

EINE ODE AN DIE METHODE



IMPULSE FÜR
POLITISCHE
BILDUNGSANGEBOTE

EIN HANDBUCH

herausgegeben von Stefanie Elies
und Yvonne Lehmann

**FRIEDRICH
EBERT** 
STIFTUNG

INHALT

VORWORT

- 6** Vorwort
Stefanie Elies

IM WANDEL DER ZEIT: ZIELGRUPPEN UND GESELLSCHAFTLICHE HERAUSFORDERUNGEN

- 12** Demokratie braucht Demokratinnen und Demokraten!
Wie wir politik- und demokratieferne Bürger_innen wieder erreichen
Manuela Erhart
- 17** Raus aus der Echokammer!
Politische Bildung und Rechtspopulismus
Christian Demuth
- 22** Politik erfahrbar machen
Angebote für die „arbeitende Mitte“
Urban Überschar
- 26** Und noch ein Gender-Gap!
Junge Frauen engagieren sich anders
Stefanie Elies

ALLES NEU MACHT DIE SZENE?! VON NEUEN UND ALTEN METHODEN

- 34** Raus aus der Nische?
Politische Bildungsarbeit in der Praxis
Björn Warkalla & Simon Raiser
- 40** Teilhabe und Vernetzung durch digitale Formate
Sebastian Serafin
- 47** Was ist Design Thinking?
Und was soll es in der politischen Bildung und Beratung?
Stefanie Elies

VON DER IDEE ZUR METHODE

- 54** Von der Idee zur erfolgreichen Veranstaltung
... mit den richtigen (neuen) Teilnehmer_innen, tollen Ergebnissen und viel Beteiligung
Yvonne Lehmann

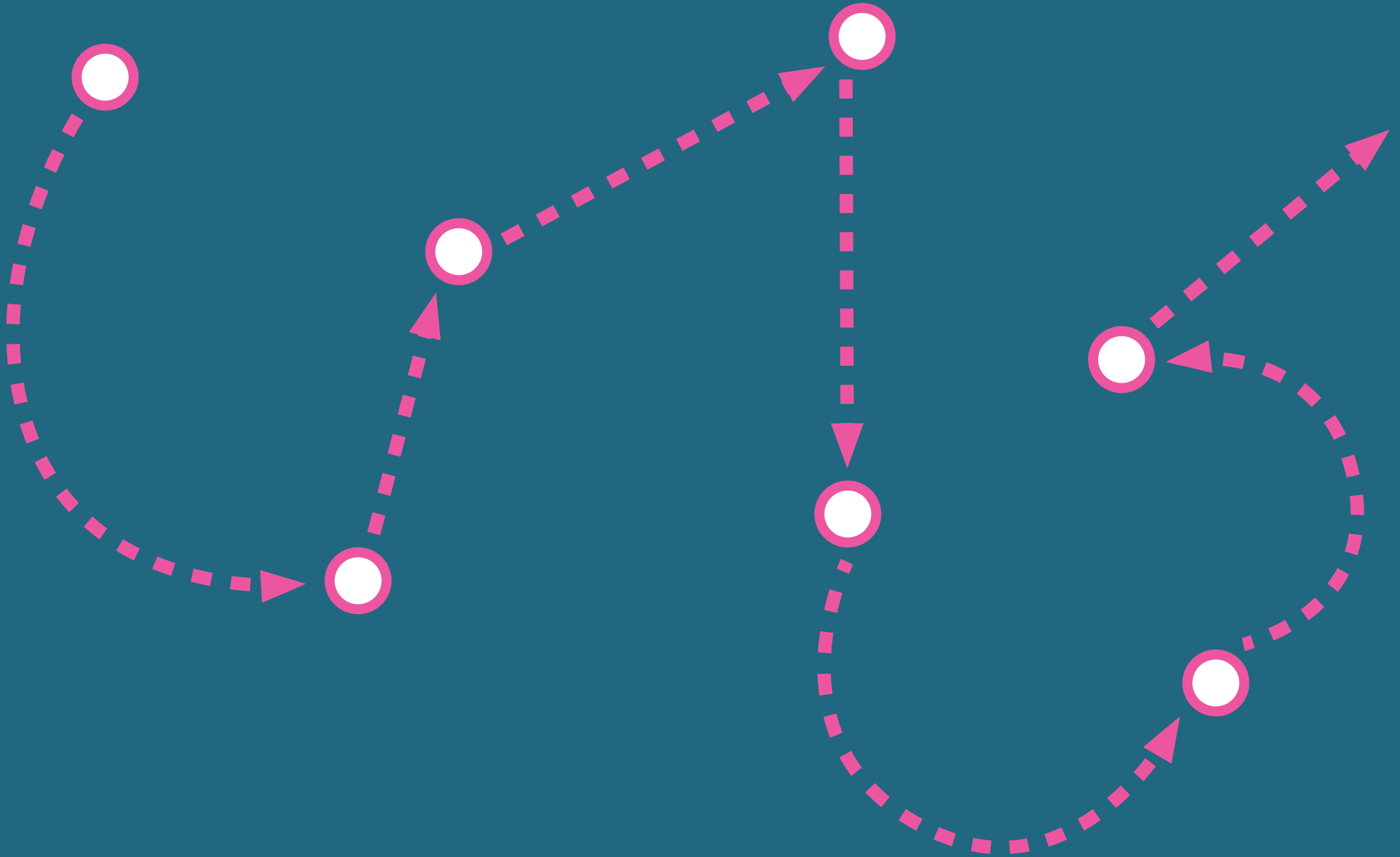
METHODENSAMMLUNG BETEILIGUNGSORIENTIERTE FORMATE

- 64** BarCamp
- 66** Bürger_innenkonferenz/
Town Hall Meeting
- 68** Design Thinking (Lab)
- 70** Fishbowl
- 72** Legislatives Theater/Forumtheater
- 74** Open Space
- 76** Planspiel
- 78** Storytelling
- 80** Szenario-Workshop/
Szenario-Konferenz
- 82** World-Café
- 84** Zukunftswerkstatt/Zukunftskonferenz

ANHANG

- 88** Quellen
- 95** Über die Autor_innen

VORWORT



Vorwort

Stefanie Elies

Gesellschaften wandeln sich immer rascher und politische Bildung mit ihnen. Frei nach Willy Brandt ließe sich sagen: Jede Gesellschaft braucht eigene neue Antworten auf die Herausforderungen, vor denen sie steht – und politische Bildung muss auf der Höhe der Zeit sein, wenn sie Gutes bewirken will. Aber was heißt es, auf der Höhe der Zeit zu agieren? Und vor allem: Wie macht man das?

Derzeit erleben wir eine Phase der Re-Politisierung der Gesellschaften. Darüber könnte sich politische Bildung freuen, bereitet diese doch einen guten Nährboden für ihre Angebote. Doch damit einher geht auch ein Trend zur Radikalisierung und Polarisierung in der Gesellschaft, der uns vor neue Herausforderungen stellt. Parallel hierzu erleben wir eine geradezu reflexhafte Ablehnung von oder Skepsis gegenüber der praktischen Politik. Wie kann in einer derart spannungsreichen Lage sachlich und differenziert mit politischen Argumenten umgegangen oder sogar eine demokratische Debattenkultur etabliert werden? Wie können Interesse für Gesellschaft und Politik sowie Beteiligung entfacht und dabei auch die Menschen erreicht werden, die der Politik schon länger den Rücken kehren oder sich ihr auch noch nie zugewendet haben? Wie lassen sich aber auch die vielen aktiven Bürger_innen begleiten, die sich für Demokratie starkmachen?

