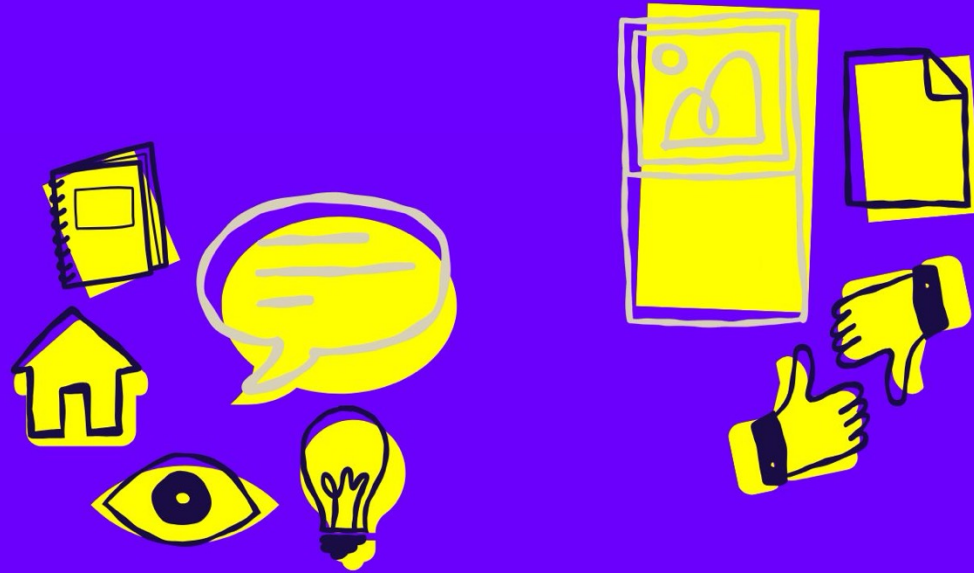
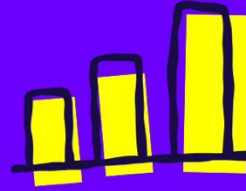
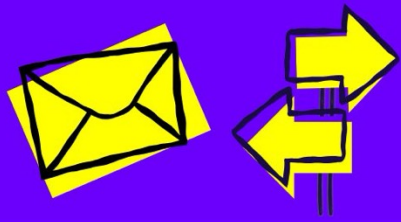
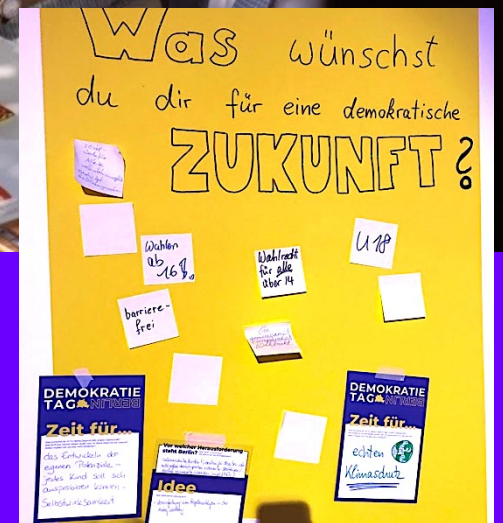


Herzlich Willkommen!



Niedrigschwellige & aufsuchende Beteiligung

Initiative Offene Gesellschaft



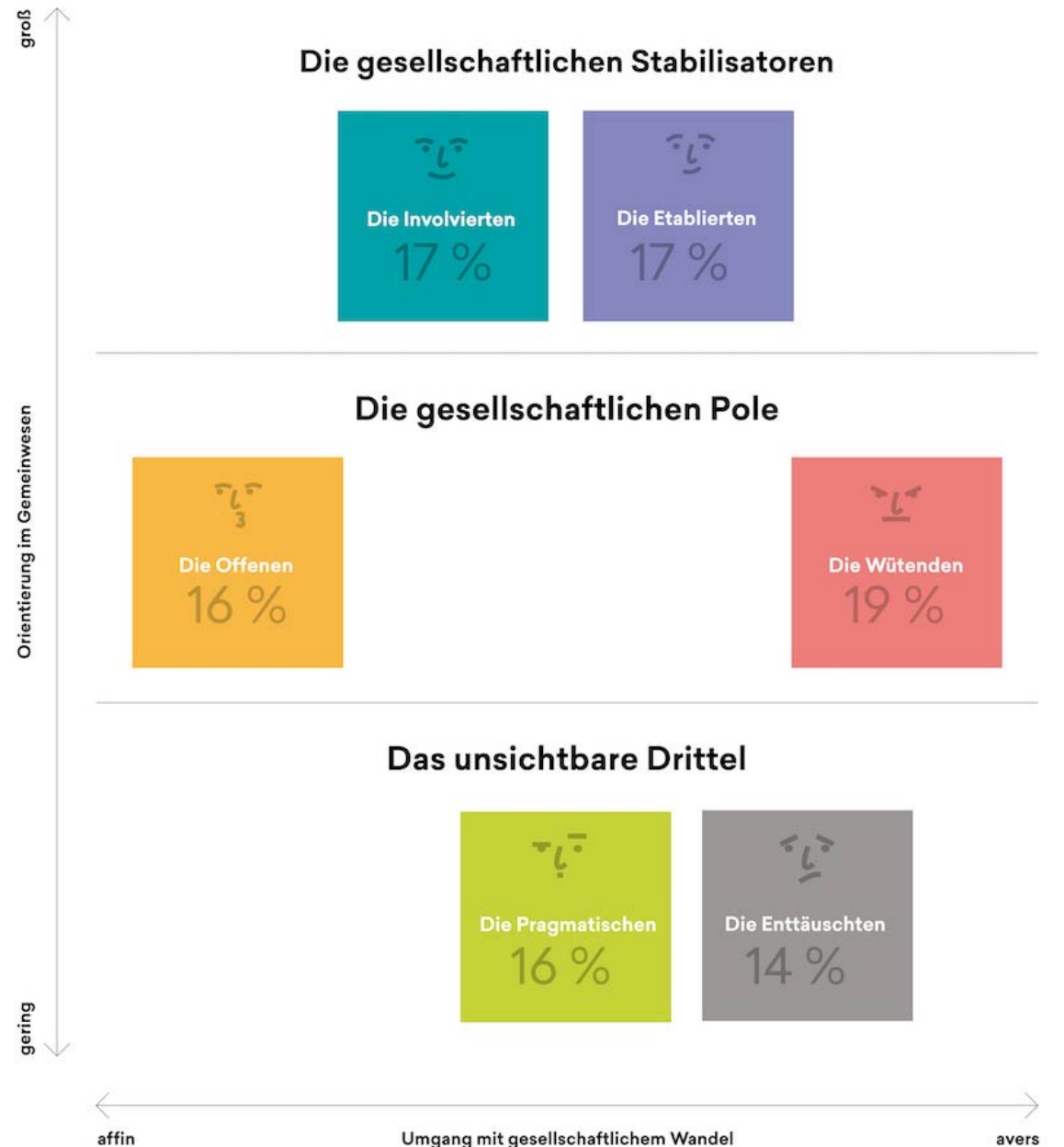
Prozessdesign



Dreiteilung der Gesellschaft in Deutschland



Aus der Studie
„Die andere deutsche
Teilung“ von
More in Common, 2019



Quelle: More in Common (2019)



Die Pragmatischen

16% der Gesellschaft

ECKDATEN

ALTER

eher jünger

GESCHLECHT

ausgeglichen

WOHNORT

eher städtisch

BILDUNGSGRAD

durchschnittlich

MIGRATIONSHINTERGRUND

eher häufig

Kurz zusammengefasst

Die Pragmatischen bilden die jüngste Altersgruppe unter den sechs gesellschaftlichen Typen. Sie denken weniger als andere in abstrakten Kategorien, Werten oder moralischen Grundsätzen und fühlen sich sozial seltener eingebunden.

