



# Best-Practice Prozess für den digitalen Einbezug der Bevölkerung in den Strategieprozess

Abschlussbericht

Gemeinde Oberägeri

Autoren:

**Alexander Klauz**, Verwaltungsleiter, Gemeindeschreiber, Gemeinde Oberägeri

**Ramón Casutt**, COO & Partner, Konova AG

**Bruno Gretener**, Mandatsleiter, Strub & Partner GmbH

# Inhaltsverzeichnis

<b>1. Einleitung .....</b>	<b>4</b>
1.1. Einführung in das Projekt .....	4
1.2. Zielsetzung des Projekts.....	5
1.3. Projektorganisation.....	5
<b>2. Methodik und Vorgehensweise .....</b>	<b>7</b>
2.1. Konzept und Prozessdesign .....	7
2.2. Information und Aktivierung .....	8
2.2.1. Projektinformationsseite .....	8
2.2.2. Weitere Kommunikationsmassnahmen .....	9
2.3. Strategievernissage.....	10
2.3.1. Ablauf.....	10
2.3.2. Sammlung von Kontaktdaten .....	11
2.3.3. Sicherstellung der Ergebnisse .....	11
2.3.4. Ergebniskommunikation .....	11
2.4. Erster digitaler Dialogprozess.....	12
2.4.1. Ablauf.....	13
2.4.2. Aktivierung .....	14
2.4.3. Sicherstellung der Ergebnisse .....	14
2.4.4. Ergebniskommunikation .....	14
2.5. Workshop mit Strategiekommission.....	14
2.5.1. Ablauf.....	15
2.5.2. Sicherstellung Ergebnisse.....	15
2.5.3. Ergebniskommunikation .....	15
2.6. Klausur Gemeinderat und Verwaltungsleitung .....	15
2.6.1. Ablauf.....	15
2.6.2. Sicherstellung Ergebnisse.....	16
2.6.3. Ergebniskommunikation .....	16
2.7. Zweiter digitaler Dialogprozess.....	16
2.7.1. Ablauf.....	16
2.7.2. Aktivierung .....	17
2.7.3. Umgang mit Rückmeldungen und Ergebniskommunikation .....	19
2.8. Abschlusskommunikation .....	19

<b>3. Schlussreflexion .....</b>	<b>21</b>
3.1. <i>Analog oder Digital</i> .....	21
3.2. <i>Strategiekommission / Aktivierung von Gremien</i> .....	21
3.3. <i>Prozessdesign</i> .....	22
<b>Anhang I: Partizipations-Canvas .....</b>	<b>23</b>

# 1. Einleitung

## 1.1. Einführung in das Projekt

Die Strategie ist für den Gemeinderat eine essenzielle Grundlage, um die Gemeinde zukunftsgerichtet entwickeln zu können. In vielen Gemeinden wird daher alle vier Jahre ein Strategieprozess durchgeführt, um die Vision bzw. das Leitbild, die Leitsätze und die Legislaturziele zu definieren oder zu überarbeiten. Im Normalfall sind die Vision bzw. das Leitbild für einen längeren Zeithorizont gültig. Daraus lassen sich die jeweiligen strategischen Handlungsfelder, Leitsätze sowie die Legislatur- und Jahresziele ableiten. In gewissen Gemeinden startet der Strategieprozess bei der Vision, andere setzen direkt bei den strategischen Handlungsfeldern oder Leitsätzen an. Die untenstehende Abbildung zeigt exemplarisch einen Strategieprozess einer Gemeinde.

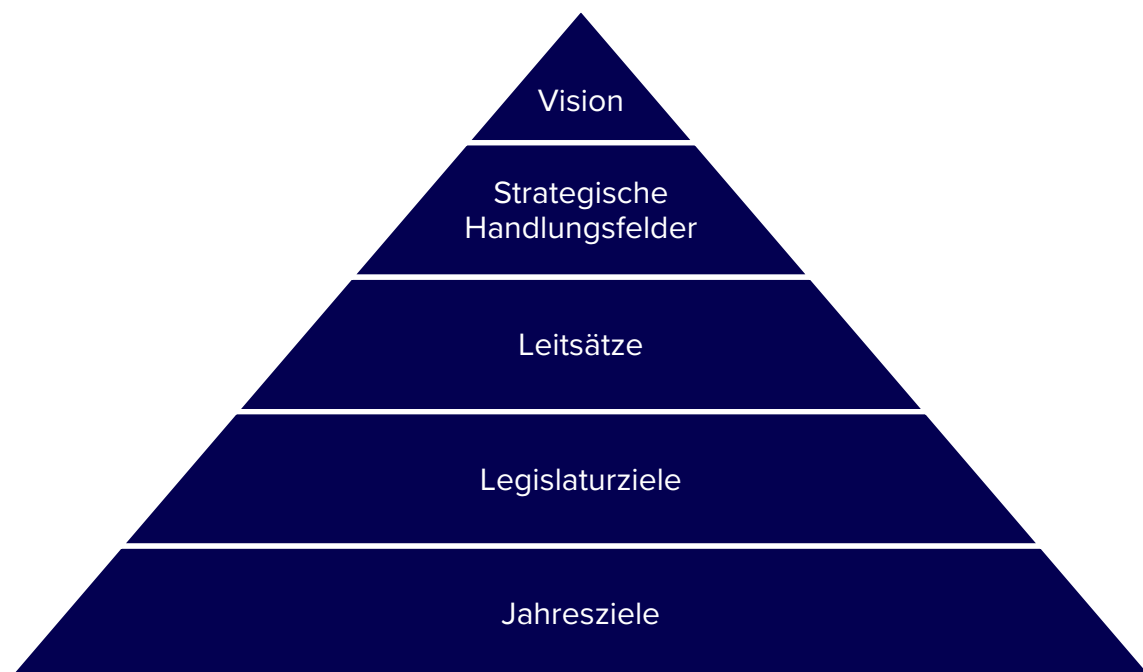


Abbildung 1: Strategiepyramide (Quelle: Konova in Anlehnung an Berg & Macher, 2023)

Solche strategischen Grundlagen werden oftmals im Rahmen einer Gemeinderatsklausur erarbeitet – so auch in der Gemeinde Oberägeri. Damit die festgelegte Strategie aber breit abgestützt ist, ist es für den Gemeinderat wichtig, die konkreten Bedürfnisse der Bevölkerung und weiterer wichtiger Anspruchsgruppen (z.B. Verbände, Parteien, Unternehmen etc.) zu kennen. Dabei geht es weniger darum

Kompetenzen des Gemeinderats abzugeben, sondern vielmehr darum, den Puls der Anspruchsgruppen im Strategieprozess zu spüren und zu Berücksichtigen.

