# Checkliste Organisation von Beteiligungsformaten

Die folgende Checkliste dient als erste Hilfestellung für die Organisation der Beteiligungsformate im Rahmen der energetischen und integrierten Quartierssanierung und sind als grundsätzliche Hinweise zu verstehen. Die Inhalte sind je nach lokalen Rahmenbedingungen und inhaltlicher Vorüberlegungen des
 Beteiligungsfahrplans individuell anzupassen.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Beteiligungsformate** | **Check** | **Anmerkung** |
| 1. Welche Beteiligungsformate sollen durchgeführt werden? |
| Bürgerforen |  |  |
| Projekt- und Ideenwerkstätten |  |  |
| Aufsuchende Beteiligung |  |  |
| Wettbewerbe |  |  |
| Mitmachaktionen |  |  |
| Befragungen |  |  |
| Onlinebeteiligung |  |  |
| Flankierende Onlinepanel- und Fokusgruppenbefragung |  |  |
| Sonstiges: |  |  |
| 2. Organisatorische Hinweise für die ausgewählten Beteiligungsformate |
| **Bürgerforum, Auftaktveranstaltung** |
| **Anlässe und Zielgruppen, Dauer und Termin:** |  |  |
| Anlässe: Auftaktveranstaltung der Konzeptentwicklung oder der Umsetzungsphase, Meilensteine in Konzept und Umsetzung, Abschlussveranstaltung.Zielgruppen: Bürgerinnen und Bürger im Quartier, ProjektpartnerDauer und Termin: 1,5 bis 3 h unter der Woche, Start ab ca. 18.00 Uhr, um auch Berufstätigen die Möglichkeit zur Teilhabe zu geben.Zu prüfen: Synergieeffekte mit weiteren Bürgerbeteiligungsprozessen (z.B. Stadtentwicklungskonzept), ggf. Veranstaltungen bündeln. Terminkollisionen vermeiden – dabei auch den Blick auf stadtweite bzw. mediale Konkurrenzveranstaltungen (z.B. Länderspieltermine) lenken |  |  |
| **Personelle Ressourcen:** |  |  |
| Moderation und fachliche Begleitung: je nach Beteiligungskonzept und Größe der Veranstaltung sind ein Moderator für den Gesamtrahmen sowie – bei Gruppenarbeit – ein weiterer Moderator je Gruppe/Tisch vorzusehen. Die Begrüßung und kurze Einleitung sollte durch ein Mitglied der kommunalen Verwaltung (möglichst Bürgermeister\*in oder Dezernent\*in) sowie ggf. die Vertreter weiterer Projektpartner erfolgen. Für konkrete Fragen rund um kommunale Maßnahmen im Quartier sollten die relevanten Fachleute der planenden Verwaltung anwesend sein. |  |  |
| Impulsreferenten: Je nach Thema sind Referenten und Referentinnen mit guten Projekten und motivierenden Beispielen aus anderen Quartieren ein positiver Impuls für das Bürgerforum. |  |  |
| Organisation: Für Einrichtung des Veranstaltungsorts, Auf- und Abbau, Begrüßung der Teilnehmer, Fotodokumentation, Technik, Catering etc. sollten genügend Personalressourcen vorhanden sein. Neben der Kommune sollten die Ressourcen von Projektpartnern und externen Dienstleistern dabei frühzeitig einbezogen werden.Ein wichtiger Ressourcenblock ist die Erarbeitung von Kommunikationsmedien und Pressetexten für die Ankündigung. Die entsprechenden Kompetenzen sind bei der Auswahl externer Dienstleistungen zu berücksichtigen. |  |  |
| **Ort und Räumlichkeit:**  |  |  |
| Ort im Quartier mit (halb)öffentlichem Charakter und Platz für ein bestuhltes Plenum mit Präsentationsfläche und – je nach Beteiligungskonzept – Räumen bzw. Bereichen für Stellwände und Stehtische. Geeignet sind Schulen, Vereinsheime etc. Alternative: Räumlichkeit in Quartiersnähe, ggf. Rathaus.Größe der Räumlichkeit abhängig von der Größe des Quartiers und der thematischen Breite des Bürgerforums (ab 50 bis etwa 100 Teilnehmenden sind mittlere Zahlen). |  |  |
