

Materialien
zur praktischen Gestaltung von Regionalforen

mit Werkzeugen und Handlungsanleitungen für

die erste Orientierung

die strategische Themenfindung und den Start

die professionelle Planung
und Begleitung von Vorhaben

und

mit aktivierenden Methoden für die interne Leitung
und Gestaltung von Veranstaltungen

Wie starten wir mit unserem Regionalforum?

Erfolg mitdenken – einen Schwerpunkt für unser Regionalforum finden

Regionalforen – konkret angepackt ...

Leitfragen zur Umfeldanalyse

Praxisbeispiel zur strategischen Kommunikation und Überzeugung

Beispiele zur Kommunikations- und Medienplanung

Wie können wir unsere Aktivitäten im Regionalforum steuern?

Aktionen und Projekte auf den Weg bringen und professionell begleiten

Vier Schritte zur Aufgabenplanung

Erfolg mitdenken: Arbeitsorganisation für ein Regionalforum

Planungsinstrument zur Zielbestimmung: SMAR mit Beispielen

Praxisbeispiel zur Zielplanung

Planungsinstrument für Projekte - Leitfragen

Zusammensetzung einer Projektgruppe

Projektmanagement – Mind map (Planungslandkarte) zur Übersicht

Kommunikation gestalten Beteiligung fördern

Kommunikation – die 4 Seiten einer Nachricht

Kommunikation positiv gestalten

Mitstreiter gewinnen

(Kommunikations-)Regeln in der Moderation

Souverän mit Killerphrasen umgehen

These zum Einstieg in eine Diskussion

Brainstorming mit Beispiel

Tätigkeitskatalog mit Beispiel

Mind mapping (Gedankenkarte) zur Strukturierung von Themenfeldern

Mit Fragen führen

Was ist eine gute Frage in Beteiligungsprozessen

Offene und geschlossene Fragen

Fragetechniken zur Problembearbeitung mit Beispielen

Kreativitätstechnik „Kopfstand-Methode“

Befragungen vorbereiten und durchführen

- Beispiele für Befragungstechniken
- Befragungstool der IG BCE – das Mafotool

Wie gestalten wir Veranstaltungen?

Aktivierende Gruppenmethoden mit Beispielen

Podiumsdiskussion

Rotationsmethoden: world café und Parcours

Aufstellungen im Raum

Abfragen mit Punkten auf Pinnwänden/Plakaten

Ampelbewertungen

Murmelgruppen

Befragung mit Wandzeitung

Regionalforen – konkret angepackt ...

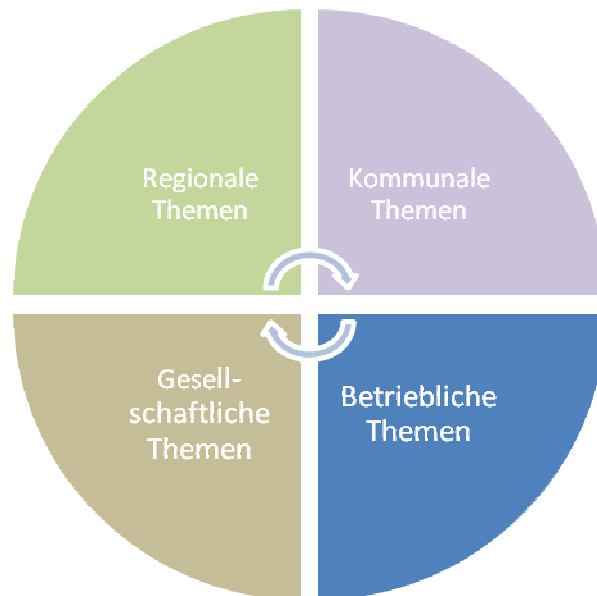
- Themen eines Regionalforums orientieren sich an Bedürfnissen einer Zielgruppe und/oder an konkreten Interessenslagen in einer Region.
- Ein Regionalforum ist attraktiv, wenn es handlungsorientiert ist. Dann hat es das Potenzial, die Motivation für gewerkschaftliches Engagement zu fördern.
- Wichtige Grundlagen sind Austausch und unkonventionelle Wege.
- Angepasst an konkrete Vorhaben im Regionalforum wird ein verbindlicher Rahmen für den Austausch von Wissen und Erfahrungen geschaffen. Alle können ihre Erfahrungen einbringen.
- Ein Regionalforum steht und fällt mit dem gegenseitigen Vertrauen, gerade auch Ungewöhnliches zu wagen. Vertrauen entsteht meist im Prozess der Gestaltung und wächst mit gemeinsamen Erfahrungen.
- Gegenüber herkömmlichen Gremienstrukturen gewinnt ein Regionalforum seine Attraktivität dadurch, dass es Freiräume und Gestaltungsspielräume gibt.
- Diese Gestaltungsspielräume ermöglichen einen persönlichen (Kompetenz-)Gewinn wie z.B. Neues zu erproben und den persönlichen Erfahrungsschatz zu erweitern.
- Die Anforderungen in einem Regionalforum bieten Gelegenheit und Chance für vielfältiges Lernen beispielsweise in der Gestaltung von Organisations- und Führungsaufgaben. Diese Chancen und Perspektiven sind gerade auch für junge Mitglieder interessant.
- Zielorientierte Arbeit und gutes Netzwerken brauchen verlässliche Personen und Organisation.
- Auf der Seite der IG BCE schlagen positive Veränderungen und Innovationen in der Gewerkschaftsarbeit zu Buche.

Fazit

Regionalforen sind für die Entwicklung und das regionale Profil der IG BCE sehr wichtig. Dieser positive Entwicklungsschub ist nur mit euch, euren Ideen und eurem Handeln möglich!

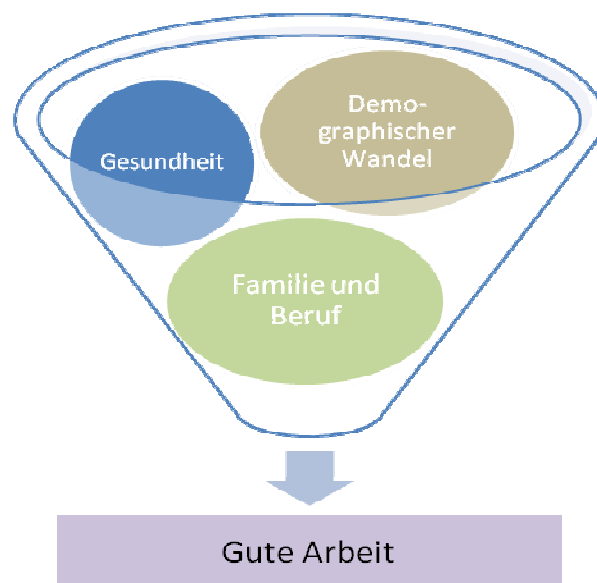
Konkret angepackt bietet ein Regionalforum viele positive Möglichkeiten und Chancen auch für Einzelne und Teams.

Leitfragen zur Umfeldanalyse



Leitfragen

- Welche Themen sind aktuell?
- Welche Themen brennen unter den Nägeln?
- Welche Themen sind etwas Besonderes?
- Welche Themen sind in der nahen Zukunft relevant?
- Welches sind Schnittpunktthemen wie z.B. Standortsicherung, Energieversorgung oder Umweltschutz?
- Welche gemeinsamen Bedürfnisse lassen sich ableiten?
- Wo sind noch Potentiale – auch für das Profil der IG BCE – zu erschließen?



Strategische Kommunikation und Überzeugung – ein Praxisbeispiel aus Hamburg

Aktion und Ziel: Wir wollen erreichen, dass die verkommene Tafel zum Gedenken an erschossene Opfer des Nationalsozialismus erneuert und gepflegt wird.

Beispiele: Situationsbeschreibung		Was wollen wir erreichen? Unser Ziel ...
Wollen wir für das Thema möglichst breit sensibilisieren?	ja	Wir wollen, dass die Öffentlichkeit auf den Missstand aufmerksam wird; gleichzeitig soll unser Profil „IG BCE gegen rechts“ sichtbar sein
Wollen wir Missstände in der Region anprangern und den Handlungsbedarf herausstellen?	ja	Die alte Gedenktafel ist verkommen und eine Schande für unsere Stadt. Es ist überfällig, das was geschieht.
Gibt es eine spezielle Aufgabenstellung (z.B. die Überzeugung für ein Vorhaben)?	ja	Die Kommunalverwaltung hat ihr zugesagtes Vorhaben verschleppt, den Missstand zu beheben und die Tafel zu erneuern. Wir wollen öffentlichen Druck organisieren und die Politik zum Handeln zwingen.
Soll für eine bestimmte Aktivität z.B. für eine Informationsveranstaltung geworben werden?	Ja	Mit einer Veranstaltung zur Erinnerung an das Geschehen und mit eigenen Aktivitäten als IG BCE-Projektgruppe wollen wir präsent sein. Eine wichtige Aktivität ist es, potentielle Partner anzusprechen und für ein Engagement zur Erneuerung des Gedenksteins zu gewinnen
Wird eine sachliche Ergebnisdarstellung verfolgt z.B. kontinuierlich zum Arbeitsstand des Regionalforums?	Ja	Wir wollen regelmäßig mit unseren Aktivitäten als IG BCE-Gruppe in Erscheinung treten, z.B. mit Pressemitteilungen
Sollen Multiplikator(inn)en für das Vorhaben gewonnen werden?	Ja	DGB und andere Einzelgewerkschaften sowie politische Parteien, z.B. die SPD
Sollen engagierte Mitarbeiter/innen für eine Aktivität überzeugt werden?	Ja	Ehrenamtliches Engagement würde helfen, dass unsere Gedenktafeln in einem guten Zustand bleiben. Wir brauchen verlässliche Mitstreiter/innen zur Pflege von Gedenksteinen.

Das wurde in unserem Beispiel erreicht ...

- Es gab eine zielführende Zusammenarbeit mit unterschiedlichen Partnern
- Ausgehend vom öffentlichen Anprangern des Missstandes (Skandalisierung) ist es gelungen, das Optimum zu erreichen und eine neue Tafel zu realisieren

- Netzwerk Regionalforum: Es wurde ein Betrieb gewonnen, der seine Ressourcen im Rahmen der Ausbildung zur Verfügung stellt und eine neue Gedenktafel von jugendlichen Beschäftigten herstellen lässt

Vier Schritte zur Aufgabenplanung

1. Schritt - Welches Thema hat Priorität?

Sammeln der aktuellen Themen in der Region
Ordnen: Was gehört zusammen?
Gewichten und Einschränken: Worauf sollten wir uns konzentrieren?
Was ist drängend für die Menschen?
Was hat strategische Bedeutung und Außenwirkung?
Wozu sind wir motiviert?

Schwerpunkt bestimmen.

2. Schritt - Was konkret wollen wir erreichen?

Ziele konkret und überprüfbar formulieren: Was genau wollen wir erreichen?
Wichtige Zwischenziele erfassen
Realisierbarkeit der Ziele abchecken
(Ressourcen und Unterstützung ausloten)

Ziel bestimmen.

3. Schritt - Wie können wir unsere Aufgaben strukturieren?

Aufgaben entsprechend der Ziele beschreiben
Arbeitsaufgaben ordnen, z.B. kontinuierliche Informationsaufgaben
spezielle Aufgaben und Verantwortlichkeiten für Einzelne
Dauer und Arbeitsumfang der Aufgaben abschätzen
Aufgaben nach Wichtigkeit und Dringlichkeit bewerten

Aufgaben festlegen.

4. Schritt – Wie verteilen wir Aufgaben und Verantwortlichkeiten?

Aufgaben nach Kompetenz und/oder Interesse vergeben
Bildungsbedarf zur Erledigung spezieller Aufgaben festhalten
Zuständigkeiten berücksichtigen (z.B. BR, VL, OG)
Erledigungstermine und Ergebnismeldung der verteilten Aufgaben konkret festlegen

Wie starten wir mit unserem Regi
Erfolg mitdenken ...

Aufgaben verbindlich planen.

Erfolg mitdenken: Arbeitsorganisation für ein Regionalforum

Richtung und Ziel für den Schwerpunkt sind geklärt.

Das Regionalforum legt in einer Sitzung Schwerpunkt, Ziele und Aufgaben fest.

Gewerkschaftliche Ebenen sind eingebunden.

Es besteht Klarheit, in welche Richtung die Arbeit gehen soll.

Die Einbindung und Zusammenarbeit mit gewerkschaftlichen Ebenen ist bedacht.

Die Arbeitsweise ist geklärt.

Als Arbeitsweise empfiehlt sich die Projektarbeit.

Es gibt ein Leitungsteam für die Projektarbeit.

- Für die Leitung des Projekts wird ein Team gebildet.
 - Es wird überlegt, wer im Projekt mitarbeiten soll und kann.
 - Das Leitungsteam übernimmt die Aufgabe, potentielle Mitstreiter/innen anzusprechen und zu motivieren.
-

Jederzeit sind Kompetenzen und Ressourcen des Regionalforums eingebunden.

Das Leitungsteam plant das Vorgehen und sorgt dafür, dass die vorhandenen Kompetenzen und Ressourcen aus dem Regionalforum eingebunden werden.

Notwendige Unterstützung wird organisiert.

