

Herausgegeben von
Stefanie Elies und Yvonne Lehmann

Demokratie

braucht

Methode

*Von A wie Aufsuchen bis
Z wie Zukunftshandeln*



Impressum

Herausgeberin

Friedrich-Ebert-Stiftung e.V.
Godesberger Allee 149
53175 Bonn
info@fes.de

Herausgebende Abteilung

Abteilung Politische Bildung und Dialog
Hiroshimastraße 17
10785 Berlin
www.fes.de

Inhaltliche Verantwortung und Redaktion

Stefanie Elies
Stefanie.Elies@fes.de

Yvonne Lehmann
Yvonne.Lehmann@fes.de

Mitarbeit

Lena Kähler

Design/Layout

Bergsee, blau

Druck und Herstellung

Druckerei Brandt GmbH, Bonn
enviro® Polar, 100% Recyclingpapier, ausgezeichnet mit dem blauen
Umweltengel.

Die in dieser Publikation zum Ausdruck gebrachten Ansichten sind nicht notwendigerweise die der Friedrich-Ebert-Stiftung e.V. (FES). Eine gewerbliche Nutzung der von der FES herausgegebenen Medien ist ohne schriftliche Zustimmung durch die FES nicht gestattet. Publikationen der FES dürfen nicht für Wahlkampfzwecke verwendet werden.

1. Auflage 2025

© Friedrich-Ebert-Stiftung e.V.

ISBN 978-3-98628-758-0

Weitere Publikationen der Friedrich-Ebert-Stiftung finden Sie hier:

➤ www.fes.de/publikationen

Herausgegeben von
Stefanie Elies und Yvonne Lehmann

Demokratie braucht Methode

*Von A wie Aufsuchen bis
Z wie Zukunftshandeln*

Inhalt

Vorwort

- 6** **Vorwort**
von Stefanie Elies und
Yvonne Lehmann

Analyse meets politische Bildung

- 12** **Politische Bildung in Krisenzeiten**
von Hans Komorowski
- 18** **„Mitte-Studien“ Auftrag für
Demokratiebildung**
von Franziska Schröter
- 22** **Krisengeneration im Umbruch –
Was junge Menschen von
Demokratie erwarten**
von Kerstin Ott und Nicole Loew
- 28** **Der doppelte Backlash – die
Polarisierung der Geschlechter als
Aufgabe der politischen Bildung**
von Stefanie Elies
- 35** **Gender-Standards**
- 40** **Die Studie: Wie steht es um das
Vertrauen in die Demokratie in
Deutschland?**
von Jochen Dahm und Alina Fuchs
- 46** **„Ohne Demokratie ist alles nichts.“
*Was wir aus den Protesten gegen
Rechtsextremismus lernen sollten***
von Lisa Bogerts und
Nina-Kathrin Wienkoop

- 53** **„Kartographie der
Arbeiter:innenklasse“**
von Jan Niklas Engels

- 62** **Das Fräulein ist schließlich auch
verschwunden – geschlechter-
gerechte Kommunikation und
politische Bildung**
von Stefanie Elies

- 68** **Digital Power: Mehr Teilhabe,
Inklusion und Gerechtigkeit in der
politischen Bildung**
von Katrin Matuschek

Methodensammlung

Beteiligungsorientierte Formate und Methoden

- 78** **Von der Idee zur Umsetzung:
Inspirierende Formate für mehr
Beteiligung**
von Yvonne Lehmann
- 80** **Adios Podiumsdiskussion! Geht
nicht? Dann aber: Pimp my
Podiumsdiskussion!**
von Yvonne Lehmann
- 84** **Checkliste für
Veranstaltungsmacher_innen**

87 Aufsuchende Methoden

- 88 Kahvehane Gespräche
- 90 Bürger_innen-Theater
- 92 Pop-Up-Lounge / Pop-Up-Store

95 MethodenSnippets

- 96 Elevator Pitch
- 98 Empowerment Bingo
- 100 Personas und Empathy Map
- 102 Soziometrische Aufstellung
- 104 Pecha Kucha
- 106 Kopfstandmethode

108 Mitmachformate

- 110 Planspiel
- 112 Pubquiz und Kneipenquiz
- 114 Escape Room
- 116 Escape Tour

119 Streitformate

- 120 Schritte aufeinander zu
- 122 Talkshow als Rollenspiel

125 Dialogformate

- 126 World Café
- 128 Open Space und Bar Camp
- 130 Stationengespräche oder „Ask Me Anything“
- 132 Fish Bowl

135 Zuhörformate

- 136 Küchentischgespräche
- 138 Rotes Sofa
- 140 Brownbag Lunch oder Kantinengespräch
- 142 Empathisches Zuhören

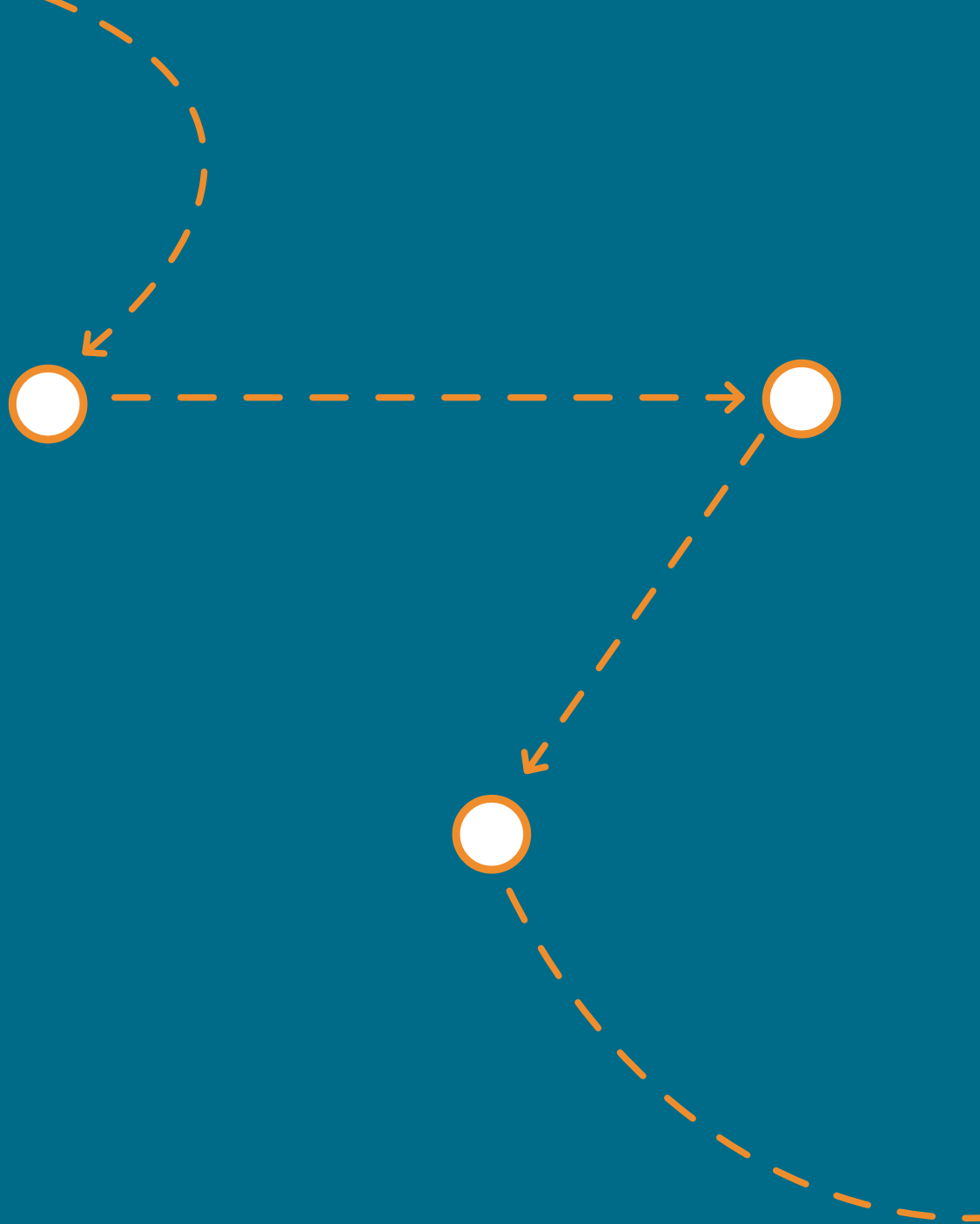
144 Digitale Formate & Tools

- 146 Innovativ, immersiv und interaktiv
- 148 Gaming
- 150 Interaktive Infografik

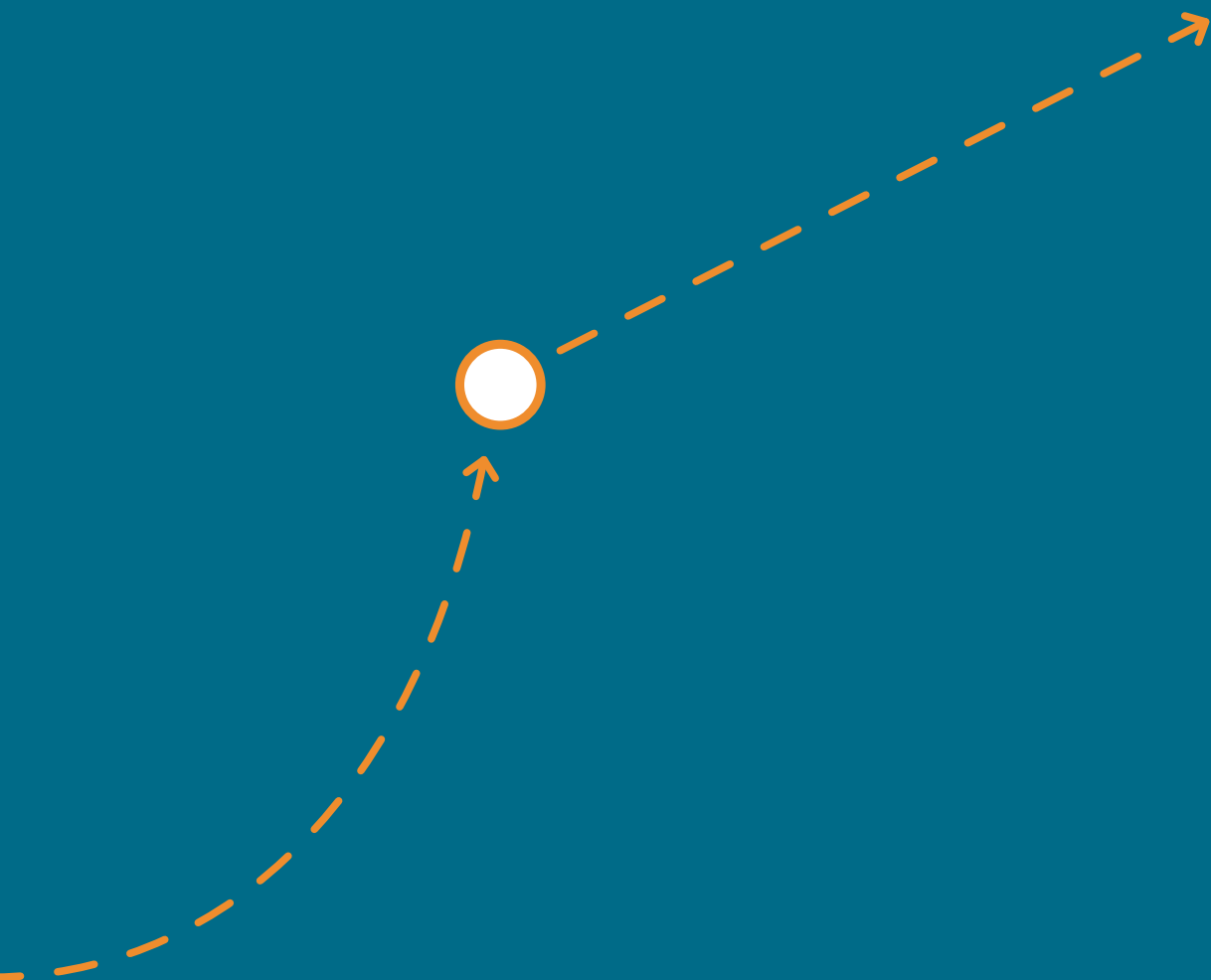
153 Zukunftsmethoden

- 154 Design Thinking/
Menschenzentriertes Design
- 156 Szenario-Workshop/-Konferenz
- 158 Zukunftskonferenz, Futures
Thinking, Design Futuring

162 Über die Autor_innen



Vorwort



Vorwort

von Stefanie Elies und Yvonne Lehmann

„Demokratie steht unter Druck“ – kaum eine Rede oder ein Artikel kommt angesichts aktueller Bedrohungen von rechts oder komplexer werdender Krisen ohne diese Diagnose aus. Die Demokratie wollen wir verteidigen, sie stärken, neu beleben Was so selbstverständlich, aber gleichzeitig auch abstrakt klingt, hat einen ernsthaften Hintergrund: Weltweit stehen 63 Demokratien einer Mehrheit von 74 Autokratien gegenüber und der Druck nichtdemokratischer Großmächte wird durch Konflikte und Kriege überall spürbar. Doch auch eine vollständige Demokratie, wie wir sie in Deutschland haben, ist nicht davor gefeit, das Vertrauen ihrer Bürger_innen zu verlieren. Demokratie ist mehr als eine Staatsform, sie bestimmt die politische Kultur und ist eine Lebenshaltung, die von jeder/jedem Einzelnen getragen und gelebt werden muss.

Im 100. Jahr ihres Bestehens setzt sich die Friedrich-Ebert-Stiftung intensiv mit diesen Fragen auseinander. Und gerade das Vermächtnis ihres Gründers, nämlich „Demokratie braucht Demokraten“ (oder heute „Demokrat_innen“), erscheint uns im Licht der historischen und zukünftigen Herausforderungen aktueller denn je. Mit diesem Auftrag ist die Übersetzung der Demokratie als Staatsform in das demokratische Handeln der Einzelnen gemeint. Dies ist genau der Auftrag der politischen Bildung, den unsere Stiftung als eine Kernaufgabe erfüllt. Die Frage danach, „WARUM?“ die Demokratie gegenüber allen anderen Staatsformen zu bevorzugen ist, muss genauso immer neu mit Leben gefüllt werden, wie die Frage, „WIE“ diese für Menschen erfahrbar und mitgestaltbar wird. Demokratie „macht sich nicht von selbst“ und muss auch in schwierigen Zeiten ihre Resilienz beweisen.

Daher sagen wir: „Demokratie braucht Methode!“ – und liefern mit diesem Buch Anregungen und praktische Handlungsanleitungen für demokratische politische Bildungsarbeit.

Von A wie Aufsuchen ...

Am Anfang stand für uns die Suche nach neuen Zugängen in die Gesellschaft im Vordergrund. Im wahrsten Wortsinn wird dies mit dem Stichwort „Aufsuchende Politische Bildung“ umfasst. In mehreren Pilotprojekten haben wir neue Wege beschritten, um dort hinzugehen, wo

politische Bildung nur noch selten hinkommt, wo wir nur noch schwache Signale von politischer Selbstwirksamkeit vernehmen, wo Menschen schon beim Wort „Politik“ eher zurückweichen. Hier niedrigschwellig und ohne Agenda neues Vertrauen aufzubauen, ist unser Ziel.

Dieses Methodenhandbuch fasst aber auch die Ergebnisse vieler Analysen und Studien zum Zustand unserer Demokratie und Gesellschaft aus den letzten Jahren zusammen: Neue Befunde aus der Mitte-Studie der FES unterstreichen, rechtsextreme Einstellungen haben sich verdreifacht, besonders unter jungen Männern, während Einsamkeit und Verunsicherung als Treiber wirken. „Krisenerwachsene“ junge Menschen wenden sich von den Parteien der Mitte ab und haben wenig Vertrauen in eine gelingende Zukunft. Bei den unter 24-Jährigen diagnostizieren wir gar eine Polarisierung der Geschlechter entlang der progressiven, linken und rechts-konservativen Wahlpräferenzen. Auch das Vertrauen in das Funktionieren der Demokratie besteht nur noch für weniger als die Hälfte der Bundesdeutschen. Vor allem Menschen, denen es ökonomisch schlechter geht, die niedrigere Bildungsabschlüsse haben oder sich selbst der Unter- oder Arbeiter_innen-schicht zurechnen, sowie Menschen aus Ostdeutschland sind unzufrieden. Darunter haben viele trotz Arbeitsstolz das Gefühl, am „Abgrund“ zu stehen oder zu den Verlierer_innen des Wandels zu gehören. Und es gibt neben immer neuen und niedrigschwelligen digitalen Beteiligungsmöglichkeiten auch diejenigen, die für die Demokratie auf die Straße gehen, wie bei den Demonstrationen 2024/25. Wenn es gelänge, dieses Potenzial in aktives demokratiepolitisches Gestalten zu überführen, wäre viel gewonnen, denn, „Demokratie ist anstrengend, aber das Beste, was uns passieren kann“.

Dieses Methodenhandbuch leistet eine praktische Übersetzungsarbeit, indem es die Ergebnisse dieser und weiterer Studien anhand nachfolgender Fragestellungen aufbereitet:

- Welche Zielgruppen ergeben sich aus der Studie für die politische Bildung?
- Welche Inhalte sollen vermittelt werden?
- Welche Herausforderungen ergeben sich aus der Studie?
- Welche Ansatzpunkte ergeben sich für politische Akteure?
- Welche Haltung wollen wir fördern?
- Welche Berührungspunkte gibt es im alltäglichen Leben?
- Welche Formate greifen die Fragen bereits auf?

... bis Z wie Zukunftshandeln

Wir haben aus vielen Beobachtungen, Gesprächen und der Forschung gelernt, dass unsere Gesellschaft den Glauben an den Fortschritt zu verlieren droht. Vor allem jungen Menschen fehlen positive Zukunftsbilder, für die es sich zu kämpfen lohnt. Den einen positiven „Endzustand“ einer Gesellschaft wird es kaum geben; viel wichtiger ist die Fähigkeit einer Gesellschaft, durch Lernen, Erfahrung und Kommunikation gemeinsam Lösungen für Probleme zu finden, die vor uns liegen. Wir müssen ins TUN kommen, so können wir auch den Fortschritt und eine gute Zukunft als Prozess gestalten, denn eine Gesellschaft und eine Demokratie können nur so zukunftsfähig sein, wie die Bereitschaft der Einzelnen, sich für diese einzusetzen.

Der zweite Teil des Handbuches umfasst einen praktischen Methodenteil, welcher neuere und auch bekannte Formen der politischen Bildungsarbeit mit den entsprechenden Kontexten verbindet. Unsere feste Überzeugung ist, dass wir politische Haltung und Handeln nur fördern können, wenn die Formate der politischen Bildung unseren Anspruch an eine demokratische Gesellschaft reflektieren: mitmachen, streiten, zuhören, mitgestalten, wirksam werden – mit den richtigen analogen oder digitalen Formaten und Methoden.

Eine Gebrauchsanleitung

Das Handbuch kann auf ganz unterschiedliche Weise genutzt und konsumiert werden. Im ersten Teil: „Analyse meets politische Bildung“ steht jeder Artikel für sich: ein Thema, eine wissenschaftliche Fragestellung und die dazugehörigen Zielgruppen und Übersetzungen für die politische Bildung. Formate und Methoden, die im Text farblich gekennzeichnet sind, verweisen auf den zweiten Teil des Handbuches und werden nach dem immer gleichen Muster vorgestellt: Ideen, Zielgruppen, Rahmen und Ablauf.

Der Format- und Methodenteil bietet eine Inspirationsquelle für politische Bildner_innen. Einfach einmal durchblättern, wenn die nächste Planungsrunde ansteht! Die Checklisten sollen helfen, im Vorfeld die richtigen Fragen zu stellen und ein passendes Format auszuwählen, welches dann ebenso zu der Zielstellung, Zielgruppe und den eigenen Ressourcen passt. Statt der üblichen Podiumsdiskussion können auch andere Formate zum Erfolg führen. Ein leidenschaftliches Plädoyer dafür findet sich gleichfalls im zweiten Teil.

Wir sprechen im Buch mal von **Methoden** und mal von **Formaten**. Was ist da eigentlich der Unterschied? Eine Methode hat einen spezifisch geplanten Ablauf, um ein konkretes Ziel zu erreichen. Ein For-

mat hingegen gibt eine übergeordnete Struktur, wie eine Veranstaltung oder ein Prozess gestaltet sein kann.

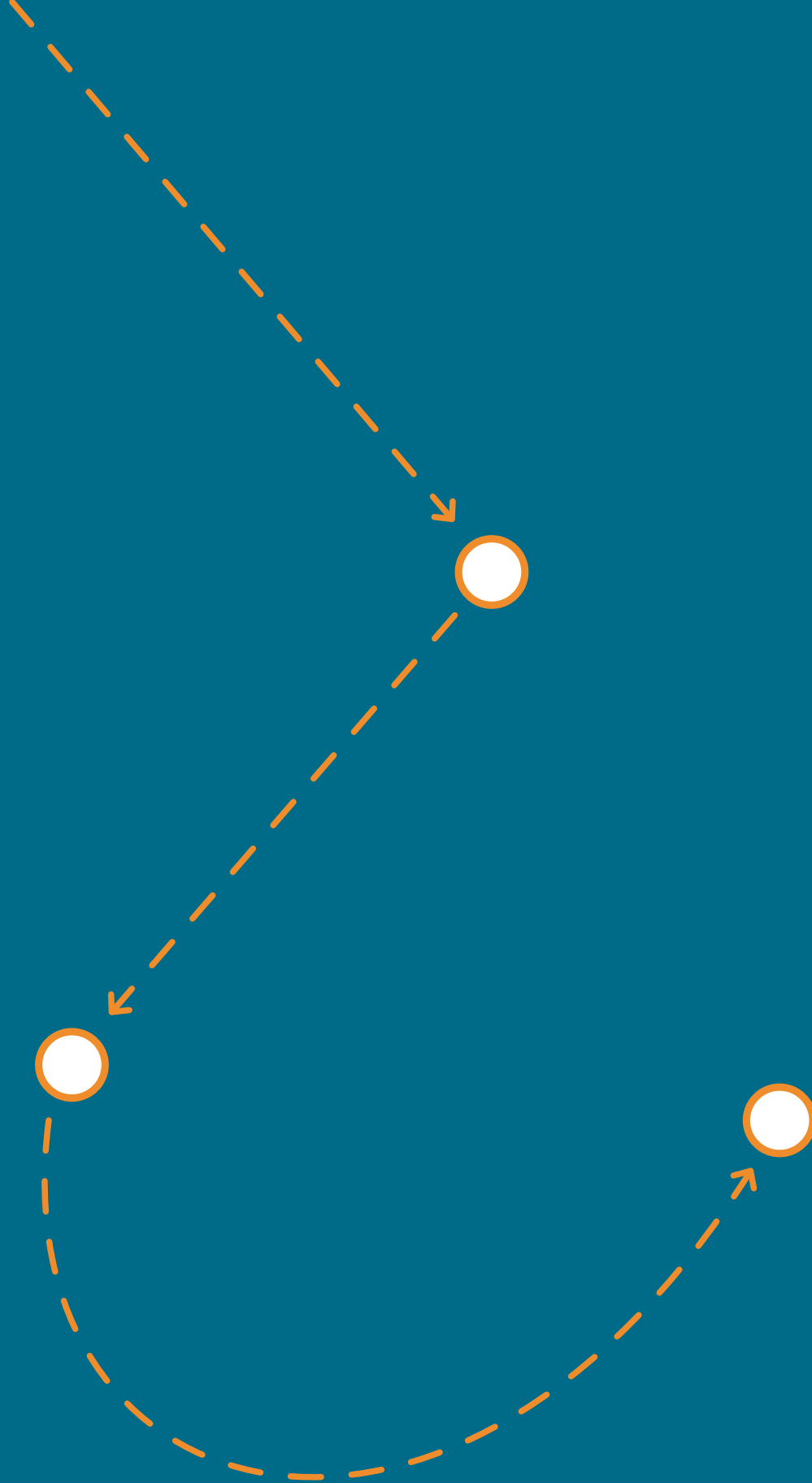
Wir bedanken uns bei allen Autor_innen für die Beiträge und tolle Zusammenarbeit und bei Heike Woltmann für die übersichtliche und inspirierende Gestaltung!

Bei unseren Formaten und Methoden dreht sich alles um die Organisation einer Interaktion auf Augenhöhe, die sehr beteiligungsorientiert ist, viele Perspektiven sichtbar macht, Menschen verbindet und gemeinsame Handlungen oder Entscheidungen möglich werden lässt.

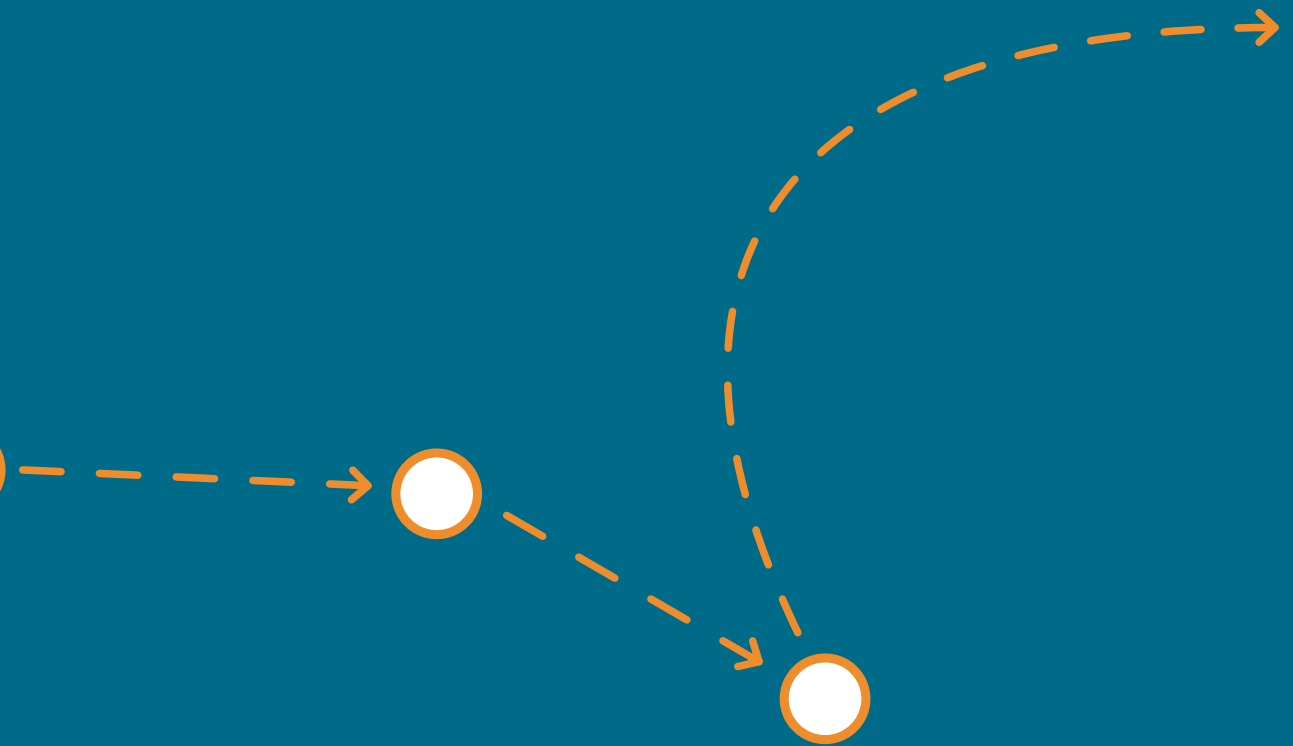
Mit Spaß und in Gemeinschaft dazu beizutragen, Menschen zu politischem Handeln zu befähigen, dafür wollen wir mit diesem Buch Mut machen – und im besten Fall auch Zukunftsmut!

Stefanie Elies und Yvonne Lehmann

Herausgeberinnen für die Friedrich-Ebert-Stiftung



Analyse meets politische Bildung



Politische Bildung in Krisenzeiten

von Hans Komorowski



Die Menschen in unserem Land haben das Gefühl, im permanenten Krisenmodus zu sein, und tatsächlich sind die gesellschaftlichen sowie politischen Herausforderungen seit ungefähr einem Jahrzehnt enorm: Schulden- und Bankenkrise, Corona-Epidemie, Krieg, Inflation, Erstarken des Rechtspopulismus und Klimawandel. Die Menschen fühlen sich überfordert und erschöpft. Diese Krisen und ihre spürbaren Folgen im Alltag der Menschen sind zugleich eine Herausforderung für die politische Bildung, denn sie stößt mit ihren Angeboten und Formaten zunehmend an Grenzen. Die Menschen sind enttäuscht von der Politik und skeptisch gegenüber den Lösungsvorschlägen der Regierenden. Nicht selten haben die Menschen das Gefühl, dass ihre Sorgen nicht gehört und ihre Probleme nicht gelöst werden. Im schlimmsten Fall wenden sie sich von der Politik ab, resignieren oder fallen auf die falschen Versprechen populistischer Kräfte herein.

Die Verantwortlichen der politischen Bildung stehen deshalb vor einer besonderen Situation: Angesichts der unsicheren politischen Gemengelage einerseits und des Erstarkens demokratiefeindlicher Kräfte und der Polarisierung gesellschaftspolitischer Debatten sowohl in der Öffentlichkeit als auch im privaten Umfeld andererseits ist politische Bildung wichtiger denn je. Zugleich gelingt es aber immer weniger, mit Angeboten Zielgruppen zu erreichen, die nicht ohnehin schon auf der Seite der Demokratie stehen und politisch engagiert sind. Natürlich haben auch Menschen, die sich gesellschaftlich und politisch aktiv einbringen, einen Anspruch auf politische Bildung, weil sie wichtige Multiplikator_innen sind, aber angesichts der Gefahren für die Demokratie ist es umso dringender, dass vor allem jene für den Dialog gewonnen und von der Demokratie überzeugt werden, welche an ihr zweifeln oder ihr sogar den Rücken kehren. Wie stellt man sich diesem Problem und was sind die Voraussetzungen dafür?



Aufsuchende politische Bildung als Chance für Neues

Zunächst ist es wichtig, sich bewusst zu machen, dass politische Bildung kein starres Konzept ist, das über Jahrzehnte hinweg auf die immer gleiche Weise funktioniert. Politische Bildung passt sich den Veränderungen und Entwicklungen in der Gesellschaft an. Gemeinsam mit den Menschen müssen diese Entwicklungen auf eine Weise diskutiert, reflektiert und gestaltet werden, dass alle die Chance bekommen, sich einzubringen, gehört und respektiert zu werden. Das heißt, es braucht *neue* Ideen, *neue* Zugänge zu den Menschen und *neue* Formate. Hier kommt die **aufsuchende politische Bildung** ins Spiel. Die Friedrich-Ebert-Stiftung widmet sich ihr seit über zwei Jahren in einem Pilotprojekt, um eben diese neuen Ideen, Zugänge und Formate auszuprobieren und Erfahrungen zu sammeln, welche die bisherige Bildungsarbeit bereichern können. Doch was genau ist mit aufsuchender politischer Bildung gemeint? Was steckt hinter dem Begriff „aufsuchend“?

Politik und politische Bildung wirken auf die Menschen sehr oft elitär, akademisch und hierarchisch. Ihre Angebote sind mit zahlreichen Hürden versehen, welche einen Dialog auf Augenhöhe mit den Teilnehmenden verhindern. Viele Menschen fühlen sich deshalb nicht angesprochen und nicht repräsentiert. Das verstärkt ihren Eindruck, dass ihre Interessen und Bedarfe nicht berücksichtigt werden. Wenn von Politik die Rede ist, erscheint sie wie ein abstraktes, lebensfernes Gebilde. Die aufsuchende politische Bildung möchte diese zunehmende Distanz zwischen den Menschen, der Politik und politischen Bildung überwinden, indem sie die Menschen verstärkt in ihrem Alltag aufsucht und Themen aus der Lebensrealität der Menschen behandelt. Die aufsuchende politische Bildung will die Menschen besser verstehen und ihnen Politik (wieder) nahebringen. Der aufsuchende Ansatz berücksichtigt dabei fünf Dimensionen:

- **Ort:** Aufsuchend in Bezug auf den Ort arbeiten viele politische Bildner_innen bereits, z.B. in ländlichen Regionen oder im Jugendbereich. Trotzdem findet das weiterhin zu selten statt, und politische Bildung könnte sich noch konsequenter von ihren räumlich oft isolierten Konferenzsälen und nicht selten sterilen Seminarräumen verabschieden. Anstatt zu erwarten, dass die Menschen zu den Angeboten kommen, müssen sich deren Akteure zu den Menschen begeben. Sozial und wirtschaftlich benachteiligte Zielgruppen insbesondere in Großstädten und Ballungsgebieten können mit Bildungsangeboten nur dort erreicht werden, wo die Menschen leben und arbeiten, wo sie einkaufen und ihre Kinder zur Schule gehen. Der große Vorteil besteht dabei darin, dass diese Orte den Menschen vertraut und direkt mit ihren Sorgen, Themen, aber auch Emotionen verbunden sind. Bildungsangebote im unmittelbaren Lebensumfeld der Men-

schen finden in Räumen statt, die öffentlich sind, wie in Cafés, Gemeindesälen, Nachbarschaftstreffs oder Parks, und die sich im besten Fall gemeinsam mit den Teilnehmenden „aneignen“ und gestalten lassen. Somit können viele der mit bisheriger Bildungsarbeit verknüpften Hürden beseitigt werden.

- **Themen:** Anstatt immer das große Rad der Politik zu drehen und gesellschaftliche sowie politische Zusammenhänge akademisch und komplex zu vermitteln, spürt die aufsuchende politische Bildung Themen auf, welche die Menschen unmittelbar betreffen – Themen aus ihrer Lebenswelt. Natürlich lassen sich ebenso explizit politische Themen behandeln. Menschen, die weit weg von Orten der politischen Bildung leben, haben auch ein Interesse daran, über politische Fragen zu diskutieren und informiert zu werden. Im besten Fall werden die Themen aber nicht vorgegeben, sondern gemeinsam mit den Teilnehmenden entwickelt. Das können kommunale Themen sein oder Probleme und Konflikte aus dem Kiez, der Kommune oder Nachbarschaft, z. B. das Ringen um mehr Aufenthaltsqualität im Kiez oder der Einsatz für bessere Radwege, ein Dialog zwischen Jugendlichen und Senior_innen oder die Frage, wie man in der Nachbarschaft eine Interessensvertretung initiiert. Es geht darum, den Menschen zu vermitteln, dass Politik nicht etwas ist, das allein im entfernten Berliner Regierungsviertel behandelt wird und auf das sie keinen Einfluss haben, sondern dass Politik vor der eigenen Haustür stattfindet. Konstruktive Problemlösungen in der Nachbarschaft oder Kommune stützen sich auf Dialog, Aushandlung und Kompromisse der Bewohner_innen und setzen die Bereitschaft vieler voraus, sich einzubringen.

... dass Politik vor der eigenen Haustür stattfindet

Im Mittelpunkt stehen nicht die Botschaften, sondern die Teilnehmenden mit ihren Biografien, Persönlichkeiten sowie Meinungen.

- **Formate und Methoden:** Der aufsuchende Ansatz bedingt eine Veränderung des Verhältnisses zwischen den politischen Bildner_innen und ihren Zielgruppen. Im Mittelpunkt stehen nicht die Botschaften, sondern die Teilnehmenden mit ihren Biografien, Persönlichkeiten sowie Meinungen. Die Formate und Methoden der aufsuchenden politischen Bildung werden deshalb immer für die jeweilige Zielgruppe und im besten Fall sogar mit der Zielgruppe entwickelt. Entscheidend ist, dass die Formate inklusiv, barrierefrei und vielfältig sind, dass sie den Aufbau von Vertrauen im Umgang und im Gespräch miteinander gewährleisten und sich niemand ausgeschlossen oder unsicher fühlt. Vor allem aber sind die Formate und Methoden aktivierend, denn Ziel ist es, Menschen wieder von der Sinnhaftigkeit politischen Han-

delns überzeugen und vielleicht sogar für ein persönliches Engagement begeistern zu können. Um mögliche sprachliche und soziale Hürden zu überwinden, empfiehlt sich der Einsatz bildbasierter Materialien sowie spielerischer und partizipativer Methoden.

- **Brückenpartnerschaft:** Große Institutionen der politischen Bildung, wie z. B. die politischen Stiftungen, haben oft in Großstädten und dort im Zentrum ihren Sitz. Sie sind deshalb wenig oder gar nicht im ländlichen Raum oder in städtischen Quartieren in Randlagen präsent, wo aber genau jene Zielgruppen leben, die erreicht werden sollen. Diese räumliche Distanz geht auch mit einer kulturellen und habituellen Kluft einher. Es macht daher Sinn, vor Ort eine Organisation als Brückenpartner zu gewinnen, die mit der Kommune oder dem Quartier vertraut ist und die Menschen dort gut kennt. Das können lokale Netzwerke und Initiativen, Wohlfahrtsverbände, Stadtteilzentren oder Sportvereine sein. Diese Brückenpartner bieten Zugang zu den Zielgruppen, sprechen deren Sprache, verstehen deren Lebenssituation besser und können nicht selten selbst auch Unterstützung gebrauchen. Wichtig in der Zusammenarbeit mit diesen Partnerorganisationen ist, dass man ein gemeinsames Verständnis von politischer Bildung aushandelt sowie gemeinsame Ziele und Erwartungen an das jeweilige Format vereinbart. Solche Partnerschaften bieten zudem die Chance, dass die Brückenpartner im Interesse von Nachhaltigkeit die angestoßenen Impulse und Initiativen über das Ende eines Formats hinaus fortführen.
- **Zeit:** Und schließlich findet in der aufsuchenden politischen Bildung auch ein anderer Umgang mit dem Faktor Zeit Berücksichtigung, und zwar in einem doppelten Sinn. Wenn sich die aufsuchenden Formate an der Lebensrealität der Menschen ausrichten sollen, dann müssen Veranstaltungen zu Zeiten angeboten werden, in denen es den Menschen möglich ist teilzunehmen. Zugleich brauchen viele der aufsuchenden Formate deutlich mehr Zeit für ihre Umsetzung. Es geht darum, Vertrauen zu den Menschen aufzubauen, Formate gemeinsam mit den Teilnehmenden zu entwickeln, was nicht nur Geduld erfordert, sondern auch eine stärkere Orientierung auf den Prozess und weniger auf sein Ergebnis.

Diese fünf Aspekte, die den aufsuchenden Ansatz politischer Bildung umreißen, wirken auf den ersten Blick anspruchsvoll. Dabei hat dieser Ansatz enorme Vorteile, die für die politische Bildung von großem Nutzen sein können.

Raus aus der Komfortzone!

Die aufsuchende politische Bildung bietet die Chance, sich von manchen Gewohnheiten zu verabschieden und neue Wege zu gehen. Das ist spannend, lehrreich und ermutigend, weil sich politische Bildner_innen hinterfragen und reflektieren, was politische Bildung im Kern ausmacht: Begegnung, Dialog und Überzeugung. Zudem eröffnet die aufsuchende politische Bildung einen großen Spielraum für unterschiedliche Zielgruppen, Formate und Methoden. Ob sie einen kleinen Info-Tisch in der Fußgänger_innenzone der ostdeutschen **Kleinstadt Zeitz** (S. 90) aufstellen oder sich in ein **Kahvehane** (S. 88), ein türkisches Männercafé, in Köln setzen, ob sie mit einem Glücksrad an einem Nachbarschaftsfest in Berlin teilnehmen oder Kontakt zu Münchener Auszubildenden in deren Wohnheim knüpfen – überall begegnen Bildner_innen unterschiedlichen Menschen und kommen ins Gespräch mit ihnen. Ist das Interesse erst geweckt, lässt sich mit diesen Menschen ein Format aufbauen. Das ist bereichernd und sensibilisiert für ihre Anliegen und Perspektiven. Nicht selten sind die Menschen dankbar, dass ihnen jemand zuhört, dass ihre Meinung wertgeschätzt wird und dass sie gemeinsam mit anderen etwas erarbeiten oder veranstalten können.

Das läuft natürlich nicht immer konfliktfrei ab. In Thüringen ist das dortige Landesbüro der FES mit einem Kleinbus in ländliche Gebiete gefahren, wo demokratiefeindliche Haltungen längst zum Mainstream gehören, und haben dort mit Schüler_innen, Eltern und Bewohner_innen über die Gefahren des Rechtspopulismus gestritten. Da sind die Akteur_innen auf viel Ablehnung, teilweise sogar Protest gestoßen. In Niedersachsen sind Kolleg_innen Menschen begegnet, die Angst vor der dort aktiven Reichsbürgerszene haben. Und in einem Fotografie-Workshop mit russischsprachigen Frauen in Bayern sind in politischen Gesprächen Haltungen deutlich geworden, die von einem progressiven Verständnis von Demokratie und Pluralismus fundamental abweichen. Diese Beispiele zeigen, dass aufsuchende politische Bildung auch unbequem ist und dass die Akteur_innen vor Ort argumentativ sowie methodisch auf Ablehnung und besorgniserregende politische Einstellungen vorbereitet sein müssen. In der Arbeit mit sozial und wirtschaftlich beteiligten Zielgruppen sind politische Bildner_innen nicht selten mit Menschen zusammengekommen, die arm, einsam und hilfsbedürftig sind. Das erfordert ein Bewusstsein dafür, wo eher soziale Arbeit statt politischer Bildung nötig ist. Aufsuchend tätig zu sein, bedeutet eben, Grenzen zu erkennen, die eigene Resilienz zu stärken und sich und die Kolleg_innen zu schützen.

Demokratie als kleines und großes Ziel

Aufsuchend tätig zu sein, bedeutet aber auch anzuerkennen, dass dieses Engagement allein nicht die Demokratie retten kann. Vielmehr geht es darum, die Menschen ins Zentrum zu stellen, ihnen zuzuhören und sich auf sie einlassen, sie von den Vorteilen demokratischer Prozesse und Strukturen zu überzeugen und sie zu ermutigen, eigene Ansichten in Frage zu stellen sowie andere Meinungen zu akzeptieren. Es geht darum, Menschen eine Haltung zu vermitteln: Sie sind nicht ohnmächtig, sondern können in ihrem eigenen Lebensumfeld etwas bewirken, ihre Interessen adressieren und im besten Fall durchsetzen. Deshalb kann es Sinn machen, Politiker_innen in solche Formate einzubeziehen und den Austausch zwischen ihnen und den Menschen zu ermöglichen. In der Zusammenarbeit mit Politiker_innen im Rahmen aufsuchender Formate werden jedoch sehr unterschiedliche Erfahrungen gemacht: Einigen kommt der hierarchiefreie Austausch auf Augenhöhe sehr entgegen, andere haben große Schwierigkeiten, sich darauf einzulassen. In der aufsuchenden politischen Bildung können also auch Politiker_innen eine Menge lernen.

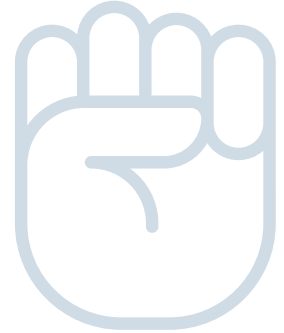
*nah bei den Menschen
und mit den Menschen*

Interesse, Engagement und Solidarität sind für eine stabile Demokratie, für die politische Bildner_innen werben und arbeiten, unabdingbar. Genau diese Werte will die aufsuchende politische Bildung stärken und fördern – nah bei den Menschen und mit den Menschen. Debatten und Interessensausgleich sind wesentlich für unsere offene und vielfältige Gesellschaft und sie finden nicht nur im Bundestag, sondern vor allem dort statt, wo Menschen wohnen, leben und arbeiten. Und genau dort ist die aufsuchende politische Bildung anzutreffen, und zwar nicht nur als „Feuerlöscher“ in Krisenzeiten, sondern – so der Wunsch – als ein dauerhaftes und nachhaltiges Angebot für ein Leben in Demokratie und Vielfalt.