Da ein solcher Einbezug immer mit einem gewissen Aufwand verbunden ist, wird die Bevölkerung bisher meistens nicht in den Strategieprozess einbezogen. Des Weiteren fehlt es in der Schweiz an einem etablierten Best-Practice-Prozess, den Gemeinden direkt anwenden können. Dies ist vor allem für kleinere Gemeinden relevant, die oftmals kein Budget für eine externe Begleitung haben. Im Rahmen des Strategieprozesses in der Gemeinde Oberägeri wurde ein Prozess erarbeitet, wie die Bevölkerung und weitere Anspruchsgruppen der Gemeinde in den Strategieprozess einbezogen werden können. Die Ergebnisse sind in dem vorliegenden Abschlussbericht dokumentiert und werden anderen Gemeinden und Städte zur Verfügung gestellt.

## 1.2. Zielsetzung des Projekts

Die Bevölkerung soll sich frühzeitig demokratisch und aktiv im Gesamtprozess zu diversen, gesellschaftlich relevanten Themenfeldern einbringen. Damit schafft die Gemeinde Oberägeri die Basis für eine breit abgestützte Strategie mit dem Ziel, Rahmenbedingungen für die langfristige Entwicklung von Oberägeri und das gesellschaftliche Zusammenleben zu schaffen. Für den Einbezug sollen sowohl analoge als auch digitale Partizipationskanäle verwendet werden, um einen möglichst grossen Teil der Bevölkerung zu erreichen. Zudem soll eine ausführliche Dokumentation des Prozesses sicherstellen, dass die Erkenntnisse auch von anderen Gemeinden und Städten benutzt werden können.

## 1.3. Projektorganisation

Für die Begleitung und die Unterstützung werden die Konova AG und die Strub & Partner GmbH beauftragt. Die Konova AG hat schweizweit bereits viel Erfahrung mit der Gestaltung und Umsetzung von digitalen Partizipationsprozessen gesammelt. Die Strub & Partner GmbH wiederum ist unter anderem spezialisiert auf die Begleitung von Gemeinden in Strategieprozessen. Das Projektteam setzt sich somit aus folgenden Personen zusammen:

**Projektleitung**

Alexander Klauz, Verwaltungsleiter, Gemeindeschreiber, Gemeinde Oberägeri

**Projektmitglieder**

Manuela Kaech, Verantwortliche Kommunikation, Gemeinde Oberägeri

Ramón Casutt, COO & Partner, Konova AG

Bruno Gretener, Mandatsleiter, Strub & Partner GmbH

## **2. Methodik und Vorgehensweise**

Im folgenden Kapitel wird die Vorgehensweise für den Einbezug der Bevölkerung im Strategieprozess der Gemeinde Oberägeri beschrieben.

### **2.1. Konzept und Prozessdesign**

Dialog und Partizipation ermöglichen es, Menschen zu involvieren, zu verbinden und von ihrem Wissen zu profitieren. Immer mehr Gemeinden nutzen die Chancen von Beteiligungsprozessen, um bessere Ergebnisse zu erzielen, nachhaltig Räume zu gestalten oder Vorhaben effizienter voranzutreiben.

Gerade in Vorhaben wie z.B. einem Strategieprozess in einer Gemeinde ermöglicht der frühzeitige und kontinuierliche Dialog und Einbezug der Anspruchsgruppen eine verbesserte Akzeptanz, Transparenz und Planungssicherheit. Indem Betroffene aktiv zu Beteiligten gemacht werden, können die Anspruchsgruppen frühzeitig ihre Bedürfnisse, Bedenken, Chancen und Risiken äussern, welche wiederum im Projekt bei den nächsten Schritten berücksichtigt werden.

Durch eine umfassende Beteiligung können auch kollektive Wissensressourcen sichtbar gemacht und genutzt werden. Mit Hilfe von Schwarmintelligenz können im Rahmen eines mehrstufigen Prozesses verschiedene Ideen, Varianten und Lösungsansätze gesammelt und verfeinert werden, bis letztendlich eine tragfähige, funktionierende und breit akzeptierte Lösung entsteht.

Obwohl Partizipation auf den ersten Blick mit einem erhöhten Aufwand und einer möglichen Verzögerung des Projektfortschritts verbunden sein kann, zeigt sich in der Praxis oft das Gegenteil: Eine frühzeitige Beteiligung kann dazu beitragen, Vorhaben schneller voranzutreiben, da alle Beteiligten den gleichen Kenntnisstand haben, die Chancen von Widerstand aufgrund fehlender Akzeptanz geringer ausfallen und die Anspruchsgruppen motiviert sind, das Projekt kollektiv voranzutreiben. Ein klar definiertes Prozessdesign, die richtigen Methoden und Kanäle sowie eine effektive Kommunikation ermöglichen, Beteiligungsvorhaben erfolgreich umzusetzen und die Chancen des Dialogs zu nutzen.

Um die Bevölkerung so gut wie möglich in den Strategieprozess einzubinden, setzt die Gemeinde Oberägeri auf einen mehrstufigen Prozess, der sowohl digitale als auch analoge Komponenten verbindet. Die nachfolgende Grafik zeigt eine Übersicht über die unterschiedlichen Projektphasen.



Abbildung 2: Projektphasen (Quelle: Eigene Darstellung, 2023)

## 2.2. Information und Aktivierung

«Nur wer informiert ist, kann partizipieren.» – ein wichtiger Grundsatz, der bei partizipativen Prozessen zwingend berücksichtigt werden muss. Unabhängig davon, ob die Partizipation analog oder digital stattfindet, müssen die relevanten Anspruchsgruppen erfahren, dass ein partizipativer Prozess stattfindet und dafür aktiviert werden. Die begleitende Mitwirkungskommunikation ist deshalb ein wichtiger Bestandteil des Prozesses.

