

Das Bürgerbudget der Gemeinde Schondorf am Ammersee

Ilse Baumgarten

1. Allgemeines

Das Bürgerbudget in Schondorf am Ammersee ist ein Leuchtturmprojekt. Als ‚wir‘ 2019 voll Euphorie starteten, gab es in unserer Region nichts Vergleichbares. ‚Wir‘ bedeutet: In Schondorf wird das Bürgerbudget von einem ehrenamtlich tätigen ORGA-Team realisiert; es agiert unabhängig von der Verwaltung, in enger Absprache mit dem Bürgermeister und tritt gegenüber der Verwaltung vergleichbar einer Privatperson auf.

Doch schon drei Jahre später sind fünf weitere Gemeinden im Landkreis am Thema dran – drei stecken in der Konzeptionsphase, zwei haben einen ersten Durchlauf erfolgreich umgesetzt, eine Gemeinde steht mit dem Vorhaben unter kritischer Beobachtung durch den Landrat. In jeder Gemeinde wird das Verfahren den politischen Rahmenbedingungen angepasst, wird das Instrument modifiziert. Die Notwendigkeit dazu erklärt dieser Beitrag.

Ort der Handlung: Schondorf am Ammersee, 4000 Einwohnerinnen und Einwohner. Eine kleine Gemeinde im ländlichen Raum. Noch gibt es, oben auf den Feldern, einen landwirtschaftlichen Betrieb und unten am See zwei Fischer. Dazwischen vollzieht sich eine Verdichtung, die der Nähe zu München geschuldet ist: kleine Neubausiedlungen, ein großes Bauvorhaben mit 75 Wohneinheiten und viele Doppelhaushälften. Das Miteinander basiert(e) auf der Nachbarschaft und den Vereinen, doch die klagen über fehlenden Nachwuchs und mangelnde Bereitschaft, Verantwortung zu übernehmen: Feuerwehr, Wasserwacht und Nachbarschaftshilfe arbeiten am Limit, der Katholische Frauenbund fand keine Vorsitzende mehr und wurde aufgelöst.

Noch Dorf oder schon Vorort von München? In den kommenden Jahren wird die Gemeinde erhebliche Moderationsarbeit leisten müssen, um zwischen Ansässigen „in vierter Generation“ und Stadtgeflüchteten mit gehobenem Einkommen eine Interessensgemeinschaft wachsen zu lassen. Die Initiatorinnen des Bürgerbudgets verstehen es als ein Instrument genau dafür.

Im Februar 2019 bringt der Ortsverband B90/Die Grünen im Gemeinderat den Antrag ein, im Haushalt ein Bürgerbudget einzurichten und verknüpft damit eine Erwartung:

„Das Bürger Budget hat neben der unmittelbaren Umsetzung und Förderung bürgerschaftlicher Ideen eine weitere Dimension: Es geht darum, miteinander ins Gespräch zu kommen, Vorschläge mit anderen zu diskutieren, andere bei der Abstimmung oder im Vorfeld für Ideen zu begeistern und zu gewinnen und zu sehen, dass eigene Ideen umgesetzt werden. In diesem Prozess des Gestaltens wird Demokratie erfahrbar und so könnte das Bürgerbudget einen Beitrag leisten, jenen Stimmen entgegenzuwirken, die der Meinung sind, ‚dass man eh nichts ändern kann‘“.

Die politische Einschätzung in der Diskussion pendelt zwischen „Verschwendung“ und „Partizipation“, schließlich wird der Antrag mit einer Stimme Mehrheit angenommen, eine Satzung erarbeitet, die Durchführung auf zwei Jahre als Testlauf befristet und mit der Vorgabe verbunden, dass es für die Verwaltung keinen Mehraufwand geben darf. Die Umsetzung wird an ein dreiköpfiges, ehrenamtlich tätiges Organisationsteam übergeben.

