

Beteiligung junger Menschen
an Bürgerbudgets –
ein Instrumentenkoffer

JUBU
Jugendbeteiligung bei Bürgerbudgets

mit
Machen e.V.

Beteiligung junger Menschen an Bürgerbudgets – ein Instrumentenkoffer

Methoden für Schulklassen, Jugendgruppen und aufsuchende Ansprache
Beteiligung am demokratischen Zyklus

JUBU-Reihe – Band 1

Impressum

Herausgeber | mitMachen e. V. JUBU – Jugendbeteiligung bei Bürgerbudgets
Benkertstraße 13, 14467 Potsdam

Autor*innen | Carsten Herzberg, Martina Rumpel
Korrektur | Susanne Hofsäss-Kusche
Satz und Gestaltung | Burkhard Felies

2020

Hinweis zu Nutzungsbedingungen: Dieser Band darf nur für nichtkommerzielle Zwecke von Dritten weitergegeben und veröffentlicht werden. Inhalte und Grafiken können unter Angabe der Urheber*innen genutzt werden. Jede weitere Nutzung bedarf der vorherigen schriftlichen Einwilligung der Autor*innen. Sie können sich an kontakt@jugend-budget.de wenden.

Bestellungen: Die Printversion kann unter kontakt@jugend-budget.de angefordert werden (solange der Vorrat reicht).

Diesen Band finden Sie auch barrierefrei auf unserer Homepage
www.jugend-budget.de/downloads



ISBN 978-3-9822686-0-6



Wir danken unseren Förderern:

Gefördert vom

im Rahmen des Bundesprogramms



Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend

Demokratie **leben!**



Robert Bosch
Stiftung



Landespräventionsrat
Brandenburg

Gefördert von



Landeshauptstadt
Potsdam

Inhalt

Einleitung	5
1. Beteiligung junger Menschen im demokratischen Zyklus von Bürgerbudgets	6
2. Passende Instrumente finden	16
3. Steckbriefe	19
Sozialraumanalyse für Bürgerbudgets	21
Erkundungsspaziergang	25
Aktivierende Befragung	27
Mittelsperson für Kontaktaufbau	30
Öffentliche Dialogwände	32
Landkartenmethode	34
Autofotografiemethode	37
Stadtteilbegehung	40
Brainstorming	42
Blitzlicht	44
Schreibgespräch	46
Kleingruppenarbeit	48
Genderanalyse Bürgerbudget	51
Besuch aus dem Rathaus	54
Abstimmungsverfahren	57
Kampagnenplanung	60
Begleitkommission	64
Literatur & Links	66

Einleitung

Bei Bürgerbudgets können Bewohner*innen einer Stadt oder Gemeinde eigene Vorschläge für die lokale Gemeinschaft entwickeln. Das Geld stellt das Rathaus zur Verfügung und alle Einwohner*innen – oft schon im Jugendalter – können sich an der Abstimmung über die umzusetzenden Vorschläge beteiligen.

In unserem Projekt „JUBU – Jugendbeteiligung bei Bürgerbudgets“ arbeiten wir vor allem mit jungen Menschen zwischen 16 und 26 Jahren zusammen. Dies ist ein Lebensalter, in dem sich Werte und Einstellungen konsolidieren. Wir möchten, dass junge Menschen positive Erfahrungen mit Demokratie machen können. Bürgerbudgets eignen sich dazu besonders gut, da bei ihnen ein „demokratischer Zyklus“ durchlaufen werden kann, der Entscheidungsprozessen in Demokratien ähnlich ist. Es war dabei eine bewusste Entscheidung, jungen Menschen die Teilnahme an einem Verfahren der „Erwachsenenwelt“ zu erleichtern – im Gegensatz zu jüngeren Altersgruppen, bei denen sich eine Beteiligung in separaten Kinder- und Jugendbudgets anbietet. Durch aufsuchende Ansprache versuchen wir dabei auch diejenigen zu erreichen, die aus ihrem Elternhaus wenig Impulse für gesellschaftliches Engagement bekommen.

Die in dem vorliegenden Band vorgestellten Methoden haben ihren Ursprung in der Gemeinwesenarbeit, der Demokratiepädagogik und der klassischen Bürgerbeteiligung und wurden hinsichtlich einer Beteiligung bei Bürgerbudgets angepasst. Wo es keine geeigneten Ansätze gab, haben wir eigene Verfahren entwickelt, wie z. B. → Besuch aus dem Rathaus oder → Begleitkommission. Wo es sinnvoll und möglich ist, wird auf Kombinationsmöglichkeiten mit Online-Verfahren hingewiesen. Die Instrumente haben wir nach den Phasen eines demokratischen Zyklus geordnet, der im vorliegenden Band eingehend vorgestellt wird.

Dieser Band ist im ersten Jahr unseres Projektes entstanden. Wir werden die hier vorgestellten Methoden in unsere Pilotkommunen Potsdam, Nuthetal und Eberswalde mitnehmen. Aus den dort gemachten Erfahrungen sollen weitere Materialien entstehen, die Interessierten eine Orientierung bei der Einrichtung von Bürgerbudgets bieten.

Das Projekt „JUBU – Jugendbeteiligung bei Bürgerbudgets“ wird vom Bundesprogramm „Demokratie leben!“ des BMFSFJ gefördert. Daran beteiligen sich die Robert Bosch Stiftung, der Landespräventionsrat Brandenburg und die Landeshauptstadt Potsdam – ihnen danken wir für ihre Unterstützung!

Wir wünschen eine interessante Lektüre!

Das Projektteam

1. Beteiligung junger Menschen im demokratischen Zyklus von Bürgerbudgets

Bei Bürgerbudgets sind junge Menschen zwischen 16 und 26 Jahren oft unterrepräsentiert. Wir möchten das ändern und geben hierzu in diesem Kapitel eine Einführung in das Thema Jugendbeteiligung bei Bürgerbudgets. Was sind Bürgerbudgets? Wie kann ein Zugang zu jungen Menschen gefunden werden? Zur Beschreibung von Beteiligungsmöglichkeiten stellen wir den demokratischen Zyklus mit verschiedenen Beteiligungsphasen und Instrumenten vor. Dabei möchten wir auch nicht der Frage aus dem Weg gehen, was passiert, wenn am Ende die eingereichten Vorschläge doch keine Finanzierung erhalten. Ist dann das Experiment gescheitert?

Was sind Bürgerbudgets?

Bei Bürgerbudgets geht es um eine regelmäßige Beteiligung von Bewohner*innen eines Ortes außerhalb von Wahlen. Über die Einführung von Bürgerbudgets entscheiden die Gemeinden selbst. Am Anfang steht ein – oft einstimmig gefasster – Beschluss der Gemeindevertretung. Mit Bürgerbudgets wird das Ziel verfolgt, eine demokratische Beteiligung der Menschen vor Ort zu fördern. Sie werden deshalb auch als demokratische Innovation bezeichnet, mit der die repräsentative Demokratie ergänzt und aufgewertet werden soll (Sintomer et al. 2016). Bürgerbudgets sind weltweit verbreitet (Dias 2019). Ihre Zahl wird mit bis weit über 2.000 Beispielen angegeben. Hierzulande sind Bürgerbudgets insbesondere in Ostdeutschland zu finden, das Land Brandenburg ist mit fast 40 Vorreiter – siehe hierzu auch den JUBU-Band „Bürgerbudgets in Brandenburg und Nachbarregionen“ (2020).

In Deutschland sind Bürgerbudgets aus den Bürgerhaushalten entstanden. Im Unterschied zu Bürgerhaushalten steht bei Bürgerbudgets ein reservierter Betrag zur Verfügung. Dies kann z. B. die Gestaltung von Grünflächen, Spielplätzen oder die Durchführung von Kulturveranstaltungen betreffen. Der zur Umsetzung der Vorschläge reservierte Betrag variiert von unter einem Euro bis zu acht Euro je Einwohner*in. Die Gesamtbeträge belaufen sich z. B. somit in unseren Pilotkommunen auf 100.000 Euro in Eberswalde, auf 50.000 Euro in Nuthetal und 108.000 Euro sollen es in Potsdam sein (alle Zahlen für 2020). Durch die Bereitstellung eines Betrages greifen Bürgerbudgets die Erfahrung aus den Bürgerhaushalten auf, dass Menschen, die sich einbringen, zeitnah die Umsetzung ihrer Vorschläge erleben möchten.

Jede Gemeinde kann ihr eigenes Verfahren gestalten – der Kreativität sind keine Grenzen gesetzt. Grundlegend ist jedoch, dass es einen Moment der Vorschlagssammlung und -einreichung gibt. Zur Entwicklung von Vorschlägen können eigene Veranstaltungen einberufen werden. Die Idee ist hier, dass es dann zu einer Diskussion zwischen den Einwohner*innen kommt – dies ist z. B. ein Moment, der bei unserem Projekt der Beteiligung junger Menschen im Vordergrund steht. Vorschläge können aber auch ohne Diskussion direkt per Post, E-Mail oder persönliche Abgabe eingereicht werden.

Damit nicht ein einziger Vorschlag das gesamte Budget verbraucht, gibt es Kostenobergrenzen. Im Jahr 2020 bzw. 2021 sind dies in Eberswalde 15.000 Euro, in Nuthetal 10.000 Euro und in Potsdam 5.000 Euro (alle Zahlen für 2020). Nach dem Ablauf der Frist zum Einreichen von Vorschlägen werden diese veröffentlicht. In der Regel findet eine Abstimmung statt, an der alle Einwohner*innen ab einem bestimmten Alter teilnehmen können. Seltener ist, dass es eine Jury gibt, die über die Vorschläge entscheidet. In manchen Kommunen besteht für Kinder und Jugendliche ein separates Verfahren. In unserem Projekt geht es jedoch bewusst darum, junge Menschen an einem Prozess der „Erwachsenenwelt“ zu beteiligen.

Nach der Abstimmung erfolgt eine Veröffentlichung der Ergebnisse. Es können so viele Vorschläge finanziert werden, bis der bereitgestellte Gesamtbetrag aufgebraucht ist. Die Umsetzung soll daraufhin zeitnah innerhalb eines Jahres erfolgen. Je nach Vorschlag können, wenn die örtlichen Regeln dies vorsehen, auch Einwohner*innen selbst die Maßnahmen umsetzen bzw. sich an deren Durchführung beteiligen.

Die Vorteile von Bürgerbudgets lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- **Mit eigenen Vorschlägen kann das lokale Leben mitgestaltet werden.**
- **Die Teilnehmenden bzw. Einwohner*innen entscheiden** durch Abstimmung selbst über die zu finanzierenden Vorschläge.
- **Die gewählten Vorschläge und Maßnahmen werden zeitnah umgesetzt** – das heißt spätestens im Laufe des folgenden Jahres.
- **Jugendliche können mitmachen** – oft ab zwölf oder 14 Jahren.
- **Regelmäßige Durchführung** – dadurch ergibt sich die Chance, mit einem Vorschlag erneut an der Abstimmung teilzunehmen.



Zugänge zu Menschen zwischen 16 und 26 Jahren

Wir möchten insbesondere mit jungen Menschen von 16 bis 26 zusammenarbeiten, die in Gebieten mit niedriger Wahlbeteiligung wohnen und eventuell von ihren Eltern wenig Anregung für politisches Engagement bekommen. Doch wie können sie erreicht werden? Wir sehen hierfür zwei Ansätze: Zum einen gibt es die Möglichkeit, mit Gruppen zusammenzuarbeiten, die sich im Rahmen von Institutionen wie Schulen, Sportvereinen, Jugendeinrichtungen, Kirchen etc. treffen. Der zweite Ansatz besteht darin, Gruppen anzusprechen, die sich im öffentlichen Raum informal verabreden. Hierzu gehören Freundeskreise, Cliques etc. Letzteres kann in dieser Methodensammlung nur angeschnitten werden, uns ist es jedoch wichtig, diesen Weg ebenfalls anzugehen und Erfahrungen zu sammeln, die wir später in einer eigenen Handlungsanleitung darlegen möchten.

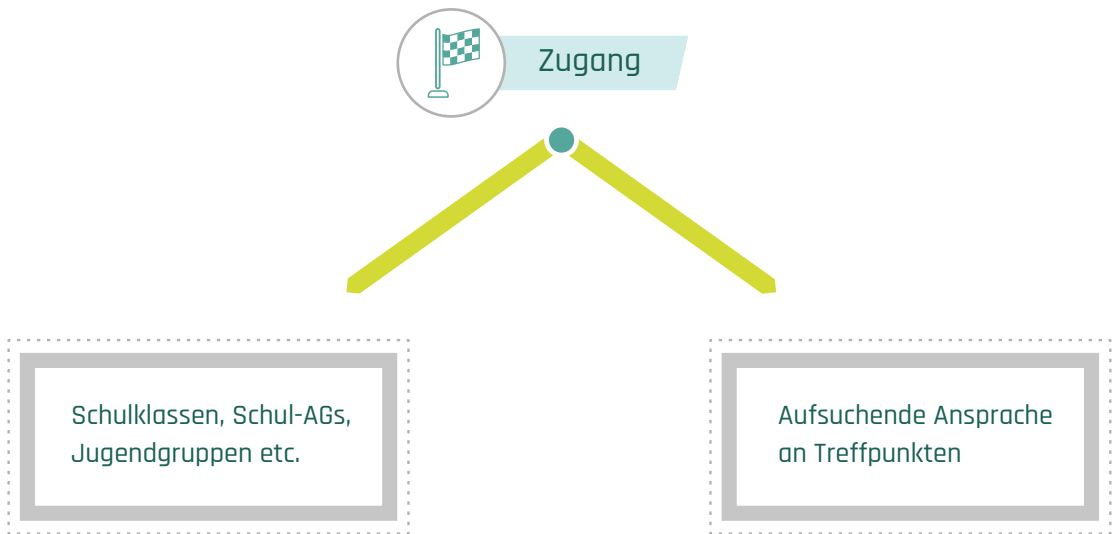


Abb. 1: Zugänge zu Gruppen

Um junge Menschen zu erreichen, die bisher wenig Impulse für eine politische Beteiligung bekommen, könnten vorrangig die Stadtteile bzw. Ortsteile ausgewählt werden, in denen die Wahlbeteiligung niedrig ist. Hier kann davon ausgegangen werden, dass die Möglichkeiten der politischen Teilhabe, die junge Menschen für sich selbst sehen, tendenziell weniger präsent sind. Die bewusste Auswahl von Gruppen, die nicht schon politisch aktiv sind, würde einerseits ihr „Empowerment“ (Krafeld 2004: 77) fördern können. Andererseits erlaubt dieser Ansatz auch, Erfahrungen darüber zu sammeln, welche Methoden und Wege für einen breiten Zugang zu Beteiligung notwendig sind.

Zusammenarbeit mit Schulklassen und Jugendgruppen

Bevor einige Ausführungen zur aufsuchenden Ansprache vorgenommen werden, möchten wir auf die Zusammenarbeit mit formalen Gruppen eingehen, für die die Mehrheit der hier dargestellten Methoden gedacht ist. Bei einer Zusammenarbeit mit einer Schulklasse, Schul-AG oder einer anderen formalen Gruppe wäre rechtzeitig im Vorhalbjahr des Beteiligungszeitraumes Kontakt zu Lehrer*innen aufzunehmen. Eventuell kann dabei ein Gespräch mit Hilfe von Schulsozialarbeiter*innen helfen, an einer Zusammenarbeit potentiell interessierte Lehrer*innen kennenzulernen. Außerhalb von Schulen könnten Jugendgruppen, wie sie z. B. bei Pfadfinder*innen, in kirchlichen Zusammenhängen oder auch bei der Feuerwehr und Sportvereinen bestehen, angesprochen werden. Lokale Träger oder Jugendbeauftragte bei den Gemeinden haben in der Regel eine gute Übersicht, welche aktiven Vereine und Gruppen es gibt, und können mitunter auch Ansprechpersonen benennen. Ansonsten kann eine Recherche oder eine Begehung des Stadtteiles bzw. Dorfes stattfinden, um herauszufinden, ob es vor Ort aktive Gruppen gibt, die hinsichtlich einer Teilnahme am Bürgerbudget gewonnen werden könnten.

