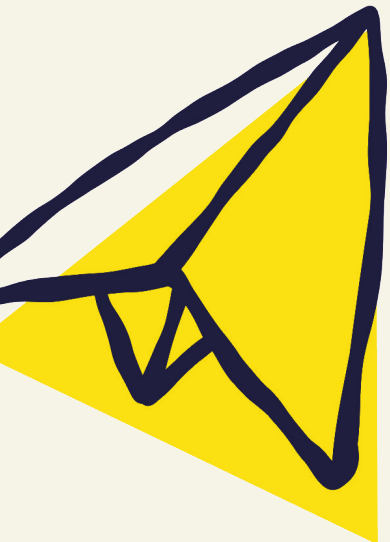




# Moment mal!

Arbeitsheft für kommunale Beteiligung



# Willkommen!

## Warum dieses Arbeitsheft?

Liebe Beteiligungsmacher\*innen, Kommunen sind Orte, an denen Demokratie konkret erlebbar wird. Wenn Beteiligung gut gelingt, kann sie dem schwindenden Vertrauen in Politik und Gesellschaft etwas entgegensetzen – und zeigen: Demokratie ist lebendig und von uns allen gestaltbar.

Wir wissen aber auch: Beteiligung ist ein weites Feld. Oft fehlen Zeit, Ressourcen oder die passende Erfahrung, um Verfahren auf den Weg zu bringen. Genau hier setzt die Initiative Offene Gesellschaft an. Wir begleiten Kommunen dabei, die ersten Schritte Richtung Partizipation zu gehen und eigene Beteiligungsvorhaben erfolgreich umzusetzen.

Beteiligung muss dabei nicht immer ein großer Bürgerrat sein. Häufig sind es gerade die kleineren Formate, die neue Menschen erreichen, Vertrauen schaffen und Lust machen, sich einzubringen. Unser Anliegen ist es, Sie zu ermutigen, solche Momente der Be-

teiligung selbst in Ihrer Kommune zu gestalten – und so Schritt für Schritt mehr Beteiligung zu wagen.

Dieses Arbeitsheft soll Ihnen Mut machen Neues auszuprobieren, Freude am gemeinsamen Gestalten zu entwickeln und dabei eigene Wege zu finden. Es wird Sie in den kommenden Monaten auf Ihrer Lernreise begleiten: als praktischer Begleiter, als Ort für Reflexion und neuen Erkenntnissen und als Anstoß für den Austausch im Team.

Verstehen Sie das Heft als praktisches Werkzeug für Ihre Arbeit, das Sie dabei unterstützt, Ihre Ideen in konkrete Momente der Beteiligung zu verwandeln – Schritt für Schritt, kreativ und praxisnah.

Wir wünschen Ihnen inspirierende Gespräche und spannende Erkenntnisse!  
***Das Team der Offenen Gesellschaft***



<b>Bevor es los geht...</b>	<b>4</b>
Beteiligung –eine Status Quo Analyse	4
Ein Beispiel aus unserer Kommune!	8

<b>Modul 1</b>	<b>10</b>
Beteiligung verstehen -Selbstreflexion	10
Zielgruppen entdecken und verstehen	14
Gesellschaftliche Gruppen und das unsichtbare Drittel	16
Mehr Menschen erreichen – unsere Beteiligungs-Checkliste	20
Platz für Notizen, Erkenntnisse, Gedanken und Fragen	22

<b>Modul 2</b>	<b>24</b>
Das passende Thema finden	24
Ziele und Gestaltungsspielräume definieren	28
Den Rahmen setzen	30
Die Zielvereinbarung	32
Das Projektteam	34
Platz für Notizen, Erkenntnisse, Gedanken und Fragen	40

<b>Modul 3</b>	<b>42</b>
Von der Idee zum Beteiligungsprozess	42
Aktionen & Methoden auswählen	44
Die richtigen Rahmenbedingungen schaffen	46
Richtig kommunizieren: Öffentlichkeitsarbeit & Ansprache	48
Platz für Notizen, Erkenntnisse, Gedanken und Fragen	52

<b>Los geht's!</b>	<b>55</b>
Der Projektplan	55
Abschließende Kommunikation: Etappenziele teilen	58
Nachbereitung und Umsetzung der Ergebnisse	59
Evaluation	60

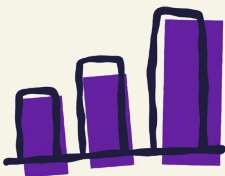
<b>Jetzt wird gefeiert!</b>	<b>62</b>
-----------------------------	-----------

# Bevor es losgeht

## Beteiligung – eine Status Quo Analyse

Bevor Sie neue Beteiligungsprozesse planen, lohnt ein Blick auf den Status quo: Welche Erfahrungen gibt es in Ihrer Kommune bereits mit Beteiligung – was hat gut funktioniert, wo gab es Schwierigkeiten? Und welche Ressourcen stehen Ihnen aktuell zur Verfügung – fachlich, finanziell, personell? Diese Analyse hilft, auf Bestehendem aufzubauen, Lücken zu erkennen und Neues anzugehen.