Mehr Informationen: netzwerk-politische-bildung.de/projekte

„Mitte-Studien“ Auftrag für Demokratiebildung

von Franziska Schröter



Die sogenannten „Mitte-Studien“ der Friedrich-Ebert-Stiftung erforschen etwa alle zwei Jahre das Ausmaß rechtsextremer, demokratiegefährdender und menschenfeindlicher Einstellungen in unserer Gesellschaft. Sie sind damit eine der wichtigsten Langzeitstudien in diesem Bereich in Deutschland. Die Analyse ist klar, die Frage nach dem „Was nun?“ ist schwerer zu beantworten. Dieses Kapitel will weiterdenken, was sich aus den Ergebnissen der FES-Mitte-Studie für die Bildungsarbeit und den gesellschaftspolitischen Umgang damit ableiten lässt.

Die aktuellste Ausgabe von September 2023 unter dem Titel „Die distanzierte Mitte“ hat neben vielen anderen Dingen vor allem gezeigt, dass die Normalisierung extrem rechter Diskurse voranschreitet, sich immer mehr Menschen von der Demokratie und von Teilhabe distanzieren und dass 8,3 % der Befragten ein geschlossen rechtsextremes Weltbild aufweisen – das ist quasi eine Verdreifachung zu allen Jahren zuvor. Sie zeigt aber gleichfalls, welche entscheidende Rolle Faktoren wie Verunsicherung, Krisenempfinden oder auch Einsamkeit spielen.

Die Ergebnisse werden von vielen ähnlich angelegten Studien gestützt: Es gibt Gruppen und Merkmale, die besonders anfällig für demokratiegefährdende Einstellungen sind, aber auch Gruppen, auf die man einen besonderen Fokus legen sollte. Junge Menschen, vornehmlich junge Männer, denken und wählen häufiger extrem rechts, sind vor allem antifeministischer und gewaltaffiner. Ostdeutsche, Menschen in ländlichen Regionen, verunsicherte Menschen werten statistisch öfter andere Menschen stereotyp ab. Wie aus den Befragungen deutlich wurde, macht Einsamkeit rechtsextremer (oder Rechtsextremismus einsamer?), dieses Phänomen betrifft aber nicht nur äl-

tere Menschen. Daraus ergeben sich Potenziale für die Bildungs- und Demokratietarbeit.

Senior_innen, Menschen in strukturschwachen Räumen, Sportvereinsmitglieder – bei all diesen Gruppen lohnt es sich, darüber nachzudenken, mit welchem Format und mit welcher Ansprache man diese Menschen erreichen kann und wieso das wichtig wäre. In einer Gesellschaft, in der weit mehr als ein Viertel der Menschen Wurzeln in anderen Regionen dieser Welt hat, braucht es möglicherweise andere Formate und Zugänge, um Erinnerungskultur als relevant für das heutige Miteinander zu etablieren oder Antisemitismus oder auch Rassismus zu bearbeiten. Menschen, die selbst von Ausgrenzung betroffen sind, können trotzdem andere Menschen diskriminieren – das gilt es teilhabeorientierter und vielfältiger zu thematisieren.

Die sogenannte „arbeitende Mitte“ ist schwer für Bildungsformate zu erreichen, steckt mitten in der „Rushhour des Lebens“ und kämpft mit Unsicherheiten und Krisen. Doch gerade am Arbeitsplatz muss Demokratie gelebt werden, wenn diese auch gesamtgesellschaftlich das Ziel sein soll. In hierarchischen Strukturen lernt man keine Demokratie, das trifft auf Kita und Schule genauso zu wie auf die Arbeitswelt oder Familie. Aufsuchende Formate könnten hier ein Türöffner sein, vom Spielplatz-Kaffee bis hin zum [Brownbag Lunch](#) (S. 140) in der Betriebskantine.

Die Demokratiefesten stärken

Wir als Gesellschaft, als Bildner_innen, als politisch denkende Menschen, müssen erklären, wie politische Prozesse funktionieren, wieso z. B. ein Kompromiss nichts Verwerfliches ist oder wo man sich einbringen kann, um Dinge besser zu machen und zu verändern. Dabei dürfen wir nicht nur die Defizite in den Blick nehmen! Wir dürfen die große Gruppe der Demokratiefesten nicht vergessen, die laute Minderheit wird durch ihre stärkere Hörbarkeit nicht zur Mehrheit. Lehrkräften und Erwachsenenbildung kommt da eine besondere Aufgabe zu, nämlich diese Debatten auch greifbarer und verständlicher zu machen und den Menschen zu erklären. Formate und Methoden müssen dafür zu den gewünschten Zielgruppen passen.

Ins „Machen“ kommen

Die FES-Mitte-Studien sind mehr Analyse, weniger Lösungsheft – sie bieten aber gute Ansatzpunkte, um in der politischen Bildung ins Tun zu kommen. Vom *Reden*, *Diskutieren*, *Verstehen* hin zum *Sensibilisieren* und hinein ins *Selbermachen* können die Analysen der Wissenschaft helfen, sich den Lebensrealitäten verschiedener Menschen anzunähern.

Grundlage könnte die Erkenntnis sein, dass auf der Ebene von Vorurteilen und Stereotypen keiner von uns frei von Schubladendenken ist. Hier anzusetzen in der Diskussion, die Unterschiede zu hartem Rechtsextremismus und Menschenhass herauszuarbeiten und zu einem gemeinsamen Verständnis zu gelangen, dass wir alle in unserem Denken vorsortieren, um die Komplexität der Welt zu reduzieren, wir unser Handeln jedoch nicht daran ausrichten sollten, könnte in Bildungsformaten Teil der Agenda sein.

Auch für Argumentation, demokratiefeste Haltung und harte Debatten bieten die Mitte-Studien passende Inhalte. Wenn offener Rechtsextremismus in seiner Menschenfeindlichkeit formuliert wird (das Buch bietet Definitionen und erklärt die verschiedenen Ausprägungen), helfen die Zahlen der Studie, die roten Linien aufzuzeigen. Rassismus, Antisemitismus oder auch die Verharmlosung des Nationalsozialismus sind keine Mehrheitshaltung. Hass ist keine Meinung. Extrem rechte Diskurse sollten nicht normalisiert werden. Das gilt für die Schule genau wie für die Politik. Um dem rechten Mainstreaming etwas entgegensetzen zu können, muss man aber auch menschenfeindliche Narrative erkennen und benennen können. Dabei helfen die Daten. Dazu gehört aber ebenso die Debatte über falsch verstandene „Neutralität“, die vor allem in Schulen oder im Umgang mit zivilgesellschaftlichen Organisationen zu Unsicherheiten führt darüber, wie man sich äußern darf oder nicht. Dabei setzen die Schulgesetze selbst durchaus den Rahmen, wenn sie es als Aufgabe von Schule formulieren, demokratische Werte zu vermitteln. Der Beitrag von politischer Bildung kann hier eine Beratung und Prozessbegleitung der Schulgemeinschaft sein, um ein gemeinsames Verständnis von Demokratiebildung zu schaffen und über die Anforderungen des Lehrplans hinaus zu initiieren. Dafür, die Debatte in die Schule zu holen, können eine gemeinsame Zukunftswerkstatt, Projekttag oder die FES-Ausstellung: „Demokratie stärken – Rechtsextremismus bekämpfen“ (www.fes.de/gegen-rex) dienen.

Demokratie muss immer wieder neu gestaltet werden – von uns allen!

Die Mitte-Studien geben aber auch Hinweise für ganz konkretes gesellschaftliches Handeln. Zusammenfassend könnte man festhalten: Unsicherheit treibt Menschen in die Abwertung Anderer, neoliberalen Denken verstärkt Ausgrenzung, Zusammenhalt sollte nicht ausschließen und sich nicht nur auf die Mehrheitsgesellschaft erstrecken. Einsamkeit ist schlecht für die Demokratie. Die demokratischen Institutionen müssen sich das Vertrauen der Bürger_innen zurückerkämpfen. Demokratie muss immer wieder neu gestaltet werden – von uns allen! Das bedeutet für die politische Bildung, dass demokratische Prozesse erklärt werden müssen, dass z. B. Minderheitenschutz oder Kompromisse kein Zeichen von Schwäche sind, oder auch, wieso es gut ist, dass wir uns eine öffentlich-rechtliche Medien-

Einsamkeit ist schlecht für die Demokratie

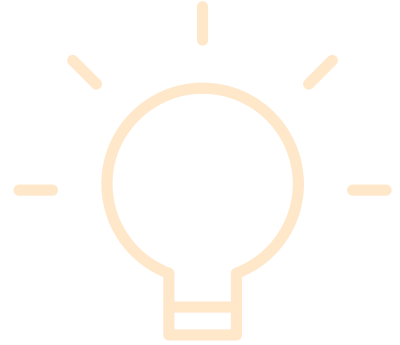
landschaft leisten. Dazu haben aber ebenfalls alle Bürger_innen die Pflicht, sich entsprechend medienkompetent zu informieren. Dafür hat demokratische Bildungsarbeit gute Konzepte.

Konkret ergeben sich daraus auch klare Linien für das politische und gesellschaftliche Handeln. Wirtschaftliche und emotionale Verunsicherung sowie soziale Ungleichheiten gilt es zu reduzieren. Verbale Abrüstung und eine kritisch-sachliche Auseinandersetzung tun der Familie ebenso gut wie dem Parlament. Gleichzeitig sollte sich das Verständnis durchsetzen, dass die Übernahme extrem rechter Diskurse nur dem Original nützt. Das heißt nicht, Themen totzuschweigen, sondern sie progressiv zu bearbeiten und rote Linien aufzuzeigen, wo die Meinungsfreiheit ihre Grenzen haben muss. Das Wort „Brandmauer“ ist in aller Munde, aber dieses einmal konkret auszubuchstabieren bedeutet, dass es keine Zusammenarbeit mit der parlamentarischen extremen Rechten geben kann und dass auch mediale Plattformen dazu beitragen, die rechten Narrative zu normalisieren. Nicht nur hier gilt es, Wissenschaft und Forschung ernst zu nehmen, statt sie zu diskreditieren. Kritische demokratische Bildung muss auskömmlich gefördert und finanziert sein. Sie sollte nicht als Feuerwehr, sondern als Daueraufgabe wertgeschätzt werden, statt ständig Angriffen selbst aus der gesellschaftlichen Mitte ausgesetzt zu sein.

Und was bedeutet das ganz konkret im eigenen Tun, als Bildner_in, als Politiker_in, als Bürger_in? Wir müssen Räume schaffen, die die leise Mehrheit wieder stärken und Menschen befähigen, Diskurse zurückzuerobieren oder zumindest zu widersprechen, wo sie nicht überzeugen können. Es muss Formate geben, die Platz lassen für Austausch, für Schattierungen, für ein Herantasten. In den seltensten Fällen gibt es DIE richtige Antwort oder Haltung, aber Schule und politische Bildung können Leitplanken setzen, innerhalb derer ein Diskurs auf Augenhöhe möglich ist. Dazu gehört die Vermittlung von Wissen (Seminare, Podiumsdiskussion) genauso wie die Vermittlung von Handwerkszeug (Argumentationstrainings, Workshops zu Grundlagen gewaltfreier Kommunikation). Menschen das Gefühl von Selbstwirksamkeit zu verschaffen braucht Orte des Miteinanders, das Auflösen von Blasen, das Anerkennen anderer Meinungen und Lebenswirklichkeiten. Dogmatismus ist da nicht hilfreich, ein kleiner gemeinsamer Nenner mag vielleicht ein guter Startpunkt sein. So mag man manche Gewerkschafter_in mit einer akademisch perfekt geschlechtersensiblen Sprache vielleicht irritieren, kommt aber im gemeinsamen Kampf für Gleichstellung und gerechte Bezahlung durchaus zusammen und kann dann auch hinsichtlich der Minderheitenrechte für Verständnis werben. Man mag bei einer Gegenrede unter einem Online-Post oder auf einer Firmenfeier möglicherweise nicht die sich äußernde Person umstimmen, aber den anderen Anwesenden signalisieren, dass es auch noch weitere Perspektiven gibt. Gerade, aber nicht nur in der Jugendbildung Begeisterung für das Mitmachen und das Selbertun zu kreieren, ist ein wichtiger Schritt zu demokratiefesten Bürger_innen.

Krisengeneration im Umbruch – Was junge Menschen von Demokratie erwarten

von Kerstin Ott und Nicole Loew



Welche Herausforderungen ergeben sich aus der Studie für politische Bildner_innen (und Politik)?

Die junge Generation ist durch die letzten Jahre vor allem eins geworden: krisenerfahren. Diese Erfahrung prägt ihre Sichtweise auf ihr engstes Umfeld ebenso wie auf gesellschaftliche Zusammenhänge und die Demokratie. Die Corona-Pandemie hat insbesondere die Entwicklungsmöglichkeiten junger Menschen beschränkt, die Klimakrise bedroht ihre künftigen Lebensgrundlagen und der Überfall Russlands auf die Ukraine hatte und hat enormen Folgen auch für junge Menschen in Deutschland, wie z. B. den Preisanstieg bei Lebensmitteln, Energie und Mieten, Engpässe beim Wohnraum oder die aktuelle Debatte, wer Frieden und Sicherheit im Ernstfall militärisch verteidigt. Politik und Parteien stehen vor großen Herausforderungen. Bei der Bundestagswahl am 23. Februar 2025 hat sich ein Großteil junger Wähler_innen für Parteien am linken und rechten Rand entschieden, nicht für die Parteien der Mitte.

Die anhaltende Enttäuschung unter jungen Menschen gegenüber der aktuellen Politik lässt sich schon in den Ergebnissen der Studie „Krisenerwachsen“ aus dem Jahr 2023 erahnen. In den Fokusgruppen zeigt sich im Gespräch mit jungen Wähler_innen (www.fes.de/studie-jungwaehler-und-ihr-blick-auf-politik), wie verbreitet die Ansicht ist, dass Politik nicht für sie gemacht werde – einerseits, weil sie als Gruppe zahlenmäßig nicht wahlentscheidend in einer immer älter werdenden Gesellschaft sind, andererseits weil sie sich nicht angesprochen fühlen, weder von der Art und Weise, wie politische Akteur_innen kommunizieren, noch von den Inhalten, die nicht auf jüngere Zielgruppen ausgerichtet sind. Als Resultat erscheinen die vorhande-

nen Parteien der Mitte nicht attraktiv für die junge Generation. Daraus kann entweder die Abwendung von der Mitte resultieren oder im schlechteren Fall die Abwendung von der Demokratie – gerade wenn aus Ermangelung eines passenden Angebots der Gang zur Wahlurne gar nicht mehr angetreten wird, denn wer einmal Nichtwähler_in ist, hat empirisch gesehen die größten Chancen, auch Nichtwähler_in zu bleiben.

Seit der Corona-Pandemie und dem Erstarken der AfD machen sich immer mehr Menschen Sorgen um den gesellschaftlichen Zusammenhalt. Bei jungen Menschen zeigt sich, dass Frauen und Männer gänzlich andere Schlüsse aus den Krisen ziehen. Junge Männer wählen deutlich häufiger rechte und ganz rechte und junge Frauen eher linke Parteien. Ebenso klar fallen die Unterschiede entlang des formalen Bildungsgrades aus. Doch gibt es neben den Gräben auch verbindende Themen, die alle jungen Menschen umtreiben. Insgesamt nimmt das Thema Sicherheit einen hohen Stellenwert ein. Sicherheit meint damit aber nicht nur die internationale Unsicherheit angesichts des Krieges in Europa, sondern gleichfalls die ganz individuelle Absicherung gegenüber steigenden Preisen oder der Unsicherheit mit Blick auf das Thema zukünftigen Wohnraum, sei es als Eigentum oder zur Miete. Die soziale Demokratie wird dabei häufig sowohl in den Umfragen als auch in den Fokusgruppen durchaus als grundsätzlich wählbar angesehen. Junge Menschen lehnen die SPD zwar nicht ab, sie ist für sie aber nicht greifbar und wird deshalb von ihnen seltener gewählt. Ein klareres Verhältnis haben junge Menschen zu Parteien wie den Grünen, der AfD und Die Linke, allerdings im Positiven wie im Negativen. Sie werden eindeutig mit einzelnen Themen verbunden, die für die jeweilige Gruppe entscheidend sind, wie beispielsweise dem Klimaschutz oder der Zuwanderung, und deshalb deutlicher befürwortet oder abgelehnt.

Politik muss liefern: So können Ansprache und Beteiligung gelingen

Aus den Ergebnissen der Umfrage und vertiefenden Fokusgruppen ergeben sich direkte Ansatzmöglichkeiten für politische Akteure. Die Wahrnehmung der zahlenmäßigen Unterlegenheit könnte das Absenken des Wahlalters auf 16 Jahre zwar nicht vollständig aufheben, dennoch würde die Gruppe junger Wähler_innen anwachsen und so könnten zumindest graduell auch die intergenerationalen Mehrheitsverhältnisse angeglichen werden. Außerdem sollte die symbolische Wertschätzung der jungen Generation durch die Verantwortungszuschreibung und Aufwertung der politischen Teilhabemöglichkeiten nicht unterschätzt werden. Das Gefühl der politischen Bedeutungslosigkeit junger Menschen ist kein Umstand, den eine Gesellschaft einfach hinnehmen darf.

Das Gefühl der politischen Bedeutungslosigkeit junger Menschen ist kein Umstand, den eine Gesellschaft einfach hinnehmen darf.

Jugendpolitik muss in allen Politikfeldern mitgedacht werden.

Neben den strukturellen Änderungen können Parteien aber ebenso in ihrem politischen Alltagsgeschäft gegen das Gefühl der politischen Bedeutungslosigkeit junger Menschen anarbeiten. Der Wunsch nach direkter Ansprache sollte in der Kommunikation von Politiker_innen ernst genommen werden. Diese Art der politischen Kommunikation ist jedoch bei weitem nicht nur eine Aufgabe für Wahlkampfzeiten und eine reine Frage von Orten der Ansprache. Dass Politik auch in sozialen Medien stattfinden kann und muss, ist eine Erkenntnis, die mittlerweile gleichfalls in der politischen Mitte angekommen ist. Dass junge Menschen aber nicht nur mit dem Thema „Schule und Bildung“ adressiert werden möchten, ist eine Forderung, die uns immer wieder bei der Datenerhebung zu der Studie vorgetragen wurde. Es gibt nicht die Jugendthemen in der Politik und es ist nicht richtig, dass junge Menschen mit allem anderen nichts zu tun haben wollen. Ganz im Gegenteil sollte die gesamte Bandbreite politischer Themen auch an junge Menschen herangetragen und in ihre Alltagswirklichkeit übersetzt werden. Jugendpolitik muss in allen Politikfeldern mitgedacht werden. Gerade wenn finanzielle Sorgen und Zukunftsängste eine Generation herausfordern, müssen Themen der wirtschaftlichen und sozialen Sicherheit ebenso junge Menschen adressieren. Einen ganz praktischen Ansatz, Auswirkungen von politischem Handeln auf junge Menschen zwischen 12 und 27 sichtbar zu machen, verfolgt der sogenannte Jugend-Check. Er ist ein Instrument der Gesetzesfolgenabschätzung. Mit ihm werden alle Gesetzesvorhaben der Bundesregierung hinsichtlich ihrer Auswirkungen auf junge Menschen geprüft. Ziel ist es, Politik und Verwaltung für die Lebenslagen Jugendlicher und junger Erwachsener zu sensibilisieren (jugend-check.de).

Einen deutlichen Unterschied konnten wir in den Fokusgruppen vor allem zwischen denjenigen identifizieren, die Politik in ihrem schulischen Umfeld bereits als erlebbar erfahren haben. Egal, ob es Politiker_innen sind, die zu Diskussionsrunden vor Ort kommen, die Teilnahme an politischen Planspielen oder der Besuch im Land- oder Bundestag und das Gespräch mit Abgeordneten – die Erfahrung politisiert junge Menschen nachhaltig und trägt dazu bei, dass diese sich mit politischen Themen beschäftigen und an ihre Selbstwirksamkeit glauben. Dies ist eine Aufgabe, an der Parteien an zentraler Stelle mitarbeiten können.

Wer erreicht werden muss und wie wir das schaffen

Das Gefühl der politischen Bedeutungslosigkeit ist in der jungen Generation weit verbreitet. Ebenfalls belasten die vielen Krisen unserer Zeit junge Menschen besonders. Wenn eine ganze Generation das Gefühl von Ohnmacht und Verunsicherung teilt, ist es auch in der politischen Bildung wichtig, junge Menschen insgesamt zu erreichen. Dabei kann politische Bildung ansetzen an einem seit Jahren anstei-

genden Interesse an Politik, einer Bereitschaft mitzugestalten und an einer Offenheit, jugendgerecht politisch angesprochen zu werden.

Besonders unter den Jüngsten sind das Vertrauen und die Zustimmung zu Demokratie bemerkenswert hoch. Auch Wahlen und Parteien halten Jugendliche grundsätzlich für wichtig für das Funktionieren unserer Demokratie. Über Schulen können ebenfalls diejenigen erreicht werden, die von sich aus bisher kein Interesse an Politik entwickelt haben. An Schulen ist darüber hinaus eine Verständigung zwischen unterschiedlichen Milieus möglich, die später deutlich seltener zusammenkommen. Schüler_innen, Erstwähler_innen und Jugendliche insgesamt möglichst früh zu erreichen, bietet deshalb besondere Chancen für politische Bildung.

Wertvolle Erfahrungen von Mitsprache und Beteiligung sind allerdings nicht allen überall gut und verbindlich möglich. Allein die Schulform macht hier einen deutlichen Unterschied, aber auch die jeweiligen Möglichkeiten in der Gemeinde vor Ort oder in dem Bundesland. Weil sich Jugendliche mit niedriger Bildung häufiger von Demokratie abwenden, braucht es für diese Zielgruppe besondere Angebote politischer Bildung und Beteiligung, ohne die Erreichbaren aus dem Blick zu verlieren. Der gesellschaftlichen Spaltung entgegenzuwirken, die sich auch in der jungen Generation z.B. zwischen jungen Frauen und Männern oder nach sozialer Herkunft vollzieht, kommt dabei immer mehr Bedeutung zu.

Aber ebenso ist mehr Jugendkompetenz in der Politik gefragt. Dafür müssen Verantwortliche motiviert und befähigt werden, sich jungen Menschen politisch wie kommunikativ zuzuwenden und das auch dort zu tun, wo junge Menschen mit Politik in Kontakt kommen. Neben den viel diskutierten sozialen Medien sind hier Jugendorte wie Schule, Gemeinde, Vereine oder Jugendevents wichtig als Orte, an denen junge Menschen das Miteinander im kleinen wie im großen Rahmen erleben. Nur mit einer überzeugenden Jugendpolitik und Jugendkommunikation kann sich das Verhältnis von Jugend und Politik nachhaltig verbessern.

Haltung vermitteln, Orientierung geben und Handlung ermöglichen

Handlungsmöglichkeiten angesichts der Krisen und Herausforderungen, politisches Selbstvertrauen sowie Aufklärung über populistische Kräfte und Identifikation mit Demokratie sind die zentralen Inhalte. Thematisch muss es in der politischen Jugendbildung angesichts der aktuellen gesellschaftlichen und politischen Herausforderungen besonders um deren generationengerechte Bewältigung gehen. Welche Klima-, Wirtschafts-, Sozial- und Sicherheitspolitik sichert auch jungen Menschen in Zukunft ein gutes Leben? Und wie können junge

Menschen selbst intensiver mitsprechen und gestärkt werden, ihre Interessen zu vertreten, wenn sie als gesellschaftliche Minderheit leicht aus dem Blick von Politik und Parteien geraten? In dem Dialog mit und der Beratung von politisch Verantwortlichen muss es neben einer jugendgerechten Politik in allen relevanten Politikfeldern auch um Prozesse gehen, jungen Stimmen mehr Gehör zu verschaffen.

Demokratie soll dabei grundlegend erfahrbar werden als eigene Angelegenheit, für die es sich lohnt, sich einzubringen und Verantwortung zu übernehmen. Vertrauen soll entstehen können, dass eine demokratische Verständigung immer noch den besten Rahmen bietet, ein gutes Zusammenleben zu gestalten, auch für die junge Generation.

Demokratie soll dabei grundlegend erfahrbar werden als eigene Angelegenheit, für die es sich lohnt, sich einzubringen und Verantwortung zu übernehmen.

Zwischen Poetry Slam und Planspiel: Bildungsformate, die junge Menschen ansprechen

Politische Bildungsangebote, die Handlungsmöglichkeiten aufzeigen, sind für Jugendliche wichtig und thematisch zu allen aktuellen Herausforderungen gefragt. Eine Vielfalt an Zugängen, auch mit jugendkulturellen oder alltagsnahen Formaten

wie z.B. Poetry Slam oder Comic Workshops, mit Angeboten zur Berufsorientierung, mit aktiver Medienarbeit u. v. m., ermöglicht, dass sich die Sicht junger Menschen auf Politik verändern kann.

Viele junge Menschen sehen in Wahlen oft die wichtigste Option, sich politisch einzubringen, tun dies jedoch weiterhin seltener als andere Altersgruppen. Angebote für Erstwähler_innen wie die Workshops „Rettet die Wahlen!“ der FES ermutigen junge Menschen, ihre Stimme einzubringen, und stärken sie in ihrer politischen Urteilsfähigkeit. Das Programm ist modular und an unterschiedliche Lernbedürfnisse anpassbar.

Sozioökonomische Sorgen um die eigene Lebenssituation greift der Projekttag „Mind the gap! Über Geld, Politik und Gerechtigkeit“ (www.fes.de/lnk/5lp) der FES auf. Verteilungsfragen, aber auch der politische Umgang mit Finanzen werden u.a. in einem **Escape Room** (S. 114) über einen Finanzskandal und ein **Planspiel** (S. 110) zu Haushaltsverhandlungen einer fiktiven Regierung thematisiert. Ein (fast) barrierefreier Einstieg mit dem Escape-Room schafft einen Zugang zu Themen, zu denen sich junge Menschen oft keine Mitsprache zutrauen. Das zeigt auch die FES-Studie „Mehr Umverteilung wagen!“ über Einstellungen in der Bevölkerung zu Finanzpolitik, Steuern und Schulden. In deren Folge entstanden in dem Fokusprojekt „Wer zahlt die Zeche!“ Formate wie ein Finanzmythenmemory, ein **Pubquiz** (S. 112) und weitere, um mehr

Menschen die Mitsprache über die Finanzierung unseres Gemeinwohls zu ermöglichen.

Auch die bundesweite Wanderausstellung „Demokratie stärken, Rechtsextremismus bekämpfen“ (www.fes.de/gegen-rex) der FES klärt auf und aktiviert Jugendliche niederschwellig, weil ein Engagement als Ausstellungsguide einfach möglich ist. Viele Jugendliche sorgen sich um Hass und Feindseligkeit in der Gesellschaft. Diesen Sorgen nicht ohnmächtig gegenüberzustehen, ist eine Erfahrung, die das Ausstellungsprojekt ermöglicht, ebenso wie eine Verständigung unter Jugendlichen über aktuelle Gefahren für unsere Demokratie.

Gleichzeitig darf nicht übersehen werden, dass Mitsprache und Mitbestimmung junger Menschen schnell an den jeweiligen Wahlaltersgrenzen oder wahlökonomisch an den gesellschaftlichen Mehrheitsverhältnissen ins Stocken geraten. Jugendpolitische Dialoge mit Verantwortlichen aus Politik und Gesellschaft machen den Bedarf bewusst und diskutieren Möglichkeiten, wie junge Stimmen in der Politik stärker Gehör finden können. Zudem bringen besonders auch kommunale Jugendprojekte wie Planspiele oder Beteiligungswerkstätten Jugend und Politik vor Ort zusammen und wirken dem Gefühl der politischen Bedeutungslosigkeit junger Menschen entgegen. Es sind häufig gerade spielerische Elemente, die einen ersten Kontakt zu politischen Themen und einen Austausch darüber ermöglichen. Während man früher Quartettspiele zur Stärke und Gefährlichkeit von Dino gespielt hat, ermöglicht das Klimaquarett „Mission possible“ (www.fes.de/lnk/5jn) der FES einen Zugang zu klimapolitischen Maßnahmen – Spielspaß inklusive. Der Kreativität sind keine Grenzen gesetzt, wenn es darum geht, junge Menschen für Politik zu begeistern.

Der doppelte Backlash – die Polarisierung der Geschlechter als Aufgabe der politischen Bildung

von Stefanie Elies



Keinen Tag war Donald J. Trump erneut Präsident der Vereinigten Staaten von Amerika, da erließ er im Januar 2025 ein Dekret, nach welchem es fortan in den USA nur noch zwei Geschlechter geben solle – angeblich zum Schutz von Frauen vor extremistischer „Gender-Ideologie“. Zuvor konnte er 45 % der weiblichen Stimmen auf sich ziehen, ungeachtet seiner Verurteilung für sexualisierte Gewalt, ungeachtet seiner offenen Frauenfeindlichkeit.

In Deutschland haben 2025 die Frauen mehrheitlich die CDU/CSU gewählt, und zwar 27 %. Mit jeweils 18 % liegen SPD und AfD bei der Gunst der Wählerinnen weit dahinter, aber erstmals gleichauf. Dabei unterlegen Studien, dass Frauen in Deutschland mehrheitlich progressiv eingestellt sind. Ihnen sind die vorhandenen strukturellen Benachteiligungen und die fortbestehenden Gender Gaps sehr wohl bewusst. Soziale Ungerechtigkeiten nehmen sie nicht nur stärker wahr, sie adressieren sie auch und verfolgen insgesamt ein progressiveres Gesellschaftsbild als Männer, so auch die Analyse „Die progressive Macht der Frauen“ (www.fes.de/lnk/5n2).

Nur schlägt sich all das nicht mehr eindeutig im Wahlverhalten wieder. Bewegen wir uns auf eine politische Polarisierung der Geschlechter (www.fes.de/lnk/5n3) zu? Am größten fällt der Political Gender Gap an der Wahlurne zur Bundestagswahl 2025 bei den jüngsten Wähler_innen aus. In der Altersgruppe 18 bis 24 sind die Unterschiede bei der Linken, der FDP und AfD besonders stark ausgeprägt. Die Linke wurde bei den unter 25-Jährigen von 35 % der Frauen und 16 % der Männer gewählt, die AfD hingegen von 27 % der Männer und 15 % der Frauen.

Und hier setzt die eine Seite des Backlashs an: Die ungelösten Herausforderungen der Geschlechtergerechtigkeit werden drängender, und tatsächlich haben Frauen inzwischen mehr Chancen auf dem Arbeitsmarkt, höhere Positionen in Wirtschaft sowie Politik und sind in der Bildung und Wissenschaft qualitativ an vielen Stellen erfolgreicher als die männlichen Kohorten. Doch die Strukturen und Institutionen sind oft noch nicht darauf ausgerichtet, Frauen in allen Lebensphasen gerecht zu werden. Spätestens seit der Corona-Pandemie sprechen Wissenschaftlerinnen von einem neuen Gender Backlash, der die an sich schon mühsamen Entwicklungen der letzten Jahrzehnte an vielen Stellen wieder zurückgeworfen hat. Trumps Dekret ist nur ein Beispiel für den weltweiten Rückzug politischer Bemühungen, die strukturelle Benachteiligung von Frauen zu überwinden.

Die andere Seite des Backlashs: Männer gehören oft zu den Verlierern des Fortschritts oder zumindest nehmen sie die Bedrohung stärker wahr. Rechtspopulistische Kräfte machen sich dieses Verlustnarrativ zunutze und schlagen daraus politisches Kapital (Reckwitz 2024). Und es scheint so, als würde sich gerade in der jungen Generation abzeichnen, dass sich die politischen Polarisierungen unserer Zeit insbesondere im Geschlechterkampf abbilden:

Viele Männer empfinden die Fortschritte der Gleichstellung als Bedrohung. Laut einer Umfrage zum Weltfrauentag 2025 finden 51 % der Männer, dass genug für Gleichstellung getan wurde – aber nur 35 % der Frauen. Fast 40 % der Männer fühlen sich durch Gleichstellung benachteiligt (www.ipsos.com/de-de/studie-zum-weltfrauentag). Die Studie Männerperspektiven (www.fes.de/lnk/5n4) zeigt: Zwei Drittel der Männer meinen, ihre Anliegen würden in der Gleichstellungspolitik nicht ausreichend berücksichtigt. Besonders junge Männer lehnen weitere Maßnahmen oft ab.

Um den doppelten Backlash der Geschlechter auf den Punkt zu bringen: Politische Bemühungen für Geschlechtergerechtigkeit stoßen vielerorts an ihre Grenzen, der Gender Backlash beschreibt diese Rückschritte. Doch je dringender und erfolgreicher Gleichstellung und Geschlechtergerechtigkeit werden – desto mehr wächst der Widerstand vor allem unter Männern gegen sie und sinkt ihre Bereitschaft, sich dafür einzusetzen. Nicht nur in Deutschland spricht man daher von einem „Male Backlash“. Was kann die politische Bildung dagegenhalten?

Das progressive Potenzial der Frauen

Frauen zeigen insgesamt ein höheres Vertrauen in demokratische Institutionen, nehmen soziale Ungleichheiten stärker wahr und befürworten Maßnahmen zur Umverteilung. Auch sind sie häufiger bereit, persönliche Einschränkungen für den Klimaschutz in Kauf zu nehmen.

Trotz dieser progressiven Einstellungen haben viele Frauen zuletzt konservative Wahlentscheidungen getroffen. Zwar hat die SPD seit Jahren konstant eine größere weibliche Wählerschaft im Verhältnis zu Männern, doch bei der Bundestagswahl 2025 wurde das Wählerinnenpotenzial keineswegs ausgeschöpft. Im Gegenteil, es wählten sogar 9 % weniger Frauen die SPD. Findet das progressive Ansinnen der Frauen keine politische Heimat mehr in Mitte-links-Parteien? Ist der Rechtspopulismus so attraktiv für Männer, weil sie dort ihr Männlichkeitsideal nicht angegriffen sehen?

Dank quotierter Wahllisten konnten linke Parteien die Repräsentanz von Frauen etwas absichern. Doch von einer Parität im Parlament ist die Bundesrepublik weiter entfernt denn je. Die AfD ist als zweitstärkste Kraft im Bundestag neben den konservativen Parteien der Grund dafür, dass nur noch knapp 32,4 % der Abgeordneten weiblich sind. Doch auch schon bei den Wahlbewerber_innen waren nur etwas mehr als 30 % weiblichen Geschlechts. Noch schlechter sieht es auf kommunaler Ebene aus, wo nicht einmal 30 % Frauen in den Stadträten und Gemeindeparlamenten sitzen, lediglich 10 % der hauptamtlichen und etwa 20 % der ehrenamtlichen Frauen sind Bürgermeisterin. Die Mitgliedschaft von Frauen in politischen Parteien spiegelt ebenfalls eine Geschlechterlücke, sie liegt fast bei allen Parteien zwischen 20 % und 40 % (Bündnis 90/Die Grünen), bei der SPD stagniert die Zahl seit Jahren bei 30 %.

Mit Blick auf das Engagement hat sich in den letzten Jahren die Verteilung auf die Geschlechter angeglichen, aber es gibt geschlechtsspezifische Unterschiede in der Art und den Bedürfnissen des Engagements. Frauen bringen sich insgesamt eher in informellen Bereichen ein und dort, wo flexible Strukturen herrschen, z. B. in

Kindergarten und Schule sowie im kirchlichen und religiösen Bereich. Männer sind stärker in Politik, Sport oder Feuerwehr aktiv – meist dort, wo eine formelle Mitgliedschaft nötig ist.

Gerade politisch aktive Frauen sehen sich mit Online-Frauenfeindlichkeit und einer Berichterstattung voller Stereotypen konfrontiert.

Aber es gibt Räume, in denen Frauen unterrepräsentiert oder gar bedroht sind, vor allem im digitalen Raum. Gerade politisch aktive Frauen sehen sich mit Online-Frauenfeindlichkeit und einer Berichterstattung voller Stereotypen konfrontiert.

Online-Plattformen ermöglichen feministischen Netz-Aktivist*innen, sich weltweit zu vernetzen. Doch nicht nur spüren Social Bots diesen Personen nach, ihnen drohen im digitalen Raum zusätzlich massive antifeministische Hasskampagnen. Frauenhass (Misogynie) ist die ideologische Klammer einer rechten neuen „GerMannosphäre“, die auch das Exzellenzcluster SCRIPTS 2025 analysiert.

Kein Wunder, dass Frauen in Online-Debatten weniger sichtbar sind: Das Platzhirschgebaren vieler Männer aus der analogen Welt setzt sich im Internet nicht nur fort, sondern ist hier sogar enthemmter. (vgl. Lauter Hass 2024)

- Es ist dringend erforderlich, auch den digitalen Raum zu einem „Safe Space“ zu machen, in dem alle Geschlechter teilhaben und sich politisch beteiligen können.
- Neben einer Parität in den Parlamenten ist eine wesentliche Aufgabe, das progressive Versprechen und Potenzial der Frauen einzulösen – durch Einbindung in die Politikgestaltung mit mehr Durchlässigkeit für neue Engagementformen.

Männer als vermeintliche Modernisierungsverlierer

Doch wie sieht die andere Seite der Polarisierung der Geschlechter aus? Konservative Männlichkeitsbilder gehen oft mit einer Verklärung traditioneller Rollen einher. Männlichkeit wird dabei als naturgegeben und unveränderlich dargestellt, während jede Herausforderung dieser Rollen – etwa durch Feminismus oder Diversität – als widernatürlich abgewehrt wird. Frauen erscheinen in dieser Weltsicht entweder als unterlegen und unreif oder werden idealisiert, solange sie traditionellen Erwartungen entsprechen („Tradwives“). Im Extremfall geht männliches Dominanzgebahren einher mit erhöhter Gewaltbereitschaft bis hin zu Sexismus und gruppenbezogener Menschenfeindlichkeit. Die beschriebenen Einstellungsmuster bleiben politisch nicht folgenlos. Die Mitte-Studie der FES (2024) betont: Traditionelle Männlichkeitsbilder – konkret formuliert als Rollenrigiditäten, Gleichstellungsablehnung und Autoritarismus – sind eng mit antidemokratischen und rechtsextremen Haltungen verbunden, die in ihrer Summe zur „distanzierten Mitte“ beitragen. Auffällig ist, dass die Abwehrhaltung der männlichen Modernisierungsverlierer nicht bei sogenannten „Frauenfragen“ Halt macht. Vielmehr geht sie oft mit einem generellen Misstrauen gegenüber progressiven Entwicklungen – inklusive Klimaschutz – einher. Mit anderen Worten: Ein Teil der Männer, der Gleichstellung ablehnend gegenübersteht, teilt häufig auch die Skepsis gegenüber pluralistischer Demokratie, ist für autoritäre Botschaften empfänglicher und hegt überdurchschnittlich starke Vorbehalte gegen Zuwanderung. Die Psychologin Beate Küpper erklärt den Erfolg der AfD in diesem Milieu damit, dass es sich häufig um „kulturelle Modernisierungsverlierer“ handelt, die ihre bisherigen Privilegien nicht mit Frauen oder Migrant_innen teilen wollen. Diese Männer fürchteten einen Statusverlust – im Alltag übersetzt etwa in das Gefühl, „Papa kriegt nicht mehr automatisch das größte Schnitzel“ – und suchten Zuflucht bei einer Partei, die Männern eine „Resouveränisierung“ verspricht. Dabei muss gar kein realer Statusverlust eingetreten

sein, schon die Befürchtung, dass er eintreten könnte, beeinflusst die Einstellungen.

Diese Erkenntnisse sind ein Weckruf für Politik und Gesellschaft, denn sie machen deutlich, dass Gleichstellung zwar große Fortschritte erzielt hat, aber auch Verunsicherung bei jenen erzeugt, die ihre frühere gesellschaftliche Dominanz schwinden sehen.

- Die Herausforderung besteht nun darin, diesen „Modernisierungsverlierern“ konstruktive Wege aufzuzeigen, im Wandel nicht unterzugehen – ohne dabei die Errungenschaften von Demokratie, Vielfalt und Gleichberechtigung zu opfern. Nur so lässt sich der gefährlichen Spaltung entlang von Geschlechterlinien und der Erosion demokratischer Werte entgegenwirken.

Paradigmenwechsel in der politischen Kultur und Bildung?

Klar ist, in Deutschland spielt die Geschlechterzugehörigkeit eine entscheidende Rolle dabei, ob und wie sich jemand politisch beteiligt. Wenn wir Erneuerung ernst meinen, ob in den Parteien oder der politischen Kultur, dann ist es höchste Zeit, das anzugehen.

Unterschiede bei sozialer Herkunft, Status, Bildung, aber auch individuelle Lebensentwürfe und -stile spielen eine große Rolle für die Bereitschaft und den Zugang zu dem Engagement und der politischen Teilhabe.

In einer Zeit, in der sich Parteien demokratischen Innovationen zuwenden müssen, um nicht zuletzt den eigenen Bedeutungsverlust aufzuhalten, ist ein Paradigmenwechsel in der politischen Kultur in Deutschland notwendig. Eine politische Kultur, die sich an den Bedarfen ihrer gesamten Gesellschaft orientiert, führt zu einer besseren Qualität politischer Prozesse und Entscheidungen.

Je differenzierter und intersektionaler die Analyse, desto wirksamer sind die Hebel zur Beseitigung von Ungerechtigkeit. Unterschiede bei sozialer Herkunft, Status, Bildung, aber auch individuelle Lebensentwürfe und -stile spielen eine große Rolle für die Bereitschaft und den Zugang zu dem Engagement und der politischen Teilhabe. Angesichts des großen Gender Care Gaps, dem entsprechend Frauen täglich fast 45 % mehr unbezahlte Sorge-, Pflege- und Hausarbeit leisten als Männer, ist alleine das Zeitbudget ein Faktor, der die Möglichkeiten zur Partizipation oder für Ehrenämter bestimmt.

- Mehr Zeit für Engagement bedeutet also, dass mehr Geschlechtergerechtigkeit in der Erwerbs- und Sorgearbeit geschaffen werden muss. Je weniger Zeit zur Verfügung steht, desto effektiver

und vereinbarer muss Engagement sein: familiengerecht, kinderbetreut, punktuell, digital.

- Das gilt ebenso für die politische Bildung, in der konkrete **Gender-Standards** (siehe Tabelle) erst die Voraussetzung schaffen, dass Frauen, Menschen mit Sorgeverantwortung und marginalisierte Gruppen die Angebote wahrnehmen können und wollen. Für die politische Bildung geht es weniger um neue geschlechtergerechte Formate als um eine gendersensible Anpassung aller Angebote.

Doch damit ist nur ein Teil der Lösung angesprochen. Wie können die zunehmend verunsicherten Männer für die Sache der Gleichstellung zurückgewonnen werden?

Progressive Männlichkeit und politische Bildung

Politische Bildungsarbeit und Zivilgesellschaft sind zunehmend gefordert, vermeintlich überkommene Männlichkeitsnormen sichtbar zu machen und kritisch zu reflektieren. Mehr noch: Es muss positive Identifikationsmuster für progressive Männlichkeit geben.

Es muss positive Identifikationsmuster für progressive Männlichkeit geben.

Die feministischen Bewegungen der letzten Jahre haben durchaus versucht, Männer anzusprechen und sie in Allianzen für mehr Geschlechtergerechtigkeit einzubinden. Doch in der Regel sind Männer in diesen Aushandlungen eher das Subjekt und bei vielen geschlechterpolitischen Veranstaltungen rein zahlenmäßig außen vor.

Bis heute fehlt es an einer klaren Vorstellung, wie eine „progressive Männlichkeit“ aussehen könnte. In der Reihe „Progressive Männlichkeit“ ist die FES auf Spurensuche gegangen und hat sich mit verschiedenen Männlichkeitsbildern kritisch auseinandergesetzt. Bei dieser Suche wurde die „toxische Männlichkeit“ à la Trump oder Putin durchaus auch im deutschen Raum in der maskulistischen Szene verortet. Ebenfalls im Sport haben Männlichkeitsideale, die Gewalt und Abwertung begünstigen, ihren Platz, z. B. in Fanszenen und im Kampfsport.

Was kann „Mann“ dem entgegenhalten? Das aktive Bekenntnis zum Feminismus fällt vielen noch sehr schwer, nur etwa jeder zehnte Mann würde sich offen dazu bekennen, sicherlich auch, weil der Begriff sehr aufgeladen und inhaltlich nicht eindeutig besetzt scheint.