Vor einer Kooperation wäre der Rahmen der Zusammenarbeit zu besprechen. Dazu gehören die Häufigkeit und der Umfang der Treffen sowie die Klärung gegenseitiger Erwartungen. Dabei sind die Vorteile von Bürgerbudgets zu benennen, nämlich dass sie die Möglichkeit bieten, für selbstentwickelte Vorschläge eine Finanzierung zu finden, wobei jedoch auch darauf hinzuweisen wäre, dass dies nicht garantiert ist. Ein Aspekt der Vorgespräche kann auch die Erörterung der Fragen sein, inwieweit die Gruppe ein Interesse hat, für sie wichtige Anliegen mit Politiker*innen und Mitarbeiter*innen der Verwaltung zu besprechen oder auch deren Arbeitsweise und Aufgaben näher kennenzulernen. Und nicht zuletzt könnte bei einem Vorgespräch darauf eingegangen werden, inwiefern ein Interesse besteht, sich im Rahmen von Workshops gezielt Fähigkeiten, wie z. B. die Planung einer Wahlkampagne, anzueignen. Dabei ist natürlich auch daran zu denken, welche Fähigkeiten und welches Wissen die Teilnehmenden einbringen. Einige dieser Punkte werden sich eventuell erst im Laufe der Zusammenarbeit ergeben, es scheint jedoch hilfreich zu sein, am Anfang einen Überblick über unterschiedliche Gestaltungsmöglichkeiten der Kooperation zu geben.

Aufsuchende Ansprache

Die aufsuchende Ansprache bezieht sich auf informale Gruppen. Gemeint sind hiermit junge Menschen, die sich als „Clique“ oder loser Zusammenschluss an bestimmten öffentlichen Orten der Gemeinde treffen (Kirsch 2009). Diese können draußen liegen, z. B. eine Bank am Sportplatz, ein Treffpunkt in der Innenstadt sein oder sich auch drinnen befinden, wie z. B. bei bestehenden Jugendclubs ohne feste Gruppen. Der Zugang kann über die eigene direkte Ansprache erfolgen, wozu u. a. eine → Aktivierende Befragung geeignet ist. Es ist aber auch möglich, den Kontakt über Mittler*innen herzustellen, die die jungen Menschen bereits kennen, wie z. B. andere junge Menschen oder Streetworker*innen. Bei der Zusammenarbeit mit informalen Gruppen ist es in der Einstiegsphase besonders wichtig, Beziehungsarbeit zu leisten (Krafeld 2004). So können die Kontakte genug für eine Kooperation am Beteiligungsprozess für das Bürgerbudget gefestigt werden.

Die nachfolgenden Hinweise für die aufsuchende Ansprache junger Menschen entstanden aus Gesprächen mit erfahrenen Streetworker*innen, aus Fortbildungen, Hospitationen und bei der Sichtung der einschlägigen Literatur zum Thema:

- **Haltung definieren:** Die Befragenden sollten sich als Vorbereitung über ihre Haltung austauschen. Sozialpädagogische Ansätze orientieren sich dabei an Leitbegriffen wie „Ergebnisoffenheit“, „Neugierde“ und „Lebensweltorientierung“.
- **Ziele vergewissern und abgrenzen:** Es geht darum, Kontakt zu jungen Menschen aufzunehmen, um sie auf das Bürgerbudget aufmerksam zu machen und bei Interesse mit ihnen Vorschläge zu entwickeln. Im Streetwork der Sozialen Arbeit geht es u. a. auch darum, jungen Menschen Beratungsangebote zu vermitteln und/oder deren Interessen ggf. anwaltschaftlich zu vertreten. Diese Aufgaben kann – und sollte – eine aufsuchende Ansprache bei Bürgerbudgets nicht übernehmen.

- **Respekt gegenüber Aneignungsräumen:** Bei der Ansprache sollen sich die Befragter*innen bewusst sein, dass sie in den Aneignungsraum von Gruppen bzw. Einzelpersonen eindringen. Dies ist ein sensibler Moment, denn die Gruppen, die sich z. B. an einer Parkbank zum Erzählen treffen, könnten sich durch Befragter*innen gestört fühlen, da sie für die Befragung ihr Gespräch unterbrechen müssen. Von daher solle auf Mimik und Äußerungen geachtet werden.
- **Rollenklärung bei Gesprächsbeginn:** Bei jedem Kontakt mit Gruppen stellt das Team sich und sein Anliegen kurz vor, z. B.: „Wir setzen uns dafür ein, dass junge Menschen mitentscheiden können.“ Der Name des Vereins/der Institution, dem/der das Team angehört, ist zu nennen. Zu empfehlen ist auch, einen Aufkleber oder eine Karte zu überreichen, auf dem Name und Kontaktdaten angegeben sind. Diesen können die jungen Menschen auch Eltern und Lehrer*innen zeigen, falls diese fragen, mit was für Leuten sie da ins Gespräch gekommen sind.
- **Regelmäßige Präsenz zum Kontaktaufbau:** Es empfiehlt sich, regelmäßig an den gleichen Orten aufzutauchen. Auf diese Weise kann ein Kontakt entstehen und die jungen Menschen können sich auch vorbereiten, wenn sie wissen, wann das Team vorbeikommt. Diese Begegnungen werden vorbereitet. Läuft z. B. die Kontaktaufnahme im Rahmen einer → Aktivierenden Befragung, können bei der nächsten Begegnung Ergebnisse mitgeteilt werden oder es kann über Möglichkeiten der Umsetzung im Rahmen von Bürgerbudgets gesprochen werden.
- **Gemischtgeschlechtliches Team:** Die Teams selbst sollten immer gemischtgeschlechtlich sein, um verschiedene junge Menschen erreichen zu können. Es geht auch darum, dass Außenstehende die Ansprache mitbekommen werden und Notiz von ihr nehmen. Um Missverständnisse zu vermeiden und leichter Vertrauensverhältnisse aufbauen zu können, sollte vermieden werden, dass zwei Männer alleine die Kontaktaufnahme vornehmen.
- **Stadtteilkordinator*innen und Träger informieren:** Wenn ein Gebiet zur Ansprache junger Menschen regelmäßig besucht wird, sollten darüber vor Ort tätige Träger der Jugendarbeit informiert bzw. das Gespräch mit ihnen gesucht werden. Zum einen können diesem Austausch oft wertvolle Hinweise für das eigene Vorgehen entnommen werden. Zum anderen ist es wichtig, dass sie die Aktivität des Teams einordnen können, falls sie diese beobachten oder diesbezüglich angesprochen werden.
- **Handlungsschema für Kindeswohlgefährdung kennen:** Für den Fall, dass Situationen der Kindeswohlgefährdung beobachtet werden, sollte auf ein Handlungsschema zurückgegriffen werden können, das allen Teammitgliedern bekannt ist. Einige Städte wie die Landeshauptstadt Potsdam haben hierzu ein Ablaufverfahren entwickelt, das für diesen Zweck herangezogen werden kann.

Wir möchten nahelegen, diese Punkte vor Beginn einer aufsuchenden Ansprache im Team zu erörtern und auch zu klären, welche weiteren Punkte ggf. zu berücksichtigen wären. In dem vorliegenden Leitfaden werden als Methoden der aufsuchenden Ansprache die → Erkundungsspaziergang, → Aktivierende Befragung, → Mittelsperson für Kontaktaufbau, → Öffentliche Dialogwände und → Landkartenmethode vorgestellt. Darüber hinaus empfiehlt sich jedoch, ein Gesamtkonzept zu entwickeln, in dem sich auch Gedanken gemacht werden, wie es nach einer Befragung zur Entwicklung von Vorschlägen für das Bürgerbudget weitergehen könnte.

Demokratieerleben bei den Phasen des Bürgerbudgets

Oft besteht politische Beteiligung nur aus einem Moment. Dies liegt daran, dass größere Verfahren aufwändiger zu organisieren sind. Aber auch die Teilnehmenden haben oft nicht die Zeit oder das Interesse, sich länger einzubringen. Bei der Beteiligung junger Menschen bei Bürgerbudgets geht es uns jedoch ausdrücklich nicht um eine punktuelle Beteiligung, sondern um eine Einbeziehung über einen längeren Zeitraum. Auf diese Weise wird, nach Erkenntnissen der Entwicklungspsychologie, nicht nur die Chance einer demokratischen Wertebildung erhöht, sondern es bieten sich mehr Möglichkeiten, demokratische Handlungskompetenzen zu erweitern. Die Beteiligung am Bürgerbudget beschreiben wir deshalb anhand der Phasen eines demokratischen Zyklus. Sein Ablauf ist dem in der Politikwissenschaft genutzten Konzept des *policy cycle* (Lasswell 1956) entlehnt und wurde für eine Beteiligung bei Bürgerbudgets angepasst.

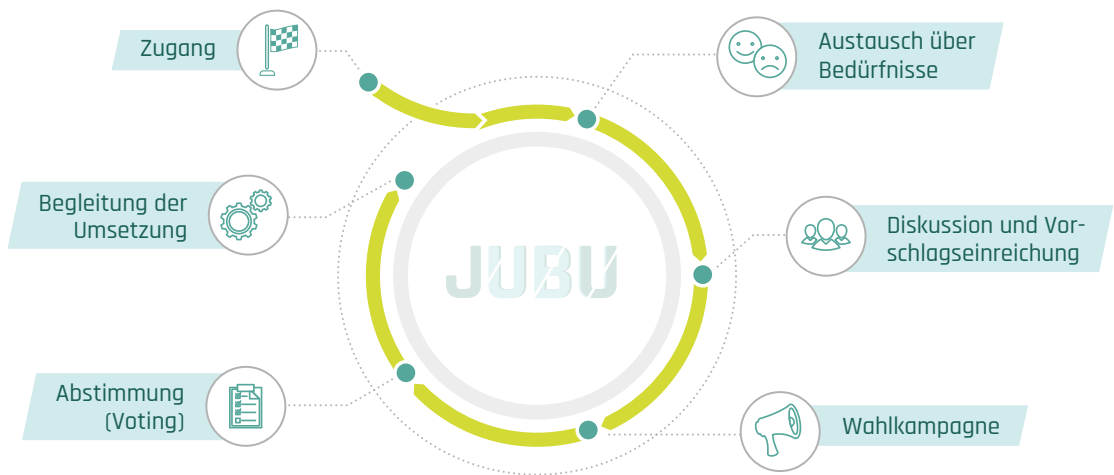


Abb. 2: Demokratischer Zyklus

Bei vielen Phasen des Zyklus spielt die „Deliberation“ eine wichtige Rolle, so z. B. beim Austausch über Bedürfnisse, bei der Diskussion und Vorschlagseinreichung oder bei der Ausarbeitung einer Wahlkampagne. Mit Deliberation ist der gleichberechtigte und informierte Austausch untereinander gemeint, aus dem das Gemeinwohl hervorgehen kann (Habermas 1992). Also: Erst wenn verschiedene Vorschläge miteinander verglichen und Vor- und Nachteile abgewogen werden, kann eine Aussage über die „beste“ Lösung getroffen werden. Aus demokratischer Sicht ist dies wichtig, weil durch den Austausch die Chance besteht, diejenigen zu überzeugen, die zuvor andere Prioritäten hatten. Bei vielen Bürgerbudgets kommt bisher die Deliberation zu kurz. Damit steigt jedoch die Gefahr von „Kampfabstimmungen“, bei denen es letztlich um Rivalität statt um Kooperation geht. Wir wollen mit unserem Projekt die Dis-

kussion stärken und damit Demokratie noch mehr erlebbar machen. Deliberation stellt daher ein Grundprinzip der für die Phasen des Zyklus beschriebenen Methoden dar. Während die Frage des Zugangs zu jungen Menschen bereits im vorhergehenden Kapitel beantwortet wurde, folgt nun die Beschreibung dieser Phasen des demokratischen Zyklus.



Austausch über Bedürfnisse

Die Frage, ob junge Menschen einen Vorschlag in das Bürgerbudget einbringen wollen, ist nicht sofort zu stellen und ergibt sich auch für viele nicht von selbst. Je nach Gruppe – sei es eine Schulklassse oder ein informaler Zusammenschluss von Freund*innen – wäre ein Anlass erst einmal zu schaffen. Ausgangspunkt kann eine Erkundung des unmittelbaren Lebensumfelds des Quartiers, des Dorfes, der Siedlung etc. sein. Es können Lieblingsplätze gezeigt werden, wobei Aktivitäten und Nutzungen erörtert werden können. Ebenso lassen sich Orte mit Visionen verbinden oder auch Grenzen, Unzulänglichkeiten und Konflikte ansprechen. Es geht darum, ein Nachdenken anzustoßen: „Wie lebe ich in meinem Ort?“ und „Wie möchte ich hier leben?“ bzw. „Was möchte ich hier tun?“ Mit anderen Worten: Geeignete Methoden sollen helfen, zu entdecken, dass „eigentlich“ etwas getan werden müsste. Was das ist, dafür können zunächst Ideen – in mehr oder weniger lockerer Form – gesucht werden.

Methoden: Öffentliche Dialogwände, Landkartenmethode, Autofotografiemethode, Stadtteilbegehung, Brainstorming, Blitzlicht, Schreibgespräch, Kleingruppenarbeit, Genderanalyse Bürgerbudget, Besuch aus dem Rathaus.



Diskussion und Vorschlagseinreichung

Bei diesem Schritt geht es darum, aus den in der vorherigen Phase formulierten Bedürfnissen konkrete Vorschläge zu entwickeln. Das heißt, die aus der Diskussion der Bedürfnisse entstandenen Ideen sind so aufzuschreiben, dass sie nach den Regeln des örtlichen Bürgerbudgets eingereicht werden können. Es ist zu klären, ob und was konkret die Gemeinde hier tun könnte. Handelt es sich um Vorschläge im örtlichen Zuständigkeitsbereich? Was wurde hier bisher getan? Zu prüfen ist auch, ob die Maßnahme bereits von der Verwaltung geplant wird, so dass ein Einreichen im Bürgerbudget unnötig ist. Darüber hinaus ist zu ermitteln, wie viel die Umsetzung des Vorschlags kostet.

Die Teilnehmenden könnten diese Fragen unmittelbar mit zuständigen Mitarbeiter*innen der Verwaltung erörtern, indem sie diese einladen oder selbst besuchen gehen. Anschließend ist in der Gruppe zu klären, welcher Vorschlag oder welche Vorschläge eingereicht werden sollen. Bei Vorschlägen, die den Kostenrahmen des Bürgerbudgets übersteigen, könnte auch mit Politik und Verwaltungsspitze nach Finanzierungsmöglichkeiten außerhalb des Bürgerbudgets gesucht werden. Weiterhin ist denkbar – jedoch nicht zwingend erforderlich –, dass die Gruppe eigene Veranstaltungen organisiert, auf denen sie in der Öffentlichkeit ihre Vorschläge mit Interessierten diskutiert. Am Ende dieser Phase stehen ein bis zwei Vorschläge, die fertig formuliert sind und beim Bürgerbudget eingereicht werden können.

Methoden: Blitzlicht, Schreibgespräch, Kleingruppenarbeit, Genderanalyse Bürgerbudget, Besuch aus dem Rathaus.



Wahlkampagne

Um die Chancen für eine erfolgreiche Wahl und damit Finanzierung des Vorschlags zu erhöhen, kann eine Werbekampagne hilfreich sein. Es geht hier darum – verglichen mit Parteien in Wahlkampfzeiten –, auf den eigenen Vorschlag aufmerksam zu machen. Kurzum, er soll in der Öffentlichkeit sichtbar sein und zum Austausch anregen. Bei diesem Schritt treten also die jungen Menschen aus ihrer Gruppe heraus, da sie darauf angewiesen sind, weitere Unterstützer*innen – ggf. auch andere Altersgruppen – für ihre Vorschläge zu gewinnen.

Die → Kampagnenplanung setzt voraus, dass der Ablauf des Bürgerbudgets bekannt ist und vorgestellt wird, denn die Wahlkampagne gilt es mit dem Ablauf des Bürgerbudgets zu verzahnen. Am Anfang kann ein → Brainstorming zur Sammlung von Aktionen stehen. Aus diesem heraus können sich Arbeitsgruppen für verschiedene Aktionen entwickeln. Bei der Erstellung des Konzeptes könnte auch ein*e externe*r Kampagnenplaner*in hinzugezogen werden. Allgemein setzt sich eine Kampagne aus einzelnen Bausteinen zusammen, wie z. B. Plakaten, Social-Media-Nachrichten, Veranstaltungen, Diskussionen, Flyern, Transparenten, Zeitungsartikeln etc. Am Ende dieser Phase liegt ein Konzept vor, in dem die Bausteine in einen zeitlichen Ablauf eingeordnet sind. Darin wird auch angegeben, wer für die Umsetzung zuständig ist.