Der folgende Fragebogen unterstützt Sie dabei. Sie können ihn entweder allein ausfüllen – oder gemeinsam im Team nutzen.



## **Einstieg**

1. Wie würden Sie Ihre Kommune beschreiben?  
Was sind die größten Herausforderungen in Ihrer Kommune?

## **Erfahrungen mit Beteiligung**

2. Welchen Stellenwert hat Beteiligung bisher in Ihrer Kommune?

3. Zu welchen Themen fand schon Beteiligung statt?

4. Wen/Welche Gruppen konnte die Kommune mit den bisherigen  
Beteiligungsmaßnahmen erreichen?

5. Wurden Ergebnisse aus Beteiligungsverfahren erfolgreich umgesetzt?

6. Gibt es vorwiegend gute Erfahrungen mit Beteiligung?  
Oder gab es auch schon größere Kritik an Beteiligungsverfahren?

## Öffentlichkeitsarbeit

7. Wie berichten Sie über Beteiligungsverfahren? Über welche Medien und Kanäle bewerben Sie Veranstaltungen? Nutzen Sie digitale Plattformen oder soziale Medien?

8. Welche lokalen Medien haben eine besonders hohe Reichweite (online & offline)?







# Titel

**DARUM GING ES:**  
Thema und Anlass

**ZENTRALE LEITFRAGE / ZIEL:**  
Wofür wurde Beteiligung eingesetzt?

**WELCHE RESSOURCEN STANDEN  
ZUR VERFÜGUNG?**  
Finanziell und personell

**WER WAR BETEILIGT?**  
Zielgruppen und Teilnehmende

**SO WURDE GEARBEITET:**  
Formate & Methoden

**DAS WAR SCHWIERIG:**  
Herausforderungen und Stolpersteine

**DAS HAT FUNKTIONIERT:**  
Erfolgsfaktoren und bewährte Ansätze

**DAS HABEN WIR GELERNT:**  
Erkenntnisse für die Zukunft

**DAS KAM HERAUS:**  
Ergebnisse und Umsetzung der Beteiligung

# Modul 1

In diesem Modul richten wir den Blick zuerst nach innen:  
Welche Erfahrungen, Werte und Haltungen prägen Ihr Verständnis von Beteiligung? Danach wenden wir uns nach außen: Wen erreichen Sie bisher – und wen (noch) nicht? Mit den gesellschaftlichen Typen und dem „unsichtbaren Drittel“ lernen Sie, Zielgruppen besser zu verstehen und neue Wege für mehr Teilhabe zu schaffen.

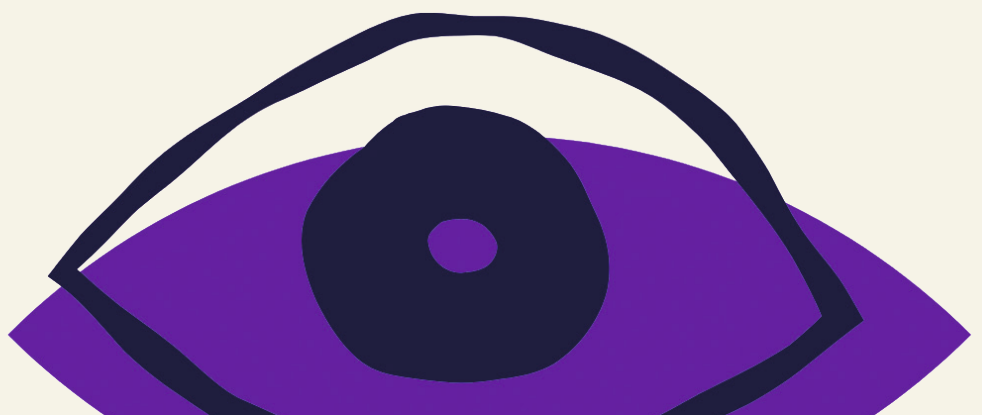
## Beteiligung verstehen – Selbstreflexion

Bevor wir tiefer in die Praxis einsteigen, lohnt es sich, zunächst einen Schritt zurückzutreten:

**Was bedeutet Beteiligung für Sie persönlich?**

**Mit welchem Ziel setzen Sie sich dafür ein?**

**Ein klarer Blick auf die eigene Haltung hilft, Beteiligung offener, transparenter und wirksamer zu gestalten.**











## 1. Blick zurück

Wen erreichen Sie bisher? Notieren Sie hier die Gruppen, die Sie in der Status-quo-Analyse bereits identifiziert habt:

## 2. Blick nach vorn

Wen wollen Sie zusätzlich erreichen?