Mit dem Antrag auf Verlängerung nach zwei Jahren ging eine Modifikation der Satzung einher, die einstimmig angenommen wurde; doch entgegen dem Wunsch des Organisationsteam, die Laufzeit der Satzung auf fünf Jahre, also bis zur nächsten Kommunalwahl, zu verlängern, wurde hart darum gerungen, mindestens wieder zwei Jahre bewilligt zu bekommen. Das Bürgerbudget – unter dem Titel ‚Ideen für Schondorf‘ – ist, trotz des großen Zuspruch in der Bevölkerung, auf der politischen Ebene kein Selbstläufer!

2019, 2020 und 2021 waren die Einwohnerinnen und Einwohner eingeladen, ihre Ideen einzureichen, wurde von der Bevölkerung über die Favoriten abgestimmt und anschließend das Budget durch den Gemeinderat zugewiesen. Hier zeigt sich eine bayerische Besonderheit: Es wurde kein Bürgerbudget verhandelt, das dann unabhängig vom Gemeinderat auch umgesetzt werden kann; vielmehr wird in Bayern ein Budget pro Einwohnerin bzw. Einwohner beantragt, dessen Verwendung durch den Gemeinderat im Einzelfall genehmigt wird. Für Schondorf bedeutet das: 2,50 € pro Einwohnerin bzw. Einwohner, gerundet auf 10000 €, werden

in den Haushalt eingestellt; ist das Verfahren mit der Abstimmung durch die Bürgerinnen und Bürger abgeschlossen und sind deren Favoriten benannt, wird diese Liste vom Gemeinderat verhandelt.

Der Zeitraum, in dem das Bürgerbudget umgesetzt wird, hat sieben Phasen: (1) der Vorlauf mit der Produktion und der Verteilung der Werbemittel, Versenden der Pressemeldung etc., (2) die Einreichung der Projektideen, (3) die Veröffentlichung der Projektideen, (4) die Abstimmung über die Favoriten, (5) die Genehmigung durch den Gemeinderat, (6) die Umsetzung der Projekte durch die Ideengeberinnen und Ideengeber sowie (7) die begleitende Pressearbeit. Für die Phasen 1 bis 4 veranschlagen wir etwa vier Monate, der Termin für Phase 5 hängt vom Sitzungskalender ab; für die Realisierung des Projekts haben die Patinnen und Paten ein Jahr ab Genehmigung des Haushalts Zeit.

2. Informationsphase

Auch eine gute Idee braucht Resonanz, um sich zu entfalten und wenn es darum geht, Menschen zu begeistern, etwas in die Hand zu nehmen, dann braucht es die mediale Öffentlichkeit.

In dieser Hinsicht sind wir in Schondorf gut ausgestattet: Auf Landkreisebene haben wir eine Tageszeitung sowie eine Gratiszeitung und auf der Gemeindeebene die Zeitung „Einhorn“ sowie den Schondorf.blog. Alle vier Medien haben das Thema von Anfang an begeistert aufgenommen und begleiten die Idee des Bürgerbudgets wie auch die einzelnen Projekte ausführlich. Dies ist sicherlich einer der Gründe, warum das Bürgerbudget zum Leuchtturmprojekt innerhalb des Landkreises wurde und andere Gemeinden nun Nachfolgeprojekte inszenieren.

Außerdem produzieren wir Flyer und Plakate mit einem klar wiedererkennbaren Logo. Bei nur drei Straßen, die nach Schondorf hineinführen, einem Supermarkt, einer Buchhandlung und drei Bäckereien ist die Verteilung der Flyer und Plakate gut zu organisieren. Dies gilt sowohl für Phase (1) – die Einladung, Ideen einzureichen – als auch für Phase (4), die Abstimmung über die Favoriten. Im Übrigen funktioniert ein „Wurzelwerk“: Ist ein Familienmitglied interessiert, schließt dies häufig die Familie ein.