Methoden: Öffentliche Dialogwende, Brainstorming, Blitzlicht, Schreibgespräch, Kleingruppenarbeit, Abstimmungsverfahren, Kampagnenplanung.



Abstimmung (Voting)

Ziel dieser Phase ist es, das → Abstimmungsverfahren zu verstehen und sich mit Stärken und Schwächen verschiedener Abstimmungsvarianten vertraut zu machen. Ein Vergleich zwischen dem Abstimmungsmodus beim lokalen Bürgerbudget mit dem von Wahlen beim Bundestag oder zum Gemeinderat bietet sich dabei an. Bei Kommunalwahlen können in Brandenburg drei Stimmen verteilt oder angehäuft (panaschiert oder kumuliert) werden. Zu klären wäre auch, wer und ab welchem Alter wahlberechtigt ist – was bereits bei der Planung der Wahlkampagne zu berücksichtigen ist. Inzwischen kann in Brandenburg – wie auch auf Landesebene – zwar schon ab 16 Jahren gewählt werden, bei Bürgerbudgets kann das Wahlalter jedoch bei 14 Jahren liegen oder niedriger sein. Ebenso können sich oft Einwohner*innengruppen einbringen, die ansonsten von Gemeindewahlen ausgeschlossen sind. Dies können z. B. Menschen ohne deutsche bzw. EU-Staatsbürgerschaft sein. Hinsichtlich der Abstimmung ist darauf hinzuweisen, dass die Vorschläge mit den meisten Stimmen so lange eine Finanzierung bekommen, bis der für das jeweilige Bürgerbudget vorgesehene Gesamtbetrag aufgebraucht ist. Am Ende dieser Phase steht die Teilnahme an der Wahl mit möglichst vielen Unterstützer*innen.

Methoden: Blitzlicht, Abstimmungsverfahren.



Begleitung der Umsetzung

Wenn der eingereichte Vorschlag bei der Abstimmung genügend Stimmen für eine Finanzierung bekommen hat, kann es an die Umsetzung gehen. Damit schließt sich der Kreis: Die Einreicher*innen erleben, dass sie ihr unmittelbares Lebensumfeld mitgestalten können. Dies kann im Idealfall dazu beitragen, dass sie Demokratie und die erworbenen Handlungskompetenzen nutzen, um sich weiterhin zu engagieren.

Bei Vorschlägen, die von der Verwaltung umgesetzt werden, wie z. B. der Erweiterung einer Grünfläche, könnten die Einreicher*innen mit der Verwaltung absprechen, wann dies geschehen soll. Auch wäre ggf. zu klären, wie der Vorschlag im Detail umgesetzt werden soll und was dabei zu beachten ist, denn wenn ein Vorschlag schon finanziert wird, dann sollte die Realisierung natürlich den Vorstellungen der Antragstellenden weitestgehend entsprechen.

Bei selbst umzusetzenden Vorschlägen könnte sich die Gruppe weiterhin treffen, um schrittweise die Realisierung vorzunehmen. Nach der Durchführung kann zum Schluss noch ein Auswertungstreffen

erfolgen und überlegt werden, ob sich die Gruppe wieder beim Bürgerbudget einbringen möchte. So könnte sie z. B. anderen jungen Menschen von ihren Erfahrungen berichten und sie ermuntern, sich dort zu engagieren.

Methoden: Brainstorming, Blitzlicht, Kleingruppenarbeit, Genderanalyse Bürgerbudget, Besuch aus dem Rathaus, Begleitkommission.

Was tun, wenn Vorschläge keine Finanzierung bekommen?

Natürlich ist es ebenso möglich, dass der eingereichte Vorschlag keine Finanzierung erhält. Das ist schade, aber es ist eine reale Situation in einer Demokratie: Nicht alle an einem Wahlkampf teilnehmenden Parteien werden später auch die Regierung stellen. Genauso sind die Mittel des öffentlichen Haushaltes und des Bürgerbudgets begrenzt. In einer solchen Situation können in einer gemeinsamen Analyse die Gründe erörtert werden. Aber gleichfalls der Blick nach vorne ist wichtig: Was kann von den Vorschlägen auch ohne eine Finanzierung aus dem Bürgerbudget umgesetzt werden? Gibt es andere Mittel, die ggf. genutzt werden können? Ebenso kann geschaut werden, ob es unter den finanzierten Vorschlägen welche gibt, die von den Einreicher*innen auch begrüßt werden. Und schließlich ist zu klären, ob im nächsten Jahr wieder ein Vorschlag eingereicht werden soll.

Demokratiethoretisch ist der Misserfolg zugleich von Bedeutung, wenn die Ergebnisse des Prozesses auch von denjenigen anerkannt werden, die sich – sei es beim Bürgerbudget oder bei der Wahl – nicht mit ihren Vorschlägen durchsetzen konnten. In diesem Fall spricht man nach Luhmann von einer Legitimation durch Verfahren (Luhmann 1969). Das heißt, dass das Verfahren als fair und geeignet anerkannt gilt, so dass die Ergebnisse respektiert werden, auch wenn sich die eigene Priorität nicht durchgesetzt hat. Der zyklische Charakter – und das ist für Demokratien zentral – bedeutet aber gleichermaßen, dass es nach einer gewissen Zeit die Chance einer neuen Wahl gibt. Beim Bürgerbudget tritt dieser Moment meist schon im kommenden Jahr ein und damit die Möglichkeit, diesmal erfolgreich zu sein.



2. Passende Instrumente finden

Der demokratische Zyklus bietet eine Orientierung, wann einzelne Methoden eingesetzt werden können. Wie die untenstehende Tabelle zeigt, können die meisten Verfahren in verschiedenen Phasen herangezogen werden. Freilich können die Instrumente je nach Ausgangsbedingungen und Interessen angepasst werden. Um den kreativen Umgang mit den Verfahren anzuregen, sind in den Steckbriefen häufig Varianten sowie Vorschläge für Kombinationen der Verfahren untereinander dargestellt.

Instrumente für verschiedene Phasen

Grundsätzlich eignen sich die unten angeführten Verfahren für die Arbeit mit Schulklassen, Schul-AGs und Jugendgruppen. Wir möchten darauf hinweisen, dass bei der Auswahl der Methoden auch immer ein Blick auf die Gruppe und die einzelnen Personen erforderlich ist. Nicht alle Menschen fühlen sich z. B. wohl, sich schriftlich zu äußern (Krafeld 2004). Eine Alternative könnten hier → Landkartenmethoden und andere visualisierende Verfahren sein. Eine weitere Besonderheit stellen aufsuchende Methoden dar wie z. B. → Erkundungsspaziergang und → Aktivierende Befragung. Hier werden potentielle Teilnehmende im öffentlichen Raum angesprochen, wofür wir in Kapitel I, siehe Unterkapitel „Aufsuchende Ansprache“, gesondert Hinweise gegeben haben.

Tab. 1: Übersicht der Instrumente

		Zugänge	Austausch Bedürfnisse	Diskussion und Einreichung	Wahlkampagne	Abstimmung	Kontrolle Umsetzung
Sozialraumanalyse Bürgerbudget	🌐	●					
Erkundungsspaziergang*	🌐	●					
Aktivierende Befragung*	🌐	●					
Mittelsperson für Kontaktaufbau*		●					
Öffentliche Dialogwände*		●	●		●		
Landkartenmethode*	🌐	●	●				
Autofotografiemethode	🌐		●				
Stadtteilbegehung		●	●				
Brainstorming	🌐		●		●		●
Blitzlicht	🌐		●	●	●	●	●
Schreibgespräch	🌐		●	●	●		
Kleingruppenarbeit	🌐		●	●	●		●
Genderanalyse Bürgerbudget			●	●			●
Besuch aus dem Rathaus			●	●			●
Abstimmungsverfahren	🌐				●	●	
Kampagnenplanung	🌐				●		
Begleitkommission							●

* Methoden sind auch für aufsuchende Ansprache geeignet.

Online-Beteiligung und Datenschutz

Wo Online-Beteiligungsinstrumente genutzt werden können, ist dies mit einem  gekennzeichnet. Die Beteiligung über das Internet stellt oft eine Ergänzungsmöglichkeit der Vor-Ort-Methoden dar. Bei manchen Beispielen kann sie diese vollständig ersetzen. Näheres ist in den jeweiligen Steckbriefen der Instrumente beschrieben.

Bei der Nutzung von Online-Beteiligungsinstrumenten ist der Persönlichkeitsschutz im Sinne der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) zu beachten. Die in diesem Heft angeführten Instrumente haben wir aus Empfehlungen anderer Projekte entnommen, die auf diesem Gebiet eine hohe Expertise vorweisen und oft mit Unterstützung von Bundesministerien geeignete Partizipationsformen für junge Menschen ausarbeiten. Hierzu gehört u. a. <https://jugend.beteiligen.jetzt>. Eine Beschreibung, was bei der Nutzung von Messengerdiensten, E-Mails und Social-Media-Netzwerken aus rechtlicher Sicht zu beachten ist, findet sich unter dem vom Land Brandenburg geförderten Projekt www.datenschutz-jugendarbeit.de. Die untenstehende Tabelle gibt eine Übersicht möglicher Online-Instrumente. Auch wenn die meisten Instrumente den oben genannten Quellen entnommen sind, ist bei der Organisation von Beteiligung die Einhaltung des Datenschutzes vor dem Hintergrund des eigenen Vorhabens jeweils neu zu prüfen.

Tab. 2: Übersicht der Online-Instrumente

Software		
Sozialraumanalyse Bürgerbudget		Online-Karten, Suchmaschinen, #stadtsache, adhocracy+
Erkundungsspaziergang		Open Street Map
Aktivierende Befragung		LimeSurvey
Mittelsperson für Kontaktaufbau		
Öffentliche Dialogwände		
Landkartenmethode		#stadtsache, adhocracy+
Autofotografiemethode		#stadtsache, Clouds
Stadtteilbegehung		
Brainstorming		OPIN, Tricider, Padlet, adhocracy+
Blitzlicht		Padlet, Tweedback
Schreibgespräch		OPIN, ePartool, adhocracy+
Kleingruppenarbeit		Jitsi, Zoom, MyBigBlueBotton, OPIN, adhocracy+, Clouds
Genderanalyse Bürgerbudget		
Besuch aus dem Rathaus		
Abstimmungsverfahren		Pingo, Tricider, Mentimeter und Voxr. Brabbl (kostenpf.), Tweedback, PLACEm (Basisversion kostenfrei)
Kampagnenplanung		Instagram, Twitter, Facebook etc., adhocracy+, Clouds
Begleitkommission		



3. Steckbriefe

Sozialraumanalyse für Bürgerbudgets



Zugang



Austausch



Diskussion &
Einreichung



Wahl-
kampagne



Abstimmung



Umsetzung

Im Kontext von Bürgerbudgets geht es um eine Analyse von Stadtteil/Dorf zur Vorbereitung der Beteiligung junger Menschen.

Ziele

- Vertrautmachen mit dem Stadtteil/Dorf
- Herausarbeiten von Gemeinsamkeiten und Besonderheiten
- Identifikation von Anknüpfungspunkten für Beteiligung

Zeitungsfang: mehrere Tage, über mehrere Wochen verteilt

Material: Laptop mit Internetanschluss, Fotoapparat, Telefon

Kombinationen: Erkundungsspaziergang, Aktivierende Befragung, Autofotografiemethode, Landkartenmethode, Stadtteilbegehung

Vorbereitung

Zur Vorbereitung einer Beteiligung junger Menschen ist es sinnvoll, sich ein umfassendes Bild ihres Lebens- und Wohnumfeldes zu machen, insbesondere, weil sich bei Bürgerbudgets die Vorschläge meistens auf den umliegenden Sozialraum beziehen. Dessen Strukturen zu kennen und zu wissen, wo junge Menschen anzutreffen sind, ist sowohl für die aufsuchende Arbeit als auch für die Arbeit mit Schulklassen, Schul-AGs oder Jugendgruppen wichtig. Eine Sozialraumanalyse ist eine in der Sozialen Arbeit und Soziologie angewandte Methode, die hier für Bürgerbudgets angepasst wurde. Das heißt, Informationen zum politischen System und Beteiligungsmöglichkeiten ergänzen Angaben zur Nutzung des öffentlichen Raumes durch junge Menschen sowie zum Vorhandensein von entsprechenden Einrichtungen und formalen wie auch informalen Treffpunkten.

Durchführung

Auswahl des Gebietes

Zuerst sind ein oder mehrere Gebiete auszuwählen, die für eine Beteiligung in Betracht kommen. Wenn es um die Aktivierung von jungen Menschen geht, die wenige Impulse für ein Engagement aus ihrem Elternhaus bekommen, könnten z. B. Gebiete mit niedriger Wahlbeteiligung in den Fokus genommen werden. Andere Argumente für die Vorauswahl können Ortsteile mit ländlichem Charakter sein, die es bewusst zu fördern gilt, oder aber direkte Anfragen von Gruppen junger Menschen, Trägern oder Verwaltungen.

Definition von Analysekriterien

Für die Analyse sind Kriterien zu definieren, mit denen die benötigten Informationen ermittelt werden können. Ein Vorschlag, der je nach Interessen angepasst und erweitert werden kann, umfasst folgende Punkte:

a) Politischer und soziökonomischer Kontext

- Beschreibung der geographischen Lage und Funktion: Einwohner*innenzahl, zentraler bzw. peripherer Ortsteil, städtischer oder ländlicher Charakter, Anbindung an öffentliche Transportmittel etc.
- Politik: Wahlbeteiligung, Wahlsystem, Mandatsverteilung im Gemeinderat, Name und Partei des*der Bürgermeister*in, Existenz politischer Vertretungsgremien wie Ortsbeirat oder Bewohner*innenbeirat, Rolle der Beteiligung und Verfahren.
- Überblick über die soziale und ökonomische Infrastruktur: Vorhandensein von Schulen, Jugendeinrichtungen, Nachbarschaftshäusern, Wohlfahrtsverbänden, Sporteinrichtungen, Spielplätzen, Einkaufsmöglichkeiten, Unternehmen etc.

b) Beteiligung junger Menschen und Bürgerbudgetverfahren

- Welche Verfahren der Beteiligung junger Menschen gibt es?
- Wo engagieren sich junge Menschen?
- Beschreibung des Ablaufs des Bürgerbudgets der Kommune mit Kerndaten: Vorschlagseinreichung, Abstimmung, Gesamtbetrag, Kostenobergrenze etc.
- Beschreibung der Beteiligung junger Menschen am Bürgerbudget: umgesetzte Vorschläge für junge Menschen, Beteiligung junger Menschen, Anreize etc.

c) Nutzung des öffentlichen Raums und Art des Zusammenlebens

- Treffpunkte von Menschen: Welche Altersgruppen und Bewohner*innengruppen sind sichtbar?
- Welche sind relevante Orte für junge Menschen? Beschreibung von formalen und informalen Treffpunkten, Jugendeinrichtungen etc.

- Gibt es Schulen mit Schüler*innen zwischen 16 und 26 Jahren?
- Welche Jugendgruppen gibt es außerhalb der Schule?
- Netzwerke: junge Menschen, Träger etc.

d) Anknüpfungspunkte für die eigene Arbeit und weitere Schritte

- Bewertung, ob die Durchführung eines Bürgerbudget-Projektes im Gebiet sinnvoll ist oder nicht, mit Begründung und Erläuterung
- Nennung von Einrichtungen mit einem konkreten Kooperationsinteresse, mit konkreten Kontaktdaten und ggf. Möglichkeiten der aufsuchenden Ansprache
- Offene Fragen und noch zu recherchierende Information

Methoden zur Gewinnung von Daten

Um die in den Kriterien benannten Informationen zu erhalten, können die nachfolgend angeführten Hilfsmittel und Verfahren genutzt werden. Diese müssen nicht alle gleichzeitig angewendet werden, sondern die Analyse kann je nach Informationsbedarf Schritt für Schritt erfolgen und es können Instrumente ausgelassen bzw. auch weitere hinzugenommen werden:

- Stadt-/Ortsplan
- Erkundungsspaziergang
- Gespräche mit Trägern der Jugendarbeit und anderen relevanten Akteur*innen vor Ort
- Kommunalwahlberichte
- Lokale Statistikberichte
- Ortsteil- bzw. Sozialraumprofile der Verwaltung
- Berichte über Beteiligung am Bürgerbudget und umgesetzte Vorschläge
- Suchmaschinenrecherche (Gebietsname, Einrichtungen etc.)
- Zeitungsartikel und Ortsteilzeitungen
- Stadteil-/Dorfbegehung
- Aktivierende Befragung

Auswertung

Die Auswertung, das heißt die Beantwortung der in den Kriterien gestellten Fragen, erfolgt durch einen Bericht, dessen Kapitel sich an den Hauptkategorien des Kriterienkataloges orientieren. Der Darstellung können Fotos, Statistiken und Graphiken beigelegt werden. Eine wichtige Entscheidung richtet sich darauf, ob die Analyse nur zum internen Gebrauch ist oder veröffentlicht werden soll. In letzterem Fall dürfen keine geschützten Daten oder vertraulichen Informationen veröffentlicht werden. Unter Umständen kann es daher sinnvoll sein, zwei Versionen zu erstellen, einmal mit internen Informationen und einmal ohne.