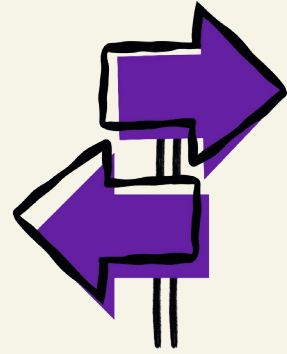
Tragen Sie hier die Gruppen ein, die Sie gerne stärker einbinden möchten:

## 3. Die Zielgruppen-Brille aufsetzen

Angebote sollten zu den Bedürfnissen, Werten und Interessen der Menschen passen – nicht umgekehrt. Nutzen Sie deshalb die folgenden Leitfragen, um Ihre Zielgruppen besser zu verstehen:

	ZIELGRUPPE 1 BSP. JUGENDLICHE	ZIELGRUPPE 1	ZIELGRUPPE 1
<b>Was ist dieser Gruppe wichtig?</b> Welche Werte, Haltungen und Überzeugungen haben sie?	<hr/> <hr/> <hr/>	<hr/> <hr/> <hr/>	<hr/> <hr/> <hr/>
<b>Welche Themen spielen auf kommunaler Ebene für diese Gruppe eine Rolle?</b> Was bewegt diese Menschen? Welche Fragen oder Probleme verbinden sie mit Ihrer Kommune?	<hr/> <hr/> <hr/>	<hr/> <hr/> <hr/>	<hr/> <hr/> <hr/>
<b>Wo trifft man sie an?</b> An welchen (halb)öffentlichen Orten halten sie sich gerne im Alltag oder in der Freizeit auf? Denken Sie auch an unkonventionelle Beteiligungsorte wie Baumärkte, Sportplätze, Cafés oder Parks	<hr/> <hr/> <hr/>	<hr/> <hr/> <hr/>	<hr/> <hr/> <hr/>





# Gesellschaftliche Gruppen und das unsichtbare Drittel

Manchmal sind es gerade die Menschen, die wir bisher noch nicht erreichen, deren Perspektiven für Beteiligung besonders spannend und wertvoll sind. In dieser Übung laden wir Sie ein, den Blickwinkel zu wechseln: Welchen Bezug und Blick auf Gesellschaft haben die Menschen, die Sie bisher schon erreichen? Welche Perspektiven haben die Menschen, die Sie schwer erreichen?

Um dabei zu helfen, nutzen wir das **Modell der sechs gesellschaftlichen Typen** von *More in Common*.



**TIPP:**

Das Wissen über gesellschaftliche Typen ist eine von mehreren Brillen, durch die Sie Ihre Zielgruppen betrachten können. Sie hilft, andere Lebensrealitäten und Perspektiven auf Gesellschaft sichtbarer und verständlicher zu machen









# Mehr Menschen erreichen – unsere Beteiligungs-Checkliste

Die folgende Checkliste hilft Ihnen, Ihr eigenes Vorhaben zu überprüfen. Je mehr Fragen Sie mit Ja beantworten können, desto offener ist Ihre Beteiligungsmaßnahme für bisher weniger erreichte Zielgruppen.

Nutzen Sie die Checkliste auch als Planungs-Tool – haken Sie Punkte ab, ergänzen Sie Ideen und markieren Sie offene Fragen. So wird die Liste zu einem kleinen Navigator auf Ihrem Weg zu mehr Inklusion und Vielfalt in der Beteiligung.



## TIPP

*In der Einladung und Bewerbung können Sie dann auf möglichst viele Antworten Bezug nehmen.*

# Checkliste für inklusive Beteiligung

## Teilnehmen können:

- ☐ Haben Sie einen Termin gewählt, der für möglichst viele passt (Wochentag, Uhrzeit, keine Feiertage)?
- ☐ Gibt es Essen, Getränke oder eine kleine Unterhaltung vor Ort? Wird das in der Einladung erwähnt?
- ☐ Wird eine kostenfreie Kinderbetreuung angeboten?
- ☐ Wird die Veranstaltung in andere Sprachen übersetzt?
- ☐ Ist das Angebot kostenfrei? Gibt es evtl. eine Aufwandsentschädigung?
- ☐ Ist auch eine digitale Teilnahme möglich – mit Einführung für Einsteiger\*innen?
- ☐ Ist der Ort mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar und barrierefrei?
- ☐ Macht der Ort einen neutralen und offenen Eindruck – also so, dass er auch politik- oder engagement-skeptische Menschen nicht abschreckt (anders als zum Beispiel Parteihäuser oder hippe Co-Working-Spaces)?
- ☐ Können Menschen auch einmalig teilnehmen oder müssen sie regelmäßig dabei sein?



### TIPP:

Themen, die als sehr politisch bzw. als Parteipolitik wahrgenommen werden, schrecken insbesondere das „unsichtbare Drittel“ eher ab.

## Teilnehmen wollen:

- ☐ Vermittelt schon die Einladung Respekt und Wertschätzung für die Teilnehmenden?
- ☐ Wird klar, dass kein Vorwissen notwendig ist?
- ☐ Ist der Ablauf der Veranstaltung verständlich beschrieben, damit Teilnehmende wissen, worauf sie sich einlassen?
- ☐ Wird bereits in der Einladung deutlich, was mit den Ergebnissen passiert (z. B. Übergabe an Bürgermeister\*in)?
- ☐ Wird deutlich, welchen Unterschied das Mitwirken macht? Haben die Angebote positive Folgen für die Teilnehmenden? (z.B. eine Verbesserung des Spielplatzes um die Ecke).
- ☐ Gibt es die Möglichkeit, nur zuzuhören oder sich zu zweit auszutauschen – ohne Druck vor einer größeren Gruppe von Menschen sprechen zu müssen?
- ☐ Wird die Veranstaltung von einer neutralen Person moderiert?
- ☐ Stehen gesellschaftliche/gemeinwohlorientierte Ziele im Mittelpunkt?
- ☐ Nehmen Personen oder Netzwerke teil, die vor Ort Vertrauen genießen?



