

Hermann-Josef Thoben

Thesen zum Projekt 11 „Positionen beziehen – Ländliche Räume in der überregionalen Partnerschaft“

Hier: **Themenforum 3 „Schlüsselakteure“** im Rahmen des Workshops am 16.06.2009 in Ludwigslust

1. Der – nachhaltig wirkende - Erfolg regionaler Entwicklungsprozesse ist in erster Linie abhängig vom haupt- und ehrenamtlichen Engagement regionaler (Schlüssel-) Akteure;
2. Die „Großräumige Partnerschaft Norddeutschland/Metropolregion Hamburg – MORO Nord“ wird nur dann auf Dauer (nachhaltig) Wirkung zeigen, wenn es gelingt, die Idee von MORO-Nord in allen Teilregionen – über Schlüsselakteure - zu verankern;
3. Wichtige Voraussetzung hierfür ist, das Ziel und die Aufgabe von MORO-Nord eindeutig – vielleicht eindeutiger als bisher (um welche Handlungsfelder, z.B. Tourismus, Wohnen, Handel, Kultur etc. geht es eigentlich?) – zu definieren, sie transparent zu machen und mit Unterstützung von **Schlüsselakteuren** konsequent umzusetzen;
4. Als Schlüsselakteure kommen solche Personen infrage, die aufgrund ihrer Erfahrung, ihrer Position und insbesondere ihrer „Augenhöhe“ Prozesse wirksam unterstützen können;
5. Schlüsselakteure sollten entweder für einzelne Teilaspekte / Themen (z.B. Tourismus oder Kultur) stehen oder sektorübergreifend vertrauensbildend wirken und den Gemeinsinn in der Region fördern;
6. Als Schlüsselakteure kommen sowohl die „Etablierten“ (aus Politik, Verwaltung, Wissenschaft, Medien) infrage als auch die „Verborgenen“; entscheidend ist, dass sie sich mit der Aufgabenstellung von MORO-Nord identifizieren und sich

professionell einbringen können und wollen;

7. Voraussetzung für ein wirksames (effektives) Mitmachen ist eine „vorbereitete Umgebung“ (Rahmenbedingung) für die Schlüsselakteure durch Politik und Verwaltung:

- Klare Positionierung (Aufgaben, Region etc.) und präzise Zielbeschreibung
- Übernahme von Teilaufgaben durch Schlüsselakteure nach Festlegung der Gesamtaufgabe, von Zeitplänen (was ist zu tun?, wer macht was bis wann?) mit hauptamtlicher strategischer Steuerung/Koordinierung (Management);
- Schlüsselakteure finden sich häufig im Rahmen des laufenden Prozesses, das gilt eher für die „Etablierten“! Wer sich dort nicht aktiv einbringt, wird auch nicht wirkungsvoll agieren! Die „Verborgenen“ müssen i.d.R. direkt angesprochen (ermutigt) werden und werden nur aktiv, wenn sie eine professionelle „vorbereitete Umgebung“ – auf Augenhöhe – erfahren;
- Aufgaben der Schlüsselakteure sind vielfältig und abhängig von ihrer Kompetenz; sie bringen ihre Erfahrung, ihr Ansehen, ihre Kompetenz sowohl auf strategischer als auch auf Projektebene ehrenamtlich ein;

8. Zwei Beispiele in Schleswig-Holstein:

- Im Rahmen eines ILE-Prozesses (IN SH: LSE) im Barkauer Land (Raum Preetz) haben sich 2 „etablierte“ Schlüsselakteure aus Kommunalpolitik und Verwaltung zusammengetan, um mit einem Tool (Computer unterstützt) das Sensitivitätsmodell nach Prof. Vester für ein Management komplexer Probleme der Regionalentwicklung einzusetzen. Ergebnisse: 13 Moderatoren wurden ausgebildet; Priorisierung von Faktoren, wie Verkehr, Schulen, Gemeinnsinn, Umwelt etc.
- Auf Föhr hat sich ein in Lausanne wohnender „verborgener“ Akteur, der ein Kunstprojekt plante, bereit erklärt, gemeinsam mit der Gemeinde und den Schulen die Versorgungs- und die Bildungsinfrastruktur als ÖPP-Projekt zu unterstützen;

9. Was muss sich ändern?

- Regeln von Politik und Verwaltung (Gesetze, Verordnungen) daraufhin überprüfen, ob sie i.S. einer vorbereiteten Umgebung geeignet sind (z.B. wie beim Leader Prinzip), Verantwortungspartnerschaften zu initiieren und zu stabilisieren;
- Bessere Beteiligungs- und Entscheidungsformen incl. Finanzierungsmodelle schaffen, um die Kreativität von Schlüsselakteuren optimal zum Wohl der Gesamtregion zu erschließen;
- Politik und Verwaltung, Wissenschaft und **Medien** in der Gesamtregion müssen sich als verantwortliche Partner für die Region begreifen; hierzu bedarf es gemeinsamer wirksamer Foren und eines professionellen Umgangs miteinander (Abgestimmte Ziele, größtmögliche Transparenz, konsequente Umsetzung)
- Um Medien, insbesondere die Printmedien als Partner zu gewinnen, müssen Sie frühzeitig – i.d.R. über die Chefredaktion – eingebunden werden;
- Für eine wirksame Partnerschaft sollten geeignete (Prozess-) Moderationstechniken eingesetzt werden; von Metaplan bis Open Space (Wikipedia.org), um die Kreativität der Teilnehmer zu fördern, Ideen allen zugänglich zu machen, gemeinsam zu Ergebnissen und Entscheidungen zu gelangen, die von der ganzen Gruppe im Konsens getragen und umgesetzt werden;

10. **Fazit:** Wir haben bisher einiges richtig gemacht aber vieles noch nicht bedacht – es ist nicht zu spät, damit die (Schlüssel-) Akteure in den ländlichen Räumen von MORO-Nord Position beziehen !