Die Friedrich-Ebert-Stiftung bemüht sich in ihrer politischen Beratungs- und Bildungsarbeit, die Veränderungen in der Gesellschaft und bei den Zielgruppen durch Forschung, empirische Umfragen oder Fokusgruppenbefragungen und Evaluierungen in den Blick zu bekommen. Dies bleibt eine kontinuierliche Suchbewegung, denn geschürt durch die gesellschaftlichen Mega-Trends wie Digitalisierung, demografischen Wandel und Migrationsbewegungen verändern sich die Gesellschaften immer rascher und mit ihnen die Gewohnheiten und das Verhalten der Menschen. Der Takt hat sich verändert, wird zunehmend kurzlebiger und individueller. Bei aller Reichweite, welche die moderne und mobile

politische Bildungsarbeit schon erlangt – bestimmte Zielgruppen werden nur schlecht oder überhaupt nicht erreicht. Umso wichtiger ist es, sich nah an der Erfahrungswelt dieser Menschen und zu ihnen hin zu bewegen. Ganz praktisch muss für sie erfahrbar gemacht werden, welche Rolle Politik im alltäglichen Leben spielt. Dabei ist es oftmals weniger wichtig, die „richtige“ Information an den richtigen Adressaten zu bringen, sondern auf sie oder ihn zuzugehen, in den Dialog zu treten und sie nach ihrem Standpunkt zu fragen. Das Schlagwort von der „aufsuchenden“ politischen Bildung nehmen wir ernst, denn es ist notwendig, mit adaptiven und kreativen Formaten und Empathie für die Zielgruppen auch an ihre vertrauten Lebensorte zu gehen. Das kann gleichfalls bedeuten, sich den Gewohnheiten der Zielgruppen anzupassen. Viele erreichen wir heute nur noch über das Netz, auch das kann eine Form von aufsuchender Bildungsarbeit sein.

Um neue Phänomene oder Trends in der Gesellschaft mit politischer Bildung zu begleiten, aber auch, um demokratische Teilhabe unmittelbar erfahrbar zu machen, ist das „Wie?“ mindestens so wichtig wie das „Was?“ und „Wer?“. Daher stellen wir mit diesem Handbuch vor allem die Methoden in den Mittelpunkt. Diese „Ode“ an die Methode greift einige der neuen Trends und Herausforderungen für die politische Bildung auf. Daneben wollen wir auch das notwendige Rüstzeug, in Form einer Handreichung für die praktische Anwendung, anbieten. Zugleich verstehen wir dieses Buch als ein Diskussionsangebot für politisch aktive, engagierte Menschen und die Praktiker_innen der politischen Bildung.

Wir steigen damit ein, uns die Veränderungen in der Gesellschaft und bei den Zielgruppen in Ausschnitten anzuschauen. Manuela Erhart stellt Wege vor, wie politische Bildung diejenigen wieder erreichen kann, die sich von Politik und Demokratie abgewandt haben, und unterstreicht konkrete Vorschläge für politisches Handeln. Christian

der vielbeschworenen „arbeitenden Mitte“ Ansätze, mit denen sich diese Gruppe von Menschen mit neuen Strategien in der politischen Bildung besser erreichen lässt. Stefanie Elies hat Studien zu der Beteiligung und dem Engagement jüngerer Frauen ausgewertet und ist dabei auf einen neuen Gender-Gap gestoßen. Junge Frauen engagieren sich breiter und bunter als junge Männer. Deshalb müssen auch die Angebote politischer Bildung, mit dem Ziel, ihr Engagement zu fördern, die jungen Frauen mit ihren speziellen Bedürfnissen in den Blick nehmen.

Und wohin gehen die Trends? Muss politische Bildung „raus aus der Nische?“, fragen Björn Warkalla und Simon Raiser. Für sie sind zentrale und verbesserungswürdige Faktoren die Unabhängigkeit von einer „Themenkonjunktur“, die breitere Nutzung digitaler Angebote sowie eine bessere Adressierung von Zielgruppen. So werden Jugendliche aus „bildungsfernen“ Schichten noch immer zu wenig erreicht, obwohl die Angebote gerade für sie von Nutzen sein könnten. Hier tut sich allerdings viel in der Entwicklung und Nutzung von Methoden mit stärkerem individuellem und praktischem Bezug sowie von audiovisuellen Elementen und Online-Angeboten. Wie erreichen wir in Zeiten der Digitalisierung Menschen und motivieren zur Beteiligung? Neue digitale Formate in der politischen Bildung stellt Sebastian Serafin vor. Gesellschaft wird sowohl online als auch offline gestaltet: Neue Formen, die eine Arbeitsgruppe der FES gesammelt hat, werden hier vorgestellt.

Was ist Design Thinking? Und was soll es in der politischen Bildung und Beratung? Stefanie Elies stellt die Vorteile einer Erweiterung des Repertoires der politischen Bildungs- und Beratungsarbeit um designbasierte Ansätze vor. Sie können das kreative Potenzial von Bürger_innen in Gestaltungsprozesse bringen und für die gesellschaftliche Erneuerung nutzbar machen. Dies kann die Vermittlungs- und Akzeptanzlücke zwischen Bürger_innen und Staat verringern, da gesellschaftliche Gestaltung gemeinsam verantwortet wird.

Yvonne Lehmann, die als Mitherausgeberin Beiträge für den inhaltlichen und methodischen Teil zusammengestellt hat, bietet einen Überblick zur politischen Bildungsarbeit, der grundlegende Fragen anspricht, die sich Praktiker_innen bei der Planung ihrer Veranstaltung stellen. Wie kann Beteiligung auch im Bereich der politischen Bildung gestaltet werden? Welche Herausforderungen stellen partizipative Methoden an alle Beteiligten? Wer soll mit welchem Ziel erreicht werden, wo soll die Veranstaltung stattfinden

und welche Methode ist die richtige für welche (Ziel)gruppe? Den Abschluss und praktischen Teil des Handbuches bildet die von Yvonne Lehmann zusammengestellte Methodensammlung beteiligungsorientierter Formate.

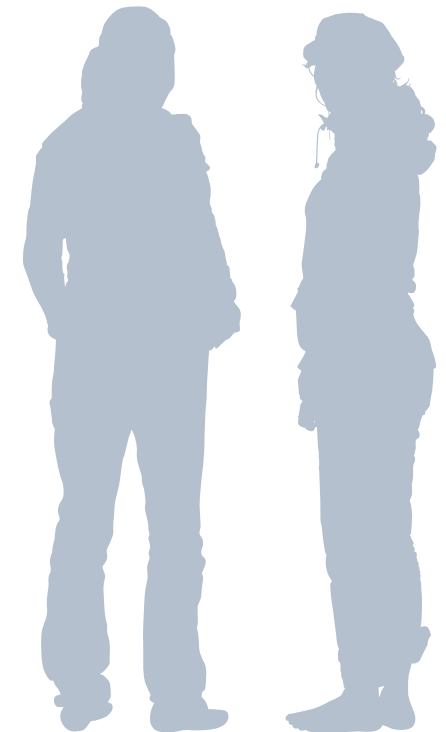
Unser herzlicher Dank für die vielfältigen und praxisorientierten Beiträge geht an die Kolleg_innen aus verschiedenen Arbeitsbereichen der FES. Ebenso danken wir für die Beiträge von Christian Demuth, Sebastian Serafin, Björn Warkalla und Simon Raiser und für ihre konstruktive Begleitung.

Zu guter Letzt: Eine „Ode“ an die Methode will mit diesem Handbuch nicht nur „gesungen“ sein – sie soll auch Lust machen darauf, etwas Neues auszuprobieren. Mit den kreativen gestalterischen Elementen von Andrea Schmidt wollen wir das unterstreichen.