Online

Grundsätzlich empfiehlt sich zu Beginn eine Betrachtung des Gebietes auf Online-Karten, in denen auch Institutionen und Geschäfte eingetragen sind. Dabei geht es gleichfalls darum, sich ein Bild von der Infrastruktur und der Anordnung von Straßen, Plätzen, Grünflächen etc. zu machen. Ebenso können Suchmaschinen genutzt werden, um über einzelne Gebiete und Einrichtungen mehr zu erfahren. Bei den Erhebungsinstrumenten → Aktivierende Befragung, → Autofotografiemethode, → Landkartenmethode, → Stadtteilbegehung können u. a. die Plattformen #stadtsache und adhocracy+ etc. genutzt werden.

Literatur

In der Sozialen Arbeit gibt es zahlreiche Publikationen zur Sozialraumanalyse. Da es im Kontext von Bürgerbudgets auch um soziologische Aspekte geht, ist z. B. Hermann (2019) „Soziale Arbeit im Sozialraum“ zu nennen oder der Beitrag von Johannes Boettner „Sozialraumanalyse – soziale Räume vermessen, erkunden, verstehen“ im „Methodenbuch Soziale Arbeit“ von Brigitta Michel-Schwartz (2007).



Erkundungsspaziergang



Zugang



Austausch



Diskussion &
Einreichung



Wahl-
kampagne



Abstimmung



Umsetzung

Personen, die eine Beteiligung von jungen Menschen organisieren möchten, spazieren zur Vorbereitung durch den Stadtteil/das Dorf und nehmen Atmosphären und Gegebenheiten wahr.

Ziele

- Erstes Vertrautmachen mit dem Stadtteil/Dorf
- Eventuell erste informelle Gespräche und Kontakte

Zeitungsfang: 1 – 3 Stunden

Material: Schreibblöcke bzw. Laptop für Notizen, Fotoapparat, ggf. Tonaufnahmegerät

Kombinationen: Sozialraumanalyse, Aktivierende Befragung

Vorbereitung

Es ist hilfreich, sich vorher mit einigen Strukturdaten des Ortes vertraut zu machen, um die Beobachtungen besser bewerten zu können.

- Welche Funktion übernimmt der Stadtteil/das Dorf?
- Wie und wann ist der Stadtteil/das Dorf entstanden?
- Wie viele Menschen zwischen 16 und 26 Jahren leben dort?
- Welche Einrichtungen gibt es?

Die Informationen können mit einer → Sozialraumanalyse zusammengeführt werden.

Durchführung

Eine oder mehrere Personen begehen den Stadtteil/das Dorf und beobachten dabei. Sie versuchen, beim Umhergehen möglichst viele Eindrücke von Menschen, Straßen etc. zu sammeln. Wie und von wem wird der öffentliche Raum genutzt? Wo treffen sich junge Menschen? Welchen Tätigkeiten gehen sie nach (sich unterhalten, ausruhen, Sport etc.)? Dabei können Gespräche mit Menschen stattfinden, auch wenn dies nicht im Zentrum steht. Zentral ist vielmehr, den Ort jenseits von speziellen Einrichtungen oder Institutionen zu verstehen.

Während der Begehung sollten Notizen oder Audioaufnahmen gemacht werden. Es ist sehr wichtig, zeitnah ein ausführliches Protokoll zu schreiben, in dem die Beobachtungen bzw. Wahrnehmungen festgehalten werden. In der Auswertung ist auch zu dokumentieren, welche Ansatzpunkte es für die Arbeit mit jungen Menschen in dem Ort gibt bzw. an welchen Stellen Gruppen für eine → Aktivierende Befragung zu finden sind.

Online

Auf Internetkarten wie z. B. Open Street Map kann vor der Begehung das Gebiet betrachtet werden, um sich einen Überblick über den Aufbau der Straßen, die Existenz und Verteilung von Schulen, Einrichtungen, Cafés und Freizeitmöglichkeiten zu verschaffen.

Literatur

Die Methode wird in der Fachliteratur auch als „strukturierte Stadteilbegehung“ (Kirsch 2009: 97) oder „Stadteilbegehung“ (Deinet 2009: 65 – 86) bezeichnet.



Aktivierende Befragung



Zugang



Austausch



Diskussion &
Einreichung



Wahl-
kampagne



Abstimmung



Umsetzung

Befragung von Personen oder Gruppen in ihrem Lebensumfeld.

Ziele

- Sammlung von Informationen über einen Stadtteil/ein Dorf und Bewohner*innen
- Perspektive der Befragten auf ihr Lebensumfeld kennenlernen
- Ausgangspunkt für gemeinsame Arbeit im Sozialraum

Zeitungfang: pro Gespräch ca. 5 - 15 Minuten, gesamtes Verfahren mehrere Wochen

Material: Klemmbrett, Fragebogen, Stifte

Kombinationen: Sozialraumanalyse, Autofotografiemethode, Besuch aus dem Rathaus

Vorbereitung

Bei der Ansprache dringen die Befragter*innen in den Aneignungsraum von Gruppen bzw. Personen ein. Wir haben hierzu in Kapitel „Zugänge zu jungen Menschen zwischen 16 und 26 Jahren“ einige Hinweise niedergeschrieben.

Durchführung

Eine Aktivierende Befragung beinhaltet die nachfolgend dargestellten Schritte.

1. Formulierung eines Vorhabens: Zunächst sind die Ziele der Befragung zu formulieren. Im Kontext von Bürgerbudgets geht es u. a. darum, eine Gruppe junger Menschen für eine Teilnahme zu gewinnen. Es kann sich aber zunächst auch nur darum handeln, die Lebenssituation der Bewohner*innen besser kennen zu lernen und deren Bedarfe und Wünsche zu erfassen.

2. Sozialraumanalyse: Erstellung eines internen Fragekataloges für Informationen, die zur Vorbereitung der Aktivierenden Befragung erhoben werden müssen. Es geht darum, soziodemographische Informationen über die Bewohner*innenschaft und deren Zusammensetzung zusammenzutragen. Die Ergebnisse werden in einer → Sozialraumanalyse niedergeschrieben.

3. Entwicklung eines Fragebogens: Erscheint nach der → Sozialraumanalyse eine Aktivierende Befragung sinnvoll, ist als Nächstes ein Fragebogen zu entwickeln. Hinte/Karas (2012) schlagen hierfür folgende Struktur vor:

- Türöffner: schriftliche oder mündliche Vorankündigung
- Mundöffner: leicht zu beantwortende Frage, damit das Gespräch in Gang kommt
- Problem erfassen: Hier geht es um Fragen, die dem Kennenlernen der Sichtweisen der Befragten dienen. Eine typische Nachfrage lautet: „Warum ist das so?“
- Ideen sammeln: Was kann zur Verbesserung der Situation getan werden, wer könnte es tun? Aktivierungsfrage: „Würden Sie sich beteiligen?“
- Kommunikation der Ergebnisse: Es ist eine Information zu geben, wie die Befragten von den Ergebnissen der Befragung erfahren, z. B. durch Broschüren, Versammlung etc.

Geschlossene, standardisierte Fragen können ergänzend gestellt werden. Hierzu gehören z. B. Bewertungen auf einer Skala (unterstütze ich sehr, unterstütze ich, neutral, unterstütze ich nicht, unterstütze ich auf keinen Fall). Weiterhin können Alter, Geschlecht etc. erfasst werden – auch durch Einschätzung der Befragter*innen.

4. Training und Vorbereitung der Befragter*innen: Die Befragter*innen testen den Fragebogen und passen ihn ggf. an. Dabei kann auch über den Umgang mit (unerwarteten) Situationen gesprochen werden.

5. Durchführung der Befragung: Es sind Zeitpunkte, Teams und Orte zu klären. Gleichfalls ist zu entscheiden, ob und wie die zu Befragenden im Vorhinein informiert werden – gerade bei einer Tür-zu-Tür-Befragung kann das hilfreich sein. Es ist weiterhin zu klären, wie die Antworten auf die Fragen festgehalten werden. Wir empfehlen Stichpunkte, die eine zweite Person neben dem*der Befragter*in festhält. Bei Aufnahmen ist ein Einverständnis der Befragten erforderlich.

6. Auswertung und Aufbereitung der Befragung: Für die Fragen können die Antworten zunächst untereinander geschrieben werden, um sie dann nach Oberthemen zu clustern. Eine andere Methode besteht darin, dass Profile von befragten Gruppen herausgearbeitet werden. Mit diesen Gruppen kann weitergearbeitet werden, z. B. durch aufsuchende Ansprache.

Die Ergebnisse können auf einem Blatt zusammengefasst werden. Für umfangreiche Darstellungen empfehlen sich Broschüren oder Power-Point-Präsentationen.

7. Versammlung der Interessierten & Bildung von Arbeitsgruppen: Die Präsentation der Ergebnisse kann auf einer Versammlung oder auch aufsuchend erfolgen. Die Vorstellung dient als Einstieg in eine Diskussion und Weiterarbeit am Thema durch Arbeitsgruppen. Die Präsentation der Ergebnisse kann ebenso auf andere Weise erfolgen, z. B. durch eine Vorstellung der Broschüre an den Treffpunkten der jungen Menschen.

8. Beratung und Begleitung der entstandenen Gruppen & Organisationen: Für die Weiterarbeit mit den Gruppen kann je nach Situation die → Autofotografiemethode sinnvoll sein, wenn die Bereitschaft dazu besteht. Auch kann in Absprache mit den Befragten ein → Besuch aus dem Rathaus eingeladen werden, d. h. Bürgermeister*in, Verwaltungsmitarbeiter*in oder eine Person aus dem Gemeinderat.

Online

Ergänzend zur persönlichen Befragung kann eine Online-Befragung erfolgen, mit der Bedarfe und Wünsche der Bewohner*innen erfasst werden können. Durch Postkartensendungen, Serien-E-Mails und Aushänge kann der zur Befragung führende Link bekannt gemacht werden. Über Datenschutz und Persönlichkeitsrechte sollte informiert werden. Als Befragungssoftware eignet sich z. B. LimeSurvey.

Literatur

Die oben beschriebenen Schritte orientieren sich an Lüttringhaus/Richers (2012), die ein Handbuch zur Aktivierenden Befragung veröffentlicht haben. Eine Zusammenfassung bietet der Aufsatz „Aktivierende Befragung als Methode der Gemeinwesenarbeit“ von Spiekermann (2012). Ebenso ist eine Beschreibung von Christoph Stoik im „Methodenhandbuch Bürgerbeteiligung“ des Vereins Lokale Akademie Leipzig zu finden (Patz-Diordiychuk et al. 2017). Für die Entwicklung eines Fragebogens kann die Langfassung der Hinweise von Hinte/Karas (2012) nützlich sein.

Mittelsperson für Kontaktaufbau



Zugang



Austausch



Diskussion &
Einreichung



Wahl-
kampagne



Abstimmung



Umsetzung

Der Kontakt zu informalen Gruppen wird hier durch eine Person hergestellt, die bereits die Gruppe kennt.

Ziele

- Hilfe bei Kontaktaufbau zu informalen Gruppen
- Interesse von Gruppen zur Teilnahme an Bürgerbudgets ermitteln

Zeitungsfang: 30 – 60 Minuten je Gespräch

Kombinationen: Erkundungsspaziergang

Vorbereitung

Es sollte ein Stadtteil/Dorf für eine aufsuchende Ansprache junger Menschen ausgesucht werden. Vorbereitend kann ein → Erkundungsspaziergang stattfinden, um Gruppen und Treffpunkte auszumachen. Mittelspersonen sollten ausfindig gemacht und kontaktiert werden. Dies können z. B. Streetworker*innen, Mitarbeiter*innen von Jugendzentren oder Schulsozialarbeiter*innen sein.

Durchführung

Mit der Mittelsperson können folgende Themen besprochen werden:

- Sind Gruppen von 16- bis 26-Jährigen bekannt, die hinsichtlich eines Bürgerbudgets angesprochen werden könnten?
- Warum könnte eine Teilnahme am Bürgerbudget für die Gruppe interessant sein?
- Könnte ein Kontakt durch die Mittelsperson hergestellt werden? Wie könnte das konkret geschehen?
- Ist es sinnvoll, eine → Aktivierende Befragung durchzuführen?

Als nächster Schritt kann überlegt werden, ob die Mittelsperson einen unmittelbaren Kontakt zu Gruppen herstellen kann. Die Mittelsperson könnte auch zuvor die Gruppe fragen, ob es ein Interesse gibt, das Team kennenzulernen, das sich im jeweiligen Ort für mehr Beteiligung junger Menschen bei Bürgerbudgets einsetzt. Eine andere Möglichkeit besteht darin, dass das Team nach Beratung durch die Mittelsperson eigenständig Kontakt zur Gruppe aufnimmt.

Beim Kontaktaufbau zur Gruppe geht es zunächst um einen Beziehungsaufbau. Es handelt sich nicht unbedingt gleich darum, eine Diskussion über Ideen für das Bürgerbudget anzufangen, sondern einen Austausch über Bedürfnisse zu initiieren. Hierbei können → Landkartenmethoden hilfreich sein oder auch eine → Aktivierende Befragung.

Es empfiehlt sich, Gesprächsprotokolle mit den wesentlichen Inhalten der Gespräche anzufertigen. Darin können Ansatzpunkte für die Weiterarbeit notiert werden.

Literatur

Krafeld, Franz Josef (2004), Grundlagen und Methoden aufsuchender Jugendarbeit. Eine Einführung, Wiesbaden.



Öffentliche Dialogwände



Zugang



Austausch



Diskussion &
Einreichung



Wahl-
kampagne



Abstimmung



Umsetzung

Auf öffentlichen Veranstaltungen können auf großen Papierbögen Fragestellungen kommentiert werden. Vorübergehende werden eingeladen, ihre Meinung hinzuzufügen.

Ziele

- Aktivierung von Teilnehmenden
- Sammlung von Perspektiven, Meinungen und Ideen von vielen Personen
- Anonyme Meinungsäußerung möglich, kein Rechtfertigungsdruck
- Bekanntmachen des Bürgerbudgets und Sensibilisierung der Stadtteil- oder Dorfbewohner*innen zur Einreichung eigener Vorschläge

Zeitungsfang: mehrere Stunden, einige Minuten für die Teilnehmenden

Material: große Papierbögen, Stellwände, Stifte, evtl. Klebepunkte

Kombinationen: Landkartenmethode, Wahlkampagne, kann parallel zu einem Workshop stattfinden

Vorbereitung

Auf große Papierbögen, die auf Stellwänden angebracht sind, werden Fragen, Satzanfänge oder Statements geschrieben, es sollte noch viel Platz für Kommentare sein. Die Formulierungen sollten zum Kommentieren einladen, dürfen also bspw. etwas reißerisch sein und einen auffordernden Charakter haben. Die Stellwände sollten gut sichtbar und an einem frequentierten Platz aufgestellt werden.

Durchführung

Eine Person lädt Vorübergehende ein, auf den Papierbögen schriftlich Meinungen bzw. Ergänzungen zu den Fragen oder Satzanfängen aufzuschreiben. Einleitend sollte dargestellt werden, was mit den Antworten geschehen soll. Die Teilnehmenden sollten sich die Zeit nehmen, sich mit den Inhalten auf den Papierbögen auseinanderzusetzen. In ihren Kommentaren können sie sowohl auf die Fragen und Satzanfänge Bezug nehmen als auch auf das von anderen Teilnehmenden Geschriebene. So entsteht auf den Papierbögen mit der Zeit ein schriftlicher Dialog. Auf diese Weise wird eine Bandbreite von Meinungen zu den Fragestellungen eingefangen und abgebildet. Die Klebpunkte können eingesetzt werden, um Zustimmung, Ablehnung oder Priorisierungen von bereits Geschriebenem auszudrücken.