### TIPP:

Am wahrscheinlichsten nehmen Personen an einer Veranstaltung teil, wenn sie dazu in einem persönlichen Gespräch eingeladen werden.

## Von der Aktion erfahren

- ☐ Nutzen Sie verschiedene Kanäle: Plakate, Flyer im Briefkasten, Aushänge, Zeitungsartikel, Newsletter, Social Media?
- ☐ Könnten Sie eine persönliche Ansprache ermöglichen – z. B. durch aufsuchende Verfahren oder starke Multiplikator\*innen?
- ☐ Ermutigen Sie Teilnehmende, selbst Menschen aus ihrem persönlichen Umfeld einzuladen?

## This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.



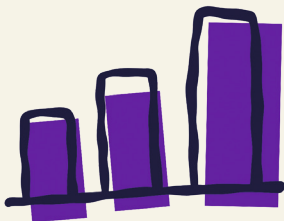


# Modul 2

In diesem Modul legen Sie die Grundlagen für einen erfolgreichen Beteiligungsprozess: Sie wählen ein passendes Thema, entwickeln daraus eine klare und handlungsorientierte Fragestellung, definieren die Ziele und klären die realistischen Gestaltungsspielräume. Ebenso wichtig ist es, die rechtlichen, organisatorischen und finanziellen Rahmenbedingungen im Blick zu haben und ein starkes Team zusammenzustellen. So entsteht Schritt für Schritt die Basis, auf der Ihr Beteiligungsprozess gelingen kann.

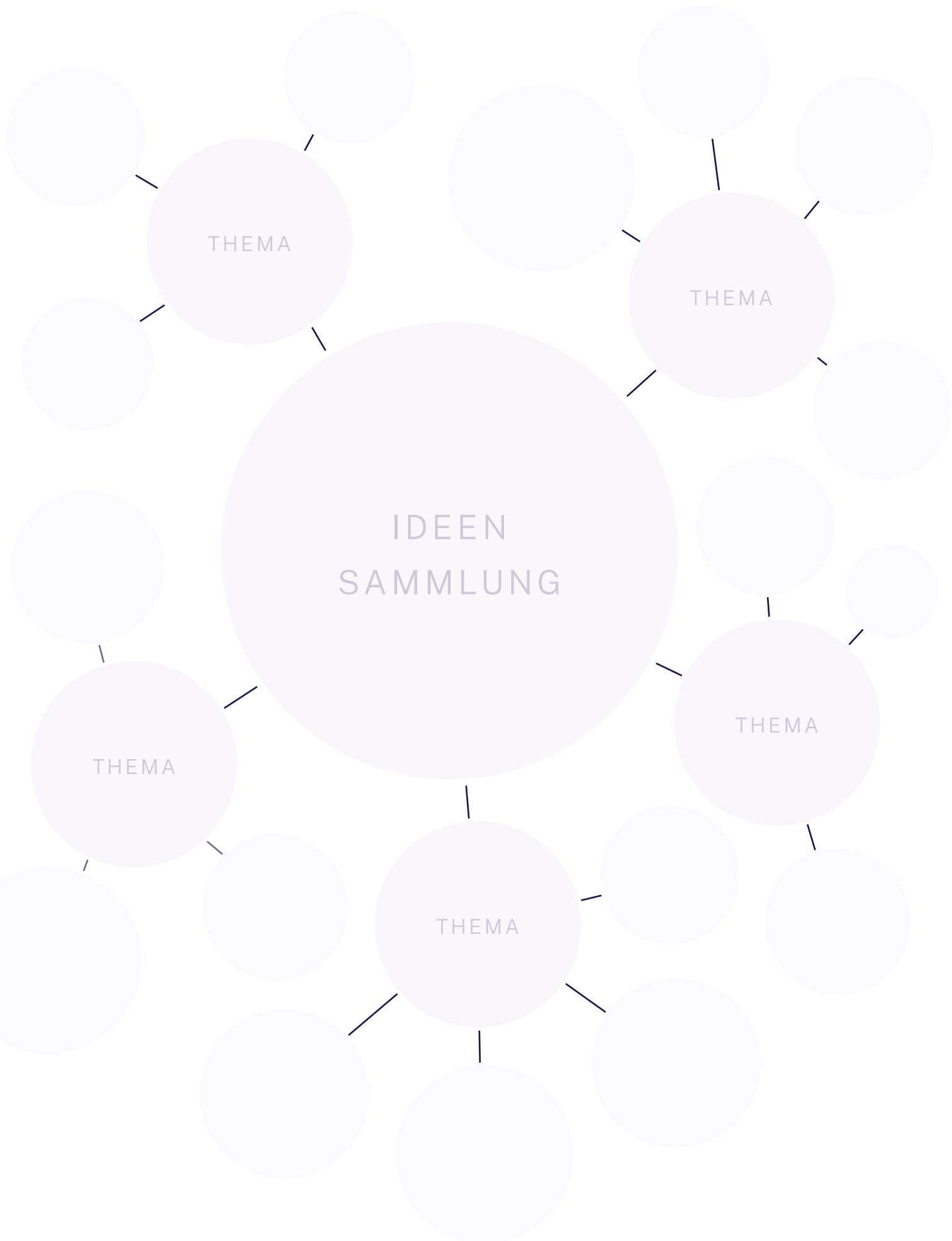
## Das passende Thema finden

Am Anfang jedes Beteiligungsprozesses steht die große Frage: **Worum soll es eigentlich gehen?** Damit das Thema für Bürger\*innen spannend und relevant ist, sollte es einige Kriterien erfüllen.