- Das Konzept der progressiven Männlichkeit stellt traditionelle Vorstellungen von Männlichkeit in Frage. Es bricht mit einem Männerbild, das auf Dominanz, Abgrenzung und emotionaler

Kontrolle basiert, und setzt stattdessen auf ein neues Verständnis von Männlichkeit, das Vielfalt, Offenheit und soziale Verantwortung in den Mittelpunkt rückt. „Im Ringen um Geschlechtergerechtigkeit sind Männer nicht als ‚Retter‘ gefragt, sondern als gleichberechtigte Partner“, schreibt Phillipp Kauppert in seinem Essay „Progressive Männlichkeit – mehr als ein Wunschtraum?“ (www.fes.de/link/5n5). Zugleich gilt es, eigene Privilegien zu erkennen und Machtstrukturen kritisch zu hinterfragen. Progressive Männlichkeit lädt dazu ein, sich selbst und die eigene Rolle in der Gesellschaft neu zu denken – als Teil eines größeren Projekts von Gerechtigkeit und Zusammenhalt. Ein zentraler Ankerpunkt hierfür ist sicherlich die gerechte Teilung der Übernahme von Sorgearbeit. Doch ebenso für die jüngeren Alterskohorten hält die progressive Männlichkeit etwas bereit: In der geschlechterreflektierenden Jugendbildung kann das Hinterfragen von Rollenmustern und Stereotypen auch zu einer neuen Haltung befähigen und tatsächlich Stressabbau bewirken sowie Alternativen zu einem von Machtstreben bestimmten Männerbild aufzeigen. Niemand möchte „Verlierer“ sein. Wie können stattdessen alle etwas gewinnen?

Politische Bildung muss gezielt geschlechtsspezifische Einstellungen adressieren, dialogische Formate fördern, Alltagskontexte bewusst einbinden und Selbstreflexion stärken.

- Der doppelte Backlash der Geschlechter und die damit einhergehende Polarisierung entlang geschlechtsspezifischer Linien ist eine Herausforderung mit bildungspolitischem Handlungsauftrag. Politische Bildung muss gezielt geschlechtsspezifische Einstellungen adressieren, dialogische Formate fördern, Alltagskontexte bewusst einbinden und Selbstreflexion stärken.
- Statt neuer Formate gilt es, emotional zugängliche Räume zu schaffen, in denen sich vor allem jüngere Menschen – und verstärkt junge Männer – mit Rollenbildern, Zugehörigkeit und Demokratie auseinandersetzen können.

Gender-Standards



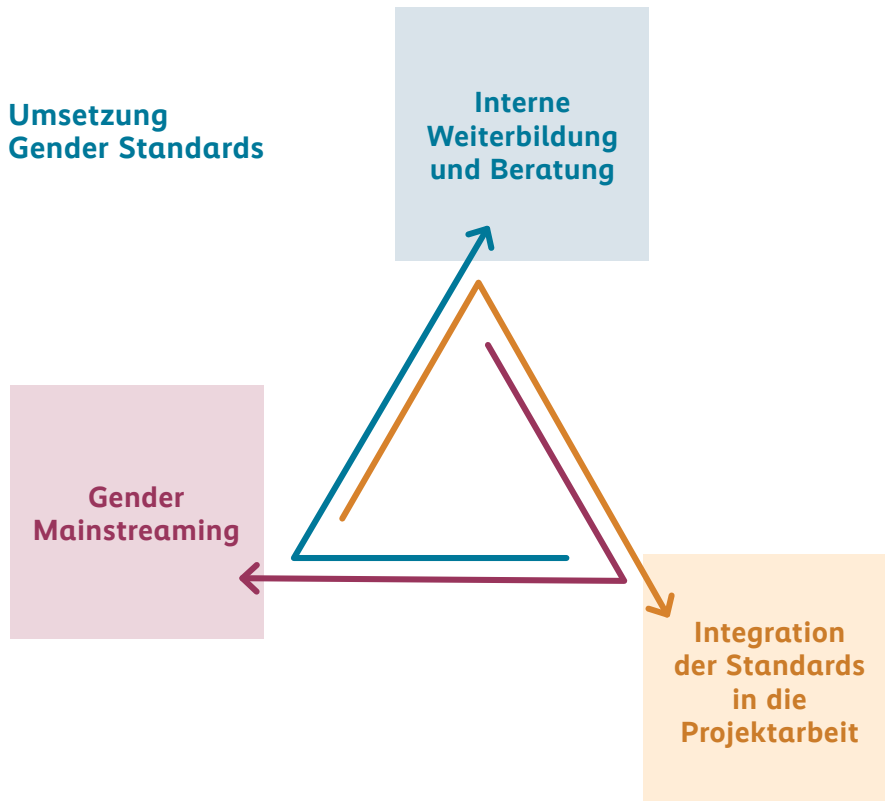
Unsere Gesellschaft ist vielfältig, und das sollte sich in der politischen Bildung widerspiegeln. Organisationen/Träger der politischen Bildung können nur erfolgreich sein, wenn sie Geschlechtergerechtigkeit und Vielfalt mitdenken und beides als Querschnittsaufgaben verstehen.

Die Ziele hinter den Gender-Standards bestehen darin, dass politische Bildner_innen

- zentrale Konzepte und Strategien zu Geschlechtergerechtigkeit (u. a. Gender Mainstreaming, Gender Budgeting, Gender-Analyse) in ihren unterschiedlichen Dimensionen kennen,
- wissen, was Geschlechtergerechtigkeit, intersektionaler Feminismus und Diversität für Gesellschaft und Demokratie bedeuten und bewirken,
- sich kritisch mit der eigenen Rolle und den eigenen Privilegien auseinandersetzen,
- Wirkung und Qualität mit Blick auf Geschlechtergerechtigkeit sicherstellen (Gender-Analyse),
- Inklusivität auf Veranstaltungen und in Arbeitsabläufen eine besondere Priorität einräumen,
- Fortbildungsmöglichkeiten für Mitarbeitende und Trainer_innen/ Kompetenzentwicklung nutzen,
- Strategie, Planung und operative Umsetzung mit gender-sensibler Perspektive vornehmen.

Wie können die Gender-Standards umgesetzt werden?

Der Anspruch an geschlechtersensible politische Bildungsarbeit kann nur erfüllt werden, wenn die strukturellen Voraussetzungen für die Orientierung an dem Ziel der Geschlechtergerechtigkeit sowohl im Inneren einer Organisation als auch nach außen kohärent sind. Die Implementierung der Gender-Standards beinhaltet zwei Dimensionen – erstens die nach innen gerichtete Organisationsentwicklung, insbesondere durch die Verankerung von Gender Mainstreaming in der Qualitätsentwicklung sowie durch Kapazitätsaufbau innerhalb der Organisation und zweitens die nach außen gerichtete Projekt- und Bildungsarbeit.



Integration der Standards in die Bildungs- und Projektarbeit

Die Tabelle bietet eine Hilfestellung, um die Arbeitsansätze in der politischen Bildung anhand von Leitfragen zu überprüfen. Dabei ist es je nach Kontext und Projekt klar, dass nicht alle diese Fragen zu jeder Zeit gleichermaßen vertieft berücksichtigt werden können.

Arbeitsschritt

- Leitfragen

Zielgruppen

- Stehen für neue vielfältige Zielgruppen ausreichend Kapazitäten und Budget zur Verfügung?
- Welche speziellen Zielgruppen ergeben sich anhand einer intersektionalen Analyse von Mehrfachdiskriminierungen?
- Welche Produkte/Veranstaltungen werden für vielfältige Zielgruppen angeboten?

Veranstaltungen und Bildungsprodukte

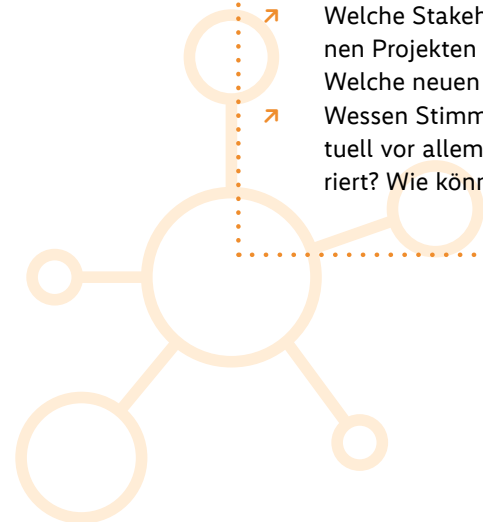
- Worin liegt die feministische Dimension des Themas?
- Gibt es einen regionalen Bezug?
- Was trägt die Veranstaltung zu Geschlechtergerechtigkeit bei?
- Wird in der Kommunikation in Veranstaltungen die Geschlechterdimension kommuniziert und berücksichtigt?
- Ist die Besetzung von Podien, Panels, Diskussionsrunden, Podcasts möglichst divers (Blick auf Geschlecht, Alter, Herkunft, Religion, Hautfarbe ...)?
- Ist die Veranstaltung nach neuesten inklusiven Bedarfen organisiert (Barriere-Armut)?
- Sind die Veranstaltungsortlichkeiten für alle Geschlechter gleichermaßen offen, sicher und zugänglich?
- Wurde ein Awareness-Konzept erarbeitet und an die Mitwirkenden sowie Teilnehmenden kommuniziert?
- Sind alle Einladungstexte/Flyer/Programme in geschlechtersensibler Sprache verfasst?
- Enthält der Text keine geschlechtsbezogenen Verzerrungen oder Stereotype in Sprache, Bildern, Konzepten oder Begriffen?
- Können digitale Tools eingesetzt werden, die alle Teilnehmenden zu Wort kommen lassen und nicht immer dieselben?

Studien und Publikationen

- Inwieweit bestehen Erkenntnislücken oder -bedarf in Bezug auf Genderaspekte?
- Inwieweit sind Männer und Frauen sowie nichtbinäre Personen unterschiedlich vom Thema betroffen? Worin bestehen die Unterschiede?
- Berücksichtigt das Forschungsvorhaben die unterschiedlichen Auswirkungen auf unterschiedliche oder marginalisierte Gruppen?
- Wird im Titel eine Geschlechterdimension – sofern relevant – deutlich?
- Wird diese Dimension im Abstrakt deutlich? Wird in der Kommunikation der Studie, auch in Veranstaltungen, die Geschlechterdimension kommuniziert und berücksichtigt?
- Sind alle Texte in geschlechtersensibler Sprache verfasst?
- Enthält der Text keine geschlechtsbezogenen Verzerrungen oder Stereotype in Sprache, Konzepten oder Begriffen, Fotos und Abbildungen?
- Ist sichergestellt, dass Autor_innen divers ausgewählt und berücksichtigt worden sind?
- Werden Maßnahmen ergriffen, um andere Sichtweisen und Perspektiven auf das Thema sicherzustellen?

Netzwerk- und Partner_innenarbeit

- Nutzen wir unsere Möglichkeiten, im Netzwerk- und Partner_innen-umfeld für unsere Standards zu sensibilisieren?
- Sind in das jeweilige Partner_innenumfeld geschlechtergerechte Dimensionen integriert?
- Wird in der Netzwerkarbeit auf feministische Stimmen geachtet?
- Welche Stakeholder_innen und Partner_innen sind an meinen Projekten beteiligt? Welche Perspektive bringen sie mit? Welche neuen Personen könnte ich gewinnen?
- Wessen Stimme wird in dem jeweiligen Handlungsfeld aktuell vor allem gehört? Und wessen Stimmen werden ignoriert? Wie können wir das ändern?



Materialien

FES-Leitlinien Geschlechtergerechtigkeit

www.fes.de/lnk/5mu

FES-Gender-Glossar

library.fes.de/pdf-files/pbud/19494.pdf

Charta der Vielfalt

www.charta-der-vielfalt.de

Intersektionaler Feminismus in der politischen Praxis

library.fes.de/pdf-files/pbud/21388.pdf

**Frei – gerecht – solidarisch – Politische Bildung
für soziale Demokratie (Seiten 25 ff.)**

library.fes.de/pdf-files/dialog/16349.pdf



Die Studie: Wie steht es um das Vertrauen in die Demokratie in Deutschland?

von Jochen Dahm und Alina Fuchs

Die Demokratie ist in Deutschland populär, zumindest als Idee – das bestätigen Umfragen regelmäßig. Aber wie zufrieden sind die Deutschen mit dem Funktionieren der Demokratie? Wo sehen sie Schwächen und Verbesserungspotenziale? Wie blicken sie auf Demokratie und Gesellschaft? Wie bewerten sie einzelne Reformvorschläge zur Demokratie?

Antworten auf diese Fragen hat die Friedrich-Ebert-Stiftung 2019 erstmals in einer großen empirischen Studie erhoben, unserer Vertrauensstudie. Ein besorgniserregendes Ergebnis lautete: Weniger als die Hälfte der Befragten war 2019 mit dem Funktionieren der Demokratie zufrieden (www.fes.de/studie-vertrauen-in-demokratie).

Im Spätsommer 2022 haben wir die Frage erneut gestellt – in einer nun veränderten Weltlage: Pandemie, Krieg, Klimakrise, Inflation. Wir wollten wissen, wie sich das Urteil der Bürger_innen über die Demokratie in Deutschland im Umfeld der vielfältigen Krisen der letzten Jahre verändert hat. Kurz: Wie steht es um das Demokratievertrauen in Krisenzeiten?

Stabile Zustimmung mit drei großen Aber

Die erfreuliche Nachricht: Die Zufriedenheit mit dem Funktionieren der Demokratie ist stabil. Anders als vielleicht zu befürchten gewesen wäre, war die Zufriedenheit von 2019 zu 2022 sogar leicht angestiegen. Es gibt allerdings drei große Aber, die weiterhin Anlass zur Sorge geben.

1.

Erstens

Das Niveau der Zufriedenheit ist weiter sehr gering.

Es waren immer noch weniger als die Hälfte der Befragten, die sehr zufrieden oder zufrieden mit dem Funktionieren der Demokratie sind.

2.

Zweitens

Es gibt große Unterschiede zwischen einzelnen sozialen Gruppen.

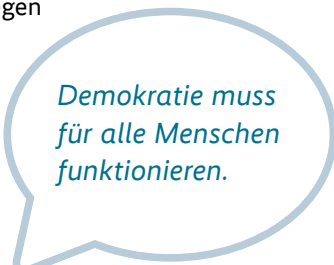
Menschen, denen es ökonomisch schlechter geht, die niedrigere Bildungsabschlüsse haben oder sich der Unter- oder Arbeiter_innen-schicht zurechnen, sind deutlich unzufriedener. Auch Jüngere waren weniger zufrieden als 2019.

3.

Drittens

Es gibt große regionale Unterschiede.

Sie haben sich gegenüber 2019 sogar noch einmal verschärft. So ist etwa die Zufriedenheit im Westen um 2,5 Prozentpunkte gestiegen und hat im Osten um 2,5 Punkte abgenommen. In den alten Bundesländern ist nun ungefähr die Hälfte, in den neuen Bundesländern nur noch ein Drittel der Menschen mit dem Funktionieren der Demokratie zufrieden.



*Demokratie muss
für alle Menschen
funktionieren.*

Wo können Politik und politische Bildung ansetzen? Inhalte, Zielgruppen, Formate

Das sind Alarmsignale, die nicht ungehört bleiben dürfen. Demokratie muss für alle Menschen funktionieren. Es finden sich in der Studie einige bemerkenswerte Ergebnisse, die Hinweise geben, wo Politik und politische Bildung ansetzen müssen, um das Vertrauen in unsere Demokratie wieder zu stärken – mit Blick auf Inhalte, Formate, aber auch hinsichtlich verschiedener Zielgruppen.

Hohe Komplexität – Gute Kommunikation

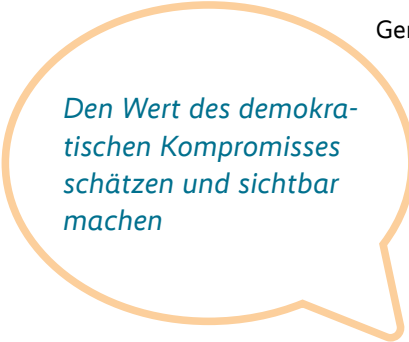
Mehr als drei von vier Befragten geben an, dass politische Probleme heute so kompliziert scheinen, dass sie schwer zu durchschauen sind. Politik muss ihre Kommunikation entsprechend gestalten. Der Anspruch muss sein, Probleme und Gestaltungsmöglichkeiten klar und transparent zu kommunizieren – ohne dabei in Populismus oder Technokratie zu verfallen. Politische Bildung muss mithelfen, dass Multiplikator_innen entsprechend über politische Probleme kommunizieren können, und darin unterstützen, politische Sachverhalte verständlich und wertgebunden aufzubereiten, auch und gerade für Zielgruppen, die wenig Berührungspunkte mit komplexem Politik-sprech haben. Materialien in Alltagssprache, wie die Kurz und Klar-Bände der Akademie für Soziale Demokratie (www.fes.de/akademie-fuer-soziale-demokratie/kurz-und-klar), bieten sich hierfür ebenso an wie niedrigschwellige Dialog- und Veranstaltungsangebote, die de-

mokratierelevante Themen mit der Alltagsrealität der Menschen verknüpfen (z. B. Demokratie und Mitbestimmung in Schulen und Kitas). In den FES-Workshops „Rettet die Wahlen“ geht es um die anstehenden Wahlen, von der Kommunal- bis zur Europaebene. Dabei werden politische Akteure, Abläufe und vor allem auch Zuständigkeiten erklärt. So entstehen Anknüpfungspunkte für eigenes Engagement oder zumindest ein besseres Verständnis dafür, wie Politik funktioniert.

Sehnsucht nach Einfachheit – Den Wert von Kompromissen klarmachen

Parallel zur steigenden Komplexität scheint die Sehnsucht nach Einfachheit und vermeintlich klaren Antworten zu wachsen. Der Anteil derjenigen, die politische Entscheidungen Expert_innen überlassen wollen oder auf Ja-Nein-Entscheidungen in Volksabstimmungen setzen, ist deutlich gestiegen. Paradoxerweise werden beide Modelle gerade von denjenigen überproportional präferiert, die angeben, sich nicht für Politik zu interessieren.

Politische Bildung muss deutlich machen, dass es für gemeinwohlorientierte Entscheidungen politische Aushandlungsprozesse braucht, in denen verschiedene Interessen berücksichtigt werden, und dass kurze Entscheidungswege nicht immer mit guten Entscheidungen einhergehen. In diesem Sinne sollte es in der politischen Bildung auch darum gehen, die Bedeutung und den Wert des demokratischen Kompromisses zu vermitteln und erlebbar zu machen. Dabei sollte ebenso ein Verständnis für den Wert und die Vorteile der parlamentarischen Demokratie vermittelt werden, insbesondere in Abgrenzungen zu technokratischen Politikmodellen, die zunehmend an Attraktivität gewinnen.



Den Wert des demokratischen Kompromisses schätzen und sichtbar machen

Gerade, aber nicht nur für jüngere Zielgruppen bieten sich hierfür parlamentarische **Planspiel** (S. 110) an, bei denen unter Berücksichtigung verschiedener Interessen ein politischer Kompromiss gefunden werden muss. Dieses persönliche Erleben komplexer Aushandlungsprozesse, das Sichtbarmachen von Interessen auch weniger privilegierter Gruppen und die gemeinsame Suche nach einer gerechten Lösung für alle fördern ein Politik- und Demokratieverständnis, das für eine soziale Demokratie unerlässlich ist.

Den Wert des demokratischen Kompromisses schätzen und sichtbar machen, ist auch Aufgabe der Politik – ohne dabei den eigenen Standpunkt zu vernachlässigen.

Gefahr: Verschwörungserzählungen – Handwerkzeug zur Dekonstruktion

Eine weitere Gefahr für unsere Demokratie lässt sich aus unserer Studie ablesen: Desinformation und Verschwörungserzählungen finden gerade im rechten politischen Spektrum relativ hohe Zustimmung, was fast immer mit einer negativen Bewertung der Demokratie korreliert.

Politische Bildung muss einen Beitrag leisten, Verschwörungserzählungen zu erkennen, zu dekonstruieren, und Menschen in der Breite in die Lage versetzen, dies selbst zu tun. Die Formatvielfalt reicht hier von Informationsmaterialien und Handlungsempfehlungen, Sensibilisierungs- und Aufklärungsworkshops über Argumentationstrainings und Vermittlung von (digitaler) Medienkompetenz (ab S. 144) bis hin zu (digitalen) Toolboxes.

Wer entscheidet wie: Demokratische Innovationen

Die repräsentative Demokratie steht insgesamt vor der Aufgabe, ihre Stärken – einen fairen Interessenausgleich und die Organisation von gesellschaftlichem Zusammenhalt – besser zur Geltung zu bringen und sich in diesem Sinne weiterzuentwickeln, das zeigen unsere Studienergebnisse deutlich. So ist z. B. der Wunsch nach mehr Beteiligungsmöglichkeiten jenseits von Wahlen hoch. Demokratische Innovationen wie ein beratender Bürger_innenrat oder ein legislativer „Fußabdruck“ erhalten von den Befragten hohe Zustimmungswerte.

Wer politische Bildung allein als Erklären des Status quo versteht und meint, ihn damit zu verteidigen und zu schützen, wird scheitern. Politik und politische Bildung müssen auch deutlich machen, wo Verbesserungsmöglichkeiten liegen, und einen Raum für die Erprobung innovativer Ansätze bieten. Dabei kann politische Bildung ein Experimentierraum sein, um neue Beteiligungsformen zu erproben und ihre Vor- und Nachteile innerhalb des repräsentativen Systems zu debattieren, z. B. losbasierte Verfahren zur Entwicklung von Bürger_innengutachten. Außerdem kann politische Bildung kommunale Entscheidungsträger_innen befähigen, gute Bürgerbeteiligung vor Ort zu organisieren (www.fes.de/lnk/5ln). Mit Blick auf die Studienergebnisse besteht die große Herausforderung darin, vor allem diejenigen Gruppen einzubinden, die mit dem Funktionieren der Demokratie besonders unzufrieden sind, z. B. Menschen mit niedriger formaler Bildung oder sozial Schlechtergestellte.

Wie erreicht politische Bildung die Frustrierten?

Aus den zentralen Ergebnissen der Studie ergibt sich eine elementare Herausforderung, nicht nur für die Politik, sondern auch für die politische Bildung: Wie kann sie diejenigen erreichen, die am unzufriedens-

ten mit der Demokratie sind und sich im schlimmsten Fall bereits von ihr abgewandt haben? Die Unzufriedenheit ist insbesondere unter Menschen mit niedrigem Einkommen oder niedriger formaler Bildung hoch. Auch in Ostdeutschland sind zwei Drittel der Menschen unzufrieden. Viele dieser Menschen werden nicht von sich aus Angebote der politischen Bildung wahrnehmen. Zwei Wege kann Bildung gehen: Sie kann kooperieren und diejenigen fördern, befähigen und unterstützen, die nah an den Zielgruppen dran sind, wie Stadtteil- und Sozialarbeiter_innen, Vereine, Jugendeinrichtungen, Selbstorganisationen, aber auch Kommunalpolitiker_innen (z.B. Akademie Management und Politik (www.fes.de/akademie-management-und-politik) oder KommunalAkademie (www.fes.de/kommunalakademie), oder politische Bildner_innen gehen selbst an die Orte (ab S. 87), wo die Menschen ihr Leben verbringen, hören zu und entwickeln gemeinsam Bildungs- und Dialogformate, die zur Lebensrealität vor Ort passen (netzwerk-politische-bildung.de/projekte).

Demokratische Gestaltungskraft erleben – Mehr Selbstwirksamkeit

Ein Teil der Unzufriedenheit mit dem Funktionieren der Demokratie speist sich aus dem Gefühl, selbst nichts bewirken oder verändern zu können. Dies ist fatal für eine lebendige plurale Demokratie, die davon lebt, dass sich Menschen in und für sie engagieren. Auch hier kann und sollte politische Bildung ansetzen und deutlich machen, wie vielfältig die Möglichkeiten eines/einer jeden Einzelnen sind, sich in Gesellschaft und Politik einzumischen. Oft fehlt schon ein Verständnis für die verschiedenen Wege demokratischen Engagements. Diese aufzuzeigen, Menschen für Engagement zu motivieren und zu befähigen, ist eine Aufgabe politischer Bildung (www.fes.de/lnk/5lo).

Was muss herauskommen? Soziale Demokratie!

Das Vertrauen in die Demokratie hängt aber nicht nur vom „Wie“ der Entscheidungsfindung ab, es wird auch stark von der Wahrnehmung der Politikergebnisse beeinflusst. Fast immer sind diejenigen, denen es materiell gut geht, zufriedener und diejenigen, die finanziell unter Druck stehen, unzufriedener.

Es liegt entsprechend nahe, dass eine Politik, die auf mehr Verteilungsgerechtigkeit und sozialen Ausgleich setzt, das Vertrauen in die Demokratie wieder steigern kann. Befragungsergebnisse in unserer Studie – etwa zur Frage, wie Zukunftsausgaben finanziert werden können – weisen ebenfalls in diese Richtung. Eine klare Mehrheit spricht sich beispielsweise für höhere Steuern auf hohe Einkommen und Vermögen aus. Das macht deutlich: Eine gerechte Verteilungspolitik ist auch gute Demokratiep Politik. Eine wirkliche Demokratie kann nur eine soziale Demokratie sein, die im Alltag spürbar ist: der Bus, der kommt; die Schulklos, die akzeptabel sind; die Schwimmbäder,

die geöffnet sind; Jobs, die gut bezahlt werden – das wären konkrete Erfahrungen, die das Vertrauen in das Funktionieren der Demokratie wieder voranbringen können.

Die Aufgabe von Politik muss es sein, entsprechende Entscheidungen voranzubringen. Politische Bildung muss Menschen wieder und weiterhin in die Lage versetzen, ihre „Klasseninteressen“ zu erkennen und zu formulieren und in die politische Meinungsbildung einzubringen. Um den Menschen politische Orientierung zu geben, ist es auch Aufgabe der politischen Bildung, verständlich zu machen, für welche Idee von Gesellschaft, Staat und Wirtschaft verschiedene politische Richtungen stehen (www.fes.de/akademie-fuer-soziale-demokratie).

Krise der Demokratie?

Demokratie ist kein Selbstläufer. Sie war weder immer da noch bleibt sie von allein. Sie muss stets erneuert, verteidigt und gelebt werden – wie, darüber kann und muss konstruktiv gestritten werden. Mit den Studien der Friedrich-Ebert-Stiftung soll ein Fundament für eine solche Diskussion geschaffen und Anregungen für Politik, politische Bildung und Zivilgesellschaft sollen gegeben werden – eine Basis, auf der wir gemeinsam unsere Demokratie gestalten, verbessern und verteidigen können.



*Demokratie ist
kein Selbstläufer.*

Unsere Antwort auf die Frage, ob sich die Demokratie in Deutschland in einer Krise befindet, lautet: Nein, die Demokratie in Deutschland ist robust. Sie muss sich derzeit in vielen und ungewöhnlichen Krisen bewähren. Das hat sie besser getan, als viele ihr das zugetraut hätten.

Aber klar ist auch: Gleiche Teilhabe für alle zu ermöglichen, in politischer und sozialer Hinsicht – dieses Ziel sozialer Demokratie ist ungebrochen aktuell, aktueller denn je. Dies unter schwierigen Rahmenbedingungen immer wieder zu erneuern und mit Leben zu füllen, ist eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe. Es bedarf der gemeinsamen Anstrengung von Politik, demokratischer Zivilgesellschaft, Medien und politischer Bildung.

„Ohne Demokratie ist alles nichts.“ *Was wir aus den Protesten gegen Rechtsextremismus lernen sollten*

von Lisa Bogerts und Nina-Kathrin Wienkoop

Unsere Demokratie steht so massiv unter Druck wie schon lange nicht mehr. Das wurde spätestens mit den Enthüllungen der Correctiv-Recherchen im Januar 2024 deutlich. Rechtspopulistische und extremistische Ansichten drängen in den politischen Diskurs und stellen die Grundfesten der freiheitlich-demokratischen Werteordnung infrage. Immer mehr Menschen sind unzufrieden damit, wie die Demokratie funktioniert. Sie fühlen sich zunehmend mit den multiplen Krisen inner- und außerhalb unserer Gesellschaft überfordert. Zeitgleich erlebten wir in der ersten Jahreshälfte 2024 ein lautstarkes, engagiertes Aufbegehren: Mehr als vier Millionen Menschen gingen deutschlandweit auf die Straße, um sich gegen Rechtsextremismus und für Demokratie zu positionieren. Auch Anfang 2025 diente die Bundestagswahl noch einmal als politische Gelegenheit zur Mobilisierung von ca. 1,5 Millionen Menschen.

Straßendemonstrationen stellen eine für die demokratische Gesellschaft zentrale Form der politischen Teilhabe dar. Sie sind Ausdruck des demokratischen Grundrechts auf Versammlungsfreiheit, das in Deutschland im Art. 8 GG festgeschrieben ist. Proteste sind insofern auch eine sichtbare Folge politischer Willensbildung und finden im Rahmen kontroverser Debatten sowie gesellschaftlicher Aushandlungsprozesse statt. Die Demokratieproteste 2024/25 waren somit nicht nur im Inhalt ihrer Forderungen, sondern gleichfalls in ihrer Form Ausdruck gelebten demokratischen Engagements: „Ohne Demokratie ist alles nichts“, antwortet eine Hamburger Demonstrierende im Juni 2024 auf die Frage, warum sie auf die Straße ging. Wir fragen uns in diesem Beitrag: Was braucht es, damit sich Menschen für Demokratie einsetzen, und wie wirkt ihr Einsatz nachhaltig auf unsere demokratische Kultur und auf ihr Engagementverhalten? Was lässt

sich aus dieser größten in einem solch kurzen Zeitraum stattfindenden Protestserie in der Geschichte der Bundesrepublik für die politische Bildung lernen?

Im Sommer 2024 befragten wir als Forschungsteam des Instituts für Protest- und Bewegungsforschung (ipb) Berlin im Auftrag der Friedrich-Ebert-Stiftung (FES) die Teilnehmenden zweier Großdemonstrationen in Hamburg (7. Juni) und Dresden (8. Juni). Dadurch bekamen wir einen wissenschaftlich fundierten Einblick in die Zusammensetzung der Teilnehmenden, ihre Motive und Erwartungen. Aufbauend auf den Ergebnissen dieser Studie (www.fes.de/lnk/5ll) und unserer Perspektive aus der Protest- und Bewegungsforschung, teilen wir hier Schlussfolgerungen und Empfehlungen an die politische Bildung.

Was Proteste (wirklich) bewirken können

Im medialen Diskurs bewerten Journalist_innen den Erfolg von Protest meistens anhand seiner Größe und anschließend mithilfe konkreter Zahlen als Hinweise auf Politikveränderung. Im Fall der Proteste gegen Rechtsextremismus wurden immer wieder die Wahlumfragen und schließlich die Wahlergebnisse abgeglichen: 2024 die der Kommunal- und Europawahlen sowie 2025 die der Bundestagswahl. Dabei urteilten viele, die Demos hätten nichts gegen den Rechtsruck bewirkt – ohne aber zu wissen, wie diese Zahlen gewesen wären, hätte es die Proteste nicht gegeben. Ähnliches gilt für die Wahlbeteiligung. Aber auch, wenn das die offensichtlichste Wirkung von Protesten sein mag, ist dieser Fokus zu verkürzt. Die Wirkung von Protest geht weit darüber hinaus: Die Mobilisierung vieler Menschen machte das Problem des Rechtsextremismus medial sichtbar und erregte viel öffentliche Aufmerksamkeit, beeinflusste die politische Agenda und setzte die demokratischen Parteien unter Druck, sich klar zu positionieren. Der Großteil der von uns Befragten ging gar nicht davon aus, Rechtsextreme und ihre Unterstützer_innen umstimmen zu können. Sie wollten vielmehr ein öffentlich sichtbares Zeichen setzen und ähnlich Denkende zum Engagement mobilisieren. Die Bewegung gegen Rechtsextremismus konnte neue Unterstützer_innen gewinnen – viele Menschen gingen 2024 zum ersten Mal überhaupt auf die Straße und an zahlreichen kleineren Orten fand erstmals eine Demo statt. Jenseits der Außenwirkung können Proteste aber auch individuell auf die Beteiligten wirken: Die meisten der von uns Befragten gaben an, sich durch ihre Teilnahme als Teil einer großen Bewegung in ihrem demokratischen Wir-Gefühl gestärkt zu fühlen und sich mehr zu engagieren als vorher – politische Debatten (wieder) zu suchen, statt ihnen aus dem Weg zu gehen, sowie bei Diskriminierungen aktiv einzuschreiten, statt sie passiv zu beobachten.

Das eigene gelebte Engagement und die Erfahrung der kollektiven Selbstwirksamkeit brachten das hervor, was wir mit politischer Bil-

dungsarbeit erreichen wollen: einen Einfluss auf die politische Kultur, auf das politisch aktive Leben und auf die Zivilcourage – und nicht zuletzt auf den demokratischen Zusammenhalt der Gesellschaft. Die politische Bildung sollte es sich zur Aufgabe machen, besser über die vielfältigen Wirkungen von Protesten auf die Gesellschaft aufzuklären. Dadurch könnte einerseits einer Frustration und Politikverdrossenheit vorgebeugt werden, wenn eine Protestbeteiligung nicht gleich in erfüllten Forderungen und einem Politikwechsel mündet. Andererseits könnte die Motivation gesteigert werden, sich überhaupt an Protesten zu beteiligen und somit Kanäle demokratischer Beteiligung wahrzunehmen, die über den Urnengang bei Wahlen hinausgehen.

„Demokratie ist anstrengend, aber das Beste, was uns passieren kann.“

Für die politische Bildung heißt es, wir brauchen diese konkreten Erfahrungen, das persönliche Erleben der eigenen Handlungsmacht im angewandten Engagement. Hier geht es nicht um komplizierte Inhalte oder interessante Methoden, sondern um die Vermittlung einer inneren Haltung. „Demokratie ist anstrengend, aber das Beste, was uns passieren kann.“ Dieses Zitat eines Demo-Teilnehmenden in Hamburg vom Juni 2024 bringt die Haltung auf den Punkt. Sich durch Aktivitäten wie etwa Demonstrationen und andere Protestformen demokratisch zu beteiligen, kann anstrengend und mitunter frustrierend sein, wenn die Forderungen nicht den erhofften Widerhall in politischen Institutionen finden oder sich nicht auf die Wahlergebnisse auswirken. (Potenziell) Engagierte sollten darauf vorbereitet werden, dass sich diese Wirksamkeit nach innen nicht mit der im medialen Diskurs vorherrschenden „Erfolgsmessung“ anhand von Wahlergebnissen oder Politikwandel decken muss.

Aktivsein
fördert
Aktivsein

Demokratiegaragen: Unsere Studie zeigt: Aktivsein fördert Aktivsein. Doch das erste Mal teilzunehmen, dafür braucht es oft einen niedrigschwelligen Zugang – über das eigene Elternhaus, die Schule oder die eigene Peer-Gruppe – oder aber einen „moralischen Schock“ oder eine politische Gelegenheit. Solche Möglichkeiten mit einfacher Teilhabe, angeboten z.B. in Form regelmäßiger Demokratiegaragen ohne „Mitgliedschaft“, sollten Teil politischer Bildung sein. Demokratiegaragen bieten einen Ort, an dem neue Demokratieformate entwickelt und getestet oder aber auch bestehende überdacht und erneuert werden – und schlichtweg einen Ort, an dem Vernetzung mit anderen Engagierten stattfinden kann. Aktivsein kann hier ausprobiert und erlebt werden, was es heißt, Gesellschaft zu gestalten mit dem Ziel: Demokratie selbst innerlich und körperlich in Gemeinschaft zu erfahren und die Praxis einer „embodied democracy“ zu erfahren.

Intergenerationales Lernen: Eigene Interessen in die Politik zu tragen, braucht Geduld und einen langen Atem. Diesen zu erhalten, kann durch Austauschformate zwischen mehreren Generationen von Aktivist_innen gefördert werden. Beispiele dafür wären Podcast-Gespräche zwischen Omas gegen Rechts und FFF-Aktivist_innen oder Sprechstunden zum Engagement, die u. a. auch von lang Engagierten angeboten werden.

Wer wen für die Demokratie mobilisieren kann

In unserer Studie fiel auf, dass wesentliche Teile der Gesellschaft bei den Demonstrationen im Sommer 2024 kaum vertreten waren. Dazu zählten u. a. Menschen mit niedriger formaler Bildung, außerhalb Deutschlands geborene Personen und solche, die sich selbst nicht als „links“ bezeichnen. Gleichzeitig sprachen die meisten Befragten der Zivilgesellschaft und den Bildungsinstitutionen die stärksten Fähigkeiten zu, das Problem des Rechtsextremismus in den Griff zu bekommen – deutlich mehr als der Bundesregierung oder den Sicherheitsinstitutionen. Die Bekämpfung des Rechtsextremismus wird als gesamtgesellschaftliche Aufgabe begriffen, ohne dass es gelang, gesamtgesellschaftlich für die Proteste zu mobilisieren.

Der Kampf gegen Rechtsextremismus sollte kein rein linkes Projekt sein. Dennoch ist es wenig überraschend, dass bei Straßenprotesten konservative und bürgerliche Milieus oft fehlen sowie bei bestimmten Engagementformen auch bildungsferne Milieus. Doch zeigt sich ein ähnliches Bild ebenso für andere Formen von Engagement und selbst in der jungen Generation erleben wir keinen Unterschied, der auf eine zukünftige Verschiebung hoffen ließe: In einer Studie zum Informations- und Engagementverhalten junger Menschen gaben 45 % der Befragten an, sich nicht politisch zu engagieren, und von diesen wiederum 70 %, sich auch nicht über Politik zu informieren (vgl. Spöri et al. 2022). In den Fokusgruppengesprächen dieser Studie wurde schnell deutlich: Besonders diejenigen, die in bildungsfernen Elternhäusern aufwachsen, empfinden Politik als weit weg und entkoppelt von ihrer eigenen Lebensrealität und als elitär. Auch diese wichtigen Teile der Gesellschaft sollten erreicht werden - ob mit Protestaufrufen oder anderen Engagementformen. Das sollte vor allem durch aufsuchende Formate und neue Wege der Ansprache passieren, die Menschen in ihrem eigenen Alltag – in ihrem Kiez, in ihren Freizeitorten etc. – beteiligen sowie mit niedrigschwelligen Themen, die sich an der konkreten Lebensrealität der Menschen orientieren.

Die von uns befragten Demonstrierenden gaben an, dass sie vor allem von den sozialen Medien und Freund_innen von der Demo erfahren haben. Mit Freund_innen zusammen gingen die meisten dann auch zur Demo. Das heißt, zentral für die politische Bildung ist es, diese Vernetzung zu fördern – und auch Beziehungen wie Freundschaften als Kern von Demokratiework zu begreifen. Dabei können

wir sie nach dem Vorbild von Hannah Arendt als freiwillige, verbindliche Beziehungen, unabhängig von der Herkunft und ohne rechtliche Bindung begreifen. In ihrem Essay „Freundschaft in finsternen Zeiten“ wird diese politische Dimension von Freundschaftsbeziehung deutlich, die wir auch im Engagement finden: Freundschaften schaffen Zugänge zum Politischen, unabhängig von der eigenen Herkunft, und ermöglichen Auseinandersetzungen über Bildungs-, Einkommens- und Einstellungsgrenzen hinweg. Freund_innen sind zentral für meine Entscheidung, ob ich einem Protestaufruf folge – soziale Medien sind dann das Instrument, dazu aufzurufen und dafür zu werben. Doch in den Algorithmen schafft es nur, wer über Vernetzungen zu demokratischen Organisationen verfügt – und garantiert ist die Mobilisierung nicht.

Freundschaftssprechstunde: ein Coaching-Angebot für Konflikte in Freundschaften, die besonders in Krisenzeiten und bei zunehmender Polarisierung einer erhöhten, aber entscheidenden Belastungsprobe ausgesetzt sind.

Politiker_innen-Matching: niedrigschwellige, kurze Angebote für Berufs-, Haupt- und Realschulen mit Kontakt zu ehrenamtlich Engagierten und/oder Politiker_innen, z.B. durch Matching (Swipen), um den Erstkontakt mit jungen Engagierten oder Politiker_innen zu erleichtern.

Demokratie-Trainingsreihe: Ähnlich wie für neue Politiker_innen wäre ein einjähriges Programm mit vier Workshops und parallelen Online-Calls zur Begleitung denkbar, um sich als Demokratie-Trainer_in auszubilden und demokratische Werte zu vermitteln (in der jeweiligen Organisation).

Wo wir Räume für Engagement unterstützen sollten

Die Zivilgesellschaft und die Bildungsinstitutionen schaffen es am besten, den Rechtsextremismus effektiv zu bekämpfen – so sieht es zumindest die Mehrheit der von uns befragten Demonstrierenden. Die politische Bildung ist hier also extrem wichtig, auch und gerade an „dritten Orten“ und durch zivilgesellschaftliche Organisationen außerhalb des formalen Bildungssystems. Vor allem Vereine sollten dafür gestärkt werden: Trotz deutlich unterschiedlicher Bedrohungslagen sehen die Befragten sowohl in Hamburg als auch in Dresden Vereine als die Räume an, in denen sie am wenigsten rechtsextremistische Äußerungen und Diskriminierungen erleben. Vereine wiederum brauchen eine verlässliche Finanzierung und Förderung, ohne dass sie um die Anerkennung als gemeinnützig und als Träger politischer Bildung bangen müssen, wenn sie sich beispielsweise an Demokratieprotesten beteiligen. Nur so können sie erfolgreich demokratiefördernde Projekte durchführen und den gesellschaftlichen Zusammenhalt stärken –

sei es direkt durch politische Bildung oder indirekt durch gemeinschaftsstiftende Arbeit, wie in Sport- und Kulturvereinen. Von aufstrebenden politischen Bildungsprojekten können auch die Orte profitieren, an denen die Befragten unserer Studie am häufigsten rechtsextremistische Äußerungen hörten, nämlich in der Familie, im Bekanntenkreis und am Arbeitsplatz. Hier wiederum könnten Fortbildungsangebote der politischen Bildung ansetzen, die Methoden, Haltungen und Formate vermitteln, um solche Räume auch verstärkt an anderen Orten zu schaffen, im Privaten und auf der Arbeit.

Auch die Beteiligung von Unternehmen ist zentral: Durch die ersten Demonstrationen im Januar 2024 sind neue Allianzen für die Demokratie entstanden – nicht nur zwischen Gewerkschaften, zivilgesellschaftlichen, linken Initiativen und Nachbarschaftsvereinen, sondern auch mit der Privatwirtschaft, großen Kultureinrichtungen, Hochschulen, Arztpraxen und Apotheken. Bei den weiteren Protestwellen bis zur Bundestagswahl trieben sie die Mobilisierung und Organisation öffentlicher Aktionen voran. Die größte bundesdeutsche Protestserie gegen Rechtsextremismus war also auch deshalb möglich, weil sich breite Bündnisse über „die üblichen Verdächtigen“ hinaus geschmiedet hatten. Die politische Bildung kann eine Haltung fördern, die den Wert von gesellschaftlichen Allianzen und breiten Bündnissen verdeutlicht. Zudem können hier Akteure wie politische Parteien, Unternehmen oder Kultureinrichtungen von sozialen Bewegungen lernen, wie sich Allianzen aufbauen lassen, wie z. B. durch bestimmte Framing-Strategien und die Nutzung politischer Gelegenheiten.

Reverse Mentoring – Vom Osten lernen: ein Mentoring-Programm, das die ost- und westdeutsche Zivilgesellschaft bewusst verbindet und Lernen aus den neuen Bundesländern fördert, wo zivilgesellschaftliche Akteure oft erfahrener sind im Umgang mit der Bedrohung durch starke rechtsextreme Präsenz.

Dritte Orte als Allianzschmieden: Allianzen brauchen Orte, um sich zu verbinden, die gut erreichbar und nicht von einer bestimmten politischen Richtung dominiert sind. Solche Orte bewusst aufzubauen und bestehende Angebote einfacher auffindbar zu machen, hilft bei der Bildung nachhaltiger Bündnisse für die Demokratie.