Planungsinstrument zur Zielbestimmung mit SMART mit Beispielen

S	<p>Systematisch</p> <p>Das heißt vor allem: positiv und konkret</p> <p>Was genau soll am Ende unseres Vorhabens/nach Abschluss unseres Projektes anders sein als bisher?</p>
M	<p>Messbar</p> <p>Wie lässt sich unser Ergebnis – das was wir erreichen wollen - objektiv überprüfen?</p>
A	<p>Aktionsorientiert</p> <p>Wie machen wir auf uns aufmerksam? Wie nehmen wir die Menschen mit? Wie erzielen wir öffentliche Wirkung?</p>
R	<p>Realistisch</p> <p>Haben wir die notwendigen Ressourcen und Handlungskompetenzen, um das Ziel zu verfolgen und wirksam zu sein? Wie organisieren wir Unterstützung?</p>
T	<p>Terminiert</p> <p>Was konkret soll bis wann erreicht sein?</p>

Zielebenen

- Ein Ziel hat eine **inhaltliche Ebene**.
 - Was soll erreicht werden?
Zum Beispiel: Wir haben eine fundierte Kenntnis über die Problemlage und ihre Ursachen.
- Ein Ziel hat eine **zeitliche Ebene**.
 - Zum Beispiel: Wir wollen zu einem festgelegten Zeitpunkt der Zielgruppe die Problemlage präsentieren und Handlungsschritte diskutieren.
 - Nun wird bestimmt, wann die (Teil-)Ergebnisse vorliegen müssen, um das Oberziel (die Präsentation und Diskussion am) zu erreichen.
Zum Beispiel: Bis wann muss feststehen, **wer** zur Problemlage befragt wird; bis wann sollen die Gespräche abgeschlossen sein
- Ein Ziel hat eine **quantitative Ebene**.
 - Welche **Anzahl** von Gesprächen (z.B. 20) sollen geführt werden.

Ein Ziel soll ergebnisoffen sein. Das heißt: Es gibt verschiedene Wege zur Zielerreichung. Konkrete und realistische Ziele leiten unser Handeln und motivieren uns.

Ziele sollten jedoch im Laufe der Arbeit überprüft und den (neuen) Rahmenbedingungen im Prozess angepasst werden. Dafür ist es oft wichtig, Feedback einzuholen und einzelne Arbeitsabschnitte auszuwerten.

Praxisbeispiel zur Zielplanung:

Geht man wie im Beispiel vor, sind auch schon wichtige Arbeitsschritte mit berücksichtigt.

<p>Was wollen wir erreichen?</p>	<p>Wir wollen mit den Bewohnern der Straße und Experten Lösungen erarbeiten, wie die immens gestiegene Verkehrsbelastung in der Straße verringert werden kann. Auf die Entscheidungsträger soll Handlungsdruck ausgeübt werden.</p> <p>Wir wollen mit unserem gewerkschaftlichen Know-how überzeugen und eine positive Öffentlichkeit für unser Regionalforum herstellen.</p>
<p>Was soll anders sein als vorher?</p> <p>Wir organisieren unseren Protest und die Problemlösung mit Interessenspartnern.</p>	<p>Ein Problem der Mitglieder und Menschen wird zu einem politischen Handlungsfeld unterschiedlicher Gruppen: wir als IG BCE-Regionalforum, im Umweltschutz Engagierte, engagierte Eltern mit kleinen Kindern, Autofahrer ...</p> <p>Wir können Kompromisse finden und gemeinsam den Druck verstärken.</p>
<p>Wie können wir unseren Erfolg überprüfen?</p>	<p>Wenn es uns gelingt, das Thema öffentlich zu machen und die Entscheidungsträger zu überzeugen durch: Aktionen, Presse, Rundfunk, ...</p>
<p>Liegt das Ziel innerhalb unseres Kompetenz- und Entscheidungsbereichs?</p>	<p>Ja, denn wir können Veranstaltungen organisieren und mit gestalten, in denen die Anwohner, im Verkehrs- und Umweltschutz engagierte oder interessierte Mitglieder, andere Gruppen und Experten zusammenkommen und Vorschläge erarbeiten.</p> <p>Nein, denn wir können nicht über wichtige Maßnahmen der Umsetzung entscheiden, aber wir können den Druck erhöhen.</p>
<p>Bis wann soll das Ergebnis vorliegen?</p>	<p>Bis zum soll ein Vorschlag mit einer Unterschriftenliste überreicht werden.</p> <p>In der Stadtratssitzung am soll das Problem und das „Bürgerbegehren“ ein Tagesordnungspunkt sein.</p>
<p>Können wir das Ziel mit den vorhandenen Ressourcen erreichen?</p>	<p>Ja, aber wir sollten uns unterstützen lassen, z.B. durch Umweltgruppen, Verkehrsexperten, Medien ...</p>
<p>Ist das Ziel so formuliert, dass verschiedene Wege zu seiner Erreichung denkbar sind?</p>	<p>Ja, denn wir können uns die Arbeitsformen auswählen: wie wir die Informationen sammeln, für das Problem sensibilisieren und Veranstaltungen organisieren ...</p>

Planungsinstrument für Projekte mit Leitfragen

I. Zielplanung: Bestimmt die Ziele eures Vorhabens/eures Projektes so konkret wie möglich ...	II. Planung der Arbeitsschritte: Überlegt das Vorgehen, wie ihr die Ziele erreicht ...
<p>Was soll nach dem Abschluss des Vorhabens/des Projekts erreicht sein?</p> <p>In welche Teilziele lässt sich das Gesamtziel untergliedern?</p> <p>In welcher Reihenfolge sollen die Ziele bearbeitet werden?</p>	<p>Wie müssen wir vorgehen, um die Ziele zu erreichen (welche Arbeitsschritte)?</p> <p>Womit beginnen wir? Welche Schritte bauen aufeinander auf?</p> <p>Welche Hilfen benötigen wir?</p>
III. Zeitplanung: Stimmt Arbeitsschritte und Zeitplanung aufeinander ab ...	IV. Planung Ergebnisse: Überlegt, wie ihr mit den Ergebnissen umgeht ...
<p>Welche Termine setzen wir uns für das nächste halbe Jahr (z.B. Meilensteine)?</p> <p>Bis wann sollen welche Ergebnisse vorliegen?</p>	<p>Wer ist zu informieren (z.B. über Zwischenergebnisse/Meilensteine)?</p> <p>Wie werten wir unsere Arbeit aus?</p> <p>Wie präsentieren wir unsere Ergebnisse?</p> <p>Wie „vermarkten“ wir unseren Erfolg?</p>

Zusammensetzung einer Projektgruppe

Erste und beste Voraussetzung ist es, dass die Projektteilnehmenden engagiert hinter dem Projektvorhaben und seinem Ziel stehen. Die Projektgruppe muss nicht groß sein. Schon mit drei engagierten Menschen könnt ihr sehr gut arbeiten – vielleicht sogar besser als mit einer größeren Gruppe. Eine allgemeine Faustregel ist, dass eine Projektgruppe nicht mehr als sechs bis acht Teilnehmende haben sollte.

Lasst euch in eurer Arbeit vom Grundsatz leiten: „Die die da sind, sind die Richtigen!“ Denn bei diesen Menschen ist die Energie oder wie auch manche sagen „Leidenschaft“ da, eine Sache in die Hand zu nehmen und voranzubringen.

Interessierte als Experten einbeziehen

Sinnvoll und wirkungsvoll ist es, wenn ihr als kleine Kernprojektgruppe gezielt andere Interessierte für bestimmte Inhalte als Experten/Berater mit hinzuzieht. Damit zeigt ihr eure Wertschätzung für Andere mit ihrem Wissen und ihren Erfahrungen. Das motiviert alle, ist „gelebtes Netzwerken“ und wirkt sich positiv auf euch, das Regionalforum und ein zukünftiges Engagement aus.

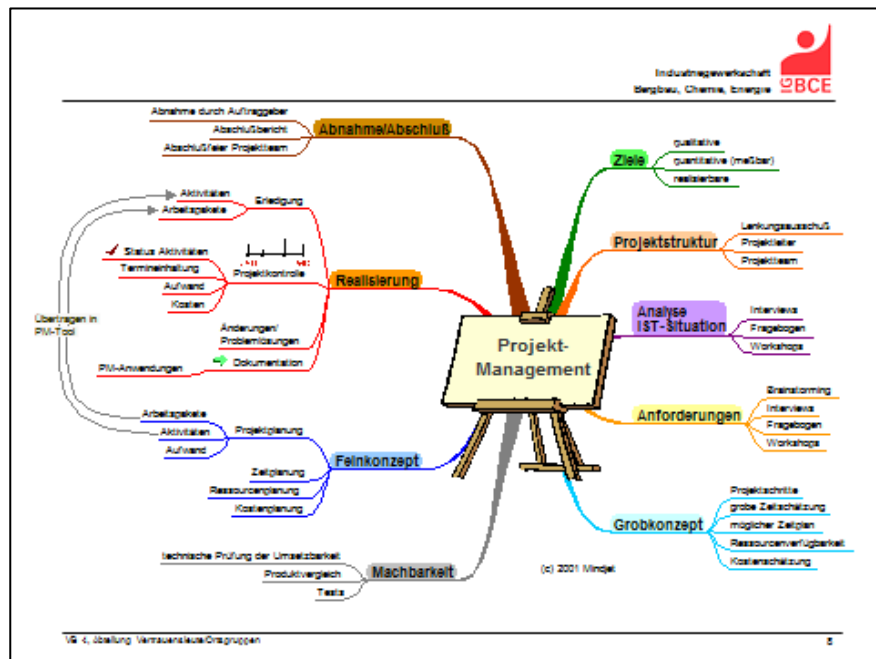
Ihr könnt die Interessierten am Thema auch dadurch einbeziehen, dass ihr über den Stand der Projektarbeit informiert. Und wenn die so Informierten dann merken „Das ist ja richtig gut, was die machen und wie die das machen!“ – und sich das auch noch rumspricht, habt ihr eine super Wirkung erzielt.

Natürlich trägt das Regionalforum die Verantwortung für seine Projekte wie auch für die Kommunikation und den Austausch mit dem Bezirk. Erfahrungen zeigen, dass es sehr wichtig ist, dass ein Regionalforum – wie z.B. durch einen Lenkungsausschuss - einen klaren Auftrag an die Projektgruppe und ihre Leitung erteilt. Das heißt, ein Regionalforum sollte das Projektziel und den Auftrag bestimmen – sodass die Projektgruppe den Weg erarbeiten kann, wie das Ziel zu erreichen ist.

Voraussetzungen für ein verlässliches Engagement in Projekten

- Die Projektteilnehmenden sollten Motivation mitbringen. Sie sollten bereit sein, sich für eine überschaubare befristete Zeit zu engagieren und eigene Ressourcen einsetzen.
- Eigene Betroffenheit, Identifikation mit dem Vorhaben und „Biss“ das Ziel zu erreichen sind das Fundament für ein verlässliches Engagement.
- Aus strategischer Sicht sollten die Teilnehmenden eine Unterstützung für die Umsetzung der Projektergebnisse sein.

Projektmanagement Mind map (Planungslandkarte) zur Übersicht auf einen Blick



Haupt- und relevante Nebenzweige

- **Ziele:** qualitative und quantitative Ziele, realistische Ziele
- **Projektstruktur:** Lenkungsausschuss, Projektleitung und –team
- **Analyse Ist-Situation:** Erhebung durch Interviews, Fragebogen, Workshops
- **Anforderungen:** Erhebung durch Brainstorming, Interviews, Fragebogen, Workshops
- **Grobkonzept:** Projektschritte, grobe Zeitschätzung, möglicher Zeitplan, Ressourcenverfügbarkeit, Kostenabschätzung
- **Machbarkeit:** Prüfung der Umsetzbarkeit, Akzeptanz und Wirkung, Feedback der Zielgruppe
- **Feinkonzept:** Zeitplanung, Ressourcenplanung, Kostenplanung, Projektplanung im Detail, z.B. der Projektsitzungen
- **Realisierung:** Arbeitspakete, Aktivitäten, Aufwand, Problemlösungen, Stuserhebung zu den Aktivitäten, Erledigungen, Projektkontrolle
- **Abnahme/Abschluss:** Abnahme durch Auftraggeber, Dokumentation der Ergebnisse, Abschlussfeier Projektteam

Vorbereitung von Aktionen – 1 -

Die Fragen sind Anregungen, die je nach Situation passend auszuwählen sind.

<p>Aktionsinhalte und Ausgangsposition klären</p> <p>Welche Botschaften wollen wir transportieren?</p>	<p>Welche Inhalte sind uns wichtig?</p> <p>Welche Botschaft(en) haben wir?</p> <p>Welche Aussagen bekräftigen unsere Botschaft(en)?</p> <p>Welchen Anlass wählen wir aus?</p> <p>Wie wird unsere Aktion zu einem Anliegen für die Mitbürger/-innen und das Gemeinwesen?</p>
<p>Zielsetzung konkret machen und überprüfen</p> <p>Entscheidungen treffen</p>	<p>Welche Ziele wollen wir mit unserer Aktion erreichen? Sind sie sinnvoll, positiv formuliert, mit eigenen Mitteln erreichbar, relevant für das Umfeld und überprüfbar?</p> <p>Ist eine Identifikation mit den Zielen für die Zielgruppe möglich?</p> <p>Passen Ziele und Aktionsinhalt zusammen? Sind Ziele flexibel an kurzfristige Änderungen anpassbar?</p> <p>Welche Zwischenziele sollten wir uns setzen?</p> <p>Wer unterstützt uns bei der Erreichung unserer Ziele?</p> <p>Welche Ressourcen gilt es zu aktivieren?</p>
<p>Strategie überprüfen:</p> <p>Wie können wir Wirkung erzielen?</p>	<p>Sind die Botschaften so einfach wie möglich und so komplex wie nötig?</p> <p>Entfacht unsere Strategie Begeisterung zum Mitmachen bei vielen Akteuren?</p>
<p>Partner finden</p>	<p>Mit wem lässt sich die Aktion gemeinsam veranstalten?</p> <p>Wer sollte in die Aktion einbezogen werden?</p> <p>Was ist zu beachten: Wer sind unsere „Gegner“? Was sind die Vor- und Nachteile einer möglichen Kooperation?</p> <p>Auf welche Unterstützungsnetzwerke können wir bauen?</p>
<p>Zeitplan erstellen</p>	<p>Verbindlichkeit sichern.</p> <p>Nicht zu engen Zeitplan gemeinsam im Team festlegen.</p> <p>Ausgedruckten Zeitplan jedem Teammitglied mitgeben.</p>

Vorbereitung von Aktionen – 2 -

Die Fragen sind Anregungen und zu eurer Situation passend auszuwählen.