| Ausstattung und Technik: |  |  |
| Ausstattung: Bestuhlung für die prognostizierte Teilnehmerzahl, Stellwände, Flipchart und Tische/Stehtische je nach Beteiligungskonzept. Moderationsmaterialien und Pläne/Grafiken je nach Beteiligungskonzept. |  |  |
| Technik: Präsentationsfläche, Leinwand, Beamer sowie Laptop. Je nach Größe und Akustik des Raums Mikrofon und Lautsprecher. |  |  |
| Catering: Getränke sollten mindestens vorhanden sein. Kleiner Imbiss je nach Länge und Intensität der Mitarbeit wünschenswert, möglichst thematisch angemessen aus lokalen und klimafreundlichen Bezugsquellen. |  |  |
| Kommunikation: |  |  |
| Ankündigung und Einladung: Save-the-date mindestens 6 Wochen vor der Veranstaltung, Reminder und konkretes Programm mindestens 2 Wochen vorher. Einladungen über möglichst breite Kanäle: Persönliche Wurfsendung der Bürgermeister\*in, Flyer und Plakate, Website(s) der Kommune und der Projektpartner, Amtsblatt, Presseankündigung. |  |  |
| Pressearbeit: Pressevertreter sollten durch die kommunalen Verantwortlichen der Öffentlichkeitsarbeit gezielt eingeladen werden. Für die Veranstaltung sind vorbereitete Presseinfos hilfreich. Ebenso sollte vor der Veranstaltung verbindlich abgestimmt werden, wer geeigneter Interviewpartner ist. |  |  |
| Voranmeldung, Datenschutz: Eine Voranmeldung ist bei öffentlichen Bürgerforen nicht notwendig – jedoch sollten kommunale Ansprechpartnerkontaktdaten in den Einladungen kommuniziert werden. Eine Teilnehmerliste ist während der Veranstaltung sinnvoll, der Eintrag sollte freiwillig sein. Der Hinweis auf die Rechte der Teilnehmer\*innen auf Grundlage der DSGVO ist erforderlich – sowohl auf der Teilnehmerliste als auch während der Begrüßung und Einführung in das Programm. |  |  |
| Nachbereitung: Aus Gründen der Transparenz im Prozess sollte den Teilnehmenden die Möglichkeit gegeben werden, im Nachgang die Ergebnisse und das Fazit des Prozesses verfolgen zu können – z.B. durch eine Fotodokumentation auf der Website und der Ankündigung der nächsten Schritte und Veranstaltungen. |  |  |
| **Projekt- und Ideenwerkstätten** |  |  |
| Anlässe und Zielgruppen, Dauer und Termin: |  |  |
| Anlässe: Entwicklung und Konkretisierung von Projektideen, Projektpartnersuche, NetzwerkenZielgruppen: Lokale und regionale Institutionen, Unternehmen, Startups und organisierte Akteure der Bürgergesellschaft in Quartier und Kommune. |  |  |
| Dauer und Termin: Ca. 2-4 h unter der Woche, je nach konkreter Zielgruppe kann die Veranstaltung auch tagsüber stattfinden. Ansonsten Start ab ca. 18.00 Uhr, um Berufstätigen die Möglichkeit zur Teilhabe zu geben. |  |  |
| Zu prüfen: Synergieeffekte mit weiteren Bürgerbeteiligungsprozessen (z.B. Stadtentwicklungskonzept), ggf. Veranstaltungen bündeln. |  |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Personelle Ressourcen |  |  |
| Moderation und fachliche Begleitung: je nach Beteiligungskonzept und Umfang der Veranstaltung sind ein Moderator für die Projektwerkstatt sowie – bei Gruppenarbeit – ein weiterer Moderator je Gruppe/Tisch vorzusehen. Die Begrüßung und kurze Einleitung sollte durch ein Mitglied der kommunalen Verwaltung (möglichst Bürgermeister\*in oder Dezernent\*in) sowie ggf. die Vertreter weiterer Projektpartner erfolgen. Für konkrete Fragen rund um kommunale Maßnahmen im Quartier sollten Vertreter der planenden Verwaltung anwesend sein. |  |  |