Peer-to-Peer-Training für Vereine: Vereine können Orte sein, an denen Menschen sicher vor rechtsextremen Äußerungen sind. Damit sie es bleiben oder werden, braucht es kostenlose Trainings u. a. zu folgender Frage: „Wie gehen wir mit Störungen um?“

Demokratie-Mittagspausen: Angebote für Unternehmen zum Thema Demokratie zur Erreichung breiterer Milieus und zur Integration politischer Debatten in den Arbeitsalltag.

Entscheidend sowohl bei Allianzen als auch bei Förderungen ist aber gleichfalls, dass Rechtsextremismus kein rein ostdeutsches Problem ist. Im medialen Diskurs wird das oft vernachlässigt. Auch in Hamburg gaben über zwei Drittel der befragten Demoteilnehmenden an, schon einmal Rechtsextremismus im eigenen Umfeld erlebt zu haben. Knapp ein Fünftel antwortete, selbst schon einmal Opfer rechtsextremer Anfeindungen geworden zu sein. Damit liegen die Werte nur 10 % höher als in Dresden. Auch in westdeutschen Regionen und Kommunen dafür zu sensibilisieren, könnte Inhalt von Angeboten der politischen Bildung sein, bei denen viel von erfahrenen Engagierten aus Ostdeutschland zu lernen ist. Fest steht: Es braucht breitere gesellschaftliche Allianzen über Bundeslandgrenzen, Altersgrenzen und Milieus hinweg, um dem gefährdenden Einfluss rechtsextremer Weltbilder und Politik langfristig entgegenzutreten. Räume für gegenseitiges Lernen und Austausch dafür zu schaffen, ist das große Potenzial der politischen Bildung.

„Kartographie der Arbeiter:innenklasse“

von Jan Niklas Engels

Einleitung

Politik für die arbeitende Mitte der Gesellschaft zu betreiben, schreiben sich viele Parteien auf die eigene Fahne. Dabei bleibt aber oft überraschend unklar, wer damit genau gemeint ist. Häufig werden sogar klischeehafte und überholte Bilder der Arbeitswelt dabei bemüht, daher fühlen sich viele Berufstätige von der Politik nur unzureichend wertgeschätzt und gesehen. Hier setzt das FES-Projekt „Kartographie der Arbeiter:innenklasse“ (www.fes.de/sozial-und-trendforschung/arbeiterklasse) an und beschäftigt sich mit der aktuellen Struktur von Erwerbsarbeit, wendet den Blick auf die Bedeutung der eigenen Arbeit sowie von Arbeitsbedingungen und adressiert Fragen des Klassen- und Schichtbewusstseins und Unterschiede politischer Einstellungen nach Berufsklassen.

Die Basis des Projekts bilden mehrere Fokusgruppengespräche mit Erwerbstätigen im Zeitraum Februar bis April 2023. Die Ergebnisse der qualitativen Erhebung ergaben neben theoretischen Zugängen die Grundlage für die quantitative Befragung, die im Juni und Juli 2023 unter der deutschsprachigen Bevölkerung (ab 18 Jahren) durchgeführt wurde. Insgesamt wurden 5.061 Personen sowohl per Telefon als auch via Internet befragt. Dieser Datensatz wurde von unterschiedlichen Wissenschaftler_innen ausgewertet, so dass eine Vielzahl von Studien zu unterschiedlichen Aspekten und Fragestellungen der Arbeitswelt erstellt wurden.

Das haben wir aus dem Projekt gelernt: Die wichtigsten Erkenntnisse auf einen Blick

Arbeiterklasse ist mehr als der Mann im Blaumann:

Die Arbeiter_innenklasse, das sind die, die „das Band am Laufen halten“. Dachte man früher zunächst an körperlich arbeitende Menschen, oftmals im Gewand von Handwerk oder Produktion, gehört heutzutage auf jeden Fall der Dienstleistungsbereich ebenfalls dazu. Aber wenn man den Blick auf die finanzielle Situation und belastenden Arbeitsbedingungen richtet, sollten zumindest auch Bürokräfte sowie Kleingewerbetreibende und Soloselbstständige nicht vergessen werden. In allen Erwerbsklassen gibt es Abstufungen nach Gehalt und gesellschaftlicher Anerkennung. Menschen sind sich der Tatsache sehr bewusst, dass innerhalb einer Tätigkeitsgruppe große Unterschiede vorhanden sind, abhängig von dem/der Arbeitgeber_in, bei dem/der man angestellt ist, oder davon, ob die Arbeitnehmenden eine Tarifbindung genießen. Diese Diversität mag einer der Gründe sein, warum kaum eine politische Mobilisierung über Erwerbsklassen hinweg stattfindet. Doch ist das nicht gleichbedeutend damit, dass Klassenbewusstsein keine Rolle mehr spielt. Ganz im Gegenteil besteht ein sehr feines Gespür dafür, was gerecht ist und was nicht.

Die Arbeitswelt ist diverser, weiblicher und auch migrantischer geworden.

Die Arbeitswelt ist diverser, weiblicher und auch migrantischer geworden. Sie umfasst nicht nur die Produktion, sondern zunehmend ebenso Dienstleistungen, Bürokräfte und auch Solo-Selbstständige, die oft in abhängigen Vertragsverhältnissen stecken. Und natürlich ist Arbeit nicht nur Erwerbsarbeit, sondern eben gleichfalls oft unbezahlte Arbeit, wie sie sehr oft insbesondere von Frauen in unserer Gesellschaft geleistet wird.

Den Stellenwert von Arbeit erkennen und anerkennen

Es besteht ein grundsätzlich positiver Blick auf Erwerbsarbeit: Zwei Drittel der Befragten sind mit ihren Arbeitsbedingungen zufrieden, 85 % sind stolz auf ihre Arbeitsleistung. Ein sicherer Arbeitsplatz und ein angemessenes Einkommen rangieren in der Priorität ganz oben, dicht gefolgt – und ebenso als sehr wichtig eingestuft – von der Vereinbarkeit von Beruf und Familie. 54 % der Befragten wünschen sich eine Vier-Tage-Woche bei vollem Lohnausgleich, 23 % lehnen diese ab; Gehaltseinbußen werden nur in denjenigen Berufsklassen in Kauf genommen, die ihre finanzielle Situation eher positiv betrachten.

Arbeitspolitik ist mehr als Arbeitsplatzsicherheit und Einkommen

Erwerbsarbeit dient dem Verdienst, häufig der Existenz, aber auch der eigenen Identität. Gleichzeitig empfinden viele Menschen den Alltag, der allein durch den zeitlichen Umfang stark von der Erwerbsarbeit geprägt ist, als stressig und steinig. Das Gefühl, dass es trotz vieler und teilweise mühseliger Arbeit immer nur gerade so reicht, um nicht vom Drahtseil des Lebens zu fallen, ist insbesondere in der neuen Arbeiter_innenklasse stark verbreitet. Die Erwartungen sind nicht „mehr Sozialleistungen“, sondern ein „angemessenes Einkommen“, welches auch Anerkennung für die geleistete Arbeit ausdrückt und ein gutes Leben ermöglicht. Gerade in den prekären Arbeitsbereichen von Dienstleistenden und Bürokräften, in Bereichen, wo viel in Teilzeit oder in Minijobs gearbeitet wird, um auch Zeit für Care-Arbeit zu haben, gibt es daneben noch ein weiteres wichtiges Thema, nämlich „Zeit“ – Zeit für sich, die Familie, Angehörige und für ein erfülltes Leben. Moderne Arbeitspolitik muss daher einen umfassenden Ansatz verfolgen und die Verbesserungen für alle Arbeitsverhältnisse im Blick behalten.

Die Arbeiterklasse ist tot, Klassenunterschiede aber nicht

54 % aller Erwerbstätigen fühlen sich der Arbeiter_innenklasse zugehörig. Dennoch ist eine Mobilisierung anhand von Berufsklassen, wie früher vielleicht möglich, heutzutage sehr schwer, da das Klassenbewusstsein sehr gering ausgebildet ist. Das liegt einerseits an der hohen Diversität auch innerhalb verschiedener Berufe. Verdienst, Ansehen und Gestaltungsmöglichkeiten können je nach Arbeitsplatz im gleichen Beruf sehr unterschiedlich ausgestaltet sein. Außerdem sehen sich fast 90 % aller Erwerbstätigen selber als Teil der Mittelschicht an. Aus der eigenen Zurechnung zur Mittelschicht wird der eigene erwünschte soziale Status sowohl hinsichtlich Wohlstandsversprechen als auch gesellschaftlicher Anerkennung abgeleitet. Im Widerspruch dazu vergleichen Erwerbstätige die Gesellschaftsstruktur zumeist mit einer Pyramide: einer breiten Unterschicht als Sockel, einer kleiner werdenden Mittelschicht und einer sehr kleinen Oberschicht an der Spitze.

Die generelle Zufriedenheit mit dem Erwerbsleben schlägt schnell in Unverständnis und Abgrenzung um, wenn der Eindruck besteht, dass andere Gruppen bevorzugt behandelt werden und die eigene Arbeitsleistung nicht gesehen oder nicht gewürdigt wird. Hier muss Politik ansetzen, wenn sie „Politik für die arbeitende Mitte“ machen will, allerdings nicht in einer Form, die auf Ausgrenzung und Herabwürdigung von denjenigen setzt, die nicht oder nicht mehr arbeiten können. Das billige Spiel, Menschen mit wenig Geld gegen Menschen mit noch weniger Geld gegeneinander auszuspielen, ist nicht nur stumpf und bedient rechtspopulistische Rhetorik, es löst auch nicht das Problem der sozialen Ungleichheit.

Weitere Einzelstudien und ihre Empfehlungen:

Prekäre und atypische Beschäftigung

Studie: „Ein Teil der Arbeiter:innenklasse?“ – Johanna Plenter

www.fes.de/lnk/5lr

Was bedeutet es heute, zur Arbeiter_innenklasse zu gehören – besonders für jene in prekären und atypischen Jobs? Johanna Plenter zeigt: Viele dieser Beschäftigten identifizieren sich durchaus mit der Arbeiter_innenklasse, teilen aber nicht automatisch dieselben politischen Interessen. Ihre größte Sorge ist der soziale Abstieg.

Handlungsempfehlung: Die Politik sollte auf sichere Arbeitsverhältnisse, verlässliche soziale Absicherung und lebenslange Weiterbildung setzen. Zugleich braucht es klare gesetzliche Leitplanken, um prekäre Beschäftigung einzudämmen – das stärkt nicht nur Existenzen, sondern auch das Vertrauen in den Sozialstaat.

Welche Partei vertritt die Arbeiter_innenklasse?

Studie: „Klassenbewusstsein und Wahlentscheidung.

Klasse als politischer Kompass?“ – Thomas Lux & Linus Westheuser

www.fes.de/lnk/5ls

Wer heute Klassenbewusstsein hat, wählt häufiger links – das zeigt die Untersuchung von Lux und Westheuser. Eine zentrale Rolle spielt dabei die Wahrnehmung gesellschaftlicher Machtverhältnisse: Wer sich auf Seiten der Beschäftigten verortet, tendiert deutlich zur Mitte-links. Rechte und rechtsradikale Parteien finden in diesem Milieu weniger Resonanz, auch wenn Menschen, die sich gesellschaftlich unten verorten oder sich eher der Arbeiter_innenklasse zugehörig fühlen, immer mehr rechtsextreme Parteien wählen.

Handlungsempfehlung: Parteien, die Arbeiter_innen erreichen wollen, sollten klare Positionen zu sozialen Gerechtigkeitsfragen und Machtverhältnissen beziehen. Klassenbewusstsein kann eine politische Brücke sein – wenn es ernst genommen wird.

Demütigung und Respekt bei der Arbeit

Studie: „Eine Frage von Demütigung und Respekt? Kämpfe um Würde in der Arbeit und ihre politischen Implikationen“ – Torben Schwuchow

www.fes.de/lnk/5lt

Ob Lagerarbeiter:in oder Pflegekraft: Viele Menschen erleben ihre Arbeit nicht nur als belastend, sondern als entwürdigend. Torben Schwuchow zeigt, dass diese Demütigungen zwar kein geschlossenes Klassenbewusstsein hervorrufen, aber eine gemeinsame Erfahrung sind – und politisch folgenreich. Wer sich ohnmächtig fühlt, wählt häufiger AfD – aus Protest. Gute Arbeitsbedingungen hingegen erhöhen die Wahrscheinlichkeit, SPD zu wählen.

Handlungsempfehlung: Linke Parteien können hier ansetzen: mit einer Politik, die Respekt in der Arbeit zum Thema macht. Verbesserungen in der Arbeitswelt – gerade in belastenden Berufen – könnten verlorenes Vertrauen zurückgewinnen.

Arbeitsunwillige Jugend?

Studie: „Eine Frage des Alters?“ – Thorsten Faas

www.fes.de/lnk/5lu

Die Gen Z gilt als arbeitsscheu, verwöhnt und flexibel – so zumindest das mediale Bild.

Doch Thorsten Faas räumt mit dem Mythos der einheitlichen Generation auf: Junge Menschen unterscheiden sich nicht weniger untereinander als ältere Generationen. Relevanter als das Geburtsjahr ist, ob ein Job belastet oder zufrieden macht.

Handlungsempfehlung: Die Politik sollte sich vom Generationen-Schubladendenken verabschieden und stattdessen die tatsächlichen Arbeitsrealitäten in den Blick nehmen. Es braucht faire Bedingungen – für alle, unabhängig vom Alter.

Eine Frage des Geschlechts?

Studie: „Eine Frage des Geschlechts? Arbeitsbedingungen aus der Perspektive von Männern und Frauen“ – Eileen Peters

www.fes.de/lnk/5fu

Arbeitsbedingungen müssen zu Lebensrealitäten passen – nicht umgekehrt

Eileen Peters widmet sich in ihrer Studie der Frage, wie Männer und Frauen Arbeitsbedingungen erleben – und was das mit Geschlechterrollen zu tun hat. Ihre Analyse zeigt: Frauen leisten nach wie vor mehr Sorgearbeit, sind häufiger in Teilzeit und in belastenden Jobs – besonders im Gesundheits- und Sozialwesen. Wenn Politik und Wirtschaft mehr Mütter in Vollzeit bringen wollen, müssen sie zuerst die Rahmenbedingungen verbessern. Konkret bedeutet das: flexiblere Arbeitszeiten, bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf und weniger psychische wie körperliche Belastung.

Der verbreitete Ruf nach „mehr Bock auf Arbeit“ verkennt hingegen die realen Herausforderungen vieler Frauen – und führt in die falsche Richtung.

Welche politischen (Bildungs-)Ansatzpunkte leiten sich aus dem Projekt ab?

Zwei Drittel der Arbeitnehmenden sind mit ihrer Erwerbsarbeit, ihren Arbeitsbedingungen und ihrer gesellschaftlichen Stellung zufrieden, dennoch ergeben sich aus dem Projekt „Kartographie der Arbeiter:innenklasse“ verschiedenste Ansatzpunkte für die Politik, die sich nicht auf die Arbeitspolitik beschränken, sondern das gesellschaftliche Leben im Ganzen umschreiben, von der Sozialpolitik über die Rentensicherung bis hin zu der Frage, welche Erwerbsarbeitsmodelle mit aktuellen Rollen- und Aufgabenverteilungen in der Gesellschaft kompatibel sind:

„Der Abgrund, der ist schon, sage ich mal [...], ich weiß, wo er ist“, beschreibt ein 60-jähriger Angestellter in der Textilproduktion seine finanzielle Situation. Um dieses Gefühl des Am-Abgrund-Stehens aufzufangen, brauchen die Menschen einen funktionierenden Sozialstaat und eine Wirtschaftspolitik, die Arbeitnehmende nicht nur als Mittel zum Zweck sehen, sondern als zentrale Elemente des Wirtschaftsstandorts. Dafür bedarf es starker Arbeitnehmendenvertretungen und einer Politik, die Tarifbindungen in allen Branchen vorantreibt. Es geht dabei eindeutig nicht um ein Mehr an Sozialleistungen, sondern neben einer besseren Bezahlung in erster Linie um eine Absicherung des Lebens: eine Rente, die nach einem Erwerbsleben mit Elternzeiten und Krankheitsausfällen auskömmlich ist, sowie eine Wohnungspolitik, die erschwingliche Mieten auch für Menschen mit mittleren und geringeren Einkommen bietet. In der Arbeiter_innenklasse betrifft dies vor allem Dienstleistende, die überdurchschnittlich häufig zur Miete wohnen.

Erwerbsarbeit ist mehr als der finanzielle Verdienst, sie ist persönliche Entfaltung und das Gefühl, etwas Sinnvolles für die Gesellschaft zu tun.

„Also ich würde tatsächlich, selbst wenn ich im Lotto gewinnen würde, zum Beispiel noch arbeiten gehen wollen, weil ich es einfach für mich auch brauche.“ Das sagt eine 28-jährige Schornsteinfegerin über ihr Verhältnis zu ihrem Beruf. Erwerbsarbeit ist mehr als der finanzielle Verdienst, sie ist persönliche Entfaltung und das Gefühl, etwas Sinnvolles für die Gesellschaft zu tun. Menschen sind stolz auf ihre Arbeit, gleichzeitig empfinden vor allem diejenigen Berufsgruppen, die eben das „Band am Laufen halten“, zu wenig Respekt von Politik und Arbeitgeber_innen für ihre Arbeit zu bekommen. Dem Wunsch nach mehr Wertschätzung kann nicht mit einer einzelnen Politikmaßnahme entsprochen werden. Vielmehr geht es um einen grundsätzlichen Wandel der politischen Kommunikation und die respektvolle Ansprache der Lebensleistung des und der Einzelnen. Um die Entfremdung zwischen politischer Elite und Bürger_innen zu beheben, ist es zudem notwendig, dass Politik an der Lebensrealität der Menschen ansetzt und dass sie insgesamt repräsentativer wird.

„Wenn ich mir die Situation von heute anschau, sehe ich den Mann Vollzeit arbeiten, sehe ich unter Umständen die Frau auch noch Vollzeit arbeiten, und die Kinder haben alle einen Schlüssel um den Hals.“ Auch wenn dieses Zitat eines über 60-jährigen Angestellten im Pflegebereich wertkonservativ anmutet, steckt darin doch ein wesentlicher Kern des Alltags der Arbeiter_innenklasse: Um die Lebenshaltungskosten zu bestreiten, reicht – in Familien – ein Vollzeitgehalt nicht mehr aus. Die Erwerbstätigenquote ist unter Frauen, auch politisch gewollt, stetig gestiegen. Damit bleibt aber weniger Zeit für unbezahlte Care-Arbeit, was zu hohem Zeitdruck im Alltag führt. Dementsprechend sind neue Arbeitszeitmodelle, wie beispielsweise die Vier-Tage-Woche, in der Befragung zwar beliebt, vor dem Hintergrund hoher Lebenshaltungskosten jedoch fast ausschließlich in Verbindung mit einem vollen Lohnausgleich – mehr Zeit für Care-Arbeit ohne Ausgleich kann sich aktuell nur leisten, wer ohnehin „mehr als genug“ verdient. Die Vereinbarkeit von Familie und Beruf wird als sehr wichtig angesehen und rangiert fast auf dem gleichen Wichtigkeitsniveau, wie ein sicherer Arbeitsplatz und ein angemessenes Einkommen. Wer Politik für die Erwerbstätigen machen will, kommt um das Thema Zeit nicht herum. Insbesondere bei Berufen mit hohen Belastungen, seien diese mental oder körperlich, sollte bei angemessener Bezahlung auch über mehr Entlastung durch mehr Freizeit gesprochen werden.

„Ja, also es ist so der Spagat Arbeiten wirklich, [...] Mama ist kaputt; nein, Mama muss immer noch weiter funktionieren.“ So beschreibt eine Erzieherin aus Köln ein wesentliches Merkmal bestimmter Berufsgruppen der Arbeiter_innenklasse: Besonders Dienstleistende berichten von mentalen und körperlichen Belastungsspitzen. Hier muss die Politik Abhilfe schaffen, Personalschlüssel in Berufen, die eng mit Menschen zusammenarbeiten, erhöhen und die Menschen finanziell besser ausstatten. Dies betrifft insbesondere Berufe im Pflege- und Erziehungsbereich, der stark von öffentlichen Geldern abhängt und daher oftmals wenig finanziellen Spielraum für monetäre Verbesserungen hat. Bessere Bezahlung, bessere (personelle) Ausstattung, Entlastungs- und Weiterqualifizierungsangebote werden dringend benötigt und sind nicht zum Nulltarif zu haben. Dafür gilt es zu werben und politische Mehrheiten zu finden.

„Anerkennung im Sinne von, dass auch gezeigt wird, dass man geschätzt wird, also auch vom Arbeitgeber, von der Politik, vom Fernsehen, dass man einfach mal die Leute, sage ich mal, darauf hinweist, was sie eigentlich für diese Welt machen und leisten. Das wäre auch mal schön“, stellt eine medizinische Fachangestellte aus Nürnberg fest. Vor allem diejenigen, die ihre Arbeit als besonders wichtig für die gesamte Gesellschaft sehen, fühlen sich nicht ausreichend in ihrer Arbeit gewürdigt. Die negativen Seiten der eigenen Arbeit, wie die Bezahlung, die besser sein könnte, die Belastungen, die eine Ausführung der Arbeitsstelle bis zum Rentenalter unwahrscheinlich machen, so-

wie die fehlenden Perspektiven, werden oftmals in einem gewissen Rahmen akzeptiert, da man sich bewusst für diesen Beruf entschieden hat. Ehrlich gemeinte und kontinuierliche Wertschätzung und Anerkennung sind daher ebenso wichtig, wenn man sich für die Anliegen derjenigen, die „das Land am Laufen halten“ (ob bezahlt oder unbezahlt), einsetzen will. Dabei darf es aber nicht nur bei Lippenbekenntnissen bleiben, sondern dies muss in konkrete Handlungen münden, die deren Situation zumindest mittelfristig tatsächlich verbessern.

In a nutshell

Die Ergebnisse des Studienprojekts „Kartographie der Arbeiter:innenklasse“ zeigen, welche Themen politische Bildung aufgreifen sollte:

- Anerkennung von Arbeit – nicht nur finanziell, sondern auch symbolisch durch gesellschaftliche Wertschätzung
- Zeitwohlstand – Forderungen nach einer Vier-Tage-Woche bei vollem Lohnausgleich spiegeln ein Bedürfnis nach Lebensqualität wider
- Soziale Absicherung – besonders Rente, Wohnen und Vereinbarkeit von Beruf und Familie
- Solidarität statt Spaltung – Widerstand gegen das politische Spiel „Arm gegen Ärmere“
- Stolz auf Arbeit und Sinnstiftung – als identitätsstiftendes Element für viele Erwerbstätige

Aus der Studie ergeben sich klare Zielgruppen für politische Bildungsarbeit:

- Erwerbstätige mit prekären Bedingungen, insbesondere im Dienstleistungssektor, in Teilzeit oder Minijobs
- Frauen in der Doppelbelastung von Erwerbs- und Care-Arbeit
- Menschen mit schwachem Klassenbewusstsein, die sich zwar der Arbeiter_innenklasse zugehörig fühlen, aber politisch wenig vertreten sehen
- Menschen, die sich als „Mitte“ verstehen, aber gesellschaftlich Anerkennung und soziale Sicherheit vermissen

Politische Bildung muss hier ansetzen – nicht mit akademischer Sprache oder ideologischer Belehrung, sondern mit Formaten, die Alltagswirklichkeit und Lebensleistung anerkennen. Ganz wichtig: Dabei müssen die knappen Ressourcen der Menschen, die in der Rushhour ihres Lebens sind, unbedingt berücksichtigt werden. Dafür bieten sich insbesondere auch digitale Formate an.

Welche Formate der politischen Bildungsarbeit greifen die Themen auf?

Das Berufsklassen-Quartettspiel

Einen spielerischen ersten Zugang zum Projekt Kartographie der Arbeiter:innenklasse bietet unser Berufsklassen-Quartett, welches online (www.fes.de/sozial-und-trendforschung/arbeiterklasse/quartett) gespielt werden kann, aber auch als Kartenspiel erhältlich ist. Das Spiel basiert auf den für das Projekt erhobenen Daten und soll neugierig auf die Ergebnisse der Untersuchung machen. Spielerisch lässt sich herausfinden, welche Erwerbsgruppen z. B. besonders stolz auf die eigene Arbeit sind oder wie die Unterschiede zwischen Männern und Frauen einer Gruppe aussehen.

Darüber hinaus eignen sich auch [Kantinengespräche und Küchentischformate](#) (S. 136) auf oder vor dem Werksgelände, um niedrigschwellig ins Gespräch zu kommen, Alltagserfahrungen aufzugreifen und erste gemeinsame Deutungen zur eigenen Arbeits- und Lebensrealität zu entwickeln.

Fazit

Der Begriff der „arbeitenden Mitte“ passt tatsächlich gut zur Situation der arbeitenden Gesellschaft in Deutschland – einerseits, weil sich eine überwältigende Mehrheit als Mitte der Gesellschaft sieht, andererseits, weil Arbeit weiterhin eine zentrale Identitätsrolle spielt. Der Begriff „Arbeiter_innenklasse“ mag vielen verstaubt und überholt erscheinen, aber doch fühlen sich sehr viele dieser weiterhin verbunden, sei es aus Tradition, Stolz oder einfach dem Gefühl, sich bei der Arbeit und im Leben einzusetzen und nach einem Vorankommen zu streben. Mitte und Arbeit sind beide als Identitätsorte positiv besetzt, und sie haben auch ein verbindendes Element, das Gefühl, weit hinein in die Gesellschaft zu wirken und eine wichtige Rolle auszuüben. Man arbeitet, um Mitte zu sein. Aufgabe von Politik muss es daher sein, die hierfür notwendigen Rahmenbedingungen zu schaffen, dies zu ermöglichen – mit einer Klassenpolitik für die arbeitende Mitte, die demobilisierte Verteilungskonflikte neu belebt und so nicht nur rhetorisch für Anerkennung und Würdigung sorgt, sondern tatsächlich Verbesserungen für all diejenigen erzielt, die „das Land am Laufen halten“.

Das Fräulein ist schließlich auch verschwunden – geschlechtergerechte Kommunikation und politische Bildung

von Stefanie Elies



Der Begriff Feminismus hat Konjunktur. Feministische Außenpolitik, feministische Entwicklungspolitik – ebenfalls die Politik hat realisiert, dass eine jahrzehntelange Gleichstellungspolitik, die sozusagen unter dem Radar läuft, nicht ausreicht, um die große Herausforderung der Geschlechtergerechtigkeit in absehbarer Zeit zu erreichen. Es ist auch bitter nötig, den Begriff des Feminismus nicht nur inhaltlich und politisch zu füllen, denn leider hat der Antifeminismus, geschürt von rechten Kräften, weltweit Konjunktur.

Gendern gehört sozusagen zum Handwerkszeug einer modernen Gesellschaft und gendersensible Sprache ist daher ein ethischer Imperativ für politische Bildung.

Aber Gender? In Bayern, Sachsen und Hessen ist die Nutzung von geschlechtersensibler Sprache in Schulen, Hochschulen und Behörden verboten. Immer wieder spricht sich der deutsche Rechtschreibrat in aller Unzweideutigkeit gegen eine Befassung mit diesem für die deutsche Sprache anscheinend wohl zu schwierigen Konzept aus.

Dabei trägt das Gendern in der Sprache doch nur dem Rechnung, was eigentlich eine gesellschaftliche Selbstverständlichkeit sein sollte und auch feministische Forderungen seit langem umfassen: nämlich, dass es im Kern um die gleichen Rechte, Ressourcen und die Repräsentation von Frauen, Männern und anderen Geschlechtern in allen Bereichen der Gesellschaft geht – das, was progressive Kräfte schon lange als Geschlechtergerechtigkeit bezeichnen. Gendern gehört sozusagen zum Handwerkszeug einer modernen Gesellschaft und gendersensible Sprache ist daher ein ethischer Imperativ für politische Bildung.

Die Debatte, ob und wie wir mit Sonderzeichen geschlechtersensibel oder -neutral formulieren, verdeckt den eigentlichen Kern einer Auseinandersetzung darüber, in welcher Gesellschaft wir eigentlich leben wollen. In rechtspopulistischen und konservativen Diskursen steht Gender als Symbolbegriff für alles, was an gesellschaftlichen Rollenbildern von rechten, aber auch konservativen antifeministischen Kräften bekämpft wird. Das politische Anliegen der Gleichberechtigung der Geschlechter wird bewusst als „Symbolkampf“ um Identität heruntergespielt, dabei stehen dahinter konkrete Kämpfe um Anerkennung, Sichtbarkeit und gleiche Teilhabe an Ressourcen und Chancen. Die Anliegen Geschlechtergerechtigkeit und soziale Gerechtigkeit gegeneinander aufzuwiegen oder gar auszuspielen macht schon daher keinen Sinn, weil auch historisch ganz klar ist, dass die sozialen Bewegungen, die sich für Feminismus, Arbeiter_innen- und Frauenrechte oder die Rechte benachteiligter Minderheiten eingesetzt haben, immer auch mit der sozialen und materiellen Frage der Stellung in der Gesellschaft, der Arbeit, Wirtschaft oder Politik einhergingen. Ohne Geschlechtergerechtigkeit gibt es keine soziale Gerechtigkeit.

Ohne Geschlechtergerechtigkeit gibt es keine soziale Gerechtigkeit.

Geschlechterpolitik als handhabbar und attraktiv darzustellen, ist für politische Akteure, aber ebenso für die politische Bildung und Kommunikation eine immerwährende Herausforderung neben der Frage, wie man über Wort und Bild eine Haltung so kommunizieren kann, dass sich alle Geschlechter gleichermaßen angesprochen und gemeint fühlen.

1. Warum braucht politische Bildung gendersensible Sprache?

Gendersensible Sprache ist kein Selbstzweck, sondern ein **elementares Werkzeug der politischen Bildung**, die sich selbst als Medium für demokratische Teilhabe, kritische Urteilsbildung und Gleichberechtigung versteht. Sie berücksichtigt das, was feministische Bewegungen seit Jahrzehnten fordern: **gleiche Rechte, Ressourcen und Sichtbarkeit** – nicht nur für Männer und Frauen, sondern auch für Inter*-, Trans*- und nichtbinäre Personen. Wenn politische Bildung Sprache nutzt, in der nur das „generische Maskulinum“ vorkommt, dann **verfehlt sie ihre emanzipatorische Wirkung**.

Sprache ist kein starres System, sondern ein **lebendiger Kitt in der Gesellschaft**. Sie wandelt sich – nicht zuletzt durch politische Kämpfe. Das „Fräulein“, als sprachlicher Ausdruck patriarchaler Vorstellung, wurde 1972 aus dem Amtsdeutsch gestrichen – es geht also, wenn man will!

Gendersensible Sprache zeigt Haltung – und politische Bildung braucht diese Haltung, um glaubwürdig zu sein

Gendersensible Sprache **zeigt Haltung** – und politische Bildung braucht diese Haltung, um glaubwürdig zu sein, denn die Frage, ob und wie wir

sprechen, ist nicht neutral: Sie spiegelt Machtverhältnisse und gesellschaftliche Vorstellungen von Normalität wider. Wenn politische Bildung marginalisierende Sprachformen verwendet, **verstärkt sie strukturelle Ausschlüsse**, statt sie zu hinterfragen.

2. Warum braucht geschlechtergerechte Kommunikation politische Bildung?

Geschlechtergerechte Kommunikation erfordert mehr als sprachliche Technik. Sie ist Ausdruck eines politischen Anspruchs auf **Gleichberechtigung und soziale Gerechtigkeit** – ein Anspruch, der nur durch Bildung vermittelbar ist. Ohne das Wissen um die sozialen Konstruktionen von Geschlecht, um Diskriminierungsmechanismen und Intersektionalität bleibt Kommunikation **oberflächlich oder symbolisch**.

Eine intersektionale Perspektive, in der unterschiedliche Merkmale wie Geschlecht, Herkunft, Ethnizität, Religion, Sexualität oder Klasse auch in ihren Wechselwirkungen berücksichtigt werden, ist dabei unverzichtbar – und zwar in der Arbeit und Kommunikation mit ALLEN Zielgruppen!

Politische Bildung hilft, zu erkennen: **Sprache produziert Wirklichkeit**. Wenn in Texten, Bildern oder Statistiken nur männliche Perspektiven erscheinen, werden Frauen und andere Geschlechter systematisch ausgeblendet. Auch heute noch sind beispielsweise in der medizinischen Forschung, der Datenerhebung oder in Algorithmen weibliche und diverse Perspektiven **strukturell unterrepräsentiert**. Diese Unsichtbarkeit ist nicht zufällig – sie folgt tradierten Denk- und Sprechmustern. Politische Bildung macht diese Muster sichtbar und veränderbar.

Ein Werkzeugkasten, der Haltung vermittelt

Die **Toolbox „Re:framing Gender“** der Friedrich-Ebert-Stiftung zeigt praxisnah, wie politische Bildung gendersensible Kommunikation vermitteln kann: durch Visualisierung, Dekonstruktion von Stereotypen, Repräsentationskritik und strategisches Framing. Sie ist Ausdruck einer politischen Haltung, die **Mut zur Veränderung** macht.

Kommunikation allgemein – und auch politische Kommunikation – strotzt nur so vor wirkmächtigen Phänomenen, in denen Frauen und Minderheiten strukturell unsichtbar gemacht werden oder deren Subtext von tradierten Geschlechtervorstellungen geprägt ist. Um diese zu durchbrechen, gibt es nicht lediglich ein einziges Konzept oder eine Strategie, am wirksamsten ist es, wenn verschiedene Strategien und Politiken verknüpft werden:

- Wenn wir Geschlecht als soziale und kulturelle Konstruktion verstehen, muss es auch darum gehen, Geschlechterstereotype zu kritisieren und infrage zu stellen. Für *Stereotype* zu sensibilisieren, sie gar

aufzubrechen und damit Frauen und andere Geschlechter sichtbar zu machen, ist ein Gebot des Respekts und der Wertschätzung in einer vielfältigen Gesellschaft.

- Geschlechtergerechte Sprache kann dazu beitragen, die Vielfalt in der Gesellschaft nicht nur sichtbar zu machen, sondern sie eben auch zu fördern.

Beispiel: Das Stereotyp der Hausfrau steht dem der sogenannten „Karrierefrau“ fast diametral gegenüber. Nicht nur wird damit die unbezahlte Sorgetätigkeit auf Frauen und den häuslichen Raum projiziert und nicht als erfolgreiche Karriere anerkannt. Den „Karrieremann“ oder „Powermann“ vermisst man im Sprachgebrauch, als sei es für Frauen keine Selbstverständlichkeit, beruflich erfolgreich zu sein.

- Das politische *Framing* aus feministischer Perspektive beleuchtet etwa das systematische Zustandekommen tradierter und impliziter Gender-Deutungsrahmen und liefert Hinweise, wie man für sie sensibilisiert und wie sie sich (durch-)brechen, umdrehen oder zumindest nivellieren lassen.
- Progressive Geschlechterpolitik kann sich nur durchsetzen, wenn Geschlechter sichtbar gemacht und Gender positiv „reframed“ und visuell sowie sprachlich „besetzt“ wird. Durch die Umkehrung, Dekonstruktion und Sichtbarmachung von Frames kann auf ungerechte Geschlechterverhältnisse, Diskriminierung und tradierte Stereotype eingewirkt werden.

Beispiele: Ein wirksames Reframing hat etwa die #MeToo-Bewegung erreicht. Auch der öffentliche Prozess um die Vergewaltigung von Gisèle Pelicot in Frankreich mit der Botschaft „Die Scham muss die Seite wechseln“ hat zu dem Verständnis beigetragen, dass sexuelle Übergriffe, Vergewaltigung, Machtmissbrauch und Sexismus nicht mehr nur als individuelles Problem gelten, sondern mit Strukturen in Gesellschaften und Kulturen verwoben sind.

- Politik und Gesellschaft sind geprägt von der Auseinandersetzung um Macht, Wissen und Ressourcen. Dabei geht es zugleich darum, wer in *Diskursen* oder in Bildern sichtbar oder unsichtbar ist und welche Positionen mit den Machtstrukturen verbunden sind. All diese Konstruktionen sind nicht geschlechterneutral, daher muss politische Kommunikation reflektieren, wer spricht oder wer überhaupt sprechen kann, wer gesehen wird oder nicht und wer Sichtbarkeit herstellt und wer nicht.

Beispiel: In vielen Bereichen des Lebens ist vor allem das weibliche Geschlecht weitgehend unsichtbar, weil nicht erfasst oder repräsentiert. Auch bei der Bildsprache fällt uns oft auf, dass die Position derjenigen, die handeln oder sprechen, geschlechtsspezifisch besetzt ist oder die Vielfalt der

Gesellschaft ausgeblendet wird. „Welche Gesellschaft soll das abbilden?“, heißt die Frage, wenn auf einem Foto von einem politischen oder wirtschaftlichen Gremium, wie so häufig, nur weiße Männer zu sehen sind.

Haltung durch Sprache und politische Bildung

Die Beispiele zeigen: In einer demokratischen Gesellschaft kann es politische Bildung ohne gendersensible Sprache nicht geben – und geschlechtergerechte Kommunikation nicht ohne politische Bildung. **Denn Sprache ist politisch.** Und politische Bildung muss sprachlich sichtbar machen, wofür sie steht: für Gleichheit, Anerkennung und Teilhabe in einer vielfältigen Gesellschaft.

Geschlechtergerechte Sprache **ist selbst Bildungsmedium.** Wer kommuniziert, vermittelt immer auch Weltbilder und Werte. Politische Bildung, die sich dieser Verantwortung stellt, **muss auch kommunikativ handeln**, indem sie nicht nur über Gleichstellung spricht, sondern sie gleichfalls **sprachlich verwirklicht.**

Dass dies umkämpft ist, überrascht nicht. Haltung braucht Mut – das ist umso wichtiger in der Auseinandersetzung mit rechtspopulistischen Kräften in der Gesellschaft. Rechte und antifeministische Diskurse brandmarken Gender als ideologischen Angriff auf traditionelle Werte. Doch das Gendern ist kein Symbolkampf, sondern Ausdruck einer konkreten politischen Auseinandersetzung: **Umso relevanter ist es**, das Anliegen der Geschlechtergerechtigkeit als wesentlichen Bestandteil eines progressiven Zukunftsentwurfs und Narrativs wirksam auch in der politischen Bildung zu vermitteln.

** Dieser Beitrag basiert auf einem früheren Artikel der Autorin in: Außer-schulische Politische Bildung 4/2023.*

Das Lehrbuch und die Toolbox „Re:framing Gender“ laden dazu ein, wissenschaftlich, aber auch spielerisch zu erlernen, wie man anhand vieler Praxisbeispiele ganz konkret einen Beitrag zum gesellschaftlichen und kulturellen Wandel leisten kann.

Die Autorin Tanja Maier (Universität Rostock) legt hier erstmals eine umfassende Verknüpfung des Konzepts der Geschlechtergerechtigkeit mit dem Feld der politischen Kommunikation und deren Praxis vor. Sie deckt aktuelle Erkenntnisse aus Forschung und Praxis zu Politiken des Framings, der Stereotypisierung und Repräsentation sowie zu Diskursen der Sichtbarkeit auf. Die als Kartenset gestaltete Toolbox bietet praxisnahe Beispiele, Illustrationen und Aufgaben, die verdeutlichen, welche Strategien, Methoden und Techniken man wählen kann, um gleichzeitig die Relevanz von Geschlechtergerechtigkeit und Gleichstellung aufzuzeigen und dabei eine klare politische Haltung zu kommunizieren. Die Karten bieten viel Diskussionsstoff und können in verschiedenen Gruppengrößen „gespielt“ werden. Das modular aufgebaute Toolbox-Set wird ergänzt durch ein ELearning-Angebot und kann in der politischen Erwachsenenbildung sowie in Trainings für gerechte politische Kommunikation eingesetzt werden.

Die Friedrich-Ebert-Stiftung bietet bundesweit Trainings für Multiplikator_innen an, die mit der Toolbox „Re:framing Gender“ das Handwerkszeug für geschlechtergerechte Kommunikation erlernen wollen.

Weitere Informationen:

www.fes.de/themenportal-gender-jugend/gender/reframing-gender



Digital Power: Mehr Teilhabe, Inklusion und Gerechtigkeit in der politischen Bildung

von Katrin Matuschek

Ihr wollt mehr Menschen unabhängig von Ort und Zeit mit euren gesellschaftspolitischen Themen erreichen und mit interaktiven Formaten nachhaltig politisches Wissen rund um Demokratie vermitteln? Ihr möchtet mit Menschen einfacher in Austausch kommen, sie politisch beteiligen und euch mit ihnen vernetzen? Oder ihr möchtet zu Engagement motivieren und Menschen empowern, selbst erfolgreich engagiert zu sein?

In Zeiten knapper werdender Ressourcen und globaler Herausforderungen, in denen demokratische Parteien immer weniger Mitglieder verzeichnen, immer mehr Engagement-Strukturen vor Ort weggefallen und Initiativen nicht weiter gefördert werden, bieten inklusive digitale Bildungs-, Austausch- und Vernetzungsangebote sowie digitale Tools die Chance für (gesellschafts)politische Akteur_innen und Bildner_innen in der Fläche und über Grenzen hinweg, Menschen digital zu erreichen, sich mit ihnen auszutauschen und zusammenzuarbeiten.

Mit wenig Aufwand kann große Wirkung erzielt werden: Ihr könnt interessierte Bürger_innen beispielsweise zu euren Online-Veranstaltungen dazuschalten, sie informieren, schulen oder gemeinsam mit ihnen auf digitalen Whiteboards Ideen entwickeln – etwa zum konkreten Angehen von Problemen vor Ort. Alternativ könnt ihr digitale Umfragetools nutzen, um strukturierte Meinungen einzuholen oder euch Feedback und Unterstützung geben zu lassen durch das Teilen von Beiträgen, positive Kommentare, Spenden oder analoges Engagement, zu dem ihr aufruft.

Digitale Werkzeuge ermöglichen auch euren Zielgruppen aufgrund ihrer Orts- und Zeitunabhängigkeit heute mehr denn je und ziemlich unkompliziert, sich zu informieren, politisch zu beteiligen und gesellschaftlich zu engagieren. Digitale Formen des Engagements können schneller und individueller sein: Aufklärung zu Fake-News mit Freund_innen teilen, digital spenden oder eine Online-Petition unterzeichnen und mit einem Klick Andere dazu einladen. Viele Menschen nutzen digitale Werkzeuge zunehmend für Mitbestimmung und finden mit ihren Anliegen Gehör und schneller Gleichgesinnte für Projekte.

Und das Beste ist: Gut gemachte digitale Angebote können die verschiedensten Themen bedienen und bieten mit den vielfältigen digitalen Formaten, den kollaborativen digitalen Werkzeugen und Vernetzungsmöglichkeiten in den sozialen Medien nicht nur etwas für junge Menschen, sondern für alle Altersgruppen.

Gerade die Pandemiejahre haben in uns allen digital kreative Potenziale geweckt, Kompetenzen, digitale Werkzeuge zu nutzen, erweitert und in vielerlei Hinsicht zu einer Selbstverständlichkeit der Nutzung geführt – ob die Omas gegen Rechts, die sich über soziale Medien vernetzen, austauschen und ihre Treffen organisieren, oder die frisch gewählte 45-jährige Kommunalpolitikerin, die sich via Video-Tutorials und über die Selbstlernkurse der KommunalAkademie digital in der FES weiterbildet, wenn ihre Kinder abends im Bett sind, oder der Heizungsmonteur, der auf Change.org eine Petition für die Klimaneutralität seiner Kommune startet und damit neue Themen und Perspektiven in lokale Räume trägt. Digitale Tools machen es möglich, dass Sorgearbeit und Engagement ganz neu gedacht werden können. Digitale oder hybride Sitzungen im Ehrenamt ermöglichen das Einbringen von Themen in Debatten oder Engagement, ohne das Haus zu verlassen oder eine_n Babysitter_in suchen zu müssen.