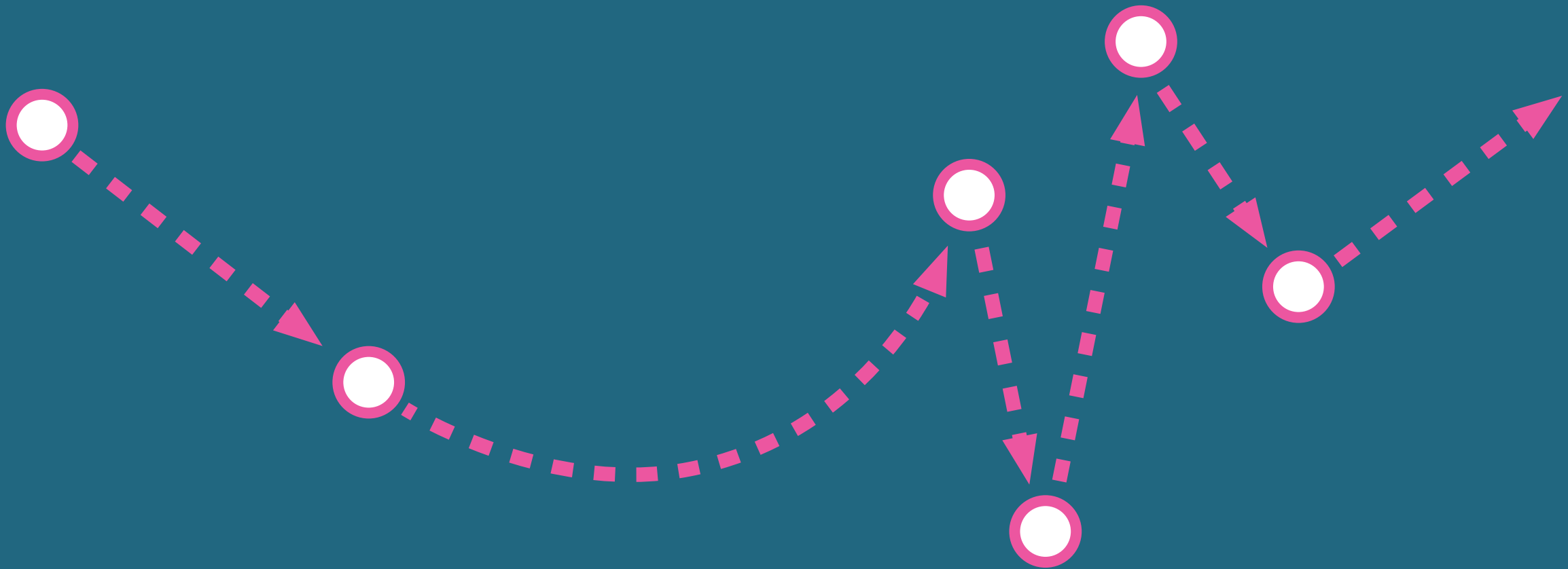
Und jetzt sind Sie dran: Bitte ausprobieren!

Dr. Stefanie Elies

Leiterin Referat Forum Politik und Gesellschaft
Friedrich-Ebert-Stiftung



IM WANDEL
DER ZEIT:
ZIELGRUPPEN UND
GESELLSCHAFTLICHE
HERAUSFORDERUNGEN



Demokratie braucht Demokratinnen und Demokraten! Wie wir politik- und demokratiefeerne Bürger_innen wieder erreichen

Manuela Erhart

„Demokratie braucht Demokraten“ – „und Demokratinnen“ würde man heute ergänzen – diese Erkenntnis des ersten Reichspräsidenten Friedrich Ebert, der damit 1925 den Gründungsauftrag der Friedrich-Ebert-Stiftung formulierte, ist nicht neu, aber aktuell wie eh und je: Die Zunahme rechts-extremer und rechtspopulistischer Sympathisant_innen sowie die bis vor wenigen Monaten wachsende Schar von Nichtwähler_innen zeugen von abnehmender Akzeptanz hinsichtlich unserer demokratischen Rechts- und Gesellschaftsordnung. Doch Demokratie lebt von demokratischen Einstellungen, Handlungsfähigkeit und -bereitschaft der mit und in ihr lebenden Menschen. Die der „Demokratieförderung“ verpflichtete politische Bildung muss daher Wege finden, um eine Re-Identifikation von politik- und demokratiefeernen Bürger_innen mit Staat und Gesellschaft zu ermöglichen. Ihre Aufgabe ist es, sie zur demokratischen Mitgestaltung wie Wahlteilnahme, zu einem politischem oder sozialem Engagement zu motivieren sowie – bei Interesse – auch dafür zu qualifizieren.

Wie erreicht man Menschen, die schwer zu erreichen sind?

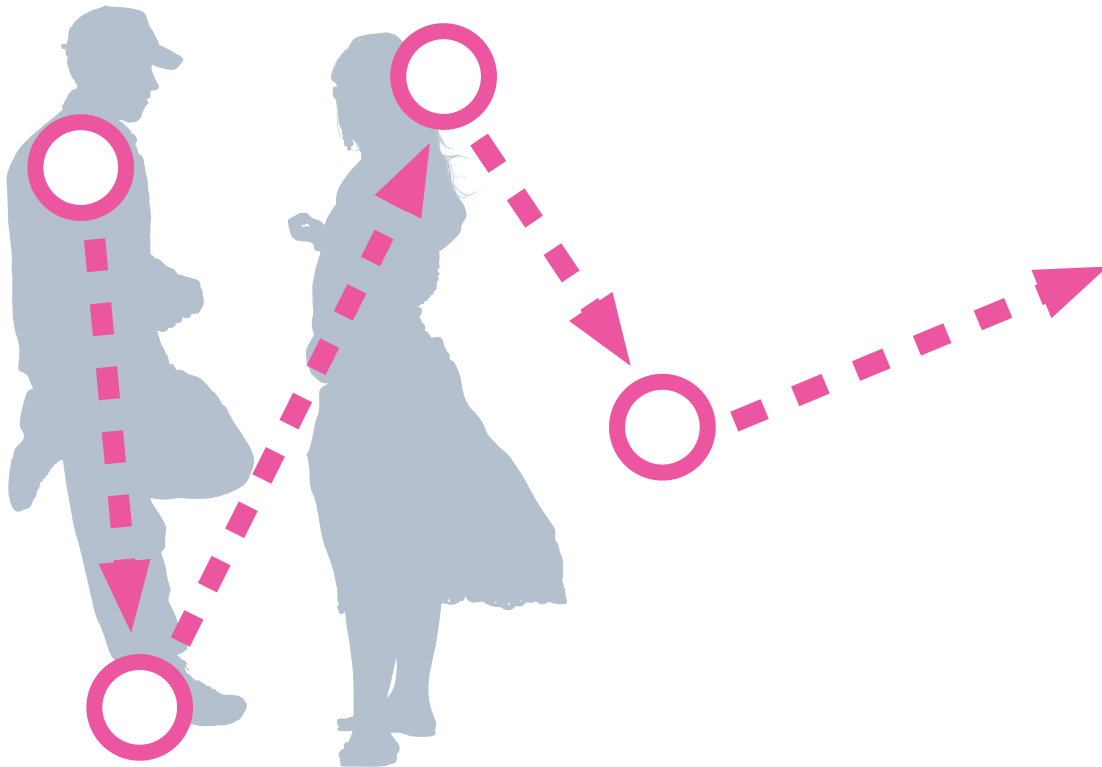
Korrekt heißt die Frage: Wie kann politische Bildung diejenigen ansprechen, die sich von Politik und Demokratie abgewandt haben? Dazu zählen – neben den Nichtwähler_innen, Rechts-extremen, Rechtspopulist_innen – auch die Bürger_innen, die der Politik keine Lösungskompetenz für ihre Alltagsprobleme zutrauen und Politiker_innen grundsätzlich misstrauen.

Zunächst lohnt ein analytischer und differenzierter Blick: Zahlreiche Studien belegen, dass „der Nichtwähler“ oder „die Nichtwählerin“ als bestimmter Typus bzw. als Gruppe nicht existiert. Ebenso wenig kann von einheitlichen Motiven für Wahlabstinenz oder von einem gleichgerichteten Willen von Nichtwähler_innen ausgegangen werden. Ihnen gemein ist allerdings – und dies muss gerade einer politischen Stiftung Sorge bereiten, die den Grundwerten Freiheit, Gerechtigkeit und Solidarität verpflichtet ist –, dass sie überproportional aus nichtprivilegierten Schichten stammen, ein formal niedriges Bildungsniveau aufweisen, geringe Einkommen beziehen, in „prekären“ Stadtvierteln sowie in strukturschwachen Regionen leben.

Indes – zur vielschichtigen Komplexität zählt auch, dass nicht alle Nichtwähler_innen gleichzusetzen sind mit Politik- und Demokratiefernen: Ein Teil der Wahlverweiger_innen wählt sporadisch je nach politischem Angebot, ein Teil ist durchaus politisch interessiert und informiert. In ihren politischen Einstellungen eint sie hingegen eine auffallend kritische Einschätzung von Politik und Parteien, ein überproportionales Demokratiemisstrauen, ihre Ansprechbarkeit für rechtspopulistisches Gedankengut und im Vergleich zur großen Gruppe der Wähler_innen leider auch eine überproportionale Gewaltaffinität.

