdf](http://www.obersteiermark.at/fileadmin/user_upload/Downloads/141117_Berichtsband_Jugendabwanderung_Druckversion.pdf); zuletzt abgerufen: 07.06.2016.
- Miesenbach.at (2016): Miesenbach – Vereine. Verfügbar unter: <http://www.miesenbach.at/vereine/index.html>; zuletzt abgerufen: 16.11.2016.
- Milborn, Corinna (2016a): <https://twitter.com/corinnamilborn/status/800778052015980544>; zuletzt abgerufen: 12.12.2016.
- Milborn, Corinna (2016b): <https://twitter.com/corinnamilborn/status/800777643410931712>; zuletzt abgerufen: 12.12.2016.
- OECD** (2007): OECD-Prüfbericht zur Politik für ländliche Räume. Deutschland. Verfügbar unter: [http://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/Landwirtschaft/LaendlicheRaume/OECD-Pruefbericht.pdf?\\_\\_blob=publicationFile](http://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/Landwirtschaft/LaendlicheRaume/OECD-Pruefbericht.pdf?__blob=publicationFile); zuletzt abgerufen: 16.10.2016.
- Saferinternet.at**: Jugend-Internet-Monitor 2016 Österreich. Verfügbar unter: [https://www.saferinternet.at/fileadmin/files/Jugend-Internet-Monitor/Infografik\\_Jugend-Internet-Monitor\\_2016\\_96dpi.jpg](https://www.saferinternet.at/fileadmin/files/Jugend-Internet-Monitor/Infografik_Jugend-Internet-Monitor_2016_96dpi.jpg); zuletzt abgerufen: 14.12.2016.
- Smavi.org (2016): Smart Villages – Lösungen zur Zukunftsfähigkeit des Landlebens. Verfügbar unter: <http://smavi.org/wiki/doku.php>; zuletzt abgerufen: 17.10.2016.
- Statista.com (2016): Anzahl der Nutzer von Twitter in Österreich in ausgewählten Monaten von Januar 2012 bis März 2016 (in 1.000). Verfügbar unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/296135/umfrage/twitter-nutzer-in-oesterreich/>; zuletzt abgerufen: 12.12.2016.
- Statistik Austria (2016a): Kurzbeschreibung internationaler Verfahren zur Klassifikation von Stadt und Land. Wien: Bundesanstalt für Statistik Österreich. Verfügbar unter: [file:///C:/Users/Alen%20Velagic/Downloads/stadt\\_-\\_landkurzbeschreibung\\_internationaler\\_verfahren\\_zur\\_klassifikation\\_.pdf](file:///C:/Users/Alen%20Velagic/Downloads/stadt_-_landkurzbeschreibung_internationaler_verfahren_zur_klassifikation_.pdf); zuletzt abgerufen: 16.10.2016.

Statistik Austria (2016b): Unternehmen mit Nutzung sozialer Medien 2016. Verfügbar unter: [https://www.statistik.at/wcm/idc/idcplg?IdcService=GET\\_NATIVE\\_FILE&RevisionSelectionMethod=LatestReleased&dDocName=022198](https://www.statistik.at/wcm/idc/idcplg?IdcService=GET_NATIVE_FILE&RevisionSelectionMethod=LatestReleased&dDocName=022198); zuletzt abgerufen: 02.11.2016.

Support Twitter (2016): Über deine Twitter-Timeline. Verfügbar unter: <https://support.twitter.com/articles/495848>; zuletzt abgerufen: 04.11.2016.

**WhatsApp** (2016): Über WhatsApp. Verfügbar unter: <https://www.whatsapp.com/about/>; zuletzt abgerufen: 03.11.2016.

### Leitfadeninterviews

Braimeier, Roland (2016): Bürgermeister von Markt Piesting, persönliches Interview, Gemeindeamt Markt Piesting, 20. September 2016, 16:00 Uhr.

Brandstetter, Gottfried (2016): Bürgermeister von Muggendorf, persönliches Interview, Gemeindeamt Muggendorf, 30. August 2016, 16:00 Uhr.

Knabel, Andreas (2016): Bürgermeister von Waidmannsfeld, persönliches Interview, Gemeindeamt Waidmannsfeld, 1. Juli 2016, 10:00 Uhr.

Kreuzer, Michael (2016): Bürgermeister von Gutenstein, persönliches Interview, Gemeindeamt Gutenstein, 14. Juli 2016, 9:30 Uhr.

Postiasi, Hubert (2016): Bürgermeister von Pernitz, persönliches Interview, Gemeindeamt Pernitz, 23. August 2016, 15:00 Uhr.

Stückler, Wolfgang (2016): Bürgermeister von Waldegg, persönliches Interview, Gemeindeamt Miesenbach, 26. August 2016, 10:00 Uhr.

Wagner, Christian (2016): Bürgermeister von Rohr im Gebirge, persönliches Interview, Gemeindeamt Rohr im Gebirge, 5. August 2016, 15:00 Uhr.

Zehetner, Michael (2016): Bürgermeister von Waldegg, persönliches Interview, Gemeindeamt Waldegg, 23. August 2016, 17:00 Uhr.

### E-Mail-Verkehr

Greilinger, Eleonore (2016), NÖ.Regional.GmbH.

**Gesendet:** Montag, 07. November 2016 13:23

im Anhang finden Sie, wie eben besprochen, die Liste der Dorferneuerungsvereine aus unserer Datenbank.

In der Liste sind es 854 Vereine. Ich habe Ihnen jene Vereine stehen lassen, die „inaktiv“ sind. Diese Vereine sind nicht „Mitglied“. Mitglied heißt bei uns, dass diese Vereine aktiv werden. Viele bleiben auch dann noch bei uns Mitglied, wenn sie auch keine Projekte mehr haben.

Habe ich mich da verständlich ausgedrückt?

Vielleicht hilft Ihnen auch die Zuordnung nach Hauptregion und Bezirk! Die PLZ betrifft auf jeden Fall den Wohnort des Obmannes. Aber für die Zuordnung ist es vielleicht ganz hilfreich!

Alles Gute auf jeden Fall bei Ihren Recherchen!

Tiefenbacher, Konrad (2016), NÖ.Regional.GmbH.

**Gesendet:** Donnerstag, 08. September 2016 11:54

die Projektdatenbank der NÖ Dorf- und Stadterneuerung wurde im Jahr 2004 eingeführt und war bis Ende 2015 in Betrieb. Grundsätzlich steht die Projektdatenbank in einem engen Konnex zur Abrechnung der Arbeitszeit der einzelnen Mitarbeiter. Jedes in der Datenbank befindliche Projekt ist gleichzeitig eine Kostenstelle, auf die die dafür aufgewendeten Stunden gebucht werden. D.h. die Datenbank spiegelt die aktuelle Situation der Bearbeitung der einzelnen Projekte wieder und wurde laufend aktualisiert. Gegenüber den Förderstellen des Landes Niederösterreich und der EU besteht seitens der Förderungswerber (=Gemeinden) eine Publizitätsverpflichtung; d.h. das geförderte Projekt muss öffentlich auffindbar und dokumentiert sein. Seitens der Förderstellen wurde die Dokumentation des Projektes in der Datenbank auch als Bedingung für die Auszahlung der Fördergelder formuliert. Als Service für die in den Aktionen befindlichen Gemeinde hat die NÖ Dorf- und Stadterneuerung mit der Projektdatenbank diese Publizitätspflicht übernommen.

## Abbildungsverzeichnis

<i>Abb. 1.</i> Beispiel für offizielle Facebook-Seite einer Gemeinde (Quelle: Screenshot).....	10
<i>Abb. 2.</i> Übersicht Aufbau Onlinefragebogen. ....	14
<i>Abb. 3.</i> Veränderung der Land- und Forstwirtschaft in Österreich zw. den Jahren 1980 und 2013 (Quelle: Statistik Austria). ....	49
<i>Abb. 4.</i> Anzahl der NÖ Dorf- und Stadterneuerungsprojekte insgesamt und mit inhaltlichem Schwerpunkt nach Gemeindeanzahl zw. 2004 und 2015 (Quelle: Projektdatenbank NÖ Dorf- und Stadterneuerung).....	64
<i>Abb. 5.</i> NÖ Gemeinden nach Projektanzahl mit inhaltlichem Schwerpunkt nach Bevölkerungsgröße (2004-2015) (Quelle: Projektdatenbank NÖ Dorf- und Stadterneuerung).....	66
<i>Abb. 6.</i> Anteil NÖ Dorf- und Stadterneuerungsprojekte mit inhaltlichem Schwerpunkt nach Gemeindegröße (2004-2015) (Quelle: Projektdatenbank NÖ Dorf- und Stadterneuerung).....	67
<i>Abb. 7.</i> Anteil Projekte mit inhaltlichem Schwerpunkt nach Bevölkerungsdichte (2004-2015) (Quelle: Projektdatenbank NÖ Dorf- und Stadterneuerung).....	68
<i>Abb. 8.</i> Anteil Projekte mit inhaltlichem Schwerpunkt nach Bevölkerungsveränderung (2004-2015). Die Bevölkerungsveränderung bezieht sich auf den Zeitraum 2001-2015 (Quelle: Projektdatenbank NÖ Dorf- und Stadterneuerung). ....	68
<i>Abb. 9.</i> Internetnutzung in Österreich nach Alter zw. 2002-2016 (Quelle: Statistik Austria). ....	73
<i>Abb. 10.</i> Unternehmen mit Internetzugang und Webseiten zwischen 2003 und 2016 in Österreich. Die Werte sind in Prozent angegeben. (Quelle: Statistik Austria). ....	74
<i>Abb. 11.</i> Beispiel für ein Meme in Twitter (David 2016).....	87
<i>Abb. 12.</i> Überblick genutzter Social Media Plattformen von Jugendlichen in Österreich (Quelle: saferinternet.at). ....	90
<i>Abb. 13.</i> Facebook User-Zahlen in Österreich. Stand 01.08.2016 (Quelle: socialmediaradar.at/facebook). ....	93
<i>Abb. 14.</i> Fünf Alternativen zur Gefällt mir-Angabe in Facebook (Quelle: Screenshot Facebook-Seite von David Alaba). ....	95
<i>Abb. 15.</i> Facebook Insights nach Tageszeit und der Facebook-Nutzung der Fans (Quelle: Screenshot betreuter Facebook-Seite). ....	97
<i>Abb. 16.</i> Facebook Insights nach erreichte Personen (Quelle: Screenshot betreuter NGO-Seite).....	98
<i>Abb. 17.</i> Instagram User-Zahlen in Österreich, Stand 26.09.2016 (Quelle: socialmediaradar.at/instagram). ....	99
<i>Abb. 18.</i> Beispiel für eine Kategorisierung von Instagram Inhalten durch ein Hashtag (Quelle: Screenshot, 01.11.2016). ....	100
<i>Abb. 19.</i> Reaktionen von Corina Milborn auf Cybermobbing (Milborn 2016a; 2016b). ....	105
<i>Abb. 20.</i> NÖ Gemeinden in Facebook (Oktober 2016). Tage mit der höchsten und zweithöchsten Anzahl an Veröffentlichungen sind z.B. mit ›03.10. Mo‹ angegeben. ....	109
<i>Abb. 21.</i> NÖ Gemeinden in Facebook nach Tageszeiten und Interaktion je Veröffentlichung (Oktober 2016). ....	110
<i>Abb. 22.</i> Verteilung der Interaktionen zwischen 1. Oktober und 31. Oktober 2016. ....	111
<i>Abb. 23.</i> Anteil Themen an Veröffentlichungen von NÖ Gemeinden in Facebook (Oktober 2016). Gelistet sind Themen, die mindestens 1 Prozent Anteil aufweisen. (n=1.168).....	111
<i>Abb. 24.</i> Interaktionen je Veröffentlichung und Themen. Gelistet sind Themen, die mindestens 10 Veröffentlichungen sowie 10 Interaktionen je Veröffentlichung aufweisen. ....	112
<i>Abb. 25.</i> Anteil der Art der Einbindung an Veröffentlichungen. Die Kategorie ›Link zu anderen Webseiten‹ beinhaltet zusammengefasst Webseiten von Vereinen, Medien und Behörden. (n=1.168).....	113
<i>Abb. 26.</i> Interaktion je Veröffentlichung nach Art der Einbindung. (n=1.168).....	113
<i>Abb. 27.</i> Gelistet sind die 10 Gemeinden in Niederösterreich, die die höchste Interaktion je Veröffentlichung in Facebook aufweisen. ....	114
<i>Abb. 28.</i> Bevölkerungsentwicklung nach Alter in Gutenstein zw. 2001-2015 (Quelle: Statistik Austria).....	118
<i>Abb. 29.</i> Bevölkerungsentwicklung nach Alter in Miesenbach zw. 2001-2015 (Quelle: Statistik Austria). ....	120
<i>Abb. 30.</i> Bevölkerungsentwicklung nach Alter in Muggendorf zw. 2001-2015 (Quelle: Statistik Austria). ....	121
<i>Abb. 31.</i> Bevölkerungsentwicklung nach Alter in Pernitz zw. 2001-2015 (Quelle: Statistik Austria).....	124
<i>Abb. 32.</i> Bevölkerungsentwicklung nach Alter in Markt Piesting zw. 2001 und 2015 (Quelle: Statistik Austria). ....	126
<i>Abb. 33.</i> Bevölkerungsentwicklung nach Alter in Rohr im Gebirge zw. 2001-2015 (Quelle: Statistik Austria). ....	128
<i>Abb. 34.</i> Bevölkerungsentwicklung nach Alter in Waidmannsfeld 2001-2015 (Quelle: Statistik Austria).....	130
<i>Abb. 35.</i> Bevölkerungsveränderung nach Alter zw. 1991 und 2015 in Waldegg (Quelle: Statistik Austria). ....	132
<i>Abb. 36.</i> Positionen der Bürgermeister im Piestingtal zu Social Media (eigene Darstellung). ....	137

<i>Abb. 37.</i> Wanderungsströme der Respondenten der Onlinebefragung im Piestingtal (eigene Darstellung mit Gephi). (n=379) .....	139
<i>Abb. 38.</i> Social Media Nutzung unter Respondenten nach Medium und Gemeinde. Einbezogen ist die Nutzung ›täglich‹, ›täglich unter der Woche‹ und ›am Wochenende‹. (n=379).....	140
<i>Abb. 39.</i> Tägliche Social Media Nutzung unter Respondenten nach Medium und Gemeinde. (n=379) .....	140
<i>Abb. 40.</i> Social-Media-Aktivität der Respondenten nach Tageszeit und Gemeinde. (n=379) .....	141
<i>Abb. 41.</i> Verteilung der Nutzung von Endgeräten, mit denen die Respondenten in Social Media aktiv sind.....	141
<i>Abb. 42.</i> Wofür Respondenten Social Media werden. (n=379).....	142
<i>Abb. 43.</i> Selbstinszenierung und aktive Interaktion der Respondenten nach Altersgruppen. (n=379).....	143
<i>Abb. 44.</i> Zu welchen Themen sich Respondenten in Social Media informieren. (n=379) .....	143
<i>Abb. 45.</i> Erwartungen der Respondenten in einen Social-Media-Kanal der Gemeinde. (n=379) .....	144
<i>Abb. 46.</i> Vereinsmitgliedschaften der Respondenten in der Wohn- und Nachbargemeinden. (n=379) .....	145
<i>Abb. 47.</i> Desktop Eingabefeld für Veröffentlichung in einer Facebook-Seite (Quelle. Screenshot). .....	151

## Tabellenverzeichnis

<i>Tab. 1.</i> Reihenfolge der Leitfadeninterviews mit den acht Bürgermeistern im Piestingtal .....	13
<i>Tab. 2.</i> Stichprobengröße und Rücklaufquote der Online-Befragung nach Gemeinde. ....	15
<i>Tab. 3.</i> Reihung lokaler Entitäten nach Anzahl der Veröffentlichungen per 18.09.2016.....	16
<i>Tab. 4.</i> Wochentag/Tageszeit der Facebook-Nutzung in Österreich. Basis: Facebook-Mitglieder (n=353) (Eiselsberg 2016: 76). .....	18
<i>Tab. 5.</i> Ausführungen zu den Dorferneuerungsrichtlinien 1998 Nr. 7 und Nr. 8 (ANÖL 2010: 4; 2012: 4).....	59
<i>Tab. 6.</i> Gemeindegrößen nach Bevölkerungszahl in Niederösterreich und Österreich im Jahr 2015 (Quelle: Statistik Austria). .....	63
<i>Tab. 7.</i> Demographische Indikatoren zw. den Jahren 2004 und 2015.....	65
<i>Tab. 8.</i> Gruppierung der Gemeinden nach Projektanzahl mit und ohne inhaltliche Schwerpunkte zwischen 2004 und 2015 (Quelle: Projektdatenbank NÖ Dorf- und Stadterneuerung).....	66
<i>Tab. 9.</i> NÖ Dorf- und Stadterneuerungsvereine mit aktiver Präsenz in Facebook (September-Oktober 2016). Die Abkürzung ›DEV‹ steht für Dorferneuerungsverein.....	71
<i>Tab. 10.</i> Demographische Angaben zu den Gemeinden im Piestingtal (Quelle: Statistik Austria). .....	116
<i>Tab. 11.</i> Kommunikationskanäle der Gemeinden im Piestingtal (Quelle: Leitfadeninterviews). .....	133
<i>Tab. 12.</i> Demographische Merkmale der Respondenten. Weitere Daten befinden sich im Anhang. (n=379)....	138

## Anhang

### Abstract – Deutsch

Die Präsenz und Kommunikation in Social Media gehört für viele Menschen zum Alltag. Wer in Social Media präsent ist, wird wahrgenommen, wer es nicht ist, läuft Gefahr, Aufmerksamkeit an andere Akteure abzugeben.