Next Level Lernen: Neue Wege für digitale Bildung

Die Digitalisierung hat auch die Art, wie wir lernen, stark verändert. Nicht erst seit der Corona-Pandemie spielt sich unser Alltag vermehrt in der digitalen Welt ab. Immer mehr Menschen lernen und informieren sich online über (gesellschafts-)politische Sachverhalte. Vor allem Videos (86 %) und Audios (78 %) liegen laut ARD/ZDF-Medienstudie 2024 ganz vorn in der täglichen Nutzung von Medien. 81,4 % der Nutzenden in Deutschland sind zudem regelmäßig auf Social Media aktiv und verbringen dort täglich im Schnitt eine Stunde und 39 Minuten – so der Digital Report 2024. Und gerade bei jungen Menschen findet ein wichtiger Teil der politischen Sozialisation und Bildung in digitalen Räumen statt. Sie informieren und engagieren sich politisch über Plattformen der sozialen Medien und fast ausschließlich online.

Lernen geschieht heute zudem fast immer mithilfe von Technik – ob wir für die Recherche zu einem Thema eine Suchmaschine nutzen, die KI zu Ideen für ein Veranstaltungskonzept befragen, uns zur Lösung eines Problems ein Erklärvideo anschauen oder beim Podcasthören etwas über Rechtspopulismus und seine Auswirkungen auf die Gesellschaft erfahren.

Laut Ergebnissen der Trendstudie mmb Learning Delphi 2023/2024, in der jährlich Expert_innen zur Entwicklung des digitalen Lernens in der beruflichen Bildung befragt werden – jeweils mit Blick auf die kommenden drei Jahre –, wird Blended Learning (89 %) zukünftig die wichtigste Rolle beim digitalen Lernen spielen, da die Kombination von digitalen selbstbestimmten Lerneinheiten mit synchronen Einheiten online oder in Präsenz nachhaltigeres Lernen ermöglicht, dicht gefolgt von „Video-Tutorials“ (85 %) und „Micro-Learning (Lernen in kleinen Dosen)“ (85 %). 79 % der Befragten sehen eine hohe Relevanz für KI-basierte „Chatbots“. Und auch in der Langzeitperspektive geht der Trend stärker in Richtung von individualisierten Lernformen, dialogischen, assistiven KI-Anwendungen und kurzen, leicht verdaulichen (Selbst-)Lerneinheiten.

In unserer schnelllebigen Zeit stellen Möglichkeiten, sich flexibel in kleinen verdaulichen Dosen digital Wissen anzueignen, sich zu beteiligen und zu vernetzen, eine willkommene Alternative dar. All das sollten wir nutzen, um Menschen zu wichtigen Themen zu informieren, sie zu empowern, Engagement für Demokratie zu organisieren und mit unseren Zielgruppen in Kontakt und Austausch zu treten.

Politische Bildung und Demokratieförderung nachhaltig und flexibel gestalten: Blended Learning macht's möglich

Blended-Learning-Angebote bieten tolle Optionen, Demokratiebildung ganz nach dem Geschmack und im Rhythmus eurer Zielgruppen zu gestalten. Selbstlern-Online-Lektionen zur Wissensvermittlung und die Bearbeitung erster Aufgaben werden mit synchronen Einheiten online oder vor Ort kombiniert, in denen Ergebnisse präsentiert und diskutiert, das Gelernte vertieft, angewendet und Erfahrungen ausgetauscht werden können.

Selbstlerneinheiten bieten euren Zielgruppen die Möglichkeit, selbstgesteuert zu lernen und zu entscheiden, wann und wo sie sich mit den Lerninhalten auseinandersetzen – und das Ganze in ihrer eigenen Geschwindigkeit. Je nach Angebot können sie selbst wählen, welche Themen für sie relevant sind und in welcher Reihenfolge sie sie bearbeiten. Und das Beste ist: Durch den Wechsel zwischen Selbstlerneinheiten und Präsenz- oder Online-Terminen können Lerninhalte fortlaufend wiederholt, kontinuierlich ergänzt und angewendet sowie Wissen

und Kompetenzen durch immer wieder neue Impulse nachhaltig gefestigt werden.

Schöpft die Potenziale des Blended Learnings aus und erhöht die Lernmotivation, indem ihr eure Präsenzangebote dort, wo es Sinn macht, um kontinuierliche digitale Selbstlerneinheiten ergänzt oder ersetzt. Und das Allerbeste: Einmal erstellt, lassen sich die Inhalte leicht und meist kostengünstig anpassen und alle Interessierten können am Angebot teilnehmen, weil es keine Begrenzung gibt. Das spart Kosten und ist zudem nachhaltig.

Nieder mit der digitalen Müdigkeit – In fünf Schritten zu spannenden, interaktiven Online-Angeboten

„Aber“, werdet ihr vielleicht jetzt einwenden, „sind wir nach der Pandemie nicht alle ein bisschen online-müde und ist es nicht langweilig, sich im Eigenstudium Inhalte zu erarbeiten?“ Die gute Nachricht: Gegen Online-Müdigkeit kann man etwas tun! In fünf Schritten erfahrt ihr nun, wie ihr eure digitalen Angebote spannend für eure Zielgruppen gestalten könnt und digitale Müdigkeit der Vergangenheit angehört.

Schritt 1

Legt ein spannendes, für die Zielgruppe relevantes Thema fest und brecht die Inhalte entsprechend herunter.

1

Nichts ist abtörnender als ein Thema und Inhalte, die deine Zielgruppe überhaupt nicht interessieren und von denen sie, weil sie zu umfangreich sind, überrollt werden. Beachtet deshalb die Relevanz des Themas für eure Zielgruppen und brecht eure komplexen Inhalte gut herunter. Folgende Fragen helfen euch dabei, das Wesentliche zu fokussieren:

- Was ist spannend am Thema für eure Zielgruppe?
- Welchen Nutzen hat die Zielgruppe von eurem Angebot?
- Welche Kompetenzen sollen eurer Zielgruppe vermittelt werden? Was sollen sie am Ende können? Geht es um den reinen Wissenserwerb, sollen sie das Wissen auch anwenden können oder daraus neue Ideen generieren?
- Welches Vorwissen und wie viel Zeit bringt eure Zielgruppe mit?

Leitet daraus ab, auf welche Aspekte des Themas und welche Inhalte ihr fokussiert. Denkt dabei immer daran: Online ist die Aufmerksamkeitsspanne geringer und weniger oft mehr.

2

Schritt 2

Wählt das geeignete digitale Format aus.

Überlegt genau, welches digitale Format sich für eure Zielgruppe eignet und wie ihr sie am besten erreichen könnt. Ist es eine **interaktive Infografik** (S. 150), in der Inhalte spielerisch entdeckt werden können? Ist es ein Video, in dem politische Sachverhalte kurz und nett aufgemacht erklärt werden? Ist es ein Podcast, der Studienergebnisse kurz und verständlich für die Öffentlichkeit aufbereitet und mit Beispielen unterlegt? Oder kombiniert ihr diese Inhalte in einem Online-Selbstlernkurs oder einem Blended-Learning-Angebot?

3

Schritt 3

Strukturiert die Inhalte nun zu sinnvollen Lerneinheiten und gestaltet kleine Lernhäppchen pro Lerneinheit.

Jede_r weiß es: Zeit ist ein rares Gut! Und das gilt auch für das Lernen. Micro-Learning bietet hier die Lösung und ermöglicht die Vermittlung von Wissen in kleinen, leicht verdaulichen Lerneinheiten. Strukturiert eure digitalen Lerninhalte deshalb sinnvoll, damit sich eure Nutzenden gut zurechtfinden. Fügt die passenden Lerninhalte in unterschiedliche Lerneinheiten (Kapitel), die jeweils eine klare Hauptbotschaft/ein Hauptziel haben und auf die Vermittlung bestimmter Kompetenzen fokussieren. Die Lerneinheiten entsprechen dann einem Programmpunkt einer Online-Veranstaltung, einem Kapitel eines Selbstlernkurses oder einer Szene in einem Video. Vermittelt innerhalb der Lerneinheiten das Wissen und die Kompetenzen in kleinen, appetitlichen und leicht verdaulichen Lern-Häppchen (Chunks), die Lust auf mehr machen. Fasst dabei die Informationen möglichst kurz und prägnant zusammen und bereitet sie ansprechend sowie multimedial mit Texten, Bildern, Gips, Grafiken, Videos, Audios, in Selbstlernangeboten und auch H5P-Elementen angemessen auf.

4

Schritt 4

Wählt Interaktionen aus, mit denen ihr eure Teilnehmenden beteiligen und aktiv werden lassen könnt. Achtet dabei auf den richtigen Methodenmix.

Eines ist klar: Bei Online-Angeboten kommt es darauf an, die Aufmerksamkeit und Konzentration durch aktives Einbeziehen der Nutzenden aufrechtzuerhalten. Deshalb sollten eure Online-Angebote – wo möglich – interaktiv und beteiligungsorientiert gestaltet sein. Überlegt euch bei der Konzeption genau, welche (Inter-)Aktionen ihr im Sinne eurer Ziele für den Erfolg eures digitalen Angebotes sinnvoll einbauen könnt, und achtet auf einen guten Methodenmix. Lasst die Teilnehmenden bspw. **Informationen selbst erkunden**, z.B. durch Klicken und Drehen von Elementen oder durch die freie Auswahl, welche Themen sie zuerst bearbeiten wollen. Nutzt den Chat, die Foren, die Kommentarfunktion oder digitale Whiteboards für das **Sammeln von**

Ideen, Fragen und Kommentaren. Führt **kleine Meinungs- und Wissensumfragen sowie Ratespiele zum Thema** durch, z. B. über ein Umfrage- oder Quiztool. Kleine **Übungen** regen die Nutzenden zum Nachdenken an, z. B. mit einer kurzen Selbstreflexion zu einer Fragestellung. Erhöht die Lernmotivation, indem ihr Nutzende **an eigenen Themen und Konzepten arbeiten** lässt. Und ermöglicht in Online-Veranstaltungen, Selbstlern- oder Blended-Learning-Angeboten auch **Kennenlernen, Vernetzung und Austausch** zu Inhalten, Fragen und zur Ideensammlung in Gruppenarbeitsräumen oder Foren.

Schritt 5

Belohnt eure Teilnehmenden für erworbenes Wissen und erfolgreiche Interaktionen.

5

Motivation ist alles – insbesondere bei Online-Angeboten. Gebt euren Nutzenden deshalb wo es möglich ist – positives Feedback für gelungene Übungen oder erfolgreich abgeschlossene Lerneinheiten. Der Einsatz von **Avatar_innen** (ab S. 144), Checklisten zum Download oder Zertifikaten für absolvierte Online-Kurse wirkt positiv auf die Motivation.

Digitaler Wandel: Herausforderungen meistern & Chancen für Teilhabe und Bildung nutzen

Digitale Werkzeuge bieten die Chance, Lernen, Teilhabe und Beteiligung niedrigschwelliger, inklusiver und flexibler zu gestalten und unsere wichtigen politischen Bildungsinhalte mehr Menschen zugänglich zu machen. Sie sorgen so für eine höhere Bildungsgerechtigkeit und ermöglichen es, mit Menschen über Grenzen hinweg zusammenzukommen, sich auszutauschen, zu engagieren und gemeinsam Lösungen für dringende gesellschaftliche Probleme zu entwickeln. Gut gemachte digitale politische Bildungs-, Informations- und Diskussionsangebote fördern zudem die Orientierung und Urteilsfähigkeit der Menschen, sensibilisieren für eine demokratische, vielfältige Gesellschaft und beteiligen Menschen an ihrer Gestaltung – das Ganze ohne großen Aufwand und mit wenigen Mitteln.

Digitale Werkzeuge bieten die Chance, Lernen, Teilhabe und Beteiligung niedrigschwelliger, inklusiver und flexibler zu gestalten und unsere wichtigen politischen Bildungsinhalte mehr Menschen zugänglich zu machen.

Die Chancen auf digitale Information und Partizipation sind jedoch ungleich verteilt, was den Zugang zu Technik, Internet und Medienkompetenzen angeht. Politische Bildung kann und sollte hier einen Beitrag leisten, die Möglichkeiten digitaler Bildung sowie Beteiligung aufzeigen und Menschen für einen kompetenten Umgang mit digitalen Medien qualifizieren – mit dem Ziel, Fake-News zu erkennen, auf Hate-Speech und Radikalisierung

rungen im Netz angemessen zu reagieren und mündig und aufgeklärt am digitalen (politischen) Prozess teilnehmen zu können.

Hinweise

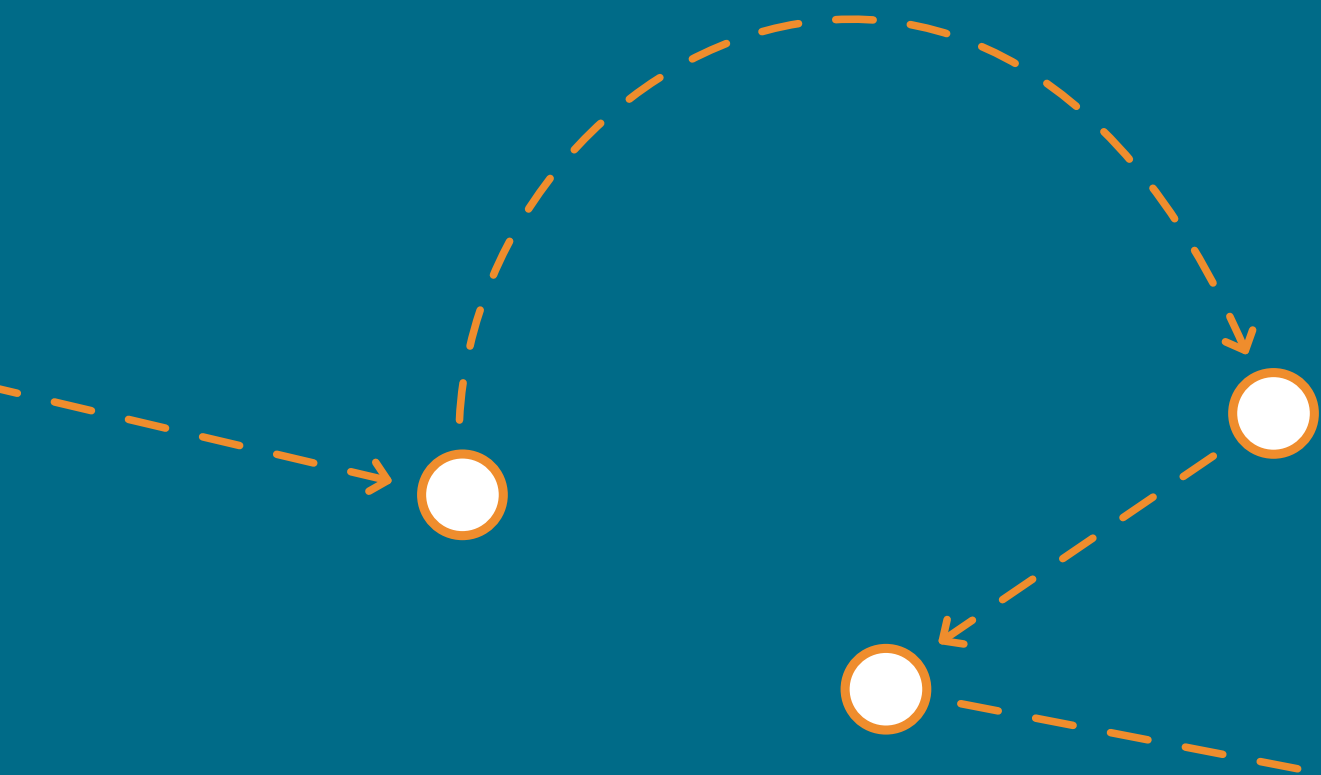
Lasst euch auf der Seite „**Digitales Lernen**“ von den vielfältigen digitalen Angeboten und Projekten der Friedrich- Ebert-Stiftung inspirieren und erfahrt im Blog mehr zu digitaler Didaktik und wie ihr digitale Formate erfolgreich in eurer Bildungsarbeit einsetzen könnt.

www.fes.de/digitales-lernen

Gestaltet eure digitalen Bildungsangebote inklusiv und barrierefrei. Unsere interaktive **Infografik zu digitaler Barrierefreiheit** zeigt euch wie's geht:

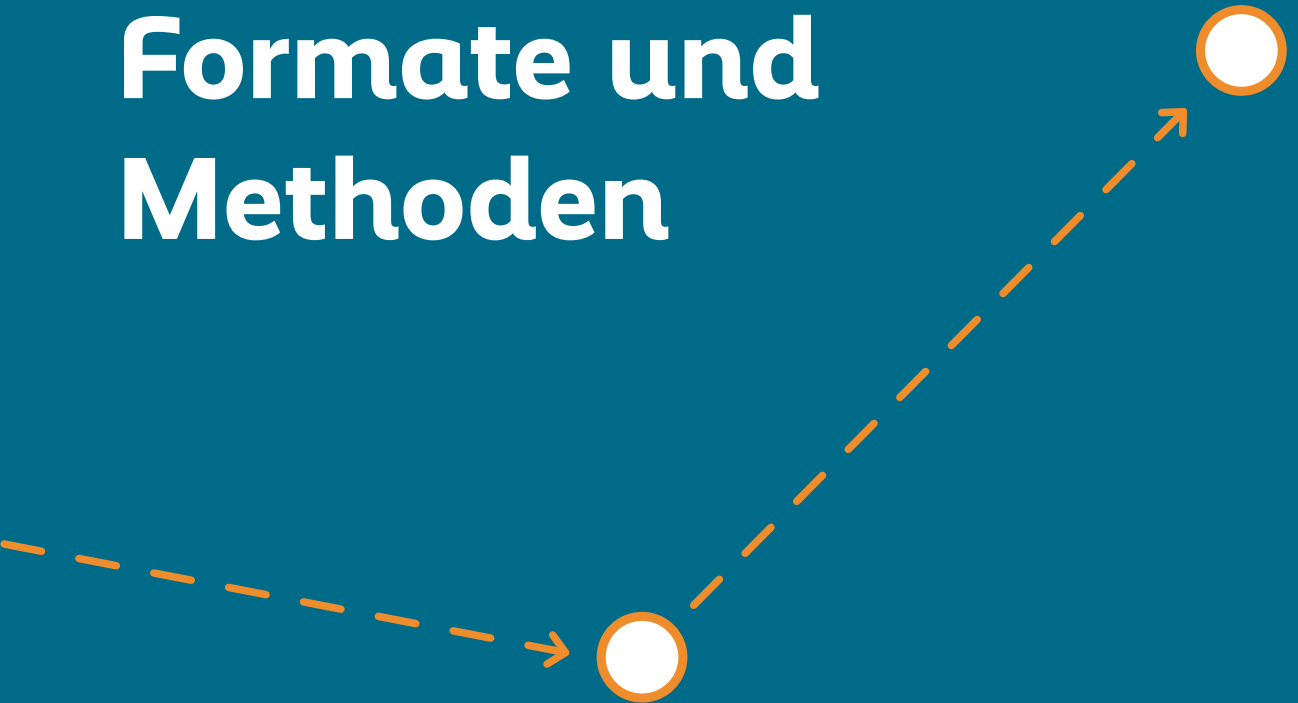
www.fes.de/digitales-lernen/infografiken/digitale-barrierefreiheit





Methodensammlung

Beteiligungs- orientierte Formate und Methoden

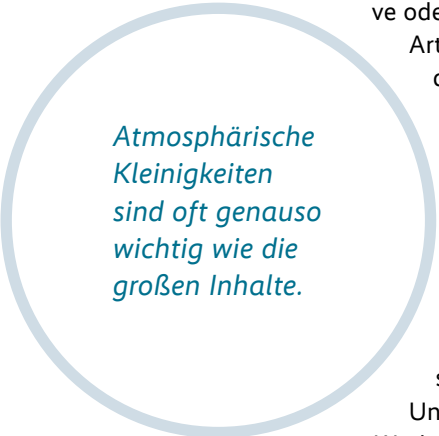


Von der Idee zur Umsetzung: Inspirierende Formate für mehr Beteiligung

von Yvonne Lehmann

Das Zeitbudget der Menschen ist begrenzt und viele Akteure buhlen um ihre Aufmerksamkeit und Teilhabe. Damit steht die politische Bildung in Konkurrenz zu Sportveranstaltungen, Jobs, medialen Angeboten, Events, Familie, Care-Arbeit oder schlichtweg dem Alltag der Menschen. Die wenige Zeit soll möglichst sinnstiftend, aber auch unterhaltsam verbracht werden. Das sind hohe Anforderungen auch an politische Bildner_innen.

Die Konzeption und Durchführung von Veranstaltungen wie Diskussionsrunden, Workshops, Planungsrunden oder Tagungen sind längst nicht mehr nur Profis, Spezialist_innen oder Institutionen vorbehalten. Vielmehr werden heute immer mehr Menschen von sich aus aktiv, planen und führen Veranstaltungen durch, z. B. im Rahmen ihres ehrenamtlichen Engagements im Verein, in einer Bürgerinitiative oder Partei. Das Ziel politischer Bildung ist auch eine Art Kund_innenbindung in Bezug auf Engagement, das man langfristig fördern möchte, denn wie schon Friedrich Ebert sagte: „Demokratie braucht Demokrat_innen“.



*Atmosphärische
Kleinigkeiten
sind oft genauso
wichtig wie die
großen Inhalte.*

Kurzum, wer Veranstaltungen organisiert und konzipiert, sollte sich dringend ein paar Gedanken machen, damit die Teilnehmenden nicht frustriert nach Hause gehen und möglichst bald wiederkommen. Atmosphärische Kleinigkeiten sind oft genauso wichtig wie die großen Inhalte. Und wer kennt das nicht? Programmpunkte, die als Workshop angekündigt und am Ende die ewig gleichen Podiumsdiskussionen sind. Diese beginnen gern mit einer

langatmigen Begrüßungsrede. Es folgt der 30-minütige Fachvortrag, der natürlich viel länger geht als abgesprochen. Die fünf Expert_innen auf dem Podium schließen ihre Statements mehr oder weniger gut vorbereitet an und oft entsteht das Gefühl, es sind immer die gleichen Personen, die zu Wort kommen. Echte inhaltliche Reibung gibt es kaum, weil angeblich Streit nicht gern gesehen wird. Für ein paar Fragen aus dem Publikum ist noch Zeit. Es melden sich auch hier die üblichen Personen. Alles schon gehört, alles schon einmal gesehen. Keine neuen Impulse oder Ideen. Schaut man sich im Saal um, dann entdeckt man selten neue Gesichter. Das Stammpublikum ist treu, aber neue Zielgruppen (wie z. B. Jugendliche, (junge) Frauen oder die arbeitende Mitte) sind oft unterrepräsentiert. Aber ist es nicht gerade die Mischung von unterschiedlichen Perspektiven und Erfahrungen, die eine Debatte belebt und voranbringt?

Die Darstellung mag überspitzt sein – doch in der Veranstaltungsplanung geht es vor allem darum, die für die Menschen relevanten Themen zu erkennen und Teilnehmenden vor, während und nach der Veranstaltung Raum für Beteiligung, Mitsprache und Mitgestaltung zu geben. Ort und Setting der Veranstaltung sollten attraktiv sein, so dass Teilnehmende an den Veranstaltenden gebunden werden, gern wiederkommen und anderen davon positiv berichten. Ziel ist es, der „Place to be“ zu sein – der Ort, an dem sich die bestimmenden Akteur_innen treffen, die entscheidenden Themen diskutieren und zukunftsweisende Impulse gesetzt werden.

Dabei sind sowohl die Interessen der Teilnehmenden, der Referent_innen, aber auch die des/der Veranstalter_in zu berücksichtigen.

Beachtet man nun noch potenzielle Ziele einer Veranstaltung, die Ressource Zeit, ist kreativ bei der Auswahl des Veranstaltungsortes und setzt bei der Umsetzung auf beteiligungsorientierte Formate, dann sind die Chancen sehr groß, dass man sich ein neues Image erarbeitet und auch neue Zielgruppen erreicht. So entsteht eine neue Diskussionskultur, die Personen können sich mit den Ergebnissen identifizieren und Projekte auch im Nachgang weiter unterstützen und Verantwortung übernehmen.

In der folgenden Formatsammlung wollen wir genau diese Inspiration geben: Veranstaltungen neu denken und einfach mal anderes machen. Einige Formate sind vielleicht vertraut, andere überraschen mit neuen Ideen und wollen in jedem Fall Lust auf beteiligungsorientierte Formate machen. Manchmal sind es kleine Snippets oder manchmal ist es das große Dialog-, Streit oder Mitmachformat – den Unterschied macht es allemal.



Adios Podiumsdiskussion! Geht nicht? Dann aber: Pimp my Podiumsdiskussion!

von Yvonne Lehmann

Wer sich in einer Planungsrunde kritisch gegenüber der Podiumsdiskussion äußert, riskiert schnell schiefe Blicke. Schließlich gehört sie zum Standardrepertoire der politischen Bildung. Aber mal ganz ehrlich: Wer erinnert sich an eine Podiumsdiskussion, die einen so richtig vom Hocker gerissen hat? Die potenziellen Kritikpunkte sind schnell zusammengefasst. Klassische Podiumsdiskussionen wirken oft eher statisch und weniger spannend, was dazu führt, dass das Publikum das Interesse verliert. Ein Grund sind häufig viel zu große Podien. Drei Gäste plus Moderation sind schnell zu viel, um allen wirklich Raum zu geben, ausreichend zu Wort zu kommen. Eine richtige Diskussion findet auch nicht statt, weil es leicht zu unübersichtlich wird. Ein klassisches Q & A zwischen Moderation und Gästen ist dann die Folge. Es wird außerdem rasch langweilig, wenn man die Podiumsgäste aus der gleichen Bubble einlädt, weil Veranstalter lieber auf Nummer sicher gehen und inhaltliche Kontroversen vermeiden wollen. Der größte Kritikpunkt richtet sich aber auf die fehlende Beteiligung. In einer klassischen Podiumsdiskussion wird den Teilnehmenden oft nur die passive Zuschauendenrolle zugewiesen.

Es folgen einige Ideen, wie sich die Podiumsdiskussion beteiligungsorientierter und spannender gestalten lässt – ohne sie so ganz aufgeben zu müssen. Manchmal reicht es auch, das Drumherum etwas aufzupeppen.



Mehr Beteiligung wagen!

1. Teilnehmende im Vorfeld der Veranstaltung beteiligen:

Nicht vergessen, dass gesammelte Fragen unbedingt in die Diskussionsrunde integriert werden müssen, sonst ist das eine klassische Scheinbeteiligung.

- a. Digitale Abfrage per E-Mail oder Befragungstool zu Themen, Fragen und Anliegen, die auf der Veranstaltung diskutiert werden sollten. Ein_e Anwält_in der Teilnehmenden trägt die Fragen geclustert in die Veranstaltung.

2. Teilnehmende direkt vor der Veranstaltung beteiligen:

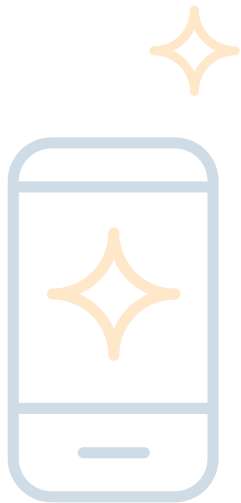
- a. Eine zentrale Frage zu den Erwartungen oder Fragen an eine (Pinn-)Wand schreiben. Die Teilnehmenden können bei der Ankunft ihre Kommentare mit Post-its oder Karten darunterkleben oder einfach in eine Box werfen. Die Fragen werden dann von dem/der Anwält_in der Teilnehmenden in die Veranstaltung integriert.
- b. Digitale Abfrage von Themen, die während der Veranstaltung live auf einer Social Wall (z. B. Tweedback) sichtbar werden.

3. Teilnehmende zu Beginn der Veranstaltung beteiligen:

- a. Um einen Überblick über die Expertise im Raum zu bekommen, lohnt die „Aufstehabfrage“. Hinsichtlich Alter, Herkunft, Profession oder Haltungen kann man durch Aufstehen der Teilnehmenden interessante Aspekte sichtbar machen und für Gesprächsanlässe in der Pause sorgen.
- b. Murmelgruppen werden mit dem/der Sitznachbar_in rechts oder links gebildet. Eine Frage oder These in Bezug auf das Thema des Abends wird zur Diskussion gestellt. Es entsteht augenblicklich eine tolle kommunikative Atmosphäre im Saal, die oft den ganzen Abend trägt. Zustimmung oder Ablehnung kann im Anschluss auch noch einmal durch Aufstehen sichtbar gemacht werden.

4. Teilnehmende während der Veranstaltung beteiligen:

- a. Der aus dem Fishbowl-Format bekannte „freie Stuhl“ wird einfach teilweise für eine Podiumsdiskussion übernommen. Ein freier Stuhl ergänzt das Podium und ermöglicht Menschen aus dem Publikum, Fragen oder Anmerkungen





gleichberechtigt aus dem Podium zu teilen. Der Platz wird immer wieder für neue Teilnehmende freigemacht.

- b. Durch Abstimmungskärtchen (grün für ja/rot für nein) auf den Plätzen kann während der Diskussion ein Stimmungsbild des Publikums eingeholt werden. Zustimmung zu Thesen oder die Überzeugungskraft von Argumenten kann so angefragt werden.
- c. Das Saalmikrofon ist sicher allen bekannt. Eine etwas witzigere Variante ist eine Art Wurfmikrofon. Das wird wie ein Ball zur nächsten Wortmeldung weitergeworfen. Diese Catch Boxes sind in jedem Fall ein Stimmungsbooster. TIPP: bei Nutzung eines Saalmikrofons möglichst darauf achten, dass es nicht von einzelnen Publikumsgästen okupiert wird. Am besten funktioniert das, indem das Mikrofon den Sprechenden angereicht wird (nicht aus der Hand geben), das ermutigt zur Selbstdisziplin bei Redebeiträgen.

Gutes Setting schafft gute Atmosphäre!

1. Auf keinen Fall an Namensschildern (ggf. mit Institution) sparen – egal ob mit Edding selbst geschrieben oder als Ansteckschild. So lässt sich ganz leicht ins Gespräch kommen und auch netzwerken. Ein Namensschild kann mit bunten Markierungen ohne großen Aufwand um Kategorien ergänzt werden: Vernetzungswunsch, Expertise oder Sponsoringsuche. So lassen sich auf einen Blick Gemeinsamkeiten feststellen und man kann ins Gespräch kommen.
2. Spielt Hintergrundmusik im Saal bei der Ankunft, in den Pausen und beim Get-together im Anschluss. Mit Musik ist alles chilliger.
3. Stellt Stehtische vor den Saal, an denen sich Menschen begegnen können, um Vernetzung zu ermöglichen. Eine Kaffeepause an Stehtischen war übrigens der Impulsgeber für die Open-Space-Methode.
4. Statt Kino- oder Theaterbestuhlung lieber auf Kaffeehausbestuhlung setzen. Die kleineren Tischinseln mit 4 – 6 Plätzen ermöglichen Kommunikation und füllen jeden Saal ganz vorteilhaft. Es lohnt sich, mit verschiedenen Bestuhlungsarten (Fischgräten-Form, E-Shape etc.) zu experimentieren.

5. Eine Slide Show mit Fotos, Zitaten, Thesen etc. die bei der Ankunft durchläuft, stimmt auf die Veranstaltung ein und schafft Gesprächsanlässe.
6. Eine thematisch passende Ausstellung organisieren und im Rahmen der Veranstaltung zeigen. Checkt bei Kooperationspartner_innen, was verfügbar ist. Viele Ausstellungen basieren mittlerweile auf Roll-up-Basis und sind leicht zu transportieren.
7. Graphic Recording dokumentiert digital oder analog visuell die Informationen der Veranstaltung. Die Tafeln können bei einer Folgeveranstaltung als Intro eingesetzt werden oder aber es werden kleine Bilder gezeichnet, die als besonderes Geschenk (statt Blumen oder Wein) an die Podiumsgäste oder Teilnehmenden ausgegeben werden. Es gibt mittlerweile viele professionelle Graphic Recorder.
8. Last but not least ein Lieblingsformat als Tipp: Wer langweilige Abschlusspräsentationen nicht mag, versucht es mal mit einer „Slam-Poetischen Reflexion“. Poetry Slammer cruisen den ganzen Tag durch die Veranstaltung und saugen Stimmungen sowie Themen auf. Am Ende entsteht eine ganz eigene und wunderbare Dokumentation des Tages. Tipp: unbedingt aufzeichnen und hinterher für die Dokumentation verwenden.

Wie immer gilt: Manchmal sind es die kleinen Dinge, die eine Veranstaltung oder den Abend besonders machen. Hilfreich ist der Perspektivwechsel. Was brauchen Teilnehmende, um sich zu beteiligen oder zu vernetzen? Was macht eine gute Stimmung und Atmosphäre? Dabei ist es nicht wichtig, ob streng nach den Vorgaben eines Methodenlehrbuchs vorgegangen wird. Abweichungen, Anpassungen und Improvisationen sind kein Problem, solange diese gut für die Veranstaltung und die Erreichung der Ziele sind. Methoden können beliebig kombiniert und neu zusammengestellt werden. Nur Mut auf dem Weg zu guten, beteiligungsorientierten Veranstaltungsformaten jenseits der klassischen Podiumsdiskussionen!



Checkliste für Veranstaltungsmacher_innen



Bevor die Planung so richtig durchstartet, sollten folgende Fragen unbedingt ge-CHECKt werden. Je nach Zielsetzung der Veranstaltung, Zielgruppe, Zeitbudget und Finanzbudget müssen u. a. das Format, der Ort und die Moderation passend ausgewählt werden. Ganz viele Methoden und Formatinspirationen folgen im Methodenteil – vorher aber ein kleines Planungs-WARMING-up mit zentralen Fragen zur Veranstaltungsplanung.

Was ist das Ziel der Veranstaltung? Was genau soll erreicht werden?	→ Für jedes Ziel gibt es passende Formate: Sensibilisieren für Themen, Informieren, Projekte entwickeln, Vernetzung	
Wer ist die Zielgruppe der Veranstaltung?	→ Welches Vorwissen und welche Erwartungen bringen sie mit? → Kennen sich die Teilnehmenden schon? → Welches Zeitbudget steht zur Verfügung? Sind Konflikte zwischen teilnehmenden Gruppen zu erwarten?	
Good to know!	→ Welche Infos brauchen die Teilnehmenden im Vorfeld? Gibt es Studien, Texte oder Protokolle, die vorher alle lesen sollten? → Kennen alle den organisatorischen Rahmen: Zeiten, Verpflegung und Charakter der Veranstaltung?	
Wie viel Zeit braucht es?	→ Sind Terminkollisionen mit Ferien/Fußball-WM & Co. ausgeschlossen? → Passen Zeitbudgets der Teilnehmenden zum zeitlichen Ablauf des Formats?	

Wo findet die Veranstaltung statt?	→ Passt der Ort zum Thema? → Sind genügend Platz für beteiligungsorientierte Formate und die notwendige technische Ausstattung vorhanden? → Lädt der Ort zum Verweilen und Netzwerken ein? → Ist der Ort vielleicht sogar ein bisschen cool – ein place to be?	
Was ist eine gute Moderation?	→ Passt die Moderation zur Zielgruppe? → Ist die Moderation fit im Anleiten des Formates? → Kennt sich die Person thematisch gut aus?	
Aktive Teilnahmen vs. passive Berieselung?	→ Wie können Teilnehmende aktiv beteiligt und ihre Expertise integriert werden? Welche Formate/ Methoden sind beteiligungsorientiert? → Welche digitalen Tools können dafür genutzt werden? Wer hat die Fähigkeiten, diese Tools anzuleiten und zu bedienen?	
Wie wollen wir miteinander umgehen?	→ Soll das „Seminar-Du“ gelten? Wird sich gesiezt? → Wird gegendert und das auch einmal „offiziell“ eingeführt? → Gibt es ein „Awareness-Team“, an das sich Teilnehmende wenden können? → Sind Redner_innenlisten quotiert?	
Wie wäre es mit einem unterhaltsamen Rahmen?	→ Soll Musik im Umfeld der Veranstaltung gespielt oder ein Filmausschnitt gezeigt werden? → Sind die Anmeldung und Kosten für GEMA einkalkuliert? Müssen Rechte abgeklärt werden?	
Ohne Kommunikation geht nix!	→ Ist die Kommunikation ausreichend in die Planung eingepreist? Im Vorfeld, um Teilnehmende zu gewinnen? Ist die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit eingeplant, um die Botschaften zu verbreiten? → Gibt es eine Dokumentation, die auch Menschen erreicht, die nicht teilgenommen haben? → Habe ich für all meine Kanäle gute Inhalte? → Sind die Akteure gut informiert, um inhaltlich gut abzuliefern?	
Datenschutz ist nicht nur ein Recht, sondern auch eine Verpflichtung!	→ Ist geklärt, ob und wie Aufnahmen gemacht und verwendet werden dürfen, um mögliche Rechtsverletzungen zu vermeiden?	
Man lernt nie aus!	→ Eine gute Evaluation ist Pflicht, um Motivation und Ideen gleichermaßen zu tanken ... für die nächste Runde!	





Methodensammlung

Aufsuchende Methoden

„Nah bei de Leut“ – das bringt die aufsuchende politische Bildung auf den Punkt. Politische Inhalte werden aktiv zu den Menschen gebracht, anstatt sie nur in klassischen Bildungseinrichtungen zu vermitteln. Selbst die Themenauswahl wird in die Hände der Menschen vor Ort gelegt. Dabei gehen Bildnerinnen und Bildner direkt auf Zielgruppen zu, beispielsweise in sozialen Einrichtungen, auf Straßen, in ländlichen Gebieten, bei Festivals oder in Gemeinschaftszentren. Oft geht es um Menschen, die bisher wenig Zugang zu politischer Bildung oder Partizipation haben, wie etwa Jugendliche aus sozial benachteiligten Verhältnissen, Menschen mit Migrationsbiographie oder ältere Menschen.

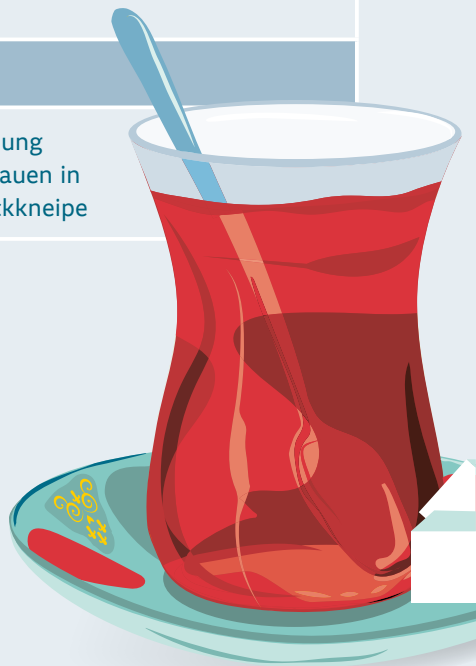
Durch Gespräche, Workshops oder interaktive Aktionen vor Ort werden komplexe Themen verständlich gemacht und Barrieren abgebaut. Dieser Ansatz ist besonders wirksam, weil er den direkten Kontakt schafft, Vertrauen aufbaut und Menschen dort abholt, wo sie stehen. So eröffnet aufsuchende politische Bildung neue Wege, um gesellschaftliche und politische Teilhabe auch für weniger gut erreichbare Zielgruppen zu fördern.

Idee

- In Köln und Umgebung leben sehr viele türkeistämmige Menschen, zu denen die Friedrich-Ebert-Stiftung kaum Zugang hat. Die Kahvehane-Gespräche sind ein niedrigschwelliges Format, das bewusst in die türkischen Cafés – die Kahvehanes – geht, um dort insbesondere mit türkeistämmigen Männern ins Gespräch zu kommen. Ziel ist es, die Männer in einer Umgebung zu erreichen, die ihnen vertraut und ein wichtiger Teil ihres Alltags und ihrer Community ist.
- Am Anfang der Kahvehane-Gespräche steht keine Agenda, sondern es geht um den Aufbau gegenseitigen Vertrauens, um das Gesehen- und Gehörtwerden und im zweiten Schritt um den Austausch zu Themen, die für die Männer relevant sind. Dabei bestimmen sie selbst die Themen der Treffen. Im nächsten Schritt werden Expert_innen eingeladen, die die Teilnehmer über für sie relevante Themen in türkischer Sprache informieren.
- Der Vorteil an dieser Methode ist, dass sie sich auf andere Zielgruppen und andere Orte übertragen lässt: Ob in einer Eckkneipe, einer Weinstube oder einem Spätverkauf, man begegnet Menschen dort, wo sie sich gerne aufhalten, wo sie für einen Moment befreit sind vom Stress des Alltags und sich gerne auf Gespräche einlassen.

Zielgruppe

- türkeistämmige Männer in Köln und Umgebung
- auf andere Zielgruppen übertragbar: z. B. Frauen in einem Frauencafé, Stammpublikum einer Eckkneipe



Rahmen

- Dieses Format benötigt Zeit und Geduld. Bei den Kahvehane-Gesprächen lagen zwischen dem Erstkontakt mit der Zielgruppe und der ersten thematischen Veranstaltung fünf Monate. Bis zur ersten Veranstaltung haben wir zweimal im Monat die Kahvehane besucht, um in Gesprächen mit den Männern Vertrauen aufzubauen und eine Bindung herzustellen.
- In den ersten Gesprächen erreichten wir fünf bis zehn Personen. Bei späteren Veranstaltungen kamen dann 20 bis 40 Teilnehmer.
- Unterstützung durch Expert_innen bzw. Fachreferent_innen benötigten wir erst bei den Veranstaltungen. Während der Gespräche zu Beginn des Formats kann man allein oder in Begleitung einer Person sein, die selbst zur Zielgruppe gehört oder diese gut kennt bzw. deren Sprache spricht.
- Arbeitsmaterialien braucht man grundsätzlich keine.

Ablauf

- Diese Methode lässt sich in drei Phasen einteilen: In der ersten Phase geht es um die Herstellung eines Kontakts. Es empfiehlt sich, zuerst mit den Inhabern des Cafés zu sprechen und deren Erlaubnis einzuholen, um ggf. von diesen in die Zielgruppe eingeführt zu werden. In der zweiten Phase geht es um den Aufbau von Vertrauen. Hier sind zwanglose Gespräche das Mittel, um die Menschen kennenzulernen und um zu erfahren, was ihnen wichtig ist. In der dritten und letzten Phase sind dann Veranstaltungen möglich, in denen Themen und Fragen aus der Zielgruppe aufgegriffen werden. Je nach Bedarf ist hier der Einsatz fachkundiger Personen möglich.

Besonderheiten

- Diese Methode lebt vor allem vom Zuhören und vom Austausch. Im Fall der Kahvehane-Gespräche war es wichtig und hilfreich, dass die Methode in der Sprache der Zielgruppe, nämlich auf Türkisch, durchgeführt wurde.
- Außerdem hilft es, Zeit mitzubringen und den Menschen zuzuhören, auch wenn es sich um vermeintlich unpolitische Themen handelt.
- Erfolgversprechend ist außerdem die Verlässlichkeit. Am besten ist es, einen langen Zeitrahmen einzuplanen und regelmäßig das Café oder das Lokal zu besuchen.

Mehr dazu

- npb.schlichtes.de/projekt/kahvehane-gespraech

Bürger_innen- Theater

Idee

- Das Bürger_innentheater nutzt theatrale Mittel, um ein im Vorfeld von der Gruppe selbst gewähltes gesellschaftliches und politisches Thema körperlich erfahrbar zu machen. Die Teilnehmenden schlüpfen dabei nicht in Rollen im klassischen Sinne, sondern spielen Haltungen, Konflikte oder Situationen nach, die sich an eigenen Erlebnissen und Deutungen orientieren. Es handelt sich um einen selbstreflexiven Spielprozess, bei dem Szenen mehrfach gespielt und gemeinsam ausgewertet werden. Dabei bringt zuerst das „Publikum“, also die anderen Teilnehmenden im Raum, seine Beobachtungen ein und reflektiert, was es gesehen und verstanden hat. Danach teilen die Spielenden ihre Perspektive. Mit dem Bürger_innentheater entwickelt sich so ein gemeinsamer Denkraum: Szenen werden verändert, gespielt und immer wieder hinterfragt. Dabei steht nicht die ästhetische Darstellung im Vordergrund, sondern das gemeinsame Nachdenken und Verhandeln der Teilnehmenden.