Abb. 1: Presseresonanz



Quelle: Landsberger Tagblatt, 11. August 2020

Die Öffentlichkeitsarbeit endet aber nicht mit der Einladung zur Einreichung und Abstimmung; es gilt auch, die Erfolge zu kommunizieren: Die Außenwirkung des Projektes – auch seine Wahrnehmung jenseits der Gemeindegrenzen – entsteht über die redaktionelle Berichterstattung in der Lokalpresse. Obwohl der Konkurrenzdruck unter den Nachrichten und Pressemeldungen allgemein groß ist, sind die „Ideen für Schondorf“

prominent vertreten. Zu sehen sind Nachbarinnen und Nachbarn und ihre Erfolgsgeschichten; das spornt an und generiert Nachahmerinnen und Nachahmer – auf der Bürgerebene wie auf der politischen.

Die Öffentlichkeitsarbeit ist die Mühe wert! Denn über die Berichterstattung entsteht Identifikation – mit der Idee des Bürgerbudgets, mit dem Wohnort selbst und mit einzelnen Projekten!

3. Einreichungsphase

„Partizipation“ – dieses Schlagwort aus dem Antrag führt zu der Frage: Wer engagiert sich? Wer reicht Ideen ein und stimmt ab? Eine Antwort darauf würde sich auf die eingangs formulierte Erwartung beziehen, über die politische Teilhabe ein gutes Miteinander in der Gemeinschaft zu etablieren. In der Satzung ist festgelegt: Jede in Schondorf lebende Person über 14 Jahre – sowie Vereine und juristische Personen – können ihre Vorschläge einreichen. Aber wer nutzt diese Chance?

Wir sammeln noch Aussagen dazu. Bisher können wir sagen, dass im ersten Durchlauf weibliche und männliche Einreichende gleichermaßen vertreten waren; im zweiten und dritten war der Anteil der Frauen größer. Bei der Abstimmung im dritten Durchlauf war das Verhältnis mit 46 % zu 54 % in etwa ausgeglichen (Zahlen zu den Vorjahren liegen nicht vor).

Aber wie steht es um das Verhältnis der Alt- und Neu-Schondorferinnen und -Schondorfer? Das aktive Einbringen, also die Einreichung von Ideen, geschieht zum überwiegenden Teil durch Menschen, die neu – im Sinne von nicht hier geboren – in der Gemeinschaft sind, sich mit neuen Ideen das Umfeld aneignen wollen, sich als engagierte Mitglieder der Gemeinschaft präsentieren und für die Diskussionsforen und Teamfindung vertraute Prozesse sind.

Um die Schwelle für das Einreichen von Ideen so niedrig wie möglich zu halten, bieten wir drei Wege an. Im „Satzungsdeutsch“ liest sich das so: „Die Vorschläge können schriftlich, mündlich zur Niederschrift oder elektronisch eingereicht werden“ (§ 3 Abs. 2).

An diesem Punkt ist die Moderation durch das ORGA-Team zum ersten Mal gefragt, denn die erste spontane Idee – etwa: „Es wäre doch schön, wenn wir eine Tauschbörse für Kleidung hätten“ – ist noch kein Antrag!

Die notwendige Moderation bezieht sich zumeist auf § 5 Abs. 3 Satz d) und e), wo es heißt, dass „(d) er (der Antrag) innerhalb eines Kalenderjahres umsetzbar ist, (e) er von der*dem Projekteinreicher*in umgesetzt und von ihr*ihm für mindestens drei Jahre betreut wird ...“.

Die Sätze d) und e) sind in ihrer Kombination von außerordentlicher Wichtigkeit, denn hier ist festgelegt, dass die Idee eigenverantwortlich umgesetzt werden muss und dies innerhalb eines Jahres möglich ist. Anders ausgedrückt: Die Praxis in anderen Gemeinden, in denen das Bürgerbudget wie ein Vorschlagsportal an die Verwaltung genutzt werden kann, funktioniert in Schondorf nicht.