Die vorliegende Magisterarbeit untersucht die Gründe für die Annahme sowie Ablehnung von Social Media in der Gemeindearbeit in Niederösterreich. Die Ergebnisse sollen den Gemeinden dienen, um soziale Medien, neue Lebensformen und mit ihnen aufkommende neue Interessen, Anforderungen und Bedürfnisse nachvollziehen zu können. Für aktuelle und künftige Herausforderungen braucht es Cleverness im Umgang mit Ressourcen.

Mit einem Methodenmix aus Sekundäranalyse, quantitativer Inhaltsanalyse, Leitfadenterviews und einem Onlinefragebogen sind verschiedene Aspekte betrachtet worden, um sich an dieses Forschungsproblem zu nähern. Eine inhaltsanalytische Abfrage der Präsenz von Gemeinden in Niederösterreich in Facebook zeigt, dass 134 Gemeinden über eine Facebook-Seite verfügen. Davon weisen 93 Seiten Veröffentlichungen im Oktober 2016 auf. Die Ergebnisse zeigen, dass Facebook zur Bewerbung von eigenen Veranstaltungen sowie von Vereinen, Unternehmen etc. verwendet wird, die rund 40 Prozent von 1.168 Veröffentlichungen im Oktober 2016 ausmachen. Dahinter folgen News aus der Gemeinde, Nachberichterstattung zu den Veranstaltungen und allgemeine Informationen zur Gemeindearbeit. Zudem fällt auf, dass die klassische Visitenkarte im Internet, die Webseite, nicht tot ist, sondern Verwendung in Facebook bekommt. Zudem braucht es eine konkrete Strategie, um im Konkurrieren um Aufmerksamkeit, Sichtbarkeit und Reichweite zu überstehen. Die Ergebnisse der Leitfadenterviews, die mit den Bürgermeister\*innen der acht Gemeinden im niederösterreichischen Piestingtal geführt worden sind, um Aufschluss zu erhalten, welche Gründe vorliegen, weshalb eine Annahme bzw. Ablehnung von Social Media für die Gemeindearbeit spricht, hat ergeben, dass einerseits fehlende persönliche Auseinandersetzung und andererseits vorherrschende Vorurteile zu einer Ablehnung führen können. Die Annahme von Social Media wird durch die Erwartungen in eine bessere Darstellung der Gemeinde und eine größere Reichweite begünstigt.

Keywords: Dorferneuerung, Gemeindekommunikation in sozialen Medien, Individualisierung, Piestingtal, Postmoderne, Social Media

## Abstract – Englisch

The presence and communication on social networks is a normal everyday action for many people. Only the social media Facebook is used daily by more than 1 billion people; and social media are growing and constantly changing. The presence on social media is about representing yourself; if that presence is less than usual your social media ›public‹ has used to, others will use that space to promote themselves.

This Master's thesis examines the reasons for the decision to accept or reject the social media in the daily work of the municipalities of Lower Austria. The results are intended to serve the communities, in order to understand better social media, social change and individualization, new life, and with them new interests, requirements and needs. For current and future challenges it is required a cleverness in dealing with resources.

With a combination of methods (triangulation) secondary analysis, quantitative content analysis, conducted interviews (semi-structured interviews) and online questionnaire have been taken into consideration in order to gain access to various aspects of this research problem.

Content analysis of published content of total 93 Facebook pages to reveal their use, shows that the Facebook pages used to advertise their events, as well as from associations, companies, etc., who make up 40.4 percent of the 1,168 publications in October 2016. It is followed by the news from municipalities, reporting on events and general information on the work of the municipality. It is also noticeable that the classic business card on the Internet, websites, is not dead, but the facilities are used for publication in Facebook.

In addition, it is a concrete strategy for survival in the competition for attention, visibility and reach. Results of semi-structured interviews conducted with the mayors of the eight municipalities in Piestingtal, region in Lower Austria, show possible reasons are speaking for the acceptance or rejection of social media for daily work in the municipalities.

It appeared that personal use of social networks is missing, and prejudices toward social networks led to rejection of the same.

In contrast, whether the municipalities decide to implement or reject social networks like Facebook are still pending, but implementation of social networks into a municipality would have final goal to reach more people and thus reach higher visibility.

## Transkription der Leitfadeninterviews mit den Bürgermeistern der acht Gemeinden im Piestingtal

Die transkribierten Leitfadeninterviews sind nach der Durchführung gereiht. Die Antworten der Interviewpartner sind kursiv dargestellt. Die Kommentare, Nebenfragen etc. vom Autor stehen in einer eckigen Klammer → [...]. Weitere Informationen sind dem Methodenteil zu entnehmen.

Die Zitierung der Leitfadeninterviews in dieser Forschungsarbeit findet wie folgt statt: (Name Jahr). Das Literaturverzeichnis (S. 159) führt einen separaten Abschnitt, in dem die Leitfadeninterviews nach ›Name, Vorname (Jahr): Position in der Gemeinde und Gemeinde, persönliches Interview, Ort, Datum, Uhrzeit‹ angegeben sind.

### **Leitfadeninterview Nr. 1; Mag. Andreas Knabel, Bürgermeister von Waidmannsfeld**

- Datum: 1. Juli 2016
- Beginn: 10:00 Uhr
- Dauer: ~ 47 Minuten

#### **Lage der Gemeinde (Zivilgesellschaft, Wirtschaft und Kultur)**

Wie ist das gesellschaftliche Engagement der Bevölkerung in Ihrer Gemeinde? *Es passiert hauptsächlich auf Vereinsbasis. Vereine sind die Stütze für das soziale Zusammensein.* [Nachfrage: Wie ist die Situation in den ortsansässigen Vereinen?] *An die Vereine werden rund 23.000 EUR pro Jahr verteilt. Das ist viel für eine relativ kleine Gemeinde. Wir haben das Glück, dass wir sehr viele Freizeittätten (Freibad, Skaterplatz, Fußball...) haben. Da tut sich schon viel in diesen Bereichen.*

Wie viele bzw. welche kulturellen Veranstaltungen finden jährlich statt? *Es gibt in Summe 4 Grätzlfeste im Jahr. Dann kommen noch Vereinsfeste hinzu.*

Wie sieht die wirtschaftliche Lage in Ihrer Gemeinde aus? *Unser Motor ist die SCA Ortmann [Papierfabrik, Anm.]. Eine neue Betriebsansiedlung ist derzeit nicht denkbar. Mit der SCA Ortmann wird laufend beraten, wie der Standort gesichert werden kann. Wir hatten früher ein Betriebsansiedlungsbiet, welches dann in einen Camping-Platz umgewandelt worden ist. Wir haben leider die Entfernung zur Autobahn, warum es schwer wird, dass sich hier ein produzierender Betrieb ansiedelt. Und es gibt auch einige landwirtschaftliche Betriebe in der Gemeinde. Sie sind auch ganz wichtig für die Landschaftspflege.*

Was macht die Gemeinde für ihre Bevölkerung lebenswert? *Wir haben eine hohe Lebensqualität. Es sind viele Sozialleistungen vorhanden. Aufgrund der verschiedenen Arbeitsformen ist auch das Pendeln kein großes Problem mehr. Es gibt offene Arbeitszeiten, All-Inn-Verträge, Homeoffice usw. Wir werden daran arbeiten, dass wir verstärkt jene Gründe über unsere Homepage kommunizieren, warum Waidmannsfeld und Neusiedl lebenswert sind. Es fehlen aber noch Wohnungen. Wir sind dabei, Junges Wohnen zu schaffen, um eben die jungen Leute hier zu binden. Es geht um 14 Wohnungen, wovon 8 oder 9 bereits vergeben sind. Was uns aber ganz klar fehlt sind neue Arbeitsplätze.*

Wie sieht es mit der Bevölkerungsabnahme bzw. -zunahme in Ihrer Gemeinde aus? *Zwischen 2004 und 2014 ist die Zahl der Hauptwohnsitze von 1.800 auf 1.540 gefallen. Um dem entgegenzuwirken, wird u.a. auf die Schaffung neuer Wohnungen für junge Leute gesetzt. Sonst führt es zur Überalterung und Abwanderung, und entsprechend zum Aussterben.*

#### **Gemeindeerneuerungsprozesse (Gesellschaft, Infrastruktur)**

In Niederösterreich gibt es eine sehr aktive Dorf- und Stadterneuerung. Ihre Aufgabe ist es, den Erneuerungsprozess in Gemeinden zu unterstützen, um sie auf künftige Herausforderung vorzubereiten bzw. zukunftsfähig zu machen. Die Dorferneuerungsvereine erarbeiten entsprechende Projekte aus, die mit Hilfe von Land und Gemeinde umgesetzt werden.

Über welche sozialen Einrichtungen (Kindergarten, Schule, Altenheim etc.) verfügt Ihre Gemeinde? *Wir gehören zum Schulverband in Pernitz. Das Landespensionistenheim ist in Gutenstein. Wir haben einen Kindergarten. Es ist eine Montessori Schule samt Kindergarten im Entstehen, die sich in der Katastralgemeinde Waidmannsfeld befindet. Was es sonst an sozialen Einrichtungen gib: Wir führen die Kinder zur Schule spazieren und zurück. Wir*

*verteilen Lehrmittelgutscheine und Heizkostenzuschüsse. Zudem haben wir den Prozess familienfreundliche Gemeinde laufen.*

*Gibt es in Ihrer Gemeinde einen NÖ Dorf- und Stadterneuerungsverein? Wir sind gerade dabei, hier anzusetzen. Wie sieht der Gemeindeerneuerungsprozess in Ihrer Gemeinde aus? Wir haben bspw. mit der familienfreundlichen Gemeinde einen Anstoß gebraucht, um uns wieder Gedanken zu machen. Wir führen das Prinzip, dass wir uns junge und kritische Köpfe holen, um zu erfahren, was wir noch brauchen könnten. Ein Beispiel möchte ich Ihnen mit einer jungen Mutter geben. Sie ist zu uns gekommen und hat gesagt, sie möchte eine Bibliothek für junge Kinder. Das war eine fantastische Idee.*

*Welche Projekte laufen momentan, die die Gemeinde erneuern und zukunftsfähig machen sollen? Die Infrastruktur ist sicherlich entscheidend. Wir bauen gerade einen Kanal für die Rotte Schallhof, die Sie sicherlich kennen. Da wird jetzt Geld investiert, damit sozusagen auch die letzten Häuser in Neusiedl und Waidmannsfeld ans Kanalnetz angeschlossen sind. Diese Entscheidung ist sehr interessant gewesen, weil vielleicht auch deswegen ein junger Bursch sich entschlossen hat, dort ein altes Wirtshaus zu Ferienwohnungen umzubauen. Ein wesentliches Kriterium ist eben dieser Kanal.*

### **Gemeindekommunikation**

*Über welche Kanäle kommuniziert Ihre Gemeinde (Webseite, Newsletter, Gemeindezeitung/-magazin, Plakate, Social Media etc.)? Monatlich verzeichnet die Homepage rund 6.000 Zugriffe. Davon sind rund 2.800 IP-Adressen. Hier geht es darum, dass wir Veranstaltungen, News usw. transportieren, und auch anderen (Schulen, Vereinen, Feuerwehr) die Plattform anbietet, damit sie sich präsentieren. Es ist das Pferd, auf das wir setzen. Wir werden als Gemeinde jetzt natürlich auf Facebook gehen. Da sind wir gerade dabei, damit wir schauen, wie wir das genau angehen. Wir haben eine vier Mal im Jahr erscheinende Gemeindezeitung, die sogar einen Preis gewonnen hat. Sonst transportieren wir sehr viel über Printaussendungen. [Nachfrage: Bietet die Gemeinde einen E-Mail Newsletter an?] Nein, aber das ist eine gute Idee.*

*Gibt es in der Gemeinde eine eigene Abteilung, eine oder mehrere Personen, die für Öffentlichkeitsarbeit zuständig sind? Herr Zahornitzky, der Geschäftsführende Gemeinderat, ist für Soziales verantwortlich. Hier ist alles drinnen gebündelt, auch die Öffentlichkeitsarbeit. Wir hatten früher eine Dame, die Publizistikabsolventin ist, die für Öffentlichkeit zuständig war. Sie ist dann leider weggezogen. Es ist natürlich ein Glücksfall, wenn man so eine Person in der Gemeinde hat.*

### **Social Media**

*Ich habe ja zuvor gefragt, über welche Kanäle Ihre Gemeinde mit der Bevölkerung kommuniziert. Nun möchte ich konkret auf den Einsatz von Social Media (Facebook, Twitter und Instagram) eingehen.*

*Verwendet Ihre Gemeinde Social-Media-Kanäle, um mit der Bevölkerung zu kommunizieren, hat sie früher welche verwendet oder gibt es Überlegungen, welche zu verwenden? Es gab früher einen Auftritt der Gemeinde auf Facebook, jedoch nicht auch von der Gemeinde genehmigt. Dieser wurde dann entsprechend geschlossen. Wir denken darüber aber natürlich nach, einen Auftritt zu erstellen.*

*Was erwarten Sie sich als Bürgermeister von einem Social-Media-Kanal (Facebook, Twitter, Instagram) Ihrer Gemeinde? Ich erwarte mir, dass sich die Gemeinde besser darstellen kann. Wobei Sie vielleicht auch selbst mitbekommen haben, dass in letzter Zeit in sozialen Medien allgemein viel beschimpft wird. Es wird nicht besser werden. So gesehen erwarte ich mir nicht viel. Es wird aber dennoch viele ansprechen. Es wird aber auch wahrscheinlich vielen eine Plattform geben, um Informationen zu verbreiten, die nicht stimmen. Ich fürchte daher, dass wir dann wieder blitzartig weg sind. Es wird aber auch sicherlich jemanden viel Arbeit kosten. Wenn es jemanden daheim viel Arbeit kostet, ist es mir egal. Wenn aber die Halbangestellten den halben Tag damit verbringen, auf Kommentare zu antworten, dann ist es sinnlos. [=Begründung für bisherige Ablehnung von Facebook]*

*Verfügen Sie persönlich über ein Profil in Facebook, Twitter, Instagram? Nein! Wenn jemand schreibt, die Gemeinde ist so oder nicht so. Jemand anders dann schreibt, es stimmt nicht, aber ein bisschen schon. So etwas kann schnell zu einer Schlammschlacht führen. Für mich privat sind daher soziale Medien Zeiträuber. In der Zeit, die ich sitze und auf Kommentare zurückschreibe, kann ich für vernünftige Arbeit verwenden. Ich bin ein sehr konservativer Typ. Ich besuche auch gerne das Wirtshaus und rede dort mit den Leuten. Zudem haben wir Veranstaltungen, wo es natürlich Pausen gibt. Daher passiert von der Kommunikation her auch hier sehr viel. Da wird ebenfalls mit Leuten über ihre Anliegen usw. gesprochen.*

Nützen Sie persönlich Instant-Messenger (Facebook Messenger, WhatsApp, Viber)? *Wenn Sie diverse Apps meinen, dann nein. Wir haben aber überlegt, ob wir WhatsApp-Gruppen für einzelne Bereiche (Feuerwehr, Musikkapelle usw.) einrichten. Was dann natürlich aber wichtig ist, ist die Frage danach, wer das alles mit Informationen befüllt?*

### **Fragen zur Biografie der Person**

Was ist Ihre höchste abgeschlossene Ausbildung und welcher Tätigkeit gehen Sie hauptberuflich nach? *Ich habe berufsbegleitend Rechtswissenschaften an der Universität Wien 2002 abgeschlossen. Die fünfstündige Prüfung war in Staatsrecht. Vor dem Abschluss des Studiums war ich als Techniker bei der Flughafen Wien AG tätig. Nach Abschluss des Studiums habe ich dann eine Abteilung innerhalb der Flughafen Wien AG übernommen. Jetzt bin ich auch weiterhin Teilzeit bei der Flughafen Wien AG bis 2020 beschäftigt. Es passt auch gut zum Bürgermeister-Job dazu, da es meiner Meinung nach kein Halbtagsjob ist.*