| Impulsreferenten: Je nach Thema sind Referenten und Referentinnen mit guten Projekten und Beispielen aus anderen Quartieren ein positiver Impuls für die Werkstätten. |  |  |
| Organisation: Für die Einrichtung des Veranstaltungsorts, Technik, Catering etc. sollten genügend Personalressourcen vorhanden sein. Neben der Kommune sollten die Ressourcen von Projektpartnern und externen Dienstleistungen dabei frühzeitig einbezogen werden. |  |  |
| Ort und Räumlichkeit:  |  |  |
| Ort in Quartier oder Kommune mit Platz für ein bestuhltes Plenum mit Präsentationsfläche und Arbeitstischen.  |  |  |
| Größe der Räumlichkeit: Das Format der Projekt- bzw. Ideenwerkstatt eignet sich aufgrund des intensiven Arbeitscharakters eher für kleinere Gruppengrößen von etwa 20-25 Teilnehmenden. Bei einer größeren Teilnehmerzahl muss die Arbeit in Gruppen vorgesehen werden. |  |  |
| Ausstattung und Technik: |  |  |
|  |  |  |
| Bestuhlung für die angemeldete Teilnehmerzahl, Stellwände, Flipchart und Tische/Stehtische je nach Beteiligungskonzept. Moderationsmaterialien und Pläne/Grafiken je nach Beteiligungskonzept und Anforderungen der externen Moderation. |  |  |
| Technik: Präsentationsfläche, Leinwand, Beamer/Bildschirm sowie Laptop.  |  |  |
| Catering: Getränke sollten mindestens vorhanden sein. Kleiner Imbiss je nach Länge und Intensität der Mitarbeit wünschenswert, möglichst thematisch angemessen aus lokalen und klimafreundlichen Bezugsquellen. |  |  |
| Kommunikation:  |  |  |
| Ankündigung und Einladung: Save-the-date mindestens 6 Wochen vor der Veranstaltung, Reminder und konkretes Programm mindestens 2 Wochen vorher. Einladungen können aufgrund des eher an fachliche Zielgruppen gerichteten Arbeitscharakters per Mail erfolgen. Aus Gründen der Transparenz im Prozess empfiehlt es sich, die Veranstaltung darüber hinaus auch in geeigneten Kanälen öffentlich anzukündigen. |  |  |
| Voranmeldung, Datenschutz: Eine Voranmeldung ist bei Projektwerkstätten hilfreich, um ggf. (Tisch-)Namensschilder vorbereiten zu können. Eine Teilnehmerliste zur Erfassung der Kontaktdaten ist während der Veranstaltung ebenfalls sinnvoll. Der Hinweis auf die Rechte der Teilnehmer\*innen auf Grundlage der DSGVO ist erforderlich – sowohl auf der Teilnehmerliste als auch während der Begrüßung und Einführung in das Programm. |  |  |
| Nachbereitung: Die Ergebnisse werden in Form eines Protokolls oder Projektsteckbriefs schriftlich und grafisch zusammengefasst. Aus Gründen der Transparenz im Prozess sollte auch weiteren, nicht direkt beteiligten Akteuren aus dem Quartier die Möglichkeit gegeben werden, die Ergebnisse und das Fazit der Projektwerkstatt verfolgen zu können – z.B. durch die Veröffentlichung auf der Website nach Freigabe durch die direkten Beteiligten. |  |  |
| Aufsuchende Beteiligung |  |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Anlässe und Zielgruppen: |  |  |
| Anlässe: Die aufsuchende Beteiligung eignet sich besonders zur niedrigschwelligen Information und Einbindung der Ziele und Wünsche der Bewohner im Quartier. Der jeweilige Zeitaufwand zur Teilhabe ist dabei denkbar gering und liegt bei wenigen Minuten.  |  |  |
| Zielgruppen: Alle Bürgerinnen und Bürger im Quartier |  |  |
| Personelle Ressourcen: |  |  |