So würde der Antrag, die Gemeinde solle doch bitte den Seezugang behindertengerecht gestalten, zwar viel Zuspruch bekommen, möglicherweise als direkter Antrag aus dem Gemeinderat auch diskutiert und beschlossen werden, aber in der Form des „Macht ihr mal“ nicht als „Idee für Schondorf“ angenommen. Anders verhält es sich, wenn die Idee praktikabel gemacht wird: Der Schwimmverein will betreutes Baden anbieten, hat eine kostengünstige Einstiegshilfe konstruiert und braucht einen Zuschuss für die Montage.

„Moderation durch das ORGA-Team“ heißt, mit den Projektpatinnen und -paten ins Gespräch zu gehen und die Vorgaben aus der Satzung auf ihre Idee anzuwenden. Anschließend werden sie ihr Vorhaben mit Bildern und Text so veranschaulichen können, dass aus einer Idee ein Antrag wird, der dann über die Gemeinde-Website, im Schondorf.blog und in der Gemeindezeitung veröffentlicht wird.

Nach der Praktikabilität einer Idee landen wir beim Geld und damit in einem Dilemma: Es gibt charmante Ideen, die wenig kosten, und es gibt attraktive Idee, die mit dem Budget einer kleinen Gemeinde eigentlich nicht zu stemmen sind. Der Etat für ein einzelnes Projekt im Rahmen von „Ideen für Schondorf“ ist gedeckelt, 50 % bedeuten eine maximale Finanzierung von 5000 €.

Wir werden im Hinblick auf den nächsten Durchlauf die Etatfrage diskutieren müssen – nicht den absoluten Betrag, sondern das Abstimmungsverhalten. Denn vorstellbar ist, dass zwei Projekte den gesamten Etat zugewiesen bekommen, was laut Satzung in Ordnung ist, aber den Effekt, dass jedes Projekt Botschafter für die Ideen des Bürgerbudgets ist,

vernachlässigt. Wenn die Breitenwirkung gewollt ist, könnte es für die Abstimmung eine Quotierung geben.

Publikumswirksam, ökologisch orientiert, Nischenthema – die Einreichungen der vergangenen drei Jahre lassen sich kaum unter Schlagworten wie „typisch“ oder „aussichtsreich“ zusammenfassen. Aber es gibt eine Häufung: Von den 46 eingereichten und zugelassenen Projektideen gehören 19 in die Kategorie „Miteinander / Nachbarschaft / Dorfleben“; gefolgt vom Aspekt der Nachhaltigkeit mit zwölf Nennungen.

Ebenso wichtig wie die Idee selbst ist die Akzeptanz, also die Inanspruchnahme des Projektes. Unter diesem Blickwinkel wird das Leuchtturmprojekt zu einer Herzenssache – so gut funktionieren die meisten umgesetzten Ideen!

Das Projekt mit dem größten emotionalen Zuspruch wie auch einer stetigen Benutzung ist sicher der Schondorfer Kühlschrank, hervorgegangen aus dem Engagement der Food-Saver-Idee – ein Projekt, bei dem Bedürftigkeit (in Bezug auf kostenlose Lebensmittel) und ökologisches Engagement (keine Verschwendung von Lebensmitteln) nicht gegeneinander ausgespielt werden.

Bereits im zweiten Jahr in Warteposition verharret das Projekt Brauverein, dessen Vereinsgründung über das Bürgerbudget finanziert wurde, sogar Räume bewilligt bekam und dann von der Gewerbeaufsicht ausgebremst wurde. Da der Zuspruch bei der Abstimmung so groß war, ist in der Nach-Corona-Zeit mit einem neuen Anlauf von den Projektpatinnen und -paten zu rechnen. So ließe sich zu jedem Projekt eine eigene Geschichte erzählen und damit seinen unverwechselbaren Charakter betonen.

Wenn überhaupt, lässt sich für die Frage „Was wäre ein typisches Projekt?“ ein entscheidender Faktor ausmachen: das gemeinschaftliche Erleben. Von diesem Aspekt sind viele Ideen inspiriert, und ebenso hat er in der Abstimmung eine große Anziehungskraft.