### 2.2.1. Projektinformationsseite

Als zentraler Ort für sämtliche Informationen und Mitwirkungsmöglichkeiten wird die E-Mitwirkungsplattform der Gemeinde Oberägeri ([www.oberaegeri-mitgestalten.ch](http://www.oberaegeri-mitgestalten.ch)) definiert. Innerhalb der Dialog- und Partizipationsplattform wurde eine



Projektinformationsseite erstellt, die unterschiedliche Informationen zum Projekt, zum Prozess sowie zu den Mitwirkungsmöglichkeiten beinhaltet.

Die Seite wurde bereits vor der Strategievernissage (vgl. Kapitel 2.3) aufgeschaltet. Einerseits, um diese zu bewerben und andererseits damit sich Interessierte vorgängig informieren können.

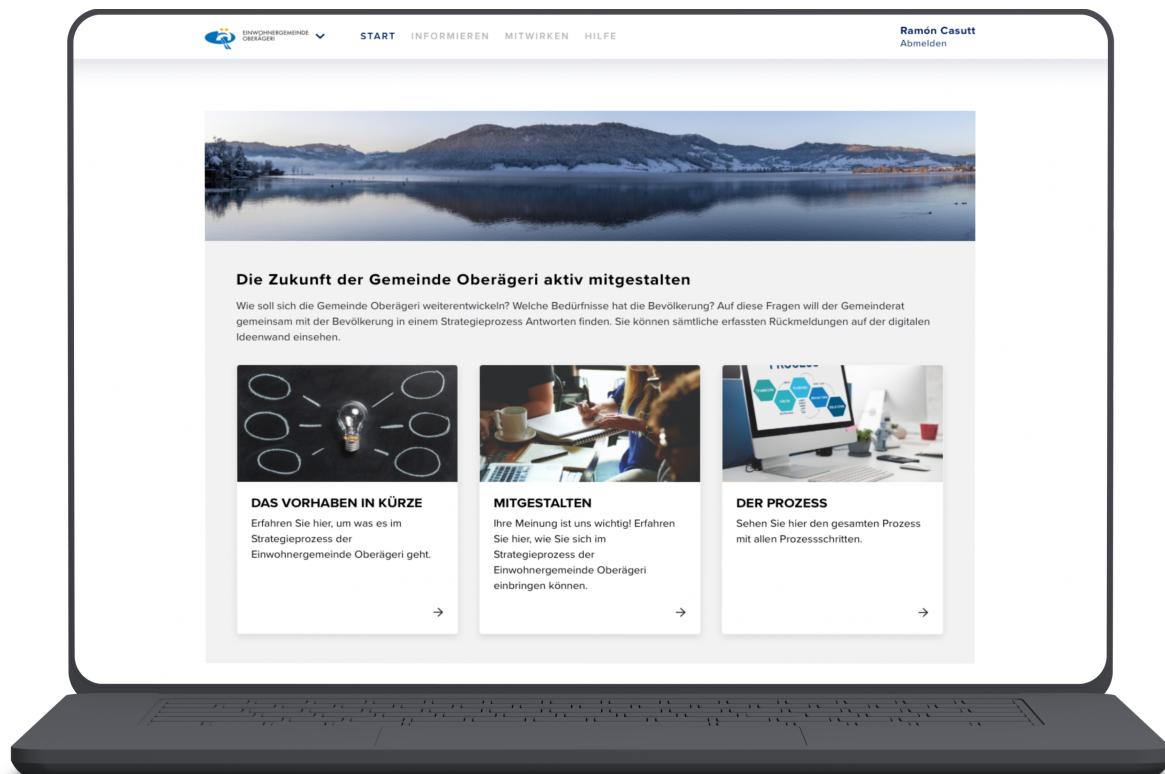


Abbildung 3: Projektinformationsseite in der E-Mitwirkungsplattform (Quelle: Konova, 2023)

### 2.2.2. Weitere Kommunikationsmassnahmen

Nebst der Projektinformationsseite wurden auch weitere digitale und analoge Kommunikationsmassnahmen für die Aktivierung zum Start des Prozesses verwendet. So hat die Gemeinde Oberägeri einen Flyer in sämtliche Haushalte verschickt, es wurde eine Medienmitteilung auf der Webseite der Gemeinde Oberägeri publiziert und es wurden spezifische Personen direkt angeschrieben.

## 2.3. Strategievernissage

Für den ersten partizipativen Teil wurde in der Gemeinde Oberägeri ein physischer Anlass (Strategievernissage) durchgeführt. An der Strategievernissage konnten sich Einwohnerinnen und Einwohner gemeinsam mit den Mitgliedern des Gemeinderats während drei Stunden intensiv Gedanken machen, welche Rahmenbedingungen es braucht für die langfristige Entwicklung von Oberägeri und das gesellschaftliche Zusammenleben.

### 2.3.1. Ablauf

Es wurden Stellwände aufgestellt. Pro Wand handelte es sich um ein vordefiniertes Thema:

1. Mobilität
2. Umwelt / Ökologie
3. Bildung
4. Kultur / Freizeit / Sport
5. Raumplanung / Infrastruktur
6. Familie / Gesundheit / Jugend / Alter
7. Sicherheit
8. Wirtschaft / Finanzen

Zusätzlich gab es noch eine leere Stellwand, wo Bedürfnisse und Ideen deponiert werden konnten, die sich nicht den anderen Bereichen zuordnen lassen. Insgesamt wurden rund 100 Rückmeldungen vor Ort erfasst.



Abbildung 4: Strategievernissage (Quelle: Gemeinde Oberägeri, 2023)

### 2.3.2. Sammlung von Kontaktdaten

Während der Strategievernissage hatten die Teilnehmenden die Möglichkeit, freiwillig ihre Kontaktdaten zu hinterlassen. Dies ermöglichte dem Projektteam einerseits, die Teilnehmenden über die Ergebnisse der Strategievernissage zu informieren, und andererseits, sie über die weiteren Schritte im Prozess auf dem Laufenden zu halten.