Parallel kann versucht werden, mit den Teilnehmenden ins Gespräch zu kommen. Wird die Methode als Teil der Wahlkampagne eingesetzt, kann angestrebt werden, die Gesprächspartner*innen für den eigenen Vorschlag zu begeistern.

Die Stellwände können während eines Workshops aufgestellt und einleitend oder begleitend von Teilnehmenden befüllt werden.

Zur Dokumentation sollte neben der Aufbewahrung der Papierbögen ein Gedächtnisprotokoll angefertigt werden. Dies kann Hinweise auf Zugänge, Problemlagen und Ansatzpunkte für den weiteren Arbeitsprozess liefern.

Literatur

Es handelt sich um eine Methode, die u. a. in der Sozialraumarbeit genutzt wird. Für unsere Anpassung haben wir uns an Stange/Holzmann (2009) orientiert.

Landkartenmethode



Zugang



Austausch



Diskussion &
Einreichung



Wahl-
kampagne



Abstimmung



Umsetzung

Auf einer Landkarte werden Orte markiert und bewertet. Eine anschließende Diskussion kann tiefere Einblicke in die Wahrnehmungen der Orte liefern. Die Methode eignet sich sowohl für die aufsuchende Ansprache als auch für Schulklassen, Schul-AGs oder Jugendgruppen.

Ziele

- Aktivierung von Teilnehmenden, gut geeignet als Einstieg, da niedrigschwellig
- Gemeinsame und unterschiedliche Einschätzungen zu Orten können sichtbar werden
- Markierungen auf den Landkarten dienen als „Erzählimpuls“

Zeitungsfang: mehrere Stunden

Material: Nadeln oder Klebepunkte, vergrößerte Landkarte, geeignete Unterlage zum Reinpieken der Nadeln (mobile Stellwand, tragbare Platte, Styroporplatte etc.)

Kombinationen: Autofotografiemethode, Aktivierende Befragung

Vorbereitung

Zunächst wird das Kartenmaterial vorbereitet. Ein Ausschnitt der Straßenkarten des betreffenden Stadtteils/Dorfes ist stark vergrößert auszudrucken. Sinnvoll ist eine Anbringung auf einer für Nadeln bzw. Klebepunkte geeigneten Unterlage. Die Nadeln bzw. Klebepunkte dienen später dazu, Orte auf der Karte zu markieren. Für die Markierungen können auch verschiedene Farben vorgehalten werden, die Teilnehmende unterschiedlicher Geschlechter, Altersgruppen etc. nutzen können. Ebenso ist die Fragestellung festzulegen.

Beispielfragen:

- „Wo triffst du dich mit Gleichaltrigen?“
- „Wo hältst du dich nie auf?“
- „Was sind gute/schlechte Orte?“
- „Markiere alle Orte, an denen du dich im Laufe eines Tages aufhältst!“

Im Sinne einer → Aktivierenden Befragung kann auch nach der Bereitschaft einer Weiterarbeit gefragt werden. Die → Autofotografiemethode eignet sich als Ergänzung, um die Landkarte mit Bildern zu versehen, welche die Teilnehmenden von den Orten selbst gemacht haben.

Durchführung

Aufsuchende Ansprache

Im öffentlichen Raum, z. B. bei einer Veranstaltung wie einem Ortsfest, werden vorbeigehende junge Menschen eingeladen, Orte auf der Landkarte anhand der Fragestellungen zu markieren. Die Markierungen der zuvor Befragten bleiben immer erhalten, sodass sich die Karte im Laufe der Zeit zunehmend mit Nadeln bzw. Klebepunkten füllt.

Dabei wird versucht, über die Markierungen mit den Teilnehmenden ins Gespräch zu kommen: „Warum hast du diese Nadel hier gesetzt?“, „Was verbindest du mit dem Ort?“, „Was fällt an diesem Ort besonders auf?“, „Warum ist dieser Ort besonders für junge Menschen geeignet?“, „Was müsste an diesem Ort geändert werden, um ihn noch attraktiver/besser zu machen?“

Auf diese Weise entsteht ein Gespräch über die Wahrnehmung der markierten Orte wie über den gesamten Stadtteil/das gesamte Dorf. Alternativ können die Teilnehmenden die markierten Orte auch schriftlich mit Kärtchen kommentieren.

Nach dem Ende der Aktion sind die Landkarten zur Dokumentation zu fotografieren. Bei den nächsten Schritten können dann entweder die Originalkarten oder die Fotografien Ausgangspunkt für die Entwicklung von Vorschlägen für das Bürgerbudget sein.

Schulklassen, Schul-AGs oder Jugendgruppen

Für eine Arbeit mit Gruppen sind ca. ein bis zwei Stunden einzuplanen. Zunächst sollte die Karte erklärt werden. Anschließend können sich die Teilnehmenden zu den vorbereiteten Fragen positionieren, indem sie entsprechend Markierungen in der Landkarte vornehmen, wozu wieder Nadeln oder Klebepunkte genutzt werden können.

Am besten geht man dabei in Runden vor: für jede der vorbereiteten Fragen (siehe oben angeführte Beispielfragen) eine Runde. Anschließend können die Teilnehmenden entweder auf Moderationskarten oder mündlich ihre Kommentare zu ihren Markierungen abgeben.

Nach den Fragerunden wird die gemeinsam gestaltete Landkarte gesichtet. Dabei kann die Moderation wichtige, auffällige oder überraschende Erkenntnisse zusammenfassen, die dann von den Teilnehmenden ergänzt werden können.

Online

Die Teilnehmenden werden eingeladen, auf einer Online-Karte wie z. B. #stadtsache, Adhocracy+ etc., anhand der Fragestellung Orte zu markieren. Eine Kommentierung kann ebenfalls auf der Karte oder in einem weiteren Tool eingerichtet werden. Der Zeitraum kann hier mehrere Wochen betragen. Allerdings empfiehlt sich auch in der Online-Variante eine anschließende Diskussion von Angesicht zu Angesicht. Die Methode kann vorbereitend für einen Workshop eingesetzt werden, bei dem aus dem Kartenmaterial Ideen für Vorschläge zum Bürgerbudget erarbeitet werden. Es bietet sich eine Kombination mit der → Autofotografiemethode an: Teilnehmende können Fotos von Orten machen und diese direkt in die Karte hochladen.

Literatur

Die Landkartenmethode wurde auf der Grundlage verschiedener Verfahren wie der Nadelmethode, Punktmethode und objektiven Landkarte zusammengesetzt. Diese Methoden sind bei Deinet (2009), Stange/Holzmann (2009: 262 f.) und Dummer et al. (2015) zu finden.



Autofotografiemethode



Zugang



Austausch



Diskussion &
Einreichung



Wahl-
kampagne



Abstimmung



Umsetzung

Die Teilnehmenden werden eingeladen, selbst Fotos zu einem bestimmten Thema in ihrem Stadtteil/Dorf aufzunehmen. Diese werden dann gesammelt und von den Fotograf*innen kommentiert.

Ziele

- Aktivierung von Teilnehmenden für den weiteren Prozess
- Visualisierung der Perspektiven der Teilnehmenden
- Spricht auch Teilnehmende an, die sprachlich weniger gewandt sind

Zeitungsfang: mehrere Stunden

Material: evtl. Kameras und ggf. Kabel, Ausdrucke der Fotos, Stellwände oder Beamer

Kombinationen: Landkartenmethode, Stadtteilbegehung, öffentliche Dialogwände

Vorbereitung

Für Projekte mit 16- bis 26-Jährigen bietet sich die Arbeit mit digitalen Fotos an, da die meisten über entsprechende Technik wie z. B. Smartphones verfügen. Möglich ist auch, Digitalkameras für einen bestimmten Zeitraum zu verleihen. Ein Ort, an dem die Fotos abgespeichert werden sollen, muss bereitgestellt werden, z. B. eine geeignete Online-Plattform oder ein Ordner in einer Cloud. Es sollte eine maximale Anzahl von Fotos vereinbart werden.

Eine klare Aufgabenstellung sollte vorbereitet werden: „Zeigt uns den Stadtteil/das Dorf aus eurer Perspektive“, „Was ist besonders gut oder schlecht?“, „Was fehlt?“, „Wo könnt ihr selbst mitgestalten?“, „Wo seht ihr Orte mit Potentialen?“, „Wohin geht ihr oft, wohin nie?“ etc.

Durchführung

Die Teilnehmenden werden aufgefordert, für einen festgelegten Zeitraum (z. B. eine Stunde lang) loszugehen und anhand der Fragestellung ihren Stadtteil/ihr Dorf zu fotografieren. Sie gehen in Kleingruppen oder alleine los. Nach der Rückkehr werden die Aufnahmen im vorgegebenen Medium abgespeichert. Bis zum nächsten Treffen sollte das Bildmaterial gesichtet und sortiert werden.

Bei einem weiteren Termin wird mit den Teilnehmenden das vorsortierte Bildmaterial gesichtet, z. B. in Form einer Ausstellung auf Stellwänden oder als Diashow, und die geographische Lage der Ausschnitte bestimmt. Anschließend haben die Teilnehmenden in einer Gruppendiskussion die Möglichkeit, die Fotos zu kommentieren und die dargestellten Orte, Szenen und Objekte zu bewerten. Die Wortbeiträge sollten stichpunktartig auf großen Papierbögen oder mit Kärtchen festgehalten werden. Durch die Gespräche über die Bilder und Nachfragen kann ein Austausch über die Perspektive der Teilnehmenden zu den Orten und ihre Ideen zu den Potentialen entstehen. In der Diskussion lassen sich Unterschiede und Gemeinsamkeiten in der Bewertung der Orte zwischen verschiedenen Gruppen und Personen herausarbeiten – in dieser Besprechung der Fotos entwickelt sich der eigentliche Wert der Autofotografiemethode.

Abschließend sollte die Diskussion in einen aktivierenden Teil übergehen. Geeignete Fragen hierzu könnten sein:

- „Wer kann sich vorstellen, für dieses Problem/diesen Ort Ideen zu entwickeln?“
- „Wann wird daran weitergearbeitet?“
- „Welche Fragen müssen davor noch geklärt werden?“

Zur Dokumentation sollten die Orte auf großen Papierbögen oder Kärtchen schriftlich fixiert werden. Die Gruppendiskussionen über die Fotos bzw. die abgebildeten Orte können eine Grundlage für weitere Methoden bilden, in denen Vorschläge für die Bürgerbudgets erarbeitet werden. Die Fotos können auch für die Öffentlichkeitsarbeit genutzt werden, beispielsweise um allgemein für ein Thema zu sensibilisieren. Sie können ebenso für den Austausch mit weiteren Gruppen herangezogen werden, wie z. B. bei den → öffentlichen Diskussionswänden oder während der Wahlkampagne.

Online

Die Autofotografiemethode kann online durchgeführt werden. Anstatt mit einer festen Gruppe kann hierfür eine große Zahl von Menschen eingeladen werden, zu einer bestimmten Fragestellung Fotos aufzunehmen und diese auf einer Online-Karte durch direktes „Anpinnen“ zu veröffentlichen. Die Einladung zur Teilnahme sollte breit gestreut werden, um möglichst viele zu erreichen. Die Teilnehmenden

haben mehrere Wochen Zeit, ihre Fotos einzustellen. Die Fotos können direkt beim Einstellen durch Kommentare erläutert werden. Andere Teilnehmende können diese wiederum mit eigenen Beiträgen ergänzen. Als Online-Tool kann u. a. #stadtsache genutzt werden. Die Bilder können aber auch erst einmal in einer Cloud gesammelt werden, bevor sie in eine Karte geladen werden.

Diese Methode eignet sich für eine Kombination mit der → Landkartenmethode, bei der auf einer Online-Karte Orte zu einem bestimmten Thema markiert und kommentiert werden können.

Literatur

Weitere Beschreibungen der Methode finden sich bei Deinet (2009: 78 f.) und auf der Homepage des Deutschen Kinderhilfswerkes: www.kinderpolitik.de/component/methoden/?ID=469 (abgerufen am 17.08.2020).



Stadtteilbegehung



Zugang



Austausch



Diskussion &
Einreichung



Wahl-
kampagne



Abstimmung



Umsetzung

Bei einer Stadtteil- bzw. Dorfbegehung sind die jungen Menschen die Expert*innen für ihren Stadtteil/ihr Dorf. Sie erklären und zeigen „ihren“ Ort.

Ziele

- Aktivierung von Teilnehmenden
- Kennenlernen der Perspektiven der Teilnehmenden
- Aus dem Zeigen und Erklären können Reflexionen, aber auch Gespräche über die Qualität der Orte entstehen

Zeitungsfang: ca. eine bis maximal zwei Stunden

Material: ggf. Fotoapparat, Möglichkeit, kurze Notizen festzuhalten

Kombinationen: Autofotografiemethode

Vorbereitung

Die Vorbereitung besteht hauptsächlich in der Vereinbarung eines Termines für die Stadtteil-/Dorfbegehung, evtl. in Kooperation mit einer Einrichtung, Schule, Jugendgruppe etc. Es können auch Teilnehmende sein, die sich noch nicht kennen, dann sind aber separate Begehungen zu empfehlen.

Durchführung

Zu Beginn wird dargestellt, worum es bei dem Spaziergang geht. Mögliche Aufforderungen an die Teilnehmenden hierzu sind:

- „Zeigt uns/mir den Stadtteil/das Dorf aus eurer Perspektive.“
- „Wo haltet ihr euch in eurer Freizeit auf?“
- „Welche Wege geht ihr?“
- „Wo haltet ihr euch nie auf?“

Dann machen die Teilnehmenden gemeinsam mit der Moderation einen Spaziergang, bei dem sie den Weg vorgeben. Der Weg und die gezeigten Orte können per Fotos dokumentiert werden, um später die Route nachvollziehen zu können und um Anknüpfungspunkte für Gespräche zu haben. Allerdings ist hierfür eine Fotoerlaubnis zu erfragen, insbesondere wenn geheime Orte gezeigt werden. Die Fotos können im Sinne der → Autofotografiemethode von den Teilnehmenden selbst gemacht und von ihnen für spätere Diskussionen ausgewählt werden.

Während des Gehens, insbesondere an den Orten selbst, können diese genauer erläutert werden, wozu durch Nachfragen angeregt werden kann: „Was ist an diesem Ort besonders gut oder schlecht für euch?“, „Was findet hier statt?“ etc. Die Teilnehmenden können dabei ihre subjektiven Eindrücke schildern, aber auch Geschichten oder andere Aspekte einfließen lassen. Auf diese Weise können Eindrücke darüber gesammelt werden, was die Teilnehmenden in Bezug auf ihren Stadtteil/ihr Dorf bewegt und wo Konflikte sind bzw. was auch gut läuft.

Während der Begehung sind Notizen aufzunehmen. Danach sollte möglichst zeitnah ein ausführliches Gedächtnisprotokoll geschrieben und eine Auswertung der Begehung vorgenommen werden. Die während der Begehung gemachten Fotos können später genutzt werden, um mit den Teilnehmenden Ideen für das Bürgerbudget zu entwickeln.

Literatur

Stadtteilbegehungen sind in Methodenbüchern der Sozialen Arbeit zu finden, so z. B. im „Methodenbuch Sozialraum“ (Deinet 2009) oder auf dem Internetportal www.sozialraum.de.

Brainstorming



Zugang



Austausch



Diskussion &
Einreichung



Wahl-
kampagne



Abstimmung



Umsetzung

Spontane Ideensammlung zu einer Frage oder zur Lösung eines Problems.

Ziele

- Kann zur Findung erster Ideen genutzt werden
- Kann Vielfalt der Vorstellungen in der Gruppe zeigen
- Durch Clusterungen können Themenschwerpunkte identifiziert werden

Zeitungfang: ca. 15 Minuten, anschließende Diskussion kann länger dauern

Kombinationen: kann Bestandteil von Workshops bzw. Kleingruppenarbeit sein

Material: große Papierbögen, Karten (zwei verschiedene Farben), Stifte, evtl. Klebepunkte

Vorbereitung

Es ist eine Fragestellung zu überlegen, zu der das Brainstorming, also die Ideensammlung, durchgeführt werden soll. Die Teilnehmenden können ggf. Anpassungen vorschlagen.