| Die notwendigen Ressourcen sind abhängig von Art und Umfang der Beteiligungstermine. Bei Markständen sind insbesondere Ressourcen für Transport, Auf- und Abbau vorzuhalten. |  |  |
| Orte und Kontaktmöglichkeiten:  |  |  |
| Bei der aufsuchenden Beteiligung findet die Teilhabe niedrigschwellig im Quartier selbst statt. Mögliche Orte sind Märkte, Einkaufsstraßen, Stadtfeste etc. mit viel „Laufkundschaft“. Die Themen und Fragen der Beteiligung (Welches sind Ihre Ziele, Ideen und Wünsche für die Entwicklung Ihres Stadtviertels?) sind daher auch knapp gefasst und visuell aufbereitet. Eine weitere grundsätzliche Möglichkeit ist die direkte Ansprache der Hausbesitzenden im Quartier durch Dialoge (vergl. Abschnitt 8 „Investitionen im Quartier auslösen“ der Arbeitshilfe). |  |  |
| Ausstattung und Technik: |  |  |
| Ausstattung: Notwendige Ausstattungselemente sind beispielsweise ein „Markstand“ mit Stehtisch und Sonnenschirm, möglichst durch Logo etc. sichtbar als kommunales Angebot bzw. Initiative des Sanierungsmanagements. Ein weiteres Beispiel: E-Lastenräder mit Bezug zum Thema Energie. Bei der Ansprache an der Haustür werden nur geeignete Medien zur Erfassung der Ziele und Wünsche der Bewohnenden benötigt. |  |  |
| Technik: Die aufsuchende Beteiligung wirkt über die direkte Ansprache – außer Moderationsmaterialien und der entsprechenden Logistik zum Transport des Marktstands o. ä. wird keine Technik benötigt. |  |  |
| Kommunikation: |  |  |
| Ankündigung: Die Aktionen sollten über möglichst breite Kanäle angekündigt werden: Flyer und Plakate, Website(s) der Kommune und der Projektpartner, Amtsblatt, Presseankündigung. |  |  |
| Pressearbeit: Die Pressevertretung sollte durch die kommunalen Verantwortlichen der Öffentlichkeitsarbeit gezielt auf die Aktionen und Termine vor Ort hingewiesen werden.  |  |  |
| Nachbereitung: Aus Gründen der Transparenz im Prozess sollte den Teilnehmer\*innen die Möglichkeit gegeben werden, im Nachgang die Ergebnisse und das Fazit des Prozesses verfolgen zu können – z.B. durch eine Fotodokumentation auf der Website und der Ankündigung der nächsten Schritte und Veranstaltungen. |  |  |
| Wettbewerbe |  |  |
| Anlässe und Zielgruppen: |  |  |
| Anlass: Wettbewerbliche Verfahren (Zum Beispiel: „Eure Idee für den Klimaschutz im Quartier“) eignen sich insbesondere, um Ideen rund um die energetische Quartierssanierung zu generieren und Aufmerksamkeit für das Thema zu erzeugen. Ebenfalls lassen sich durch Wettbewerbe auch gute Projekte der Sanierung und Energieversorgung im Ort identifizieren und prämieren.  |  |  |
| Zielgruppen: Aktive Vertreter der Bürgerschaft, Kinder und Jugendliche |  |  |
| Personelle Ressourcen: |  |  |
| Neben dem Konzept zur Durchführung des Wettbewerbs – ggf. in Zusammenarbeit mit einem externen Dienstleister – sind Ressourcen für die Kommunikation des Wettbewerbs und die Bewertung der Ergebnisse im Rahmen einer Jurysitzung notwendig. Idealerweise werden die Wettbewerbe gemeinsam mit geeigneten Partner\*innen vor Ort (Schulen, Jugendzentren etc.) durchgeführt. |  |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Orte und Räumlichkeiten:  |  |  |
| Räumlichkeiten werden insbesondere – je nach Charakter des Wettbewerbs – für die Jurysitzung sowie die Ausstellung der Ergebnisse benötigt. |  |  |
| Kommunikation:  |  |  |