Mind Map:





# Ziele und Gestaltungsspielräume definieren

## Glückwunsch! Sie haben Ihr Thema gefunden!

Als nächstes gilt es das Beteiligungsziel zu klären und die Gestaltungsspielräume transparent zu machen. Das schafft Orientierung für alle Beteiligten und legt den Grundstein für Vertrauen.

### 1. Ziele definieren

*Fragen Sie sich:*

**Was möchten Sie mit diesem Beteiligungsprozess erreichen?**

- ☐ neue Ideen sammeln
- ☐ Informationen verbreiten und Meinungen abfragen
- ☐ unterschiedliche Stimmen hören
- ☐ Bedürfnisse der Zielgruppen kennenlernen
- ☐ Akzeptanz für ein Vorhaben schaffen
- ☐ gemeinsam gestalten
- ☐ Fehlplanungen vermeiden
- ☐ Konflikte vorbeugen oder bearbeiten
- ☐ Vorhaben durch vielfältige Perspektiven verbessern

## 2. Gestaltungsspielräume klären

Ein erfolgreicher Beteiligungsprozess basiert auf **realistischen Beteiligungsmöglichkeiten**: Es muss für alle Beteiligten klar sein, welche Entscheidungen Teilnehmende treffen können, welche nicht. Folgende Fragen unterstützen bei der Klärung:

### ZIEL DER BETEILIGUNG

Geht es primär um einen Meinungsaustausch, das Sammeln von Ideen oder um konkrete Mitgestaltung?

### WELCHES FORMAT SOLL DAS ERGEBNIS DES BETEILIGUNGSFORMAT HABEN

Ideensammlung, Empfehlungen, verbindliche Planungsentwürfe?

Welche **Entscheidungen** sind bereits gefallen, und wo ist noch **Raum für Einflussnahme**?



### WICHTIG

Schlecht gestaltete Beteiligungsprozesse können Vertrauen zerstören. Wenn kein echter Spielraum vorhanden ist oder die Grenzen nicht transparent kommuniziert werden, entsteht schnell Frust. Eine klare Kommunikation der Rahmenbedingungen verhindert Enttäuschungen und schafft Verlässlichkeit.

## 3. Beteiligungstiefe bestimmen

Mit den Zielen im Kopf, fragen Sie sich:

- Wie viel Zeit, Personal und (finanzielle) Mittel stehen zur Verfügung?
- An welchem Punkt steht das Vorhaben aktuell im politischen Entscheidungsprozess – befindet es sich noch in der Ideen- oder Planungsphase, oder wurden bereits Entscheidungen getroffen?
- Sollen Bürger\*innen nur informiert werden, Ideen einbringen oder auch aktiv mitgestalten?
- Wie intensiv sollen sie eingebunden werden?

Markieren Sie die Stufe, die für Ihr Vorhaben passt.

### INFORMATION

Bürger\*innen werden informiert.

### KONSULTATION

Bürger\*innen geben Rückmeldung und Meinungen ab.

### MITGESTALTUNG

Bürger\*innen entwickeln Ideen und gestalten aktiv mit.

### MITBESTIMMUNG

Bürger\*innen haben echte Entscheidungsmacht.

# Den Rahmen setzen

Bevor Sie mit der Planung konkreter Beteiligungsformate starten, ist es wichtig, die **Rahmenbedingungen** zu klären. Diese bilden die Leitplanken für einen erfolgreichen und realistischen Beteiligungsprozess, der für die Kommune nutzbare Ergebnisse generiert.

## VERFÜGBARE RESOURCEN

### Finanzielle Mittel

Budget für Veranstaltungen, Honorare, Material, Einladungen, Verpflegung etc.

### Personelle Kapazitäten

Mitarbeitende, Ehrenamtliche, externe Expert\*innen

### Räumlichkeiten/Logistik

Veranstaltungsorte und Technik, die Ihre Kommune zur Verfügung stellen kann

## VERANTWORTLICHKEITEN

Wer ist für das Thema formal zuständig?

Welche Gremien oder Personen genehmigen den Beteiligungsprozess?  
In welchen Ausschüssen muss das Thema behandelt werden?

Welche Abteilung muss verwaltungsintern an Bord geholt werden?  
U.a. für Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit und um die Ergebnisse weiterzuverfolgen?

Wie wird der/die Bürgermeister\*in einbezogen?

Wer entscheidet am Ende über die Umsetzung der Ergebnisse?