Öffentlichkeitsarbeit/ Presse vorbereiten	Wer soll wann von der Aktion erfahren? Welches Medium ist geeignet für eine breite Wirkung?
Materialien und Standort(e) checken	Gemeinsam Materialliste erstellen und festlegen, wer was organisiert. Hindernisse und Risiken bedenken. Standorte bewerten und auswählen
Organisationscheck vornehmen	Organisation und Mittel überprüfen: Ist der Zeitbedarf richtig eingeschätzt? Haben wir alle Materialien? Stolpersteine frühzeitig erkennen und vermeiden.
Verantwortlichkeiten überprüfen	Wer entscheidet was? Wer ist das verantwortliche Team? Wer ist für welche Aufgaben zuständig? Wie kommunizieren wir vorab und während unserer Aktion?
Aktion nachbereiten	Teamarbeit und Ergebnisse auswerten. Zeitpunkt dafür festlegen? Was ist gut gelaufen? Was wollen wir verbessern? Was wollen wir feiern? Ergebnisse öffentlichkeitswirksam aufbereiten für innerbetriebliche und lokale Medien, Internetseite der IG BCE
Erfolge bewerten	Haben wir erreicht was wir wollten? Warum? Wie sind wir bei den Adressaten angekommen? Wie beurteilen die Unterstützer und Gegner das Erreichte? Wollen die Akteure ihr Engagement beibehalten, erweitern oder einschränken? Was sind die Gründe dafür und was sollten wir verändern?

Ein Praxisbeispiel zur Aktions- und Aufgabenplanung

Im Beispiel geht es um eine Großmarkt-Verlegung, die ein drängendes Problem für die betroffenen Mitbürger darstellt. Das Regionalforum will mit anderen Verbündeten Einfluss auf die Kommunalpolitik nehmen und die Verlegung verhindern. Das Vorhaben ist stark aktionsorientiert. Die Aktionen sollen dazu dienen, die politisch Verantwortlichen zu überzeugen und Druck zur Erreichung des Ziels – Der Markt wird nicht verlegt! – auszuüben.

Das Regionalforum geht so vor ...

1. Schritt

Die Ausgangssituation wird geklärt: Warum will das Regionalforum sich engagieren? Welche Arbeitsstrukturen passen zum Thema und zu den Aufgaben? Welche Ressourcen sind vorhanden?

2. Schritt

Das Regionalforum bildet eine Arbeitsgruppe mit dem Auftrag, zunächst eine Info-Veranstaltung für die Bürger zu planen. Ziel der Veranstaltung ist es, zunächst nur die betroffenen Bürger mit ihren Anliegen zu Wort kommen zu lassen. Dem Regionalforum ist es wichtig, dass nicht die Politiker dominieren – deshalb werden diese auch nicht eingeladen.

3. Schritt

Die Informationsveranstaltung wird durchgeführt und ausgewertet. Sie ist der Startpunkt für weitere Aktionsfelder und das gezielte Aufgabenmanagement im Regionalforum.

Aktionsfelder und Aufgabenmanagement des Regionalforums nach der Informationsveranstaltung

- Teilnahme an Bürger-Informationen mit dem Ziel, eine verlässliche Plattform für die Bürgerinformation zu etablieren
- Öffentlichkeitswirksame Kontaktaufnahme mit den politisch Verantwortlichen durch einen Brief an den Landrat
- Bildung einer Arbeitsgruppe zur Planung weiterer Aktionen
- Entwicklung einer Strategie zur Erhöhung des Drucks: Verbündete suchen, Zusammenarbeit mit Bürgerinitiativen angehen
- Verstärkung der Öffentlichkeitsarbeit durch Auftrag an ein verantwortliches Team

Im Beispiel sind folgende Aspekte der Aktionsplanung gut umgesetzt ...

- Das oberste Ziel „Verhindern der Verlegung“ wurde mit Zwischenzielen konkretisiert und in Handlungsschritte umgesetzt
- Das Regionalforum hat Entscheidungen für Aktivitäten getroffen, z.B. dass es sich Verbündete suchen will

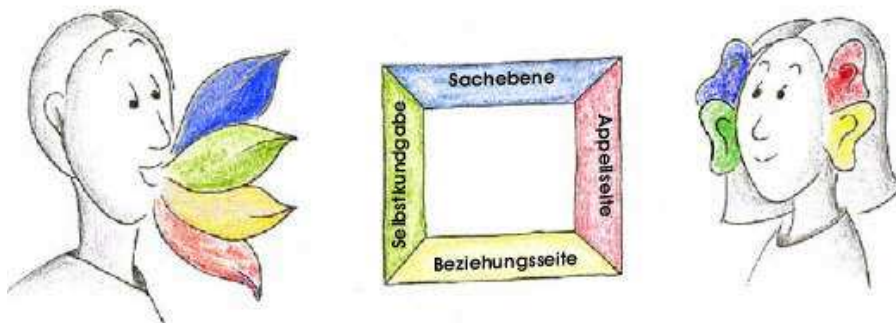
Inwieweit wurden Erfolgskriterien der Aktionsplanung umgesetzt?

Erfolgskriterien	
Die Ziele sind relevant für das Umfeld und überprüfbar.	<input checked="" type="checkbox"/>
Die Betroffenen identifizieren sich mit den Zielen.	<input checked="" type="checkbox"/>
Ziele und Aktionsinhalte passen gut zusammen.	<input checked="" type="checkbox"/>
Zwischenziele sind berücksichtigt und geeignet, Druck aufzubauen.	<input checked="" type="checkbox"/>
Die Zwischenziele sind flexibel an kurzfristige Änderungen anzupassen.	<input checked="" type="checkbox"/>
Ressourcen können aktiviert werden bzw. sind bereit gestellt. Arbeitsgruppen mit klarer Aufgabenübertragung (AG Aktionsplanung und AG Öffentlichkeit) Zusammenarbeit mit Verbündeten	<input checked="" type="checkbox"/>
Ist das Hauptziel – Verlegung verhindern! – zu erreichen? Hierzu müssten voraussichtlich Kompromisse erarbeitet werden.	?

Kommunikation - die 4 Seiten einer Nachricht (nach Schulz von Thun)

- Die „4 Seiten einer Nachricht“ helfen, die vielfältigen Botschaften einer Nachricht zu erkennen und zu sortieren.
- Eine Nachricht enthält immer vier Botschaften: Sachinhalt, Selbstmitteilung, Beziehung und Appell.
- Für einen guten Empfang bräuchten wir somit vier – „gleich große“ – Ohren.
- Gesagt ist nicht gleich gehört und gehört ist nicht gleich verstanden: Die Empfänger entscheiden, was bei ihnen ankommt.
- $1 + 1 = 3$ – Das ist in der Kommunikation nicht selten. Denn in jeder Kommunikation gibt es eine Eigendynamik, die nicht nur aus der Summe der einzelnen Kommunikationspartner zu erklären ist.
- Störungen in der Kommunikation sind auf Merkmale der Beteiligten und auf ihr Zusammenspiel zurückzuführen.

Schulz von Thun hat die vier Seiten einer Nachricht als Quadrat dargestellt und dem Sender vier Schnäbel und dem Empfänger vier Ohren zugeordnet. Wenn wir miteinander reden, sind auf beiden Seiten gleichzeitig vier Schnäbel und vier Ohren beteiligt. Die Qualität des Gespräches hängt davon ab, in welcher Weise diese Aspekte der Kommunikation zusammenspielen.



	Schnäbel	Ohren
Sachebene	Worüber ich informiere ...	Es ist ... Daten, Fakten, Sachverhalte
Selbstmitteilung	Was ich von mir zeige ...	Ich bin ... Was sagt mir das über den anderen? Was ist das für einer? Wie ist er gestimmt?
Beziehungsseite	Was ich von dir halte und wie ich zu dir stehe ...	Du bist ... Wir sind ... Wie fühle ich mich behandelt durch die Art, wie der andere zu mir spricht? Was hält der andere von mir und wie steht er zu mir?
Appellseite	Was ich bei dir erreichen möchte ...	Ich will ... Du sollst ... Was soll ich jetzt machen, denken oder fühlen? Wünsche, Appelle, Ratschläge, Handlungsanweisungen ...

Kommunikation positiv gestalten

- Sachebene**
- Rede verständlich und benenne klar, um was es dir geht
- Worüber ich informiere ...**
- Hör gut zu und frag nach, damit du verstehst, worum es dem Anderen geht
 - Lege deine Interessen offen und akzeptiere die Interessen des anderen
 - Zeige die Differenzen auf, ohne zu bewerten
 - Strebe keine vorschnellen Lösungen an, wenn es darum geht ein Problem zu lösen

-
- Selbstmitteilung**
- Sprich in einem freundlichen Ton
- Was ich von mir zeige ...**
- Deine innere Haltung sollte mit deinen Worten übereinstimmen
 - Formuliere dein Anliegen klar und konkret, dann kann der andere nachvollziehen, was dir wichtig ist
- Appellseite**
- Was ich bei dir erreichen möchte ...**
- Sprich konkret von dir und deinem Anliegen; „dresche keine allgemeinen Phrasen“ wie z.B. „man müsste und sollte ...“
 - Äußere deine Wünsche und begründe diese

-
- Beziehungsebene**
- Was ich von dir halte und wie ich zu dir stehe ...**
- Du respektierst den anderen und das zeigst du mit deiner Haltung: Ich bin ok; Du bist ok!
 - Höre aktiv zu und akzeptiere deinen Gesprächspartner in seinen Unterschieden zu dir, so wie du selbst auch akzeptiert werden möchtest
 - Bau eine Brücke, indem du Gemeinsamkeiten in den Mittelpunkt stellst. Dann ist es leichter, eine Verständigung zu wichtigen Punkten herbeiführen
 - Provoziere den anderen nicht dazu, sich verteidigen zu müssen
 - Dein Feedback ist wertschätzend und du selbst kannst berechnete Kritik annehmen, ohne dich verteidigen zu müssen
 - Nutze die Schwachstellen beim anderen nicht aus

Mitstreiter und Mitstreiterinnen gewinnen

Was ist zu beachten ...	Wie könnt ihr dabei vorgehen ...
<p>Schriftliche Information als Gesprächsöffner nutzen Es ist effektiv, wenn schriftliche und mündliche Informationswege genutzt werden und sich ergänzen.</p>	<p><i>Wir haben ein Flugblatt zur Idee hier im Betrieb verteilt. Hast du unsere Information schon lesen können?</i></p>
<p>Offene Fragen stellen Bei offenen Fragen ist es wichtig, auch Zeit zu haben zuzuhören. Durch aktives Zuhören und Nachfragen könnt ihr das Gespräch lenken. Offene Fragen sind die so genannten W-Fragen.</p>	<p><i>Wie findest du die Idee des Regionalforums der IG BCE eine Veranstaltung zur Energiewende anzubieten? Ich möchte dir unsere Überlegungen dazu vorstellen und dich fragen, was du davon hältst.</i></p>
<p>Motivation und Bereitschaft herausfinden Die möglichen Antworten sind: Ja, Vielleicht und Nein. Unterscheidet die Antworten - vor allem dann, wenn sie nur angedeutet werden ... Ja-Antworten sind das Ziel, aber manchmal ist das nicht über den direkten Weg zu erreichen. Geduld!!! Vielleicht-Antworten kann durch Kooperationsfragen nachgespürt werden. Nein-Antworten sind zu akzeptieren, sonst ist eine zukünftige Kooperation ausgeschlossen. Nicht zu überreden versuchen!</p>	<p><i>Wir wollen, dass die Vertrauensleute das Interesse für die Informationsveranstaltung des Regionalforums herausfinden und auch dafür werben.</i> <i>Dafür möchte ich dich gewinnen – kannst du dir das vorstellen?</i></p>
<p>Bedingungen besprechen, unter denen eure Gesprächspartner sich engagieren würden Mit Kooperationsfragen lässt sich abschätzen, was noch gebraucht wird für die Entscheidung. Es kann sich dabei herausstellen, dass kein Interesse an einer Mitarbeit besteht.</p>	<p><i>Ich merke, dass du noch schwankst, dir nicht sicher bist ...</i> <i>Was brauchst du, um dich für ein Engagement zu entscheiden?</i></p>
<p>Feedback einholen durch Nachfragen Ihr könnt überprüfen, ob ihr einen Sachverhalt richtig verstanden habt.</p>	<p><i>Ist das so richtig bei mir angekommen, dass ...</i></p>
<p>Die Entscheidung herbeiführen Stellt eine Entscheidungsfrage an, wenn ihre eine klare Antwort braucht. Entscheidungsfragen nicht als „moralisches“ Druckmittel missbrauchen.</p>	<p><i>Willst du in unserem Regionalforum zu diesem Thema mitarbeiten?</i> <i>Ich brauche deine verbindliche Zusage!</i></p>

(Kommunikations-)Regeln in der Moderation

"Moderieren" nennen wir alle Bemühungen, eine Gruppe zu leiten, um den Meinungs- und Willensbildungsprozess in dieser Gruppe zu ermöglichen und zu erleichtern, ohne inhaltlich einzugreifen.

Moderator/-innen sind methodische Helfer, die ihre eigenen Meinungen, Ziele und Wertungen zurückstellen können. Das Verhalten, das dieser Aufgabe entspricht, wird durch die folgenden 12 Regeln umrissen (nach Klebert, Schrader, Straub: Moderationsmethode).