Ihr Blick auf die Gesellschaft ist in erster Linie nutzenorientiert. Sie hoffen darauf, dass das politische System gute Rahmenbedingungen bietet und Ergebnisse liefert. Sie selbst interessieren sich nur wenig für demokratische Prozesse.



Die Enttäuschten

14% der Gesellschaft

ECKDATEN

ALTER

ausgeglichen

GESCHLECHT

eher weiblich

WOHNORT

eher ländlich

BILDUNGSGRAD

eher grundlegend

MIGRATIONSHINTERGRUND

durchschnittlich

Kurz zusammengefasst

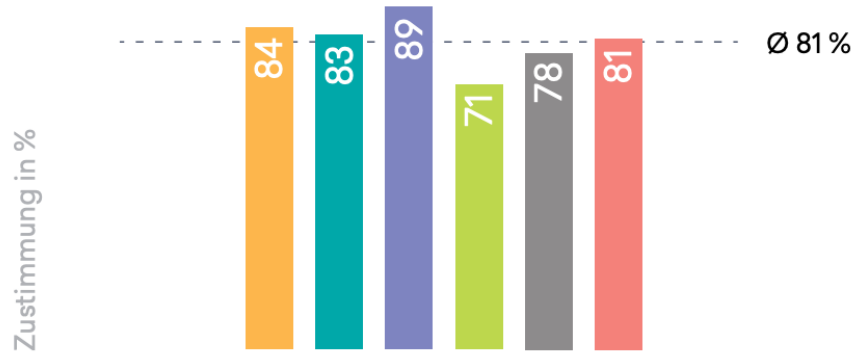
Die Enttäuschten sind der gesellschaftliche Typ, der derzeit in der deutschen Gesellschaft am wenigsten Halt findet, obwohl sie eine starke Werteorientierung hin zu Gemeinschaft und Gerechtigkeit haben. Ihr Blick auf ihre persönliche Lage ist oftmals von Abstiegsangst geprägt.

Auch in ihrem menschlichen Umfeld fehlt es den Enttäuschten an Einbindung und Wertschätzung. Das Gefühl, einsam zu sein, ist sehr weit verbreitet. Darunter leidet ihr Sozialvertrauen. Die Enttäuschten sehen in der Gesellschaft viel Egoismus und sind daher skeptisch, ob gesellschaftlicher Zusammenhalt gelingen kann.

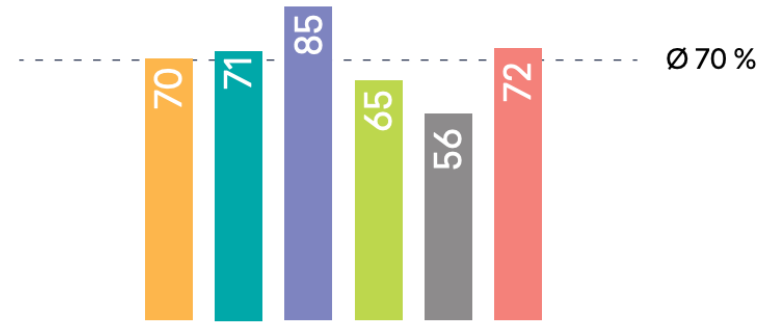
Das unsichtbare Drittel

Eine Veranstaltung spricht mich an, wenn ich...

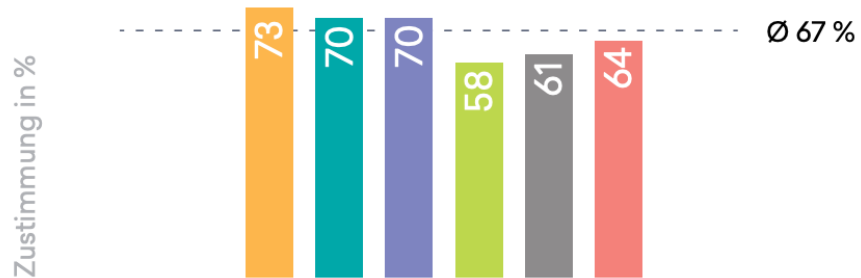
...mich mit anderen über meine Hobbies
und persönliche Interessen
austauschen kann



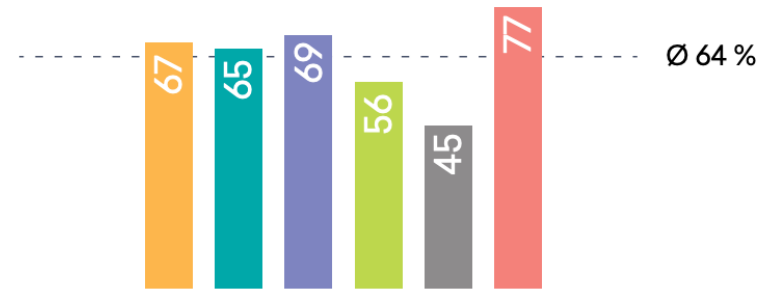
...meine Nachbarn besser
kennenlernen kann



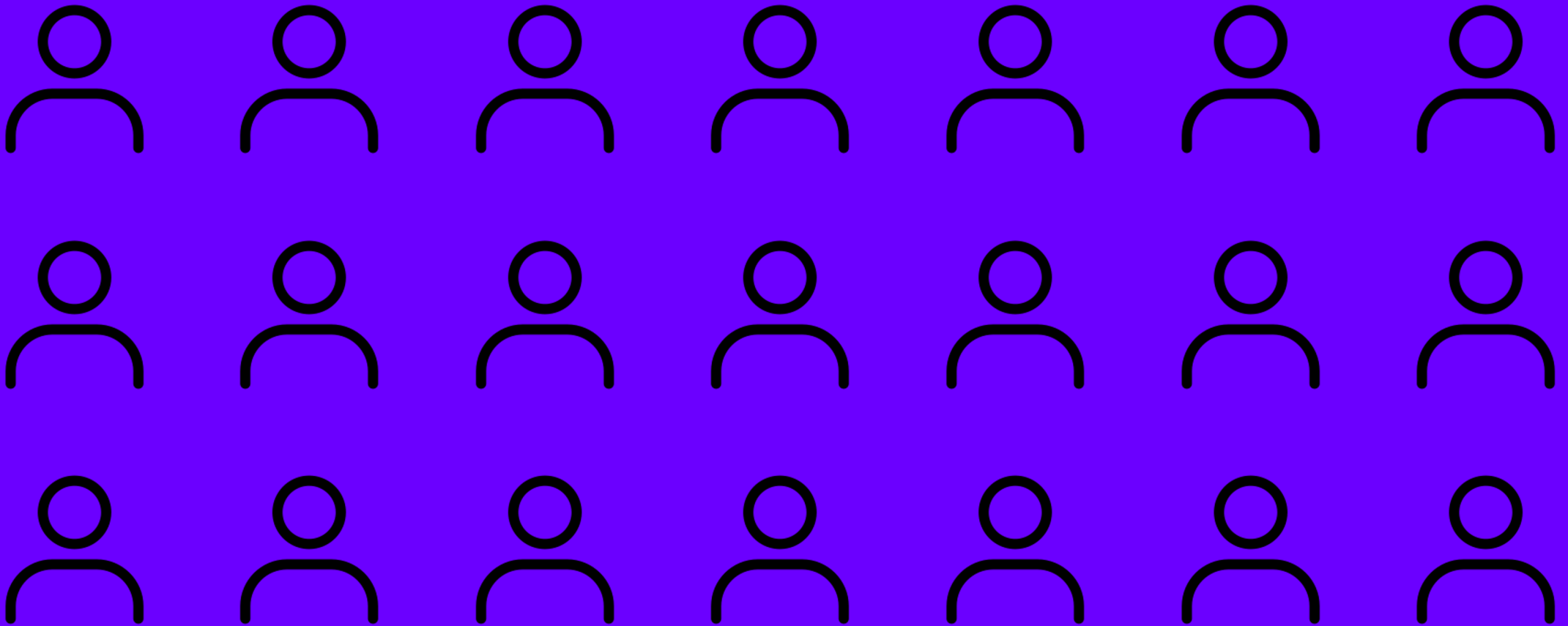
...ins Gespräch mit zufälligen
Fremden kommen kann