| Einladung und Aufruf: Um viele Teilnehmenden zu motivieren, ist es angemessen, den Aufruf zum Wettbewerb durch Print- und Onlinemedien breit zu streuen. Dabei sollten diese auf die Zielgruppe zugeschnitten sein. Bei Wettbewerben mit Kindern und Jugendlichen im Fokus sind Multiplikatoren aus Schule und Jugendzentren in die Kommunikation einzubinden. |  |  |
| Nachbereitung: Griffige Ergebnisse von Wettbewerben eignen sich hervorragend für die Öffentlichkeitsarbeit im Quartier. Bei guten Projektbeispielen (Beispiel: vorbildlich sanierte Gebäude im Quartier) ist es sinnvoll, diese mit Einverständnis der Wettbewerbsteilnehmer zu besonderen Terminen (Beispiel: Tag der Architektur) der Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Wichtiger Baustein der Kommunikation von guten Projektbeispielen im Quartier ist die Anerkennung und Würdigung der Ergebnisse, beispielsweise durch ein entsprechendes Gütesiegel. |  |  |
| **Mitmachaktionen** |  |  |
| Anlässe und Zielgruppen: |  |  |
| Anlass: Mitmachaktionen sind besonders geeignet, im Wohnumfeld des Quartiers sichtbare Ergebnisse zu erzielen und ein Gemeinschaftsgefühl zu erzeugen. Denkbar sind Pflanz- und Aufräumaktionen, gemeinsame Sanierung eines Vereinsheims etc. |  |  |
| Zielgruppen: Aktive Vertretung der Bürgerschaft, Handwerk als Unterstützer\*innen und Sponsoren |  |  |
| Personelle Ressourcen: Die notwendigen Ressourcen sind abhängig von Art und Umfang der Mitmachaktionen. Insbesondere für die professionelle Begleitung sind Unterstützer zu gewinnen, beispielsweise Fachleute des kommunalen Eigenbetriebs Grünpflege bei Pflanzaktionen |  |  |
| Orte:Die Orte sind abhängig von der Art der jeweiligen Mitmachaktion. Dabei ist sichtbaren Orten an prominenter Stelle im Quartier möglichst der Vorzug zu geben. |  |  |
| Ausstattung und Technik:Ausstattung und Technik sind abhängig von der Art der jeweiligen Mitmachaktion. |  |  |
| Kommunikation: |  |  |
| Einladung und Ansprache: Bei der Einladung von aktiven Teilnehmern ist es wichtig, Partner\*innen und Multiplikatoren (beteiligte Vereine etc.) für die direkte Ansprache einzubinden und dabei Verbindlichkeit herzustellen. Flankierend sollten die Aktionen auch in Presse und Web angekündigt werden. |  |  |
| Nachbereitung und Pressearbeit: Mitmachaktionen erzeugen oft starke Bilder im Quartier und ermöglichen eine positive Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. |  |  |
| Zu prüfen: Wichtig ist es, die eventuell notwendigen Genehmigungen (je nach Art der Aktion) rechtzeitig einzuholen. |  |  |
| **Bürgerbefragungen** |  |  |
| Anlässe und Zielgruppen: |  |  |
| Anlass: Befragungen eignen sich besonders, um den Bewohner\*innen des Quartiers flankierend und ohne zu großen Zeitaufwand die Möglichkeit zu geben, ihre Wünsche und Ziele in den Prozess einzubringen. Das Format eignet sich sowohl für die Konzept- als auch die Umsetzungsphase. |  |  |
| Zielgruppen: Gesamte Bürgerschaft in Quartier und Kommune |  |  |
| Personelle Ressourcen: |  |  |
| Studiendesign und Konzept: Die Befragung sollte ggf. in Zusammenarbeit mit einem externen Dienstleistungsunternehmen konzipiert und individuell auf die Fragestellungen im Quartier zugeschnitten werden. Die Auswertung der Ergebnisse muss ebenfalls bei der Ressourcenplanung berücksichtigt werden.Im Gegensatz zur „passiven“ Befragung (online oder Postwurfsendung) lässt die Möglichkeit der aktiven Befragung an der Haustür durch Dialoge eine deutlich höhere Rücklaufquote erwarten, benötigt jedoch einen höheren Ressourceneinsatz. Eine Möglichkeit ist die Kooperation mit regionalen Hochschulen mit einschlägigen Fachbereichen und die Einbindung in studentische Projekte. |  |  |