Durchführung

Die zur Diskussion stehende Frage wird von der Moderation erläutert und bei Bedarf durch die Gruppe präzisiert. Anschließend werden die Teilnehmenden aufgefordert, spontan ihre Ideen zu äußern. Dabei sind folgende Regeln zu beachten:

- Die Vorschläge werden auf Kärtchen notiert.
- Die Notierung erfolgt durch Teilnehmende oder Moderation.
- Alles wird notiert – es geht noch nicht um Umsetzbarkeit/Machbarkeit der Vorschläge.
- Es wird nicht kommentiert.

Nach 15 Minuten bzw. wenn keine neuen Anregungen mehr kommen, können die Vorschläge von allen betrachtet werden. Zur Clusterung werden anschließend Karten mit ähnlichen Themen zusammengehängt. Zur Benennung der Clusternamen können Kärtchen einer anderen Farbe genutzt werden. Im Folgenden sind Fragen zu erörtern wie: „Welche Vorschläge sind mir wichtig?“, „Welche sind im Rahmen eines Bürgerbudgets umsetzbar?“, „Welche Vorschläge fallen nicht in die Zuständigkeit der Gemeinde?“

Um zu klären, welche Punkte am relevantesten sind, können am Schluss Klebepunkte von den Teilnehmenden vergeben werden, um die wichtigsten Themen zu identifizieren. Zur Dokumentation wird der Papierbogen mit den sortierten Vorschlägen fotografiert. Für weitergehende Auswertungen, z. B. Clusterungen, kann eine Abschrift erfolgen.

Online

Die gleiche Methode kann mit Hilfe geeigneter Online-Tools wie z. B. OPIN, Tricider, Padlet, adhocracy+ durchgeführt werden.

Literatur

Das Instrument wird in verschiedenen Methodensammlungen beschrieben, so z. B. in der Methoden-Kiste der bpb (2018).

Blitzlicht



Zugang



Austausch



Diskussion &
Einreichung



Wahl-
kampagne



Abstimmung



Umsetzung

Kurze Feedback-Methode zum Abschluss eines Treffens, einer Arbeitseinheit etc.

Ziele

- Rückmeldung zu ausgewählten Fragen bzw. Thema holen, meist zum zurückliegenden Arbeitsprozess bzw. zum Treffen selbst
- Es kann festgestellt werden, wie die Teilnehmenden das Treffen fanden, was es ihnen gebracht hat und was sie sich ggf. wünschen
- Die Teilnehmenden werden sich untereinander bewusst, wie sie das Treffen bzw. die gemeinsame Arbeit finden

Zeitungfang: je nach Gruppengröße 5 - 15 Minuten

Material: ggf. Stuhlkreis

Kombinationen: kann Bestandteil von Workshops bzw. Kleingruppenarbeit sein

Vorbereitung

Ein Stuhlkreis ist hilfreich, ansonsten ein Stein oder ein ähnlicher Gegenstand, der weitergereicht wird, wenn die nächste Person an der Reihe ist. Das Thema bzw. die Frage für das Blitzlicht sollte klar eingegrenzt sein, z. B.: „Was hat Ihnen das heutige Treffen gebracht?“, „Wie fanden Sie das Treffen?“

Durchführung

Die Frage kann alternativ auf einen großen Papierbogen geschrieben werden, ebenso die Regeln für die Durchführung, die vorgestellt werden. Diese sind:

- Die Teilnehmenden sprechen aus der Ich-Perspektive, also von ihren persönlichen Erwartungen und Erfahrungen. Der Beitrag sollte sich auf das Thema/die Frage beziehen.
- Nur die Person, die an der Reihe ist, kann etwas sagen.
- Der Redebeitrag sollte kurz sein, zwei bis drei Sätze, max. 30 Sekunden.
- Redebeiträge werden nicht kommentiert. Es handelt sich um keine Diskussion. Was gesagt wird, bleibt so stehen. Eine Bewertung findet nicht statt!

Nach dem Blitzlicht kann eine Diskussion folgen, muss aber nicht. Die Moderation dankt den Teilnehmenden für ihre Mitarbeit und schließt damit das Treffen. Eine öffentliche Dokumentation ist nicht notwendig. Die Moderation kann sich Notizen machen, die für die Weiterarbeit relevant sind.

Online

Die gleiche Methode kann mit Hilfe geeigneter Online-Tools wie Padlet, Tweedback etc. durchgeführt werden. Dies kann vor Ort im realen Raum oder vollständig virtuell während eines Online-Treffens erfolgen.

Literatur

Das Instrument wird in verschiedenen Methodensammlungen beschrieben, so z. B. im Online-Methodenpool von Kersten Reich, www.methodenpool.uni-koeln.de.



Schreibgespräch



Zugang



Austausch



Diskussion &
Einreichung



Wahl-
kampagne



Abstimmung



Umsetzung

Auf großen Papierbögen werden von einzelnen Teilnehmenden schriftlich Meinungen oder Statements abgegeben. Diese werden dann in einer Gruppenarbeit ausgewertet.

Ziele

- Sammlung von verschiedenen Meinungen zu einem oder mehreren Themen
- Methode kann entweder zum Einstieg in ein Thema, z. B. Demokratie, genutzt werden oder für die Weiterentwicklung von bereits zuvor gesammelten Ideen
- Meinungen von Teilnehmenden, die nicht so gerne in Gruppen sprechen, finden Eingang in die Diskussion

Zeitungsfang: 1,5 – 2 Stunden

Material: große Papierbögen, Stifte

Kombinationen: Kampagnenplanung

Vorbereitung

Auf plakatgroßen Papierbögen werden als Überschrift mehrere (4 – 5) Unterthemen der zu diskutierenden Fragestellung geschrieben. Dies können Satzanfänge, Fragen oder provokante Aussagen sein. Wir möchten hier anregen, zur Sensibilisierung eine Diskussion über Demokratie zu führen:

- „Was bedeutet Demokratie für mich?“
- „Wo begegnet mir Demokratie?“
- „Die da oben machen eh nur, was sie wollen!“

Die Methode kann ebenso zur Entwicklung von Ideen für das Bürgerbudget genutzt werden:

- „Das läuft hier im Ort besonders gut für unsere Generation“;
- „Wäre ich hier Bürgermeister*in, würde ich ...“

Es können auch Ideen vertieft werden, die bereits vorher genannt wurden. Darüber hinaus ist es möglich, die Methode bei der → Kampagnenplanung zu nutzen, indem nach Inhalten oder zu nutzenden Medien gefragt wird.

Durchführung

Die Papierbögen werden auf Tische oder Stellwände im Raum verteilt. Die Teilnehmenden gehen nun im eigenen Rhythmus herum und schreiben ihre Meinungen, Bemerkungen oder Kommentare auf die Papierbögen. Auch Symbole, Zeichnungen etc. sind erlaubt. Diese Kommentare können dann wiederum von anderen aufgegriffen und schriftlich kommentiert und weiterentwickelt werden. So füllen sich die Papierbögen mit der Zeit immer mehr und es kann eine schriftliche Diskussion entstehen. Wichtig ist, dass die Teilnehmenden während der Durchführung keine Gespräche führen, sondern dass die Methode still und damit die Diskussion schriftlich vonstattengeht.

Anschließend werden Gruppen (die Anzahl entspricht der Anzahl der Unterthemen) eingeteilt und jede Gruppe erhält einen Papierbogen, den sie dann auswertet: „Fassen Sie die verschiedenen Positionen zusammen“; „Was sind die Unterschiede und Gemeinsamkeiten?“ etc. Die Auswertungen werden in der großen Gruppe vorgestellt und diskutiert. Die gemeinsam erarbeiteten Auswertungen sollten stichpunktartig festgehalten werden.

Online

Um Fragen zu beantworten und Sätze im Sinne des Schreibgespräches zu diskutieren, können Online-Tools wie OPIN, ePartool, adhocracy+ genutzt werden.

Literatur

Das Instrument wird in verschiedenen Methodensammlungen beschrieben, so z. B. in der Methoden-Kiste der bpb (2018).

Kleingruppenarbeit



Zugang



Austausch



Diskussion &
Einreichung



Wahl-
kampagne



Abstimmung



Umsetzung

Die Methode dient der Bearbeitung umfassenderer Fragestellungen. Die Gruppe teilt sich in Kleingruppen auf, die sich gegenseitig ihre Arbeitsergebnisse vorstellen.

Ziele

- Parallele Arbeit an verschiedenen Teilfragen bzw. Teilaufgaben ist möglich
- Kleingruppen ermöglichen vertiefende Diskussion

Zeitungsumfang: 2 – 3 Stunden

Material: große Papierbögen, Stifte, Stellwände zur Ergebnispräsentation

Kombinationen: Blitzlicht, Schreibgespräch etc.

Vorbereitung

Die Methode ist immer dann geeignet, wenn eine Fragestellung zu umfassend ist, als dass sie im Plenum der Gruppe bearbeitet werden kann. Die Aufteilung in Kleingruppen ermöglicht, verschiedene Themen gleichzeitig zu bearbeiten. So kann sie z. B. zur Ausarbeitung verschiedener Ideen bzw. Vorschläge für das Bürgerbudget genutzt werden, die dann im Plenum vorgestellt werden. Auch ist es denkbar, dass in der Phase der Wahlkampagne an verschiedenen Werbeträgern wie Plakat, Social Media etc. gleichzeitig gearbeitet wird.

Durchführung

Einführung und Input

Die Aufgabe bzw. das Ziel des jeweiligen Gruppentreffens wird vorgestellt. Es ist möglich, dass als Einstieg ein Input-Beitrag von einer internen oder externen Person gegeben wird. Dieser Beitrag soll Informationen bieten, die in der anschließenden Kleingruppenphase aufgearbeitet werden können. Zum Vortrag sollen kürzere Verständnisfragen möglich sein. Die eigentliche Diskussion wird in den Kleingruppen geführt.

Im Rahmen der Einführung kann auch auf Gesprächsregeln hingewiesen werden:

- Sei bitte in deinen Beiträgen kurz, klar und bleibe beim Thema. Achte darauf, dass deine Beiträge nicht länger als zwei Minuten umfassen.
- Dafür hören dir die anderen aufmerksam zu und lassen dich ausreden.
- Sei respektvoll und fair im Umgang mit anderen und formuliere Kritik wertschätzend. Dafür können andere deine Kritik gut annehmen und bearbeiten.

Aufteilung in Kleingruppen

Die Aufteilung kann auf verschiedene Weise erfolgen:

- a) Zufallsaufteilung, indem z. B. jede Person eine Nummer zieht. Die Zettel sind so durchnummeriert, dass die Höchstzahl die Anzahl der Kleingruppen ergibt (bei vier Kleingruppen: 1, 2, 3, 4; 1, 2, 3, 4 ...)
- b) Die Teilnehmenden können sich nach Interesse aufteilen.

Insgesamt sollte darauf geachtet werden, dass sich die Teilnehmenden gleichmäßig verteilen. Es sollten auch nur so viele Kleingruppen gebildet werden, dass jede Gruppe genügend Teilnehmende hat, um arbeitsfähig zu sein. Zu beachten ist, dass später mehr Zeit zur Ergebnispräsentation benötigt wird, je mehr Kleingruppen es gibt.



Arbeitsphase

Jede Gruppe bearbeitet ein Thema. Es wurde vor der Aufteilung verkündet, wie viel Zeit zur Bearbeitung zur Verfügung steht, z. B. 30 Minuten, 60 Minuten etc. Auch wird vorher erläutert, wie die Ergebnisse dokumentiert werden, z. B. durch Notizen auf einem großen Papierbogen. Die Gruppe kann zu Beginn als Arbeitsaufgabe folgende Rollen klären: Wer schreibt mit? Wer achtet auf die Zeit? Wer stellt die Ergebnisse später vor? Darauf folgt eine selbständige Bearbeitung der Fragestellung.

Ergebnispräsentation

Eine oder zwei Personen aus jeder Gruppe stellen die Ergebnisse vor. Es sollte pro Gruppe einen klaren Zeitrahmen geben, z. B. zwei oder drei Minuten. Je nach Anzahl der Gruppen kann es ansonsten sein, dass die Ergebnispräsentation länger dauert und die Aufmerksamkeit der Zuhörenden schwindet. Nach der Präsentation der Ergebnisse können – müssen aber nicht – noch Reaktionen und Anmerkungen aus dem Plenum gesammelt werden.

Ausblick

Es wird erläutert, was mit den Ergebnissen geschieht bzw. wie bei nächsten Treffen eine Weiterarbeit erfolgt.

Online

Es ist möglich, die gesamte Kleingruppenarbeit auf einer Kommunikationsplattform digital durchzuführen, z. B. mit Jitsi, Zoom, MyBigBlueBotton etc. Es kann überlegt werden, wichtige Dokumente der Kleingruppe in einer Cloud zu hinterlegen oder generell mit einer Plattform wie OPIN oder adhocracy+ zu arbeiten, die verschiedene Instrumente wie Diskussion, Schreiben etc. vereinigt.



Genderanalyse Bürgerbudget



Zugang



Austausch



Diskussion &
Einreichung



Wahl-
kampagne



Abstimmung



Umsetzung

Diskussion über bisher vom Bürgerbudget finanzierte Vorschläge unter Genderaspekten.

Ziele

- Sensibilisierung hinsichtlich genderpolitischer Relevanz öffentlicher Haushalte
- Untersuchung, inwieweit bisher finanzierte Vorschläge des Bürgerbudgets Fragen der Gendergerechtigkeit berücksichtigen
- Formulierung eigener Ideen und Vorschläge auf der Basis festgestellter Bedarfe

Zeitungsfang: 2 – 3 Stunden

Material: Ergebnisliste des Bürgerbudgets des Vorjahres, Laptop, Beamer, Kärtchen, Stifte, Pinnwand

Kombinationen: Kleingruppenarbeit

Vorbereitung

Benötigt wird die Liste mit den Ergebnissen des Bürgerbudgets des Vorjahres. Durch Sichtung kann zur Planung überlegt werden, welche Themen sich zur Diskussion von Genderfragen anbieten. Die Liste kann auch mit Daten aus dem Haushalt der Gemeinde ergänzt werden. Dabei wäre zu prüfen, ob eine Genderanalyse des öffentlichen Haushalts vorliegt bzw. ob Genderaspekte bei der Aufstellung des Haushalts berücksichtigt werden.

Durchführung

Plenum

Am Anfang ist die Zielstellung des Treffens zu benennen. Dies kann die Frage sein, inwiefern beim Bürgerbudget Genderaspekte berücksichtigt werden. Die Genderanalyse kann auch ein erster Schritt sein, um eigene Vorschläge für das Bürgerbudget zu entwickeln. Falls die Gruppe das Bürgerbudget-Verfahren noch nicht kennt, ist dieses am Anfang vorzustellen.

Es werden Listen mit den Ergebnissen des Bürgerbudgets verteilt bzw. über einen Beamer angezeigt. Die Diskussion kann entweder im Plenum erfolgen oder in → Kleingruppen (siehe unten). Sinnvoll ist, den Teilnehmenden zunächst Zeit zu geben, für sich in Ruhe die Ergebnisliste des Bürgerbudgets zu betrachten, bevor der Austausch beginnt. Die anschließende Diskussion kann sich an folgenden Fragen orientieren:

- „Welche finanzierten Vorschläge kommen welchen Geschlechtern zugute?“
- „Gibt es Vorschläge, von denen vor allem Männer und Jungen profitieren; welche haben eher Frauen und Mädchen als Zielgruppe?“
- „Inwiefern werden Personen berücksichtigt, die sich weiteren Geschlechtern zugehörig fühlen?“
- „Welche Geldbeträge sind den jeweiligen Vorschlägen zugeordnet, die sich vorrangig an eine Geschlechtsidentität richten?“
- „Gibt es unter den Vorschlägen, die keine Finanzierung erhalten haben, Vorhaben, die aus der Perspektive von Genderfragen bedeutsam sind?“

Für vertiefende Diskussionen können die gendersensiblen Fragen mit weiteren Aspekten wie der ökonomischen Situation, dem Alter und körperlichen Fähigkeiten verbunden werden. Eine Auswahl möglicher Fragen ist:

- „Gibt es Vorschläge, welche die Situation ärmerer Menschen berücksichtigen? Inwiefern geschieht dies hinsichtlich unterschiedlicher Altersgruppen?“
- „Wird auf Menschen mit unterschiedlichen körperlichen Fähigkeiten eingegangen?“
- „Gibt es Vorschläge, die unterschiedliche Sprachen und Herkunft einbeziehen?“

Nicht immer werden konkrete Zahlen vorliegen, sondern es können von den Teilnehmenden Schätzungen bzw. Vermutungen formuliert werden. Auch müssen unterschiedliche Sichtweisen geäußert werden dürfen, so dass eine Diskussion in Gang kommt. Wichtige Aspekte können auf Kärtchen festgehalten und an eine Pinnwand geheftet werden.