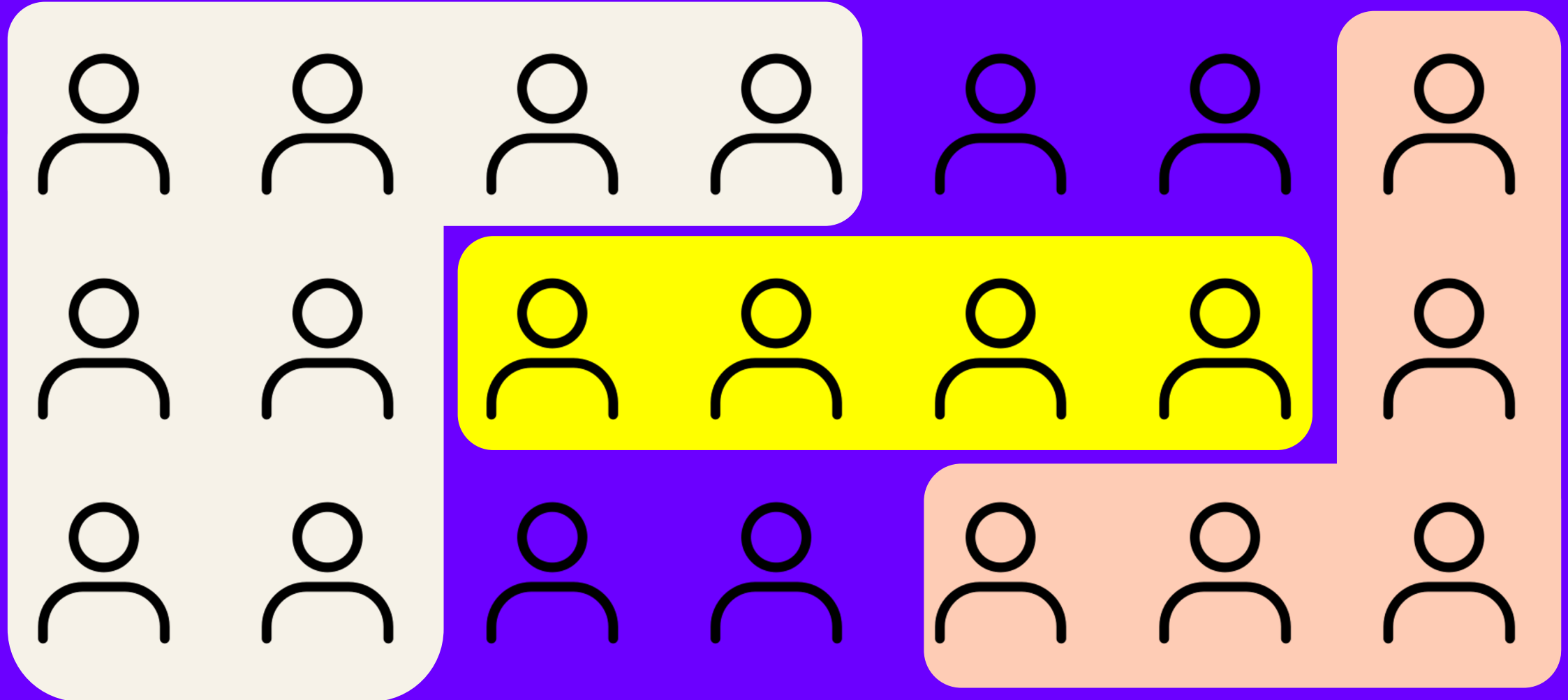
...mit darüber diskutieren kann,
was in meiner Stadt / Gemeinde
politisch geschehen sollte



Ergänzende Zielgruppen



Ergänzende Zielgruppen



Hürdenarme Durchführung

Teilnehmen
können

Teilnehmen
wollen

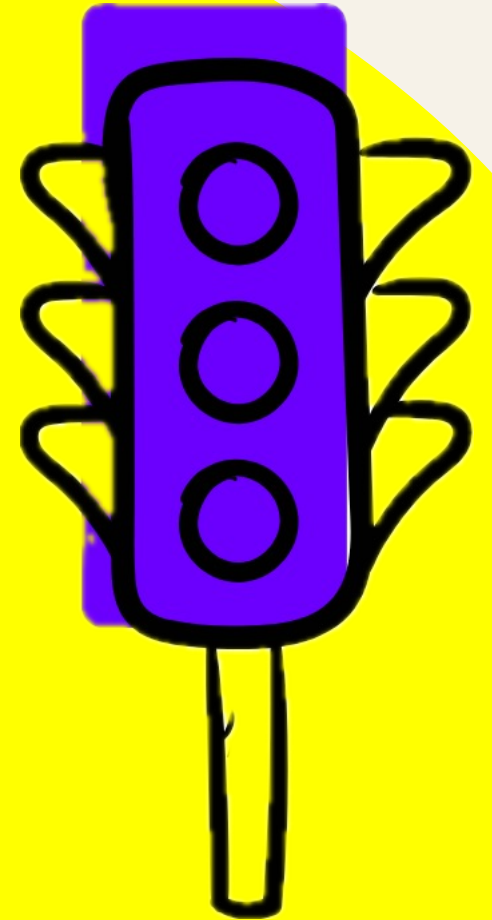
Welche Begegnungsorte gibt es bei Ihnen
in der Gemeinde?



Format auswählen - Checkliste

1. Sichere Orte schaffen

- Mit wem fühlt sich meine Zielgruppe wohl?
- Wo fühlt sich meine Zielgruppe wohl?