### 2.3.3. Sicherstellung der Ergebnisse

Die Ergebnisse der Strategievernissage wurden mittels Fotoprotokoll gesichert. Ein Fotoprotokoll ist eine ausgezeichnete Methode, um Ergebnisse in einem Partizipationsprozess sicherzustellen, da es visuelle Beweise für Diskussionen und Entscheidungen liefert. Die Bilder veranschaulichen Sachverhalte auf anschauliche Weise und dienen als Dokumentation, die Missverständnisse minimiert. Dadurch fördert es Klarheit, Verständnis und die Nachverfolgbarkeit, was zur langfristigen Wirksamkeit des Partizipationsprozesses beiträgt.

### 2.3.4. Ergebniskommunikation

Die Ergebniskommunikation in einem Partizipationsprozess ist entscheidend, um Transparenz zu gewährleisten und das Vertrauen der Teilnehmenden zu stärken. Sie ermöglicht es, die erzielten Ergebnisse effektiv zu vermitteln, was die Beteiligten motiviert, sich weiterhin aktiv einzubringen und den Prozess positiv zu gestalten. In der Gemeinde Oberägeri wurde auf diversen Kommunikationskanälen ein entsprechender Beitrag publiziert.



Abbildung 5: LinkedIn-Post der Gemeinde Oberägeri (Quelle: LinkedIn, 2023)



Abbildung 6: Medienmitteilung der Gemeinde Oberägeri (Quelle: Gemeinde Oberägeri, 2023)

## 2.4. Erster digitaler Dialogprozess

Die Grundlage für den ersten digitalen Dialogprozess bildeten die Rückmeldungen der Strategievernissage. Diese wurden im Anschluss an die Vernissage mit Hilfe des Fotoprotokolls digitalisiert und über die Projektinformationsseite für alle zugänglich gemacht, welche nun um einen digitalen Mitwirkungsbereich erweitert wurde. Zusätzlich wurde auf der Projektinformationsseite ein Rückblick zur Strategievernissage veröffentlicht, damit auch Personen, die erst jetzt in den Dialogprozess einsteigen, die gleiche Informationsgrundlage besitzen.

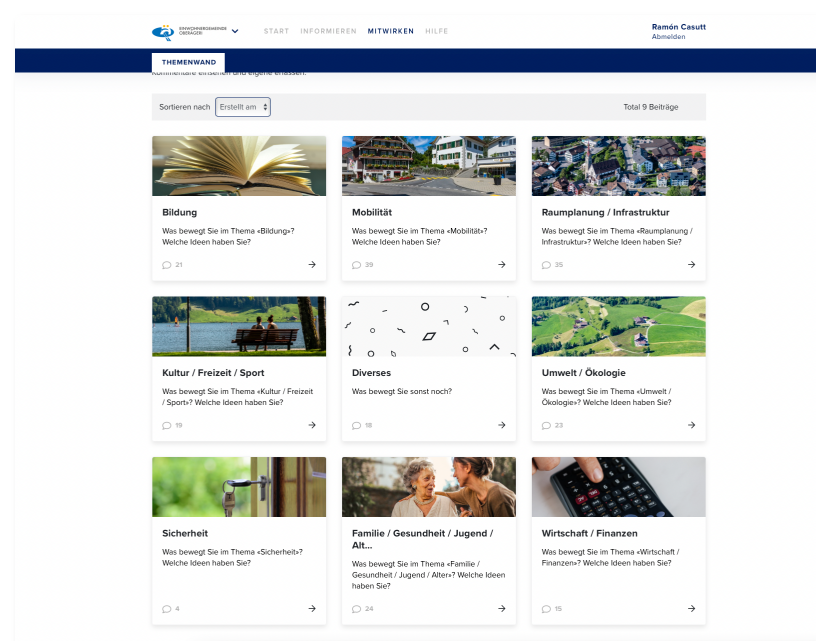


Abbildung 7: Erster digitaler Dialogprozess (Quelle: Konova, 2023)

### 2.4.1. Ablauf

Auf einer Ideenwand konnten alle bisher eingegangenen Rückmeldungen angesehen, befürwortet, abgelehnt oder kommentiert werden. Es konnten während dieser Zeit auch noch neue Themen und Ideen eingebracht werden. Da die Rückmeldungen im ersten digitalen Dialogprozess öffentlich ersichtlich sind, wurden diese in einer anonymisierten Form publiziert und es wurden keine echten Namen der Erfassenden angezeigt.