- 1. Fragen statt sagen**

Fragen ist das Werkzeug, das Kommunikation in Gang setzt. Die Aufgabe des „Helfers“ ist es, durch Fragen den konstruktiven Kommunikations- und Austauschprozess zu organisieren.
- 2. Es ist alles eine Frage der Haltung**

Es ist wichtig, mir als Moderator bewusst zu werden, welches Menschenbild ich habe und wie ich die jeweilige Gruppe sehe. Denn genau das strahle ich auf die Gruppe aus und sie wird es mir in Verhalten und Stimmung reflektieren. Das heißt nicht, dass ich mich verstellen soll, sondern dass ich mir meiner Haltung bewusst werde und meinen Anteil an Problemen, die ich mit der Gruppe habe, nicht den Teilnehmenden in die Schuhe schiebe.
- 3. Nicht gegen die Gruppe ankämpfen**

Alle Leute, die vorne stehen, neigen dazu zu steuern. Der Moderator sollte wissen, dass er zwar das Steuerrad bedient und weiß, wie die Maschine funktioniert, aber dass die Gruppe den Kurs angibt. Um ein guter methodischer Helfer zu sein, muss er sich inhaltlich heraushalten. Nur unter dieser Bedingung ist die Methode kein Trick (Manipulation), sondern "Hebammenkunst".
- 4. Störungen haben Vorrang**

Jede körperliche Missstimmung und Störung (Hunger, Durst ...) und jede psychische Störung (Ärger, Angst ...) ist eine Lern- und Kommunikationsbarriere. Nicht bearbeitete Störungen verhindern oder verfälschen die Problemlösungen.
- 5. Unterscheide: Wahrnehmen, vermuten, bewerten**

Die meisten Missverständnisse entstehen dadurch, dass wir unsere Vermutungen über die Wirklichkeit nicht von unserer Wahrnehmung der Wirklichkeit trennen. Die Vermutung wird dann sehr schnell zu einer Bewertung, die aber nur auf einer möglichen Interpretation einer Wahrnehmung beruht, ohne Alternativen zuzulassen.
- 6. Ich statt man**

Probiere einfach aus, wie es ist, wenn Du in allen Sätzen, die Du normalerweise mit "man" formulierst, "ich" verwendest - und Du wirst die Nützlichkeit der Regel sofort erkennen. Die Regel ist ein Hilfsmittel, mehr Verantwortung zu übernehmen, mich anderen zu zeigen und mein Gefühl bei mir zu lassen.

- 7. Nicht-sprachliche Signale beachten**
- Die Körpersprache, also Mimik, Gestik, Haltung und Bewegung des gesamten Körpers vermitteln Botschaften, die manchmal dem, was gesprochen wird, widersprechen können. Mit diesen Signalen arbeiten zu können, ist eine Frage, wie ich meine Beobachtung konzentriere. Normalerweise sind wir auf die gesprochene Aussage konzentriert und alle anderen Botschaften wirken unterschwellig, ohne dass sie uns bewusst werden.
- 8. Nicht bewerten und beurteilen**
- Auch der oder die Moderator/in ist ein Mensch mit Wertungen, Meinungen und Vorurteilen. Solange er/sie jedoch moderiert, muss er/sie die persönlichen Bewertungen zurückstellen und jeden Menschen und jede Meinung gleich wichtig und neutral annehmen. Nur wer keine Meinung inhaltlich wertet, gewinnt das Vertrauen jedes einzelnen Gruppenmitglieds.
- 9. Sich nicht rechtfertigen**
- Ein altes französisches Sprichwort sagt: "Wer sich entschuldigt, klagt sich an". Das können wir übernehmen. Zumindest ist sich rechtfertigen überflüssig und führt meist zu einem unfruchtbarem Hin- und Herschieben von Vorwürfen.
- 10. Nicht über die Methode diskutieren**
- Während der Moderation eines Problems über die Methode zu diskutieren, ist wie über die Liebe zu reden, statt zu lieben. Moderieren besteht in methodischen Aktionen, und nicht im darüber reden. Eine ganz andere Situation ist natürlich gegeben, wenn der Moderator andere Moderatoren ausbildet: dann ist die Moderation Inhalt der Diskussion.
- 11. Zu zweit moderieren**
- "Die Moderierenden" stehen der Teilnehmergruppe als Kleinstgruppe gegenüber und nicht als Einzelperson, auf die sich alle fixieren. Zwei Menschen bieten den Teilnehmenden ein wesentlich breiteres Verhaltensspektrum zur Orientierung als einer. Wem der eine Moderator nicht sympathisch ist, dem liegt vielleicht der andere, so dass jeder einen Anknüpfungspunkt für sich finden kann.
- 12. Je nachdem**
- Diese letzte und zugleich oberste Regel des Moderierens besagt, dass ich die elf vorhergehenden wieder "vergessen" muss, weil sie mir zum Selbstverständnis geworden sind. "Je nachdem" heißt: Moderation ist gruppenspezifisch, flexibel und der Situation entsprechend einzusetzen.
- Mit einem Paradoxon gesagt: Es kann auch mal die beste Moderation sein, mit der Moderation aufzuhören.

Umgang mit Störungen

In der Arbeit in Gruppen können sich Störungen auf verschiedenen Ebenen zeigen:

- Störungen auf der Sachebene entstehen, wenn eine Projektgruppe sich nicht über ihre Ziele und Arbeitsschritte einigen kann.
- Störungen auf der Beziehungsebene entstehen im Umgang miteinander, zum Beispiel durch fehlendes Vertrauen oder dominantes Verhalten einzelner.

Jede Gruppe ist anders! In der einen Arbeitsgruppe läuft es vom Anfang bis zum Ende ganz harmonisch ab. In der anderen Gruppe kommt es zu Missverständnissen und Schwierigkeiten. Das sollte euch nicht entmutigen! Eine so genannte „Konfliktphase“ ist ganz normal in Gruppenprozessen.

Kommt es zu Konflikten, bewährt es sich nun besonders, wenn ihr im Team leitet: Während einer vor der Gruppe steht und agiert, kann die andere besser wahrnehmen, was in der Gruppe vor sich geht.

Um Störungen und Konflikten vorzubeugen, ist es hilfreich ...

- In der ersten Sitzung gemeinsam Regeln für eine konstruktive Zusammenarbeit festzulegen. Dann könnt ihr bei Störungen auf diese Regeln zurückgreifen.
 - Beispiele für Regeln
Wir sind pünktlich. Wir hören zu und lassen uns ausreden. Wir sind sachlich. Wir melden Störungen an.
- Sich am Ende einer Projektsitzung über die Zusammenarbeit auszutauschen, zum Beispiel mit den Fragen:
 - Was hat mir an unserer Arbeit heute gefallen?
 - Was hat mir gefehlt?
 - Worauf sollten wir bei der nächsten Sitzung achten?

Wenn es doch knirscht - was könnt ihr dann tun?

- Wenn ihr merkt, dass es „knirscht“, sprecht es an! Nur das was offen auf den Tisch kommt, lässt sich auch regeln.
- Eine einfache und wirksame Methode ist es, eine Runde anzuleiten, in der alle zu Wort kommen und ihre Sichtweisen vortragen können.
- Achtet darauf, dass kein Beitrag kommentiert oder in Frage gestellt wird. Macht deutlich, dass alle Sichtweisen und Meinungen gleichberechtigt nebeneinander stehen.
- Fasst die gemeinsamen und unterschiedlichen Sichtweisen zusammen, ohne diese zu bewerten.
 - Betont die Gemeinsamkeiten
 - Stellt ein Einverständnis über die Problempunkte her
 - Erarbeitet Lösungen für die Problempunkte und trifft eine einvernehmliche Vereinbarung für die weitere Arbeit im Projekt
 - Stellt ein Einverständnis über die Problempunkte her

Wenn ihr leitet, habt ihr eine „allparteiliche“ und vermittelnde Rolle. Achtet darauf, dass alle Interessen Gehör finden.

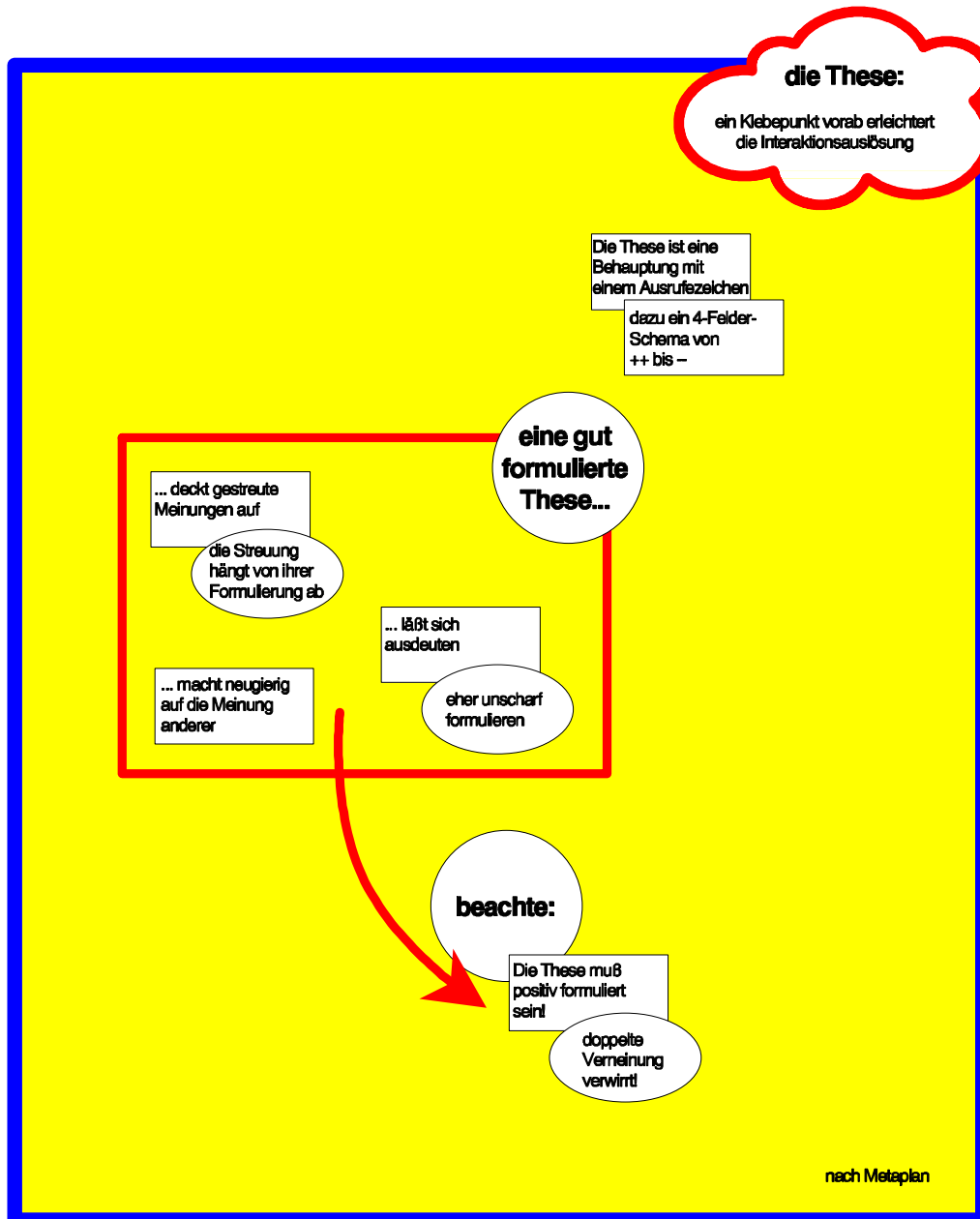
Souverän mit Killerphrasen umgehen

Killerphrasen „bügeln“ die Argumente der Gegenseite ab.
Sie erschweren/verhindern eine konstruktive, ergebnisorientierte Gesprächsführung.

Killerphrasen erkennen lernen	<p>Beispiele:</p> <p><i>Das war schon immer so! - Das geht nicht! - Keine Zeit! - Das haben wir alles schon einmal versucht, das nützt nichts. Wir haben wirklich Besseres zu tun. Man weiß doch, dass das so nicht geht. - Das geht uns nichts an. - Stellen Sie sich nicht so an! - Das ist jetzt nicht wichtig. - Dafür bin ich nicht zuständig. - Das passt jetzt nicht ins Konzept. - Das ist doch alles graue Theorie. - Das ist doch längst überholt. - Das weiß doch jeder, dass das nicht funktioniert. Wenn das ginge, hätten wir das doch schon längst gemacht! ...</i></p>
Strategien zu ihrer Entkräftung entwickeln	<p>Innerlich ruhig bleiben (unfair argumentierende Gesprächspartner haben die schwächeren Argumente und die schlechteren Strategien)</p> <p>Persönliche Angriffe übergehen.</p> <p>Blickkontakt halten.</p>
Gesprächspartner auffordern, zum Thema zu argumentieren.	<p>Konkret nachfragen „Was verstehen Sie darunter...?“ „Was meinen Sie damit...?“</p>
Verallgemeinerungen und falsche Alternativen zurückweisen.	<p>Widerständen auf den Grund gehen „Was genau hindert Sie daran, ...?“</p>
	<p>Selbst eindeutig sein.</p> <p>Selbst klar argumentieren „Ich bin der Meinung, dass...“(statt: „Ich würde meinen...“)</p> <p>Eigene Argumente durch Beispiele unterlegen und über Beispiele Gesprächspartner an Lösungen heranzuführen.</p> <p>Sich nicht unterbrechen lassen „Einen Augenblick, ich bin noch nicht fertig.“</p> <p>Auf ständige Unterbrechungen aufmerksam machen.</p> <p>Sich von Fremdwörtern nicht einschüchtern lassen „Können Sie mir/uns bitte erklären, was das heißt?“</p> <p>Ggf. Gespräch abbrechen.</p>
Umgang üben	<p>Schwierige Gespräche mit sich selbst oder anderen üben (laut).</p> <p>Gesprächsrunden im Fernsehen bewusst beobachten.</p>