Wann sind Sie geboren? *1957.*

### **Leitfadeninterview Nr. 2; Michael Kreuzer, Bürgermeister von Gutenstein**

- Datum: 14. Juli 2016
- Beginn: 09:30 Uhr
- Dauer: ~ 20 Minuten

### **Lage der Gemeinde (Zivilgesellschaft, Wirtschaft und Kultur)**

Wie ist das gesellschaftliche Engagement der Bevölkerung in Ihrer Gemeinde? *Ich glaube, in Gutenstein haben wir das Glück, dass die Vereine wirklich sehr stark in die Ortschaft, die Marktgemeinde eingebunden sind. Die Landjugend ist bspw. bei uns sehr aktiv. Sie arbeiten auch selbstständig und freiwillig beim Freibad mit. Wie ich die Gemeinde vor 3 Jahren übernommen habe, dass muss man auch dazu sagen, war das Freibad knapp vor dem Zusperrern. Wir haben das Geld aufgetrieben für das Material, aber Arbeitszeit und Arbeit haben wir in Eigenleistung für das Freibad gemacht [Nachfrage: Wie ist die Situation in den ortsansässigen Vereinen?] Ich glaube, es geht eher darum, wenn bei jedem Verein vielleicht 60 dabei sind, sind 15 aktiv und die anderen sind dabei, wenn es darauf ankommt. Ich sage immer, ein Drittel ist immer hyperaktiv, die der Verein bzw. der Kern sind, die alles erhalten tun. Die anderen kommen dann dazu, wenn eine Veranstaltung ist und sie mithelfen müssen.*

Wie viele bzw. welche kulturellen Veranstaltungen finden jährlich statt? *Die Raimundspiele gibt es seit 22 Jahren. Die wurden unter der Führung von Adi Reuscher eingeführt. Es war eine sehr gute Idee. Jetzt fokussieren wir verstärkt die Raimundspiele. Daneben möchten wir auch Nebenveranstaltungen haben. Wir möchten diesen Juni und Juli mit kleinen Veranstaltungen, etwa Kabarett, beginnen. Der Juli und August sollten in Zukunft aber mehr gepusht werden. Auch nicht mehr Freitag bis Sonntag, sondern von Mittwoch bis Samstag. Den Sonntag werden wir wahrscheinlich, wenn man sich die Verkaufszahlen anschaut, aus dem Verkauf nehmen. Die Chancen sind für Abendveranstaltungen am Sonntag gering. Ebenfalls gibt es Grätzlfeste, Maibaumaufstellen und Maibaumumschnitte. Es gibt Bälle. Es gibt dann noch einen Pensionistenverein, wo sie sich regelmäßig treffen. Es gibt auch Wandergruppen, die fast einmal in der Woche etwas unternehmen. Also soziale Kontakte, wer aktiv mitmachen will, ist sicherlich gut in Gutenstein aufgehoben. Weil, wer sagt, er möchte nicht mitmachen, denn kann man auch nicht aus dem Haus rauszerren. Hier funktioniert das Vereinsleben sehr gut.*

Wie sieht die wirtschaftliche Lage in Ihrer Gemeinde aus? *Ich glaube, wir in Gutenstein haben sich früher auf zwei Schienen geschmissen. Einmal die Industrie, weil wir früher eine Nagelfabrik gehabt haben, die Nagelfabrik Schmidt. Und dann noch auf den Tourismus. Jetzt fokussieren wir mehr Tourismus mit jungen Startup-Unternehmen, die nach Gutenstein schauen. [Nachfrage: Gibt es ein konkretes Konzept für die Startup-Szene?] Wir sind gerade dabei, dass wir uns umschauen. [Nachfrage: Spielen Forst- und Landwirtschaft eine Rolle in Gutenstein?] Die Forstwirtschaft hat früher eine Rolle gespielt, aber seit mehr industriemäßig geworden ist, weniger. Früher war auch sehr viel Personal in der Landwirtschaft beschäftigt, wie in der Forstwirtschaft auch.*

Was macht die Gemeinde für ihre Bevölkerung lebenswert? *Ich glaube, das ist die Natur, die wir haben. Auch die Gemeinschaft, der Zusammenhalt und das Freizeitangebot. Wir sind hier schnell beim Unterberg, wo man beim Furtner Skifahren kann. Es gibt also ein Winterangebot. Und man hat in Gutenstein gottseidank noch ein eigenes Freibad noch, wo man sich noch wirklich für soziale Kontakte treffen kann. Ich glaube, man muss die Punkte, die man hat, verstärken und nicht nur als Nebensache nennen.*

## **Gemeindeerneuerungsprozesse (Gesellschaft, Infrastruktur)**

Über welche sozialen Einrichtungen (Kindergarten, Schule, Altenheim etc.) verfügt die Gemeinde? *Es gibt das Altenheim mit etwa 120 Leuten, Kindergarten, eine Volksschule und Gemeindefacharzt mit einer Hausapotheke.*

Gibt es in Ihrer Gemeinde einen NÖ Dorf- und Stadterneuerungsverein? *Es hat einen Verein gegeben, der aber 2016 aufgelöst worden ist. [Nachfrage: Welche Gründe lagen für Auflösung vor?] Es war eine Gruppe, die gesagt hat, dass sie nicht mehr weitermachen wollen. Sie haben sich dann selber aufgelöst. [Nachfrage: Gibt es Bestrebungen, um einen neuen NÖ Dorf- und Stadterneuerungsverein in Gutenstein zu gründen?] Ich glaube im Moment, dass wir 35 Vereine in Gutenstein haben, ist es nicht ausschlaggebend für einen Dorferneuerungsverein. Die Aktivität geht davon aus, dass man die Leute selbst motiviert, ob sie mitarbeiten möchten.*

Wie sieht der Gemeindeerneuerungsprozess in Ihrer Gemeinde aus? *Wir haben in diesem Bereich, gerade in dem Gebäude, in dem wir sitzen, zwei neue Wohnungen frei. Wenn wir das Junge Wohnen hernehmen, haben wir das Problem in Gutenstein, dass wir nicht ausreichend Baugründe haben, weil wir viel Land, Bauland verloren haben durch die Rote Zone und das Aqua 100 [von Hochwasser gefährdete Gebiete].*

## **Gemeindekommunikation**

Über welche Kanäle kommuniziert Ihre Gemeinde (Webseite, Newsletter, Gemeindezeitung/-magazin, Bürgerforum, Plakate, Social Media etc.)? *Wir haben Schautafeln, eine Gemeindezeitung, Facebook und eine Internetseite. Das sind die derzeitigen Kanäle. [Nachfrage: Wird ein elektronischer Newsletter angeboten?] Gibt's auch.*

Gibt es in der Gemeinde eine eigene Abteilung, eine oder mehrere Personen, die für Öffentlichkeitsarbeit zuständig sind? *Es gibt keine eigene Abteilung. Facebook-Betreuung macht bei uns bspw. die Frau Zak. Sie betreut es mit.*

## **Social Media**

Verwendet Ihre Gemeinde Social-Media-Kanäle, um mit der Bevölkerung zu kommunizieren, hat sie früher welche verwendet oder gibt es Überlegungen, welche zu verwenden? *Wir haben Facebook. [Nachfrage: Gibt es dazu ein Konzept?] Alles was aktuell ist, wird hier auf Facebook gestellt. [Nachfrage: Gibt es eine bestimmte Zielgruppe, die in Facebook von der Gemeinde erschlossen wird?] Es ist allgemein, aber auch für jene, die abgewandert sind, damit sie sehen, was in der Heimat los ist.*

Was erwarten Sie sich als Bürgermeister von einem Social-Media-Kanal (Facebook, Twitter, Instagram) Ihrer Gemeinde? *Die Social Media hat in der Gemeinde führe auch funktioniert, wenn man jetzt Lokaltäten wie Wirtshaus hernimmt. Wenn man sagt, man hat sich einmal oder zweimal in der Woche getroffen und einen Gedankenaustausch gemacht, war das Netzwerk da. Jetzt ist es einfach ein großer Kreis. Der Kreis ist einfach groß geworden, der durch dieses Social Media Netz aufgeschlossen worden ist. Wenn gute Beispiele vorangehen, die man zeigen kann, kann man es auch der Öffentlichkeit besser präsentieren. Und man macht die Leute neugieriger hierher zu kommen und etwas zu machen. [= Begründung für die Verwendung von Facebook in der Gemeindekommunikation].*

Gab es ein Budget für die Betreuung von Social-Media-Kanälen von der Gemeinde? *Wir werden ab 2017 ein Budget zur Verfügung stellt, um gewisse Veranstaltungen zu bewerben.*

Verfügen Sie persönlich über ein Profil in Facebook, Twitter, Instagram? *Auf Facebook und Twitter.*

## **Fragen zur Biografie der Person**

Was ist Ihre höchste abgeschlossene Ausbildung und welcher Tätigkeit gehen Sie hauptberuflich nach? *Ich habe einen Matura-Abschluss. Danach habe ich im Lagerhaus gearbeitet, war in der Raiffeisen Filialleiter in Wien. Dann war ich ab 1987 selbstständig. Zuerst habe ich mit ökologischen Kartoffelsäcken gehandelt. Danach habe ich mit Internetprojekten gearbeitet. Ich habe eine Bewertungsseite betrieben, Mein Bauprofilführer. Die haben wir zu zweit betrieben und haben sie dann verkauft.*

Wann sind Sie geboren? *1967.*

### Leitfadeninterview Nr. 3; Christian Wagner, Bürgermeister von Rohr im Gebirge

- Datum: 5. August 2016
- Beginn: 15:00 Uhr
- Dauer: ~ 39 Minuten

#### Lage der Gemeinde (Zivilgesellschaft, Wirtschaft und Kultur)

Wie ist das gesellschaftliche Engagement der Bevölkerung in Ihrer Gemeinde? *Also die Lage ist, aufgrund der Struktur unserer Gemeinde, sehr gut. Ein Großteil der Bevölkerung engagiert sich in vielen verschiedenen Bereichen. Das betrifft nicht nur das Vereinswesen, sondern auch die Kommune. Die Menschen sind sehr offen. D.h. sie gehen aufeinander zu. Sie gehen zu den verschiedenen Veranstaltungen und engagieren sich gerne in vielen verschiedenen Bereichen, die zum Wohl der Gesellschaft und der Gemeinschaft sind.* [Nachfrage: Wie ist die Situation in den ortsansässigen Vereinen?] *In den Vereinen ist es halt unterschiedlich. Die Vereine, die aktiver sind, die mehr auf Leute zugehen oder von denen man mehr hört und sieht, die haben natürlich mehr Zuspruch als wie jene, die ein bisschen im Verborgenen sind, ein bisschen ein Schattendasein haben. Aber ansonsten sind die Vereine sehr gut aufgestellt. Wenn ich Ihnen eine Zahl nenne darf. Wir haben einen Sportverein, der über 200 Mitglieder hat bei einer Gesamtbevölkerungszahl von 500. Wir haben einen eigenen Musikverein. Wir haben eine sehr gut funktionierende Feuerwehr.*

Wie viele bzw. welche kulturellen Veranstaltungen finden jährlich statt? *Es gibt eine Reihe von Veranstaltungen, die jährlich wiederkehrend sind. Traditionellerweise den Maibaumaufschnitt. Eine sehr bekannte kulturelle Veranstaltung, die auch einen kirchlichen Hintergrund hat, ist die Rohrer Frohnleichnamsprozession, wo mit Blumen geschmückte Stangen über die Felder marschiert wird. Es ist eine sehr große Anzahl von Teilnehmern. Auch viele fremde Leute, die teilweise mit Bussen kommen. Der Rohrer Bergadvent ist eine doch über 20 Jahre etablierte Veranstaltungen, wo es auch verschiedenste Kulturangebote gibt. Das sind sozusagen die größeren kulturellen Veranstaltungen. Dann gibt es noch kleinere vonseiten des Musikvereins. Ein Jahreskonzert immer im Frühsommer in der Kirche. Es gibt Jazz-Abende, wo meistens 3 Abende im Sommer Jazz-Darbietungen geboten werden. Von der Veranstaltungstätigkeit wechselt es mit der Gemeinde Schwarza im Gebirge. Es ist so, dass man das Publikum zuerst versucht hat aus dem weiteren Umfeld anzusprechen. Das hat sich aber dann als nicht so sonderlich zielführend herausgestellt. Jetzt macht man das wieder auf einer kleineren Ebene.*

Wie sieht die wirtschaftliche Lage in Ihrer Gemeinde aus? *Also die Ausprägung ist klar in Richtung Holzverarbeitendes Gewerbe oder Holzverarbeitende Industrie. Dort sind auch die meisten Arbeitsplätze bzw. die größten Unternehmungen. Wir haben ein Sägewerk, das also rund 15 Personen beschäftigt, mit dem Drumherum vielleicht 20. Dann gibt es ein Paletten Werk, wo so rund 15 Personen beschäftigt sind. Es gibt dann kleinere Tischlereien. Von der Bevölkerungsgruppe her ist die größte Gruppe in der Landwirtschaft. Wenn es um die größten Wirtschaftsbetriebe geht, dann geht es ehr in Richtung Holzverarbeitendes Gewerbe. Das sind so die größten Wirtschaftsbetriebe und größten Arbeitgeber.* [Nachfrage: Welche Rolle spielen der Sommer- und Wintertourismus?] *Wir waren eine klassische Sommerfrische-Gemeinde. Was jetzt sozusagen die Hauptpunkte des Tourismus sind, ist die Wallfahrt. Wir liegen am Wiener Wallfahrerweg, der hier von Perchtoldsdorf nach Mariazell führt. Wir sind hier ein Etappenort. D.h. die halbe Strecke ist hier bei uns zu Ende. Sehr viele Wallfahrer bleiben hier in Rohr im Gebirge und nächtigen bei uns. Insgesamt schätzen wir, dass 10-15.000 Wallfahrer jährlich den Weg hier gehen. Und es bleiben dann doch sehr viel. Es ist aber auch immer nur eine Nacht, die sie bleiben. Das ist so jetzt vom Sommertourismus der Hauptfaktor. Die Motorradfahrer haben wir zwar, aber da gibt es touristisch jetzt nichts für uns. Die treffen sich alle auf der Kalten Kuchl. Das ist die Nachbargemeinde Kleinzell. Die fahren nur durch. Im Winter ist es halt stark wetterabhängig. Man kann bei uns Langlaufen, man kann Skifahren. Es gibt sehr viele Gäste, die uns besuchen. Wenn es aber so ein Winter ist wie zuletzt, dann gibt es nichts.*

Was macht die Gemeinde für ihre Bevölkerung lebenswert? *Essentiell sind das bereits erwähnt Kommunizieren und die gruppengesellschaftlichen Kontakte der Menschen untereinander. Viele Dinge, die in größeren Gemeinden schon einer Unterstützung durch die öffentliche Hand brauchen, die funktionieren bei uns automatisch. Ich denke daran, wenn ein älterer Mensch Hilfe braucht, weil er nicht mehr alle Dinge selber verrichten kann, dann ist das für unsere Bevölkerung selbstverständlich, diesem Menschen zu helfen. D.h. dass man ihm die Einkäufe erledigt, dass man im Garten hilft, dass man ihn irgendwo mit dem Auto hin transportiert, weil er das selber nicht mehr kann. Diese Dinge funktionieren bei uns noch sehr unkompliziert und ohne Zutun von öffentlichen Einrichtungen. Das ist einer der Punkte. Der Zusammenhalt ist sehr große. Grundsätzlich jetzt auch das Umfeld Natur ist ein sehr gutes. Die Lebensqualität ist einigermaßen OK. In den Sommermonaten werden wir durch einen intensiven Verkehr von einspurigen Fahrzeugen gestört. Darunter leidet die Bevölkerung auch. Da ist ein weiterer Punkt mit der abgeschiedenen Lage. Wir profitieren doch einigermaßen davon, dass uns der Rohrer Sattel von den städtischen Einflüssen ein bisschen fernhält. Und das merkt man beim Heranwachsen der jungen Leute. Wie*

soll ich sagen? Diese Unsitten, Unarten, die es im urbanen Raum dann gibt, das kennt unsere Jungen auch, aber eben auch nur aus Erzählungen. Deren Lebensinhalte sind irgendwie andere und sie nehmen das nicht so an. [Nachfrage: Wie sieht es mit der Bevölkerungsabnahme bzw. -zunahme in Ihrer Gemeinde aus?] Wir leiden sehr unter der Abwanderung. Nicht nur in den letzten 10 oder 20 Jahren, sondern es zieht sich fast über ein Jahrhundert dahin. Und es ist natürlich zu befürchten, dass irgendwann einmal der Ort so klein wird, dass man die ganzen infrastrukturellen Einrichtungen, die man braucht und die man sich geschaffen hat, irgendwann einmal nicht mehr finanzieren wird können. Insofern ist es für uns eine sehr, sehr schwierige Entwicklung, dass wir ständig mit diesen Bevölkerungsabwanderungen kämpfen. Wir haben also viele verschiedene Maßnahmen versucht umzusetzen im Bereich der Siedlungspolitik. Und wir wollen jetzt noch einmal doch einigermaßen entscheidende Punkte in Angriff nehmen und vonseiten der Gemeinde, von denen wir uns erhoffen, dass sie diese Abwanderungstendenz zumindest verlangsamen, eventuell auch umkehren. D.h. wir wollen jetzt zusätzlichen Wohnraum schaffen. Wir haben jetzt verschiedene Aktionen hier gemacht. Wollen jetzt noch einmal im Bereich Wohnbau etwas in die Hand nehmen oder etwas umsetzen. Wir wollen jetzt Wohnungen für junge Leute auf die Beine stellen. D.h. wir wollen kleinere Wohneinheiten schaffen, die zu einem günstigen Preis für die jungen Leute benutzbar sind, damit sie uns gerade in diesen Zeiten der Ausbildung nicht zu sehr abhandkommen. Denn das ist eines der Probleme, dass also die junge Leute, wenn sie ihre Ausbildung beginnen, meistens den Wohnort wechseln. Und wenn die dann einmal in der größeren Gemeinde oder in der Stadt oder so sind, dann kommen sie meistens nicht mehr zurück. Es braucht aber auch Verkehrseinrichtungen. Damit meine ich Infrastruktur, die man bspw. für moderne Medien oder so braucht. D.h. moderne Datennetze, die man nützen kann, dass denke ich mir wäre ein Punkt, um bspw. dem Homeoffice gerecht zu werden. D.h. um hier den Leuten die Möglichkeit zu geben, vielleicht von zuhause aus zu arbeiten. Wenn nicht immer, so wenigstens teilweise. Also das ist sicherlich einer der entscheidenden Punkte, dass man hier die Infrastruktur für einen akzeptablen Datentransfer schafft. Natürlich ist der öffentliche Verkehr ein Thema. Auch da wollen wir initiativ werden über die gemeinsame Region Piestingtal, dass wir hier bessere Netze, was den öffentlichen Verkehr betrifft, auf die Beine stellen können. Der Individualverkehr ist also sehr gut ausgebaut. Und einer der Punkte ist auch die ärztliche Versorgung. Auch hier geht der Wunsch der Bevölkerung in Richtung eines Ärztezentrum.