4. Überprüfungsphase

Überprüfung: Keine große Sache oder doch das Kernstück des Verfahrens? Hier spielt erneut der Faktor „kleine Gemeinde“ eine große Rolle. Es geht um 10–20 Projekte, die eingereicht werden wollen, um eine

Verwaltung, deren Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter jedem im ORGA-Team namentlich bekannt sind, um einen Bürgermeister, der an dem Bürgerbudget Gefallen gefunden hat. Außerdem ist die Person für den Erstkontakt im ORGA-Team Vielen im Ort bekannt.

In diesem magischen Vieleck ist die Überprüfung der Einreichungen auf (1) Machbarkeit, (2) Konformität mit der Satzung und (3) Konflikte mit laufenden Verfahren der Gemeinde eine Sache der kurzen Wege. Dennoch: Vor der Ablehnung steht das Gespräch, gilt es herauszufinden, ob die Idee zu einem anderen Zeitpunkt, an einem anderen Ort, mit einer anderen Intention angenommen würde.

5. Abstimmungsphase

Zwischen Marktplatz und taktischem Wahlverhalten: Im ersten Jahr gestaltete das ORGA-Team die Abstimmung über die Favoriten wie einen „Marktplatz“ – eine öffentliche Veranstaltung in der Aula der Grundschule, zu der die Einwohnerinnen und Einwohner über Aushang, die Gemeindezeitung sowie eine Pressemeldung in der Lokalzeitung eingeladen waren. Während dieses Tages stellten sich die Patinnen und Paten mit ihren Ideen vor, warben um Zustimmung und fanden Menschen, die ihr Vorhaben über die Wahl oder in der konkreten Umsetzung unterstützen wollten; es ergab sich ein reger Austausch.

Vor Ort lagen Stimmzettel aus, und wer im Ort gemeldet und mindestens 14 Jahre alt war, konnte seine Stimmen gleich dort abgeben. Zum Ende der Veranstaltung wurde direkt ausgezählt und das vorläufige Ergebnis allen Beteiligten, dem Publikum und der anwesenden Presse mitgeteilt. Anschließend konnten für eine Woche (a) die Projektpatinnen und -paten die Werbetrommel für sich schlagen und (b) die Bürgerinnen und Bürger im Rathaus noch abstimmen.

Und dann, im nächsten Jahr, übernahmen die Corona-Hygienemaßnahmen die Regie und das Verfahren wurde grundlegend verändert: Die Projekte wurden für drei Wochen in der Bahnhofshalle ausgestellt, die Abstimmung lief parallel über Briefwahl.

Abb. 2: Präsentation Fairteiler auf dem Marktplatz, 2019



Quelle: © Jutta Beuke, Schondorf a. A.

Verloren ging in diesem Verfahren der unmittelbare Austausch zwischen der Person, die für ihre Idee wirbt, und denen, die darüber abstimmen. Allerdings ist positiv zu vermerken, dass die Wahlbeteiligung anstieg; sie lag im zweiten und dritten Jahr bei 15 %, ein erfreulich hoher Wert.

Für den Durchgang in 2022 ist geplant, die drei Komponenten zu kombinieren: Marktplatz, anschließend für die Dauer von drei Wochen eine Ausstellung, und während des gesamten Zeitraums kann gewählt werden. Die Anzahl der Stimmen wurde ebenfalls im Verlauf der drei Jahre geändert: Anfänglich waren es drei Stimmen, die auch für ein einziges Projekt abgegeben werden konnten; mit Satzungsänderung bekamen wahlberechtigte Einwohnerinnen und Einwohner fünf Stimmen, wobei maximal drei kumuliert werden können.

Abb. 3: Ausstellung 2021



Quelle: © Jutta Beuke, Schondorf a. A.