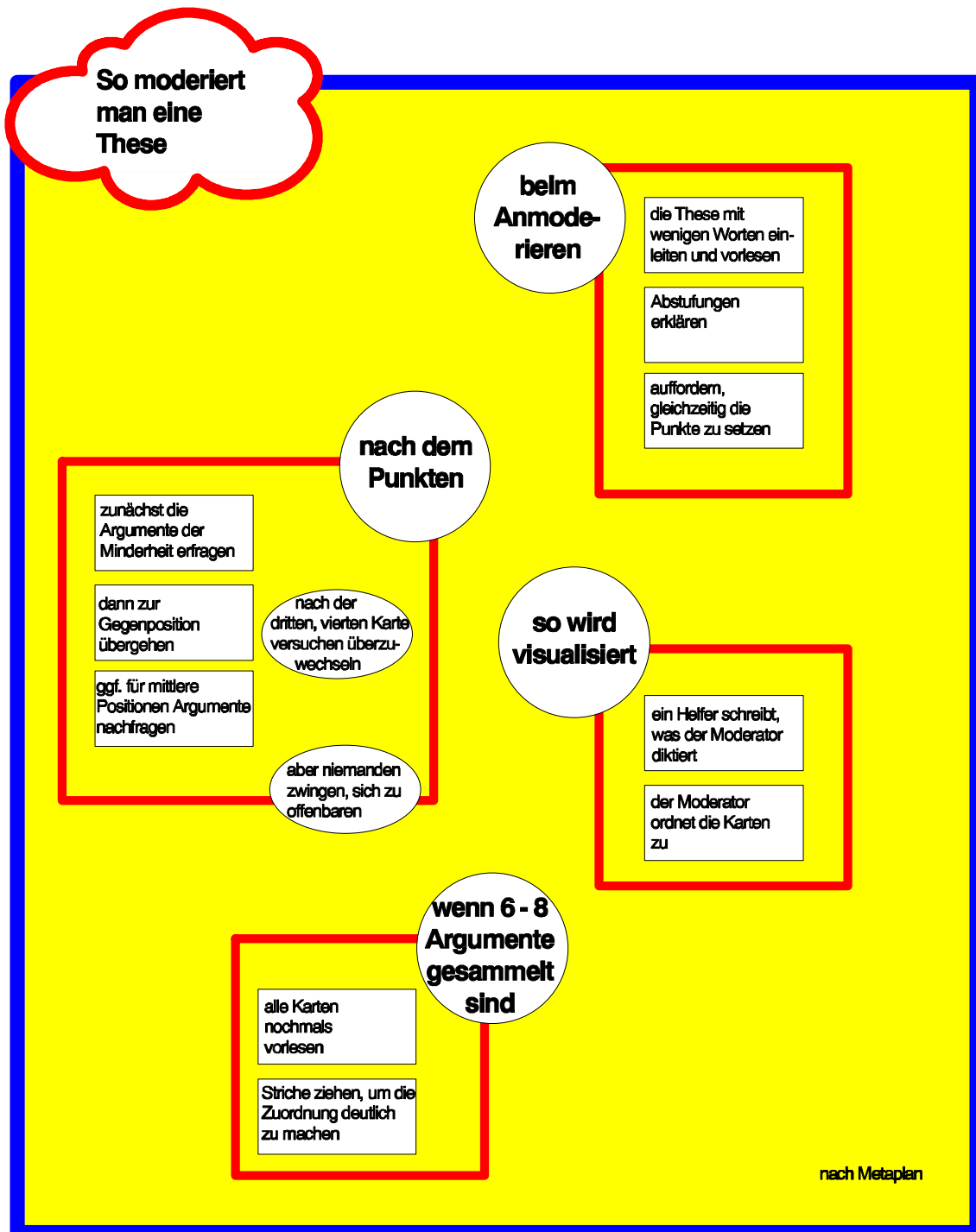
These – aktivierender Einstieg in eine Diskussion

Ein aktivierender Einstieg in ein Thema: Stimme ich zu oder nicht? Eine These wird häufig eingesetzt, um auf eine Diskussion/ein Thema einzustimmen. Dabei ist zu beachten, dass die These nicht zu einseitig formuliert ist – sie kann provokant sein und sie soll eine möglichst breite Meinungsstreuung aufdecken. Eine These dient *nicht* zu Abstimmungszwecken. Die These macht das Meinungsspektrum deutlich. Im Anschluss an das Punkten kann eine Diskussion über die Bewertungsmaßstäbe und Argumente angeregt werden.



Anleitung und Ablauf:

- Bewertungsschema der Wandzeitung | + + | + | - | - - | wird mit Beispielen erklärt
- '++' bedeutet: „ich stimme voll und ganz zu“, '+' bedeutet: „ja, aber es gibt dennoch ein paar Einschränkungen“
- '-' bedeutet: „eher nicht, aber ein Fünkchen Wahrheit ist dran“, '--' bedeutet: „ich stimme gar nicht zu“. Teilnehmende zum Punkten/Bewerten auffordern.



Nach dem Punkten solltet ihr beachten:

- Ergebnis als Meinungsspektrum „wirken lassen“
- Dann zunächst die „Minderheitenposition“ in den Mittelpunkt stellen und hierfür Argumente (Was spricht dafür bzw. müsste sein, um ...) sammeln
- Teilnehmende einladen, auch Argumente für die Positionen zu benennen, die nicht der eigenen Meinung entsprechen, z.B. durch die Frage: „Was müsste für euch gegeben sein, voll und ganz zuzustimmen?“
- Teilnehmende zum Perspektivwechsel für andere Positionen anregen und somit das Verständnis für die unterschiedlichen Sichtweisen fördern

Praxisbeispiel – Tätigkeitskatalog zur Veranstaltungsplanung 1. Mai

Das Regionalforum ist in folgenden Schritten vorgegangen

1. Schritt: Brainstorming zu den auffallenden Aufgaben
2. Schritt: Tätigkeitskatalog zu ausgewählten Inhalten/Aufgabenbereichen

Praxisbeispiel: Brainstorming zu den Inhalten und Aufgaben Was ist bei unserer Planung zur 1. Mai-Veranstaltung zu berücksichtigen?		
<ul style="list-style-type: none"> • Thema • Zeitplanung • Redner • Ort und Zeit • Ablauf/Programm • Musik 	<ul style="list-style-type: none"> • Bewirtung • Genehmigungen • Sanitätsdienst/Toiletten • Kinderbelustigung • Infostand • Technik 	<ul style="list-style-type: none"> • Werbung • Presse/Öffentlichkeit • Bühne • Nachbereitung/Abbau • Zugang Demo • Absprache DGB/andere Gewerkschaften

Zur Methode „Brainstorming“ – „Gehirnsturm“

Brainstorming zählt zu den Kreativitätstechniken und ist eine bewährte Standardtechnik. Es geht darum, gemeinsam möglichst viele Ideen zu sammeln. Werden die Regeln eingehalten, kann eine Gruppe in 15 Minuten viele inhaltliche Aspekte und Vorschläge sammeln.

Regeln

- Während der Ideensammlung ist jede Art von Kritik an den Vorschlägen anderer und auch an eigenen Vorschlägen verboten.
- Es geht Menge vor Qualität. Jede/r soll so viele Gedanken wie möglich produzieren, gleichgültig wie gut die Gedanken sind.
- Auch unsinnige oder verrückt erscheinende Ideen sollen ohne Hemmungen ausgesprochen werden.
- Möglichst oft Ideen, die vorher genannt wurden, aufgreifen, verändern und mit anderen Einfällen kombinieren.

Durchführung

1. Ziel präzise formulieren: Was ist das Thema? Wozu werden die Ideen gesammelt?
2. Moderator/in erinnert an die Brainstorming-Regeln und wiederholt das Ziel, zu dem möglichst viele Ideen (oder Lösungen) gesammelt werden sollen. Beim Sammeln werden die Ideen nicht diskutiert oder gewertet.
4. Die Leitung schreibt die Ideen oder Vorschläge in Stichworten mit (Wandzeitung, Karten, Flipchart etc.) und achtet darauf, dass keine Kritik oder Zwischendiskussionen erfolgen.

Beim Brainstorming werden viele Möglichkeiten zu einem vorgegebenen Ziel in einer entspannten Arbeitsatmosphäre gesammelt. Die Methode braucht wenig Zeit, macht Spaß und ist sehr effektiv. Schwieriger wird die Weiterbearbeitung der Ideenfülle. Die anschließende Phase der Ideenbewertung und -auswahl kann dann arbeitsintensiv sein.

Praxisbeispiel - Tätigkeitskatalog zur Veranstaltungsplanung 1. Mai

Zeitlich zuerst zu erledigen

Was	Wer	Mit wem	Bis wann	An wen
Genehmigungsverfahren	Jürgen	Stadtverwaltung Polizei	Ende Januar	Koordinierungskreis Regionalforum
Absprache DGB/Einzelgewerkschaften	Jörg	DGB IGM, NGG	Ende Januar	Koordinierungskreis
Technik/Anlage	Peter	Band Eventwagen	Ende Januar	Koordinierungskreis
Bewerbung der Mai- Veranstaltung	Sylvia	Medienexperten Bezirk Druckerei	Ende Februar	Koordinierungskreis

Aspekte zum Genehmigungsverfahren - mit den Einzelgewerkschaften bis Ende März abzusprechen

Was	Wer	Mit wem	Bis wann	An wen
Ordnerdienst	Georg	Einzelgewerk- schaften	Ende März	Koordinierungsstelle
Sanitätsdienst	Georg			
Toiletten	Peter			

Liste weiterer offener Punkte, für die ein Tätigkeitskatalog erstellt werden muss ...

- Presse
- Plakate
- Einladungen
- Info-Stand
- ...

Die Matrix „Tätigkeitskatalog“ ist ein Basisinstrument zur Umsetzungsplanung. Das „Was“ – die Aufgaben können dabei nach Zusammengehörigkeit und/oder der zeitlichen Abfolge der Erledigung in den Tätigkeitskatalog eingetragen werden.

Die Matrix ist auch für längere Arbeitsprozesse einzusetzen. Ein Tätigkeitskatalog macht auf der einen Seite sichtbar, was schon verbindlich abgesprochen ist. Auf der anderen Seite kann die Matrix als „Liste offener Erledigungspunkte“ transparent machen, was noch mit verbindlichen Absprachen zu planen ist.

Wichtig: Aufgaben (Spalte „Was“) werden konsequent entfernt, wenn sich keine verantwortliche Person findet und somit kein Name eingetragen werden kann.

Kreativmethode Mind mapping

Mind-Mapping (mind map = Gedanken(land)karte) ist eine Arbeitstechnik zur Strukturierung von Themengebieten. Dieses Verfahren ist sowohl für Gruppen als auch für die Einzelarbeit geeignet. Beim Mind Mapping werden zuerst Oberbegriffe bzw. größere Teilaspekte einer Fragestellung gesammelt und dann systematisch ausdifferenziert.

Anwendungsbereich

Wenn es darum geht, alle mit ihren Erfahrungen und kreativen Ideen zu beteiligen, um das Spektrum eines Themengebietes übersichtlich aufzufächern und zu strukturieren, ist ein Mind map die Methode der Wahl.

Stärke der Methode

- transparentes und visuell ansprechendes Sammeln von Ideen, Informationen und Beiträgen zu einem Themengebiet und Einordnung nach sachlichen Gesichtspunkten
- aktive Verfolgung einer Gesamtstruktur mit ihrer Untergliederung in Haupt- und Nebenthemen
- Verdeutlichen von Zusammenhängen und Vernetzungen

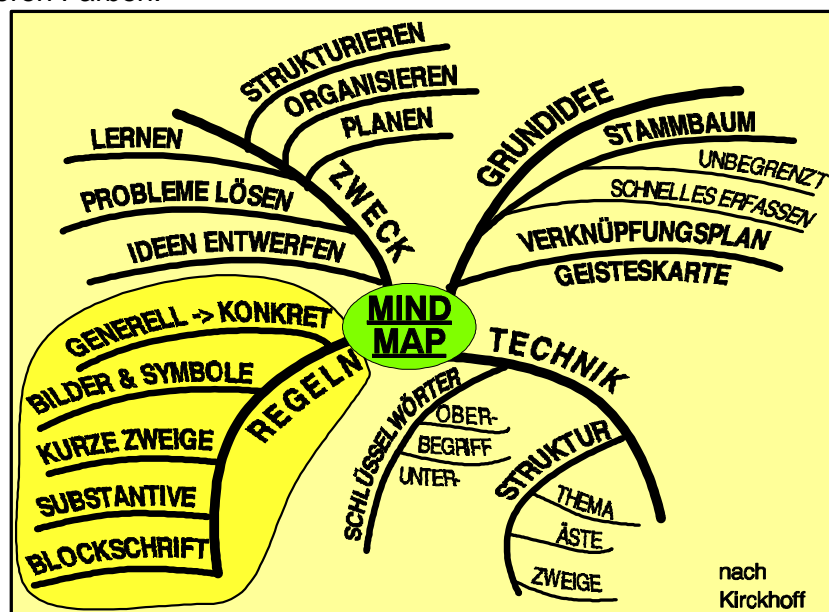
Sinn und Zweck

Die Methode fördert kreatives und planerisches Denken. Über- und untergeordnete Zusammenhänge sind sofort sichtbar. Es erfolgt eine Strukturierung z.B. für wichtige Planungsschritte und Aufgaben in relativ kurzer Zeit. Ein Mind map ist auch geeignet, um ein Brainstorming zu visualisieren.

Ablauf und wie anzuleiten

Das zentrale Thema (z.B. Wirkungsvolle Öffentlichkeitsarbeit in unserem Regionalforum) wird in die Mitte einer Pinnwand oder eines Flipcharts geschrieben. Die Leitung führt kurz in das Thema ein und fordert die Gruppe auf, Aspekte und Ideen dazu einzubringen. Die Beiträge sollen möglichst in Schlüsselbegriffen erfolgen.

Visualisierungselemente sind: ein Themenkreis, abzweigende Hauptäste, Zweige und Nebenzweige. Benötigt werden 1-2 Visualisierungsflächen (Flipchart, Wandzeitungspapier), Stifte in mehreren Farben.



Was ist eine „gute“ Frage in Beteiligungsprozessen?

Fragen führen die Gruppe in ihrem Weg und Bemühen, ein für alle zufrieden stellendes Ergebnis zu finden.

Eine „gute“ Frage ...