### **Gemeindeerneuerungsprozesse (Gesellschaft, Infrastruktur)**

Über welche sozialen Einrichtungen (Kindergarten, Schule, Altenheim etc.) verfügt Ihre Gemeinde? Wir haben einen Kindergarten, den wir erst vor einigen Jahren sehr gut ausgebaut haben. Er funktioniert sehr gut und wir haben zwar nur eine Gruppe, kommen jetzt aber momentan an unsere Obergrenze und brauchen für den Herbst, eine Sonderbewilligung des Landes für die Aufnahme eines 21. Kindes. Wir haben auch eine eigene Volksschule, die wir in den letzten beiden Jahren intensiv modernisiert haben, Investitionssumme rund 200.000 EUR, wo wir also alles auf den neusten Stand gebracht haben. Auch das ist für die Kinder ein sehr gutes Angebot. Gemeinsam mit der Gemeinde Schwarzau im der Gebirge haben wir eine Neue Mittelschule, die sich in Schwarzau im Gebirge befindet. Für die Kinder gibt es eben auch die öffentliche Verkehrsanbindung nach Wiener Neustadt, um in eine höhere Schule gehen zu können. Was die Betreuung älterer Menschen betrifft, so haben wir in der Gemeinde hier nichts. Das Angebot des Landespflegeheims ist in Gutenstein.

Gibt es in Ihrer Gemeinde einen NÖ Dorf- und Stadterneuerungsverein? Wir haben erst jetzt wieder diesen Dorf-erneuerungsprozess gestartet. Wir sind jetzt zum dritten Mal in der Aktivphase. [Nachfrage: Wie werden diese Projekte von der Bevölkerung angenommen?] Die Erwartungen der Menschen gehen genau in diese Richtung, die wir jetzt angesprochen haben, nämlich diese Versorgungseinrichtungen, die die ärztliche Versorgung und den Wohnungsbau durch die öffentliche Hand betrifft. Ansonsten in Richtung Elektromobilität. Verschiedene Bereiche eben. Aber die Mitarbeit ist gut, das Engagement der Menschen ist gut. Wir haben eine rege Teilnahme gehabt an diesen Dorfgesprächen und konnten viele Wünsche der Gemeindebürger in die Arbeit einfließen lassen.

### **Gemeindekommunikation**

Über welche Kanäle kommuniziert Ihre Gemeinde (Webseite, Newsletter, Gemeindezeitung/-magazin, Plakate, Social Media etc.)? Zum einen klassische, herkömmliche Papieraussendung mit Informationsschreiben und Gemeindezeitung. Wir verwenden ebenfalls E-Mail. Mit den Gemeindeführern laufen Sitzungstätigkeit, Sitzungseinladungen und Informationsweitergabe zu Veranstaltungen stärker über E-Mail ab Ansonsten dieser Facebook-Auftritt, der hat sich jetzt zufälligerweise ergeben. [Nachfrage: Gibt es in der Gemeinde eine eigene Abteilung, eine oder mehrere Personen, die für Marketing zuständig sind?] Dazu haben wir die Kapazitäten nicht.

### **Social Media**

Verwendet Ihre Gemeinde Social-Media-Kanäle, um mit der Bevölkerung zu kommunizieren, hat sie früher welche verwendet oder gibt es Überlegungen, welche zu verwenden? Im Frühsommer oder im Frühling dieses Jahres. Wir haben einen neuen Vizebürgermeister bekommen, der mit modernen Medien mehr vertraut ist. Und ich weiß

jetzt nicht mehr den genauen Grund dafür. Er wollte etwas veröffentlichen, publizieren und hat dabei gesagt, er macht jetzt einen Auftritt für die Gemeinde, um das durchführen zu können. So hat sich dieser Facebook Auftritt ergeben. [Nachfrage: Verfügen Sie persönlich über ein Profil in Facebook, Twitter, Instagram oder verwenden Instant-Messenger (Facebook, WhatsApp, Viber)?] *Nein, habe und verwende ich nicht.*

Was erwarten Sie sich als Bürgermeister von einem Social-Media-Kanal (Facebook, Twitter, Instagram) Ihrer Gemeinde? *Also eine unheimlich große Zielgruppe ist zu erreichen – glaube ich. Informationsaustausch auf einem sehr kurzen und schnellen Wege ist über diese Medien möglich. Es wird wahrscheinlich zukünftige mehr und mehr notwendig sein, diese Medien zu nutzen. Ich persönlich bin jetzt aber nicht jemand, der sich vor modernen Medien verschießt, der aber mit den konkret angesprochen momentan noch nicht allzu viel anfangen kann.* [Nachfrage: Gab es ein Budget für die Betreuung von Social-Media-Kanälen von der Gemeinde?] *Nein, ich schätze nicht.*

### **Fragen zur Biografie der Person**

Was ist Ihre höchste abgeschlossene Ausbildung und welcher Tätigkeit gehen Sie hauptberuflich nach? *Die höchste abgeschlossene Ausbildung ist die AHS Matura. Ich habe nach meinem Schulabschluss 23 Jahre im Bankwesen gearbeitet. Dann habe ich im Jahr 2005 im Landesdienst beim Land Niederösterreich begonnen. Bürgermeister bin ich seit 2002.*

Wann sind Sie geboren? *1963*

Leitfadeninterview Nr. 4; Hubert Postiasi, Bürgermeister von Pernitz

- Datum: 23. August 2016
- Beginn: 15:00 Uhr
- Dauer: ~ 34 Minuten

### **Lage der Gemeinde (Zivilgesellschaft, Wirtschaft und Kultur)**

Wie ist das gesellschaftliche Engagement der Bevölkerung in Ihrer Gemeinde? *Die Bevölkerung von Pernitz ist sehr interessiert, dass wir Vereine in der Gemeinde haben, um sich an Veranstaltungen zu beteiligen. Zudem funktioniert eine Gemeinde schwer ohne die Vereine. Sie sind somit ein wichtiger Teil unserer Gemeinde. Sie helfen sich zudem gegenseitig.* [Nachfrage: Wie ist die Situation in den ortsansässigen Vereinen?] *Die Musikkapelle ist aktiv mit 45-50 Mitgliedern. Die Freiwillige Feuerwehr hat an die 60 Mitglieder. Die Berg- und Naturwacht hat etwa 20 Mitglieder. Die Dorferneuerung weist an die 150 zahlende Mitglieder auf. Viele Vereine sind, da Waidmannsfeld-Neusiedl gleich daneben ist, in beiden Gemeinden aktiv bzw. die Mitglieder kommen aus beiden Gemeinden.*

Wie viele bzw. welche kulturellen Veranstaltungen finden jährlich statt? *Jährlich haben wir das Adventsingen und den Adventmarkt. Dann gibt es einmal im Jahr ein Kabarett. Jedes zweite Jahr haben wir einen Gospel-Chor. Wir haben zudem noch 6 Grätzlfeste im Gemeindegebiet.*

Wie sieht die wirtschaftliche Lage in Ihrer Gemeinde aus? *Landwirtschaft ist bei uns wenig, weil die Struktur nicht groß gegeben ist. Pernitz hat eine landwirtschaftliche Nutzfläche von 80 ha und Bauland-Anteil von etwa 250 ha. Sonst ist die übrige Fläche Wald. Wir haben von Pernitzer Unternehmen das Nightshopping jedes Jahr. Von den Lebensmittelgeschäften sind wir ebenfalls gut aufgestellt. Wir sind von der Versorgung her auch ein zentraler Ort im oberen Piestingtal. Zudem haben wir die SCA Ortman, Schönthaler oder Preis & Co, die sehr viele Beschäftigte führen. Dann gibt es noch Baufirmen, Zimmereien usw. Was uns zudem fehlt, wenn wir den Tourismus hernehmen, wobei wir hier die Ausflugsziele usw. in den Nachbargemeinden haben, sind Nächtigungsmöglichkeiten. Wenn ein Bus in Pernitz ankommt, gibt es für diese Touristenmengen keine ausreichende Unterkunft. Wobei wir Einzelzimmervermietung und Pensionen haben.*

Was macht die Gemeinde für ihre Bevölkerung lebenswert? *Wir sind etwas weg von der Autobahn. Nach Pernitz zieht es viele Menschen von außerhalb, die Bauplätze erwerben usw. Wir haben natürlich die Industrie, die 4 Großmärkte usw. Die Versorgung ist entsprechend gegeben. Die Menschen wollen auch in der Natur leben, auch wenn sie in der Stadt arbeiten. Hier haben wir auch vom medizinischen Bereich eine gute Versorgung, wenn wir bspw. das Therapiezentrum hernehmen. Dann ist natürlich der öffentliche Verkehr für uns wichtig. Die Zugverbindung nach Wiener Neustadt ist wichtig, hier wollen wir auch künftig schauen, was wir verbessern können. Die Querverbindungen des öffentlichen Verkehrs sind nicht ganz optimal, da es keine Verbindung in die Täler gibt.*

*Uns fehlt ebenfalls Bauland, das nicht vom Hochwasser gefährdet ist, um leistbares Wohnen zu ermöglichen. Dann kommt dazu, dass wir weitere Arbeitsplätze brauchen.*

### **Gemeindeerneuerungsprozesse (Gesellschaft, Infrastruktur)**

*Über welche sozialen Einrichtungen (Kindergarten, Schule, Altenheim etc.) verfügt die Gemeinde? Wir haben einen Kindergarten mit Nachmittagsbetreuung. In der Schule haben wir einen Hort. Es gibt eine unternehmerische 24h Betreuung, mit der die Gemeinde selber nichts zu tun hat. Es gibt auch Erhebungen für betreutes Wohnen, da ist die Gemeinde Pernitz eine gute Möglichkeit im Piestingtal. Wir haben eine Volksschule, Neue Mittelschule, Polytechnikum und eine Sonderschule. Zudem ist die Anbindung an weiterführende Schulen in Wiener Neustadt und das Gymnasium in Berndorf gegeben.*

*Wie sieht der Gemeindeerneuerungsprozess in Ihrer Gemeinde aus? Die Menschen stehen hinter den Projekten. Sie werden sehr gut angenommen. In den letzten Jahren wurden einige interessante Verschönerungsaktionen durchgeführt, wie bspw. unser Gemeindewappen im Raimundpark. Ebenfalls finden sich neue Gemeindesymbole an den Einfahrten zur Gemeinde bzw. an den Ausfahrten. Die Dorferneuerung ist auch an der Erhaltung kultureller Symbolik unserer Gemeinde beteiligt, wie dem Dirndl usw.*

*Welche Projekte laufen gerade, die die Gemeinde erneuern und zukunftsfähig machen sollen? Hier geht es uns um die Ortsentwicklung bzw. die Zentrumsentwicklung. Der Verkehr ist ein wichtiges Anliegen, der derzeit durch das Ortszentrum führt. Denn der Verkehr nach Muggendorf, Gutenstein und Rohr im Gebirge führt durch Pernitz und somit direkt durch das Ortszentrum.*

### **Gemeindekommunikation**

*Über welche Kanäle kommuniziert Ihre Gemeinde (Webseite, Newsletter, Gemeindezeitung/-magazin, Plakate, Social Media etc.)? Wir haben eine Homepage, die neugestaltet worden ist. Wir haben eine Gemeindezeitung. Die Grätzlfeste bieten zudem die Möglichkeit, dass mit der Bevölkerung geplaudert wird. Die Bevölkerung kommt auch zur Sprechstunde oder ruft mich einfach an. Wir haben auch einen gedruckten Gemeindekalender, in dem auch Veranstaltungen eingetragen sind. [Nachfrage: Bietet die Gemeinde einen E-Mail Newsletter an?] Ja, gibt es schon. Da werden bspw. die Veranstaltungen, die in der Gemeinde stattfinden, eingetragen und mitgeteilt.*

*Gibt es in der Gemeinde eine eigene Abteilung, eine oder mehrere Personen, die für Marketing zuständig sind? Nein, wir haben da niemanden.*

### **Social Media**

*Verwendet Ihre Gemeinde Social-Media-Kanäle, um mit der Bevölkerung zu kommunizieren, hat sie früher welche verwendet oder gibt es Überlegungen, welche zu verwenden? Wir haben so etwas nicht. Ich bin mit der Computerelektronik nicht so vertraut. Bei uns im Gemeinderat eigentlich auch niemand. Zumindest fällt mir jetzt niemand ein, der sich damit intensiv beschäftigt. Ich fange auch nichts mit WhatsApp usw. an. Aber sicher wäre es interessant, solche Medien zu verwenden. Es braucht aber ein Interesse, dass es verwendet wird. [= Begründung für die Nichtverwendung sozialer Medien]*

### **Fragen zur Biografie der Person**

*Was ist Ihre höchste abgeschlossene Ausbildung und welcher Tätigkeit gehen Sie hauptberuflich nach? Ich habe eine Lehre als Landmaschinenmechaniker abgeschlossen. Zwei Jahre war ich dann als Arbeiter im elterlichen Betrieb tätig. Mit der Heirat bin ich nach Feichtenbach gezogen und bin bis heute Vollerwerbslandwirt geblieben. Im Jahr 2006 habe ich dann als Ortsvorsteher in Feichtenbach begonnen. Im Jahr 2010 wurde ich Gemeinderat und seit 2013 bin ich Bürgermeister in Pernitz.*

*Wann sind Sie geboren? 1965*

### **Leitfadeninterview Nr. 5; Michael Zehetner, Bürgermeister von Waldegg**

- Datum: 23. August 2016
- Beginn: 17:00 Uhr
- Dauer: ~ 22 Minuten

## **Lage der Gemeinde (Zivilgesellschaft, Wirtschaft und Kultur)**

Wie ist das gesellschaftliche Engagement der Bevölkerung in Ihrer Gemeinde? *Die alteingesessenen Leute haben eine gute Verbindung zu den Vereinen. Allgemein wird aber das Vereinsleben weniger. Es kommen weniger neue Mitglieder zu den Vereinen. Ich habe das Gefühl, dass bspw. über soziale Netzwerke mehr kommuniziert und weniger ausgegangen wird, um sich mit Menschen zu unterhalten. Man bleibt eher daheim und kommuniziert über Handy und Facebook, als dass man zu Vereinen geht und sich dort unterhält. Die die schon lange in Waldegg wohnen, sind mit den Vereinen aufgewachsen. Wir haben zahlreiche Vereine: Feuerwehren, Dorferneuerung, mehrere Sportvereine, Musikvereine usw.*

Wie viele bzw. welche kulturellen Veranstaltungen finden jährlich statt? *Wir haben jetzt im Herbst die Waldegger Kulturtag. Angeboten werden dabei Kabarett, Musikveranstaltungen, Vernissagen. Unter dem Jahr machen Vereine unterschiedliche Veranstaltungen. Die Feuerwehr hat ihre Feste usw.*