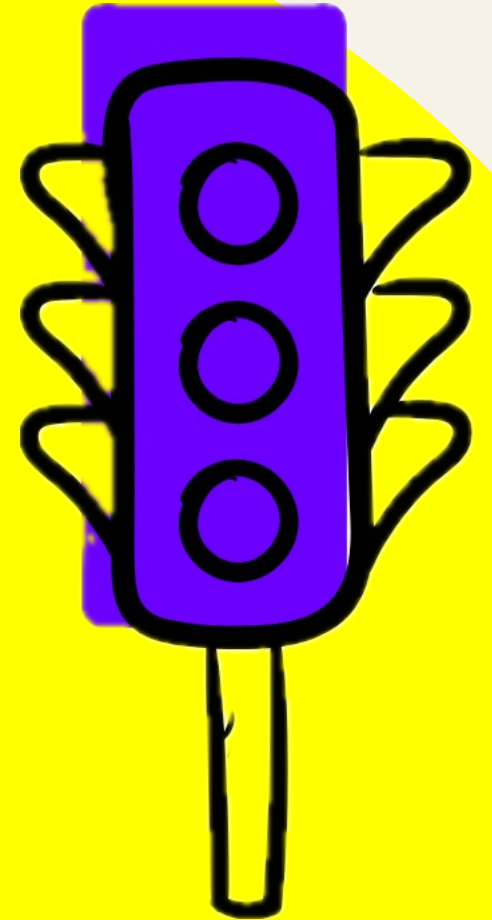


Format auswählen - Checkliste

1. Sichere Orte schaffen

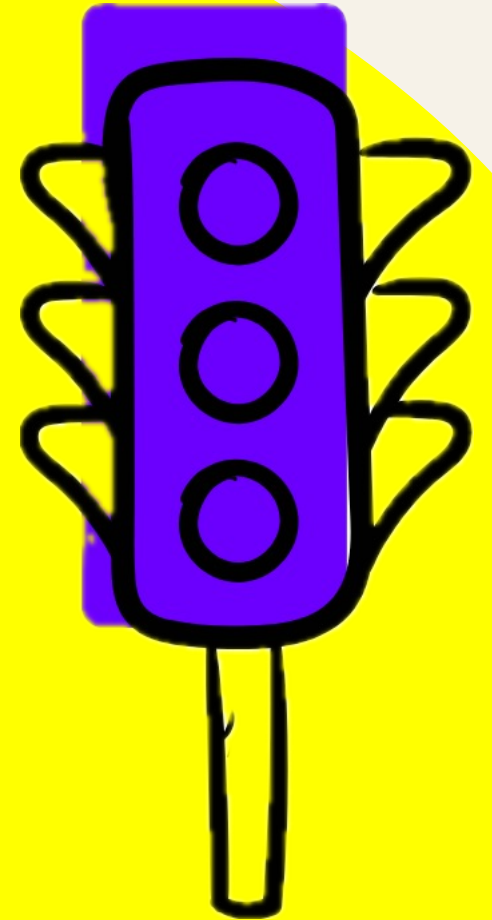
2. Zeitaufwand

- Wieviel Zeit können und sollen die Teilnehmenden aufbringen?
- Werden Akteur*innen eingebunden?



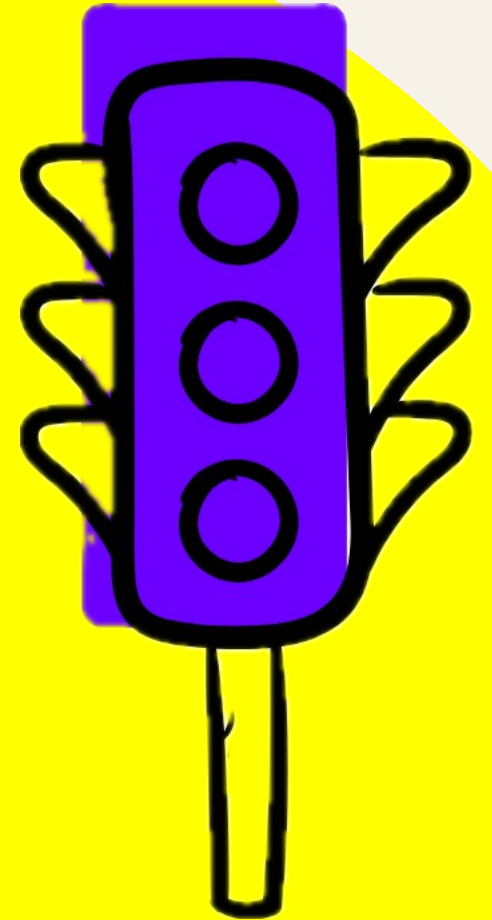
Format auswählen - Checkliste

1. Sichere Orte schaffen
2. Zeitaufwand
3. Stufen der Intensität
 - Mitentscheidung?
 - Kooperation?
 - Konsultation?
 - Information?



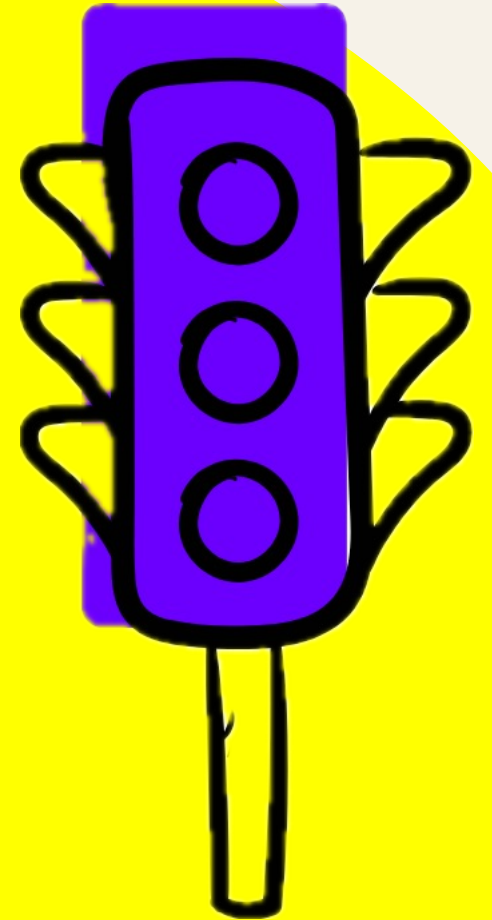
Format auswählen - Checkliste

1. Sichere Orte schaffen
2. Zeitaufwand
3. Stufen der Intensität
4. Prozessschritt
 - Anfang – Mitte – Abschluss



Format auswählen - Checkliste

1. Sichere Orte schaffen
2. Zeitaufwand
3. Stufen der Intensität
4. Prozessschritt
5. Mehrere Zielgruppen?
6. Teilnehmendenzahl



Formatbeispiele



Ziel: Informieren / Eindrücke sammeln

**Format: Dialogischer
Stadtspaziergang**

Ort: Außenraum / Variabel

Zeit: Variabel

Budget: Niedrig

Zielgruppe: Alle Zielgruppen



Dialogischer Stadtspaziergang

Beispiel: **Talk Walks in Kiel**

Wann: Juni 2014

Wo: Spaziergänge durch den Kleingartenverein

Zielgruppe: Gärtner*innen, Interessierte, Stadtverwaltung

Ergänzende Formate:

- Gartentisch-Gespräche
- Experten-Gespräche mit Vereinsvorständen
- Öffentliche Ideenwerkstätten

Thema: Sicherung des Grüngürtels

Ziel: Einbinden / Ideen sammeln

Format: **Online**

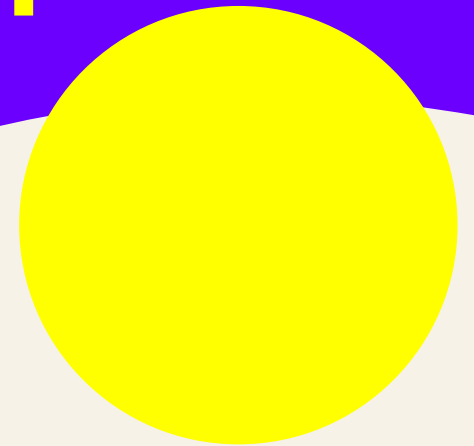
Beteiligungsplattform

Ort: digital

Zeit: Variabel

Budget: Hoch

Zielgruppe: Bewohner*innen



Online Beteiligungsplattform

Beispiel: **Beteiligungsplattform Innsbruck**

Wann: seit Januar 2025

Wo: Innsbruck, <https://mitgestalten.innsbruck.gv.at/>

Zielgruppe:

Ergänzende Formate:

- **Gestaltungs- und Ideenwettbewerbe**
- **Umfragen**
- **Informationsveranstaltungen**

Thema: Stadt- & Quartierentwicklung



Willkommen auf der Beteiligungsplattform der Stadt Innsbruck

Hier haben deine Ideen eine Plattform!