Zielgruppe

- Heterogenes Publikum – besonders geeignet für vielfältige Gruppen ohne gemeinsame Sprache oder Diskussionsroutine, durch körperlichen Zugang werden Verständigung und Teilhabe ermöglicht und gefördert.
- Bürger_innen, die gemeinsam ein gesellschaftliches Thema auf kreative, persönliche und dialogische Weise bearbeiten wollen.

Rahmen

- Gruppengröße: 10 – 20 Personen
- Regelmäßige Treffen über mehrere Wochen/Monate (min. 10 Termine)
- Abschlussformat flexibel: offene Probe, Werkschau oder (informelle) szenische Präsentation

Ablauf

1. **Themenfindung und Konzeption:** Dies geschieht gemeinsam mit den Teilnehmenden in Gesprächen, Diskussionen oder Workshops, um die Interessen und Erfahrungen der Teilnehmenden einzubeziehen.
2. **Ensemblebildung und Proben:** Unter professioneller Anleitung werden dann die Szenen erarbeitet, Texte geschrieben, Rollen verteilt und geprobt.
3. **Erste Aufführungen**
4. **Dialog und Reflexion:** Nach den Aufführungen gibt es oft die Möglichkeit, mit dem Publikum ins Gespräch zu kommen und über das Stück und die behandelten Themen zu diskutieren.

Besonderheiten

- Im Bürger_innentheater wird mit dem Körper gedacht: Emotion, Bewegung und Reflexion greifen ineinander. Politische Themen werden so auf vielfältige Weise erfahrbar – unabhängig davon, wie jemand sich ausdrückt.

Mehr dazu

- Bürgertheater-Reportage
www.fes.de/lnk/5mo



Pop-Up-Lounge /

Pop-Up-Store

Idee

- Eine Pop-up-Lounge ist ein vorübergehender eher zwangloser Veranstaltungsort, der als Treffpunkt zum Netzwerken, für Gespräche, Konzerte, Lesungen bis hin zu Workshops dienen kann. „Pop-up“ heißt plötzliches Auftauchen. Aufgrund der zeitlichen Befristung und des ungewöhnlichen Standorts kann man besondere Aufmerksamkeit für seine Marke, Produkte oder Themen auf sich ziehen. Die Idee ist, dass man die gewohnten Räumlichkeiten verlässt und sich zu den Menschen begibt, die einen noch nicht so gut kennen. Hier passt das Zitat von Kurt Beck: „Nah bei de Leut“.

Zielgruppe

- Durch zielgruppenspezifische Angebote der Pop-up-Lounge lassen sich unterschiedliche Altersgruppen ansprechen. Die Angebote können im Laufe des Tages wechseln. Die Gruppengröße kann variieren: von persönlichen 1:1-Gesprächen bis hin zu einem großen Publikum bei Talk- oder Kulturangeboten.

Rahmen

- Als Pop-up-Lounge können ungewöhnliche Orte dienen: leerstehende Geschäfte, eine Jurte auf dem Markplatz bis hin zu einem umgebauten Überseecontainer, der sich von Ort zu Ort transportieren lässt. Dann handelt es sich um eine Pop-up-Lounge auf Tour.



Ablauf

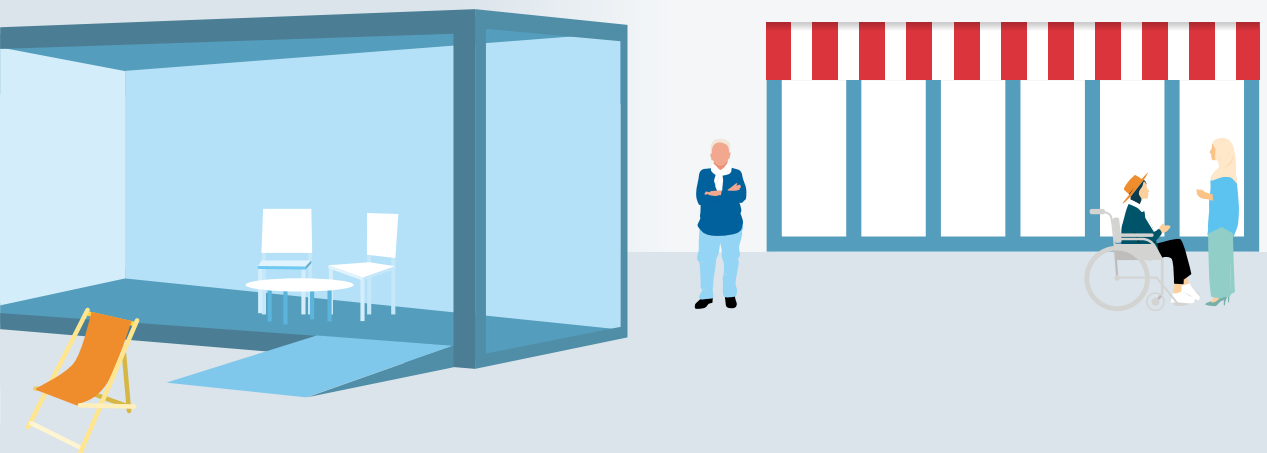
- Eine gute Bewerbung im Vorfeld ist unbedingt nötig, um die kurze Zeitspanne so effektiv wie möglich zu nutzen. Damit die Pop-up-Lounge gut besucht wird, ist ein abwechslungsreiches und vielfältiges Programm erforderlich. Für Jugendliche bietet sich eine Themen-Rallye rund um die Lounge an. Lesungen, Konzerte oder Filmvorführungen sind kulturelle Angebote, die mit anschließenden Talks gesellschaftspolitische Debatten in die Lounge holen. Ansonsten können eine kleine Ausstellung oder einfach bequeme Sitzmöbel zum Verweilen und Ins-Gespräch-Kommen einladen.
- Ergänzen lässt sich das Angebot mit Umfragetools zu aktuellen Themen. Diese können digital oder mit einer Pinwand oder Ähnlichem durchgeführt werden.

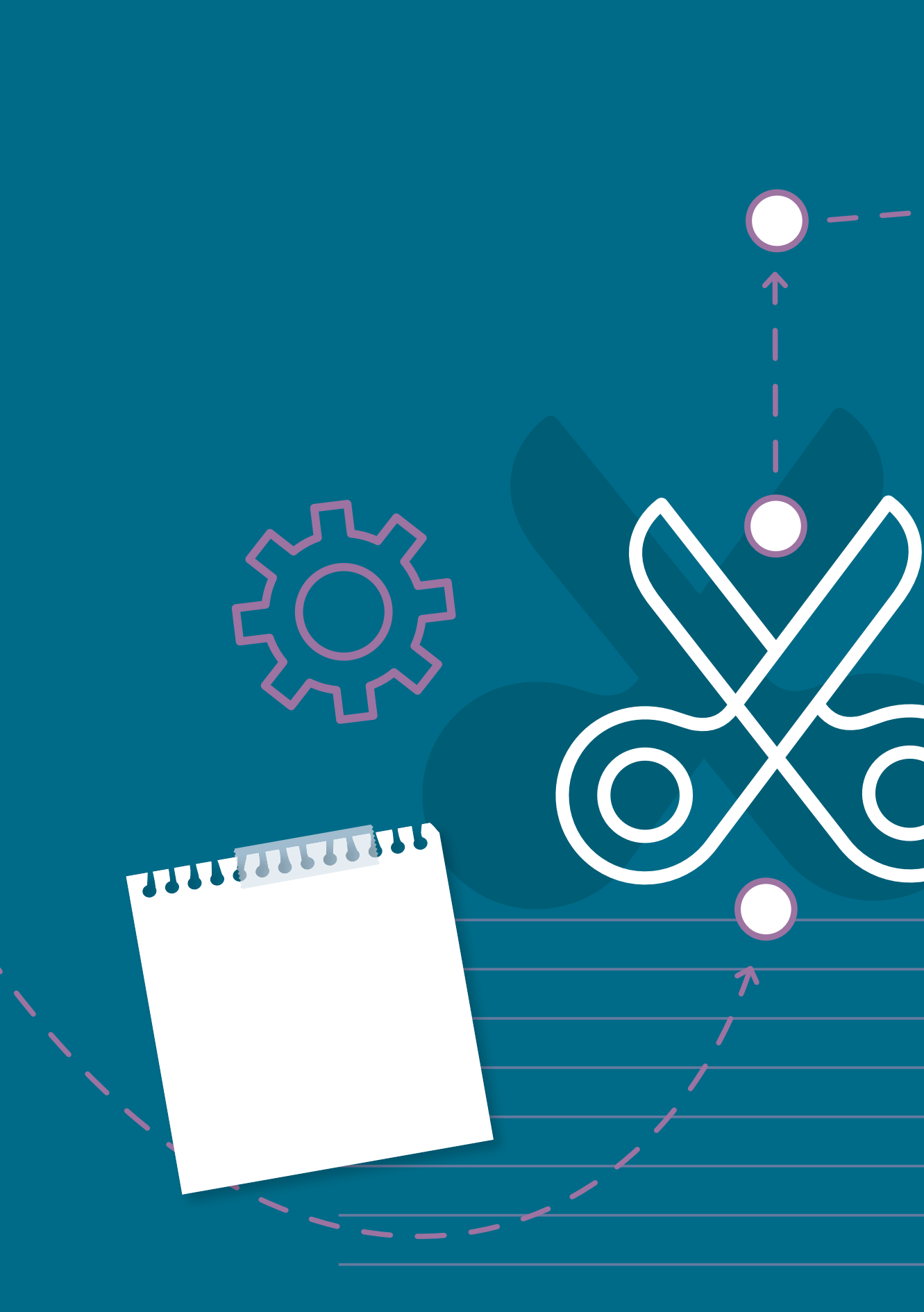
Besonderheiten

- Eine Pop-up-Lounge ist zweifelsohne mit einem besonderen Aufwand verbunden. Sie bietet sich als Highlight in einem Jubiläumsjahr an oder zum Launch eines besonderen Produktes. Andererseits ist es eine tolle Gelegenheit, mit Menschen ins Gespräch zu kommen, die nicht zum gewohnten Publikum gehören. Vielleicht wird die Pop-up-Lounge zu einer Sommertradition.

Mehr dazu

- www.fes.de/100-jahre/gemeinsam-feiern/pop-up-lounge





Methoden Snippets

A decorative graphic consisting of three concentric white circles on the left side of the page.

Der Himmel hängt voller Methoden. Manchmal sind es kleine Methodenschnipsel oder Formate, die ein eher klassisches Veranstaltungsdesign plötzlich unterhaltsamer oder beteiligungsorientierter machen. Die folgenden Ideen können – am Anfang, in der Mitte oder am Ende eingesetzt – einen großen Unterschied machen. Dabei geht es bei allen Ideen immer darum, Menschen ins Gespräch zu bringen und zu beteiligen.

Elevator

Pitch

Idee

- Der Elevator-Pitch eignet sich dazu, ein Konzept, eine Idee oder ein Vorhaben kurz, knapp und knackig so zu präsentieren, dass das Gegenüber überzeugt und begeistert ist. Der Grundgedanke besteht darin, nur die Dauer einer Fahrstuhlfahrt dafür zu nutzen. Eine Pitchrunde kann auch dazu dienen, eine Jahresplanung vorzubereiten und thematische Schwerpunkte zu setzen.

Zielgruppe

- Für alle, die im Alltag planen und präsentieren. Zielgruppe können die Empfänger_innen von Präsentationen sein. Die Macher_innen von Präsentationen können von der Methode ebenfalls profitieren.

Rahmen

- Der Pitch kann im Rahmen von Team-Klausuren, Konferenzen oder Workshops genutzt werden.
- Räumlich gibt es keine Anforderungen, wobei der Kreativität keine Grenzen gesetzt sind: Baut einen Fahrstuhlmodell einfach nach.
- Eine Stoppuhr und ein_e Timekeeper_in dürfen nicht vergessen werden.
- Die Methode kann dazu dienen, um Präsentationsrunden knackiger zu gestalten oder eigene Ideen und Vorhaben für einen guten Pitch vorzubereiten.



Ablauf

- Die Teilnehmenden haben die Aufgabe, eine Idee, ein Projekt oder ein Anliegen in 30 Sekunden bis maximal zwei Minuten überzeugend zu präsentieren. Der Fokus liegt auf der Kernbotschaft und den Zielgruppen. Nach der Präsentation kann Feedback eingeholt, der Pitch optimiert oder eine Entscheidung getroffen werden.



Empowerment

Bingo

Idee

- Keine Lust mehr auf klassische Vorstellungsrunden? Das Empowerment-Bingo ist eine coole Methode, um sich in der Gruppe besser kennenzulernen und gleichzeitig die eigenen Stärken zu entdecken. Beim Austausch über persönliche Erlebnisse und Fähigkeiten wächst das Bewusstsein für die eigenen Ressourcen – und die Gruppendynamik wird gestärkt. Mit dem Bingo schafft man eine kommunikative Atmosphäre, die die Gruppe durch den ganzen Tag begleitet.

Zielgruppe

- Das Bingo wird jeweils thematisch an die Veranstaltung und Zielgruppe angepasst.

Rahmen

- Es braucht eine vorbereitete Bingokarte. Ein Spielfeld bestehend aus einer 5x5-Felder-Matrix. Finden sich fünf Treffer in waagerechter, senkrechter oder diagonaler Reihe, heißt es BINGO.
- Ein guter Mix aus Themenbezug zur Veranstaltung, Eigenschaften und unterhaltsamen Elementen funktioniert am besten.



Ablauf

- **Fokus liegt auf dem Kennenlernen:** Alle Teilnehmenden bekommen eine Bingokarte. Der Auftrag ist, eine Person zu finden, auf die die Eigenschaften zutreffen. Jedes Feld hat eine Annahme: ... ernährt sich vegetarisch, ... spricht mehr als drei Sprachen, ... ist kommunalpolitisch engagiert. Hat man eine Person gefunden, auf die die Annahme zutrifft, kreuzt man das Feld ab, notiert dahinter den Namen und zieht weiter, um fünf Treffer zu finden. Hat man ein Bingo, wird es laut gerufen und am Ende schwirrt das Bingo vielstimmig durch den Raum.
- **Fokus liegt auf dem Empowerment:** Die Bingokarte (5 x 5) hat 25 nummerierte Felder. Die Teilnehmenden ziehen Lose (oder eine nummerierte Süßigkeit) mit einer Zahl von 1 – 25. Die Workshopleitung zieht eine Nummer und präsentiert eine Frage. Die Person mit der entsprechenden Nummer stellt sich vor und beantwortet die Frage: Wofür stehst du ein? Wo engagierst du dich? Was macht dich wütend? Was war dein spannendstes Projekt? ...
- Die Bingokarten bieten ganz viele Anknüpfungspunkte für ein Pausengespräch und Vernetzung.

Besonderheiten

- Die Bingokarten können einfach als A4-Ausdruck hergestellt werden oder aber man lebt sich kreativ grenzenlos aus. Vor dem Austeilen der Karten unbedingt die Regeln erläutern.

Personas und Empathy Map

Idee

- Wer ist eigentlich unsere Zielgruppe? Für wen machen wir die Studien, führen wir eine konkrete Maßnahme ein oder schaffen (politische) Bildungsangebote? Welche Bedürfnisse, Herausforderungen und Motive hat die Zielgruppe? Personas werden entwickelt, um die Zielgruppe zu verstehen und eine empathische Verbindung zu Nutzer_innen aufzubauen. Das Konzept stammt eigentlich aus dem Produktmarketing und ist auch für gesellschaftspolitische Fragestellungen übertragbar.

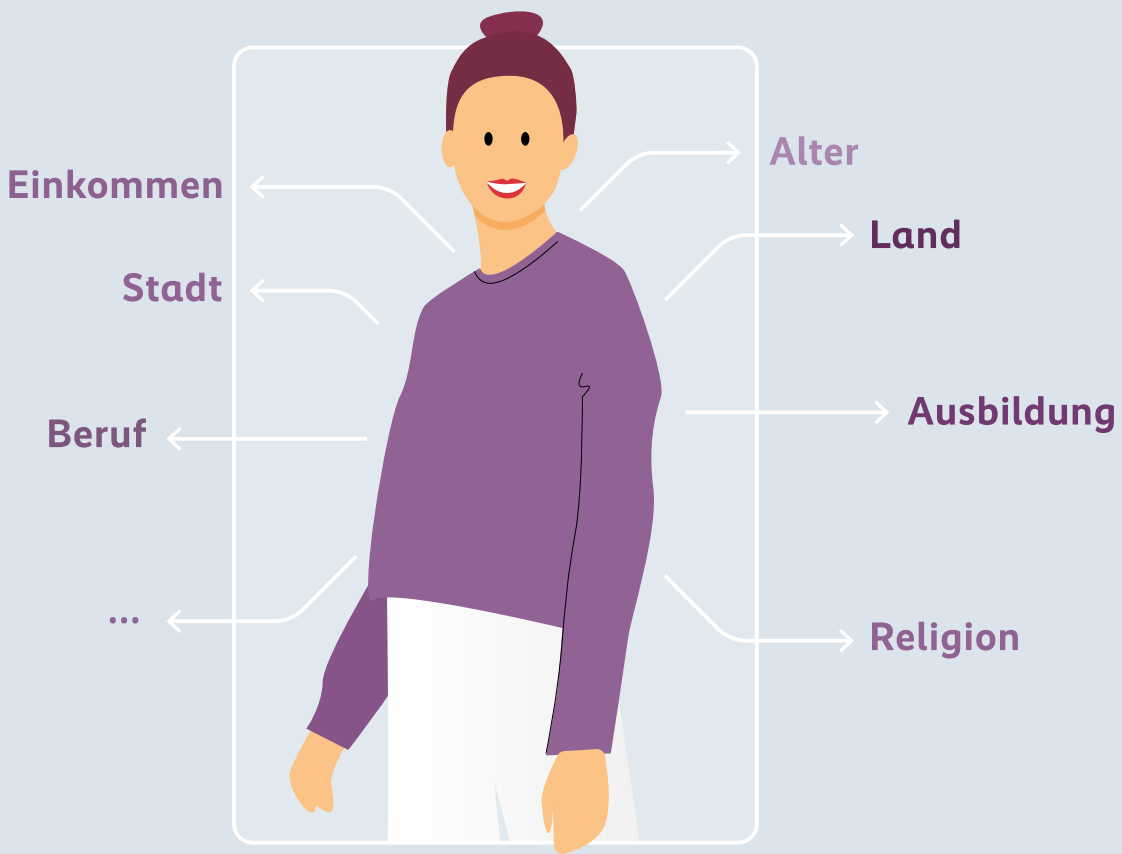
Zielgruppe

- Die Methode ist geeignet für alle, die mit Zielgruppen arbeiten und diese besser verstehen wollen.

Rahmen

- Die Persona kann anhand eines vorgegebenen Steckbriefs erarbeitet werden. Das Szenario, in das die Persona eingebettet werden soll, muss klar definiert sein.
- Die Empathy Map geht einen Schritt weiter. Sie ist ein visuelles Werkzeug zur Entwicklung von Empathie gegenüber Zielgruppen oder Einzelpersonen. Es handelt sich um einen Perspektivwechsel, um sich in die Lebenswelt anderer hineinzuversetzen und ihre Gefühle, Bedürfnisse und Herausforderungen besser zu verstehen.
- Dabei werden folgende Fragen beantwortet: Was sieht die Person? Was hört sie? Was denkt und fühlt sie? Was sagt und tut sie? Welche Herausforderungen erlebt sie? Welche Bedürfnisse hat sie?





Ablauf

- Zunächst wird die Fragestellung/der Auftrag definiert. Die Teilnehmenden kreieren dann möglichst detailliert eine eigene Persona. Diese umfasst u. a. Angaben zu dem Alter, dem Geschlecht, der Herkunft, dem Lifestyle, den Vorlieben, Werten bis hin zu politischen Einstellungen. Anhand dieser Vorgaben wird im Anschluss geschaut, was diese Persona braucht, um alltägliche oder gesellschaftliche Herausforderungen zu meistern.
- Beispiele: Welche Angebote sucht eine 15-Jährige, um regelmäßig den Jugendtreff im Stadtteil zu besuchen? Wie muss der Workshop aussehen, um für die arbeitende Mitte lohnenswert zu sein? Wie muss das Ehrenamt ausgestattet sein, damit sich ein_e Rentner_in auf dem Land engagiert?
- Die Empathy Map visualisiert die Antworten auf die oben genannten sechs Fragen.

Besonderheiten

- Die Methode ist auch geeignet, um eigene Vorurteile und Stereotypen zu hinterfragen. Das Konzept der Personas findet sich ebenso in der Design-Thinking-Methode wieder.

Soziometrische Aufstellung

Idee

- Eine spielerische und interaktive Methode, um als Gruppe Gemeinsamkeiten oder Standpunkte sichtbar zu machen. Die Methode ist super geeignet, um miteinander ins Gespräch zu kommen und das Kennenlernen untereinander zu begleiten.

Zielgruppe

- Alle können mitmachen.

Rahmen

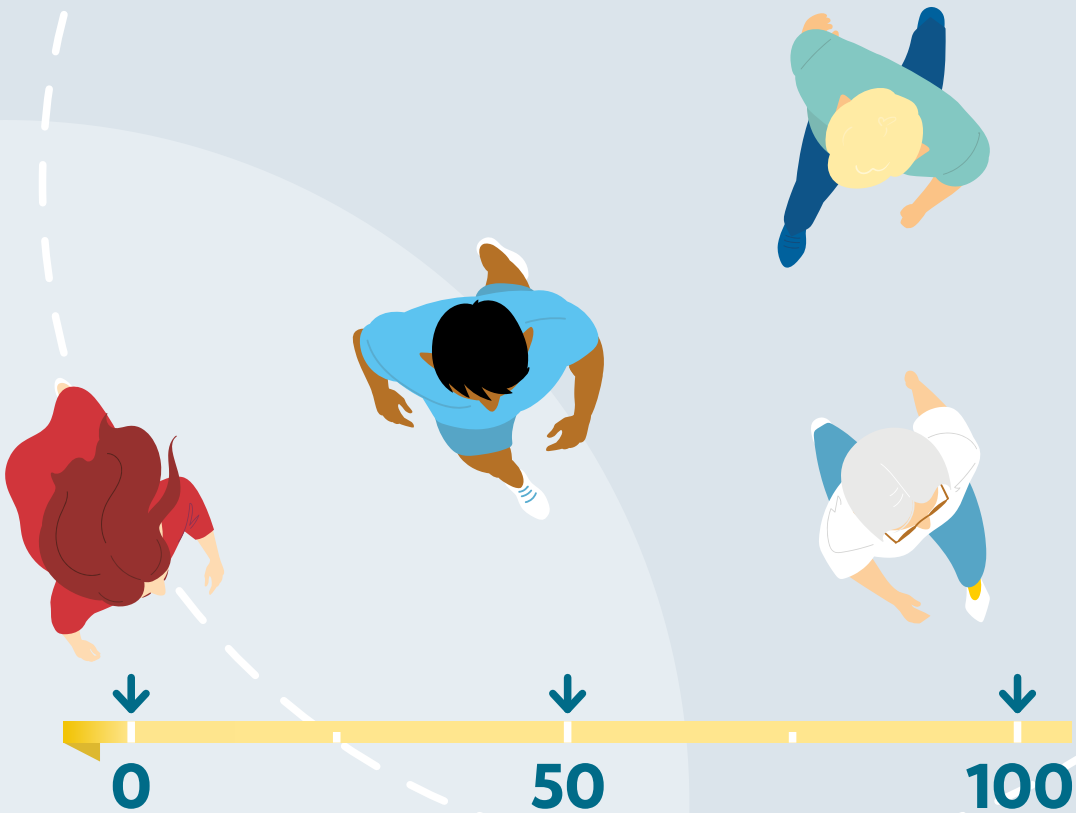
- Es braucht ein wenig Platz. Man kann mit kleinen und größeren Gruppen spielen. Mit Kreppband eine lange Linie auf dem Boden aufkleben. Nach Belieben können noch 0%- 50%- und 100%-Schilder hinzugefügt werden, wenn man prozentual etwas einschätzen lassen will. Oder aber man teilt den Raum in Himmelsrichtungen ein, wenn es beispielsweise um die Herkunft geht.

Ablauf

- Die Teilnehmenden werden gebeten, sich nach unterschiedlichen Kriterien entlang des Kreppbandes aufzustellen: nach Alter, Schuhgröße, Berufserfahrungen, Anfahrtsweg oder aber nach Zustimmungswerten zu konkreten Fragen: Wie schätzt du dein Energielevel ein? Wie viel neues Wissen nimmst du mit? Stimmungspegel? Zustimmung zu Gesetzesvorhaben. Bei der Klärung der Herkunft verteilt man sich in die gedachten Himmelsrichtungen im Raum.
- Als Moderation kann man O-Töne einfangen: Warum hast du dich hier eingeordnet? Was fehlt dir? Was begeistert dich?

Besonderheiten

- Die Methode ist flexibel anwendbar als Einstieg, zur Reflexion oder in der Feedbackrunde. Thematisch gibt es keine Grenzen. Was in jedem Fall immer stattfindet, ist Kommunikation untereinander. Die braucht es nämlich, um den „richtigen“ Platz zu finden, und in der Pause kann man den Gesprächsfaden wieder aufnehmen.



Pecha Kucha

Idee

- Schluss mit gefühlt nicht endenden Powerpoint-Präsentation, Folien, die vollgepackt sind mit Text, und Vortragenden, die sich an keine Zeitvorgabe halten und das Publikum ermüden. Pecha Kucha ist eine Vortragstechnik mit strikten Regeln, rigiden Zeitvorgaben und definierter Folienanzahl.

Zielgruppe

- Vortragende und Konsument_innen von Vorträgen. Die einen wenden es an und sind gezwungen, sich auf die wesentlichen Punkte zu konzentrieren, und die Adressat_innen bekommen einen unterhaltsamen und informativen Vortrag.

Rahmen

- Pecha-Kucha-Vorträge können im Rahmen von Konferenzen oder Workshops durchgeführt werden. Auf Grund der exakten Planbarkeit können auch mehrere Vorträge hintereinander stattfinden. Eine Idee ist, dass man die Vorträge als Opener einer Veranstaltung einsetzt und diese dann in Workshops oder Sessions vertieft. So bekommen alle einen Gesamtüberblick und vertiefen je nach Interesse.

Ablauf

- Die Powerpoint-Präsentation wird voreingestellt: 20 Folien à 20 Sekunden. Die Präsentation läuft automatisch weiter. Damit ist jeder Vortrag 6:40 min lang. Die Vortragslänge ist exakt planbar. Um entsprechend Inhalte unterzubringen, sind die Vortragenden gezwungen, mit vielen Bildern zu arbeiten, was in der Regel den Unterhaltungswert steigert. Es wird dringend empfohlen, den Vortrag im Vorfeld zu „üben“, denn 20 Sekunden sind schnell vorbei. Auch das steigert in der Regel die Qualität.

Mehr dazu

- Ein richtig gutes Beispiel ist der Vortrag von Björn Hekmati über Longboards: www.fes.de/lnk/5mw



Kopfstand- methode

Idee

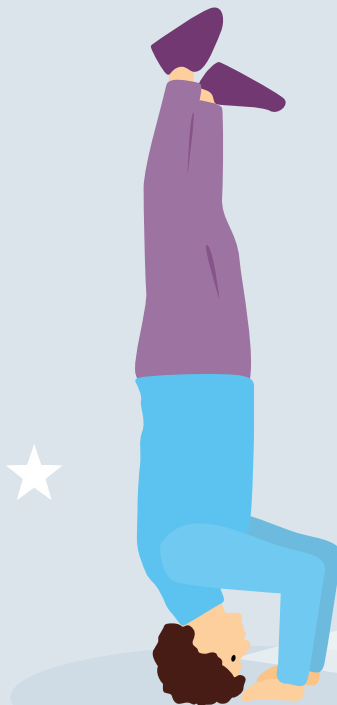
- Immer erst mal schwarzmalen und alles negativ sehen? Das ist bei dieser Methode ausdrücklich erwünscht. Bei der Kopfstandmethode handelt es sich um eine kreative Technik, bei der man eine Aufgabe oder ein Problem umkehrt, also auf den Kopf stellt. So lassen sich neue Perspektiven gewinnen und ungewöhnliche sowie kreative Lösungen finden, indem man alles mal anders betrachtet.

Zielgruppe

- Diese Methode kennt keine Einschränkung in der Zielgruppe.

Rahmen

- Sorgt für Papier und Stifte, damit alle Schritte gut festgehalten und das Ergebnis dokumentiert wird.



Ablauf

- Das Problem oder die Fragestellung wird formuliert.
- Statt nach Lösungen zu suchen, wird das Problem auf den Kopf gestellt. Man fragt sich zum Beispiel: „Was würde passieren, wenn das Gegenteil eintreten würde?“ oder „Wie könnte das Problem verschlimmert werden?“
- Anschließend werden die umgekehrten Situationen oder Perspektiven analysiert, um daraus neue Ideen oder Lösungsansätze abzuleiten.
- Schließlich werden die gewonnenen Erkenntnisse wieder in die ursprüngliche Fragestellung zurückübertragen, um innovative Lösungen zu entwickeln.
- Ganz konkret: Wie können wir den Klimawandel verlangsamen? wird zu: Wie können wir den Klimawandel beschleunigen? ... Ideen werden gesammelt und diese dann ins Positive übertragen.

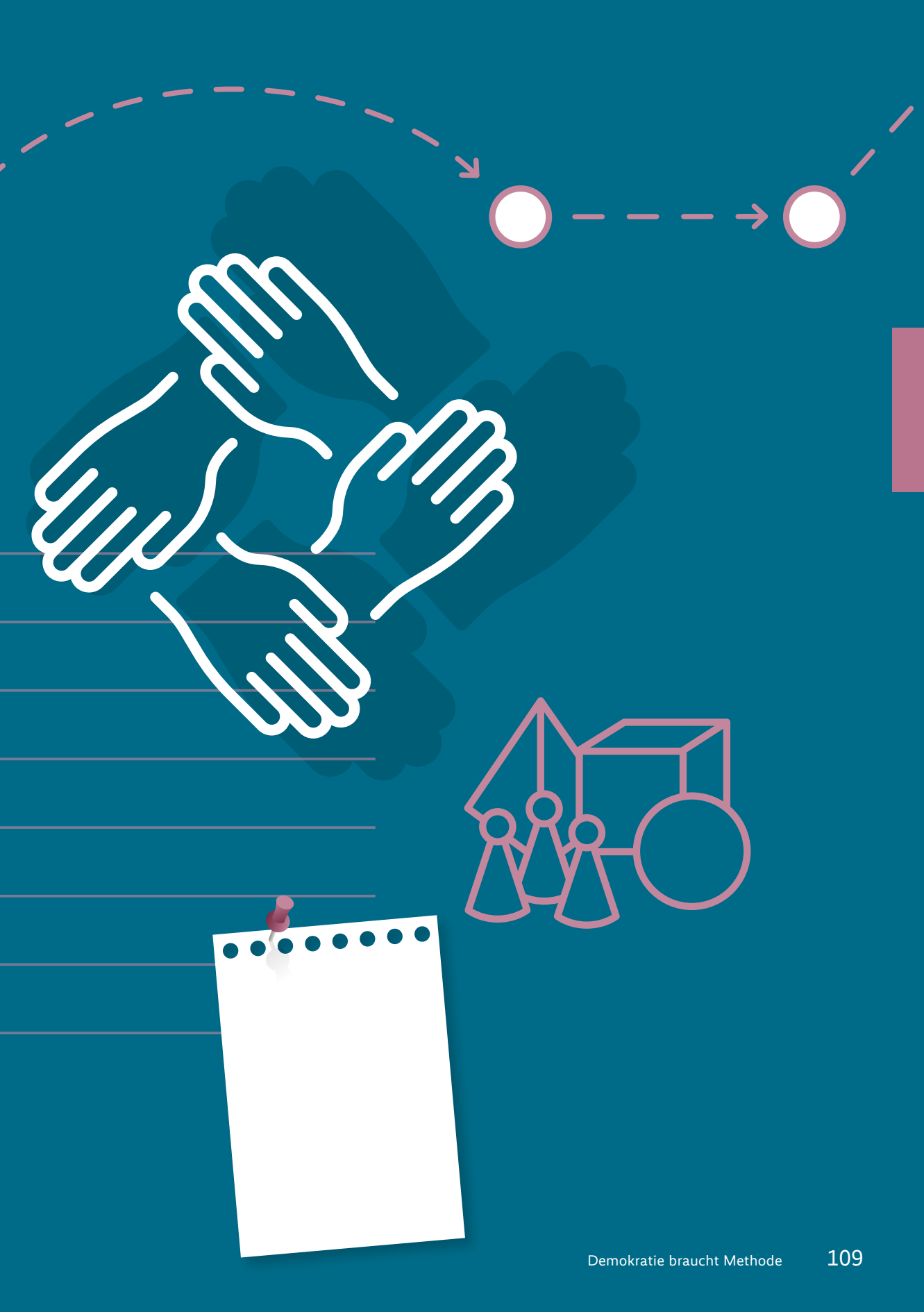
Besonderheiten

- Diese Methode fördert das kreative Denken und übt den Perspektivwechsel.

Mitmach- formate

Mitmachen, in andere Rollen schlüpfen und neue Blickwinkel entdecken – das sind die spannenden Erfahrungen, die Mitmachformate bieten. Bei diesen interaktiven und partizipativen Formaten sind die Teilnehmenden mitten im Geschehen und gestalten den Lernprozess aktiv mit. Demokratie lebt vom Kompromiss und davon, sich in andere Lebenswelten oder Sichtweisen hineinzusetzen. Durch das aktive Mitmachen werden politische Themen greifbarer und die Motivation, sich gesellschaftlich zu engagieren, wächst.





Planspiel

Idee

- Ein Planspiel stellt ein simuliertes (fiktives oder reales) Problem oder eine Konfliktbearbeitung ins Zentrum. Die Teilnehmenden setzen sich aktiv mit politischen und gesellschaftlichen Fragen auseinander. Auf der Basis eines spezifischen Szenarios übernehmen die Teilnehmenden Rollen von Akteur_innen. Nebenbei werden Schlüsselqualifikationen vermittelt: Methodische, fachliche und soziale Kompetenzen werden automatisch im Planspiel geschult. Dies trainiert das vernetzte und ganzheitliche Denken.

Zielgruppe

- Schüler_innen und Studierende
- Bürger_innen, die vom Thema betroffen sind

Rahmen

- 2 Stunden bis mehrere Tage
- Ab 15 Personen
- Ein großer Plenumsraum für alle Teilnehmenden, weitere Räume für Gruppenarbeit
- Ein bis zwei Moderator_innen

Ablauf

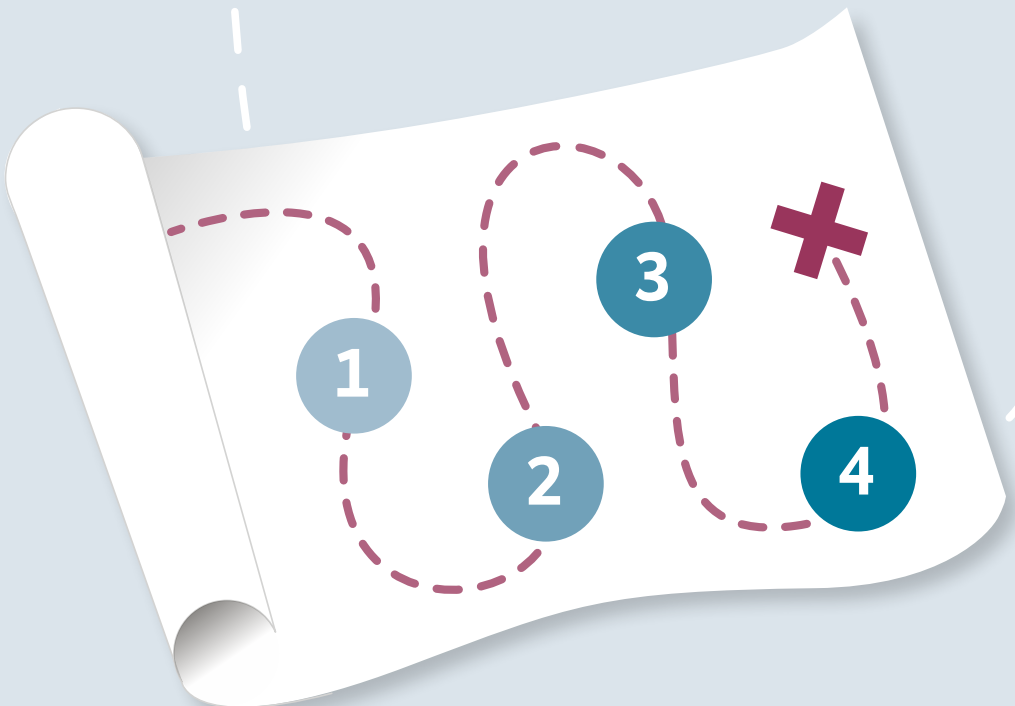
- Ein Planspiel durchläuft vier Phasen: Vorbereitung, Einführung und Rollenverteilung, Simulations- und Verhandlungsphase sowie die Auswertung.
- Die Simulations- und Verhandlungsphase nimmt hierbei die meiste Zeit in Anspruch.

Besonderheiten

- Das selbstbestimmte Lernen trägt dazu bei, dass 90 % des Inhaltes von den Beteiligten behalten werden. Politische Prozesse werden mit dieser Methode sehr eindringlich erfahrbar gemacht. Komplexe Themen werden auf diese Weise gut nachvollzogen. Gegenüber dem frontalen Lernen gibt es einen weiteren Vorzug: Die Teilnehmenden müssen selbst aktiv werden und können sich in ihre Rollen hineinversetzen.

Mehr dazu

- Zu Vor- und Nachteilen der Methode:
www.fes.de/lnk/5mx



Pubquiz und Kneipenquiz



Idee

- Das Pub-Quiz ist ein cooles, interaktives Spiel für Gruppen, bei dem man auf spielerische Art und Weise mehr über ein Thema aus Politik, Kultur, Geschichte oder Wissenschaft erfahren kann. Es soll Spaß machen, das Vorwissen aktivieren, neue Infos vermitteln und für lockere Gespräche sorgen. Ob als Einstieg, zum Auflockern oder Wiederholen – das Quiz bringt Schwung in die Runde und schafft eine lebendige, teamorientierte Lernatmosphäre.

Zielgruppe

- Ist für jede_n geeignet, denn der Schwierigkeitsgrad und das Thema können flexibel angepasst werden.

Rahmen

- Das Pub-Quiz passt überall gut hinein, ob in Team-Events, an Messeständen oder im Rahmen von Konferenzen, zwischendurch oder als Abendgestaltung.
- Mit oder ohne Kneipenatmosphäre
- Quizfragenkategorien können vielseitig sein:
z.B. Multiple Choice, offene Fragen, Schätzfragen
- Eine Moderation
- Technik: Beamer/Laptop und ggf. Mikrofon



Ablauf

1. **Vorbereitung:** bildet Teams (Funfact: lässt sie Teamnamen vergeben)
2. **Einführung & Regeln:** Moderation erklärt die Spielregeln (Zeitvorgaben/ Punktevergabe)
3. **Quiz-Runden:** Das Quiz besteht aus mehreren Runden (z.B. 3–5), jeweils mit einem thematischen Fokus. Jede Frage wird beraten, beantwortet und direkt ausgewertet.
4. **Auswertung & Punktevergabe:** Punkte gibt es für richtige Antworten und am Ende steht ein Siegerteam (und vielleicht auch eine Preisverleihung).

Besonderheiten

- Spielerisch Menschen miteinander vernetzen, funktioniert super über ein Pub-Quiz. Nach jeder Frage kann man zusätzliche Informationen vermitteln und kurz zum Thema ins Gespräch kommen.



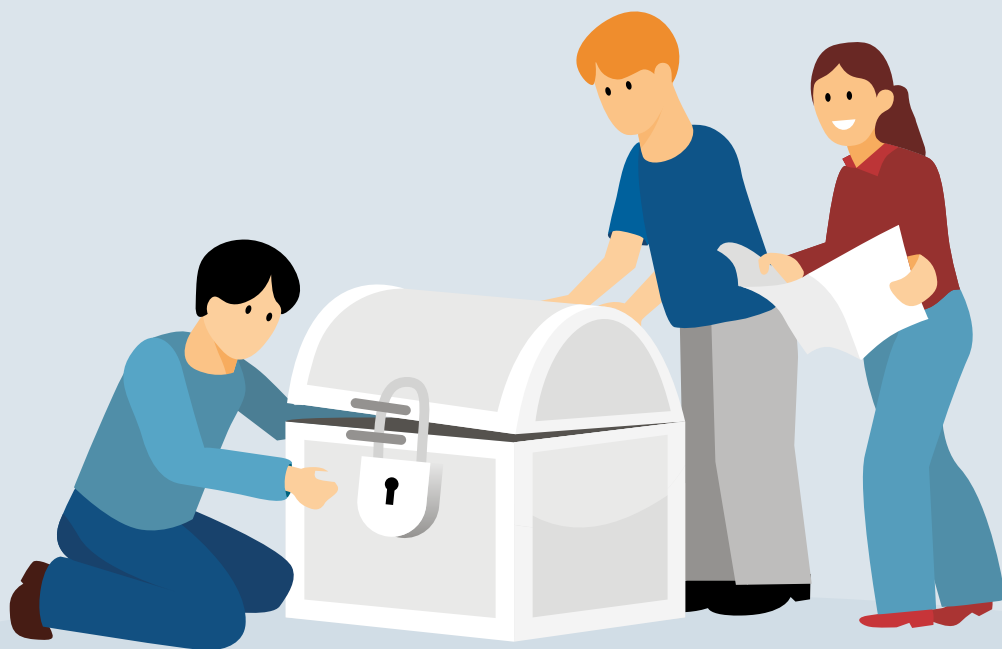
Escape Room

Idee

- Gemeinsam Rätsel und Aufgaben lösen, die inhaltlich mit demokratischen Werten und gesellschaftlichen Herausforderungen verknüpft sind. Das Ganze findet in einem zeitlich begrenzten Rahmen statt. Das Spielformat verbindet politische Inhalte, kritisches Denken, Problemlösungskompetenz und Spaß. Und am Ende steht immer eine gemeinsame Reflexion. Die Themenpalette ist vielfältig: Wirtschaftskriminalität, Klimaschutz, Flucht und Migration, Radikalisierungsprozesse bis hin zu Steuerfragen – alles ist möglich.

Zielgruppe

- Escape-Room-Angebote in der politischen Bildung gibt es für jede Altersgruppe und Vorkenntnisse.



Rahmen

- Thematisch gestalteter Raum mit zu lösenden Rätseln und Aufgaben
- Escape-Rooms gibt es als mobile Varianten, die am Wunschort aufbaubar sind, oder ganz ortsunabhängig als digitale Version.
- Das notwendige Zeitbudget reicht von Kurzformaten über 30 min über 1 – 2 Stunden bis hin zu einer Tagesveranstaltung.

Ablauf

- **Einführung:** Der inhaltliche und zeitliche Rahmen wird gesetzt, die Spielregeln werden vermittelt, Teams gebildet und die Aufgabenstellung formuliert.
- **Spielphase:** Das Team arbeitet sich durch die Rätsel und Aufgaben. Dabei werden viele politische Inhalte und Fragestellungen vermittelt. Teamwork: Die nächsten Schritte müssen gemeinsam demokratisch entschieden werden.
- **Begleitung:** Wenn es klemmt, ist die Spielleitung da, um Hinweise zu geben.
- **Transfer:** Das Beste zum Schluss. Hier findet der Transfer vom Spiel zu politischer Realität statt. Die Teilnehmenden haben nach dem Abschluss des Spiels ein besseres Verständnis für politische Themen und nehmen bestenfalls Motivation für ein eigenes Engagement mit.

Besonderheiten

- Ein Escape-Room kann im Rahmen einer Konferenz, eines Teamevents, Workshops oder der Jugendfreizeit stattfinden. Viele Angebote können auch kostenfrei gebucht werden.