Jenseits rechtspopulistischer und rechtsextremer Einstellungen sind schwer erreichbare Politik- und Demokratiefeerne in allen gesellschaftlichen Milieus und Segmenten – mit unterschiedlicher Lebensrealität und verschiedenen Motiven – zu finden: unter Jugendlichen, jungen Frauen, Berufstätigen mittleren Alters mit Dreifachbelastung durch Beruf/Kinder/Pflege der Eltern, unter Menschen, die sich „abgehängt“ fühlen, unter vom Alltag stark beanspruchten Bürger_innen, die keine Zeit finden, sich politisch zu informieren, unter Rechtspopulist_innen und Rechtsextremen. Das vorliegende Methodenhandbuch geht in verschiedenen Kapiteln eigens auf diese Zielgruppen ein.

- Die digitale Herausforderung in der politischen Bildung gestalten: Praktische Ansätze der politischen Bildungsarbeit mithilfe von Social Media, Diskussionsplattformen im Internet oder Livestreams von Veranstaltungen ins Internet zeigen, dass im digitalen Raum Menschen angesprochen und an politischen Debatten beteiligt werden können, die aus verschiedenen Gründen nicht den Weg in eine politische Versammlung oder Veranstaltung finden. Die mit der sogenannten digitalen Revolution verbundenen hohen Investitionskosten in Hard- und Software sowie in entsprechend geschulte Mitarbeiter_innen müssen von politischen Akteuren dringend erkannt und stärker finanziell gefördert werden.
- Neue Ansätze aus dem *Community Building* und der Sozialen Arbeit im ländlichen Raum fördern: Um rechtsextremen und rechtspopulistischen Bewegungen insbesondere in ländlichen Regionen etwas entgegenzusetzen, wird „Zusammenhalt durch Teilhabe“ im ruralen Raum z. B. mit soziokulturellen und künstlerischen Methoden erprobt. Diese zeigen den Menschen vor Ort neue Formen des Engagements auf, die auf Aktivierung setzen und die lokalen Interessen der ansässigen Bevölkerung ansprechen, z. B. Erforschung der lokalen Geschichte, Entdeckung couragierter Held_innen in der Gemeinde oder gemeinsames Kochen mit Produkten aus den eigenen Gärten. Die Erfahrungen mit diesen Ansätzen gilt es auszuwerten und entsprechend weiterzuentwickeln.



Raus aus der Echokammer! Politische Bildung und Rechtspopulismus

Christian Demuth

Welche Methoden sind zielführend bei der Auseinandersetzung mit neuen gesellschaftlichen Strömungen? Was müssen politische Bildner_innen beachten? Wie kann ein gesellschaftlicher Diskurs organisiert werden?

Welt- und europaweit haben rechtspopulistische Bewegungen Zulauf. In Deutschland greifen AfD und Bewegungen wie Pegida Raum und reklamieren für sich, des „Volkes Stimme“ zu Gehör zu bringen. Auch die politische Bildung sieht sich vor neue Herausforderungen gestellt und ist gefordert, auf diese Entwicklungen zu reagieren. Erstens wird sie zunehmend mit Wutbürgern konfrontiert (es sind in der Tat vor allem Männer), die sich mit dem Credo, „man wird doch wohl noch einmal sagen dürfen“, pöbelnd zu Wort melden. Dies ist für viele neu, waren politische Bildungsveranstaltungen doch bislang nur in Einzelfällen von Wortergreifungsstrategien extremer Rechter betroffen. Zweitens sehen wir in den Wahlergebnissen, dass zwischen 10 bis 25 % der Bevölkerung, in manchen Regionen sogar 35 %, rechtspopulistische Parteien wählen. Umfragen zeigen, dass die Wähler_innen der Rechtspopulist_innen zwar aus allen Schichten stammen, sie jedoch die prozentual größte Zustimmung bei Bürgerinnen und vor allem Bürgern mit eher formal geringeren und mittleren Bildungsabschlüssen bekommen. Genau diese Gruppen hat die politische Bildung bislang oftmals nicht mit ihren Veranstaltungsformaten erreicht. Schließlich zeigt sich drittens, dass sich in der Gesellschaft ein diffuses Systemmisstrauen ausgebreitet hat, welches beinhaltet,

Politik, nah am Leben

Wie aber kann die Gruppe der „arbeitenden Mitte“ besser erreicht werden? Hier bietet es sich an, über verschiedene Ansatzpunkte nachzudenken. Basierend auf den Ergebnissen der Studie kann festgehalten werden, dass sich die Angehörigen dieser Gruppe besonders für Themen interessieren, die mit ihrem Alltag und ihrer Lebenssituation zu tun haben. Familienpolitik und Fragen des Arbeitsmarktes könnten daher mögliche thematische Anknüpfungspunkte ergeben. Möglicherweise macht es aber auch Sinn, die Gruppe im Vorfeld der Planung einer Veranstaltung selbst zu ihren inhaltlichen Wünschen zu befragen. Zu den Rahmenbedingungen, die mit bedacht sein sollten, um die „arbeitende Mitte“ besser für politische Bildungsangebote zu begeistern, zählen sicherlich Ort und Zeit. Veranstaltungsorte sollten familienfreundlich sein und möglichst verkehrsgünstig liegen. Auch sollte bei der Auswahl eines Ortes berücksichtigt werden, dass bestimmte etablierte Räumlichkeiten, wie z. B. Gewerkschaftshäuser oder auch Tagungshotels, eine große Zugangshürde darstellen können. Zur Familienfreundlichkeit zählt ebenso das Angebot einer Kinderbetreuung, um gerade Eltern, die oft unter enormem Zeitdruck stehen, die Teilnahme an Veranstaltungen zu ermöglichen. Bei der zeitlichen Planung einer Veranstaltung sollten gleichfalls die Bedürfnisse berufstätiger Eltern (z. B. Abendessenszeiten) im Vordergrund stehen und auch nicht zu lange Veranstaltungen angeboten werden. Wichtig für das Erreichen dieser Zielgruppe können auch Partnerorganisationen sein, die der „arbeitenden Mitte“ bereits bekannt und vertraut sind. Nachbarschafts- und Familienzentren können daher genauso in Frage kommen wie andere lokale Initiativen, die direkt mit der Gruppe in Kontakt stehen. Bei der Ansprache dieser Gruppe gilt es schließlich zu berücksichtigen, dass politische Bildungsangebote der FES sowohl analog als auch digital auffindbar sein müssen. Es braucht also auch eine digitale Strategie, um an die Lebensrealität der „arbeitenden Mitte“ besser anknüpfen zu können.

FORMATE/METHODEN

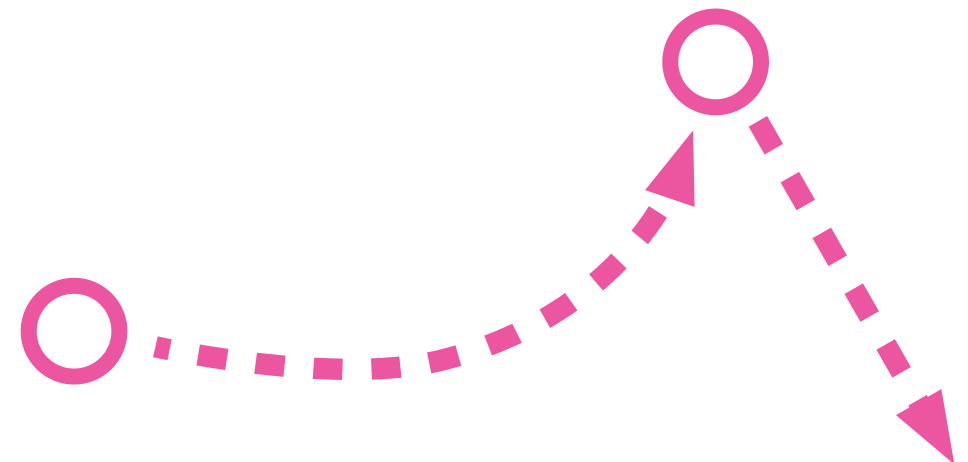
- beteiligungsorientiert, ergebnisoffen
- an der Schnittstelle zwischen Politik und Kultur/Alltag (z. B. politisches Theater)
- Überraschende Formate („Polizisten kochen halal“)
- Bezug zum Beruf (Erzieher_innen zu Kita-Fragen)
- Vereinbarkeit mit Beruf und Familie (Zeit, Kinderbetreuung, ÖPNV-Anbindung)
- Qualität vor Masse!