Sobald die Wahlkarten ausgezählt sind, wird das Ergebnis auf der Internetseite der Gemeinde publiziert und das Ranking an die Teilnehmenden weitergegeben. Die Abstimmung ordnet die Projekte in eine Reihenfolge, wie sie die Zustimmung in der Bevölkerung gefunden haben. Daraus ergibt sich eine Liste „Die 10 Besten“, die anschließend dem Gemeinderat zur Bestätigung vorgelegt wird.

Was im Procedere wie eine Formsache wirkt, kann Sprengkraft entfalten und zu einer politischen Kontroverse genutzt werden. Aus diesem Grund wurde in der neuen Satzung verankert, dass die Ablehnung eines Projektes durch den Gemeinderat inhaltlich zu begründen ist. Dieses Verfahren hat sich bewährt.

Abb. 4: Stimmkarten 2020



Quelle: © Jutta Beuke, Schondorf a. A.

6. Umsetzungsphase

Ideen begreifbar machen: Wenn es an die Umsetzung der Idee geht, haben die Ideengeberinnen und -geber bereits drei Hürden genommen: Sie haben ihr Vorhaben öffentlich gemacht, sie haben es in der Abstimmung auf einen Platz geschafft, der vom Etat abgedeckt ist, und ihr Vorhaben wurde vom Gemeinderat bestätigt. Mit Beginn der Phase (6), der Umsetzung der „Ideen für Schondorf“, übernimmt das ORGA-Team jetzt

eine Art Patenschaft, geht mit den Ideengeberinnen und -gebern ins Gespräch über deren Vorstellung der Umsetzung, klärt offene Fragen mit der Verwaltung und unterstützt bei der Suche nach Lösungen, wenn es „klemmt“.

Beispiele für eine unkomplizierte Umsetzung:

- *Der Schondorfer Gemüsegarten (3000 €): Anfangs wird die Idee belächelt – denn wer in Schondorf stöhnt im Sommer nicht über die Last der Gartenarbeit! Richtig: jene, die in den Etagenwohnungen leben, jene, die nicht auf dem Land aufgewachsen sind, jene, die eine professionelle Anleitung suchen. Der Acker, als Pacht, war vorhanden, die Liste der Mitmachenden lang. Über das Bürgerbudget wurde das solide Gartengerät finanziert. Der Garten wird im dritten Jahr in Eigenregie bewirtschaftet; sollte der Garten aufgelöst werden, wird das Gerät zugunsten eines guten Zwecks versteigert.*
- *Das Bücherregal (500 €): Schon in der Projektbeschreibung war der Standort benannt, nämlich die Bahnhofshalle. Einzige Frage zu dem Zeitpunkt war, wie das Möbel aussehen sollte. Die Ideengeberin entschied sich für eine filigran anmutende Vitrine aus Metall und Glas, die seit drei Jahren unbeschadet funktioniert – auch, weil das Regal und seine Bestückung kontinuierlich, nämlich wöchentlich, gepflegt wird.*

Aus unterschiedlichen Gründen kann es „Hänger“ geben: Es tun sich Hemmnisse auf; die zeitliche Anforderung wird deutlich; das Energielevel sinkt; die andauernden Restriktionen unter den Hygienemaßnahmen zur Eindämmung der Infizierung mit Corona dämpfen den Tatendrang, die eigene Idee zu verfolgen, und es fehlt die unmittelbare Gelegenheit, die Freude über die Selbstwirksamkeit mit Anderen zu teilen.

Beispiele für Hemmnisse:

- *Der Brauverein (1000 €) nutzt wie beantragt das Geld für die Vereinsgründung, kann dann aber nicht in die ehemaligen Räume der Freiwilligen Feuerwehr ziehen, weil die Gewerbeaufsicht die Sicherheitsstandards nicht erfüllt sieht; die Raumfrage ist selbst im zweiten Jahr noch offen.*
- *Der Standort für den „Schondorfer Kühlschrank“ (500 €) ist schwierig zu finden: regengeschützt, Stromanschluss, diskret und doch zentral; eine Ortsbegehung mit dem Bürgermeister bringt die Lösung.*

Abb. 5: 50 Bäume für Schondorf



Quelle: © Wagner, Schondorf a. A.