Wie sieht die wirtschaftliche Lage in Ihrer Gemeinde aus? *Wir haben eine sehr gute und große Wirtschaft. Wir haben mit unserer Waldegger Wirtschaft, bei 2.000 Einwohnern, ca. 1.000 bis 1.200 Arbeitsplätze zu bieten. Die Wopfinger Baustoffindustrie, die ASTA Drahterzeugung, Teufel Transportunternehmen usw. sind große Unternehmen. Auf der anderen Seite werden aber die Bauern immer weniger. Die letzten Bauern, die wir haben, werden größer. Sie bewirtschaften immer mehr Fläche. [Nachfrage: Wie schaut es mit dem Tourismus aus?] *Der Tourismus ist eher ein Randbereich. Wir haben Radfahrer, die durch unsere Gemeinde durchfahren, sind aber keine eigentliche Tourismusgemeinde.**

Was macht die Gemeinde für ihre Bevölkerung lebenswert? *Wir haben gute Arbeitsplätze und die Anbindung nach Wiener Neustadt. Wir sind in der Natur und haben viele Naherholungsgebiete (Radweg, Wanderwege, Sportanlagen, toller neuer Spielplätze, Freibad). Unser höchstes Wirtshaus ist auf 1.002 m das Waldegg Haus (Hohe Wand). Wir haben das erste betreute Wohnen im Piestingtal gebaut, mit einem sehr guten Zuspruch. Jetzt gehen wir das Junge Wohnen an, um Möglichkeit für junge Leute anbieten zu können, damit sie hier bei uns bleiben können. Wir haben auch einen neuen Kindergarten. Die Volksschule ist jetzt generalsaniert worden.*

## **Gemeindeerneuerungsprozesse (Gesellschaft, Infrastruktur)**

Über welche sozialen Einrichtungen (Kindergarten, Schule, Altenheim etc.) verfügt Ihre Gemeinde? *Wir haben das betreute Wohnen, Kindergarten, Schulen. Das Vereinsleben funktioniert. Junges Wohnen und Bildungsmöglichkeiten habe ich bereits erwähnt.*

Gibt es in Ihrer Gemeinde einen NÖ Dorf- und Stadterneuerungsverein? *Ja! Die Dorferneuerung ist eine Bereicherung für unsere Gemeinde. Wir haben in diesem Verein ca. 250 Mitglieder. Sie wird auch sehr gut angenommen. Viele Projekte werden hier initiiert, die auch von der Gemeinde unterstützt werden. Das Markenzeichen ist, dass Menschen aktiv sind, die sich vielleicht in anderen Vereinen nicht oder nicht so einbringen. Leute werden eben aktiviert, die vielleicht so nicht aktiviert werden können.*

Wie sieht der Gemeindeerneuerungsprozess in Ihrer Gemeinde aus? *Das größte momentane Projekt ist die Sanierung der Volksschule. Wir werden belebt mit einer neuen Schulform, die allgemeine Sonderschule. Die Landesberufsschule ist fertiggestellt worden. Wir starten nun ein großes Projekt im Oktober, um eine neue Begegnungszone im Gemeindemittelpunkt zu gestalten. Ein wichtiges Projekt ist das Hochwasserschutzprojekt, um den Ortsteil Waldegg-Peisching von Hochwasser zu schützen, damit wir auch Bauland absichern. Es gibt dann Projekte, mit denen die Wasserversorgung erweitert wird.*

## **Gemeindekommunikation**

Über welche Kanäle kommuniziert Ihre Gemeinde (Webseite, Newsletter, Gemeindezeitung/-magazin, Plakate, Social Media etc.)? *Uns ist wichtig, dass wir eine Homepage haben, die tagesaktuell ist. Es vergeht fast kein Tag, wo nicht etwas auf der Homepage steht. Viele Themen werden transportiert, die für Bevölkerung wichtig sind. Ebenfalls wird kommuniziert, was unsere Leute alles leisten. Dann haben wir eine Gemeindezeitung, die viermal im Jahr erscheint. Hier werden auch die Artikel verarbeitet, die auf der Homepage sind. Zudem drucken wir unsere Gemeinderatsprotokolle drin ab. Die Protokolle sind auch auf der Homepage angeführt. Wir haben zudem einen E-Mail Newsletter, mit dem auch über aktuelle Veranstaltungen informiert wird. Kanäle wie Facebook & Co. haben wir bewusst nicht aktiviert.*

Gibt es in der Gemeinde eine eigene Abteilung, eine oder mehrere Personen, die für Marketing zuständig sind? *Ja, das macht der Vizebürgermeister.*

## Social Media

Verwendet Ihre Gemeinde Social-Media-Kanäle, um mit der Bevölkerung zu kommunizieren, hat sie früher welche verwendet oder gibt es Überlegungen, welche zu verwenden? *Soziale Medien werden nicht verwendet. Ich habe dazu eine klare Stellung. Die Gesellschaft wird nicht besser dadurch. Es stößt sehr viel auf.* [= Begründung für die Ablehnung von sozialen Medien wie Facebook] *Facebook ist bisher noch nicht genommen worden.*

Verfügen Sie selbst über ein Profil in Facebook, Twitter, Instagram? *Persönlich nütze ich nichts. Ich habe auch nicht WhatsApp.*

## Fragen zur Biografie der Person

Was ist Ihre höchste abgeschlossene Ausbildung und welcher Tätigkeit gehen Sie hauptberuflich nach? *Ich habe die Werkmeisterschule für Elektrotechnik und Sanitär- und Heizungstechnik abgeschlossen. Ich habe bei der EVN Elektriker gelernt und bin bis heute im Unternehmen.*

Wann sind Sie geboren? *1975.*

## Leitfadeninterview Nr. 6; Wolfgang Stückler, Bürgermeister von Miesenbach

- Datum: 26. August 2016
- Beginn: 10:00 Uhr
- Dauer: ~ 29 Minuten

## Lage der Gemeinde (Zivilgesellschaft, Wirtschaft und Kultur)

Wie ist das gesellschaftliche Engagement der Bevölkerung in Ihrer Gemeinde? *Die Vereine bringen sich sehr gut ein. Etwa 80 Prozent der Jugend sind in den Vereinen dabei. Drogenprävention ist für uns kein Thema mehr. Als Beispiel sei die Musikschule genannt, die ab dem 6. oder 7. Lebensjahr integriert. Die Kinder kommen später nicht in irgendwelche Suchtprobleme. Mit 714 Einwohner haben wir sicherlich 7 bis 8 Vereine. Wir haben einen Jugendverein, einen Kunst- und Kulturverein, einen Musikverein, Gesangsverein, Seniorenbund, Bierverein und einen Perchtenverein.*

Wie viele bzw. welche kulturellen Veranstaltungen finden jährlich statt? *Wir haben ein Museum, das ganzjährig geöffnet hat. Es ist das Gauermannmuseum. Jährlich haben wir vier Sonderausstellungen. Dann haben wir Musikfeste, die jeder Verein hat. Es gibt das Musikersommerfest, das drei Tage dauert. Der Männergesangsverein hat eine Messe, die einen Tag dauert. Der Jugendverein macht diverse Turniere. Wir sind eine familienfreundliche Gemeinde, auch hier werden viele Ferienspiele angeboten.*

Wie sieht die wirtschaftliche Lage in Ihrer Gemeinde aus? *Bei uns überwiegt der Dienstleistungssektor. Die Handwerksbetriebe sterben langsam aus. Es gibt Abwanderungen oder sie sperren zu. In der Gemeinde werden viele Immobilien verkauft, womit dann ein Zuwachs ermöglicht wird. Wir haben viele Selbstständige, Ehepaare oder Geschiedenen, alle Einzelunternehmer im Dienstleistungsgewerbe (Masseur, Steuerberater, Fliesenleger usw.). Zudem ist der Tourismus für uns sehr wichtig. Wir haben einen Tagestourismus. Von den Betten haben wir 60, sind daher auch am besten aufgestellt in der IG Piestingtal. Durch die Kulturvernetzung mit dem Gauermannmuseum sind wir in verschiedenen Marketingbereichen vertreten. Wir haben einen Gastwirt, der selber nach Deutschland fährt und sich bei den Messen vermarktet.*

Was macht die Gemeinde für ihre Bevölkerung lebenswert? *Der persönliche Kontakt. Die Hilfsbereitschaft ist untereinander gegeben. Selbst die, die frisch zugezogen sind, werden so integriert. Wir haben eine offene Art zu reden. Bei 714 Einwohnern ist es sicherlich viel einfacher. Das soziale Gewissen ist vorhanden, dass sich jeder einbringt. Wir haben hier den Vorteil, dass wir nicht weit entfernt sind von Wiener Neustadt. Wir haben die sämtliche Infrastruktur in den Nachbargemeinden. Wir haben die Ruhe, Brauchtum, viele Hunde und Pferde, sind tolerant mit allem, was mit Tourismus zu tun hat. Das Ziel muss sein, dass wir objektiv sind. Unsere Nahversorgung und Infrastruktur liegt in Pernitz. Unser Ziel ist es, die Gemeinde zu erweitern. Die Bevölkerungszahl soll steigen. Das soll u.a. durch Umwidmungen und durch leistbares Wohnen erfolgen. Wir wollen das machen, was andere nicht machen wollen. In Planung ist beispielsweise ein Kulturzentrum usw. Wir suchen auch Innovationen im Kulturbereich. Nichts spricht beispielsweise für eine Privatklinik, die mit ausländischen Investoren errichtet wird. Uns geht es allerdings darum, dass die Gemeinde nicht belastet wird.*

## **Gemeindeerneuerungsprozesse (Gesellschaft, Infrastruktur)**

Über welche sozialen Einrichtungen (Kindergarten, Schule, Altenheim etc.) verfügt Ihre Gemeinde? *Wir haben einen Kindergarten. Die Betreuung ist ab 1 Jahr. Persönlich mache ich sogar Kinderratssitzungen, um auch Kindern eine Gleichbehandlung zu bieten. Gleiches gilt dem Seniorenbund. Wir sind eine kinderfreundliche Gemeinde, dieser Schritt war uns einfach wichtig. Wir sind bestrebt, ein günstiges Wohnen zu ermöglichen. Die Kinder bekommen Gratis-Skipässe für den Unterberg [Skigebiet in der Gemeinde Muggendorf].*

Gibt es in Ihrer Gemeinde einen NÖ Dorf- und Stadterneuerungsverein? *Wir sind dabei, dass wir aktiv werden. Ein Verein besteht noch nicht. Die Problematik bei dem Ganzen ist, dass, sobald du schon ein Projekt hast, es nicht mehr unterstützt wird. Projekte, die in Planung sind und dann Mittel beantragen wollen, werden, wurde mir telefonisch mitgeteilt, nicht mehr unterstützt. Waldegg hat beispielsweise sehr von der Dorferneuerung profitiert.*

Wie sieht der Gemeindeerneuerungsprozess in Ihrer Gemeinde aus? *Wir machen einen Schneebergland-Wanderweg, mit einer Schutzhütte auf der Dürren Wand. Die ist saniert worden, nachdem sie durch einen Eisregen in Mitleidenschaft gezogen worden ist. Wir sind eine Sanierungsgemeinde. Wir können uns nur mittels Personen beteiligen. Die Projekte werden von der Bevölkerung sehr gut angenommen. Straßenbeleuchtung, Holzhaus und eine Brücke für die Kinder wurden gebaut, damit sie in den Zauberwald [Freizeitanlage] sicher kommen. Wir sind an der thermischen Sanierung der Volks- und Mittelschule [in Pernitz] beteiligt, Sanierung unseres Panoramaweges, Friedhofsmauer wurde saniert, ein Kinderhort wurde errichtet, Straßen- und Kanalbauten wurden durchgeführt.*

## **Gemeindekommunikation**

Über welche Kanäle kommuniziert Ihre Gemeinde (Webseite, Newsletter, Gemeindezeitung/-magazin, Plakate, Social Media etc.)? *Wir haben eine Gemeindezeitung in dieser Weise nicht. Es gibt am Jahresende eine Gesamtübersicht. Sonst haben wir eine Webseite und einen Newsletter. Sonst kommunizieren wir persönlich.*

## **Social Media**

Verwendet Ihre Gemeinde Social-Media-Kanäle, um mit der Bevölkerung zu kommunizieren, hat sie früher welche verwendet, gibt es Überlegungen, welche zu verwenden? *Wir verwenden derzeit kein Facebook. Es ist zwar ein gutes Medium, aber es gibt eine Kommunikation in den Kommentaren, die oft unangenehm sein kann. [=Begründung für eine geschlossene Facebook Gruppe und gegen eine Facebook Seite] Ich habe aber eine geschlossene Gruppe in Facebook für die Gemeinde Miesenbach. Sie ist für alle Miesenbacher da. Da werden zum Beispiel besondere Ereignisse (Geburtstage usw.) gratuliert. Die Diskussionen mit Argumentation kommen in Vieraugen zustande. Wir haben auch zurzeit nicht die Möglichkeit, dass wir hier eine professionelle Betreuung ermöglichen. Die Aktualität braucht es.*

Verfügen Sie selbst über ein Profil in Facebook, Twitter, Instagram? *Ich habe ein privates Facebook Profil.*

## **Fragen zur Biografie der Person**

Was ist Ihre höchste abgeschlossene Ausbildung und welcher Tätigkeit gehen Sie hauptberuflich nach? *Ich habe Fleischer gelernt. Bin jetzt seit 31 Jahren bei Baumit [Baustoffindustrie]. Bin in der mittleren Führungsebene und zuständig für Produktion der gesackten Wahre und Logistik. Jetzt bin ich nebenbei auch Bürgermeister.*

Wann sind Sie geboren? *1962.*

## **Leitfadeninterview Nr. 7; Gottfried Brandstetter, Bürgermeister der Gemeinde Muggendorf**

- Datum: 30. August 2016
- Beginn: 16:00 Uhr
- Dauer: ~ 40 Minuten

## **Lage der Gemeinde (Zivilgesellschaft, Wirtschaft und Kultur)**

Wie ist das gesellschaftliche Engagement der Bevölkerung in Ihrer Gemeinde? *Vor über 20 Jahren haben wir einen Verein gegründet, den VBO. Es ist ein Kulturverein für Verschönerung, Brauchtum und Ortsbildpflege. Den haben wir jetzt eingebunden in die Dorf- und Stadterneuerung. Dies passierte erst letztes Jahr [2015]. In der*

*Gemeinde war relativ wenig Spielraum, um etwas über die Gemeinde zu machen. So hat sich ein Verein etabliert, um bspw. Veranstaltungen (Maibaumumschnitt, Sonnenfeiern usw.) durchzuführen. Heute ist Vieles aber nicht mehr möglich, weil die Leute immer weniger Zeit haben. Deswegen gibt es diese Schwerpunkte. Sonst haben wir zwei Feuerwehren. Wir haben einen Seniorenbund, der gemeinsam mit den Leuten in der Gemeinde Pernitz arbeitet. Früher hatten wir einen aktiven Sportverein im Wintersportbereich. Wir haben aber ein gemischtes Verhältnis in den Vereinen, wenn wir die Feuerwehren anschauen, wo verschiedene Altersgruppen dabei sind. Dagegen sind im Dorferneuerungsverein mehr ältere Menschen. Allgemein haben wir auch einen sehr guten Zusammenhalt in der Gemeinde. Einzig ist vielleicht zu nennen, dass wir nicht mehr so einfach zu jüngeren Leuten, einen Zugang erhalten.*

*Wie viele bzw. welche kulturellen Veranstaltungen finden jährlich statt? Als Gemeinde machen wir einmal im Jahr ein Kinderfest. Die Feuerwehren haben auch ihre Feste.*

*Wie sieht die wirtschaftliche Lage in Ihrer Gemeinde aus? Die Land- und Forstwirtschaft ist nach wie vor da. Besonders Forstwirtschaft ist hier vorhanden. Dagegen haben wir lediglich ein Sägewerk hier, das ein Einmannbetrieb ist. Bei 52 km<sup>2</sup> Fläche sind über 90 Prozent Wald. Die Jagdwirtschaft ist eine wichtige Einnahmequelle für die Landwirte. Die Vollerwerbsbauern werden aber immer weniger. Sonst haben wir einige Einzelbetriebe. Der größere Teil ist im Sommer die Gastronomie. Zwei Wirtshäuser leben von den Myrafällen von Frühjahr bis Herbst. Im Winter haben wir mit Unterberg ein Skigebiet, das jedoch in den letzten zwei Jahren nicht gut lief. Der Schnee fehlte. Sonst haben wir ebenfalls weitere Wirtshäuser in den Ausflugszielen (Unterberg, Steinwaldklamm, Kieneck). Der Tourismus ist für uns daher sehr wichtig. Dann haben wir noch das Conrad-Observatorium von der Zentralanstalt für Meteorologie und Geodynamik. Ab den 1910 Jahre gab es eine Stromproduktion an den Myrafällen, die bis in die 1970er Jahre sogar Strom nach Wiener Neustadt produziert und geliefert hat.*