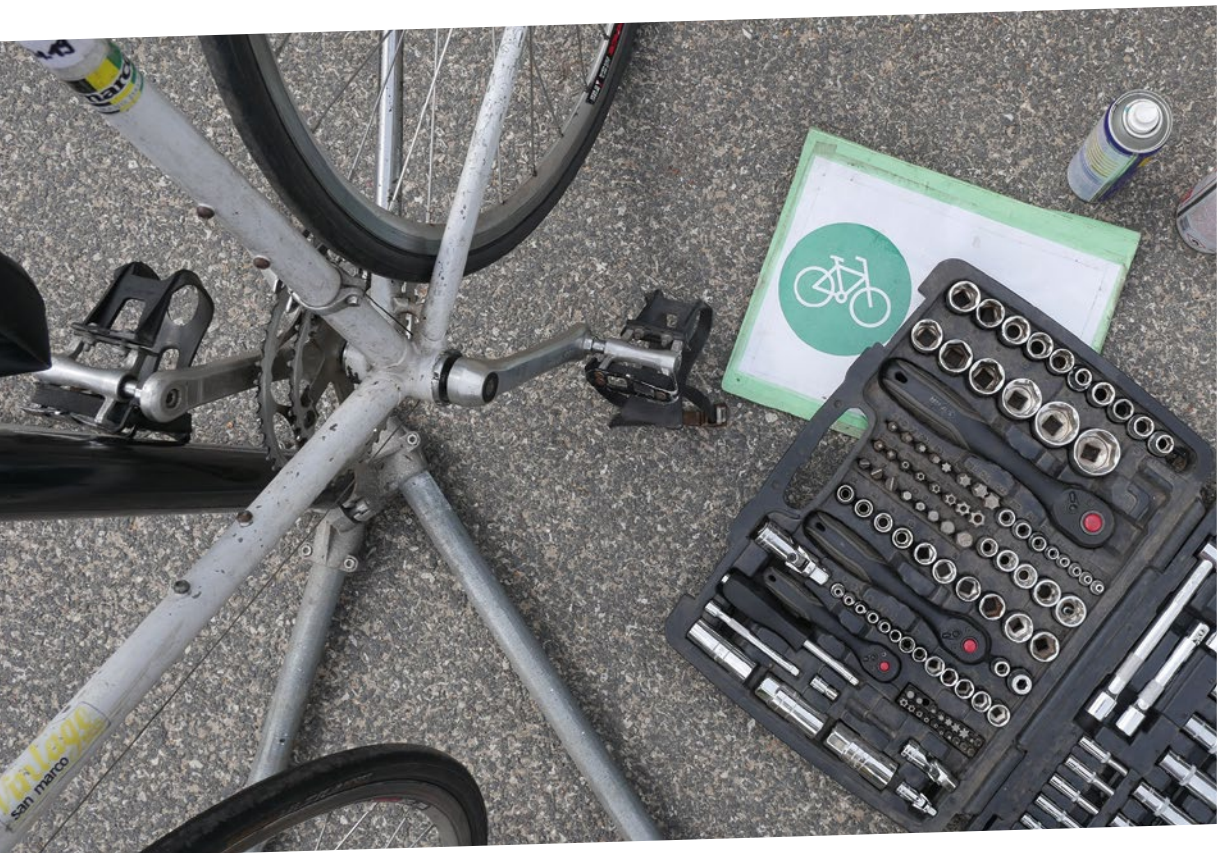
Am Ende der Diskussion sollte von der Moderation eine Zusammenfassung gegeben werden. Dabei wird auf die beschriebenen Kärtchen verwiesen. Es ist zu klären, welche weiteren Schritte aus den Ergebnissen für die Gruppe folgen.

Kleingruppenarbeit

Statt der Diskussion im Plenum können die Fragen auch in → Kleingruppen diskutiert werden. Dabei ist zu überlegen, ob alle Gruppen die gleichen Fragen bekommen oder ob eine Aufteilung der Fragen sinnvoll ist. Wenn sämtliche Gruppen die gleichen Fragen haben, könnten Ergebnislisten aus unterschiedlichen Jahren untersucht werden. Dies würde die Genderanalyse des Bürgerbudgets verbreitern und Unterschiede könnten stärker herausgearbeitet werden. Grundsätzlich ist jedoch darauf zu achten, die Übung nicht mit Fragen zu überlasten. Die angeführten Fragen sind deshalb als ein Angebot zu verstehen, aus dem je nach Bedarf und Interesse ausgewählt werden kann.

Literatur

Zur Übertragung und Anpassung der Methode inspirierten die Publikationen Färber (2009) „Geschlechtersensibler Beteiligungshaushalt“ und Rudolf (2009) „Gender Budgeting in deutschen Bundesländern“.



Besuch aus dem Rathaus



Zugang



Austausch



Diskussion &
Einreichung



Wahl-
kampagne



Abstimmung



Umsetzung

Eine Person aus dem Rathaus – wie z. B. Bürgermeister*in, Verwaltungsmitarbeiter*in oder Politiker*in aus dem Gemeinderat – besucht die Teilnehmenden und spricht mit ihnen über ihre Ideen zur Verbesserung des Stadtteils/Dorfes.

Ziele

- Die Teilnehmenden erleben, dass sich das Rathaus/die Politik für ihre Bedürfnisse interessiert, und erfahren durch den Besuch eine Wertschätzung
- Persönliches Kennenlernen der Verwaltung und ihrer Repräsentant*innen

Zeitungsfang: 30 – 60 Minuten

Kombinationen: Aktivierende Befragung, Kleingruppenarbeit, Landkartenmethode

Vorbereitung

Die Gruppe hat bereits eine Diskussion über ihre Bedürfnisse geführt bzw. wurden diese bei einer aufsuchenden → Aktivierenden Befragung benannt. Eine Person aus dem Rathaus wird eingeladen, um über die Ideen zu sprechen. Im Vorfeld ist hierzu die Bereitschaft der Verwaltungsspitze einzuholen und die Inhalte des Besuchs sind abzusprechen. Alternativ zur Verwaltungsspitze können auch Verwaltungsmitarbeiter*innen oder Politiker*innen aus dem Gemeinderat eingeladen werden.

Durchführung

Bürgermeister*in kommt vorbei

Ein Einstieg in das Gespräch kann beinhalten, dass mit dem Besuch aus dem Rathaus über die Ergebnisse der → Aktivierenden Befragung gesprochen wird. Im weiteren Austausch kann es dann um die Entwicklung konkreter Vorschläge für das Bürgerbudget gehen. Hierzu sind die Rahmenbedingungen zu erläutern, wie Zuständigkeit der Verwaltung, Finanzvolumen, Konkretisierungsbedarfe, Fristen für die Einreichung von Vorschlägen.

Ein Besuch kann wie folgt ablaufen:

1. Begrüßung und Vorstellung
2. Rückmeldung zu den Ideen der Teilnehmenden
3. Vorstellung des Bürgerbudgets und Möglichkeit der Vorschlagseinreichung
4. Verabschiedung

Verwaltungsmitarbeiter*in kommt vorbei

Wenn sich die Gruppe entschieden hat, einen Vorschlag für ein Bürgerbudget auszuarbeiten, könnte sie zur Konkretisierung die mit der Durchführung des Bürgerbudgets beauftragte Person der Verwaltung einladen. Der Besuch kann anstelle des*der oder als Ergänzung zu dem*der Bürgermeister*in erfolgen. Ziel ist, dass die Regeln und der Ablauf erläutert werden, so dass die Gruppe weiß, wie und wann sie einen Vorschlag einreichen muss. Nach dem Gespräch könnte sich die Gruppe einen Zeitplan für die Erstellung des Vorschlages erarbeiten.

Wenn der Entwurf eines Vorschlages vorliegt, kann zur weiteren Präzisierung ein*e Mitarbeiter*in aus der zuständigen Fachabteilung eingeladen werden. Dies kann zur Kosteneinschätzung oder zur Klärung planungs- und baurechtlicher Fragen dienen, wenn es z. B. um die Aufstellung von Pavillons geht. So können z. B. Fragen erläutert werden, ob die Realisierung des Vorschlages von bestimmten Genehmigungen abhängig ist und ob es Risiken gibt, diese Genehmigungen zu erhalten bzw. welche Zeiträume sie erfordern.

Politiker*innen kommen vorbei

Ein*e Politiker*in aus dem Gemeinderat kann eingeladen werden, wenn ein Vorschlag bereits als Entwurf vorliegt. Es kann mit dem Besuch über die konkreten Umsetzungs- und Unterstützungsmöglichkeiten gesprochen werden.

Dabei können eventuell auch Ideen diskutiert werden, die vom Finanzvolumen zu groß für das Bürgerbudget sind, aber den jungen Menschen wichtig sind. Hier könnte zusammen mit dem*der Politiker*in nach alternativen Finanzierungsmöglichkeiten gesucht werden. Dies ist auch eine Möglichkeit, sollte bei der Abstimmung der eingereichte Vorschlag aufgrund mangelnder Stimmen keine Finanzierung erhalten haben.

Literatur

Es handelt sich um eine Eigenentwicklung. Generell empfiehlt sich hier Literatur, die sich mit dem Aufbau und Funktionieren der Kommunalverwaltung beschäftigt, wie z. B. Bogumil/Jann (2009).



Abstimmungsverfahren



Zugang



Austausch



Diskussion &
Einreichung



Wahl-
kampagne



Abstimmung



Umsetzung

Es werden verschiedene Abstimmungsverfahren mit ihren Vor- und Nachteilen vorgestellt.

Ziele

- Wahl einer Idee, die als Vorschlag für ein Bürgerbudget eingereicht werden soll
- Auseinandersetzung mit verschiedenen Abstimmungsarten/demokratischen Wahlen
- Vorbereitung auf die Abstimmung/Wahl der Bürgerbudgets
- Anonyme Abstimmung ist möglich

Zeitungsfang: 1 – 2 Stunden, bei Online-Verfahren ggf. länger

Material: Online-Variante: Laptop, Beamer, Internetverbindung und Endgeräte für die Abstimmung wie Smartphones oder Tablets. Offline-Variante: postergröße Papierbögen, Pinnwände, Klebepunkte

Kombinationen: Kleingruppenarbeit

Vorbereitung

Die Anwendung eines Abstimmungsverfahrens kann für verschiedene Zwecke im Rahmen von Bürgerbudgets genutzt werden. Es kann zur Simulation einer Abstimmung im Bürgerbudget herangezogen werden, um den Vorgang des Voting zu verdeutlichen. In diesem Sinne können auch andere Wahlverfahren, wie z. B. die Kommunal-, Landtags- oder Bundestagswahl, erprobt werden, um ihre Vor- und Nachteile hinsichtlich der Stimmenverteilung und -anhäufung herauszuarbeiten.

Ein Online-Abstimmungstool kann weiterhin zur Klärung gruppeninterner Präferenzen verwendet werden, so z. B. dahingehend, welche der Ideen zu einem Vorschlag ausformuliert werden soll. Für die Variante Online-Abstimmung ist zur Vorbereitung ein Tool auszuwählen und zu testen.

In beiden Fällen sollten die verschiedenen zur Abstimmung stehenden Optionen bereits erarbeitet sein oder sie sind im Vorfeld der Abstimmung zu diskutieren.

Durchführung

Einpunktentscheidung

Abstimmungen können offline und ohne Geräte durchgeführt werden, beispielsweise durch das Kleben von Klebepunkten neben die favorisierte Option. Die verschiedenen Optionen werden hierfür auf große Papierbögen geschrieben und aufgehängt.

Jede*r Teilnehmende erhält einen Klebepunkt und somit eine Stimme. Diese werden auf die Papierbögen geklebt. Die Abstimmung ist somit nicht anonym. Alternativ zu Klebepunkten können auch Punkte mit Stiften gemalt werden. Anschließend werden die Punkte gezählt. Die Option mit den meisten Punkten hat gewonnen.

Letztlich bieten auch ein einfaches Handheben und Auszählen eine Abstimmungsvariante.

Mehrpunktentscheidung

Es können pro teilnehmende Person ebenso mehrere Punkte, z. B. drei, ausgeteilt werden. Diese können entweder an verschiedene Optionen vergeben werden oder gebündelt an eine. Auch hier gewinnt die Option mit den meisten Stimmen. Damit könnte das Kommunalwahlsystem in Brandenburg simuliert werden, wo drei Stimmen über die Wahlvorschläge auf einzelne Kandidat*innen verteilt werden können.

Bewertung von Vorschlägen und Erstellung eines Meinungsbildes

Statt über verschiedene Optionen abzustimmen, kann die Einpunktmethode auch genutzt werden, um Bewertungen einer Idee bzw. eines Vorschlags vorzunehmen. Hier bestimmen die Teilnehmenden durch entsprechendes Aufkleben ihres Punktes, ob sie etwas „sehr schlecht“, „nicht so gut“, „mittel“, „gut“, „sehr gut“ finden. Mit anderen Kategorien lassen sich andere Meinungsbilder erstellen (z. B. „sehr ernst“, „ernst“, „nicht so ernst“, „überhaupt nicht ernst“). Die Bewertungen sollten anschließend diskutiert werden, z. B. ob Änderungen des Vorschlags möglich sind, um eine größere Unterstützung herzustellen.

Online

Abstimmung während einer Veranstaltung

Die Teilnehmenden einer Veranstaltung werden per Link zur Teilnahme eingeladen. Jede Person sollte ein eigenes Gerät zur Verfügung haben.

Die Optionen, über die abgestimmt werden soll, können entweder vorher festgelegt und eingetragen oder während der Veranstaltung gemeinsam erarbeitet werden. In manchen Tools ist als Zwischenschritt das Sammeln von Argumenten möglich.

Die Option mit den meisten Stimmen hat gewonnen. Das Ergebnis kann direkt über das Tool visualisiert werden. Hierfür eignen sich u. a. Pingo, Tricider, Mentimeter und Voxr.

Abstimmung außerhalb einer Veranstaltung

Eine Online-Abstimmung kann auch unabhängig von der Präsenz bei einer Veranstaltung und damit ortsunabhängig und zeitlich flexibel durchgeführt werden. Der Einladungslink wird versendet und in einem festgelegten Zeitrahmen, z. B. zwei Wochen, können die Teilnehmenden über das Online-Tool abstimmen. Auch das Erarbeiten von Argumenten (pro oder contra eine Option) kann über manche Tools wie Tricider, Tweedback, Brabbl oder PLACEm geschehen. Nach Ablauf der Frist wird das Ergebnis bekannt gegeben.

Literatur

Verschiedene Abstimmungsverfahren und Tools werden in den Methodensammlungen von kinderpolitik.de und www.jugend.beteiligen.jetzt beschrieben.



Kampagnenplanung



Zugang



Austausch



Diskussion &
Einreichung



Wahl-
kampagne



Abstimmung



Umsetzung

Zur Bewerbung von Vorschlägen für das Bürgerbudget wird eine Kampagne erarbeitet.

Ziele

- Die Teilnehmenden lernen, was zu einer Kampagne gehört und wie sie geplant und umgesetzt wird
- Ziel der Kampagne ist es, die eigenen Vorschläge in der Öffentlichkeit sichtbar zu machen, um bei der Abstimmung im Bürgerbudget möglichst viele Stimmen zu bekommen
- Förderung verschiedener Handlungskompetenzen: Teamarbeit, Zeitmanagement, Social Media, Plakatgestaltung, Budgetverwaltung etc.

Zeitungsfang: ein Workshop 3 – 4 Stunden; Ausarbeitung und vor allem Umsetzung der Kampagne erfordert mehrere Wochen

Material: große Papierbögen, Laptop, Beamer etc.

Kombinationen: Brainstorming, Blitzlicht etc.

Vorbereitung

Als Auftakt bietet sich ein Workshop an, bei dem eine erste Rahmenplanung für die Kampagne zur Bewerbung des eigenen Bürgerbudget-Vorschlags erfolgt. Es können weitere Treffen zur Präzisierung der Inhalte und vor allem zur Umsetzung der Kampagne stattfinden. Generell ist darauf zu achten, dass der Umfang der Kampagne realistisch bleibt. Es ist zu klären, in welchem Umfang ein Budget zur Werbung und für Honorare externer Expert*innen zur Verfügung steht. Art und Umfang des Workshops sind daher mit der Gruppe abzusprechen.