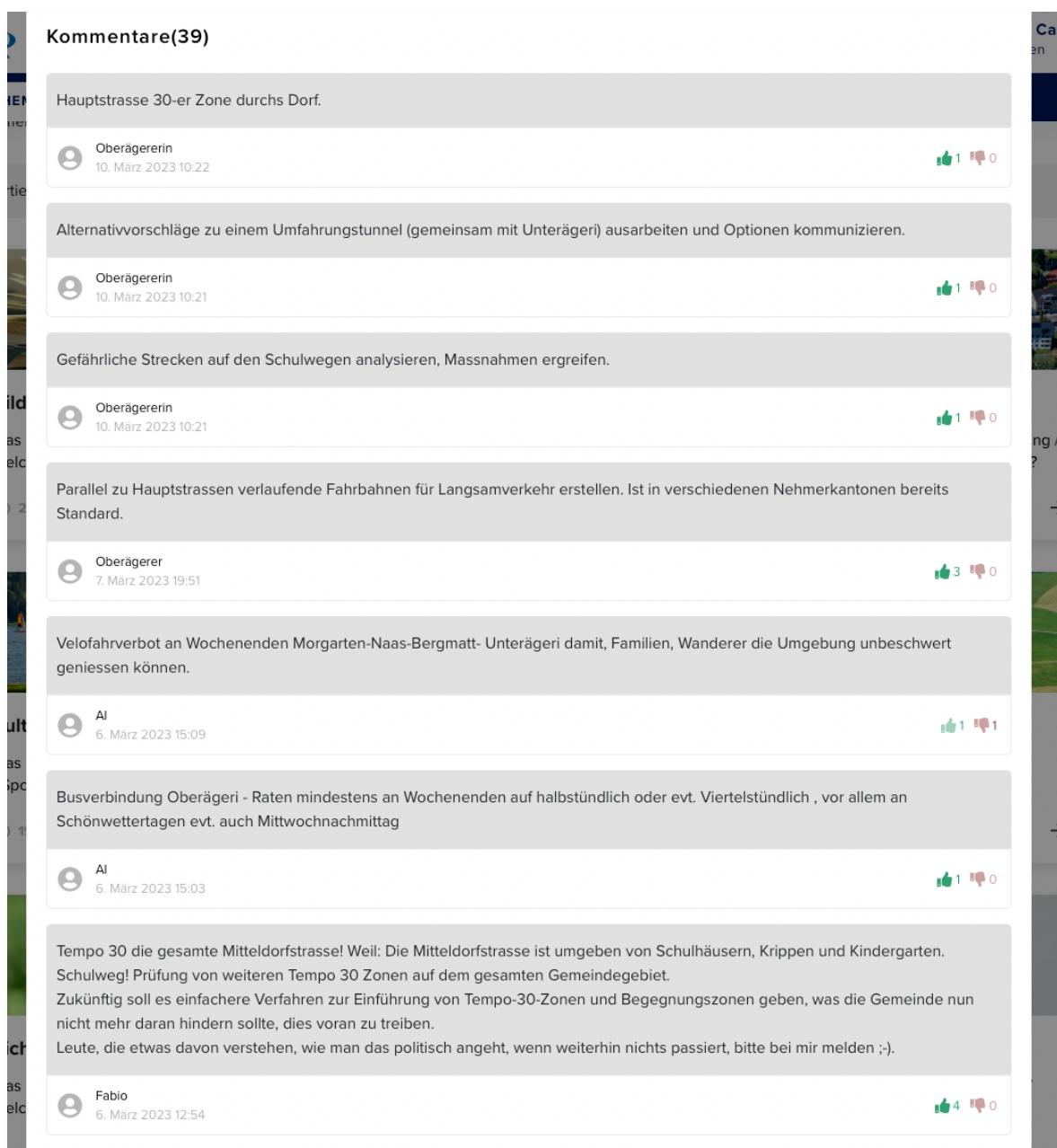


Abbildung 8: Kommentare auf der E-Mitwirkungsplattform (Quelle: Konova, 2023)

Insgesamt sind nebst den 100 Rückmeldungen aus der Strategievernissage noch weitere 100 Rückmeldungen während des digitalen Dialogprozesses eingegangen. So standen für den weiteren Prozess insgesamt rund 200 Rückmeldungen aus der Bevölkerung zur Verfügung.

#### 2.4.2. Aktivierung

Die Aktivierung für den ersten digitalen Dialogprozess erfolgte über unterschiedliche Kanäle. Die Teilnehmenden der Strategievernissage wurden direkt über die digitale Mitwirkungsplattform per E-Mail eingeladen. Die breite Öffentlichkeit wurde erneut mit einer Medienmitteilung aktiviert.

#### 2.4.3. Sicherstellung der Ergebnisse

Die Ergebnisse waren auch nach Abschluss der Mitwirkungsfrist für die Öffentlichkeit noch einsehbar. Das Projektteam hat die Rückmeldungen nach Themen sortiert und verschlagwortet, damit diese eine nutzbare Grundlage für den weiteren Prozess darstellen.

#### 2.4.4. Ergebniskommunikation

Auf der Projektinformationsseite wurde ein entsprechender Hinweis angebracht, dass der erste Dialogprozess jetzt abgeschlossen ist, die Rückmeldungen ausgewertet werden und der Gemeinderat basierend darauf einen Entwurf für die neue Strategie «Oberägeri 2040» erarbeiten wird.

### 2.5. Workshop mit Strategiekommision

Nebst den Einwohnerinnen und Einwohnern sollen auch die politischen Parteien frühzeitig in den Strategieprozess eingebunden werden, damit sie ihre Erwartungen und Ideen entsprechend einbringen können. Deshalb wurde ein Workshop mit der bestehenden Strategiekommision der Gemeinde Oberägeri durchgeführt, in der alle aktiven Ortsparteien vertreten sind. Im Workshop wurden die bisherigen Ergebnisse aus der Strategievernissage und dem ersten digitalen Dialogprozess vorgestellt. Die

Parteivertreterinnen und Parteivertreter konnten sich dazu äussern und ihre Anmerkungen dazu machen.

### 2.5.1. Ablauf

Die bisherigen Ergebnisse wurden den Teilnehmern bereits vorgängig zugestellt. Ausserdem wurden sie gebeten, als Vorbereitung eine Folie zu gestalten und darauf zu beschreiben, was Oberägeri im Jahr 2040 einzigartig macht bzw. wie sie Oberägeri dannzumal gerne sehen würden. Im Workshop selber wurde intensiv diskutiert, welche Themen und bisherigen Aussagen in die zukünftige Vision der Gemeinde Oberägeri aufgenommen werden sollen.

### 2.5.2. Sicherstellung Ergebnisse

Die Ergebnisse des Workshops mit der Strategiekommission wurden mittels Fotoprotokoll gesichert und zur Vorbereitung auf die Klausur des Gemeinderates mit der Verwaltungsleitung zusammen mit allen bisherigen Ergebnissen zur Verfügung gestellt.

### 2.5.3. Ergebniskommunikation

Nach diesem Schritt erfolgte keine Kommunikation an die Öffentlichkeit.

## 2.6. Klausur Gemeinderat und Verwaltungsleitung

Anlässlich der Klausurtagung hat der Gemeinderat Oberägeri gemeinsam mit der Verwaltungsleitung (insgesamt 12 Personen) den Strategieprozess sowie die bisherigen Ergebnisse reflektiert und daraus eine Vision/Mission erarbeitet sowie erste Leitsätze für die verschiedenen Themenbereiche formuliert und verabschiedet.

### 2.6.1. Ablauf

Die bisherigen Ergebnisse wurden den Teilnehmern bereits vorgängig zur Einsichtnahme bereitgestellt. Ausserdem wurde vom Verwaltungsleiter ein erster Grobentwurf mit möglichen Visionen, Slogans und Leitsätzen in Tabellenform erstellt. Während der Klausur wurde in mehreren Schritten die bisherigen Ergebnisse

reflektiert, Grundsatzdiskussionen bezüglich Vision und Slogans geführt sowie in Gruppenarbeiten erste Leitsätze formuliert und diskutiert. Am Ende der Klausur lagen für alle Themenbereiche bzw. strategischen Handlungsfelder ausformulierte Leitsätze vor, die in der Nachbearbeitung in den Entwurf der Strategie «Oberägeri 2040» eingeflossen sind.