- *Der Trinkwasserbrunnen am Bahnhof (1800 €) braucht die Genehmigung der Denkmalschutzbehörde; als die Vorgaben geklärt sind und die Grafik genehmigt ist, muss noch der Name geändert werden: Frischwasser fließt jetzt; denn Trinkwasser ist mit Auflagen verbunden.*
- *Das Projekt „50 Bäume für Schondorf“ (1250 €) ist vom Ideengeber gut vorbereitet, die Baumarten sind bestimmt, die Helfer stehen für den Aushub bereit, aber dann geht es um die Standorte, also um die Frage, welche Flächen geeignet sind, ob sie ohne Pacht zur Verfügung gestellt werden, und darum, wer die Bäume pflegen wird. Ein Gewinnerprojekt, das von der Euphorie des ersten Durchgangs profitierte.*

Schließlich der letzte Akt, mit dem das Projekt in die Öffentlichkeit tritt und damit an die Gemeinschaft übergeben wird: Jetzt geht es darum, Geschichten zu erzählen – von der Freude, der Anstrengung, von der Zukunft. Es geht um Besitznehmen, darum, sichtbar zu werden. Von außen gesehen sind es die Geschichten in der Presse, im Inneren sind es die Begegnungen am Kühlschrank, am Bücherregal, das Gespräch über den Zaun am Gemüsegarten.

7. Abrechnungsphase

Die Einreichung einer Idee war mit einer Kalkulation verbunden; dieser Betrag wurde dann in der Abstimmung des Gemeinderates bewilligt. Mehr gibt es nicht; Gelder, die nicht ausgegeben wurden, werden dem Bürgerbudget des kommenden Jahres zugerechnet. Die notwendigen Maßnahmen werden meist von den Ideengeberinnen und -gebern vorfinanziert und gegen Vorlage der Zahlungsbelege von der Kasse erstattet, oder die Rechnung wird direkt von der Kasse angewiesen. Das ORGA-Team überwacht dabei das Budget.

8. Bürgerbudget – eine Erfolgsgeschichte?

Aber ja! 2019 sind wir im Landkreis Landsberg als erste Gemeinde gestartet, doch bereits im Jahr 2021 wurde die Idee in zwei Nachbargemeinden umgesetzt – mit Variationen in den Satzungen: In Greifenberg ist das ORGA-Team über eine Beauftragte oder einen Beauftragten unmittelbar

mit dem Gemeinderat verbunden; in Utting hat man sich entschlossen, ein Organisationsteam aufzustellen, in dem neben der Bürgermeisterin oder dem Bürgermeister alle Fraktionen des Gemeinderats vertreten sind – womit das Instrument des Bürgerbudgets aus den parteipolitischen Auseinandersetzungen herausgehalten werden kann.

Bürgerbudget – auch eine Erfolgsgeschichte in Schondorf? Dass wird sich im nächsten Jahr zeigen, wenn die Laufzeit erneut verhandelt werden muss. Aber egal wie der Gemeinderat sich entscheiden wird – das Bürgerbudget hat schon jetzt einen für die Gemeinschaft, für die Nachhaltigkeit, für das Sichtbarwerden von sozialem Engagement wertvollen Fußabdruck hinterlassen.

Quellen- und Literaturverzeichnis

<https://www.schondorf-ammersee.de/rathaus-verwaltung/ideen-fuer-schondorf> (*das Offizielle auf der Gemeindegseite*).

<https://buergerbudget.schondorf-ammersee.de/blog/> (*die Eigen-PR im Blog*).

<https://www.schondorf-ammersee.de/rathaus-verwaltung/gemeindezeitung-einhorn> (*die Gemeindezeitung EINHORN, fortlaufend seit Frühling 2019*).

<https://schondorf.blog/?s=B%C3%BCrgerbudget> (*die engagierte Begleitung durch einen Blogger der Gemeinde*).