| Hinweis: Befragungen lassen sich sinnvoll mit dem Format der aufsuchenden Beteiligung verknüpfen. |  |  |
| Kommunikation: |  |  |
| Einladung und Ansprache: Auf die Möglichkeiten der laufenden Umfrage sollte bei allen ortsgebundenen Veranstaltungen (Bürgerforen, Werkstätten) jeweils hingewiesen werden. Flankierend sollten die Befragungen auch in der Presse angekündigt und dauerhaft im Web beworben werden. |  |  |
| Nachbereitung und Pressearbeit: Prägnante Ergebnisse der Befragung bieten gute Kommunikationsanlässe für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. |  |  |
| **Onlinebeteiligung** |  |  |
| Anlässe und Zielgruppen: |  |  |
| Anlass: Die Onlinebeteiligung eignet sich besonders, um insbesondere onlineaffinen Bewohner\*innen des Quartiers flankierend und ohne zu großen Zeitaufwand die Möglichkeit zu geben, ihre Wünsche und Ziele in den Prozess einzubringen. Das Format kann dabei Befragungen (siehe oben) als auch die freie Kommentierung und sogar kartografische Hinweise zu bestimmten Orten im Quartier ermöglichen. Das Format eignet sich sowohl für die Konzept- als auch die Umsetzungsphase.Zielgruppen: Gesamte Bürgerschaft in Quartier und Kommune, insbesondere onlineaffine Zielgruppen |  |  |
| Personelle Ressourcen: |  |  |
| Studiendesign und Konzept: Die Onlinebeteiligung sollte ggf. in Zusammenarbeit mit einem externen Dienstleister konzipiert und individuell auf die Fragestellungen im Quartier zugeschnitten werden. Die Auswertung der Ergebnisse muss ebenfalls bei der Ressourcenplanung berücksichtigt werden. |  |  |
| Einbindung der kommunalen IT-Ressourcen: Je nach Plattform und digitalem Werkzeug (siehe Punkt „Ausstattung und Technik) müssen die kommunalen IT-Verantwortlichen frühzeitig eingebunden werden. |  |  |
| Moderation: Die Onlinebeteiligung muss ggf. intensiv moderiert werden, insbesondere wenn im Quartier auch Konfliktthemen zu erwarten sind. Dies kann je nach Art und Umfang zeitaufwändig sein und muss berücksichtigt werden. Wichtig ist es, auch im Onlinedialog Verbindlichkeit herzustellen – die verpflichtende Namensnennung ist zwar eine potenzielle Zugriffshürde, wertet jedoch die Ergebnisse deutlich auf. |  |  |
| Ausstattung und Technik: |  |  |
| Zu prüfen: ist ein kommunales Tool für die Onlinebeteiligung bereits vorhanden oder über das zuständige kommunale Rechenzentrum zu beziehen? Oder muss ein externes Dienstleistungsunternehmen hinzugezogen bzw. ein externes Onlinetool eingerichtet werden? |  |  |
| Kommunikation: |  |  |
| Einladung und Ansprache: Auf die Möglichkeiten der laufenden Onlinebeteiligung sollte bei allen ortsgebundenen Veranstaltungen (Bürgerforen, Werkstätten) jeweils hingewiesen werden. Flankierend sollten die Befragungen auch in der Presse angekündigt und dauerhaft im Web beworben werden. Auch die Kommunikation über Printmedien (z.B. Postkarten) mit der möglichst einprägsamen Webadresse des Onlinetools sind sinnvoll. |  |  |
| Nachbereitung und Pressearbeit: Prägnante Ergebnisse der Befragung bieten sinnvolle Kommunikationsanlässe für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. |  |  |