### 2.6.2. Sicherstellung Ergebnisse

Die Ergebnisse der Klausur wurden wiederum mittels Fotoprotokoll gesichert. Nach der Klausur wurden die erarbeiteten Ergebnisse vom Gemeinderat zusammen mit der Verwaltungsleitung in weiteren Workshops und Arbeitsschritten zusammengefasst und für den zweiten digitalen Dialog als Strategie «Oberägeri 2040» aufbereitet.

### 2.6.3. Ergebniskommunikation

Nach diesem Schritt erfolgte keine Kommunikation an die Öffentlichkeit.

## 2.7. Zweiter digitaler Dialogprozess

Im zweiten digitalen Dialogprozess wurde die Bevölkerung erneut einbezogen. Im zweiten digitalen Dialogprozess wurde die Bevölkerung eingeladen, sich zum Entwurf der Strategie «Oberägeri 2040» zu äussern.

### 2.7.1. Ablauf

Der Entwurf der Strategie «Oberägeri 2040» wurde auf der E-Mitwirkungsplattform publiziert und die Teilnehmenden konnten direkt im Dokument strukturiert Rückmeldungen zur Vision sowie zu den Leitsätzen erfassen. Die Rückmeldungen waren in diesem Dialogprozess nicht öffentlich sichtbar. Erst nach einer Übermittlung über die digitale Mitwirkungsplattform konnte die Gemeinde Oberägeri die erfassten Rückmeldungen einsehen. In diesem Prozessschritt war die Erfassung der Rückmeldungen auch nicht mehr anonymisiert, damit das Projektteam bei allfälligen Rückfragen mit den Erfassenden in den Kontakt treten kann.



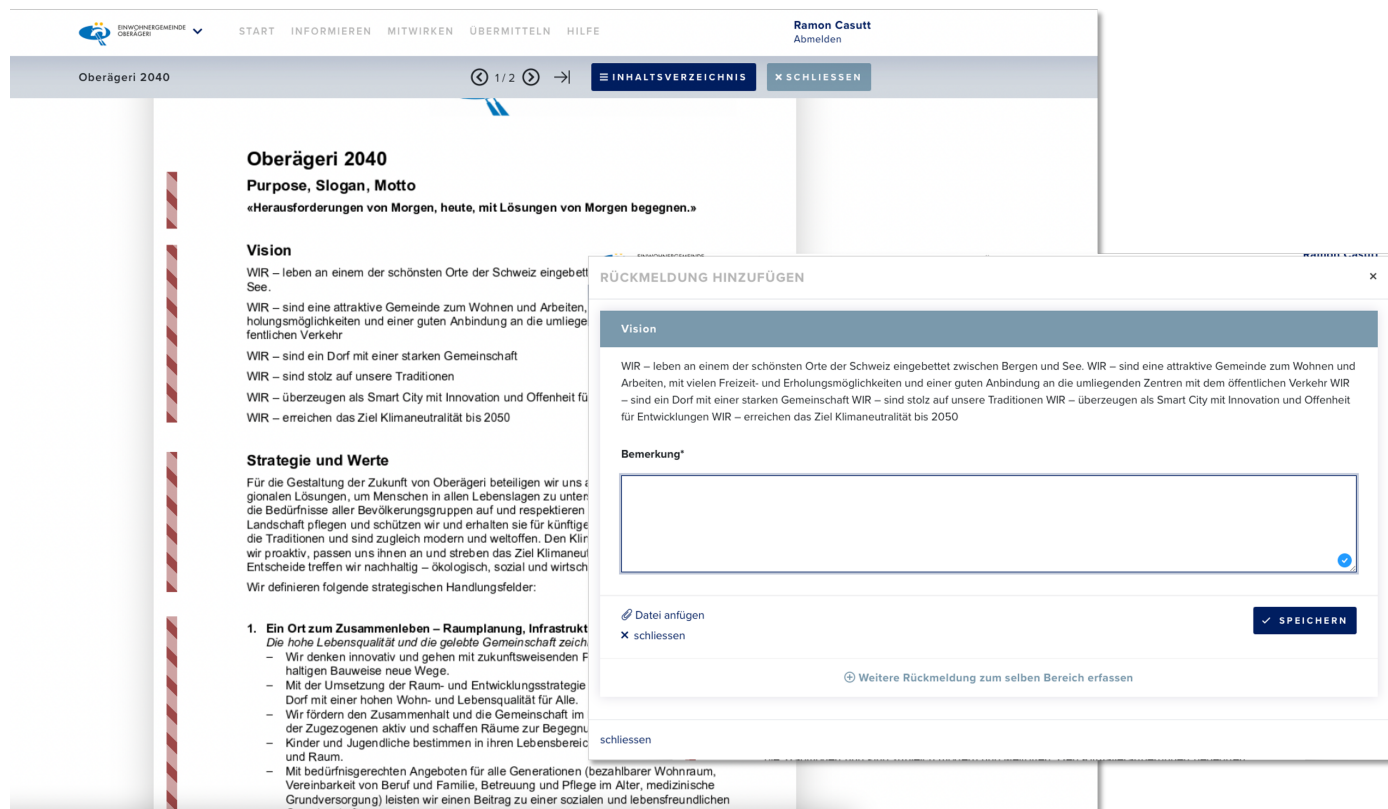


Abbildung 9: Zweiter digitaler Dialogprozess (Quelle: Konova, 2023)

Im zweiten digitalen Dialogprozess war die Beteiligung tiefer als in der ersten Beteiligungsrunden. Es sind noch weitere 30 Rückmeldungen über die E-Mitwirkungsplattform eingetroffen, die von der Gemeinde geprüft und teilweise für die finale Erarbeitung der Strategie berücksichtigt wurden.

### 2.7.2. Aktivierung

Sämtliche Teilnehmende der bisherigen Partizipationsprozesse wurden zum zweiten digitalen Dialogprozess per E-Mail über die E-Mitwirkungsplattform eingeladen. Hier wurde speziell darauf geachtet, dass sich auch die Ortsparteien äussern können, weshalb diese persönlich angeschrieben wurden. Zusätzlich hat die Gemeinde Oberägeri erneut eine Medienmitteilung publiziert.