Offene und geschlossene Fragen

Offene Fragen

Merkmale	<ul style="list-style-type: none">• beginnen mit einem W-Fragewort: Was, wer, wie, wo, wann, wozu usw.• können nicht mit Ja oder Nein beantwortet werden• bringen vielfältige Informationen• lassen unterschiedliche Antworten zu• der Gefragte kann frei formulieren
Beispiele	<ul style="list-style-type: none">• Wann hat es sich verschlimmert/verbessert?• Welche Erfahrungen hast du gemacht?• Welche Möglichkeiten siehst du?
Wirkung	Offene Fragen ... <ul style="list-style-type: none">• führen zu einer großen Informationsausbeute• werden als partnerschaftlich und als geringe Lenkung erlebt• öffnen den Gesprächspartner• aktivieren Kreativität, Ideen und Wissen• der Gesprächspartner muss sich mit dem Thema genauer auseinandersetzen.
Einsatz	<ul style="list-style-type: none">• v.a. zu Beginn eines Gespräches, um Informationen zu gewinnen

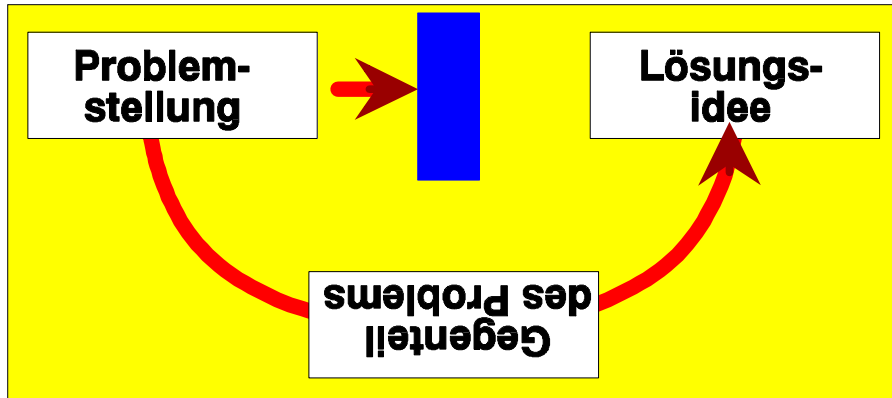
Geschlossene Fragen

Merkmale	<ul style="list-style-type: none">• beginnen mit einem Verb• lassen nur wenige Antwortmöglichkeiten zu: im Regelfall Ja oder Nein
Beispiele	<ul style="list-style-type: none">• Bist du damit einverstanden?• Hast du noch Fragen?• Brauchst du weitere Informationen?
Wirkung	<ul style="list-style-type: none">• fordern zur Entscheidung auf• verhindern Missverständnisse• dienen zur Überprüfung vorhandener Informationen• werden als starke Lenkung erlebt
Einsatz	<ul style="list-style-type: none">• v.a. am Ende eines Gespräches oder in einer Beschlussphase, um Absprachen eindeutig festzuhalten

<p>Weiterführende Fragen...</p> <p>erweitern den Problemkreis</p> <p>Es wird möglich, ein Problem aufzufächern und zu vertiefen oder „dahinter zu blicken“ und sich konkreter mit einer Sachlage auseinanderzusetzen</p>	<p>Beispiele:</p> <p><i>Was hat eurer Meinung dazu geführt, dass ...?</i></p> <p><i>Wie hat sich die problematische Lage entwickelt / verschärft?</i></p> <p><i>Wer ist davon noch betroffen?</i></p>
<p>Eingrenzende Fragen...</p> <p>steuern auf die Kernprobleme zu und helfen komplexe Sachverhalte auf wichtige Inhalte und Ziele zu fokussieren</p>	<p>Beispiele:</p> <p><i>Was genau ist uns wichtig?</i></p> <p><i>Was vor allem bewegt die Menschen?</i></p> <p><i>Was erwartet die Zielgruppe von uns / von einer gewerkschaftlichen Strategie?</i></p> <p><i>Was müssen wir für uns geklärt haben, um ...?</i></p>
<p>Verständnisfragen...</p> <p>stellen sicher, dass Einigkeit über das Problemverständnis herrscht</p>	<p>Beispiele:</p> <p><i>Fasse ich richtig zusammen, wenn ich sage ...</i></p> <p><i>Habe ich euch richtig verstanden, dass ...</i></p> <p><i>Können wir uns gemeinsam auf diesen Punkt einigen ...</i></p>
<p>Fragen zum Perspektivwechsel...</p> <p>regen dazu an, sich mit anderen Sichtweisen auseinanderzusetzen</p>	<p>Beispiele:</p> <p><i>Wie sehen unsere Adressaten die Sachlage?</i></p> <p><i>Was wissen wir?</i></p> <p><i>Was vermuten wir?</i></p>
<p>Abschließende Fragen...</p> <p>führen zur Entscheidung über weitere Handlungen oder Lösungsschritte</p>	<p>Beispiele:</p> <p><i>Was ist unser nächster Schritt?</i></p> <p><i>Was brauchen wir, um diesen Schritt einzuleiten / gehen zu können?</i></p> <p><i>Wen müssen wir einbeziehen?</i></p>

Kopfstand-Methode – umgekehrtes Brainstorming

Die Kopfstand-Technik kann auch als "Umkehr-Methode" bezeichnet werden. Die Technik eignet sich bei Fragestellungen, für die sich auf den ersten Blick keine Möglichkeiten einer Lösung zeigen. Die Umkehrung des Problems löst eingeschliffene Gedanken auf und lässt Ansatzpunkte für Veränderungsmöglichkeiten deutlich werden.



Wie wird die Methode durchgeführt ...

Eine Problemfrage wird in ihr Gegenteil verkehrt. Die daran anschließende Ideensuche erfolgt im Brainstorming.

Beispiel für eine Kopfstandfrage:

Was müssen wir tun, damit keiner Lust hat, sich in unserem Regionalforum zu engagieren?

Die Schritte - Beispiel

1. **Problemstellung präzisieren:** Was müssen wir tun, damit Menschen/unsere Zielgruppen Lust bekommen, sich in unserem Regionalforum zu engagieren?
2. **Gegenteil der Problemstellung formulieren:** Was müssen wir tun, damit keiner Lust hat, sich in unserem Regionalforum zu engagieren?
3. **Brainstorming zu der umformulierten Fragestellung durchführen:** Einfälle und Ideen sammeln, sich von anderen Einfällen inspirieren lassen, nichts bewerten ...
4. **Lösungsideen bewerten:** AHA-Effekte nutzen.
5. **produktive Lösungen entwickeln:** „Das würde mir selbst auch Spaß machen ...“

Die Kopfstand-Technik gehört zu den Methoden, die einfach handhabbar sind, relativ wenig Zeit in Anspruch nehmen und außerdem viel Spaß machen.

Die veränderte Perspektive führt schnell zu der Erkenntnis, welche Fehler und Barrieren einer Problemlösung im Weg stehen. Ein großer Vorteil der Methode liegt darin, dass ihr sie auch für euch persönlich erfolgreich und effektiv durchführen könnt.

Auch bei dieser Methode ist es ratsam, sich mit jeder im Brainstorming gesammelten Idee zu befassen. Werden nur einzelne Beiträge herausgegriffen, ist die Gefahr zu groß, dass gute Ideen verlorengehen.

Die Stärke der Methode liegt weniger darin, völlig neue Problemlösungswege aufzuzeigen, sondern eher darin, Denkblockaden aufzubrechen, die Perspektive zu wechseln und das Problem von verschiedenen Seiten zu beleuchten.

Befragungen vorbereiten und durchführen

Was kann mit einer Befragung erreicht werden?

Fehlen uns Informationen, die wir für eine Arbeit oder zur Erreichung eines Ziels brauchen, dann müssen wir fragen. Und wer in ein Netzwerk eingebunden ist, weiß dann oft, von wem er kompetente und verlässliche Informationen bekommt.

Hat ein Regionalforum das Ziel, die Interessen zu einem bestimmten Thema herauszufinden und wollen die Akteure mehrere Personen befragen, sind die Fragen genauer zu überlegen. Die Einzelnen können dann nicht aus ihrem Bauchgefühl heraus, mal so oder so fragen. Hier sollten die Akteure systematisch (z.B. strukturiert mit einem Leitfaden) vorgehen, damit sie eine hilfreiche und verlässliche Informationsbasis bekommen.

Will ein Regionalforum eine Zielgruppe befragen, dann gilt es zu klären, was es mit der Befragung erreichen will. Also auch strategisch denken - denn eine Befragung hat eine Wirkung und weckt Erwartungen!

Eine zielgerichtete und strategisch eingesetzte Befragung kann ...

- eine Bestandsaufnahme zur Arbeit des Regionalforums ermöglichen
- eine gezielte Rückmeldung über Aktivitäten liefern und dem Regionalforum Ansatzpunkte zur Qualität und Verbesserung seiner Angebote/Aktivitäten bringen

Einfach zu realisieren: Zu den Veranstaltungen des Regionalforums wird ein kleiner Fragebogen ausgeteilt. Die Teilnehmenden geben eine Rückmeldung, was sie gut fanden und welche Anregungen und Verbesserungsvorschläge sie dem Regionalforum mitgeben. Das Befragungstool der IG BCE – das Mafotool – eignet sich besonders zu diesen Abfragen der Zufriedenheit.

- Wünsche und Forderungen der Mitglieder oder einer Adressatengruppe sichtbar machen
- die Bereitschaft für Veränderungen bei den Befragten wecken
- die Meinungsbildung zu einem Thema anstoßen
- Mitglieder aktivieren
- für Aktionen mobilisieren

Vorbereitung von Befragungen

Zu einer ersten Vorbereitung einer Befragung gehört es, dass ihr euch Sinn und Zweck der Befragung vor Augen führt und euch mit dem „Warum“ auseinandersetzt.

- Warum sollten wir eine Befragung durchführen?
- Was spricht dafür, eine spezielle Zielgruppe oder Mitglieder zu befragen?
- Auch: Was spricht dagegen, eine Befragung durchzuführen?

Beispiele für Befragungstechniken

Zu unterscheiden sind schriftliche und mündliche Befragungen. Bei der schriftlichen Befragung kommt ein Fragebogen zum Einsatz. Die Fragen sind beispielsweise durch Ankreuzen zu beantworten. Dann handelt es sich um so genannte **geschlossene Fragen**.

Beispiel: Mit den Informationsveranstaltungen des Regionalforums bin ich

- zufrieden nicht zufrieden

Der Vorteil ist, dass sich geschlossene Fragen leicht auswerten und darstellen lassen: X Personen sind zufrieden; Y Personen sind unzufrieden.

Offene Fragen (die so genannten W-Fragen) bringen konkrete (qualitative) Informationen. Mit der Frage: Welche Bildungsthemen interessieren dich? gewinnt ihr Anregungen zur Gestaltung des Bildungsangebotes.

In Befragungen werden meist geschlossene und offene Fragen kombiniert.

Die mündliche Befragung (das Interview) ist ein strukturiertes Gespräch, das auch telefonisch durchzuführen ist. Die Fragen stehen in einem Leitfaden. Vorteil: Ihr könnt nachfragen und Missverständnisse klären.

Die mündliche Befragung empfiehlt sich, um möglichst vielfältige und genaue Informationen zu einem Thema zu bekommen. Manchmal werden Interviews als „Vorstufe“ zu einer schriftlichen Befragung eingesetzt, um die ganze Breite eines Themas oder Meinungsspektrums zu erfassen.

Mit einem schriftlichen Fragebogen könnt ihr viele Mitglieder befragen. Das geht auch online. Verteilung und Rücklauf sind effizient zu organisieren. Dennoch: Die Rücklaufquote ist manchmal sehr enttäuschend.

Beispiel für die geschlossene Fragetechnik mit Wahlalternativen

Die Instruktion lautet: *Bitte Zutreffendes ankreuzen*

Weitere Instruktionen: *Es können mehrere Themen angekreuzt werden.*

Oder auch: Bitte entscheide dich für ein Thema.

Für folgende Themen wünsche ich mir eine Informations- und Diskussionsveranstaltung ...	bei Interesse ankreuzen <input checked="" type="checkbox"/>
Jung und alt – voneinander lernen und profitieren: Wie setzen wir das in unserem Wohnumfeld und Betrieb um?	<input type="checkbox"/>
Wohlbefinden steigern – Gesundheit fördern: Welche Beispiele gibt es und wie können Konzepte dazu in unserer Stadt aussehen?	<input type="checkbox"/>
Unsere Kinder und Facebook: Was passiert in Facebook und wo lauern die Gefahren?	<input type="checkbox"/>
Was interessiert dich noch? Bitte schreib' uns deine Wünsche auf.	

Beispiel für eine Kombination aus geschlossener und offener Technik

Kannst du dir vorstellen, bis zu deinem Eintritt in den Ruhestand an deinem jetzigen Arbeitsplatz zu arbeiten?

eher ja

Was könnte sich verändern oder verbessern?

.....

eher nein

Was sollte sich an deinem Arbeitsplatz verändern, damit du dort möglichst lange arbeiten kannst?

.....

Eine motivierende Einleitung ist ein „Muss“!

Eine gute Einleitung erläutert Sinn und Zweck der Befragung. Sie stellt vor, wer die Befragung durchführt, stimmt in das Thema ein und informiert darüber, was mit den Ergebnissen geschieht. Es muss deutlich, welchen Nutzen die Befragten selbst haben und wie die Ergebnisse zurückgemeldet werden.

Tipp

Die Möglichkeit der Unterstützung von Bezirk nutzen!
Allen Bezirken der IG BCE steht das internetbasierte so genannte MAFO-Tool für Befragungen und deren Auswertung zur Verfügung. Das Mafo-Tool hat ein integriertes Selbstlernprogramm.

Faustregeln für die Gestaltung von Befragungen

- Ziel und Zweck der Befragung erläutern
- Leicht verständliche und eindeutige Fragen stellen
- Genau erklären, wie die Fragen beantwortet werden sollen
- Vom Allgemeinen zum Besonderen fragen
- Wenig und gezielt ist mehr - zu viele Fragen machen ärgerlich und überfordern
- Fremdworte vermeiden

Bei Fragebögen:

- Nur so viel auf ein Blatt wie nötig ist, sonst geht die Übersichtlichkeit verloren

Befragungstool der IG BCE - das Mafotool

Ihr könnt im Bezirk eine Befragungssoftware - das so genannte Mafotool – benutzen, um eine Befragung zu konzipieren und auszuwerten. Geeignet ist das Tool dann, wenn ihr z.B. erheben wollt, was einer Zielgruppe wichtig ist (vierstufige Skala) oder wie zufrieden sie mit einer Leistung/einem Angebot ist (sechsstufige Skala). Dafür bietet das Tool den Standard, der von euch flexibel anzupassen ist.