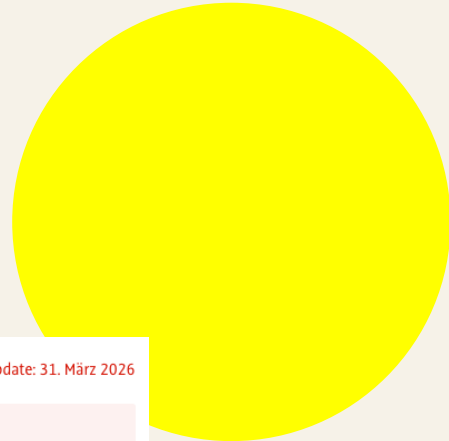
Du hast einen Vorschlag?

Hast du eine Idee, die einen **positiven Beitrag zum Stadtleben** leistet und Innsbruck so noch lebenswerter macht?

Reiche sie hier ein oder unterstütze andere Ideen, die du sinnvoll findest.

Erhält dein Vorschlag **80 Stimmen in 50 Tagen**, besprechen wir diesen in der Stadt Innsbruck!

Abstimmen & Vorschlag einreichen



Schwelle Erreicht

Die Idee hat die notwendige Schwelle erreicht.

88 Stimmen 80

Abstimmen

Folgen (7)

Offizielle Updates Letztes Update: 31. März 2026

Hallo Mathias,

herzlichen Glückwunsch – dein Vorschlag hat die erforderliche Anzahl an Stimmen erreicht!

Wir besprechen deine Idee nun mit den zuständigen Stellen im Magistrat. Dies kann ein paar Wochen dauern. Wir hoffen auf dein Verständnis. Nach einer internen Abstimmung werden wir dich über die weitere Vorgehensweise zu deinem Vorschlag informieren und ein neues Update hier veröffentlichen.

Bis dahin alles Gute und liebe Grüße,

Stadt Innsbruck
Veröffentlicht am 31. März 2026

Ziel: Austausch / Ideen sammeln

Format: **Koch-Dialog**

Ort: Innen- oder Außenraum / Variabel

Zeit: Variabel

Budget: Hoch / Langfristige Investition

Zielgruppe: Bewohner*innen



Koch-Dialog

Beispiel: Ludwigsburg „Kochlöffel-Dialoge“

Wann: vier Nachmittage 2018

Wo: untersch. Standorte in Ludwigsburg-Neckarweihingen

Zielgruppe: Bewohner*innen

Ergänzende Formate:

- Flyeraktion für Zielgruppenansprache

Thema: Zukunft des Stadtteils im Rahmen der Fortschreibung des Stadtteilentwicklungsplans

Koch-Dialog

Beispiel II: Salz & Suppe – Stuttgart im Dialog



Wann: 2017

Wo: 4 Stadtteilzentren oder zu Hause

Zielgruppe: Bewohner*innen mit unterschiedlichen Hintergründen

Ergänzende Formate:

- Auftakt- und Abschlussveranstaltung
- Stadtteilspaziergang

Thema: Bezahlbaren Wohnraum, Zuwanderung und weitere urbane Herausforderungen

Ziel: **Begegnen / Informieren / Ideen sammeln**

Format: **Mobiler**

Begegnungsort

Ort: Außenraum

Zeit: Hoch

Budget: Mittel bis Hoch

Zielgruppe: Passant*innen



Mobiler Begegnungsort

Beispiel I: **Frühstücksbus Thüringen**

Wann: August 2024 (1 Woche)

Wo: Thüringen

Zielgruppe: Passant*innen

Ergänzende Formate:

- **Vorbereitender Dialogworkshop für Freiwillige**

Thema: Begegnung, Vorurteile abbauen



Mobiler Begegnungsort

Beispiel II: **Tiny Rathaus Kiel**

Wann: seit 2021

Wo: Kiel

Zielgruppe: Mitarbeiter*innen der Verwaltung, Stadtplaner*innen und Passant*innen

Ergänzende Formate:

- Online Info-Veranstaltungen für Interessierte

Thema: Flexibel einsetzbar für Mitwirkung, Workshops, Infoveranstaltungen

Ziel: Informieren / Feedback einholen

Format: **Wanderausstellung**

Ort: Innen- oder Außenraum / Variabel

Zeit: Variabel

Budget: Hoch / Langfristige Investition

Zielgruppe: Alle Zielgruppen



Wanderausstellung

Beispiel: **Stuttgart-Rosenstein** **„Unterwegs in die Zukunft“**

Wann: Mai – September 2023

Wo: Fünf Standorte in Stuttgart-Rosenstein

Zielgruppe: Alle Bewohner*innen

Ergänzende Formate:

- Digitale und Analoge Module
- Workshops
- Befragung

Thema: Gestaltung dreier Quartiere



Ziel: Informieren / Eindrücke sammeln

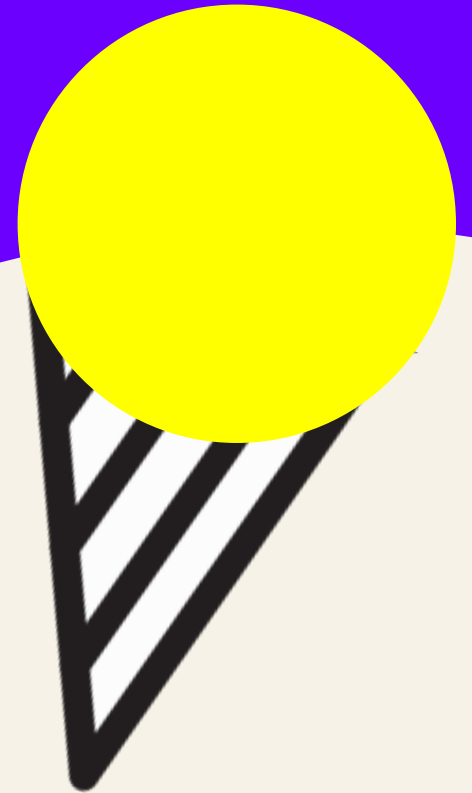
Format: **Eis für Interview**

Ort: Außenraum

Zeit: Variabel

Budget: Mittel

Zielgruppe: Alle



Eis für Interview

Beispiel: **Bramsche**

„Marktplatz der Zukunft“

Wann: Mai 2023

Wo: Marktplatz Bramsche

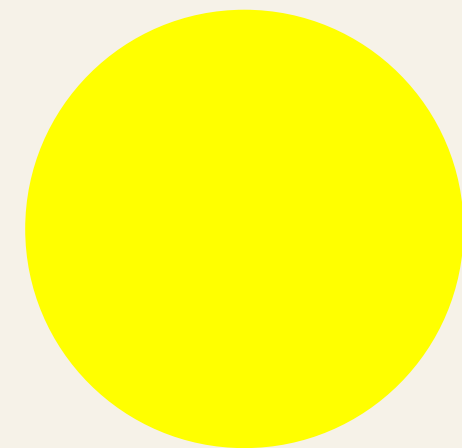
Zielgruppe: Alle Passant*innen, v.a. Jugendliche und ältere Menschen