*Was macht die Gemeinde für ihre Bevölkerung lebenswert? Wir haben die Natur. Wir haben keine Durchzugsstraßen in der Gemeinde. In den letzten 20 Jahren haben wir von der Bevölkerungszunahme ein Plus von 20 Prozent. Wir haben insgesamt etwa 60 Wohnungen in der Gemeinde. Die Nahversorgung ist in Pernitz. Bei uns ist es leistbar. Was uns aber fehlt, ist der öffentliche Verkehr. Der Schulbus ist aber da.*

### **Gemeindeerneuerungsprozesse (Gesellschaft, Infrastruktur)**

*Über welche sozialen Einrichtungen (Kindergarten, Schule, Altenheim etc.) verfügt die Gemeinde? Wir haben seit 15 Jahren einen Kindergarten, der gut besucht ist. Heute haben wir inzwischen 16 oder 18 Kinder.*

*Wie sieht der Gemeindeerneuerungsprozess in Ihrer Gemeinde aus? Wir haben dieses Jahr einen Dorfbrunnen errichtet. Die Projekte sind, aufgrund der kurzen Teilnahme, noch im Anfangsstadium. Zuerst haben sich einige Leute aufgeregt. Jetzt sind sie aber sehr zufrieden damit. Sonst findet sich fast für die gesamte Gemeinde, die Stromversorgung unter der Erde. Kanalbau ist ebenfalls zu nennen, der 16-17 km lang ist. Künftig soll die Straßenbeleuchtung auf Niedrigstrom umgestellt werden. Straßenerneuerung ist eine Standardsache. Wir haben allerdings zu wenige Parkplätze, weil wir auch viele Besucher haben, die wegen den Myrafällen kommen. Mülltrennung wurde bereits in den 1980er Jahren implementiert.*

*Wir haben ein Bevölkerungsplus, das durch den Wohnungsbau kommt. Wir haben dazu die Wohnbaugesellschaft gewonnen, obwohl sie zuerst nicht glauben wollten, das zu uns jemand herziehen möchte. Wir haben sie vom Gegenteil überzeugt. Dieser Schritt war auch notwendig, da wir gesehen haben, dass unser Kinder wegziehen. Die Leute kommen aus den Nachbargemeinden des Piestingtals (Rohr, Pernitz, Miesenbach usw.).*

### **Gemeindekommunikation**

*Über welche Kanäle kommuniziert Ihre Gemeinde (Webseite, Newsletter, Gemeindezeitung/-magazin, Bürgerforum, Plakate, Social Media etc.)? Es wird einerseits über die Feuerwehren kommuniziert. Wir haben eine Gemeindezeitung als Informationsaussendungen. Über das Jahr sind es etwa 8 Informationsaussendungen. Wir haben auch eine Gemeindehomepage und haben jetzt die Gemeinde-App Gem2Go eingeführt, wo wir dabei sind.*

### **Social Media**

*Verwendet Ihre Gemeinde Social-Media-Kanäle, um mit der Bevölkerung zu kommunizieren, hat sie früher welche verwendet oder gibt es Überlegungen, welche zu verwenden? Das Facebook haben wir in der Gemeinde nicht. Ich bin nicht jemand, der sich täglich über 3 Stunden dem widmet. Wir haben das Gem2Go und die Homepage. Wir arbeiten aber an der Verbesserung der Internetverbindung (Glasfasernetz), weil es einfach wichtig ist. Wir kommunizieren mit den Parteien in der Gemeinde hervorragend. Wir brauchen uns nicht gegenseitig bekriegen. Ganz im Gegenteil, wir arbeiten auf Einstimmigkeit in der Gemeinde zusammen. Wir kennen uns alle oder zumindest vom Sehen. Wir haben nicht die Probleme der Stadt. [= Begründung für Ablehnung sozialer Medien]*

Verfügen Sie persönlich über ein Profil in Facebook, Twitter, Instagram? *Ich bin in den Medien nicht stark.*

### **Fragen zur Biografie der Person**

Was ist Ihre höchste abgeschlossene Ausbildung und welcher Tätigkeit gehen Sie hauptberuflich nach? *Ich habe die Tischlerlehre abgeschlossen. Danach habe ich mich für sehr viel interessiert. Meine Frau und ich hatten ein Sportgeschäft. Ich bin nicht Diplomingenieur und auch nicht Ingenieur. Ich bin 10 Jahre Skirennen in Niederösterreich gefahren, bin in Österreich viel herumgekommen usw.*

Wann sind Sie geboren? *1950.*

### **Leitfadeninterview Nr. 8; Roland Braimeier, Bürgermeister von Markt Piesting**

- Datum: 20. September 2016
- Beginn: 16:00 Uhr
- Dauer: ~ 30 Minuten

### **Lage der Gemeinde (Zivilgesellschaft, Wirtschaft und Kultur)**

Wie ist das gesellschaftliche Engagement der Bevölkerung in Ihrer Gemeinde? *Wir haben eine sehr angenehme Zusammenarbeit mit den Vereinen. Auch ist ihr Engagement sehr beispielhaft. Wir unterstützen uns also gegenseitig. Wir haben eine sehr herzeigbare Vereinslandschaft. Das sind etwa 20 Vereine, die hier aktiv sind. Jeder Verein hat seinen Bereich abgesteckt. Die Kommunikation unter den Vereinen ist gegeben, könnte aber auch manchmal besser sein. Gerade dann, wenn es um Veranstaltungen geht, die manchmal sehr eng aneinandergereiht sind, weil es auch wenige Ausweichmöglichkeiten gibt. Die Vereine stehen gut seitens Mitglieder, die nicht nur Vorstandsfunktionen bekleiden, sondern auch tatkräftig mithelfen und mitarbeiten. In Dreistetten haben wir eine aktive Jugend. Die Feuerwehren finden sich in den jeweiligen Ortsteilen.*

Wie viele bzw. welche kulturellen Veranstaltungen finden jährlich statt? *Wir haben klerikale Veranstaltungen mit den klassischen kirchlichen Festen. Vom weltlichen Kulturgut haben wir zwei Initiativen, die die kulturellen Veranstaltungen betreiben. Hier geht es um Musik- und Theatervorstellungen. Dann gibt es noch Ausstellungen usw.*

Wie sieht die wirtschaftliche Lage in Ihrer Gemeinde aus? *Die wirtschaftliche Situation in der Gemeinde ist sehr durchwachsen. Dominieren tut der klassische Bausektor. Dann gibt es viele Beschäftigte im Dienstleistungsbereich und insbesondere in der medizinischen Versorgung. Die größte Firma ist im Bereich der Antriebstechnik tätig. Der Tourismus ist bei uns ein überschaubarer Bereich. Er beschränkt sich eigentlich nur auf den Piestingtal-Radwanderweg, der überörtlich und überregional beworben wird, über verschiedene Medien. Des Weiteren haben wir das Waldbad und den Eislaufplatz. Das sind die touristischen Highlights.*

Was macht die Gemeinde für ihre Bevölkerung lebenswert? *Wir sind in der glücklichen Lage, geographisch so gelegen zu sein, dass wir einerseits die Verkehrsinfrastruktur nützen können und andererseits die Erholungsmöglichkeiten gegeben sind, dass wir 5 Minuten von der Südautobahn liegen. In der Katastralgemeinde Dreistetten ist es vielleicht noch ein Stück lebenswerter, weil die Nähe zur Hohen Wand gegeben ist. In Piesting gibt es dann Infrastruktur, die nicht nur auf Freizeitgestaltung bezogen ist, sondern auch Einkaufsmöglichkeiten aufweist. Zudem haben wir Einrichtungen, die für Eltern ausschlaggebend sind, die ihre Kinder benötigen. Was uns aber fehlt, ist womöglich ein weiterer Nahversorgungsbetrieb, um eine größere Auswahlmöglichkeit für die Bevölkerung zu haben. Andererseits ist die Zufriedenheit wichtig. Die Menschen sollen sich zufrieden fühlen. Allgemein haben wir aber das Glück im Piestingtal, dass wir hier viele Möglichkeiten haben. Hier wünsche ich mir, dass sich die Bevölkerung mehr damit auseinandersetzt. Vermutlich spüren es die Menschen, denken aber nicht ständig daran. Sie würden aber auch nicht hierherziehen oder übersiedeln, wenn es hier nicht gut wäre. Die Gespräche mit der Bevölkerung zeigen auch, dass es oft nur auf Kleinigkeiten ankommt.*

### **Gemeindeerneuerungsprozesse (Gesellschaft, Infrastruktur)**

Über welche sozialen Einrichtungen (Kindergarten, Schule, Altenheim etc.) verfügt Ihre Gemeinde? *Wir haben Kindergärten, Volksschule, Neue Mittelschule, Musikschule usw.*

Gibt es in Ihrer Gemeinde einen NÖ Dorf- und Stadterneuerungsverein? *Wir haben zwei Vereine der NÖ Dorf- und Stadterneuerung. Einer ist in Piesting und einer in Dreistetten. Der Piestinger Dorferneuerungsverein ist in*

einer Aktivphase und hat einige Projekte umgesetzt. Zuletzt auch die Eröffnung einer Auslage im Museum, als Außenstelle des Heimatmuseums. In Dreistetten befindet sich der Verein in der Passivphase und ist mit Veranstaltungen und der Pflege der Grünflächen und Blumen am Hauptplatz in der Ortschaft beschäftigt. Hierbei geht es eher um eine Betreuung und Pflege der Grünflächen. Es ist eine aktive Tätigkeit, die sehr angenehm für die Gemeinde ist.

Welche Projekte laufen gerade, die die Gemeinde erneuern und zukunftsfähig machen sollen? *Wir sind eine baumfreundliche Gemeinde, eine Jugendpartnergemeinde, familienfreundliche Gemeinde, Klimabündnis-Gemeinde. Die Projekte werden innerhalb dieser Rahmen zugewiesen und in bestimmten Intervallen geprüft.*

### **Gemeindekommunikation**

Über welche Kanäle kommuniziert die Gemeinde (Webseite, Newsletter, Gemeindezeitung/-magazin, Plakate, Social Media etc.)? *Wir haben Schaukästen, eine Gemeindezeitung, den E-Mail Newsletter und die Gemeindehomepage.*

Gibt es in der Gemeinde eine eigene Abteilung, eine oder mehrere Personen, die für Marketing zuständig sind? *Es gibt eine Gemeindebedienstete, die dafür zuständig ist.*

### **Social Media**

Verwendet Ihre Gemeinde Social-Media-Kanäle, um mit der Bevölkerung zu kommunizieren, hat sie früher welche verwendet oder gibt es Überlegungen, welche zu verwenden? *Wir haben momentan keinen Social-Media-Kanal und haben es aktuell auch nicht geplant. Aktuell bedeutet hier, dass es nicht in den nächsten Monaten geplant ist. Wir werden aber oft angesprochen, warum wir das nicht machen. Ich habe einfach auch für mich selbst keine Erklärung gefunden. Vielleicht ist es auch ein wenig die Unsicherheit, in Bezug auf die Möglichkeiten, die auf der negativen Seite passieren können. Wir bekommen über fünf verschiedene Mandatäre mit, wie die Kommunikation auf Facebook abläuft und können das ein bisschen mitverfolgen. Ich bin mir aber nicht ganz sicher, ob dieser Kommunikationskanal sinnvoll ist, um Informationen an die Bevölkerung weiterzugeben. Wir wissen auch nicht, wie viele Leute in der Gemeinde diesen Kanal nutzen.*

Verfügen Sie persönlich über ein Profil in Facebook, Twitter, Instagram? *Ich habe Facebook selbst ausprobiert. Das war im Rahmen einer Kandidatur bei einer Wahl. Ich habe eher den Eindruck gehabt, dass es ein Mitteilungsbedürfnis von vielen Leuten gibt, mit anderen zu kommunizieren oder sich mitzuteilen. Das ist für mich eine Informationsschiene, über die viel Trash unterwegs ist. Die Leute können das dann nicht mehr kanalisieren und nicht mehr bewerten, was eine reale oder wichtige Information ist bzw. über einen hohen Wahrheitsgehalt hat. Die klassischen Medien ermöglichen über den Absender, wenn es um den journalistischen Bereich geht, viel über den Wahrheitsgehalt zu erfahren. Das sind die Überlegungen, wo ich mir schwertue, eine Entscheidung zu treffen, weil ich nicht weiß, wie die Leute mit einer Information umgehen. Ich habe diesen Spagat bspw. für mich noch nicht geschafft. [=Begründung für die Ablehnung eines Kanals in sozialen Medien].*

### **Fragen zur Biografie der Person**

Was ist Ihre höchste abgeschlossene Ausbildung und welcher Tätigkeit gehen Sie hauptberuflich nach? *Ich habe die HAK-Matura in Wiener Neustadt abgeschlossen. Inzwischen bin ich über 20 Jahre in der Bezirkshauptmannschaft in Wiener Neustadt tätig.*

Wann sind Sie geboren? *1972.*

## Onlinebefragung: Social Media Nutzung im Piestingtal

Einleitung – Informierung der Respondenten

Onlinebefragung im Rahmen einer Forschungsarbeit am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien.

Durchführung: AV  
Dauer: 5 bis 7 Minuten

Im Rahmen meiner Forschungsarbeit untersuche ich die Social Media Nutzung (Facebook, Twitter, Instagram & Co) in den Gemeinden des Piestingtals in Niederösterreich. Das Ziel ist ein zeitgemäßes digitales Kommunikationskonzept für Gemeinden zu erstellen, das zusätzlich zu herkömmlichen Kommunikationskanälen (Gemeindezeitung usw.) verwendet werden kann, um noch effizienter auf die Bedürfnisse der eigenen Bevölkerung einzugehen. Die Ergebnisse können ebenfalls von ansässigen Vereinen verwendet werden, um ihre eigenen Kanäle in Facebook & Co. weiter auszubauen.

Den 8 Gemeinden des Piestingtals kommt hierbei eine tragende Rolle zu. In jeder Gemeinde ist bereits mit dem Bürgermeister ein Interview geführt worden. Diese Onlinebefragung soll nun zeigen, was sich die Bevölkerung von einer Social Media Kommunikation von Ihrer Gemeinde erwartet, und wie sie selbst diese Kanäle nutzt.

Des Weiteren wird die Bevölkerungsbewegung abgefragt, um eine bessere Aussagekraft der Fragen zu den einzelnen Gemeinden zu erhalten. Die Onlinebefragung ist anonym.

Danke für Ihren Einsatz!

Abfrage Wohnort und Herkunft – Strukturierung nach Wohnort

1. In welcher der folgenden Gemeinden wohnen Sie derzeit?

- |                   |                                 |
|-------------------|---------------------------------|
| 1. Gutenstein     | 6. Rohr im Gebirge              |
| 2. Markt Piesting | 7. Waidmannsfeld-Neusiedl       |
| 3. Miesenbach     | 8. Waldegg                      |
| 4. Muggendorf     | 9. Andere Gemeinde, Stadt, Land |
| 5. Pernitz        |                                 |

2. Sind Sie in die Gemeinde zugezogen, in der Sie derzeit wohnen?

- |   |   |
|---|---|
| 1. Nein, seit Geburt in dieser Gemeinde | 7. Ja, zugezogen aus Rohr im Gebirge                      |
| 2. Ja, zugezogen aus Gutenstein         | 8. Ja, zugezogen aus Waidmannsfeld-Neusiedl               |
| 3. Ja, zugezogen aus Markt Piesting     | 9. Ja, zugezogen aus Waldegg                              |
| 4. Ja, zugezogen aus Miesenbach         | 10. Bin aus einer anderen Gemeinde, Stadt, Land zugezogen |
| 5. Ja, zugezogen aus Muggendorf         |   |
| 6. Ja, zugezogen aus Pernitz            |   |

Nutzung sozialer Medien - Mediennutzungsverhalten der User in den 8 Gemeinden des Piestingtals

3. Wie oft rufen Sie die folgenden sozialen Medien in der Woche ab?

Soziales Medium	1. täglich	2. täglich unter der Woche	3. am Wochenende	4. eher seltener	5. nie/habe keins
Facebook					
Facebook Messenger					
Instagram					
Snapchat					
Twitter					
WhatsApp					

4. Wann gehen Sie in sozialen Medien online? (Mehrfachantwort möglich)

1. In der Früh (06:00-09:00)
2. Vormittags (09:01-12:00)
3. Mittags (12:01-13:00)
4. Nachmittags (13:01-15:00)
5. Später Nachmittag (15:01-18:00)
6. Abends (18:01-21:00)
7. In der Nacht (ab 21:01)

5. Über welche Endgeräte nutzen Sie soziale Medien? (Mehrfachantwort möglich)

1. Laptop
2. PC
3. Smartphone
4. Tablet
5. Sonstiges: (Textfeld)

6. Wie verwenden Sie soziale Medien für sich? (Mehrfachantwort möglich)

1. Eigene Mitteilung (Status, Meinung, Erfahrung, Erlebnis etc.) veröffentlichen
2. Fotos und Videos hochladen
3. Inhalte anderer User teilen
4. Mit anderen Usern diskutieren
5. Mit Freunden und Bekannten in Kontakt bleiben
6. Neue Kontakte suchen
7. Onlinespiele spielen
8. Sich zu bestimmten Themen informieren
9. Sonstiges (Textfeld)

7. Über welche Themen informieren Sie sich in sozialen Medien? (Mehrfachantwort möglich)

1. Aktuelles aus eigener Gemeinde
2. Bildung
3. Familie und Freunde
4. Gesundheit (Ernährung, Fitness, Erkrankungen)
5. Kunst und Kultur (inkl. Veranstaltungen)
6. Lifestyle (Mode, Auto)
7. Politik
8. Reisen
9. Sport
10. Tiere
11. Wirtschaft/Beruf
12. Sonstiges (Textfeld)

Gemeindekommunikation

8. Bitte geben Sie an, ohne nachzuschauen, ob Ihre Gemeinde soziale Medien (Facebook, Instagram, Twitter usw.) verwendet.