ORTE

- Familienfreundliche und der Zielgruppe bekannte Orte
- vertraute Atmosphäre

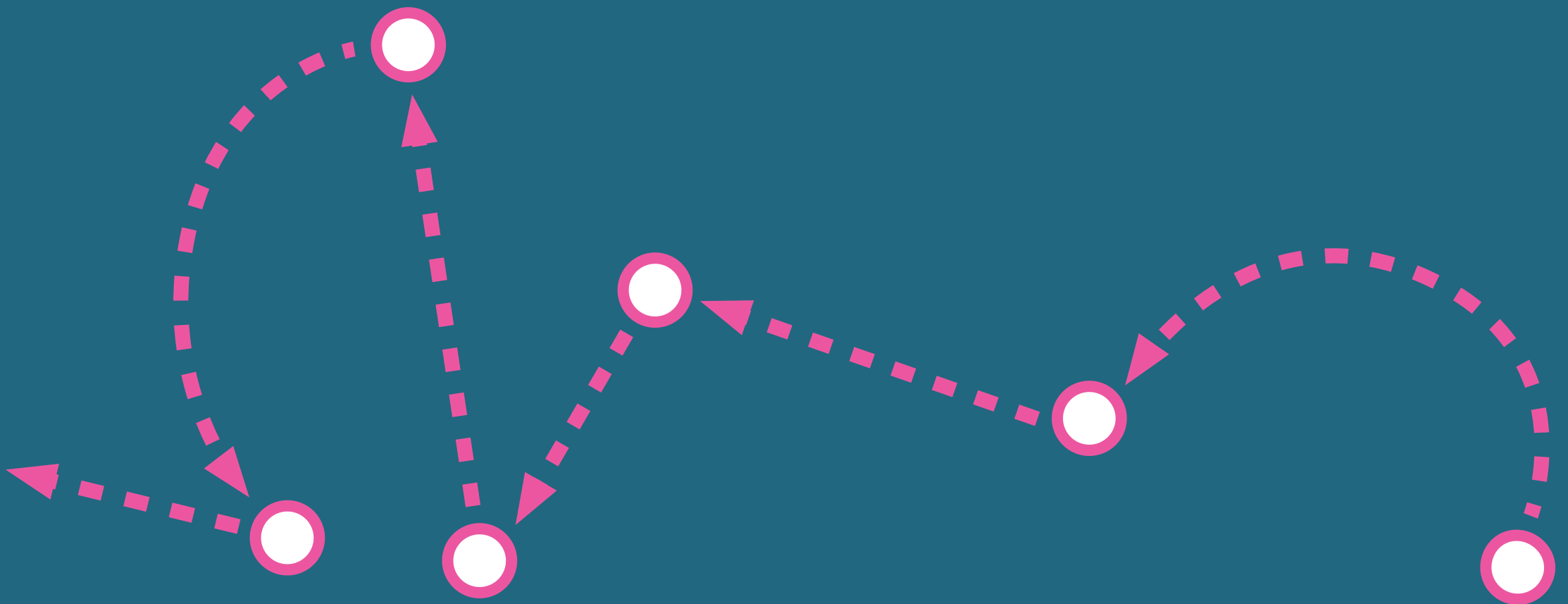
Die heutige komplexe, manchmal auch unübersichtliche gesellschaftliche Gemengelage mit ihren neuen Konflikten und sich auflösenden Milieus macht es nicht leicht, die „politische Mitte“ als eine klar abgrenzbare Gruppe mit einer festen Weltsicht zu beschreiben. Dies verdeutlichen auch die Ergebnisse der Studie, die unter anderem aufzeigen, dass Antworten der Befragten, in denen es um die Politik der Volksparteien geht, vor allem durch Diffusität und Emotionalität gekennzeichnet waren und weniger durch rationale Urteile oder feste Einstellungen. Hieraus ergibt sich die Schlussfolgerung, dass politische Bildung auch die hohe Bedeutung von Emotionen und Erlebnissen berücksichtigen muss, statt nur rein kognitive Angebote zu machen. Im Fazit der Studie ist es so beschrieben: „Weg vom Keyword-gesteuerten und ritualisierten Schlagabtausch, hin zum Ringen um Argumente!“

Emotionen und Erlebnisse brauchen ihren Platz in der politischen Bildung!



ALLES NEU- MACHT DIE SZENE?!

VON NEUEN UND
ALTEN METHODEN



Einsatzgebiete könnten sein:

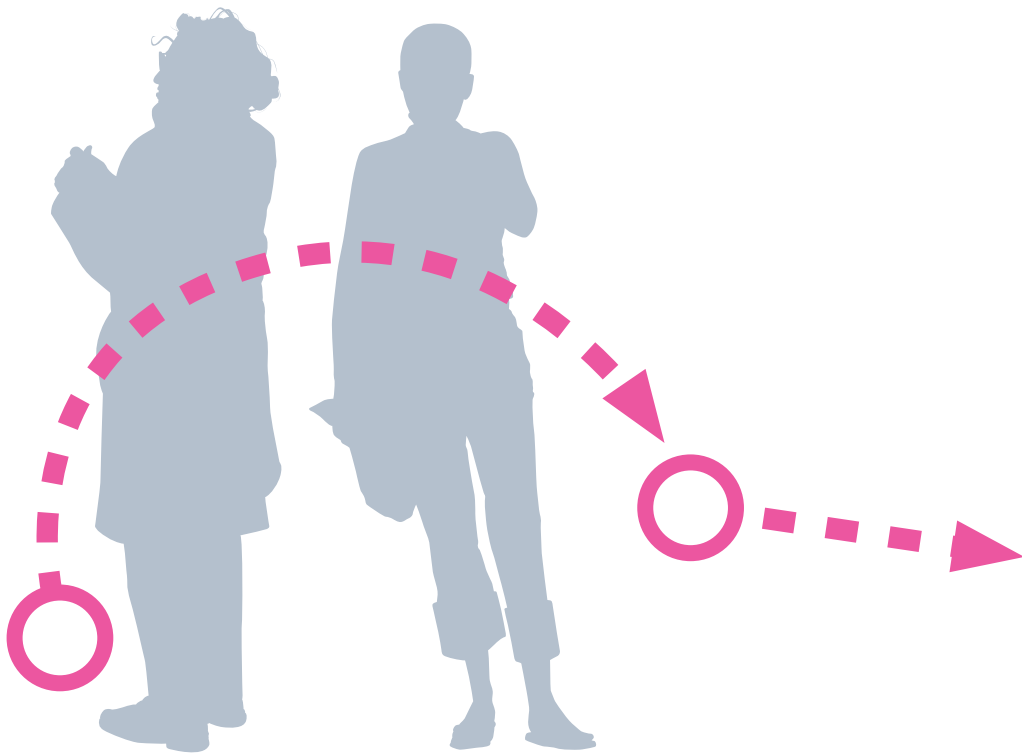
- Online-Meetings
- Eins zu Eins-Coachings
- Ersatz für Präsenzseminare
- Ergänzung zu Präsenzseminaren: z. B. ganztägiges Seminar plus drei Webinare zur Nachbereitung
- Publikationsvorstellungen o. Ä.
- Schnupperkurse für kostenpflichtige Seminare
- Online-Keynotes

→ Es werden mit Webinaren insbesondere auch Menschen erreicht, die an analogen Seminaren nicht teilnehmen können.

Was ist Design Thinking? Und was soll es in der politischen Bildung und Beratung?

Stefanie Elies

In einer sich rasch verändernden, globalisierten und zunehmend digitalen Gesellschaft mit neuen Kommunikationsformen werden gesellschaftspolitische Herausforderungen oder Probleme zunehmend komplex. So wechselseitig interagierend, oft unterschiedlich dynamisch und miteinander verwoben komplexe Systeme sind, greifen politische Lösungen oder Entscheidungen oftmals auf lineare Prozesse („Rezepte“) oder tradierte Hierarchien zurück, und Innovationen werden vornehmlich technologisch verstanden. Politik stößt immer häufiger an ihre Grenzen. In ausdifferenzierten Gesellschaften ist eine Komplexitätsreduktion für die politische Praxis unverzichtbar, und nicht alle Entscheidungen können in voller Kenntnis des Sachstandes getroffen werden. Demokratische Entscheidungen basieren also im Kern auf Vertrauen. Doch vielfach sehen sich Bürger_innen mit politischen Entscheidungen konfrontiert, die für sie am realen Leben „vorbeigehen“. Eine zunehmende Entfremdung von „der Politik“ findet statt, bis hin zu der Wahrnehmung, dass Politiker_innen für ihre eigenen Interessen agieren oder gar Klientelpolitik betreiben. Das führt seit Jahren dazu, dass sich eine große Zahl von Bürger_innen aus demokratischen Prozessen und aus der Mitgestaltung des Gemeinwesens insgesamt ausklinkt.