Ergänzende Formate:

- Umfrageboxen im Rathaus-Foyer, Bhf, Freibad
- Ideenlabor-Workshop zur Weiterentwicklung

Thema: Attraktive Gestaltung des Marktplatzes





Bilder: Stadt Bramsche, Initiative Offene Gesellschaft

Meinungsautomaten

Beispiel: **KdoG / TdoG / Bürgerrat**



Wann: Seit 2023

Wo: Kommunen unterschiedlicher Größe

Zielgruppe: Alle Zielgruppen

Ergänzende Formate:

- Unterschiedlich, aber immer begleitend

Thema: Unterschiedlich



Der Zettel-Automat

- Meinungsabgabe in Schriftform auf vorbereitete Zettel
- Ausführliche Antworten und erste Eindrücke
- Mögliche Fragen:
 - Was wünscht ihr euch für Ort XY?
 - Ist XY ein guter Bürgermeister?
 - Warum kommt ihr in den Jugendclub?



Der Bonbon-Automat

- Meinungsabgabe mit kleiner Belohnung!
- Schnelle Eindrücke und Abstimmungen
- Mögliche Fragen:
 - In Zukunft brauchen wir mehr:
Spielplätze/Schwimmbäder/
Kindercafés/Parkanlagen
 - In der Innenstadt gehe ich shoppen/spazieren/Kaffee trinken/Freunde treffen

Der Sticker-Automat



- Abtimmungen auf einer Skala
- Schnelle Visualisierung – ideal für Veranstaltungen
- Visualisiert: Ja/Nein | Skala | Diagramm | Zustimmung | Ablehnung

**Ziel: Unterschiedliche Wahrnehmungen
sichtbar machen**

Format: Subjektive Landkarte

Ort: Innenraum / Außenraum

Zeit: Variabel

Budget: Gering

Zielgruppe: Bewohner*innen, Kinder & Jugendliche,
marginalisierte Gruppen...



Subjektive Landkarten

Beispiel: **Spielleitplanung Mannheim**



Wann: 2006

Wo: Mannheim

Zielgruppe: Kinder und Jugendliche

Ergänzende Formate:

- Schulbesuche und Gespräche mit Schüler*innen
- Fragebögen zu Orten und Kreuzungen
- Stadtteil-Streifzüge mit Kindern

Thema: Spielleitplanung

Ziel: **Ideen sammeln / Visualisieren**

Format: **Digitales**

Worldbuilding

Ort: Digital

Zeit: Variabel

Budget: Mittel

Zielgruppe: Schüler*innen, Jugendliche



Digitales Worldbuilding

Beispiel: **Minecraft Wettbewerb**

Zukunfts-Energie

Wann: 2025

Wo: digital in ganz Deutschland

Zielgruppe: Schüler*innen und Jugendliche

Ergänzende Formate:

- Workshops für Multiplikator*innen und Lehrer*innen

Thema: Nachhaltige Energiegewinnung, Stadtplanung und grüne Mobilität

Tag der Offenen Gesellschaft

20. Juni '26

*Sei dabei!
Aktion anmelden
und mitwirken*

Mehr Informationen auf

www.tag-der-offenen-gesellschaft.de

Projektleitung: Wouter Bernhardt

Email: freunde@offenegesellschaft.org

TREFFPUNKT OFFLINE



INITIATIVE
OFFENE
GESELLSCHAFT

Tag
der Offenen
Gesellschaft

20. Juni '26

Melde jetzt
deine Aktion an



Arbeitsbuch

für

kommunale Beteiligung



➤ [Download als pdf](#)

➤ [Bestellung im Shop](#)

Projektleitung: Giulia Fellin und Sarah Ventura Foki

Email:

partizipation@offenegesellschaft.org

Kontakt

Newsletter der Initiative Offene Gesellschaft:

<https://offenegesellschaft.org/#newsletter>



Sarah Ventura Foki

sarah@offenegesellschaft.org

0155 60210235

Lea Pehnt

lea@offenegesellschaft.org

0155 60646837

www.offenegesellschaft.org

Community Organizing Impuls

QuGe Sachsen
22.4.2026
Marcus Rößner

(Sozialarbeiter/S
ozialpädagoge)

Organizer Impuls-
Taucha

Organizing in
Leipzig, Bautzen,
Virginia, Taucha,
Saarbrücken

Trainer Community
Organizing FOCO
e.V. seit 2014

marcus@impuls-
taucha.de





Erfahrungen mit Community Organizing?



„The prophet of Power to the People“ (Time Magazine)



Saul David Alinsky, 1906-1972

- **Back of the Yards Neighborhood Council (BYNC)**
- Industrial Areas Foundation (IAF)
- The Woodlawn Organization (TWO)
- FIGHT, Rochester



Auszüge aus Video ...

<https://www.youtube.com/watch?v=0WEeVGSz-qo>

Geschichte Community Organizing ... (von S. D. Alinsky bis B. Obama)



“Change won’t come from the top ...
Change will come from a mobilized grass roots.
That’s what I’ll do.
I’ll organize black folks. At the grass roots. For change.”

Barack Obama (1995)

Verankerung u. a. in Civil-Rights-Movement und Gewerkschaftsarbeit ...

Definition



Community Organizing ist ein demokratisch geführter, langfristiger Prozess, in dem Menschen zusammen nach ihrem gemeinschaftlichen Eigeninteresse handeln, um Probleme und deren Lösungen in ihrem gemeinschaftlichen Leben zu identifizieren, Machtstrukturen aufbauen, um diese zu nutzen Lösungen umzusetzen.

ECON - Handbuch Für Bürgerpartizipation (2012:7)

Community Organizing (CO)



CO ist **aktivierende Beziehungsarbeit** zum Aufbau von zivilgesellschaftlichen Organisationen, etwa in einem benachteiligten Stadtteil.

CO verfolgt das Ziel, Menschen zusammen zubringen, damit diese **für ihre eigenen Interessen eintreten** und eine nachhaltige und gemeinwohlorientierte Verbesserung ihrer Lebens- und Arbeitsbedingungen u. ä. durchsetzen.

Dies kann nur gelingen, wenn Bewohner*innen **Macht** (Power) gewinnen; deshalb will CO möglichst viele Menschen und Gruppen zusammenbringen und den **Aufbau eigener Organisationen** stärken (Selbstorganisation).