Mehr dazu

- www.fes.de/lnk/5my

Escape Tour

Idee

- Auf zur Rallye! Auch in der mobilen Variante tauchen die Teilnehmenden in spannende Geschichten ein, lösen gemeinsam aufeinander aufbauende Rätsel und Aufgaben. Das Spielformat verbindet politische Inhalte, kritisches Denken, Problemlösungskompetenz und Spaß. Und am Ende steht immer eine gemeinsame Reflexion. Die Themenpalette ist vielfältig: den Stadtraum zu verschiedenen Themen entdecken: Wo steckt Europa drin? Wie barrierefrei ist unsere Stadt? Sozialdemokratische Orte oder jüdisches Leben in der Stadt entdecken – alles ist möglich.



Zielgruppe

- Escape-Touren in der politischen Bildung gibt es für jede Altersgruppe und Vorkenntnisse.

Rahmen

- Die Tour ist ein Abenteuer, das verschiedene Orte in einer Stadt durch Rätsel und Aufgaben verbindet.
- Die Touren können je nach Zeitbudget ausgewählt werden.
- Sie können als Gruppe oder als Einzelspieler_in absolviert werden.

Ablauf

- Die **Einführung** erfolgt digital durch die App oder analog: Der inhaltliche und zeitliche Rahmen wird gesetzt, die Spielregeln werden vorgestellt, ggf. Teams gebildet und die Aufgabenstellung formuliert.
- **Spielphase:** Das Team arbeitet sich durch die Rätsel und Aufgaben und erkundet die Stadt. Dabei werden viele politische Inhalte und Fragestellungen vermittelt.
- **Teamwork:** Die nächsten Schritte müssen gemeinsam demokratisch entschieden werden.
- **Begleitung:** Wenn es klemmt, ist die Spielleitung da, um Hinweise zu geben.
- **Transfer:** Das Beste zum Schluss. Hier findet der Transfer vom Spiel zu politischer Realität statt. Die Teilnehmenden haben nach dem Abschluss des Spiels ein besseres Verständnis für politische Themen und nehmen bestenfalls Motivation für ein eigenes Engagement mit.

Besonderheiten

- Eine Escape-Tour kann im Rahmen einer Konferenz, eines Teamevents, Workshops oder einer Jugendfreizeit stattfinden.
- Eine Tour kann man mit Apps wie „Actionbound“ selbst erstellen oder bereits bestehende Touren nutzen.

Mehr dazu

- www.actionbound.de



Streitformate

A decorative graphic consisting of a dashed yellow line. It starts from the left edge, goes horizontally to the right, then curves upwards and to the right, ending with an arrow pointing to a yellow circle. Another yellow circle is at the top right, with an arrow pointing to it from below.

Lasst uns mal richtig streiten! Streit ist ein notwendiger Bestandteil einer lebendigen Demokratie. Er dient dem Austausch unterschiedlicher Meinungen, Interessen und Standpunkte. Ein konstruktiver (und respektvoller) Streit kann zu gemeinsamen, gerechten und nachhaltigen Lösungen führen. Offen und respektvoll ausgetragene Auseinandersetzungen ermöglichen es, verschiedene Perspektiven zu beleuchten, Argumente auszutauschen und letztendlich Kompromisse zu finden. Also lasst uns im positiven Sinne streiten!

Schritte

aufeinander zu

Idee

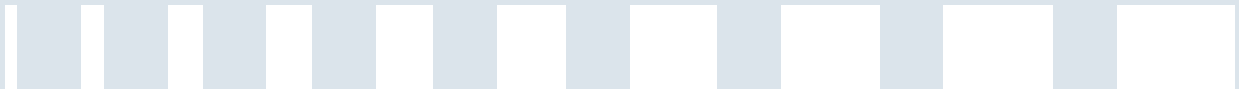
- Beim „Schritt aufeinander zu“ geht es darum, Verständnis zu zeigen, Argumente auszutauschen und gemeinsam an einer Lösung zu arbeiten. Bei dieser Methode steht das Zuhören im Fokus, sich in andere Perspektiven hineinzuversetzen und Argumente nachzuvollziehen ... und das Ganze optisch sichtbar: mit einem Schritt aufeinander zu!

Zielgruppe

- Die Methode ist für alle Altersgruppen geeignet.
- Thematisch ist sie flexibel einsetzbar.

Rahmen

- Platz, um sich gegenüberzustehen und Schritte aufeinander zuzugehen. Damit alle TN beteiligt werden, sollte die Gruppe nicht größer als zehn Personen sein oder aber mehrere Durchgänge mit verschiedenen Streitfragen durchführen.
- Eventuell Kreppband, um eine Linie zu ziehen und die Mitte zu markieren.
- Eine Moderation mit klaren Regeln zum Ablauf.
- Zeit für die Vorbereitung/Durchführung und Auswertung mindestens 60 min.



Ablauf

- Die Streitfrage wird gemeinschaftlich abgestimmt. Debattenregeln werden erläutert. Pro und Contra werden verteilt. Beide Seiten haben nun Zeit (mindestens 20 min), um die Argumentation vorzubereiten.
- Beim Start stehen sich beide Seiten an den Enden gegenüber. In der Mitte befindet sich die Moderation. Im ständigen Wechsel werden die Argumente vorgetragen, dabei muss man sich zunächst jeweils auf das Argument des Gegenübers beziehen. Halte ich das Argument für nachvollziehbar und kann dem auch folgen, dann gehe ich einen Schritt auf den/die andere_n zu. Im Idealfall trifft man sich in der Mitte auf Augenhöhe.

Besonderheiten

- Durch das aktive Zuhören und Reagieren auf Gegenargumente wird die Urteilsbildung gefördert. Das faire Miteinander im Streit, das Aushalten von Meinungsverschiedenheiten und das Ringen um Mehrheitspositionen sind zentrale Elemente demokratischer Diskussionskultur.



Talkshow als Rollenspiel

Idee

- Das Rollenspiel wird als inszeniertes Streitgespräch zu gesellschaftspolitischen Themen durchgeführt. Dabei gilt die Fernseh-Politiktalkshow als Vorbild. Ein Thema. Viele Perspektiven. Unterschiedliche Meinungen. Das Ziel ist es, dass die Teilnehmenden lernen, andere Perspektiven einzunehmen, ihre Position überzeugend zu vertreten, widerstreitende Positionen zu analysieren und sich auf andere Argumente einzulassen.

Zielgruppe

- Die Methode ist für alle Altersgruppen geeignet.
- Thematisch ist das Format flexibel.

Rahmen

- Eine Streitfrage, die alle beschäftigt und verschiedene Perspektiven hat
- Zeit für Vorbereitung/Durchführung und Auswertung
- Dauer der Talkshow nicht länger als 60 min
- Die Gruppe kann locker 20 TN umfassen
- Raum für das Talkshow-Setting und Gäste
- Gruppenarbeitsräume für die Vorbereitung
- Transparente Regeln für den Ablauf
- Moderation
- Ein Beobachterbogen erhöht die Qualität der Auswertungsrunde. Dabei bekommen die „Gäste“ unterschiedliche Beobachtungsaufgaben.

Ablauf

1. Vorstellen der Streitfrage und die Rollenverteilung (Position A-B-C ..., Moderation, Beobachter_innen)

Hilfreich ist das Erstellen eines Rollenprofils, in dem Alter, Geschlecht, Charaktereigenschaften, Politiker_in, Betroffene_r oder Expert_in und die Grundeinstellung zum Thema umrissen werden. Es kann durchweg im Team gearbeitet werden.

2. Recherchephase: Recherchieren von Argumenten für die jeweilige Position, möglichen Gegenargumenten und wie die Gegenargumente entkräftet werden können.

3. Vorbereitung der Rollen: In Gruppenarbeit erfolgt die Vorbereitung.

4. Durchführung der Talkshow: Die Debatte findet in Form einer simulierten Talkshow statt. Die Moderation strukturiert das Gespräch, stellt Fragen und führt die Redner_innenliste. Mit sogenannten Aktionskarten können Ereignisse eingebracht werden: z. B. Breaking News, eine Demo vor der Tür oder Zwischenrufe aus dem Publikum.

5. Reflexion & Auswertung: Die Reflexion erfolgt aus Sicht aller Beteiligten. Welche Argumente waren überzeugend und wie haben sich die Meinungen entwickelt?

Besonderheiten

- Da es sich um ein Rollenspiel handelt, müssen die Teilnehmenden ihre eigene Position nicht transparent machen. Trotzdem erfolgt ein Austausch und alle Perspektiven finden Raum. Im Rahmen der Reflexion kann dann ein Abgleich mit den echten Positionen stattfinden.

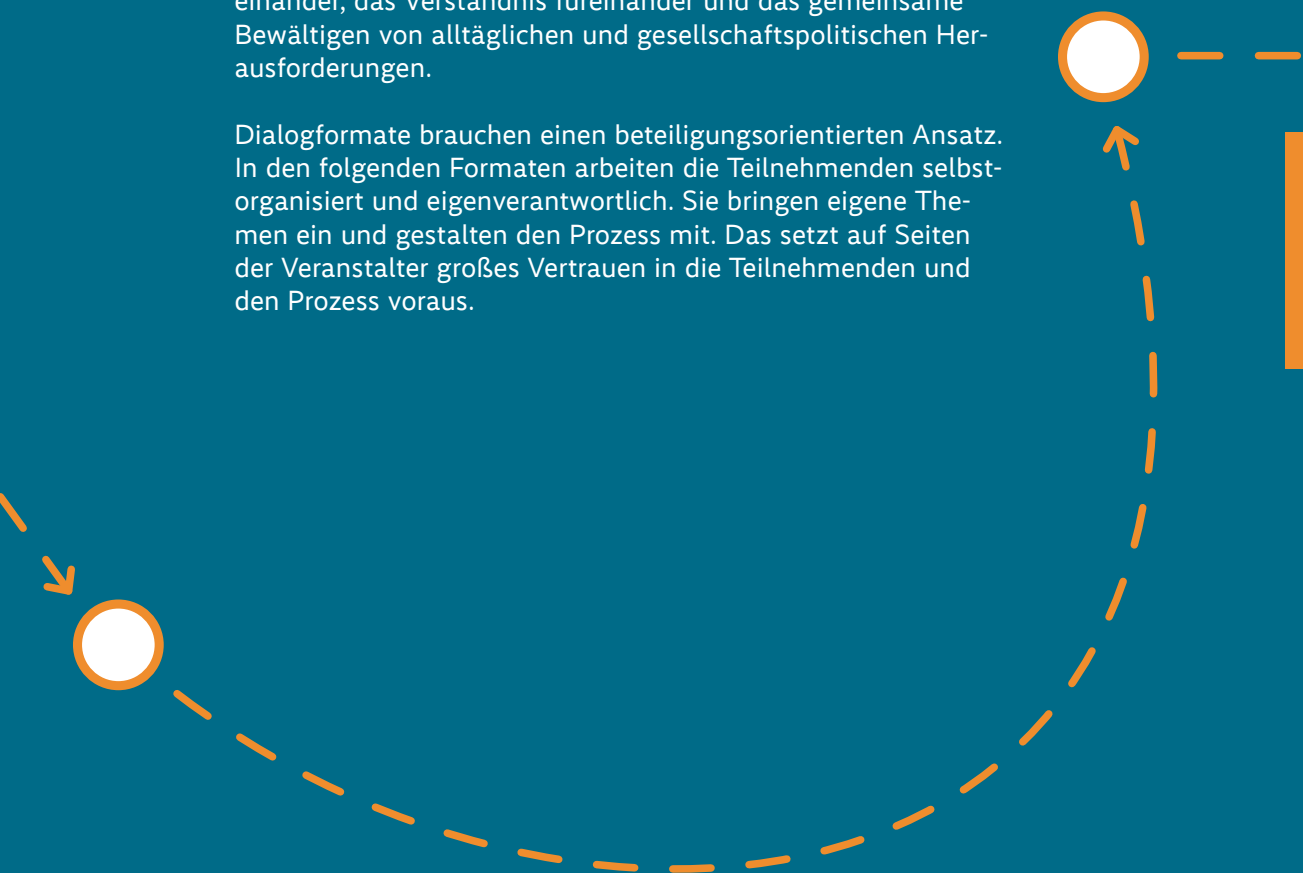




Dialogformate

Ohne Kommunikation ist alles nichts ... Menschen brauchen Kommunikation, um sich mit anderen zu verbinden, Informationen auszutauschen, Beziehungen aufzubauen und ihre Bedürfnisse auszudrücken. Sie ist elementar für das soziale Miteinander, das Verständnis füreinander und das gemeinsame Bewältigen von alltäglichen und gesellschaftspolitischen Herausforderungen.

Dialogformate brauchen einen beteiligungsorientierten Ansatz. In den folgenden Formaten arbeiten die Teilnehmenden selbstorganisiert und eigenverantwortlich. Sie bringen eigene Themen ein und gestalten den Prozess mit. Das setzt auf Seiten der Veranstalter großes Vertrauen in die Teilnehmenden und den Prozess voraus.



World Café



Idee

- Das World-Café ist eine einfache und zugleich wirkungsvolle Methode, um eine mittlere oder große Gruppe von Menschen in intensive Gespräche zu bringen. Sie wirkt wie eine große Kaffeepause. Zu einem gemeinsamen Thema werden das kollektive Wissen und die kollektive Intelligenz der Gruppe plötzlich sichtbar, wodurch kreative Lösungen und Durchbrüche für komplexe Themen möglich werden.
- Im Fokus steht das Gespräch in kleinen Gruppen, die Teilnehmenden tauschen Ideen aus und „befruchten“ sich gegenseitig. Kurz gesagt: „Alle reden mit allen“ und „alle denken zusammen“.

Zielgruppe

- Das World-Café lebt von einer guten Mischung der Teilnehmenden.
- Das heterogene Publikum: Bürger_innen/Interessengruppen, die vom Thema betroffen sind, Multiplikator_innen, Fachpublikum und Entscheidungsträger_innen.

Rahmen

- Dauer 2 Stunden bis zwei Tage
- 15 – 1000 Teilnehmende
- Großer und heller Raum
- Tischinseln mit max. zehn Gästen (ggf. mit Tischgeber_innen) und beschreibbaren Papiertischdecken & bunten Stiften.
- Moderation





Ablauf

- Zu Beginn der Veranstaltung werden die einzelnen Themen an den Tischen und die Methode vorgestellt. Die Teilnehmenden teilen sich frei nach Interesse auf die Thementische auf und diskutieren über die Fragestellung. Jede Runde hat eine vorgegebene Zeit, nach der entsprechend gewechselt wird. Die Rotation stellt ein zentrales Merkmal der Methode dar. An jedem Tisch werden Gedanken, Forderungen etc. auf einer Tischdecke schriftlich festgehalten und in jeder Runde weiterentwickelt. Im anschließenden Plenum werden die Kernaussagen besprochen, eventuell weiter bearbeitet oder Maßnahmen vereinbart. Wahlweise kann die Methode mit thematischen Tischgastgeber_innen, die als Expert_innen fungieren, durchgeführt werden sowie mit einer festen Tischmoderation.

Besonderheiten

- Ein World-Café bietet den Anwesenden die Möglichkeit, frei nach Belieben und Interesse Themen zu diskutieren und in den Austausch mit Gleich- oder Andersgesinnten zu treten. Die Teilnehmenden verantworten demnach den Verlauf, die Ergebnisse und die Diskussionen selbst und sind gleichberechtigt. Aufgrund der kleinen Gruppengröße am Tisch sind intensive Diskussionen auf Augenhöhe möglich.

Mehr dazu

- www.theworldcafe.com



Open Space und Bar Camp



Idee

- Open Space (englisch für „geöffneter Raum“) ist eine Großgruppen-Methode zur Strukturierung von Besprechungen und Konferenzen. Sie schafft einen selbstorganisierten und selbstverantworteten Raum, in dem viele Menschen ihre Anliegen gemeinschaftlich bearbeiten können. Charakteristisch: inhaltliche und formale Offenheit. Die Teilnehmenden geben eigene Themen ins Plenum. Vorgegeben wird ein Oberthema. Einzelthemen werden zu Beginn der Veranstaltung eingebracht und formuliert. So entsteht ein großer „Themen-Marktplatz“. Die Methode setzt auf eine breite Beteiligung, erzeugt gegenseitiges Verständnis und Projektideen. Diese werden schon konkret in Handlungspläne und Strategien übersetzt.

Zielgruppe

- Das Publikum sollte unbedingt heterogen sein, da sich die gesamte Expertise aus den verschiedenen Erfahrungen und Perspektiven der Teilnehmenden speist. Die Bürger_innen/Interessengruppen sollten vom Thema betroffen sein.
- Publikum: Multiplikator_innen, Fachkräfte, Entscheidungsträger_innen, Interessierte

Rahmen

- Dauer zwei Stunden bis drei Tage
- 12 – 2000 TN
- Es braucht sehr viel Platz: einen großen Raum, viele kleine Gruppenräume/ Pinnwände oder Ähnliches zum Dokumentieren.
- Achtung: Die Open-Space-Regeln kann man als hübsche Plakate kaufen. Damit lassen sich die Schmetterlinge und Hummeln oder das Gesetz der zwei Füße etc. gut einführen.

Ablauf

- Nach einer Einführung zum Ablauf werden die Anliegen und Themen für die Arbeitsgruppen gesammelt. In der darauffolgenden Marktphase ordnen sich die Beteiligten den Themen zu. Danach folgt die Gruppenphase. Ergebnisse und Besprochenes werden dokumentiert.

- In der Schlussphase werden die Dokumentationen der Gruppen für alle sichtbar gemacht. Die relevantesten Themen werden noch einmal aufgegriffen und zu Verabredungen oder Maßnahmenplänen konkretisiert.

Besonderheiten

- Der Open Space ist eine partizipative Methode, in der es wenig Regeln gibt und für die nur ein grober Ablauf feststeht. Der Prozess wird von und mit den Anwesenden gestaltet. Außerdem ist die Methode sehr gemeinschaftsbildend und bietet Raum zur Vernetzung.

Mehr dazu

- www.openspaceworldmap.org

Die Großgruppen-Methode Open-Space versus Barcamp

- Das Barcamp teilt mit der Open Space Methode den offenen und gleichberechtigten Austausch von Wissen und lebt von einer ungezwungenen Atmosphäre. Auch hier wird lediglich das grobe Oberthema vorgegeben. Im Gegensatz zum Open-Space ist das Barcamp jedoch weniger strukturiert. Die Teilnehmenden bieten zu Beginn sogenannte Sessions an: Das können z. B. Vorträge, Workshops oder Diskussionen sein. Ein weiterer Aspekt ist die Digitalität. Während der Sessions wird gebloggt, getwittert und auf Social Media gepostet.
- **Merke:** Das Format „Barcamp“ eignet sich vor allem für den Austausch von Wissen und Erfahrungen. Im Rahmen einer „Open Space“ Konferenz werden zusätzlich noch Handlungspläne bzw. Strategien entwickelt.
- Beispiel für ein feministisches Barcamp:
www.fes.de/feministisches-barcamp-saar/faq



Stationengespräche

oder „Ask Me Anything“

STATION 1



Idee

- An festgelegten Stationen im Raum besteht die Möglichkeit, sich zu Themen oder mit Expert_innen in kleine Gesprächsgruppen zu begeben. Die Teilnehmenden erleben einen schnellen Perspektivwechsel, können in kurzer Zeit kollektive Intelligenz entfachen und dabei in Bewegung bleiben. Die Methode fördert kooperative Diskussionen in Kleingruppen und ermöglicht durch Rotation und schriftliche Dokumentation aufgrund einer Vielzahl von Perspektiven oft überraschende Ergebnisse.

Zielgruppe

- Um die Expertise der Teilnehmenden maximal zu nutzen, sollte die Gruppe heterogen sein.

Rahmen

- Es braucht Platz für die Stationen. Diese sollten gut verteilt sein, so dass Gespräche möglich sind, ohne einander zu stören. Als Station kann eine Pinwand/Flipchart oder Ähnliches dienen. Moderationsmaterial, wie Klebezettel/Eddings etc. werden gebraucht, um Ergebnisse festzuhalten.

Ablauf

- Alle Stationen werden mit Fragestellungen und Aufgaben bestückt oder im Format „Ask Me Anything“ mit einer Person, die ihr Thema, ihre Perspektive vermittelt, durchlaufen. Die Teilnehmenden arbeiten sich in kleinen Gruppen von Station zu Station. Jede Station hat immer eine Gruppe zu Gast. Jede Runde erhält eine feste Zeitvorgabe. Die 1. Runde verfügt über das größte Zeitbudget von ca. 15 min. Die folgenden Runden kommen mit 7 – 10 min aus. Die Gruppen rotieren von Station zu Station und machen Anmerkungen. Beiträge können ergänzt oder mit Symbolen für Widerspruch, Zustimmung oder Fragen markiert werden.
- Wieder an der Ausgangsstation angekommen, reflektiert, ergänzt und bearbeitet die Gruppe die Kommentierungen. Im Plenum werden die Ergebnisse dann vorgestellt und diskutiert.

Besonderheiten

- Die Methode kann auch maximal kreativ genutzt werden. Je nach Altersgruppe kann pro absolvierte Station ein Stempel in das „Stationenbuch“ eingetragen werden oder die Dokumentationen werden wie beim graphic recording gezeichnet und schmücken im Anschluss einen Raum, um die Ergebnisse immer präsent zu haben.
- Ebenso gibt es keine kreativen Grenzen bei der Gestaltung der Stationen.

STATION 2

STATION 3

STATION 4



Fish Bowl

Idee

- Ein Fishbowl stellt eine sehr einfache, aber oft dynamische Alternative zur Podiumsdiskussion dar. Dabei vermeidet die Fishbowl-Methode deutliche Hierarchien zwischen Podium und Publikum. Die Methode ist besonders gut für Streitfragen und offene Diskussionsprozesse (Abwägung von Alternativen, Argumente austauschen usw.) in Runden ab ca. 20 Personen geeignet. Auch für (selbst-)kritische Reflexionen, z. B. nach Aktionen oder bei Gruppenproblemen, kann sie hilfreich sein. Bei einem Fishbowl werden ein innerer und ein äußerer Stuhlkreis aufgebaut. Im inneren Kreis stehen vier bis sechs Stühle und im äußeren Kreis Stühle für die restlichen Teilnehmenden. In der Regel werden zwei Stühle im inneren Kreis freigelassen, auf die jeweils Diskutant_innen aus dem Publikum wechseln können, um sich aktiv mit einer Frage, einem Statement oder Vorschlag zu beteiligen.

Zielgruppe

- Heterogenes Publikum: Bürger_innen/Interessengruppen, Multiplikator_innen, Fachkräfte, Entscheidungsträger_innen, die vom Thema betroffen sind.

Rahmen

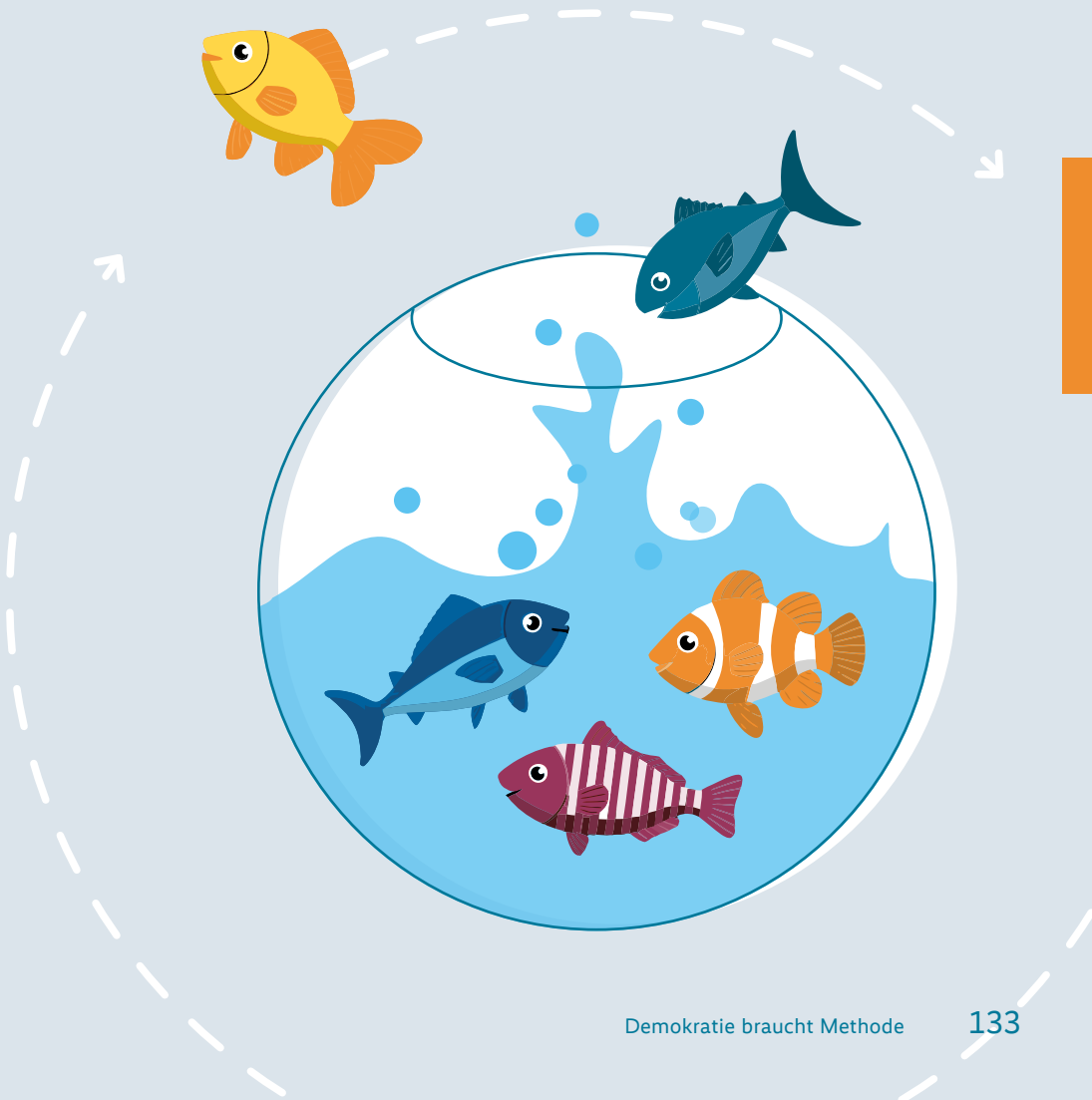
- Dauer 20 – 120 Minuten
- In zwei Kreisen angeordnete Stuhlreihen
- Ab 20 Personen

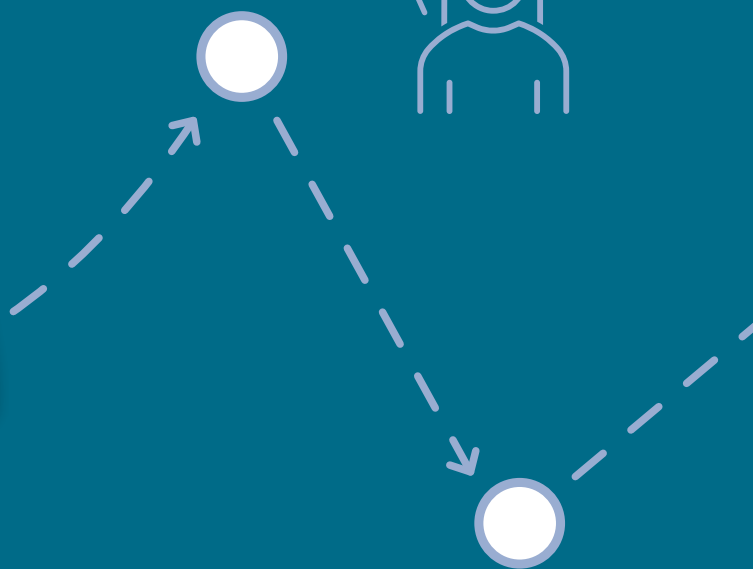
Ablauf

- Nur die Teilnehmenden im Innenkreis dürfen diskutieren, die Teilnehmenden im Außenkreis hören aktiv zu. Eine Diskussionsbeteiligung ist durch freie Stühle im Innenkreis möglich, auf die jederzeit gewechselt werden kann. So können auch Personen mitdiskutieren, die sich in großen Gruppen oft nur zögerlich zu Wort melden. Ebenso kann ein_e Diskutant_in jederzeit den Platz im Innenkreis verlassen

Besonderheiten

- Angestrebt ist eine hierarchiefreie und gut strukturierte Diskussion zwischen den Anwesenden mit hoher Publikumsbeteiligung. Dadurch wird die Qualität des Dialogs und die Herausschärfung von Argumenten gesteigert. Diskussionen werden so auch mit großen Gruppen effizienter und können stärker auf Lösungswege hingeführt werden.

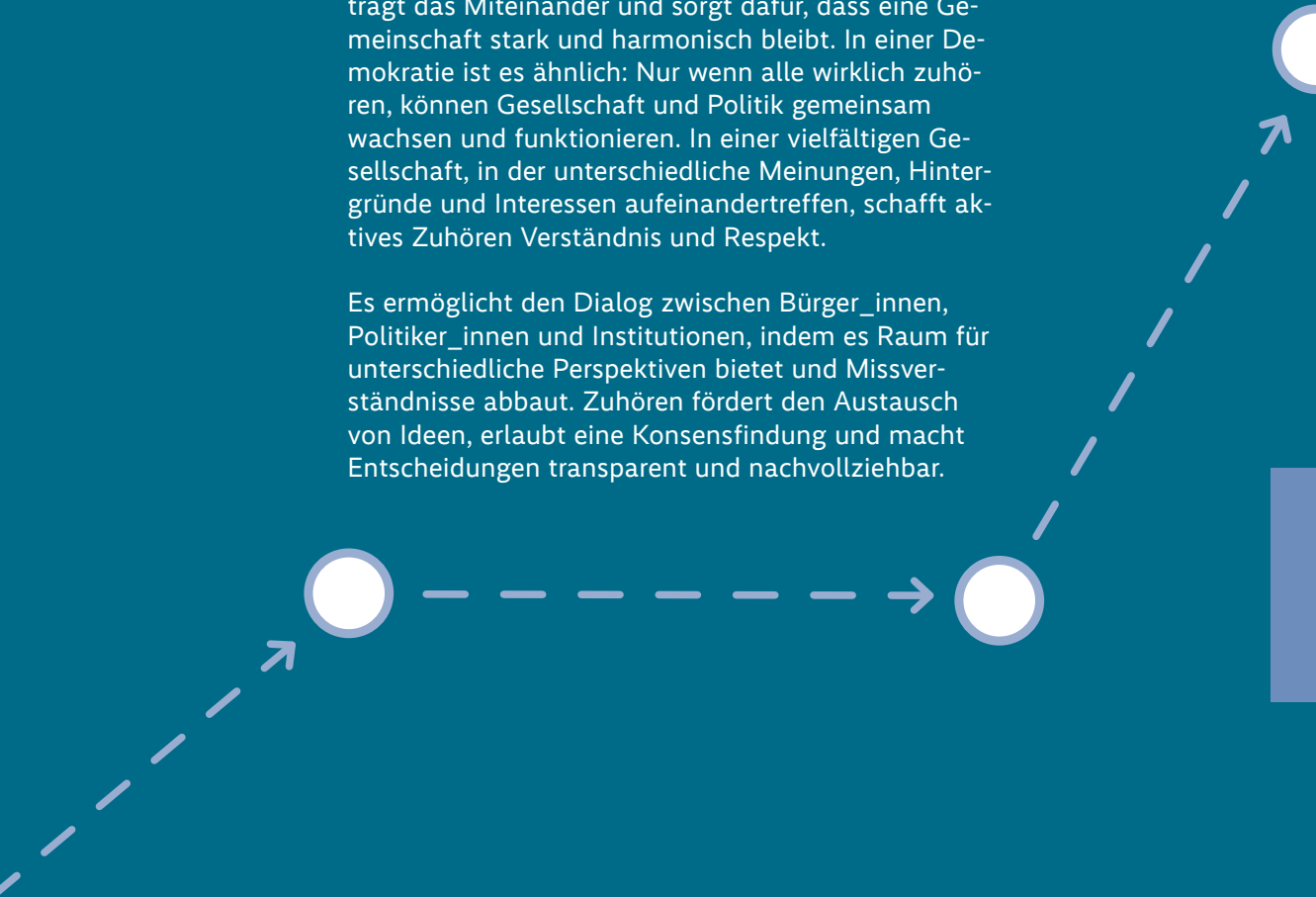




Zuhörformate

Zuhören ist wie das Fundament eines Hauses – es trägt das Miteinander und sorgt dafür, dass eine Gemeinschaft stark und harmonisch bleibt. In einer Demokratie ist es ähnlich: Nur wenn alle wirklich zuhören, können Gesellschaft und Politik gemeinsam wachsen und funktionieren. In einer vielfältigen Gesellschaft, in der unterschiedliche Meinungen, Hintergründe und Interessen aufeinandertreffen, schafft aktives Zuhören Verständnis und Respekt.

Es ermöglicht den Dialog zwischen Bürger_innen, Politiker_innen und Institutionen, indem es Raum für unterschiedliche Perspektiven bietet und Missverständnisse abbaut. Zuhören fördert den Austausch von Ideen, erlaubt eine Konsensfindung und macht Entscheidungen transparent und nachvollziehbar.



Küchentischgespräche

Idee

- Die besten Gespräche finden bekanntlich in der Küche statt. Der Küchentisch nimmt dabei eine zentrale Rolle ein. Alle sitzen gleichberechtigt an einem Tisch und diskutieren (gesellschafts)politische Themen miteinander. Im vertraulichen Rahmen werden vielfältige Meinungen, Interessen und Einstellungen gehört und im besten Fall Lösungsansätze gemeinsam entwickelt. Der Unterschied zu einer Talkshow zeigt sich in dem starken persönlichen Bezug zu den Themen. Am Küchentisch ist Zeit vorhanden, um die Hintergründe von Meinungen zu verstehen, statt sich nur auf das bessere Argument zu konzentrieren.

Zielgruppe

- Die Methode ist vielfältig einsetzbar und geeignet für Schüler_innen im schulischen Kontext, in der Vereinsarbeit oder im politischen Kontext. Die Gruppengröße ist flexibel. Kleine intime Runden nur am Küchentisch sind vorstellbar, aber eben auch Gespräche mit einem großen Publikum.

Rahmen

- Zentral ist der Küchentisch, an dem mehrere Personen in der Mitte des Raumes Platz nehmen. Um den Tisch kann sich zusätzlich Publikum hinsetzen. Getränke und kleine Snacks schaffen eine Küchenatmosphäre. Das Gespräch wird moderiert und findet ohne Präsentationstechnik statt. Hat man sich für einen größeren Rahmen mit Publikum entschieden, sollte Tontechnik eingesetzt werden.

Ablauf

- Zu Beginn wird das Thema durch die Moderation eingeführt. Dies kann durch einen kurzen Input, einen kleinen Einspieler, ein Gedicht oder eine Kurzgeschichte erfolgen. Die Tischgäste werden vorgestellt. Dabei weisen die Fragen immer einen starken persönlichen Bezug auf: Welche Wertvorstellungen, Erfahrungen oder Interessen führen zur jeweiligen Position?
- Das Gespräch kann auch erst einmal 1 : 1 stattfinden, so dass die Moderation mit jedem Gast alleine spricht – wie auf einer Party, zu der immer neue Gäste dazukommen, bis am Ende alle miteinander im Gespräch sind. Wahlweise können Elemente des Fishbowls genutzt werden. Ab einem bestimmten Punkt des Gespräches können sich Menschen aus dem Publikum zeitlich begrenzt dazusetzen und ins Gespräch einsteigen.

Besonderheiten

- Der Küchentisch kann als zentrales Gestaltungselement mit auf Tour gehen: Er steht auch schon einmal an ungewöhnlichen Plätzen (Fabrikgelände) oder wandert von Ort zu Ort.



Rotes Sofa

Idee

- Ein (rotes) Sofa. Ein Platz zum Zuhören. Das Sofa wird ähnlich wie bei dem oben beschriebenen Küchentisch zum zentralen Gestaltungselement. Es wird im öffentlichen oder auch geschützten Raum platziert und lädt dazu ein, Platz zu nehmen, Meinungen und Anliegen kundzutun. Die Einladenden hören zu, sammeln Ideen und dokumentieren. Das Ganze funktioniert aber auch umgekehrt. Das (rote) Sofa kann ebenso der Platz sein, wo Bürger_innen zuhören, was Politik um- und vorantreibt.



Zielgruppe

- Die Methode ist vielfältig einsetzbar. Sie ist geeignet für Schüler_innen im schulischen Kontext, in der Stadtteilarbeit, im Verein oder politischen Kontext. Die Gruppengröße ist flexibel. Sie funktioniert als kleine Runde quasi im Vorbeilaufen: Platz nehmen und ins 1:1-Gespräch kommen, aber auch Diskussionen mit einem größeren Publikum sind mit dem Sofa möglich.

Rahmen

- Zentral ist das (rote) Sofa. Es steht im öffentlichen Raum oder wird im Rahmen einer Veranstaltung eingesetzt. Die Methode funktioniert mit oder ohne Publikum. Der oder die Gastgeber_in führt als Gesprächspartner_in durch das Gespräch. Das Gespräch findet ohne Präsentationstechnik statt. Hat man sich für einen größeren Rahmen mit Publikum entschieden, sollte Tontechnik eingesetzt werden.

Ablauf

- Das Thema wird eingeführt. Idealerweise wurde zu der Veranstaltung oder Aktion im öffentlichen Raum mit Themenbezug eingeladen.
- Der oder die Gastgeber_in gibt eine kleine Einführung, führt mit Fragen durch das Gespräch und dokumentiert Ideen.
- Auch bei dieser Methode können die Gesprächspartner_innen wechseln und so neuen Input bringen.

Besonderheiten

- Das (rote) Sofa kann als zentrales Gestaltungselement eine Veranstaltungsreihe prägen und auf einer Tour immer dabei sein.

Brownbag Lunch

oder Kantinengespräch

Idee

- In der sogenannten „in der Rush-Hour des Leben“ zwischen Familie, Job und Hobbys fällt es vielen schwer, auch noch Zeit für politische Bildung zu finden; dabei sind die Perspektiven dieser Bevölkerungsgruppe wichtig für die gesellschaftspolitische Debatte. Was also tun, wenn die Zeit am Abend oder Wochenende knapp ist? Wir verlegen das politische Bildungsangebot in die Mittagspause – entweder digital oder gleich in die Kantine. Während der Veranstaltung kann gegessen und parallel dazu noch neuer Input mitgenommen und gute Gespräche geführt werden.

Zielgruppe

- Die Methode richtet sich an Menschen, die ein knappes Zeitbudget haben und im Rahmen einer Mittagspause ansprechbar sind. Die Runden können groß oder klein sein. Dabei kann es sich um eine regelmäßige Reihe des Betriebsrats oder Themen aus dem Arbeitskontext bis hin zu aktuellen politischen Themen handeln. Das Ganze funktioniert mit externen Gästen als Inputgeber_innen oder aber auch aus dem Team heraus.

Rahmen

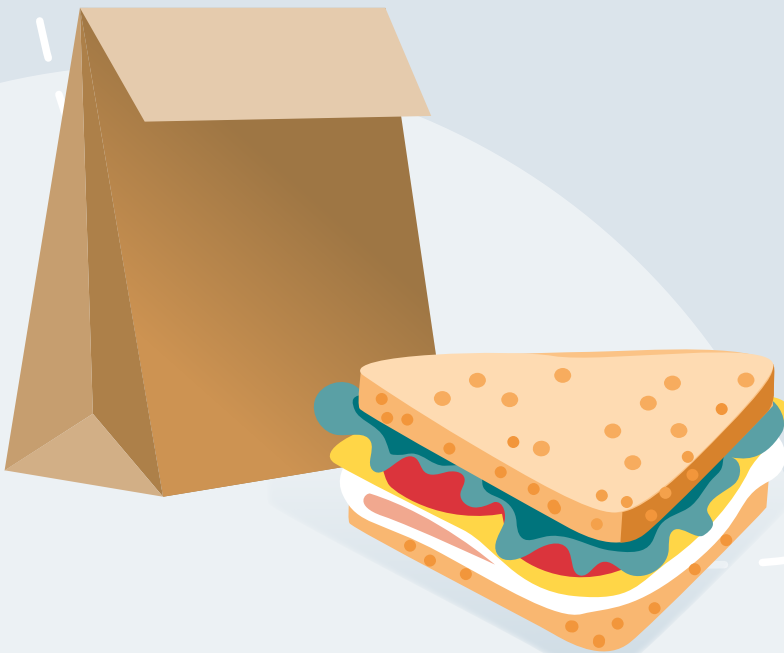
- Wir brauchen einen ZOOM-Link (oder Ähnliches) für ein digitales Mittagsangebot oder einen Bereich in der Kantine, um zusammenzusitzen. Da die Teilnehmenden nebenbei essen, sollte es zunächst einen Input geben, um zuhörend in das Thema hineinzukommen. Ab der Hälfte der geplanten Zeit kann die Runde dann geöffnet werden. Die Dauer muss an die übliche Mittagspausenlänge angepasst werden. Da diese meist kürzer ist als eine Abendveranstaltung, sollten weitere Informationen zur Verfügung gestellt werden und bestenfalls sind die Teilnehmenden so begeistert, dass sie sich für weiterführende Formate interessieren.

Ablauf

- Das Thema und die Fragestellung werden vorgestellt. Der anschließende Input kann als Einspieler oder Präsentation ganz klassisch erfolgen. Die Runde sollte dann für Gespräche geöffnet werden. Eine Moderation wird empfohlen. Pausenzeiten sind strikt einzuplanen und einzuhalten.

Besonderheiten

- Der Name „Brownbag Lunch“ hat seinen Ursprung in der amerikanischen Mittagstradition. Das Mittagessen wird in braunen Papiertüten („Brown Bags“) mitgebracht und alle setzen sich zum Essen, Reden und Zuhören zusammen.



Empathisches

Zuhören

Idee

- Bei dieser Kommunikationsmethode wird der Fokus auf Empathie, bewusstes Zuhören und gewaltfreie Kommunikation gelegt. Die Zuhörenden lassen sich voll und ganz auf die/den Gesprächspartner_in ein. Sie hören dabei nicht nur auf die Worte, sondern versuchen auch die Gefühle und Gedanken zu verstehen.

Zielgruppe

- Die Methode ist für alle Altersgruppen nutzbar – ob im Klassenrat in der Schule, im Verein oder im Rahmen von Workshops.