1. Ja
2. Nein
3. Weiß ich nicht

9. Was erwarten Sie von einem Kanal Ihrer Gemeinde in sozialen Medien? (Mehrfachantwort möglich)

1. Aktuelles zur Gemeinde (Neuigkeiten und Veranstaltungen)
2. Aktuelles aus Nachbargemeinden (Neuigkeiten und Veranstaltungen)
3. Allgemeine Informationen zur Gemeindearbeit
4. Anliegen/Fragen an die Gemeinde stellen
5. Beantwortung von Anliegen/Fragen
6. Fotos und Videos von der Gemeinde
7. Sonstiges: (Textfeld)

10. Welche der folgenden Medien verwendet Ihre Gemeinde noch? (Mehrfachantwort möglich)

1. Elektronischer Newsletter (E-Mail)
2. Gemeindezeitung/-magazin
3. Homepage/Webseite
4. Smartphone App (z.B. GEM 2 GO)
5. SMS-Dienst
6. Weiß ich nicht
7. Sonstige: (Textfeld)

## Vereinstätigkeit

11. Sind Sie Mitglied in einem Verein oder Organisation in Ihrer Gemeinde oder in den Nachbargemeinden?  
(Mehrfachantwort möglich)

- |                                |                                 |
|--------------------------------|---------------------------------|
| 1. Keine Mitgliedschaften      | 7. Ja, politische Partei        |
| 2. Ja, Dorferneuerungsverein   | 8. Ja, religiöse Organisationen |
| 3. Ja, Freiwillige Feuerwehr   | 9. Ja, Rotes Kreuz              |
| 4. Ja, Kunst- und Kulturverein | 10. Ja, Sportverein             |
| 5. Ja, Landjugend/Jugendverein | 11. Sonstiges: (Textfeld)       |
| 6. Ja, Musikverein             |                                 |

## Demografische Merkmale der Respondenten

(12.) Geben Sie bitte Ihr Geschlecht an.

- |             |             |
|-------------|-------------|
| 1. Männlich | 2. Weiblich |
|-------------|-------------|

(13.) Geben Sie bitte Ihr Alter an

- |                 |                 |
|-----------------|-----------------|
| 1. bis 13 Jahre | 7. 40-44 Jahre  |
| 2. 14-19 Jahre  | 8. 45-49 Jahre  |
| 3. 20-24 Jahre  | 9. 50-54 Jahre  |
| 4. 25-29 Jahre  | 10. 55-59 Jahre |
| 5. 30-34 Jahre  | 11. 60-64 Jahre |
| 6. 35-39 Jahre  | 12. ab 65 Jahre |

(14.) Geben Sie bitte Ihre höchste abgeschlossene Ausbildung an

- |  |  |
|--|--|
| 1. Pflichtschule   | 5. Berufsbildende höhere Schule (Matura...HAK, HTL...)         |
| 2. Lehre   | 6. Kolleg  |
| 3. Berufsbildende mittlere Schule (Diplom...Handelsschule) | 7. Hochschulverwandte Lehranstalt (z.B. Pädagogische Akademie) |
| 4. Allgemeinbildende höhere Schule (Gymnasium)             | 8. Hochschule (z.B. Universität, FH)                           |
|  | 9. Sonstige Ausbildung   |

(15.) Geben Sie bitte Ihren derzeitigen Beruf an

- |                               |                  |
|-------------------------------|------------------|
| 1. Schüler/in                 | 6. Beamte/r      |
| 2. Student/in                 | 7. Hausfrau/mann |
| 3. Auszubildende/r (Lehrling) | 8. Selbstständig |
| 4. Arbeiter/in                | 9. Rentner/in    |
| 5. Angestellte/r              | 10. Sonstiges    |

Herkunft \* Wohnort Kreuztabelle

Anzahl	Wohnort										Gesamt
	Gutenstein	Priesting	Miesenbach	Muggendorf	Pernitz	Rohr	Waidmannsfeld	Waldegg			
Eingeborene	31	24	18	14	52	10	33	25			205
Gutenstein	0	1		1	7	1	4	1			15
Priesting	0	0	0	0	3	0	0	3			6
Miesenbach	0	0	0	0	1	0	1	1			3
Muggendorf	2	1	0	0	3	0	0	0			5
Pernitz	3	6	0	6	0	0	13	3			31
Rohr	1	1	0	0	2	0	1	0			5
Waidmannsfeld	1	0	3	2	16	1	0	1			24
Waldegg	1	1	0	1	4	0	1	0			8
andere Gemeinde	7	18	1	4	23	1	4	16			74
Gesamt	46	52	22	28	111	13	57	50			376

Wohnort \* Facebook-Nutzung Kreuztabelle

Anzahl	Facebook-Nutzung						Gesamt
	taglich	taglich unter Woche	Wochenende	seltener	nie/keins		
Gutenstein	38	4	1	2	1		46
Markt Priesting	38	4	2	5	3		52
Miesenbach	16	2	3	0	1		22
Muggendorf	22	2	3	1	0		28
Pernitz	91	8	2	8	2		111
Rohr im Gebirge	8	1	3	1	0		13
Waidmannsfeld	48	5	2	1	1		57
Waldegg	42	3	2	1	2		50
Gesamt	303	29	18	19	10		379

**Wohnort \* Facebook Messenger Nutzung Kreuztabelle**

Anzahl		Facebook Messenger Nutzung					Gesamt
		taglich	taglich unter Woche	Wochenende	seltener	nie/keins	
Wohnort	Gutenstein	17	2	0	23	4	46
	Markt Piesting	21	1	0	21	9	52
	Miesenbach	7	0	0	10	5	22
	Muggendorf	13	0	1	9	5	28
	Pernitz	40	5	3	49	14	111
	Rohr im Gebirge	5	0	1	5	2	13
	Waidmannsfeld	15	3	2	25	12	57
	Waldegg	22	3	2	15	8	50
Gesamt	140	14	9	157	59	379	

**Wohnort \* Instagram Nutzung Kreuztabelle**

Anzahl		Instagram Nutzung					Gesamt
		taglich	taglich unter Woche	Wochenende	seltener	nie/keins	
Wohnort	Gutenstein	10	2	3	3	28	46
	Markt Piesting	18	4	4	7	19	52
	Miesenbach	3	1	1	3	14	22
	Muggendorf	5	2	0	5	16	28
	Pernitz	36	6	2	10	57	111
	Rohr im Gebirge	3	1	0	1	8	13
	Waidmannsfeld	14	4	2	5	32	57
	Waldegg	15	1	1	4	29	50
Gesamt	104	21	13	38	203	379	

**Wohnort \* Snapchat Nutzung Kreuztabelle**

Anzahl		Snapchat Nutzung					Gesamt
		taglich	taglich unter Woche	Wochenende	seltener	nie/keins	
Wohnort	Gutenstein	2	2	0	3	39	46
	Markt Piesting	16	1	0	3	32	52
	Miesenbach	3	0	0	0	19	22
	Muggendorf	4	1	1	1	21	28
	Pernitz	24	2	1	9	75	111
	Rohr im Gebirge	2	0	0	1	10	13
	Waidmannsfeld	9	1	1	4	42	57
	Waldegg	8	0	0	2	40	50
Gesamt	68	7	3	23	278	379	

**Wohnort \* Twitter Nutzung Kreuztabelle**

Anzahl		Twitter Nutzung					Gesamt
		taglich	taglich unter Woche	Wochenende	seltener	nie/keins	
Wohnort	Gutenstein	1	0	0	7	38	46
	Markt Piesting	2	3	1	8	38	52
	Miesenbach	0	0	0	0	22	22
	Muggendorf	0	0	0	2	26	28
	Pernitz	2	0	3	10	96	111
	Rohr im Gebirge	0	0	0	0	13	13
	Waidmannsfeld	0	1	0	6	50	57
	Waldegg	1	1	0	5	43	50
Gesamt	6	5	4	38	326	379	

**Wohnort \* WhatsApp Nutzung Kreuztabelle**

Anzahl		WhatsApp Nutzung					Gesamt
		taglich	taglich unter Woche	Wochenende	seltener	nie/keins	
Wohnort	Gutenstein	38	1	1	2	4	46
	Markt Piesting	45	3	0	2	2	52
	Miesenbach	20	0	0	0	2	22
	Muggendorf	25	0	0	1	2	28
	Pernitz	95	3	2	3	8	111
	Rohr im Gebirge	10	0	0	2	1	13
	Waidmannsfeld	52	1	0	0	4	57
	Waldegg	43	1	0	2	4	50
Gesamt	328	9	3	12	27	379	

**Gemeinde \* Gemeindekanal in Social Media**

Anzahl

		Gemeindekanal in Social Media			Gesamt
		Ja	Nein	weiß nicht	
Wohnort	Gutenstein	39	1	6	46
	Markt Piesting	0	9	43	52
	Miesenbach	0	6	16	22
	Muggendorf	0	9	19	28
	Pernitz	0	24	87	111
	Rohr im Gebirge	11	0	2	13
	Waidmannsfeld	0	24	33	57
	Waldegg	0	17	33	50
Gesamt		50	90	239	379

**Wohnort \* Geschlecht Kreuztabelle**

Anzahl

		Geschlecht			Gesamt
		Männlich	Weiblich	keine Angabe	
Wohnort	Gutenstein	22	24	0	46
	Markt Piesting	20	32	0	52
	Miesenbach	10	12	0	22
	Muggendorf	19	9	0	28
	Pernitz	56	53	2	111
	Rohr im Gebirge	6	7	0	13
	Waidmannsfeld	33	24	0	57
	Waldegg	18	32	0	50
Gesamt		184	193	2	379

**Häufigkeit Nutzung Endgeräte Statistiken**

		Laptop	PC	Smartphone	Tablet	Sonstiges
N	Gültig	378	379	378	379	379
	Fehlend	354	353	354	353	353
Summe		153	87	352	89	1

**Häufigkeit Verwendung sozialer Medien - Statistiken**

		Mitteilungen	Fotos & Videos	Inhalte anderer User teilen	Diskussion	Kontakte pflegen	Neue Kontakte suchen	Online-spiele	Info über bestimmte Themen	Sonstiges
N	Gültig	379	379	379	379	379	379	379	379	379
	Fehlend	353	353	353	353	353	353	353	353	353
Summe		186	190	114	94	303	75	59	214	18

**Häufigkeit Erwartungen in Gemeindekanal in sozialen Medien Statistiken**

		Aktuelles aus Gemeinde	Aktuelles aus Nachbargemeinde	Allg. Infos zur Gemein-dearbeit	Anlie-gen/Fragen an Gemeinde	Beantwor-tung von An-liegen/Fragen	Fotos u Vi-deos von der Gemeinde	Sonstiges
N	Gültig	349	189	197	187	192	198	6
	Fehlend	383	543	535	545	540	534	726
Summe		349	189	197	187	192	198	6

Häufigkeit über welche Themen informieren sich Respondenten in sozialen Medien Statistiken

	Aktuelles aus Gemeinde	Bildung	Familie und Freunde	Gesundheit	Kunst und Kultur	Lifestyle	Politik	Reisen	Sport	Tiere	Wirtschaft/Beruf	Sonstiges
N	193	101	264	191	156	176	150	156	162	118	97	10
Fehlend	539	631	468	541	576	556	582	576	570	614	635	722
Summe	193	101	264	191	156	176	150	156	162	118	97	10

Häufigkeit Vereinsmitgliedschaft Statistiken

	Keine	DEV	FF	Kunst- u. Kulturverein	Landjugend/Jugend	Musikverein	Politische Partei	Religiöse Org.	Rotes Kreuz	Sportverein	Sonstiges
N	186	15	31	24	13	32	18	3	20	100	14
Fehlend	546	717	701	708	719	700	714	729	712	632	718
Summe	186	15	31	24	13	32	18	3	20	100	14

Alter \* Wohnort Kreuztabelle

Anzahl		Wohnort										Gesamt	
		Wohnort											
		Gutenstein	Markt Piesting	Miesenbach	Muggendorf	Pernitz	Rotr im Gebirge	Waldmannsfield	Waldegg	Walddegg	Walddegg		
	bis 13J	0	5	0	2	3	3	0	0	0	0	0	13
	14-19J	5	8	4	5	18	1	8	5	8	5	5	54
	20-24J	10	7	4	6	24	2	18	6	18	6	6	77
	25-29J	6	7	6	2	18	3	8	11	8	11	6	61
	30-34J	7	5	4	0	13	1	3	7	3	7	4	40
	35-39J	3	8	3	2	12	0	6	4	6	4	3	38
	40-44J	4	2	1	2	5	1	3	5	3	5	2	23
	45-49J	4	4	0	4	5	0	1	1	1	1	1	19
	50-54J	0	4	0	2	6	0	2	2	2	2	2	16
	55-59J	2	1	0	1	3	2	2	3	3	3	3	15
	60-64J	3	0	0	0	2	0	4	4	3	3	12	
	ab 65J	2	1	0	2	2	0	1	1	3	1	11	
Gesamt		46	52	22	28	111	13	57	50	50	379		

Höchster Schulabschluss \* Wohnort Kreuztabelle

Anzahl		Wohnort										Gesamt
		Wohnort										
		Gutenstein	Markt Piesting	Miesenbach	Muggendorf	Pernitz	Rotr im Gebirge	Waldmannsfield	Waldegg	Walddegg	Walddegg	
	Pflichtschule	2	6	2	6	18	1	4	4	4	4	43
	Lehre	12	14	9	9	35	2	22	18	22	18	121
	BMS	6	0	0	3	12	3	6	8	6	8	38
	AHS	6	6	0	1	5	0	3	6	3	6	27
	BHS	8	10	7	4	23	2	17	4	17	4	75
	Kolleg	1	2	1	0	2	0	1	2	1	2	9
	H. Lehranstalt	3	1	1	1	2	0	0	1	0	1	9
	Uni/FH	5	6	1	1	8	0	2	5	2	5	28
	Sonstiges	3	7	1	3	6	5	2	2	2	2	29
Gesamt		46	52	22	28	111	13	57	50	50	379	

**Beruf \* Wohnort Kreuztabelle**

Anzahl	Wohnort										Gesamt
	Gutenstein	Markt Piesting	Miesenbach	Muggendorf	Pernitz	Rohr im Gebirge	Waidmannsfeld	Waldegg			
Schüler/in	2	12	2	7	14	3	4	6			50
Student/in	3	6	1	0	8	0	7	1			26
Lehrling	1	0	1	0	5	0	0	0			7
Arbeiter/in	14	9	5	10	28	0	21	13			100
Angestellte/r	12	13	7	7	32	5	17	15			108
Beamte/r	1	2	0	0	3	0	0	1			7
Hausfrau/mann	1	3	0	0	4	0	1	3			12
Selbstständig	3	4	4	2	10	0	0	4			27
Rentner/in	5	1	1	2	3	1	2	6			25
Sonstiges	4	2	1	0	4	4	1	1			17
<b>Gesamt</b>	<b>46</b>	<b>52</b>	<b>22</b>	<b>28</b>	<b>111</b>	<b>13</b>	<b>57</b>	<b>50</b>			<b>379</b>

# Codebuch

Quantitative Inhaltsanalyse der Veröffentlichungen von NÖ Gemeinden in Facebook

MASE Magister-Seminar SoSe 2016

LV-Leitung: Mag. DDr. Julia Wippersberg, Privatdoz.  
Ass.-Prof. Ing. Mag. Dr. Klaus Lojka

## Inhalt

### Formale Codiereinheiten

- V1 Facebook-Veröffentlichung-Nr.
- V2 Datum
- V3 Uhrzeit
- V4 Anzahl an Gefällt mir-Angaben
- V5 Anzahl an Teilungen
- V6 Anzahl an Kommentaren
- V7 Link zur Veröffentlichung

### Inhaltliche Codiereinheiten

- V8 Gemeinde
- V9 Thema der Veröffentlichung
- V10 Einbindung
- V11 Art der Einbindung

## Formale Codiereinheiten

- V1 Facebook-Veröffentlichung-Nr.  
Jede Veröffentlichung erhält eine Identifikationsnummer als durchlaufende Nummerierung. Die Nummer wird ein- bis vierstellig angegeben.  
Beispiel: 1 oder 11 oder 211 oder 3111.
- V2 Datum  
Das Erscheinungsdatum der Veröffentlichung wird im Format TT.MM. als Freitext eingetragen.  
Beispiel: „01.09.“ bei 1. September 2016.
- V3 Uhrzeit  
Die Uhrzeit der Veröffentlichung wird im Format HH:MM als Freitext eingetragen.  
Beispiel: „18:01“.
- V4 Anzahl an Gefällt mir-Angaben  
Gesamtanzahl der Gefällt mir-Angaben der codierten Veröffentlichung. Diese bezieht alle 6 Emojis ein: (v.l.n.r.) Gefällt mir, Love, Haha, Wow, Traurig und Wütend, wie in der Abbildung dargestellt.  
Beispiel: Die Markierung (rotes Rechteck) gibt die Gesamtanzahl an Gefällt mir-Angaben und anderen Emojis an: 27.435.  
Sofern die codierende Person über eigene Facebook-Kontakte auf der untersuchten Seite verfügt, und diese mit veröffentlichten Inhalten interagieren, werden sie mit ihrem vollen Profilnamen angezeigt. Deswegen wird, wie in diesem Beispiel zu sehen ist, der eigene Facebook-Kontakt zur Zahl 27.434, als eine weitere Gefällt mir-Angabe, dazugezählt.