## RECHTLICHER RAHMEN

Welche Gesetze, Verordnungen oder Leitbilder der Kommune müssen für das Thema beachtet werden?

Gibt es formale Vorschriften zum Beteiligungsprozess (z.B. Bundes- oder Landesgesetze, Gemeindeordnungen der Länder, Leitbilder der Kommune)?





# Die Zielvereinbarung

## **Es ist Zeit für die Zielvereinbarung!**

Eine Zielvereinbarung gibt Ihrem Team einen klaren Fahrplan für den bevorstehenden Beteiligungsprozess. Sie hilft, die Kernziele jederzeit im Blick zu behalten – auch wenn mehrere Abteilungen oder externe Partner\*innen beteiligt sind.

Nutzen Sie die Zielvereinbarung auch dafür, politische Vertreter\*innen oder die Kommunikationsabteilung von Anfang an mit einzubinden. Denn es braucht währenddessen und danach eine intensive Begleitung durch Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Um sich politisch Rückenwind von den gewählten Vertreter\*innen zu holen, machen Sie ihnen von Anfang an klar, was Ihr Beteiligungsprojekt für die Stadt bedeutet.

Anhand der Zielvereinbarung können Sie im laufenden Prozess und nach Abschluss die Wirkung überprüfen. Was haben Sie geschafft? Was nicht und warum?

# Aufgabe

Halten Sie die Ziele in Stichworten oder wenigen Sätzen fest. Lassen Sie die auf den vorherigen Seiten definierten Ziele, Gestaltungsspielräume, Rahmenbedingungen und die Beteiligungstiefe in die Zielvereinbarung einfließen.

*Machen Sie dann folgendes Gedankenexperiment:*

Stellen Sie sich vor der Beteiligungsprozess ist erfolgreich verlaufen – **was haben Sie im Idealfall erreicht?** *Notieren Sie Ihre Vorstellung.*

**Zielvereinbarung:**











**ALS PARTNER\*IN  
GEWINNEN**

**ALS MULTIPLIKATOR\*IN  
GEWINNEN**

**EHER ZUSTIMMENDE  
EINSTELLUNG ZUM VORHABEN**

**ERHÖHTE  
BEDEUTUNG FÜR DEN ERFOLG**

**GERINGE  
BEDEUTUNG FÜR DEN ERFOLG**

**EHER ABLEHNENDE  
EINSTELLUNG ZUM VORHABEN**

**ÜBERZEUGEN**

**VERNACHLÄSSIGEN**



## This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.









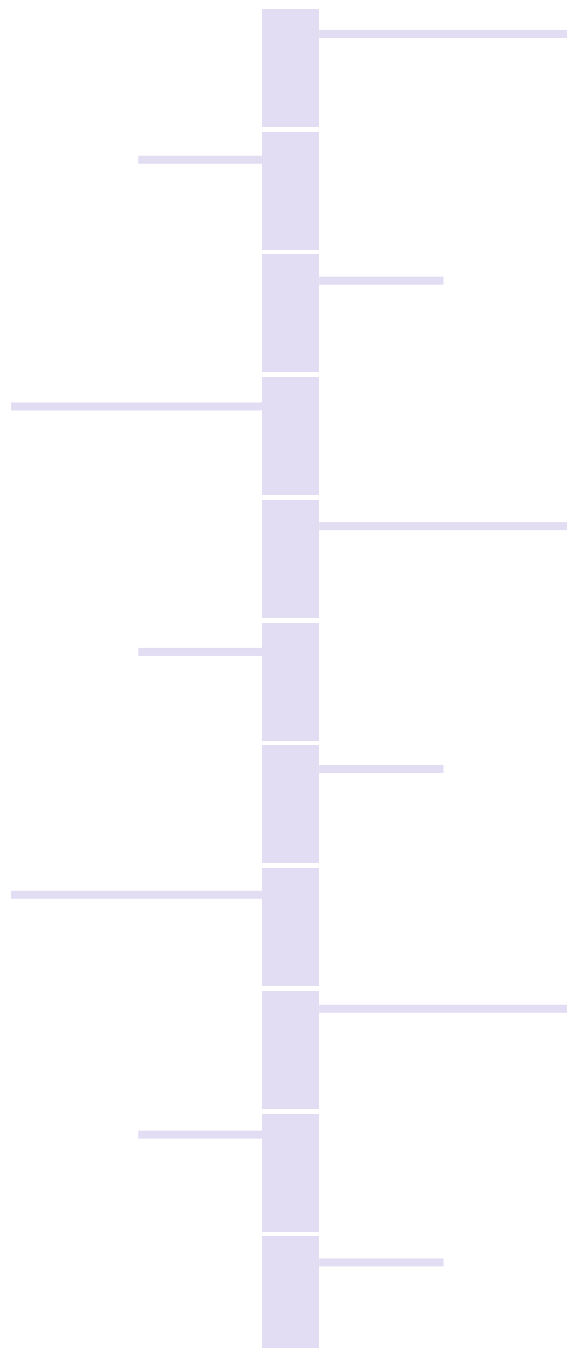




# Zeitplan erstellen

Aus den gewählten Schritten und Formaten entsteht jetzt ein **Zeitplan**.  
Ordnen Sie die wichtigsten Arbeitsphasen und Meilensteine in die Zeitachse ein:

- Ideenentwicklung und politische Beschlüsse
- Planung
- Kommunikation & Öffentlichkeitsarbeit
- Einladung der Zielgruppen
- Durchführung der einzelnen Aktionen
- Dokumentation und Auswertung der Ergebnisse
- Kommunikation der Ergebnisse und nächste Schritte







# Richtig kommunizieren: Öffentlichkeitsarbeit & Ansprache

Auch das beste Beteiligungsangebot bleibt unsichtbar, wenn es nicht aktiv beworben wird. Gerade auf kommunaler Ebene lohnt es sich, lokale Kanäle zu nutzen.