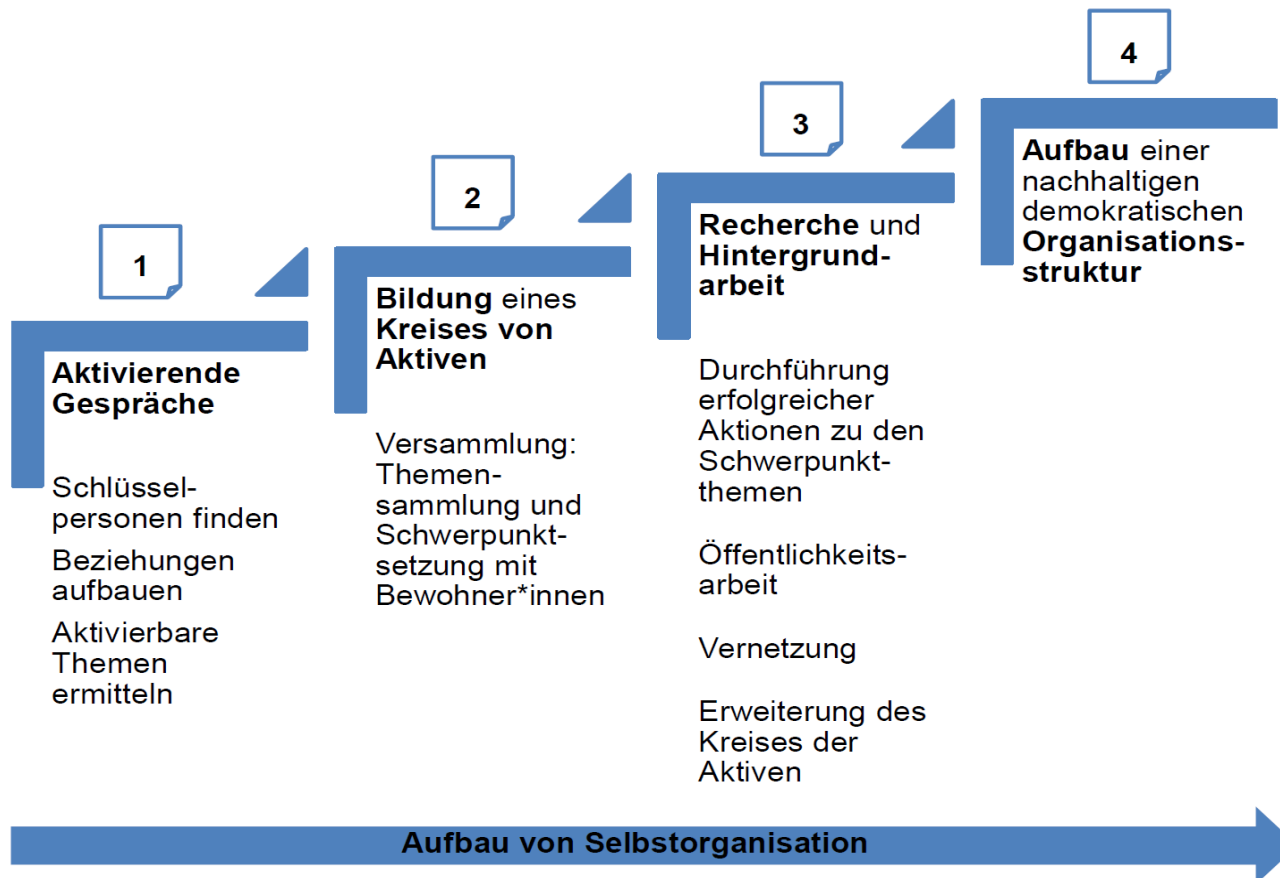
Forum Community Organizing e.V. (FOCO e.V.)

Schlüsselbegriffe im Community Organizing



1. **Macht** – positiv (Gegensatz zu Ohnmacht)
2. **Eigeninteresse** als „Motor“ für das Handeln
3. **„Persönlich- öffentliche“ Beziehungen**,
geprägt von Vertrauen und Respekt – als
Grundlage für Zusammenarbeit
4. Aufbau von **handlungsfähigen Bündnissen**
(Empowerment/Organizing)

Die 4 Schritte im Organizing Prozess



Eins-Zu-Eins-Gespräche

1. Schritt: Eins-zu-Eins-Kampagne um möglichst viele Menschen zu erreichen und zu engagieren

Versammlung und Erstes Treffen



2. Schritt:

- Neues Format - Jugend-Ideen-Konferenz (JIK)
- Erfolg! - Viele Beteiligte, gemeinsame Probleme erkannt

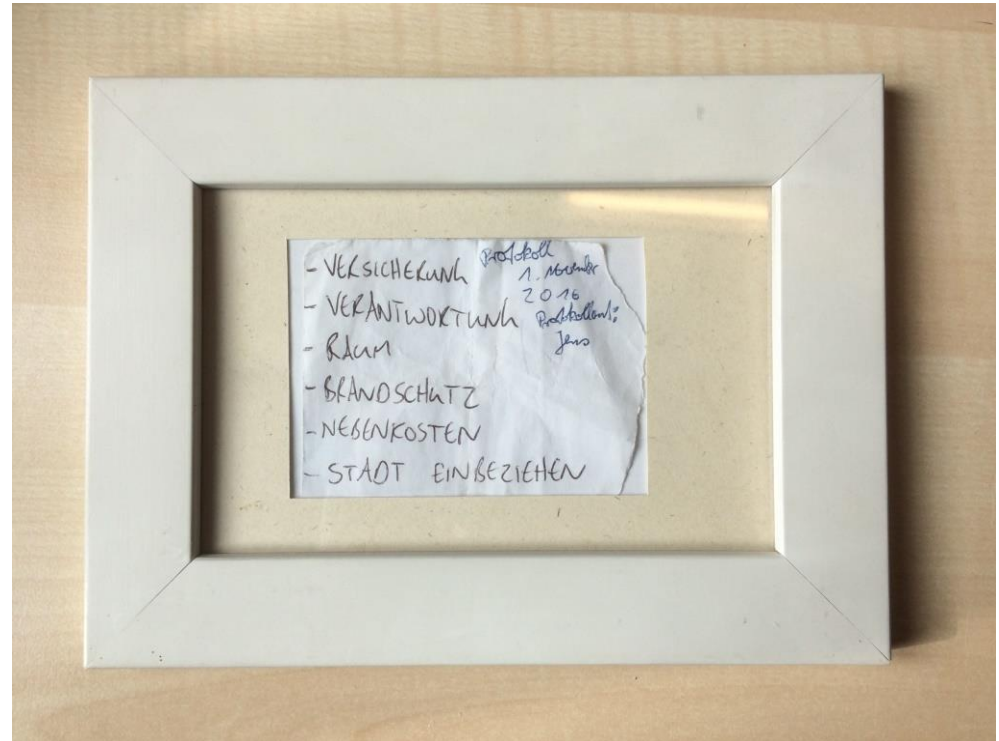


Jugend Ideen Konferenz JIK - März 2016

Gruppenbildung

Als Teil des 2.
Schrittes:

- Regelmäßige Treffen
- Gruppenbildung
- Struktur
- Recherche
- Machtanalyse
- Diskussionen
- „Winnable Issues“ identifiziert
- Aufgaben verteilen



Aktionen

3. Schritt:

- Vorstellung der Ideen beim Oberbürgermeister
- Picknick-Format um weitere Menschen anzusprechen
- 2. Jugend-Ideen-Konferenz – selbstorganisiert!
- Öffentliches Gespräch mit Stanislaw Tillich, dem (damaligen) Ministerpräsident Sachsens