Abbildung 10: Einladungsmail für den zweiten digitalen Dialogprozess (Quelle: Konova, 2023)

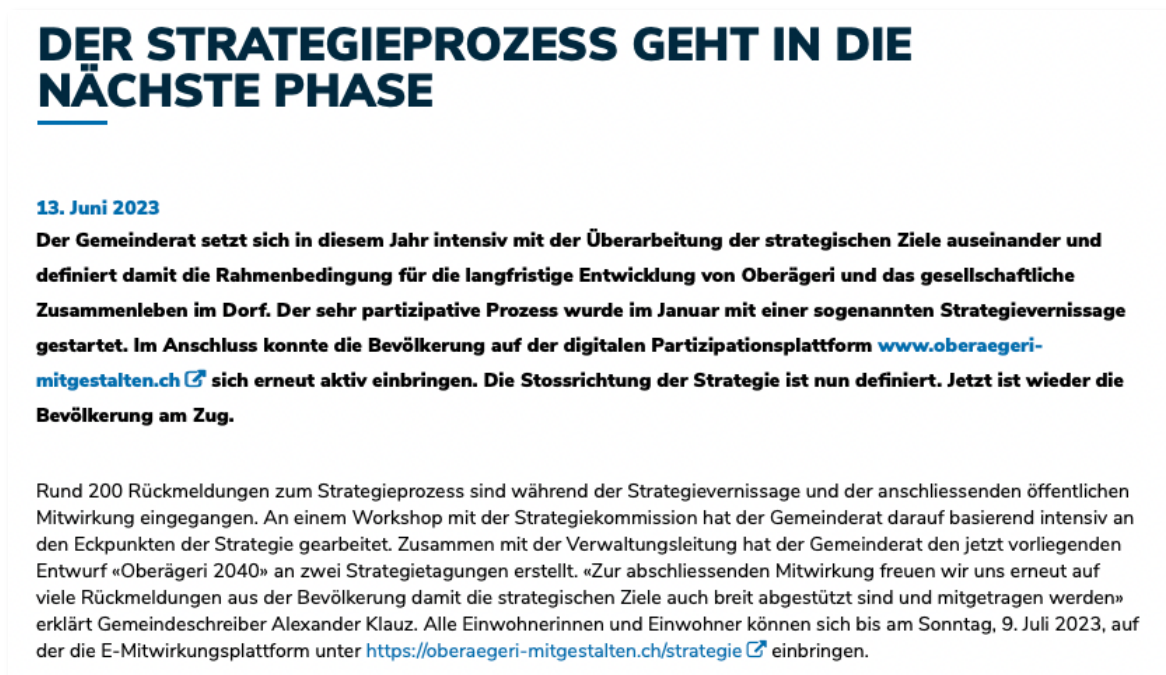


Abbildung 11: Medienmitteilung zum zweiten digitalen Dialogprozess (Quelle: Gemeinde Oberägeri, 2023)

### 2.7.3. Umgang mit Rückmeldungen und Ergebniskommunikation

Die Ergebnisse wurden alle auf der digitalen Mitwirkungsplattform erfasst. Zusätzliche Rückmeldungen, die nicht digital übermittelt wurden, sind auf der Plattform durch die Gemeinde nacherfasst worden.

Anschliessend fand eine Beurteilung der Rückmeldungen statt und die Gemeinde hat gewisse Rückmeldungen in die finale Fassung der Strategie einfließen lassen und andere mit einer Begründung zur Kenntnis genommen. Sämtliche Teilnehmenden haben automatisiert über die E-Mitwirkungsplattform eine E-Mail erhalten, wo die Beurteilung der Gemeinde auf die eigenen Rückmeldungen ersichtlich war.

### 2.8. Abschlusskommunikation

Die finale Strategie «Oberägeri 2040» liegt nun vor. Diese wird als Abschlusskommunikation sämtlichen Einwohnerinnen und Einwohnern zugestellt sowie auf der Projektinformationsplattform veröffentlicht.



Abbildung 12: Finale Strategie «Oberägeri 2040» (Quelle: Gemeinde Oberägeri, 2023)

## Vision



Oberägeri  
2040

Oberägeri  
2040

**Wir ...**

- ... leben in einem der schönsten Orte der Schweiz, eingebettet zwischen Bergen und See.
- ... sind eine attraktive Gemeinde zum Wohnen und Arbeiten mit vielen Freizeit- und Erholungsmöglichkeiten und einer guten Anbindung an die umliegenden Zentren mit dem öffentlichen Verkehr.
- ... sind ein Dorf mit einer starken Gemeinschaft.
- ... sind stolz auf unsere Traditionen und leben sie aktiv.
- ... überzeugen als Smart City mit Innovation und Offenheit für Entwicklungen.
- ... erreichen das Ziel Klimaneutralität bis 2050.

# Strategie und Werte

**Wir definieren folgende strategischen Handlungsfelder:**

**1 Ein Ort zum Zusammenleben – Raumplanung, Infrastruktur, Gesellschaft**

*Die hohe Lebensqualität und die gelebte Gemeinschaft zeichnen unser Dorf aus:*

- ✦ Wir denken innovativ und gehen mit zukunftsweisenden Projekten sowie einer nachhaltigen Bauweise neue Wege.
- ✦ Mit der Umsetzung der Raum- und Entwicklungsstrategie schaffen wir ein lebendiges Dorf mit einer hohen Wohn- und Lebensqualität für alle.
- ✦ Wir fördern den Zusammenhalt und die Gemeinschaft im Dorf sowie die Integration der Zugezogenen aktiv und schaffen Räume zur Begegnung.
- ✦ Kinder und Jugendliche bestimmen in ihren Lebensbereichen mit und erhalten so Platz und Raum, um sich zu entwickeln und zu entfalten.
- ✦ Mit bedürfnisgerechten Angeboten für alle Generationen (bezahlbarer Wohnraum, Vereinbarkeit von Beruf und Familie, Betreuung und Pflege im Alter, medizinische Grundversorgung) leisten wir einen Beitrag zu einer sozialen und lebensfreundlichen Gemeinschaft.