Mit gezielter Kommunikation können Sie bestimmte Zielgruppen ansprechen.

Kommunikation erfüllt dabei mehrere Funktionen. Unterscheiden können Sie zwischen einer **breiten Öffentlichkeitsarbeit**, die über den Beteiligungsprozess informiert, und **gezielter Ansprache**, die Teilnehmende motiviert und zum Mitmachen einlädt. Setzen Sie sich mit beidem zum Ziel, Hemmnisse und Vorbehalte gegenüber Beteiligung abzubauen und das Interesse am Prozess und seinen Ergebnissen zu steigern.



## TIPP

Generell gilt: Liefern Sie so wenig Informationen wie möglich, aber so viele Informationen wie nötig.



## TIPP:

Menschen aus dem „unsichtbaren Drittel“ lassen sich oft nicht dadurch motivieren, dass sie durch ihre Teilnahme die Demokratie stärken.

Für sie zählt vielmehr der persönliche, direkte Nutzen: Vielleicht möchten sie als Eltern dazu beitragen, dass ihre Kinder bessere Spiel- oder Lernmöglichkeiten bekommen. Oder sie haben ein konkretes Anliegen – zum Beispiel den Wunsch nach einer Parkbank auf dem Marktplatz. Manchmal kann auch eine kleine Aufmerksamkeit den Ausschlag geben, etwa ein Gratis-Eis an einem heißen Sommertag.





## Gezielte Ansprache von Teilnehmenden:

Grundsätzlich gilt: Je gezielter und persönlicher die Einladung, desto wahrscheinlicher nimmt eine Person teil.

- **Flyer:** Informiert gezielt Bürger\*innen in einzelnen Stadtteilen, die z.B. bisher in der Beteiligung unterrepräsentiert sind.
- **Einladungsschreiben:** Durch Post im Briefkasten fühlen sich Leute direkt angesprochen.
- **Persönliche Einladung:** Ein personalisierter Brief, in dem erklärt wird, warum eine bestimmte Person eingeladen wird (z.B. Losverfahren, Repräsentant\*in eines Stadtteils, Elternteil).

*Notieren Sie hier Ihre Ideen zur Ansprache:*

## Multiplikator\*innen involvieren:

Multiplikator\*innen sind Menschen, die in engem Kontakt zu Ihrer Zielgruppe stehen – und deren Empfehlung Gewicht hat. Liefern Sie ihnen alle Informationen, sodass sie schneller teilbar sind: Flyer, Textbausteine, Sharepics für Social Media und WhatsApp.

- Wen könnten Sie gewinnen (z. B. Vereinsmitglieder, Jugendgruppenleiter\*innen, Elternsprecher\*innen)?
- Was motiviert Multiplikator\*innen, Ihr Vorhaben zu unterstützen?

*Notieren Sie mögliche Multiplikator\*innen:*

## This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.



## This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

# Los geht's!

Jetzt wird es praktisch: Mit Ihrem Projektplan fassen Sie alle wichtigen Ergebnisse aus den vorangegangenen Modulen übersichtlich zusammen – von Zielen und Formaten bis zu Ressourcen und Zeitplan. So schaffen Sie Klarheit für Ihr Team und alle Beteiligten. Denken Sie dabei auch an die abschließende Kommunikation: Teilnehmende wollen erfahren, was aus ihren Beiträgen geworden ist. Und vergessen Sie nicht die Evaluation – sie hilft Ihnen, aus Erfahrungen zu lernen und künftige Projekte noch besser zu gestalten.

## Der Projektplan



Tragen Sie in dem folgenden Projektplan die erarbeiteten Ergebnisse aus dem Arbeitsheft zusammen und ergänzen Sie bei Bedarf noch fehlende Informationen. Dann sind Sie bereit in die Umsetzung zu gehen!

**Wir wünschen viel Spaß!**

PROJEKTTITEL



**Leitfrage:**

Wie schaffen wir es, dass...

**Problemdefinition:**

Welche Herausforderungen sollen mit dem Beteiligungsprojekt bearbeitet werden? Warum ist das Thema für die Kommune relevant?

**Zielevereinbarung:**

Was wollen Sie mit dem Beteiligungsprozess erreichen?

**Zielgruppen:**

Wen wollen Sie erreichen?

**Projektteam:**

Wer gehört zum Kernteam? Welche Rollen und Kompetenzen sind abgedeckt?