- V5 Anzahl an Teilungen  
Anzahl der Teilungen, wie oft die Veröffentlichung geteilt worden ist.
- V6 Anzahl an Kommentaren  
Anzahl der Kommentare, wie oft die Veröffentlichung kommentiert worden ist.
- V7 Link zur Veröffentlichung  
Direkte Übernahme des Links zur Veröffentlichung aus dem Facebook-Browser.

## Inhaltliche Codiereinheiten

- V8 Gemeinde  
Die Gemeinde ist der Absender der Veröffentlichung. Es ist die jeweilige Facebook-Seite einer Gemeinde in Niederösterreich. Die Gemeinden sind nach den Bezirken (alphabetisch) geordnet.

1	Altengbach	18	Gänserndorf	35	Kirschschlag i.d. Buckligen Welt
2	Aspang-Markt	19	Gerersdorf	36	Krummnußbaum
3	Ardagger	20	Gloggnitz	37	Langenlois
4	Bad Traunstein	21	Gmünd	38	Laxenburg
5	Berndorf	22	Groß Schweinbarth	39	Leiben
6	Biberbach	23	Gumpoldskirchen	40	Leobendorf
7	Bisamberg	24	Gutenstein	41	Mank
8	Böheimkirchen	25	Hafnerbach	42	Marbach/Donau
9	Drösing	26	Hainburg/Donau	43	Maria Enzersdorf
10	Dürnkrut	27	Hardegg	44	Maria Taferl
11	Ebenthal	28	Haugsdorf	45	Melk
12	Ebergassing	29	Hernstein	46	Mitterndorf/Fischa
13	Echsenbach	30	Hohenberg	47	Moorbad Harbach
14	Eggendorf	31	Imfritz-Messern	48	Muckendorf – Wipfing
15	Fischamend	32	Kaumberg	49	Münichreith – Laimbach
16	Frankenfels	33	Kottingbrunn	50	Niederhollabrunn
17	Gaming	34	Kirchberg/Pielach	51	Nöchling

52	Ober-Grafendorf	66	Rohr im Gebirge	80	St. Valentin
53	Oed-Oehling	67	Röschitz	81	Sulz im Weinviertel
54	Payerbach	68	Schrems	82	Tattendorf
55	Persenbeug – Gottsdorf	69	Schwadorf	83	Thaya
56	Petzenkirchen	70	Schwechat	84	Traisen
57	Pöchlarn	71	Schweiggen	85	Vitis
58	Pöggstall	72	Sieghartskirchen	86	Traismauer
59	Prinzersdorf	73	Sierndorf	87	Weinburg
60	Raabs /Thaya	74	Sollenu	88	Weitersfeld
61	Rabenstein/Pielach	75	Spitz/Donau	89	Weitra
62	Reichenau/Rax	76	St. Andrä – Wördern	90	Wilhelmsburg
63	Retz	77	St. Leonhard am Hornwald	91	Wolkersdorf im Weinviertel
64	Retzbach	78	St. Martin – Karlsbach	92	Ybbs/Donau
65	Ringelsdorf – Niederabsdorf	79	St. Oswald	93	Zwentendorf

V9 Thema der Veröffentlichung

- 1 Bewerbung Gemeindeveranstaltungen
- 2 Bewerbung Veranstaltung eines Vereins, Organisation, Unternehmens, Privatpersonen etc.
- 3 Bewerbung von Veranstaltungen in anderen Gemeinden
- 4 Nachberichterstattung Gemeindeveranstaltung
- 5 Nachberichterstattung Veranstaltung eines Vereins, Organisation, Unternehmens, Privatpersonen etc.
- 6 Nachberichterstattung von Veranstaltungen in anderen Gemeinden
- 7 Medienberichte über die Gemeinde (Erfolge, Ehrungen, Katastrophen etc.)
- 8 Medienberichte über Vereine, Unternehmen, Privatpersonen etc. (Erfolge, Ehrungen, Katastrophen etc.)
- 9 Medienberichte über andere Gemeinden, eine Region (Erfolge, Ehrungen, Katastrophen etc.)
- 10 Allgemeine Informationen über die Gemeindearbeit
- 11 Stellungnahmen seitens der Gemeinde
- 12 Anteilnahme (Feiertage, Geburtstage, Erfolge, Tod) seitens der Gemeinde an Privatpersonen, Vereine etc.
- 13 News aus Gemeinde (Geschichte, Natur/Umwelt, allgemein wissenschaftliches etc.)
- 14 News über andere Gemeinden, eine Region (Geschichte, Natur/Umwelt, allgemein wissenschaftliches etc.)
- 15 Katastrophenwarnung in der Gemeinde (Naturkatastrophen, Feuer, Unfall, Überfall etc.)
- 16 Katastrophenwarnung in anderen Gemeinden, einer Region (Naturkatastrophen, Feuer, Unfall, Überfall etc.)
- 17 Gewinnspiel von Gemeinde
- 18 Gewinnspiel von anderen
- 19 Denkaufgaben
- 20 Jobangebote in Gemeinde(amt)
- 21 Jobangebote aus Gemeinde (Privatunternehmen, Vereine etc.)
- 22 Jobangebote in anderer Gemeinde
- 23 Politik in der Gemeinde
- 24 Politik in anderer Gemeinde
- 25 Wirtschaft allgemein
- 26 Politik allgemein
- 99 Sonstiges

Unter Medienberichte sind Berichte zu verstehen, die in Printmedien und in Onlinemedien (Webseite einer Zeitung, Fernsehsenders, ein hochbeladenes Video mit Verweis auf einen Fernsehsender → z.B. ORF, Puls4, ATV etc., Blog, Vereins- oder Unternehmenswebseite, Gemeindeforum etc.) veröffentlicht worden sind.

Unter Veranstaltungen sind Plakate und anderes grafisches Material, Facebook Events und Links auf externe Veranstaltungsseiten etc. zu verstehen, die eine Veranstaltung bewerben.

V10 Einbindung

- 0 Keine Einbindung
- 1 Einbindung

Erklärung: Als Einbindung wird alles gesehen, das von einer Facebook Seite, also durch die Administratoren, in eine Veröffentlichung zum textbasierten Teil hinzugefügt wird (Bilder, Links, Videos etc.).

V11 Art der Einbindung

- 0 Keine Einbindung
- 1 Video
- 2 Bild oder Grafik
- 3 Veröffentlichung einer anderen Facebook-Seite, Gruppe oder Profil oder ihrer veröffentlichten Inhalte.
- 4 Facebook Event
- 5 Andres soziales Medium
- 6 Link zur Gemeinde Webseite
- 7 Link zu Webseite eines Vereins
- 8 Link zu Webseite eines Unternehmens
- 9 Link zu Webseite einer Behörde
- 10 Link zu Webseite von Medien
- 11 Link zu einer anderen Seite
- 12 Facebook Instant Articles
- 99 Sonstiges

Erklärung: Video, Fotos, Bild und Grafiken meinen visuellen Inhalt, der direkt mit der Veröffentlichung angezeigt wird. Veröffentlichung einer anderen Facebook-Seite, Gruppe, Profil meint die Einbindung dieser sowie ihrer Inhalte, die direkt mit diesen angezeigt werden. Link auf eine Website verweist auf einen veröffentlichten Inhalt, dessen Quelle nicht in Facebook oder anderen sozialen Medien zu finden ist, sondern in Webseiten Dritter.

Wenn Text und Einbindungen gemeinsam in einer Veröffentlichung enthalten sind, dann wird der Einbindung Vorzug gewährt, wenn eine grafische Darstellung dieser angezeigt wird. Dazu verweist Felser auf Levins (1991) Untersuchungen in der Werbeforschung zur Blickbewegung der Konsumenten: »Bilder werden eher fixiert als Text« (Felser 2015: 338).

SPSS Abfrage: NÖ Gemeinden in Facebook

Gemeinde \* Thema der Veröffentlichung Kreuztabelle

Anzahl	Thema der Veröffentlichung																				Gesamt				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	17	18	20	21	22	23		24	25	26	99
1	5	1	0	2	2	0	1	0	1	3	0	2	2	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	21
2	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
3	3	6	4	1	0	0	0	0	0	2	0	7	12	2	0	0	0	0	0	1	0	0	0	2	41
4	1	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
5	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
6	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
7	3	3	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9
8	0	8	0	1	3	0	0	0	0	3	0	1	3	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	21
9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
10	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
11	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
12	1	1	0	1	0	0	0	0	0	7	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	11
13	0	2	0	2	3	0	0	0	0	2	0	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	12
14	4	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	18
15	3	1	0	2	7	0	5	0	2	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	27
16	1	4	1	2	2	1	0	0	0	1	0	3	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	17
17	1	12	0	0	3	0	0	0	2	0	10	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	39
18	7	3	0	0	9	0	0	0	2	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	24
19	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
20	1	0	0	4	5	0	0	0	2	0	1	5	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	19
21	5	0	0	0	7	1	2	1	0	1	0	2	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	21
22	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
23	0	0	0	2	19	0	0	2	0	2	0	1	4	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	31
24	2	7	2	2	2	1	0	0	0	0	0	8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	25
25	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
26	2	20	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	23
27	0	2	0	2	6	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	11
28	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
29	1	6	0	0	1	0	0	0	0	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	12
30	2	2	0	1	1	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10
31	1	10	0	0	2	0	0	1	1	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	18
32	9	14	0	0	3	0	0	2	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	33
33	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
34	1	5	0	0	4	1	0	0	0	3	0	1	5	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	21
35	3	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6
36	2	0	0	0	7	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	14
37	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5





### Häufigkeit Einbindung

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Keine Einbindung	52	4,4	4,5	4,5
	Einbindung	1116	95,0	95,5	100,0
Gesamt		1168	99,4	100,0	
Fehlend	System	7	,6		
Gesamt		1175	100,0		

### Häufigkeit Art der Einbindung

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Keine Einbindung	52	4,4	4,5	4,5
	Video	3	3	,3	4,7
	Bild/Grafik	538	45,8	46,1	50,8
	Teilung anderes Facebook Konto	134	11,4	11,5	62,2
	Facebook Event	125	10,6	10,7	72,9
	Anderes soziales Medium	17	1,4	1,5	74,4
	Link Gemeindefwebseite	222	18,9	19,0	93,4
	Link Vereinswebseite	5	,4	,4	93,8
	Link Behördenwebseite	1	,1	,1	93,9
	Link Medienwebseite	25	2,1	2,1	96,1
	Link andere Webseite	42	3,6	3,6	99,7
	FB Instant Articles	3	,3	,3	99,9
	Sonstiges	1	,1	,1	100,0
	Gesamt		1168	99,4	100,0
Fehlend	System	7	,6		
Gesamt		1175	100,0		

### Häufigkeit Gemeinden (= Anzahl der Veröffentlichungen)

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Alltlenzbach	21	1,8	1,8	1,8
	Aspang-Markt	1	,1	,1	1,9
	Ardagger	41	3,5	3,5	5,4
	Bad Traunstein	4	,3	,3	5,7
	Berndorf	3	,3	,3	6,0
	Biberbach	1	,1	,1	6,1
	Bisamberg	9	,8	,8	6,8
	Böheimkirchen	21	1,8	1,8	8,6
	Drösing	1	,1	,1	8,7
	Dürnkrot	2	,2	,2	8,9
	Ebenthal	3	,3	,3	9,2
	Ebergassing	11	,9	,9	10,1
	Echsenbach	12	1,0	1,0	11,1
	Eggendorf	18	1,5	1,5	12,7
	Fischamend	27	2,3	2,3	15,0
	Frankenfels	17	1,4	1,5	16,4
	Gaming	39	3,3	3,3	19,8
	Gänserndorf	24	2,0	2,1	21,8
	Gerersdorf	3	,3	,3	22,1
	Gloggnitz	19	1,6	1,6	23,7
	Gmünd	21	1,8	1,8	25,5
	Groß Schweinbarth	2	,2	,2	25,7
	Gumpoldskirchen	31	2,6	2,7	28,3
	Gutenstein	25	2,1	2,1	30,5
	Hafnerbach	3	,3	,3	30,7
	Hainburg/Donau	23	2,0	2,0	32,7
	Hardegg	11	,9	,9	33,6
	Haugsdorf	1	,1	,1	33,7
	Hernstein	12	1,0	1,0	34,8
	Hohenberg	10	,9	,9	35,6
	Imfritz-Messern	18	1,5	1,5	37,2
	Kaumberg	33	2,8	2,8	40,0
Kottingbrunn	3	,3	,3	40,2	
Kirchberg/Pielach	21	1,8	1,8	42,0	
Kirchschlag id BW	6	,5	,5	42,6	
Krummußbaum	14	1,2	1,2	43,8	

Langenlois	5	,4	,4	44,2
Laxenburg	20	1,7	1,7	45,9
Leiben	16	1,4	1,4	47,3
Leobendorf	6	,5	,5	47,8
Mank	12	1,0	1,0	48,8
Marbach/Donau	8	,7	,7	49,5
Maria Enzersdorf	26	2,2	2,2	51,7
Maria Taferl	1	,1	,1	51,8
Melk	1	,1	,1	51,9
Mitterndorf/Fischa	21	1,8	1,8	53,7
Moorbad Harbach	26	2,2	2,2	55,9
Muckendorf-Wipfing	10	,9	,9	56,8
Münichreith-Laimbach	2	,2	,2	56,9
Niederhollabrunn	5	,4	,4	57,4
Nöchling	12	1,0	1,0	58,4
Ober-Grafendorf	14	1,2	1,2	59,6
Oed-Oehling	19	1,6	1,6	61,2
Payerbach	9	,8	,8	62,0
Persenbeug-Gottsdorf	16	1,4	1,4	63,4
Petzenkirchen	8	,7	,7	64,0
Pöchlarn	11	,9	,9	65,0
Pöggstall	12	1,0	1,0	66,0
Prinzersdorf	3	,3	,3	66,3
Raabs/Thaya	6	,5	,5	66,8
Rabenstein/Pielach	40	3,4	3,4	70,2
Reichenau/Rax	2	,2	,2	70,4
Retz	10	,9	,9	71,2
Retzbach	5	,4	,4	71,7
Ringelsdorf-Niederabsdorf	12	1,0	1,0	72,7
Rohr im Gebirge	5	,4	,4	73,1
Röschitz	1	,1	,1	73,2
Schrems	26	2,2	2,2	75,4
Schwadorf	11	,9	,9	76,4
Schwechat	31	2,6	2,7	79,0
Schweiggeers	4	,3	,3	79,4
Sieghartskirchen	4	,3	,3	79,7
Sierndorf	26	2,2	2,2	81,9
Sollenau	5	,4	,4	82,4
Spitz/Donau	19	1,6	1,6	84,0
St. Andrä-Wördern	3	,3	,3	84,2
St. Leonhard am Hornwald	4	,3	,3	84,6
St. Martin-Karlsbach	10	,9	,9	85,4
St. Oswald	48	4,1	4,1	89,6
St. Valentin	11	,9	,9	90,5
Sulz im Weinviertel	2	,2	,2	90,7
Tattendorf	26	2,2	2,2	92,9
Thaya	3	,3	,3	93,2
Traisen	6	,5	,5	93,7
Vitis	1	,1	,1	93,8
Traismauer	26	2,2	2,2	96,0
Weinburg	3	,3	,3	96,2
Weitersfeld	1	,1	,1	96,3
Weitra	2	,2	,2	96,5
Wilhelmsburg	3	,3	,3	96,7
Wolkersdorf im Weinviertel	9	,8	,8	97,5
Ybbs/Donau	21	1,8	1,8	99,3
Zwentendorf	8	,7	,7	100,0
Gesamt	1168	99,4	100,0	
Fehlend	System	7	,6	
Gesamt	1175	100,0		