**2 Ein Ort zum Aufgehen / Gedeihen / Entfalten – Bildung, Verwaltung, Umwelt**

*Wir sind stolz auf unsere ausgezeichnete Bildung sowie die innovative Verwaltung und gehen künftige Herausforderungen nachhaltig und motiviert an:*

- ✦ Wir gestalten die Schule als zukunftsgerichteten Lern- und Lebensraum, welcher das lebenslange Lernen fördert und sich an den Stärken der Lernenden orientiert.
- ✦ Wir verstehen die Schule als Ort der Integration und fördern die Chancengerechtigkeit.
- ✦ Die moderne Verwaltung ist als erste Anlaufstelle eine beliebte Partnerin für alle Angelegenheiten und bekannt als innovative Arbeitgeberin.
- ✦ Unserer wertvollen Natur tragen wir Sorge und fördern eine intakte Landschaft, indem wir bewusst Grünräume schaffen sowie die Biodiversität fördern.
- ✦ Die Gemeinde ist eine klimaneutrale Organisation (Ziel Netto-0 im Jahr 2050) und sensibilisiert sowie fördert dies bei Privaten und Unternehmen.
- ✦ Wir stellen uns den Folgen des Klimawandels und unternehmen proaktiv Schritte, um das Klima zu schonen und den Folgen des Klimawandels entgegenzutreten.

Abbildung 13: Finale Strategie «Oberägeri 2040» (Quelle: Gemeinde Oberägeri, 2023)

### **3. Schlussreflexion**

Der frühzeitige Einbezug der Bevölkerung hat geholfen, deren Bedürfnisse und Anliegen im Strategieprozess zu berücksichtigen. Durch den Einbezug der Bevölkerung sowie weitere Anspruchsgruppen ist eine breit abgestützte Strategie «Oberägeri 2040» entstanden. Basierend darauf hat der Gemeinderat nun die aktuellen Legislaturziele sowie anschliessend entsprechende Jahresziele definiert. In diesem Kapitel werden einige wichtigen Erkenntnisse aus dem Prozess festgehalten.

#### **3.1. Analog oder Digital**

Während früher partizipative Prozesse hauptsächlich analog und vor Ort stattgefunden haben, bieten digitale Kanäle neue Möglichkeiten, Beteiligungsprozesse online durchzuführen. Dies führt unweigerlich zur Frage, ob analoge Beteiligung durch digitale Partizipation ersetzt werden soll und was dabei die Vor- und Nachteile sind. In der Praxis zeigte sich, dass es nicht ein «Ersetzen» oder ein «Gegeneinander» ist, sondern sich vielmehr ein Zusammenspiel zwischen analogen und digitalen Beteiligungsmöglichkeiten abzeichnet. Bei dieser hybriden Partizipation werden die Vorteile der analogen und digitalen Partizipation kombiniert, um gegenseitige Schwächen auszugleichen und Beteiligungsprozesse besser zu gestalten. Durch die Kombination von analogen und digitalen Kanälen konnte die Bevölkerung von Oberägeri möglichst breit erreicht und in den Strategieprozess einbezogen werden.

Ein grosser Vorteil für die Gemeinde Oberägeri war, dass die E-Mitwirkungsplattform bereits vorhanden war und mit anderen Projekte wie z. B. der Ortsplanungsrevision bereits Erfahrungen in der Anwendung gesammelt werden konnten. Wenn noch keine digitale Mitwirkungsplattform vorhanden ist, könnten auch Tools wie ein digitales Whiteboard (Miro, Mural etc.) genutzt werden.

#### **3.2. Strategiekommission / Aktivierung von Gremien**

Die in Oberägeri bestehende Strategiekommission setzt sich aus je 2 Mitgliedern der Ortsparteien sowie dem Gemeinderat zusammen. Die Aktivierung der Strategiekommission erfolgte mittels eines moderierten Workshops und erwies sich


als eher zäh. Auch später im Prozess zeigte sich, dass die Ortsparteien schwierig abzuholen sind. Es stellt sich also die Frage, ob und wie solche Gremien aktiviert werden können.

Einerseits ist ihre Meinung für das Schlussprodukt von immenser Wichtigkeit, da sonst das Schlussprodukt gerade von dieser Seite kritisiert wird. Andererseits sind die Strategien in den Parteien bereits gemacht und eine ergebnisoffene Diskussion schwierig. Es gilt hier also eine ortsspezifische Lösung zu finden, die Aufwand und Ertrag optimieren.

### 3.3. Prozessdesign

Wie initial erwähnt, hat sich das Projektteam für einen mehrstufigen Partizipationsprozess entschieden. Gerade bei einem mehrstufigen Prozess ist es essenziell, dass das Prozessdesign der unterschiedlichen Phasen aufeinander abgestimmt ist. Basierend auf den Erkenntnissen hat die im Projekt involvierte Konova AG einen «Partizipations-Canvas» entwickelt. Das Tool kann in anderen Gemeinden, Städten und Kantonen für die Erarbeitung von Prozessdesigns als Hilfestellung beigezogen werden (vgl. Anhang I). Der Partizipations-Canvas kann ebenfalls kostenlos hier heruntergeladen werden: <https://konova.ch/publikation/canvas>

## Anhang I: Partizipations-Canvas

 <input type="text" value="Projektname"/>		<input type="text" value="Projektphase"/>
Input	Kanäle	Output
<b>Ziele</b> <i>Was erhoffen wir uns vom Partizipationsprozess?</i>	<b>Informationskanäle</b> <i>Kanäle, um die Anspruchsgruppen zu informieren und zu aktivieren (z.B. Medienmitteilung, Brief-Einladung,...)</i>	<b>Gewünschte Ergebnisse</b> <i>Welcher Output wird gewünscht/erwartet? z.B. Textrückmeldungen zum Entwurf</i>
<b>Anspruchsgruppen</b> <i>Welche Anspruchsgruppen sind zu involvieren?</i>		
<b>Grundlagen</b> <i>Welche Informationen stellen wir als Basis für die Partizipation zur Verfügung?</i>	<b>Kanäle für die Partizipation</b> <i>Kanäle für die Partizipation (z.B. E-Mitwirkung, World Café,...)</i>	<b>Umgang mit den Ergebnissen</b> <i>Wie werden die Ergebnisse weiterbearbeitet, berücksichtigt und kommuniziert?</i>



 Herausgeberin:  
Konova AG, www.konova.ch Publiziert unter der CC-By Lizenz zur freien Nutzung mit Nennung der Herausgeberin. 

Abbildung 14: Partizipations-Canvas (Konova AG, 2023)