Im Rahmen der Analysen werden folgende Fragen beantwortet:

- Welche Leistungen sind für Fokusgruppen (z.B. Mitglieder und Nicht-Organisierte) wichtig?
- Wie zufrieden sind die Befragten mit den angebotenen Leistungen?
- Mit welchen Medien sind die Befragten am besten zu erreichen?
- Wie haben sich die konkreten Aktivitäten ausgewirkt?

Das Befragungstool hat ein integriertes Lernprogramm, mit dem ihr die schrittweise Anwendung erproben könnt. Besonders praktisch: Die Datenverarbeitung funktioniert automatisch. Es muss keine so genannte „Auswertungsmaske“ für die Dateneingabe erstellt werden. Die Auswertung am PC ist somit relativ einfach möglich.

Das Mafotool hat eine Toolbox, mit der ihr u.a. Befragungs- bzw. *Leistungsbereiche* festlegen könnt. Ursprünglich als Marketinginstrument konzipiert, liegt ein Schwerpunkt in den Erhebungen zur Bedeutung und zur Zufriedenheit mit dem Befragungsgegenstand.

Mit dem Mafotool könnt ihr ...

- ... Fragen formulieren
- ... Personen-/Zielgruppen festlegen
- ... Befragungen durchführen
- ... Daten verarbeiten und Auswertungen in grafischer Form erstellen

Das Tool gibt kurze Befragungen mit maximal drei Seiten vor. Deshalb hat es Beschränkungen: Ihr könnt bis zu elf Fragen mit drei unterschiedlichen Funktionen (Antwortskala; ja/nein-Kategorie; offene Fragen) verwenden.

Im Mafotool sind folgende Varianten zur Befragungsdurchführung möglich:

- mündliche Befragungen, persönliches Gespräch
- telefonische Befragung
- schriftliche Befragung
- Befragung per Email / Internet

Die Auswertungstools

- Es werden die Stärken und Schwächen aller abgefragten Bereiche in Prozenten dargestellt.
- Es sind zweidimensionale Gegenüberstellungen möglich.
- Zwei verschiedene (Fokus-)Gruppen können in ihren Aussagen/Ergebnissen gegenübergestellt werden.
- Entwicklungsdiagramme sind möglich, z.B. über zwei oder mehrere Messzeitpunkte.

Podiumsdiskussion

Eine Podiumsdiskussion eignet sich gut für Informations- und Diskussionsveranstaltungen zu komplexen Themen. Auf dem Podium kommen Experten zu Wort, die Erfahrungen und unterschiedliche Sichtweisen einbringen.

Anwendungsbereich

Wenn es im Regionalforum Themen gibt mit einem großen Interesse zur öffentlichen Diskussion und Standortbestimmung, bietet sich eine Podiumsdiskussion an. Das kann zum Beispiel zum Thema „Energiewende“ sein. Vertreter aus der Politik, aus Umweltverbänden, Verbraucherverbänden, Energieerzeuger und die IG BCE könnten hierzu Stellung beziehen und eine spannende und kontroverse Diskussion bieten.

Stärke der Methode

Das Publikum bekommt vielfältige Informationen aus unterschiedlichen Fachgebieten und Perspektiven geboten. Standpunkte und Kontroversen sind deutlich. Eine gut geleitete Podiumsdiskussion ist lebendig und spannend.

Sinn und Zweck

Eine Podiumsdiskussion muss in ein zielorientiertes Gesamtkonzept eingebettet sein und ist dann der Höhepunkt einer Auseinandersetzung mit einem komplexen Thema. Ihre Stärke entfaltet sie dann, wenn ein lebendiger Austausch mit den Zuhörenden gelingt. Rolle und Funktion des Regionalforums muss deutlich hervortreten, z.B. dadurch, dass das Engagement des Regionalforums dargestellt wird.

Ablauf und wie anzuleiten

Das Publikum sitzt dem Podium und dem Moderator gegenüber. Bei der Auswahl der Diskutanten ist auf eine ausgewogene Mischung zu achten, so dass nicht eine Meinung dominiert. Die Moderation ist inhaltlich gut vorbereitet, verfügt über Fach- und Sachwissen und kann herausfordernde Fragen stellen. Sie ist fair und achtet auf gleiche Redeanteile. Bei engem Zeitrahmen hat sich eine Redezeitbegrenzung bewährt.

Aufgaben der Moderation sind, den Ablauf vorzustellen, in das Diskussionsthema einzuführen und Ergebnisse zusammenzufassen.

Die Moderation stellt die Diskutanten namentlich vor. Als Einstieg haben sich kurze Statements der Podiumsmitglieder bewährt. Idealerweise ergibt sich dann eine Diskussion zu den unterschiedlichen Positionen. Die Moderation kann die Diskussion und Standpunkte durch Fragen zuspitzen und Verbindendes und Trennendes zusammenfassen. Nach spätestens einer halben Stunde ist das Publikum einzubeziehen. Die Zuhörenden können nun Fragen stellen, Beiträge und Positionen bewerten, zustimmen oder ablehnen, eigene Statements einbringen.

In der Abschlussrunde bekommt jeder Podiumsteilnehmer Gelegenheit zu einem kurzen persönlichen Fazit und/oder zu einer Perspektive für die Zukunft. Die Moderation gibt einen zusammenfassenden Ausblick, in dem das Engagement des Regionalforums eine wichtige Rolle einnimmt.

Achtung!

Eine Podiumsdiskussionsveranstaltung mit Beteiligung des Publikums sollte maximal zwei Stunden dauern. Bewährt haben sich vier bis fünf Diskutanten.

Aktivierende Gruppenmethoden Rotationsmethoden: World café und Parcours

Anwendungsbereich

Geeignet für überschaubare Gruppen zur Entwicklung von Lösungsideen zu vorgegebenen Fragen/Problembereichen. Die Teilnehmenden bekommen Raum, ihre Ideen, Wünsche und Bedürfnisse im Austausch zu entwickeln.

Stärke der Methoden

Besonders wirkungsvoll bei Teilnehmergruppen, die vom gleichen Thema betroffen sind. Es werden zusammenhängende Teilfragen zu einem Problembereich diskutiert. Die Auseinandersetzung mit den Inhalten geschieht in kleinen Gruppen. Die optimale Größe einer Gruppe sind sechs Personen. Die Ergebnisse werden unkompliziert auf Pinnwandpapier mit Moderationsstiften aufgeschrieben.

Beim world café sitzen die Teilnehmenden an Tischen mit beschreibbaren Papiertischdecken/weißem Wandzeitungspapier. Beim Wandzeitungsparcours stehen mit weißem Wandzeitungspapier bespannte Pinnwände in den Ecken des Raums. Weißes Papier ist besser geeignet, braunes Wandzeitungspapier geht aber auch.

Sinn und Zweck

Der Austausch in kleinen Gruppen fördert die Entwicklung neuer Handlungsoptionen. Dadurch dass jede Gruppe wechselt und sich somit mit allen Fragen/Aspekten beschäftigt, werden bereits gesammelte Ideen aus anderen Gruppen aufgenommen und weiterentwickelt.

Was wird benötigt

Gut formulierte aufeinander aufbauende Fragen, die beim world café in die Mitte der „Tischdecken“ geschrieben werden; beim Parcours stehen die Fragen oben links auf der Pinnwand

Ausreichend großer Raum, um die nötige Anzahl an Tischen anordnen oder um beim Parcours in den Ecken stehen und arbeiten zu können

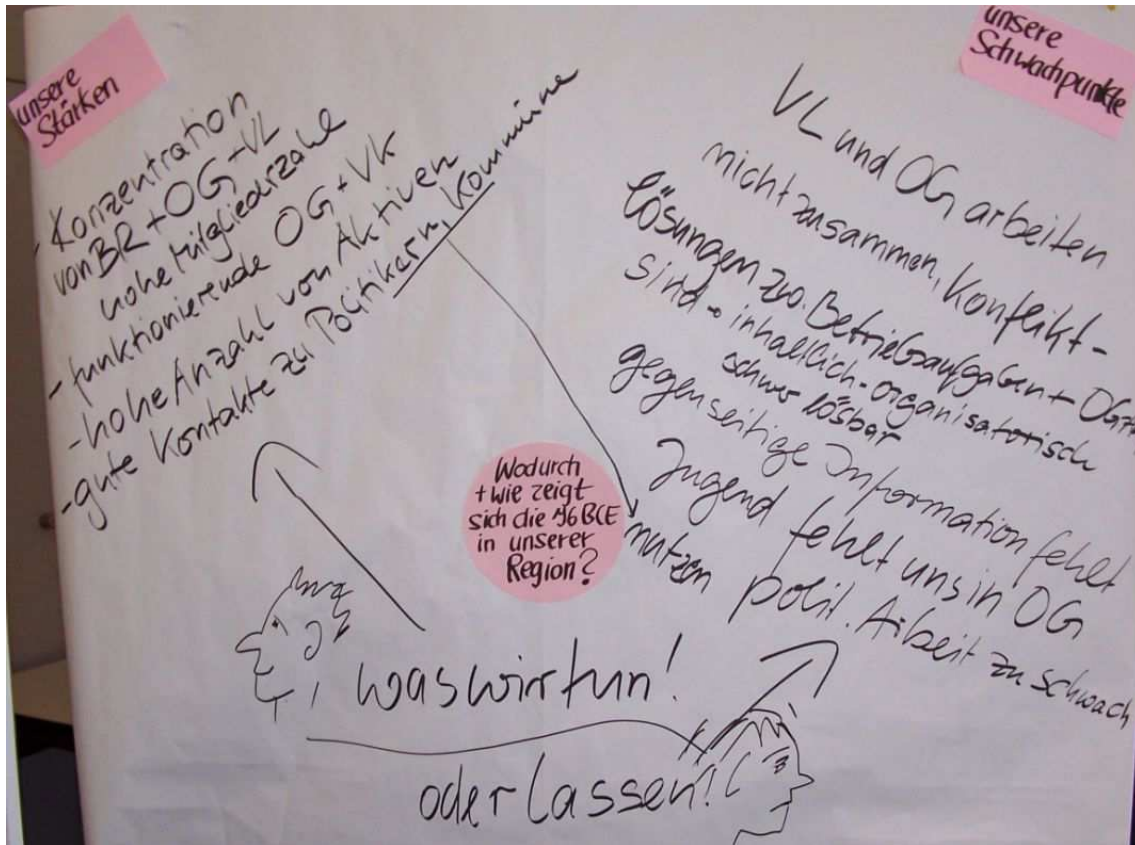
Anleitung zur Methode world-café

- Die Teilnehmenden sitzen im Raum verteilt an Tischen jeweils mit sechs Personen (es sollten möglichst nicht mehr Personen sein).
- Auf den Tischen sind die beschreibbaren „Tischdecken“ mit den Fragen in der Mitte und den Stiften.
- Die Fragen werden von der Moderation vorgestellt. Die Moderation erläutert Methode und Ablauf: Zum Beispiel, dass sie ein Signal zum Wechseln der Tische gibt.
- Bevor es losgeht, wählen die Tischgruppen ggf. einen „Gastgeber“ für ihren Tisch aus, nachdem die Moderation die Rolle des Gastgebers erklärt hat. Ein „Tisch-Gastgeber“ gewährleistet eine Art „roten Faden“.
- Die Zeit für die Tischdiskussionen ist mit ca. 15-20 Minuten zu bemessen.

Rolle der Gastgeber: Sie übernehmen die Diskussionsleitung und achten darauf, dass sich alle beteiligen und die Gruppe ihre wichtigen Ergebnisse auf die „Tischdecken“ schreibt. Während die Tischgruppen wechseln, bleiben die jeweiligen Gastgeber immer am gleichen Tisch. Ihre Funktion ist dabei, der neu angekommenen Gruppe kurz zu erläutern, was bisher diskutiert wurde. Sie sind also diejenigen, die den gruppenübergreifenden Austausch im Auge haben und unterstützen.

Beispiel für world cafe

Arbeitsergebnis zu Beginn eines Prozesses, außerbetriebliche Gewerkschaftsarbeit aufzubauen



Parcours-Methode

Der Parcours funktioniert ähnlich wie das world café mit dem Unterschied, dass die Teilnehmenden nicht an Tischen diskutieren sondern in Ecken des Raums Pinnwände mit Fragen aufgestellt sind, die die Gruppen nacheinander (in Rotation) beantworten.

Anwendungsbereich

Geeignet für überschaubare Gruppen zur Entwicklung von Lösungsideen zu vorgegebenen Fragen/Problembereichen. Die Teilnehmenden bekommen Raum, ihre Ideen, Wünsche und Bedürfnisse im Austausch zu entwickeln.

Wie anzuleiten

Die Austauschfragen sind an Pinnwände geschrieben und werden von der Moderation vorgestellt.

Die Einteilung der Gruppen vornehmen. Um die Diskussion zu fördern, sollten - wie beim world café - die Gruppen nicht größer als sechs sein.

Die Moderation erklärt den Ablauf: Jede Gruppe beantwortet jede Frage. Auf ein Zeichen der Moderation findet ein Wechsel der Gruppen zur nächsten Frage statt.

Die Diskussionszeit pro Gruppe ist mit ca. 10 bis 15 Min. zu bemessen. Die erste Runde kann etwas länger dauern. Es gilt den Prozess im Auge behalten, um das Signal zum Wechsel „zur rechten Zeit“ zu geben.

Bewährt hat sich auch, zwei eng zusammenhängende Fragen auf einer Pinnwand zu stellen. Damit ist mehr Spielraum zur Beantwortung gegeben.

Beispiel für eine Doppelfrage

Welche Schwierigkeiten und Probleme haben wir Bürger mit dem Nahverkehr?	Worin sehen wir die Ursachen?
--	-------------------------------

Wichtig für world café und Parcours

- Beide Methoden schließen nach der letzten Austauschphase mit einer gemeinsamen Betrachtung und Bewertung der Ergebnisse ab.
- Die Moderation fragt die Gruppen nach ihren „Knackpunkten“, z.B. welche Ideen und Erfahrungen besonders eindrücklich waren.
- Selbstverständlich und wichtig ist, dass die erarbeiteten Ergebnisse dahingehend bewertet werden, wie sie in die Arbeit des Regionalforums einfließen sollen.