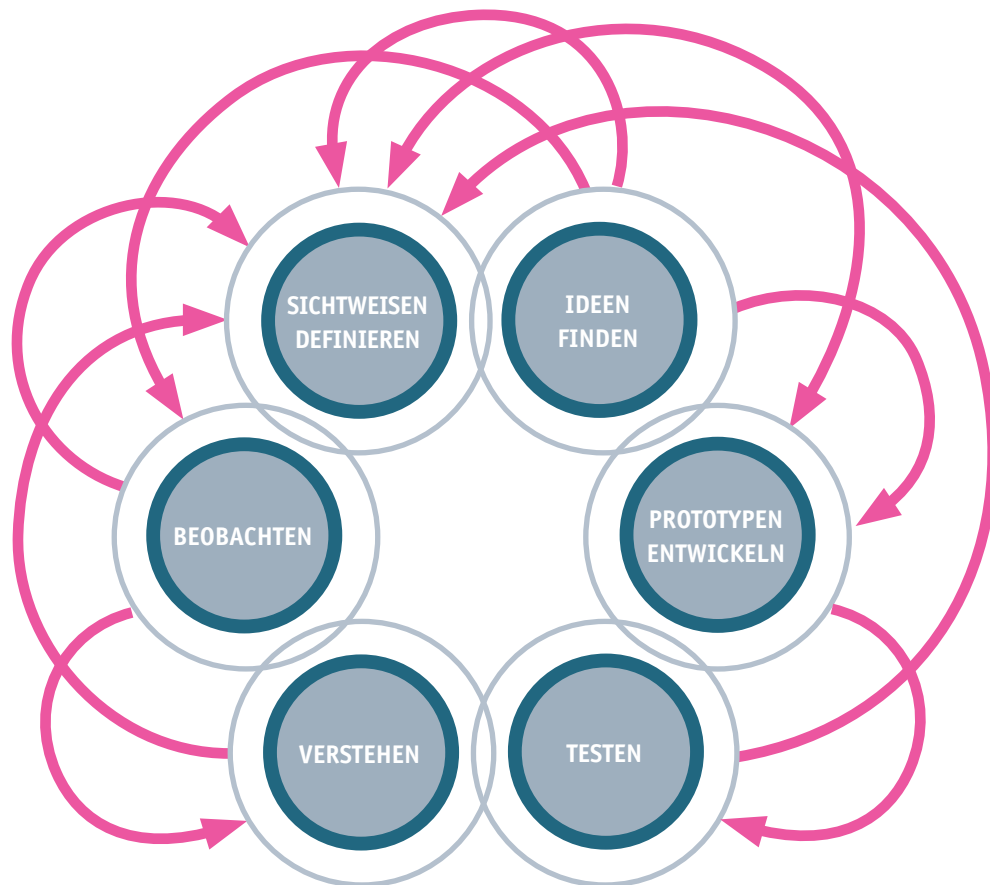
*Gemeinsames Gestalten
stärkt das Vertrauen in
die Politik.*

Als Nebeneffekt auf einem solchen Weg zur sozialen Innovation gilt auch: Wenn die Lösung von gesellschaftlichen Problemen gemeinschaftlich verantwortet wird, verringert sich dadurch auch die Vermittlungs- und Akzeptanzlücke zwischen Bürger_innen und Staat. Die (Ko-)Kreation bietet jenseits und in Ergänzung klassischer Beteiligungsverfahren neue Erfahrungen von Selbstwirksamkeit für Bürger_innen. Die Chance ist groß, dass so auch ihr Vertrauen in politische Entscheidungen gestärkt werden kann.

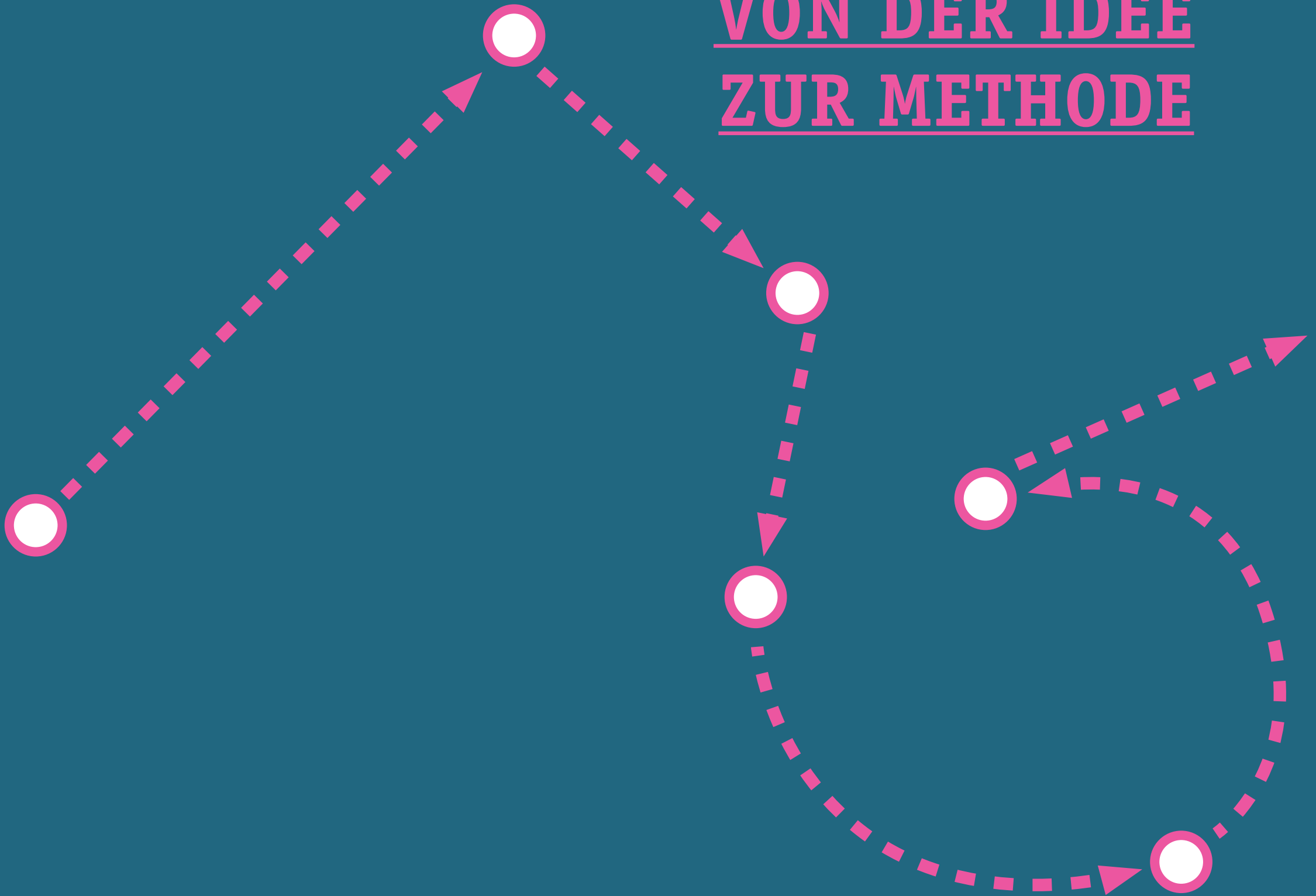
*Mit designbasierten
Ansätzen zu einer
inkluseren, bedarfs-
orientierten, innovativen
und effizienten Politik-
gestaltung.*

Notwendig hierfür sind eine Öffnung der politischen und staatlichen Entscheidungsräume sowie ein Denken jenseits klassischer Hierarchien. Die Erweiterung des Repertoires der politischen Bildungs- und Beratungsarbeit um designbasierte Ansätze kann zu einer inkluseren, innovativeren, bedarfsorientierteren und effizienteren Politikgestaltung führen. Gute Beispiele gibt es derzeit vor allem noch außerhalb Deutschlands, wie auf seeplattform.eu/index zu sehen. Man muss es nur tun.