**Involvierte und Multiplikator\*innen:**

Wer muss unbedingt eingebunden werden (z.B. Politik, Verwaltung, Zivilgesellschaft)? Wer kann helfen, Zugang zu Zielgruppen zu schaffen?

**Rechtlicher Rahmen:**

Welche Gesetze, Verordnungen, Leitbilder sind zu berücksichtigen?

**Verantwortlichkeiten:**

Wer trägt die formale Verantwortung? Wer entscheidet über die Umsetzung der Ergebnisse?

**Ressourcen:**

Budget:

Zeit:

Personal:

Räumlichkeiten:

**Beteiligungstiefe:**

Welche Stufe der Beteiligung ist geplant?

**Verfahren:**

Welche Formate und Methoden sind vorgesehen?

**Kommunikation:**

Welche Kanäle und Formate nutzen Sie um  
...die breite Öffentlichkeit zu informieren?

...gezielt einzelne Gruppen anzusprechen?

Wie werden Ergebnisse dokumentiert, veröffentlicht  
und zurückgespielt?

**Evaluation:**

Wie überprüfen Sie den Projektfortschritt und wie  
stellen Sie sicher, dass Gelerntes in zukünftige Pro-  
jekte einfließt?

**Risiken:**

Welche Risiken bestehen für das Vorhaben?  
Wie kann entgegengewirkt werden?

**Umsetzung der Ergebnisse:**

Was passiert mit den erarbeiteten Ergebnissen  
des Beteiligungsvorhaben?

**Meilensteine:**

Was sind die wichtigsten Etappenziele?

# Abschließende Kommunikation: Etappenziele teilen

Mit einer sauberen Nachbereitung bauen Sie das Fundament für erfolgreiche künftige Partizipation. Umgekehrt gilt: Wer nach einer Veranstaltung den Ball einfach fallen lässt, erzeugt den Eindruck, dass etwas schiefgelaufen ist und geringschätzt die Zeit, die sich die Teilnehmenden genommen haben.

*Nutzen Sie die verschiedenen Kommunikationskanäle,  
um (bisherige und künftige) Teilnehmende zu informieren:*

- **Wer** hat teilgenommen? Hier konkret werden: z.B. Väter, Jugendliche der Realschule.
- **Was** wurde geboten? Heben Sie hier Besonderheiten hervor, wie z.B. die Methodik oder Kinderbetreuung.
- Welche **Ergebnisse** wurden erarbeitet? Das können gesammelte Ideen, konkrete Pläne oder Zahlen aus einer Abstimmung sein.
- Wie und wann geht es weiter? Auf welches **Ziel** arbeitet die Kommune im weiteren Prozess hin?
- **Wohin** können sich Interessierte wenden, um in Zukunft selbst dabei zu sein?

**Platz für Ihre Notizen:**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---





# Monitoring- und Evaluationsplan

## **Zweck:**

Warum wird evaluiert? Z. B. Qualität sichern, Verbesserung fürs nächste Mal, Transparenz nach außen)

## **Zielgruppe des Berichts:**

(Projektteam, Verwaltung, Politik, Teilnehmende, Öffentlichkeit)

## **Was soll bewertet werden?**

Prozess, Ergebnisse oder beides

## **Wie messen Sie den Erfolg?**

Definieren Sie messbare Kennzahlen, um das Erreichen der Ziele zu beurteilen (z.B. Teilnehmerzahlen, Zufriedenheit, Umsetzungsgrad der Ideen)

## **Evaluations-Methoden:**

Umfragen, Beobachtung, Interview, Feedback-Runden, Fokusgruppen

## **Zeitpunkte:**

z. B. nach jeder Aktion, am Projektende, 3 Monate nach Abschluss

# Herzlichen Glückwunsch

SIE HABEN IHRE IDEEN  
SCHRITT FÜR SCHRITT IN  
EINEN KONKRETEN BETEILIGUNGS-  
PROZESS VERWANDELT.

Welche kleinen oder großen Erfolge  
möchten Sie feiern?

Was war Ihr größter Aha-Moment?

Wer sollte mitfeiern?



# Feiern Sie Ihre Erfolge!

Welche Ideen wollen Sie  
als nächstes umsetzen?

Wie wollen Sie mit Ihrem Team feiern?

Was war neu?

Was fanden Sie überraschend?

Was hat Sie inspiriert?







## Das Arbeitsheft zum Download

HERAUSGEGEBEN VON



In einer Zeit wachsender Polarisierung setzen wir auf das, was fehlt: echtes Miteinander. Die Initiative Offene Gesellschaft entwickelt Formate, stärkt Akteur\*innen und schafft Strukturen, die demokratische Teilhabe im Alltag verankern. Unsere Arbeit folgt der Überzeugung: Demokratie ist kein System auf dem Papier, sondern eine Kultur, die gelebt werden will – jeden Tag, von unten, miteinander.

[www.offenegesellschaft.org](http://www.offenegesellschaft.org)

Verfasst von:

**Giulia Fellin, Lotte Kirch**  
**Berlin, 2025**

Gefördert von

**Deutsche Postcode Lotterie**



Gestaltung

[www.studioromanroth.de](http://www.studioromanroth.de)