Aufstellung im Raum

Anwendungsbereich

Versammlungen/Veranstaltungen mit ca. 30 bis 50 Personen und ausreichendem Platz; in Gruppengesprächen ab 15 Gesprächsteilnehmer/innen

Stärke der Methode

Dynamische und spannende Form, ein Meinungsbild/eine Interessenslage oder die Zufriedenheit mit einem Arbeitsstand sichtbar zu machen.

Sinn und Zweck

Es findet ein anregender kurzer Austausch über den erhobenen Ist-Zustand statt.

Was wird benötigt

Markierung für die Bewertung mit großen runden Moderationskarten und deutlicher Beschriftung sowie eine klare Anleitung

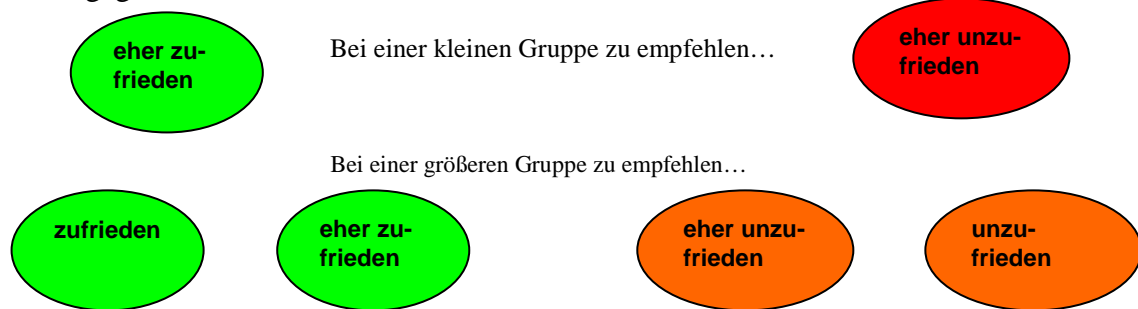
Ablauf und wie anzuleiten

Am besten Anleitung auf Flipchart visualisieren: Der Vorgang der Bewertung im Raum muss eindeutig sein!

Bei der Vorbereitung/Anleitung ist zu beachten ...

Die eindeutig formulierten Frage: Was soll bewertet werden?
Zum Beispiel: Wie zufrieden seid ihr mit ...?

Die Erklärung wie und wo geantwortet – im Raum aufgestellt - werden soll. Dazu sind die Raumgegebenheiten zu beachten.



Damit das Dynamische der Aufstellung erhalten bleibt: Nach der Aufstellung nur Kurzinterviews führen: „Was sind die Gründe, dass ihr hier steht – was hat dazu geführt, dass du/ihr unzufrieden seid?“ oder „Was führt dazu, dass ihr zufrieden seid? Achtet darauf, dass die jeweiligen Antworten kurz und knapp gehalten sind. Fragt nach den Gemeinsamkeiten: „Seht ihr das ähnlich?“ - und nicht jeden Einzelnen.

Wichtig:

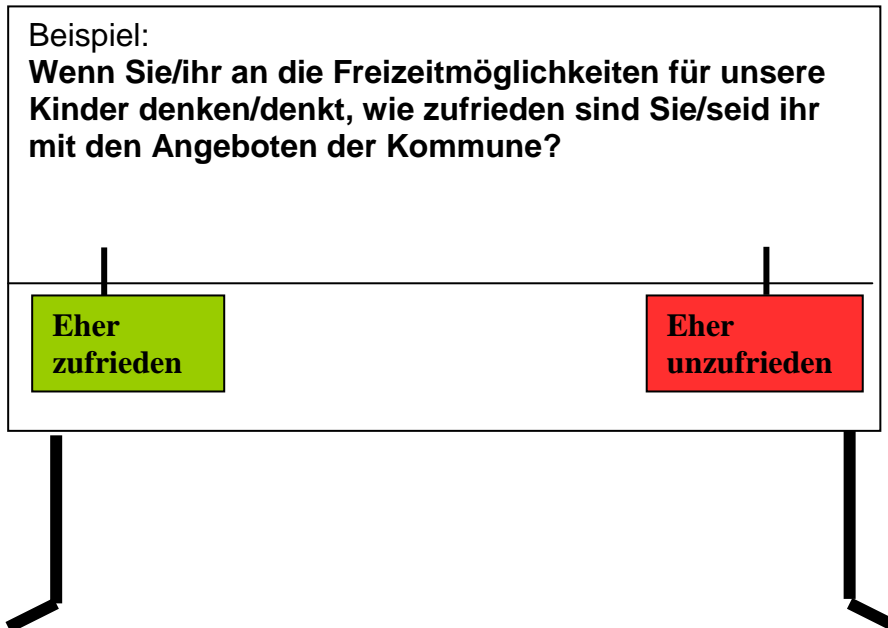
- Wie bei allen aktivierenden Methoden/Befragungen muss deutlich sein, welche Konsequenzen bzw. weiteren Schritte folgen.

Bewährt hat sich, die Beantwortungsmöglichkeiten (Skalpunkte) auf einer Pinnwand zu visualisieren, auf die ihr die wesentlichen Gründe aus den Interviews mitschreiben könnt. Dies ist besonders zu empfehlen, wenn später mit den Aspekten weiter gearbeitet wird.

Abfrage mit Punkten auf Pinnwänden/Plakaten

Beispiel:
Wenn Sie/ihr an die Freizeitmöglichkeiten für unsere Kinder denken/denkt, wie zufrieden sind Sie/seid ihr mit den Angeboten der Kommune?

Eher zufrieden	Eher unzufrieden
-----------------------	-------------------------



Stärke der Methode

Sehr einfach anzuwenden und inspirierend; eignet sich sehr gut zum Einstieg in einen Problembereich wie im Beispiel zur kritischen Betrachtung von Angeboten.

Sinn und Zweck

Es ist möglich, einen Ist-Zustand aus Sicht der Befragten zu für alle sichtbar zu machen und zu visualisieren. Danach findet ein Austausch über die jeweiligen Sichtweisen und Erfahrungen statt.

Was wird benötigt

Pinnwand mit vorbereiteter Frage, Skalierungsstrahl mit beschrifteten Bewertungspunkten, Klebepunkte oder dicke Stifte

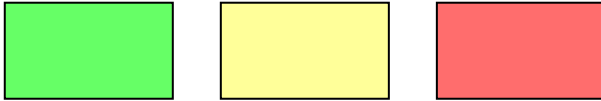
Ablauf und wie anzuleiten

Frage einleiten und auf die Bewertung einstimmen. Teilnehmende bitten, sich erst über ihre Bewertung klar zu werden und dann zu punkten.

Der Vorgang der Bewertung muss eindeutig sein!

- Teilnehmende zum Perspektivwechsel für andere Positionen anregen und somit das Verständnis für die unterschiedlichen Sichtweisen fördern

Ampelbewertungen



Anwendungsbereich

Versammlungen/Veranstaltungen bis ca. 120 – 150 Teilnehmende

Stärke der Methode

Dynamische und spannende Form, eine Bewertung zu einem kritischen Handlungsbereich nach der Ampelsymbolik durchzuführen und sichtbar zu machen:

- grüne Karte – es kann im Großen und Ganzen in dieser Richtung weitergehen
- gelbe Karte – es müssen neue Weichen gestellt werden
- rote Karte – Stopp – alles muss auf den Prüfstand

Vereinfacht auch mit zwei Facetten / Farben (rot und grün) durchzuführen.

Sinn und Zweck

Es wird sichtbar, wie der Arbeitsstand zu einem Handlungsbereich bewertet wird. Zur Einstimmung ist der Ist-Zustand beispielsweise zu einer Aktivität der Regionalforums darzustellen: *Was hatten wir uns vorgenommen? Was haben wir erreicht? Womit sind wir zufrieden/nicht zufrieden.* Ein Punkt kann dabei auch sein, wie die Umgebung / die Adressaten die Gestaltungsangebote ihres Regionalforums angenommen haben.

Jetzt geht es darum, eine Bilanz zu ziehen und das weitere Vorgehen zu beraten!

Voraussetzungen sind Transparenz und die Offenheit für die zu bewertenden Handlungsoptionen. Herauskommt ein Feedback und Meinungsbild z.B. auch über die Leistungen und Stärken (grüne Karte).

Was wird benötigt

Moderationskartenset mit den zu verwendenden Farben für jede Person; visualisierte eindeutig formulierte Abstimmungsfrage - groß genug, damit sie alle lesen können

Ablauf und wie anzuleiten

Kartenset **vor Beginn** der Versammlung auf die Stühle legen. In der Eröffnung kurz auf die Funktion der Karten und den späteren Bewertungsvorgang hinweisen.

Bewertungsprocedere genau erklären!

Wie bei einer Abstimmung fragen: *Für wen kann es im Großen und Ganzen in dieser Richtung weiter gehen. Bitte für grünen Bereich stimmen und die grünen Karte hochheben.* Kurz auf Meinungsbild eingehen: *Ok – ungefähr knapp die Hälfte.* usw.

Karten am besten nacheinander Karten hochheben lassen, damit es übersichtlich bleibt. In einer kleineren Gruppe (ca. 30 Personen) kann die Ampelbewertung auch parallel erfolgen. Erfahrungsgemäß sind die Teilnehmenden neugierig und engagiert dabei. Das ist zu nutzen, um weitere Eckpunkte der Beteiligung aufzuzeigen und zu diskutieren.

Murmelgruppen

Anwendungsbereich

Veranstaltungen und Versammlungen. Es findet ein durch Fragen strukturierter lebhafter Austausch in Dreier- oder Vierergruppen – den so genannten Murmelgruppen - statt.

Stärke der Methode

Die Einteilung ist unkompliziert, weil sie sich durch das Nebeneinandersitzen ergibt. Durch das Anregen von nachbarschaftlichen Gesprächen fällt es vielen leichter sich zu äußern. In den Gesprächen werden gemeinsame und unterschiedliche Sichtweisen ausgetauscht. Die Veranstalter/das Regionalforum regen durch die Fragen zum Austausch und zur Beteiligung an.

Sinn und Zweck

Es werden kurze Gesprächsanregungen eingebaut ...

- zu bereits vorgestellten Inhalten
- zu Beginn einer Auseinandersetzung mit einem zu Problembereich

Die Zuhörer/innen verlassen ihre passive Rolle und werden aktive Gesprächspartner/innen. Aufmerksamkeit und Motivation sind geweckt. Die Ergebnisse, Kernpunkte und Meinungen aus den Murmelgruppen können auch notiert und nach der Versammlung/Veranstaltung abgegeben werden.

Was wird benötigt

Eine – maximal drei – im Zusammenhang stehende offen formulierte Austauschfragen, die für alle sichtbar visualisiert sind. In der Variante mit Fragezettel auf jedem dritten Stuhl ein Blatt mit der Frage und einem Stift **vor** der Versammlung auslegen.

Ablauf und wie anzuleiten

- visualisierte Frage/n, Zeit und Ablauf vorstellen
- Startsignal für den Austausch geben

Bei der mündlichen Form gehen ein oder zwei Personen rum und fragen nacheinander eine Nachbarschaftsgruppe, was wichtig war und zu welchen Ergebnissen sie gekommen sind. Dabei beachten, dass die Berichte – Statements - kurz und knackig sind.

Bei kleineren Versammlungen können die Murmelgruppen sofort angeregt werden, von ihren Gesprächsergebnissen zu berichten. Damit die Lebendigkeit nicht verloren geht, ist darauf zu achten, dass sich Meinungen nicht wortreich wiederholen.

Bei der schriftlichen Form werden die Beschäftigten gebeten, die Antworten/Kernpunkte in Stichworten auf die Rückseite des ausgeteilten Fragezettels zu schreiben. Wer möchte, gibt im Anschluss an die Versammlung das Blatt anonym ab.

Beispiel Fragezettel




Tauscht euch bitte über die folgenden Fragen mit euren Nachbarn aus und haltet Wichtiges auf der Rückseite des Fragezettels fest.

- Von welchen Sparmaßnahmen in unserer Kommune seid ihr/sind Sie am meisten betroffen?
- Wie wirken sich diese auf deine/ Ihre Lebens- und Arbeitsumstände aus?

(Gruppen-)Befragung mit Wandzeitung

Beispiel: Impuls-Befragung mit Plakat

Die Adressaten sind aufgefordert, sich mit ihren Meinungen und Vorschlägen zu beteiligen. Das ist ungewöhnlich, erzeugt eine besondere Aufmerksamkeit und gibt Impulse für die Diskussion. Im vorgestellten Beispiel ist eine Einladung zu einer Veranstaltung mit einer kleinen Befragung kombiniert.

	<p>Was machen Sie, wenn Sie unverhofft Ihre Kinder nicht rechtzeitig abholen können?</p>
xxxxx	... mich noch mehr abhetzen
xxx	... schnell Oma anrufen
x	... eigentlich kein Problem
	...
	<p>Was erwarten Sie von einer besseren Vereinbarkeit zwischen Beruf und Familie?</p>
xx	... darüber habe ich bisher noch nicht nachgedacht
xxxxx	... dass die Öffnungszeiten in den Kitas flexibler werden
xxxxx	... dass wir Eltern ein Forum haben, uns auszutauschen
xxx	... eine gute Veranstaltung zum Thema
xx	... eigentlich wenig
xxxx	... eine Kultur der Anerkennung im Betrieb für Familienaufgaben
XX	... dass wir nicht als „Teilzeitkräfte“ abqualifiziert werden
x	... Eltern gerechte Arbeitszeitregelungen
XX	... dass die Kollegen unsere Lage besser verstehen
	<p>Eine Elterngruppe im Betrieb hat mit Unterstützung der ver.di ein erstes Treffen vorbereitet, um das Thema gemeinsam zu gestalten.</p> <p>Wir laden Dich und Sie herzlich ein</p> <p>zu einem ersten Treffen am</p> <p>Ort</p> <p>Ansprechpartner</p>