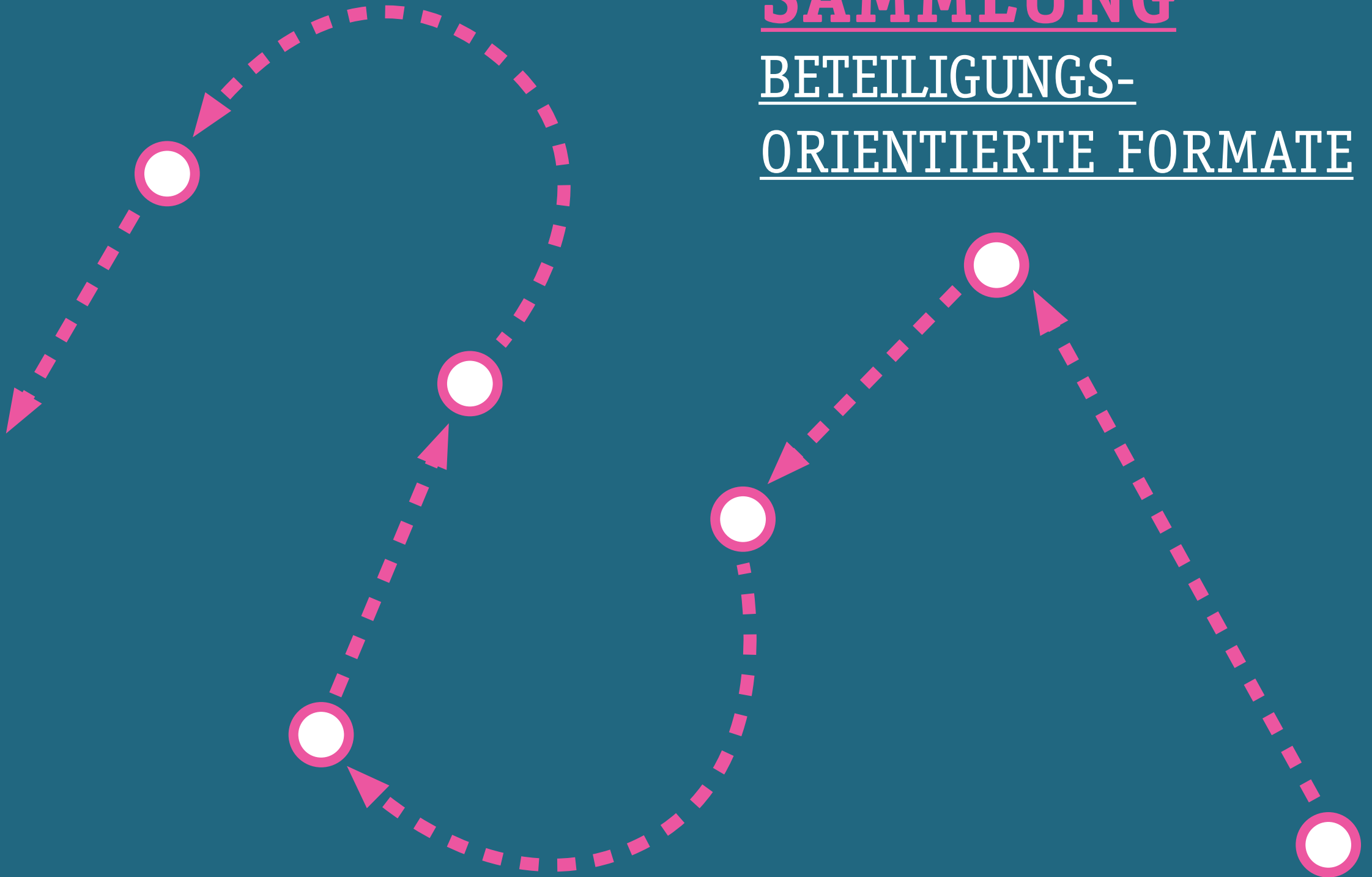
50



VON DER IDEE ZUR METHODE



METHODEN-
SAMMLUNG
BETEILIGUNGS-
ORIENTIERTE FORMATE



IDEE

→ Das BarCamp stellt eine neuartige Form des Konferenzdesigns dar und wird auch als „Ad-hoc-Konferenz“ bezeichnet. BarCamps stehen für einen offenen und gleichberechtigten Austausch von Wissen und Leben von ihrer offenen Atmosphäre. Es liegt kein festes Programm, sondern nur ein grobes Oberthema vor. Es gibt ein Plenum, Vorträge, Diskussionen und natürlich Networking zwischen den Teilnehmer_innen. Ebenso zeigt das BarCamp Ähnlichkeiten zur Open-Space-Methode, ist jedoch weniger strukturiert. Die Teilnehmenden bieten zu Beginn des BarCamps sogenannte Sessions an: Das können z. B. Vorträge, Workshops oder Diskussionen sein. Ein weiterer Aspekt ist die Digitalität. Da BarCamps aus dem Internet- und Gamingbereich stammen, sollen alle Teilnehmenden während der Sessions bloggen, twittern, bei Facebook posten oder die Außenwelt anders am BarCamp teilhaben lassen.

ZIELGRUPPEN

→ Interessierte Bürger_innen
→ Fachpublikum

RAHMEN

→ Dauer ein bis zwei Tage (oft auch ein Wochenende)
→ Mehrere Dutzend bis Hunderte Teilnehmende
→ Viele kleine Arbeitsräume für die Sessions

ABLAUF

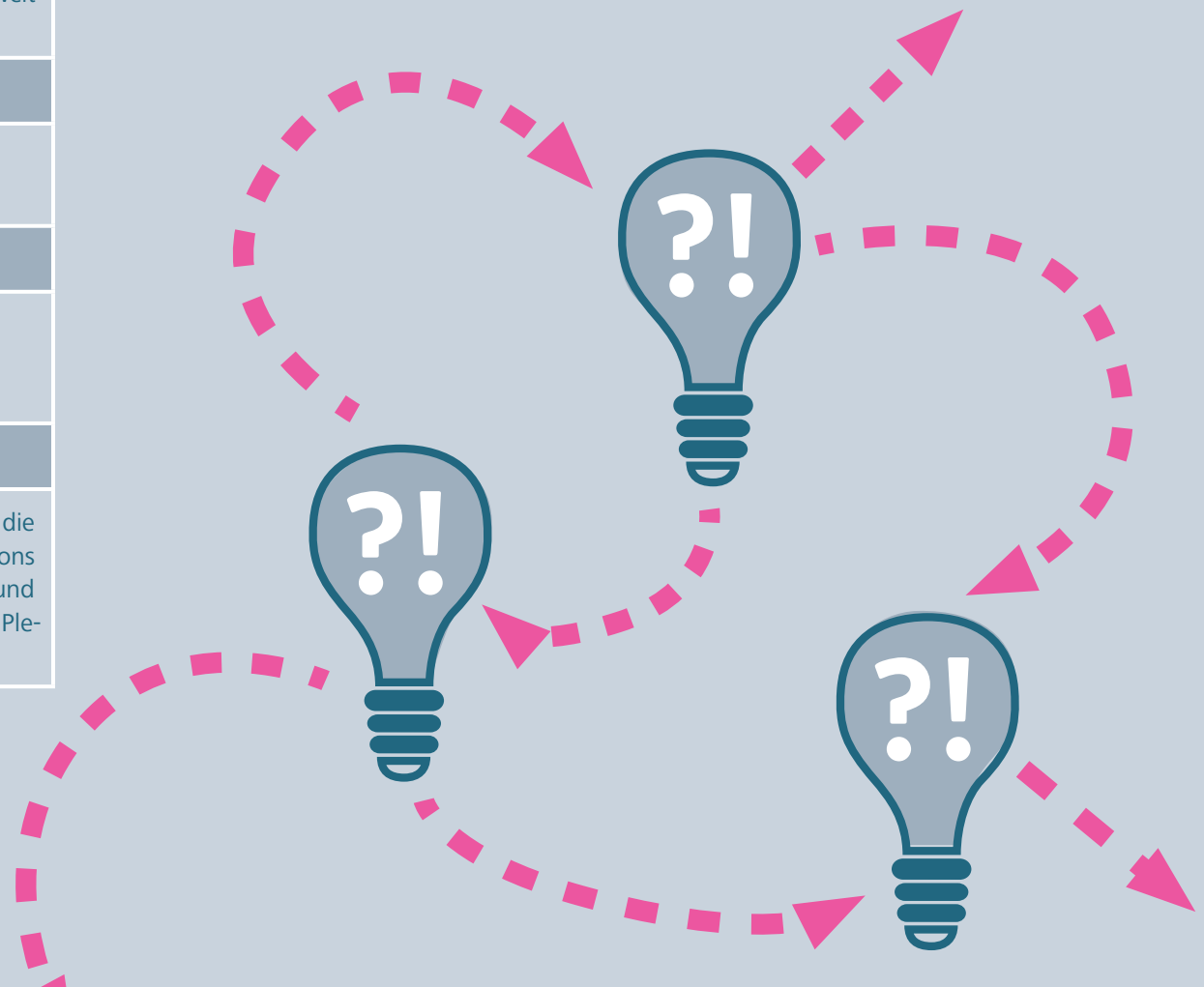
→ Nach einer kurzen Plenumsphase, um das Thema, den Ablauf und die Regeln zu klären, bringen die Teilnehmenden ihre Themen in die Sessions ein und entscheiden selbst, an welchen Sessions sie teilnehmen und mitwirken wollen. Am Ende werden die Ergebnisse noch einmal im Plenum präsentiert und Vereinbarungen getroffen.