Erfolge

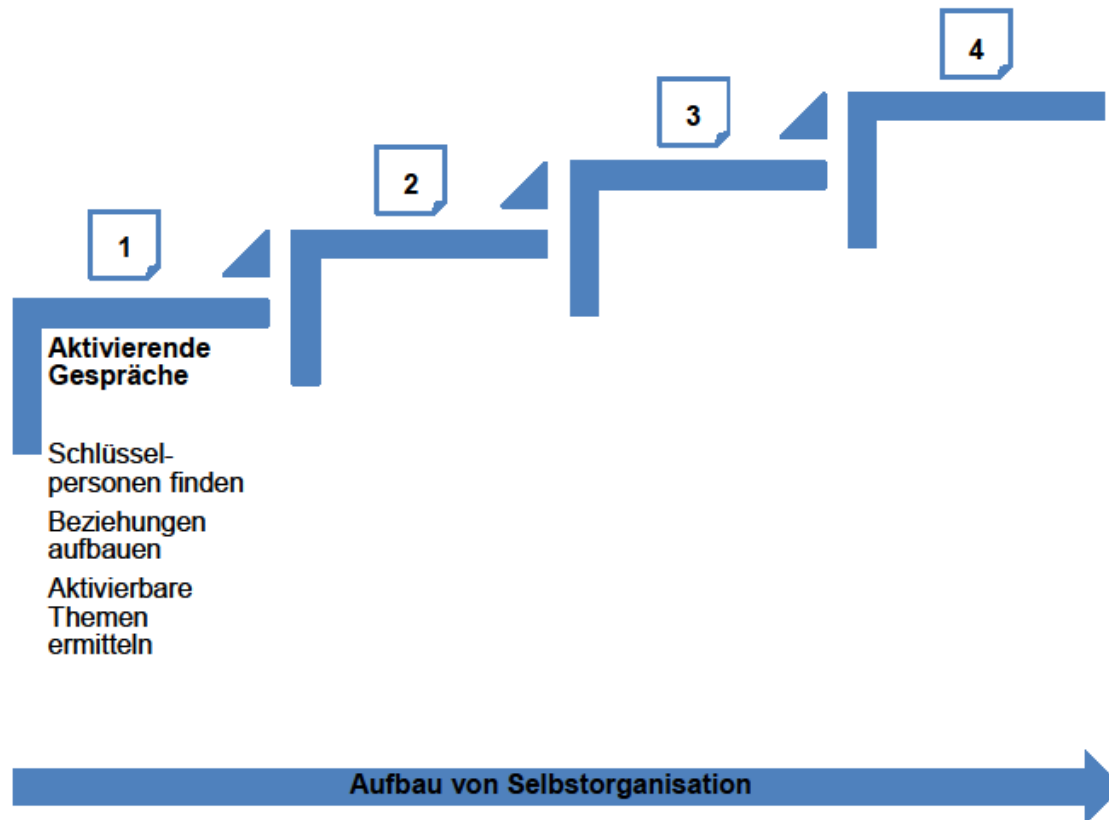
Dank ihrer Aktionen hat die Gruppe mehrere Erfolge erzielt:

- Eine Aufenthalts-Fläche an der Spree wird von der Stadt zur Verfügung gestellt
- Regelmäßiger Austausch mit der Polizei und der Schulleitung
- Selbstorganisiertes Jugendzentrum gegründet - 4. Schritt in Richtung einer eigenständigen Organisation!



1. Schritt im Community Organizing

Zuhören- Beziehungen aufbauen



Eigene Darstellung, © Ute Fischer 2021

Mögliche Themen



Gemeinde aktiv im Stadtteil
(2011:60)

Arten von Gesprächen

Functional Interview

z.B. Aktivierende Befragung

- Möglichst viele Gespräche
- Eher kurze Gespräche
- Im öffentlichen Raum oder an Haustüren (Doorknocking)
- Nützlich für Stadtteilerkundung
- Kennenlernen von Personen und Region
- Identifizierung von möglichen Schlüsselpersonen

Relational Interview

Eins-zu-Eins-Gespräch

- Verabredetes Eins-zu-Eins Gespräch mit bewusst gewählten Personen
- 30-45 Minuten
- Dient dem Aufbau von Vertrauen und vertieftem Kennenlernen der Person
- Grundlage für „persönlich-öffentliche Beziehung“ – als Basis für vertrauensvolle Zusammenarbeit

Eins-Zu-Eins-Gespräch

- Möglichst vorher verabredet
- angenehmer Ort
- ca.30 - 45 min
- 70- 80% zuhören
- 20-30% selber erzählen

Community Organizing in Saarbrücken- Malstatt Fußgängerbrücke – Vorher/Nachher



Community Organizing in München



Gefangen in der 6. Etage

SZ

5. Dez. 2013

Weil im Thomas-Wimmer-Haus der Aufzug immer wieder ausfällt, können Rollstuhlfahrer ihre Wohnung kaum noch verlassen – nun soll der Lift zumindest provisorisch repariert werden

VON ANDREA SCHLAIER

Laim – An sich liebt Franz Erhard diese strahlend sonnigen Wintertage, an denen die Straßen noch trocken sind. In den letzten Tagen hat er sie gehasst. Der beinamputierte Rentner war bei dem schönen Wetter in seiner 33 Quadratmeter großen Wohnung gefangen. Kein Spaziergang mit dem Rollstuhl, bevor die Freiluftzeit für ihn endet und erst im Frühjahr, wenn die Geh-

Wohle der Mieter mitgestalten will. In der Laimer Bürgerversammlung hat Irene Lukas als eine AHA-Vertreterin vor ein paar Tagen einen zweiten Aufzug für das Thomas-Wimmer-Haus gefordert – die Laimer unterstützten sie einstimmig. „Wir wollten der Sache öffentlich Nachdruck verleihen“, sagt auch ihr Nachbar Dieter Wieczorek.

1958 ist die Alte Heimat als eine Bürgerstiftung gegründet worden, um ausse-

Die Gewofag hat jetzt, wenn man so will, den Salat. Etwa, was den rumpelnden beziehungsweise nicht funktionierenden Aufzug betrifft, der jahrelang nicht entsprechend ertüchtigt worden ist. Er ist aber das existenzielle Transportmittel für viele der hundert Menschen in dem siebenstöckigen Wohnblock.

Ein zweiter Lift war lange im Gespräch, ist aber wegen fehlender Brandschutzvorkehrungen wieder in die Ferne gerückt.

sagt selbst Kiefer, seien kaum mehr Ersatzteile zu bekommen. Wer die Stufen nach unten zum großen Badesaal nicht nehmen kann, dem empfiehlt die Gewofag auf Zeteln, die am kaputten Lift hängen, „in dringenden Fällen“ einen Tragedienst zu rufen. Man übernehme dann die Kosten. „Ha“, entfährt es bei der Lektüre der Pflegerin von Franz Erhard, Ilknur Muhammet: „Nach zwei Tagen hat der Tragedienst gesagt, er hätte seine Kapazitätsgrenze er-

FOCO und Forum Kinderarmut - Aktion in Bundestag – Bildungs- und Teilhabepaket



Community Organizing in Leipzig

„Starke Nachbarschaften
durch aktive Beteiligung“



Jugend Ideen Konferenz Bautzen (JIK)



Die Dinge wir uns selbst
erkämpfen, nimmt uns so
schnell niemand weg.

Beispiel: Jugendtreff
„KURTI“ in Bautzen

Aktuelle Infos und Veranstaltung:



[Newsletter abonnieren - FOCO : FOCO](#)

marcus@impuls-taucha.de

[Von Snackautomaten und Cringe-Buzzern](#)

Quelle der Radierungen: Alle Radierungen wurden via Canva hergestellt, um die Personen unkenntlich zu machen.