Durchführung

Auftaktworkshop zur Rahmenplanung

Es gibt verschiedene Arten von Kampagnen, bei der nachfolgenden Beschreibung steht die Bewerbung von Vorschlägen bei Bürgerbudgets im Vordergrund. Wichtig ist, dabei den richtigen Zeitpunkt zu wählen. Das heißt, die Umsetzung sollte rechtzeitig vor der Abstimmung beim Bürgerbudget erfolgen.

Was ist eine Kampagne?

- Kampagnen sind zeitlich befristet und haben ein eingegrenztes Thema bzw. Anliegen.
- Kampagnen nutzen vielfältige, aufeinander abgestimmte Kommunikationsmittel zur Erreichung ihrer Zielgruppen.
- Kampagnen nutzen Erzählungen zur Kommunikation.
- Kampagnen sind auf Effekte ausgerichtet.

Folgende Punkte sind während des Workshops zu klären:

1. Ressourcenklärung im Vorfeld: Hier geht es zum einen darum, wie viel Zeit bis zum Ende des Abstimmungszeitraums des Bürgerbudgets zur Verfügung steht und wie viel Zeit die Mitglieder der Gruppe einbringen können. Zum anderen ist zu klären, welche Finanzmittel ggf. zur Bewerbung zur Verfügung stehen.

2. Zieldefinition: Ein Ziel ist sicherlich, möglichst viele Unterstützer*innen für den eigenen Vorschlag im Bürgerbudget zu finden. Zu klären ist, ob es ggf. noch weitere Ziele gibt, wie z. B., die Beteiligung junger Menschen beim Bürgerbudget zu erhöhen oder das Bürgerbudget allgemein bekannter zu machen.

3. Zielgruppendefinition: Zu klären ist hier: Was sind die Zielgruppen? Junge Menschen allgemein? Bestimmte Gruppen? Wer soll darüber hinaus angesprochen werden?

4. Botschaften formulieren: Für jede Zielgruppe werden bezüglich des einzureichenden Vorschlags zwei bis drei Botschaften formuliert.

5. Definition von Maßnahmen: Für die einzelnen Zielgruppen werden Maßnahmen überlegt. Auch gilt es wieder, den Aufwand hinsichtlich der Vorbereitung und Durchführung realistisch einzuschätzen. Wenn z. B. Flyer verteilt werden sollen, muss Zeit für die Erstellung eingeplant werden. Maßnahmen können auch öffentliche Diskussionsveranstaltungen sein.

6. Handlungsplan erstellen: Aus den Maßnahmen kann eine Liste bzw. ein Katalog erstellt werden, hinter die bzw. den ggf. die Personen geschrieben werden, die eine Aufgabe übernehmen. Darüber hinaus ist ein Zeitplan zu erstellen. Weiterhin ist zu notieren, welche Materialien bzw. Ressourcen gebraucht werden. Soll z. B. ein Plakat erstellt oder eine Verbreitung über Social Media durchgeführt werden, kann überlegt werden, welche Kompetenzen in der Gruppe vorliegen und ob ggf. Expert*innen hinzugezogen werden.

Muster für einen Handlungsplan

Medium			
Termin	Plakat	Flyer	Social Media
5. Oktober	Treffen, um ein Plakat entwerfen		
7. Oktober		Text/Botschaften für Flyer werden erstellt	
9. Oktober			Plakatmotiv wird als Sharepic angepasst
09. November	Plan erstellen, wo Plakate aufgehängt werden, ggf. Genehmigungen beantragen	Flyer wird in den Druck gegeben Verteilung der Flyer	
10. November	Plakat in den Druck geben		
15. November	Aufhängen der Plakate		
20. November			Sharepics werden versendet.

Die geplanten Maßnahmen werden in den folgenden Wochen umgesetzt und müssen je nach Ressourcenveränderungen angepasst werden.

Workshops zu Plakatentwurf, Social Media etc.

Für die im Handlungsplan beschriebenen Maßnahmen wie Plakatentwurf oder Social-Media-Nutzung sind weitere Treffen anzusetzen. Es ist auch möglich, dass sich → Kleingruppen parallel oder eigenständig treffen. Es ist zu klären, ob einzelne Mitglieder die Treffen vorbereiten und ggf. schon erste Entwürfe mitbringen. Auch ist es möglich, dass externe Expert*innen, z. B. für Grafik, hinzugenommen werden.

Online

Für Social-Media-Kampagnen können u. a. Instagram, Twitter, Facebook etc. genutzt werden, wobei daran zu denken ist, welche Zielgruppen die einzelnen Kanäle erreichen. So ist Instagram bei jungen Leuten sehr beliebt, während Facebook vor allem von anderen Altersgruppen genutzt wird. Eine Online-Kampagne kann aber auch auf Plattformen wie adhocracy+ geplant werden. Clouds können dabei herangezogen werden, um für die Gruppe intern Materialien wie Bilder, Flyer, Plakate etc. zu hinterlegen.

Literatur

Ein Klassiker, an dem sich hier orientiert wurde, ist die „Organizer Spirale“ von Ulla Eberhard et al. (2011). Sie wurde ergänzt durch einen Ratgeber für Kampagnenplanung, den die Stiftung Mitarbeit und Bewegungstiftung (2018) herausgegeben haben.



Begleitkommission



Zugang



Austausch



Diskussion &
Einreichung



Wahl-
kampagne



Abstimmung



Umsetzung

Nach Veröffentlichung der Abstimmungsergebnisse des Bürgerbudgets wird die Umsetzung der zu finanzierenden Vorschläge durch mehrere Treffen begleitet.

Ziele

- Klärung der Motivation innerhalb der Gruppe, wer an der Umsetzung des Vorschlages mitwirken möchte
- Sicherstellung, dass die Vorschläge im gedachten Sinne umgesetzt werden
- Chance, neue Mitstreiter*innen zu finden

Zeitungsfang: 2 – 3 Stunden je Treffen, Arbeitsphase kann mehrere Monate umfassen

Material: ggf. postergroße Papierbögen, Stift, Laptop, Beamer etc.

Kombinationen: Besuch aus dem Rathaus, Blitzlicht, Kleingruppenarbeit etc.

Vorbereitung

Die Kommission hat die Aufgabe, die Umsetzung der vom Bürgerbudget finanzierten Vorschläge zu begleiten, d. h., sie muss darauf achten, dass die Vorschläge im Sinne der Einreicher*innen umgesetzt werden. Die Mitglieder können identisch mit der Gruppe sein, welche den Vorschlag beim Bürgerbudget eingestellt hat. Zu unterscheiden ist, ob die Vorschläge von der Verwaltung oder durch die Gruppe selbst umgesetzt werden, was z. B. bei der Veranstaltung von Festen der Fall sein kann. In beiden Fällen tagt die Kommission mehrere Male, bis der Vorschlag realisiert worden ist.

Durchführung

Das erste Treffen kann dazu dienen, sich einen Überblick über den aktuellen Stand der Umsetzung des Vorschlags und der Erwartungen der Teilnehmenden zu verschaffen und offene Fragen zu definieren. Bei weiteren Terminen können Besuche mit Mitarbeiter*innen der Verwaltung vereinbart werden, die von Seiten der Verwaltung die Umsetzung der Vorschläge koordinieren. So sind z. B. Begehungen von Orten denkbar, an denen der finanzierte Vorschlag umgesetzt werden soll. Bei den einzelnen Treffen können, wie bei den vorhergehenden Phasen, verschiedene Methoden zur Anwendung kommen, wie z. B. → Kleingruppenarbeit, → Blitzlicht etc. Als Fortsetzung der → Werbekampagne könnte auch die Kommunikation nach außen fortgesetzt werden, indem regelmäßig über den Stand der Umsetzung berichtet wird. Die Gruppe begleitet somit Schritt für Schritt die Realisierung ihres Vorschlags.

Es empfiehlt sich, von den Treffen ein Ergebnisprotokoll anzufertigen und dieses den Teilnehmenden zur Verfügung zu stellen.

Literatur

Es handelt sich um eine Eigenentwicklung. Umsetzungskommissionen gibt es in verschiedenen Bereichen der Stadtplanung, Sozialen Arbeit und in der Politik allgemein.



Literatur & Links

Methodensammlungen im Internet

<https://www.kinderpolitik.de/methoden>

<https://jugend.beteiligen.jetzt/werkzeuge>

www.sozialraum.de

<https://www.bpb.de/lernen/formate/methoden/227/methodendatenbank>

Online-Tools & Datenschutz

Landesjugendring Brandenburg e. V./Fachverband Jugendarbeit – Jugendsozialarbeit Brandenburg e. V. (2019), Die DSGVO. Datenschutz in der Jugendarbeit, Potsdam, www.datenschutz-jugendarbeit.de (abgerufen am 24.08.2020).

Stadtjugendring Potsdam e. V. – SJR (o. J.), Videokonferenztools und kollaborative Plattform, Potsdam, <https://sjr-potsdam.de/2020/03/videokonferenztools-und-kollaborative-software/> (abgerufen am 24.08.2020).

Offene Jugendarbeit, Themenheft „Digitale Jugendarbeit“, herausgegeben von Bundesarbeitsgemeinschaft Offene Kinder- und Jugendeinrichtungen e.V. (2019).

Der Paritätische (Hg.), Tool-Überblick, http://www.der-paritaetische.de/fileadmin/user_upload/Schwerpunkte/Digitalisierung/doc/Tool_Tipps-Paritaet_20200423.pdf (abgerufen am 27.08.2020).

Literatur

Bogumil, Jörg/Jann, Werner (2009), Verwaltung und Verwaltungswissenschaft in Deutschland, Einführung in die Verwaltungswissenschaft, Wiesbaden.

bpb – Bundeszentrale für politische Bildung (2018), Methoden-Kiste, Bonn, <https://www.bpb.de/shop/lernen/thema-im-unterricht/36913/methoden-kiste> (abgerufen am 24.08.2020).

Deinet, Ulrich (Hg.) (2009), Methodenbuch Sozialraum, Wiesbaden.

Deutsche Gesellschaft für Demokratiepädagogik e. V. (Hg.) (2016), Hommage an die Demokratiepädagogik – 10 Jahre DeGeDe, Berlin, <https://www.degede.de/wp-content/uploads/2019/06/degede-festschrift-2016-10jahre.pdf> (abgerufen am 27.08.2020).

Deutsches Kinderhilfswerk (o. J.), Autofotografiemethode, www.kinderpolitik.de/component/methoden/?ID=469 (abgerufen am 17.08.2020).

Dias, Nelson/Sahsil, Enriquez/Julio, Simone (ed.) (2019), The Participatory Budgeting World Atlas, Faro.

Dummer, Irene/Malcherowitz, Manuel/Weck, Jens (2015), Die Nadelmethode 2.0 als Werkzeug für Projektarbeit zu sozialräumlicher Partizipation und Medienpädagogik, sozialraum.de, (7) 1, www.sozialraum.de/die-nadelmethode-20.php (abgerufen am 14.05.2020).

- Eberhard, Ulla/Jostes, Monika/Milan/Schöffmann, Dieter/Wattler-Kugler, Peter (2011), Die Organizer-Spirale: Eine Anleitung zum Mächtig-Werden für Kampagnen, Initiativen, Projekte, Bonn.
- Edelstein, Wolfgang/Frank, Susanne/Sliwka, Anne (Hg.) (2009), Praxisbuch Demokratiepädagogik: Sechs Bausteine für Unterrichtsgestaltung und Schulalltag, Weinheim/Basel.
- Erikson, Eric (1997), Identität und Lebenszyklus, Frankfurt am Main.
- Grabs, Anne/Bannour, Karim-Patrick/Vogl, Elisabeht (2017), Follow me! Erfolgreiches Social Media Marketing mit Facebook, Twitter und Co, Bonn.
- Habermas, Jürgen (1992), Faktizität und Geltung: Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats, Frankfurt am Main.
- Herzberg, Carsten/Sintomer, Yves/Röcke, Anja (2020), Bürgerhaushalte, in: Reichard, Christoph/Veit, Sylvia/Wewer, Göttrik (Hg.), Handbuch zur Verwaltungsreform, Wiesbaden, S. 495-507.
- Hinte, Wolfgang/Kares, Fritz (2012), Die Aktionsforschung in der Gemeinwesenarbeit, in: Lüttringhaus/Richers (Hg.), S. 36-54.
- Kirsch, Richard (2009), Sozialräumliche Methodik der Jugendarbeit, Weinheim und München.
- Krafeld, Franz Josef (2004), Grundlagen und Methoden aufsuchender Jugendarbeit. Eine Einführung, Wiesbaden.
- Lange, Dirk/Himmelman, Gerhard (Hg.) (2007), Demokratiebewusstsein: interdisziplinäre Annäherungen an ein zentrales Thema der Politischen Bildung, Wiesbaden.
- Lasswell, Harold Dwight (1956) The decision process: Seven categories of functional analysis, Bureau of Governmen, College of Business and Public Administration, University of Maryland.
- Luhmann, Niklas (1969), Legitimation durch Verfahren, Frankfurt am Main.
- Lüttringhaus, Maria/Richers, Hille (Hg.) (2012), Handbuch Aktivierende Befragung, Bonn, Stiftung Mitarbeit.
- Nanz, Patrizia/Fritsche, Miriam (2012), Handbuch Bürgerbeteiligung. Verfahren und Akteure, Chancen und Grenzen, Bonn.
- Patze-Diordychuk, Peter/Smettan, Jürgen/Renner, Paul/Föhr, Tanja (Hg.) (2017), Methodenbuch Bürgerbeteiligung. Band 2, München.
- Reich, Kersten (Hg.), Methodenpool, <http://methodenpool.uni-koeln.de> (abgerufen am 24.04.2020).
- Rudolf, Christine (2009), Gender Budgeting in deutschen Bundesländern. Analyse der Implementierungsimpulse einer Innovation in öffentlichen Haushalten, Wiesbaden.
- Sintomer, Yves/Röcke, Anja/Herzberg, Carsten (2016), Participatory Budgeting in Europe. Democracy and Public Governance, Farnham.
- Spiekermann, Holger (2012), Aktivierende Befragung als Methode der Gemeinwesenarbeit, in: Blandow, Rolf/Knabe, Judith/Ottersbach, Markus (Hrsg.), Die Zukunft der Gemeinwesenarbeit, Wiesbaden, S. 155-170.
- Stange, Waldemar/Holzmann (2009), Steffi (2009), in: Deinet, Ulrich (Hg.), S. 262 f.
- Stiftung Mitarbeit/Bewegungsstiftung (Hg.) (2018), Engagement in Aktion. Rategeber für wirkungsvolle Kampagnenplanung, Bonn.
- Stoik, Christoph (2017), Aktivierende Befragung, in: Patze-Diordychuk et al. (Hg.).



Der vorliegende Band umfasst eine Sammlung von Methoden für eine Beteiligung bei Bürgerbudgets. Orientiert wird sich am „demokratischen Zyklus“ und seinen Etappen. Im Fokus stehen dabei junge Menschen zwischen 16 und 26 Jahren. Es werden Zugänge aufgezeigt, die neben einer Zusammenarbeit mit Schulklassen und Jugendgruppen auch eine aufsuchende Ansprache vorsehen. Die Methoden haben ihren Ursprung in der Gemeinwesenarbeit, der Demokratiepädagogik und der klassischen Bürgerbeteiligung. Sie wurden für Bürgerbudgets angepasst und zum Teil neu entworfen.

Bei Bürgerbudgets entwickeln Bewohner*innen einer Stadt oder Gemeinde eigene Vorschläge für die lokale Gemeinschaft. Das Geld stellt das Rathaus zur Verfügung und alle Einwohner*innen können sich an der Abstimmung über die umzusetzenden Vorschläge beteiligen.

Carsten Herzberg, promovierter Politikwissenschaftler, ist beim mitMachen e. V. als wissenschaftlicher Mitarbeiter und Referent für Demokratie und Gemeinwesen angestellt und leitet das Projekt „JUBU Jugendbeteiligung bei Bürgerbudgets“.

Martina Rumpel hat Europäische Ethnologie studiert und ist Projektmitarbeiterin im JUBU-Projekt.



Diesen Band finden Sie auch barrierefrei
auf unserer Homepage
www.jugend-budget.de/downloads



Gefördert vom



Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend

im Rahmen des Bundesprogramms

Demokratie **leben!**



9 783982 268606



Robert Bosch
Stiftung



Landespräventionsrat
Brandenburg

Gefördert von



Landeshauptstadt
Potsdam