BESONDERHEITEN

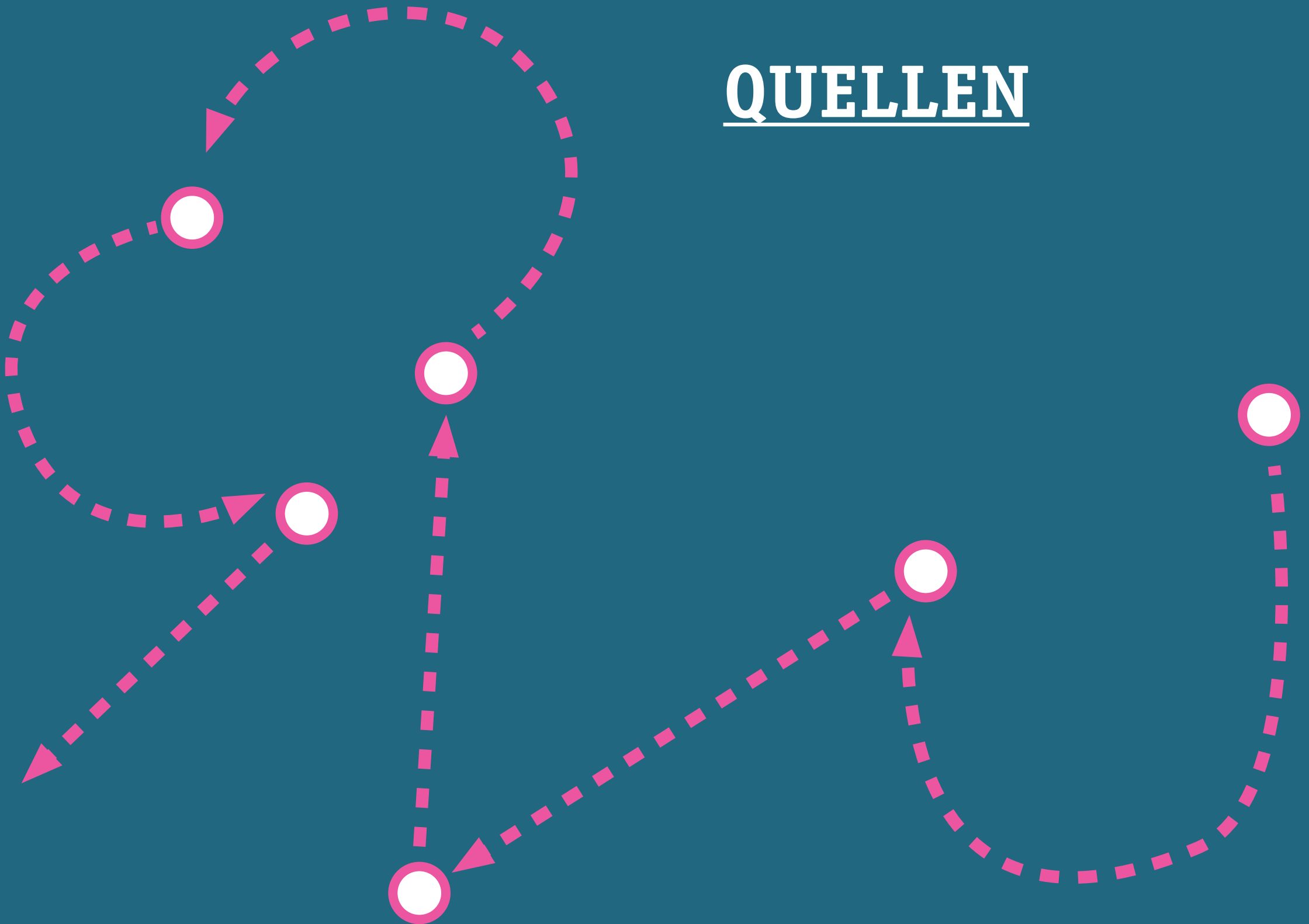
→ Diese Methode hat das Ziel, Ideen zu entwickeln, Wissen auszutauschen und Kontakte zu knüpfen. Außerdem bewegen sich alle Teilnehmenden auf Augenhöhe. BarCamps leben von der Spontaneität und dem Aktivismus der Partizipierenden. Sowohl in der Organisationsform als auch in der Durchführung werden BarCamps vom Selbstorganisationsgedanken geprägt.

MEHR DAZU UNTER

→ <http://barcampfrauen.de/>



QUELLEN



Die Autor_innen

→ **Dr. Christian Demuth** arbeitet als politischer Berater in Sachsen und ist Vorsitzender des Vereins Bürger.Courage, der sich gegen Rassismus in Dresden engagiert.

→ **Dr. Stefanie Elies** ist Leiterin des Referats Forum Politik und Gesellschaft der Friedrich-Ebert-Stiftung.

→ **Dr. Manuela Erhart** ist Leiterin der Abteilung Politischer Dialog der Friedrich-Ebert-Stiftung.

→ **Yvonne Lehmann** ist Referentin für Jugend und Politik/Antidiskriminierung im Forum Politik und Gesellschaft der Friedrich-Ebert-Stiftung.

→ **Simon Raiser** ist Gründer und Geschäftsführer von planpolitik und kümmert sich in diesem Rahmen um Veranstaltungskonzeption und -durchführung.

→ **Sebastian Serafin** arbeitet als Kommunikationsberater.

→ **Björn Warkalla** ist Gründer und Geschäftsführer von planpolitik und kümmert sich in diesem Rahmen um Veranstaltungskonzeption und -durchführung.

→ **Urban Überschär** ist Leiter des Landesbüros Niedersachsen der Friedrich-Ebert-Stiftung.

IMPRESSUM

ISBN: 978-3-95861-845-9

HERAUSGEBERIN:

Friedrich-Ebert-Stiftung
Forum Politik und Gesellschaft
Hiroshimastr. 17 • 10785 Berlin
www.fes.de/forumpug

ANSPRECHPARTNERIN:

Yvonne Lehmann
Forum Politik und Gesellschaft • Friedrich-Ebert-Stiftung Berlin
Yvonne.Lehmann@fes.de

**LEITERIN DES REFERATS FORUM POLITIK
UND GESELLSCHAFT:**

Dr. Stefanie Elies

MITARBEIT:

Paula Schweers

GESTALTUNG:

Andrea Schmidt • Typografie/im/Kontext

DRUCK:

Druckerei Brandt GmbH, Bonn
Gedruckt auf RecyStar Polar, 100% Recyclingpapier,
ausgezeichnet mit dem blauen Umweltengel.

Eine gewerbliche Nutzung der von der FES herausgegebenen Medien ist ohne schriftliche Zustimmung seitens der FES nicht gestattet.

© 2017 • Friedrich-Ebert-Stiftung
Forum Politik und Gesellschaft • www.fes.de