Rahmen

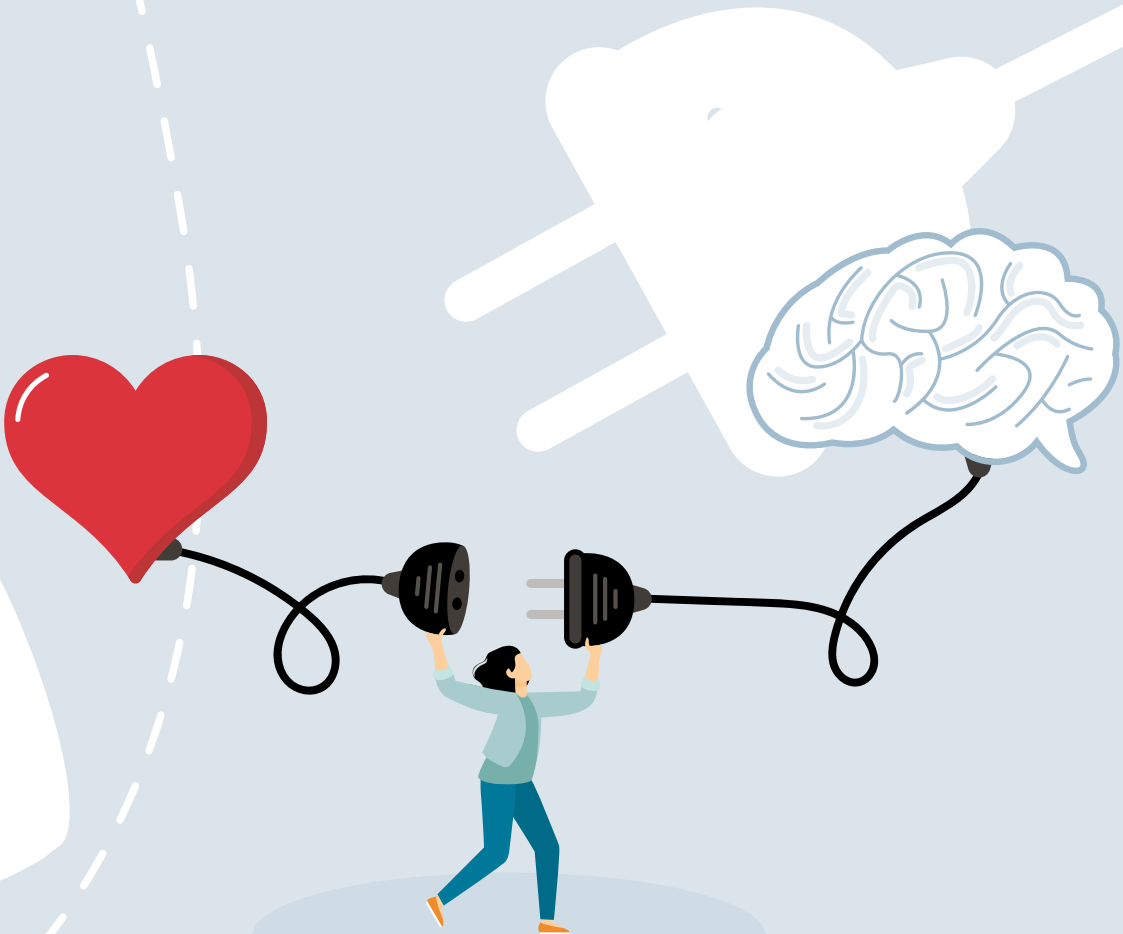
- Die Methode braucht keine besondere Ausstattung. Zeit und Ruhe helfen dabei, sich auf Gedanken und Gefühle des Gegenübers einzulassen. Es ist hilfreich, eine gute Atmosphäre herzustellen, z. B. durch gemütliche Sitzmöglichkeiten, eine Tasse Tee oder Kaffee und leise Hintergrundmusik.

Ablauf

- Die Teilnehmenden bilden Gesprächspaare. Dabei bekommt eine Person den Auftrag zum empathischen Zuhören und das Gegenüber teilt Einstellungen und Positionen. Die Zeit kann flexibel festgelegt werden. Die sprechende Person sollte aber mindestens 5 min Zeit erhalten. Die zuhörende Person hört zu, ohne zu kommentieren oder zu bewerten. Am Ende fasst sie das Gehörte zusammen. Dabei liegt das Augenmerk auf den wahrgenommenen Gefühlen und Bedürfnissen. Im Anschluss gibt es eine Rückmeldung, ob sich die Person richtig verstanden gefühlt hat. Die Positionen werden dann gewechselt.

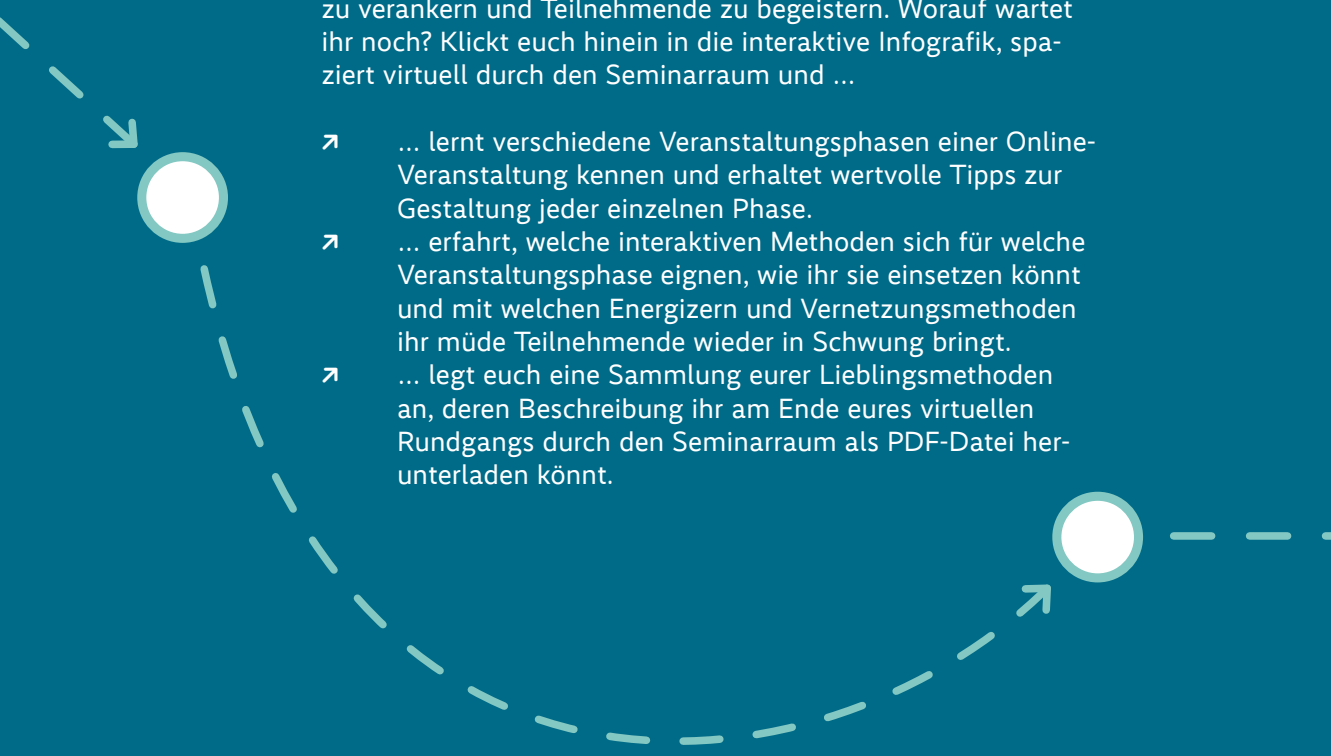
Besonderheiten

- Diese Kommunikationsmethode schult den geduldigen Umgang miteinander und hilft, Missverständnissen vorzubeugen. Wischen und Skippen wie auf Social-Media-Plattformen oder ein sofortiges Bewerten sind nicht erlaubt. Das empathische Zuhören erfordert aber auch Übung beim Erzählen. Wie erkläre ich meine Einstellungen? Wie bin ich zu einer Position oder Meinung gekommen?



Digitale Formate & Tools

Ihr seid auf der Suche nach spannenden Methoden für eure Online-Veranstaltungen, die eure Teilnehmenden in Aktion bringen und gleichzeitig den Lernerfolg steigern? Ob zum Kennenlernen oder für den Einstieg, zur thematischen Vertiefung oder zum Abschluss mit Transferübungen und Feedback – überall kann der Einsatz geeigneter Methoden in Online-Veranstaltungen helfen, Lernende bei der Stange zu halten, Wissen zu verankern und Teilnehmende zu begeistern. Worauf wartet ihr noch? Klickt euch hinein in die interaktive Infografik, spaziert virtuell durch den Seminarraum und ...

- 
- ... lernt verschiedene Veranstaltungsphasen einer Online-Veranstaltung kennen und erhaltet wertvolle Tipps zur Gestaltung jeder einzelnen Phase.
 - ... erfährt, welche interaktiven Methoden sich für welche Veranstaltungsphase eignen, wie ihr sie einsetzen könnt und mit welchen Energizern und Vernetzungsmethoden ihr müde Teilnehmende wieder in Schwung bringt.
 - ... legt euch eine Sammlung eurer Lieblingsmethoden an, deren Beschreibung ihr am Ende eures virtuellen Rundgangs durch den Seminarraum als PDF-Datei herunterladen könnt.



Innovativ, immersiv und interaktiv

Die Augmented-Reality-Projekte der FES

Mit dem Respekt-Cube zu einem respektvollen Umgang miteinander

- Tauche mit dem Respekt-Cube der Friedrich-Ebert-Stiftung in die Welt der Augmented Reality ein und schaffe für Jugendliche im Alter zwischen zwölf und 16 Jahren ein Lernerlebnis der besonderen Art! In diesem interaktiven und hybriden Lernangebot dreht sich alles um das Thema Respekt in unserer Gesellschaft. Was bedeutet ein respektvoller Umgang miteinander – im Internet, in der Schule, gegenüber anderen Kulturen und Lebensentwürfen? Diese und weitere Fragen können anhand von sechs immersiven Szenen und einem ausführlichen Begleitmaterial mit Vertiefungstexten und Aufgaben erarbeitet werden. Über das Scannen des QR-Codes und die jeweilige Würfel-Seite via Kamerafunktion des Smartphones oder Tablets erhalten die Jugendlichen Zugang zu den Szenen und jeweiligen Aufgabenstellungen.



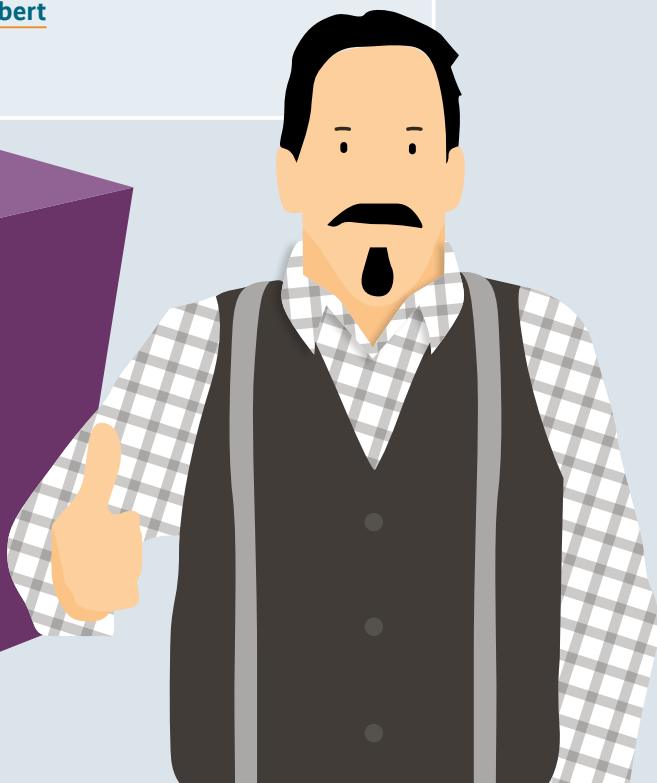
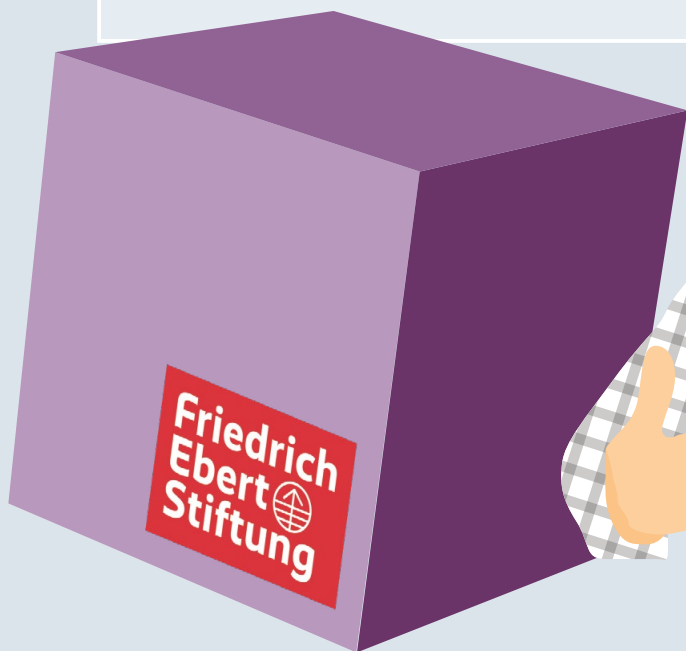
Erfahrt hier mehr zum Augmented-Reality-Projekt:
www.fes.de/respekt-cube

3D-Avatar von Friedrich Ebert stellt die Stiftung vor

- Scannt den QR-Code (QR-Code zum Projekt einfügen) und holt den 3D-Avatar von Friedrich Ebert zu euch nach Hause. Erfahrt von ihm mehr zu der Entstehung und den Arbeitsschwerpunkten der Friedrich-Ebert-Stiftung und testet euer Wissen zur FES-Arbeit in einem Quiz.



Erfahrt hier mehr zum 3D-Ebert:
www.fes.de/ar-ebert



Gaming

Idee

- Durch Gaming lassen sich Zielgruppen erreichen, die durch klassische politische Bildungsformate nur schwer anzusprechen sind. Ein Gaming-Talk-Format auf Twitch, das ein bestimmtes Game in den Fokus nimmt und gesellschaftspolitische Themen behandelt, kann neue Zielgruppen auf zwei Ebenen ansprechen – einerseits Games als identitätspolitischen Repräsentationsraum ernst nehmen und Zuschauende durch gewohnte Sehgewohnheiten dort abholen, wo sie sind, und andererseits durch Gäst_innen und Streamende bereits bestehende Bindungen nutzen, um Sensibilität für gesellschaftspolitische Themen zu schaffen.

Zielgruppe

- Junge Erwachsene und Jugendliche (ca. 18 bis 39)
- Digital affine Menschen
- Menschen, die bisher wenig Berührungspunkte mit politischen Bildungsangeboten hatten.



Rahmen

- Dauer: ca. 120 Minuten, davon 90 Minuten Gaming-Talk und 30 Minuten Fragerunde (Q&A) mit Expert_innen und Gäst_innen
- Die Teilnehmenden-Anzahl kann unbegrenzt sein.
- Für die Zuschauenden: Bereitstellung eines anonymen Fragetools, wie Tweedback
- Für die Gäst_innen: Zoom-Raum bereitstellen
- Chat-Moderation wichtig, um einen sicheren Raum für Zuschauende und Gäst_innen zu bieten.

Ablauf

- Nach einer kleinen Begrüßung durch den/die Content Creator_in stellen sich die Gäst_innen vor.
- Die Zuschauenden werden mit einer zum Thema passenden Frage eingeladen, direkt zu interagieren.
- Vorstellung des Spiels und seiner gesellschaftspolitischen Relevanz
- Lockere Talk-Atmosphäre zwischen Moderation und Gäst_innen
- Gemeinsam beim Talk wird das Spiel gespielt und miteinbezogen.
- Nach 90-Minuten stellen die Zuschauenden Fragen an die Expert_innen.

Besonderheiten

- Ein Gaming-Talk auf Twitch bietet einen barrierearmen Zugang zu politischer Bildung. Die direkte Interaktion mit Zuschauenden ermöglicht Teilhabe über alle Bildungsschichten hinweg. Im Idealfall wird der Stream durch eine_n Content Creator_in geleitet, sodass der Talk als aufsuchende digitale politische Bildung an eine bereits bestehende Community anknüpft.

Mehr dazu

- www.fes.de/lmk/5mz
- www.fes.de/lmk/5m-

Interaktive Infografik

Idee

- Mit der interaktiven Infografik lassen sich aktuelle und gesellschaftlich relevante Themen nicht nur auf Informationsebene vermittelt, sondern spielerisch und individuell erlernen. Komplexe Themen werden in kleinen Sinnabschnitten multimedial aufbereitet. Ob fiktionale oder geschichtliche Erzählungen, kreative Visualisierungen, spannende Erkundungen oder informative Erklärungen – Infografiken bieten eine enorme Spannweite an Möglichkeiten zur Vermittlung komplexer Inhalte. Und ganz nebenbei macht es auch noch Spaß, sich durchzuklicken, zu scrollen und zu wischen.

Zielgruppe

- Die interaktive Infografik ist für verschiedene Zielgruppen geeignet. Wer Lust auf spielerische Elemente und digitale Tools hat, ist hier genau richtig. So kann auch außerhalb von Veranstaltungen eine potenziell hohe (virale) Reichweite erzielt und es können neue Zielgruppen erschlossen werden.

Rahmen

- In der Regel braucht es einen professionellen Dienstleister, mit dem man gemeinsam die Infografik konzipiert und erstellt. Je nach Aufwand und Komplexität der Grafik variieren die Kosten stark. Je weniger Interaktionsmöglichkeiten eingebettet werden und je einfacher die Grafik in der visuellen Gestaltung sowie auf den Inhaltsebenen gehalten wird, desto günstiger ist auch ihre Umsetzung.
- Aufwand und Kosten müssen natürlich im Verhältnis zur Nutzung stehen. Die Einsatzmöglichkeiten müssen möglichst vielfältig sein.

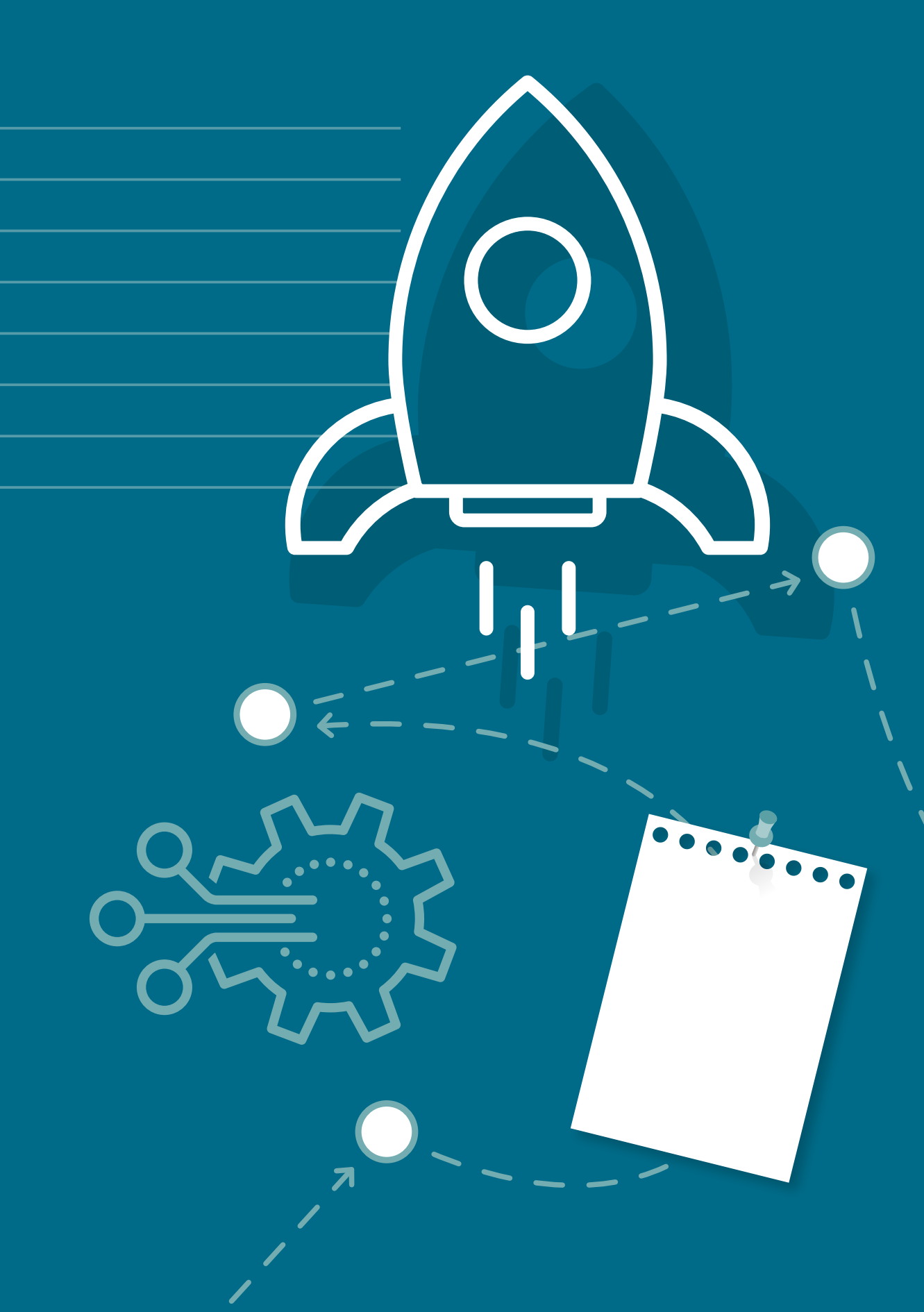
Ablauf

- Die interaktive Infografik kann als Modul im Rahmen von Workshops, Fortbildungen oder Konferenzen eingesetzt werden. Sie kann für sich als Informationsquelle für ein Thema stehen. Die Bewerbung über Social Media kann die Reichweite vergrößern. Mit einem anschließenden Quiz oder Test kann das Wissen getestet werden.

Mehr dazu

- www.fes.de/digitales-lernen/infografiken





Zukunfts- methoden

Je komplexer die Herausforderungen, denen sich politische Bildung stellen muss, desto wichtiger wird es, mit menschenzentrierten und zukunftsorientierten Methoden Lösungen zu entwickeln. Je nachdem, ob man bereits Nutzer_innen, Stakeholder oder Betroffene in die Erarbeitung einbeziehen kann, oder eine konkrete Problemlage bereits bekannt ist, oder nicht, greifen unterschiedliche methodische Ansätze. Methoden des Design Thinking oder Human Centered Design setzen auf die unmittelbare Einbeziehung von Nutzer_innen in die Entwicklung von gesellschaftspolitischen Lösungen. Bei den Szenariotechniken werden Zukunftsvarianten für konkrete Problemlösungen auf der Basis bekannter Rahmenbedingungen erarbeitet. Und bei den Zukunftsmethoden des Future Search, Futures Thinking oder Design Futuring arbeitet man mit Zukünften, für die es noch keine Zeug_innen geben kann und deren Rahmenbedingungen und Anforderungen noch unklar sind.

Design Thinking/ Menschenzentriertes Design

Idee

- Design Thinking (DT) ist eine effektive Innovationsmethode für die Nutzer_innen/menschenzentrierte Gestaltung von Strategien, Produkten oder Dienstleistungen. Dabei ist DT aber keine Veranstaltungsmethode, sondern eher ein mit Methoden verknüpfter Prozess. In kürzester Zeit können kollaborativ Ideen gesammelt und zu Konzepten oder Prototypen verarbeitet werden. DT kann aber auch als Haltung verstanden werden, iterativ und demokratisierend zu arbeiten.
- Design Thinking kann in Workshops, Meetings, Tutorials etc. verwendet werden. Es können auch längerfristige Transformationsprozesse und Organisationsentwicklungen durch DT begleitet werden. Den Konzepten von Ko-Kreation und kreativer Raumgestaltung wird große Bedeutung beigemessen. Auch zukünftige Nutzer_innen der Ideen werden immer wieder in den Entwicklungsprozess involviert. So können in kurzer Zeit neue Ideen entwickelt werden, um soziale Innovationen anzustoßen. Wichtig ist dafür eine offene Lern- und Arbeitskultur, in der es ausdrücklich gewünscht ist, auszuprobieren, zu testen und aus Fehlern zu lernen.

Zielgruppen

- Heterogene Gruppen für möglichst diversen Input bzw. Output

Rahmen

- Dauer ein (Design Sprint) bis zwei Tage
- Ein möglichst variabler Raum
- drei bis vier Stehtische, vier Stehhocker, Sitzwürfel, drei bis vier Stell-/Pinnwände, Flipcharts, Musikanlage, Moderationsmaterial, Prototyping-(Bastel-)Material

Ablauf

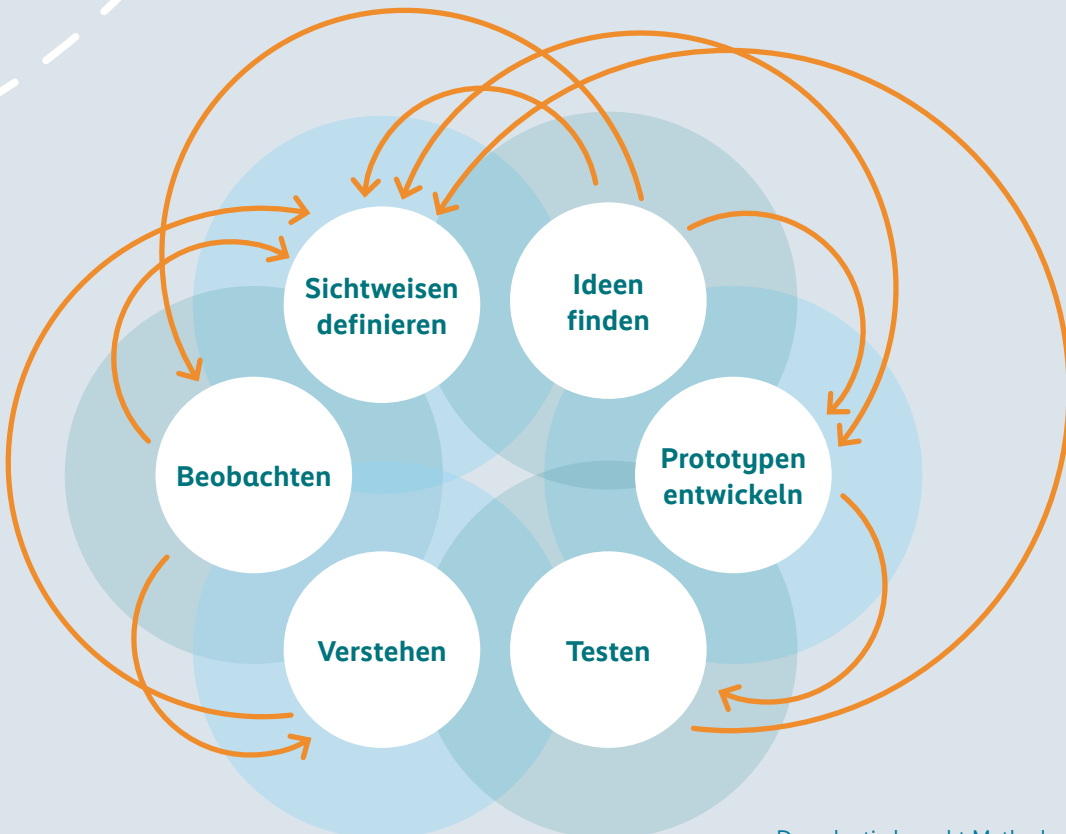
- Zielgruppe befragen und verstehen, Empathie aufbauen, Probleme identifizieren
- Recherchieren und Beobachten
- unterschiedliche Sichtweisen definieren
- Brainstorming und Lösungsentwicklung
- Prototyp entwickeln, möglichst realistisch testen und verbessern
- Mögliche Werkzeuge zur Unterstützung des Arbeitsprozesses sind u.a. „Personas“, „Brainstorming“, „Storytelling“, „Empathy map“, „I like, I wish, what if“

Besonderheiten

- Iterative Prozesse zur Lösung komplexer Probleme. Kreativ und ungewohnt, aber zugleich sehr strukturiert und zügig. Bietet Raum, um unterschiedliche Methoden im Prozess auszuprobieren und anzuwenden. Vereint viele Elemente von Kollaboration, Selbstorganisation, Kreativitätstechniken und partizipativen Methoden.

Mehr dazu

- Workbook „Wann, wenn nicht jetzt? Wo, wenn nicht hier?“
library.fes.de/pdf-files/dialog/15371.pdf
- Hasso-Plattner-Institut hpi.de/d-school/themen/design-thinking



Szenario-Workshop/ -Konferenz

Idee

- Bei einem Szenario-Workshop bzw. einer -Konferenz sollen unterschiedliche mögliche Zukünfte erfahrbar gemacht werden, um politische Handlungsfähigkeit zu erweitern. Es gibt unterschiedliche Methoden, wie die Delphi-Methode (starker Fokus auf Expert_innen-Befragungen), Horizon-Scanning (kontinuierliche Früherkennung) oder die Szenario-Technik. Bei letzterer werden mögliche Zukunftsentwicklungen (Szenarien) dargestellt und durchgespielt. Dadurch können verschiedene Entwicklungsverläufe wiedergegeben und Zeitpunkte entdeckt werden, an denen die Weichen noch gestellt werden können.
- Die Technik wird sowohl auf lokaler Ebene genutzt als auch auf transnationaler Ebene von großen Organisationen wie der UNO oder EU, z. B. in Klimafragen oder zu gesellschaftlichen Themen, wie zum Thema Migration und Einwanderungsgesellschaft.

Zielgruppen

- Heterogen: Vertreter_innen aus Politik, Wissenschaft, Zivilgesellschaft und vom Thema Betroffene

Rahmen

- Zwei Tage
- In der Regel 25 bis 30 Personen
- Großer Raum oder ein Plenarsaal und mehrere kleine Gruppenarbeitsräume
- Ein bis zwei Moderator_innen
- Arbeitsmaterialien (u. a. klassische Moderationsmaterialien)

Ablauf

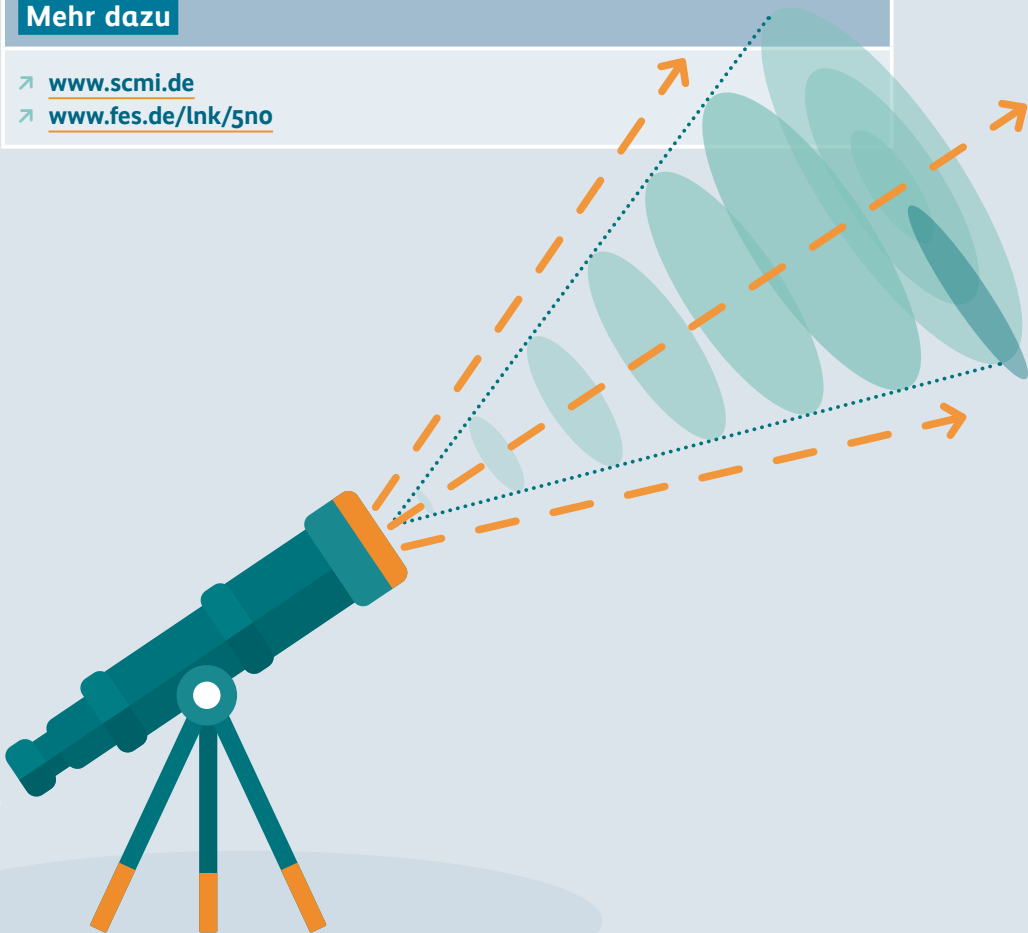
- Der Ablauf gliedert sich in vier Phasen: Ähnlich wie in der Zukunftswerkstatt wird zuerst der Ist-Zustand in einer Problemanalyse (Phase 1) dargestellt.
- In der anschließenden Einflussanalyse (Phase 2) werden Einflussfaktoren bestimmt. Diese dienen dann dazu, in der dritten Phase verschiedene Szenarien in Kleingruppen zu entwickeln und zu diskutieren, um dann abschließend im vierten Schritt Problemlösungen aufzuzeigen und zu den verschiedenen Szenarien Handlungsstrategien abzuleiten.

Besonderheiten

- Ein Szenario-Workshop ist sinnvoll einzusetzen, wenn eine konkrete Problemlage bereits erkannt ist und entsprechende Handlungsstrategien entwickelt werden sollen, um die Probleme zu lösen. Die Methode ist sehr beteiligungsorientiert, da sich alle Teilnehmenden in den strukturierten Dialog einbringen. Durch die Beteiligung von Expert_innen verknüpft die Methode Forschung und gesellschaftliche Fragestellungen.

Mehr dazu

- www.scmi.de
- www.fes.de/lnk/5no



Zukunftskonferenz, Futures Thinking, Design Futuring

Idee

- Die Zukunft ist das, was wir daraus machen. Mit allen drei Formaten findet eine strategische Auseinandersetzung mit möglichen Zukünften statt. Diese helfen, komplexen Herausforderungen frühzeitig und strukturiert begegnen zu können. Mithilfe von Denkwerkzeugen und Methoden der Zukunftsforschung werden möglichst konsequent konkrete Zukunftsbilder/-szenarien entwickelt und Handlungsstrategien für die Gegenwart daraus abgeleitet. Dabei geht es nicht darum, die Zukunft exakt vorauszusagen, sondern mit wünschenswerten Zukünften schon im Hier und Jetzt zu arbeiten, und damit auch Dystopien zu erkennen und zu verhindern. Indem man einen gestaltbaren Möglichkeitsraum für die Arbeit an der Zukunft erschafft, können die Beteiligten auch in unsicheren Zeiten Selbstwirksamkeit, Resilienz und Zukunftsmut erfahren.

Zielgruppen

- Heterogenes Publikum: Bürger_innen/Interessengruppen, die vom Thema betroffen sind.
- Multi-Stakeholder-Gruppen
- Intergenerationale Gruppen

Rahmen

- Ein bis drei Tage
- 15 –100 Teilnehmende
- Großer Raum oder ein Plenarsaal und mehrere kleine Gruppenarbeitsräume
- Ein bis zwei Moderator_innen
- Arbeitsmaterialien (u. a. klassische Moderationsmaterialien, Trendkarten bis hin zu Bastel- und Kreativmaterialien für die Visionenphase)

Ablauf

- In der Regel gibt es drei Kernphasen, die aufeinander aufbauen. In der Explorationsphase werden ausgehend vom Ist-Zustand Handlungsbedarfe und Defizite analysiert, Trends, Signale gesammelt und Muster analysiert. In der anschließenden Visionen- oder Zukunftsbilderphase werden Idealszenarien für die Zukunft entwickelt und durch Narrative erlebbar beschrieben. In der Strategien- oder Realisierungsphase einigt man sich auf konkrete Ziele oder Maßnahmen, die dabei helfen können, die Ideen der Visionenphase Wirklichkeit werden zu lassen. Dabei wechseln sich Plenums- und Kleingruppenarbeit ab, und es werden unterschiedliche Moderationsmethoden und Zukunftswerkzeuge angewandt.

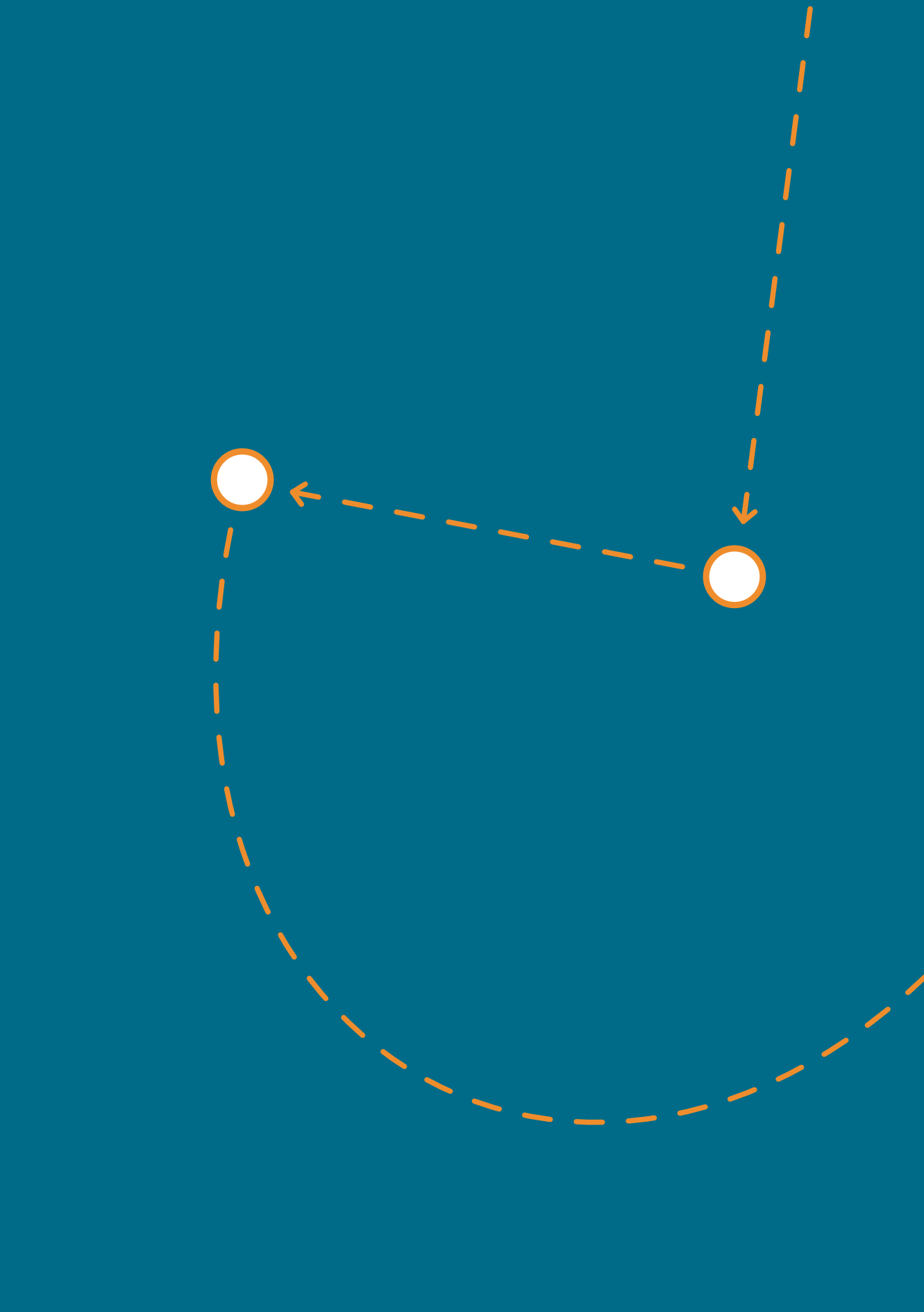
Besonderheiten

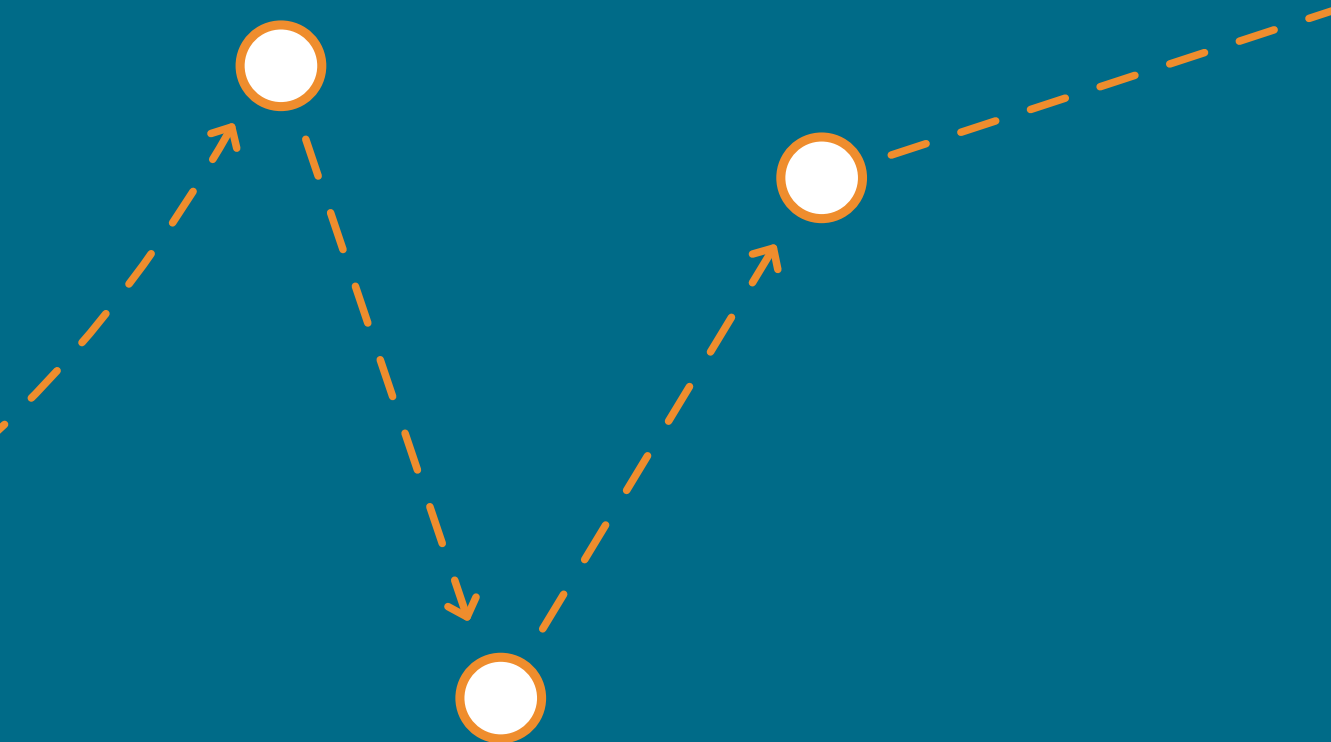
- Zukunftsmethoden sind sehr inspirierend und herausfordernd. Sie regen dazu an, die eigene Komfortzone zu verlassen und sich für neue Sichtweisen zu öffnen. In der gemeinsamen Erarbeitung einer Zukunftsvision liegt die Chance, viele Menschen mit unterschiedlichen Perspektiven an konkreten Planungsmaßnahmen zu beteiligen und sie damit auch zu Gestalter_innen von Projekten werden zu lassen. Sie fördern die Vernetzung von verschiedenen Stakeholdern und Engagement. Gleichzeitig zeichnen sie sich durch ein eigenverantwortliches und selbstbestimmtes Arbeiten aus.

Mehr dazu

- Benedikt Groß, Eileen Mandir, Zukünfte gestalten – Spekulation, Kritik, Innovation, Verlag Hermann Schmidt, 2022.
- Zukunftskonferenz: organisationsberatung.net/future-search-zukunftskonferenz
- Zukunftswerkstatt: www.zukunftswerkstaetten-verein.de







Über die Autor_innen

Dr. Lisa Bogerts

Ist Politik- und Kommunikationswissenschaftlerin und Beraterin mit dem Themenschwerpunkt Politischer Protest und Kunst. Zuletzt leitete sie ein Forschungsprojekt am Institut für Protest- und Bewegungsforschung (ipb).

→ **Jochen Dahm**

Ist Co-Leiter des Teams Demokratie in der Abteilung Politische Bildung und Dialog der Friedrich-Ebert-Stiftung.

→ **Dr. Stefanie Elies**

Ist Referatsleiterin in der Abteilung Politische Bildung und Dialog sowie Genderkoordinatorin der Friedrich-Ebert-Stiftung. Sie ist Design Thinking Coach und Feminist Futurist.

→ **Jan Niklas Engels**

Ist Referent für Empirische Trend- und Sozialforschung im Referat Analyse und Planung der Friedrich-Ebert-Stiftung. Zuvor war er in verschiedenen Funktionen im In- und Ausland für die FES tätig, u. a. als Büroleiter in Budapest, Ungarn.

→ **Alina Fuchs**

Ist Co-Leiterin des Teams Demokratie in der Abteilung Politische Bildung und Dialog der Friedrich-Ebert-Stiftung.

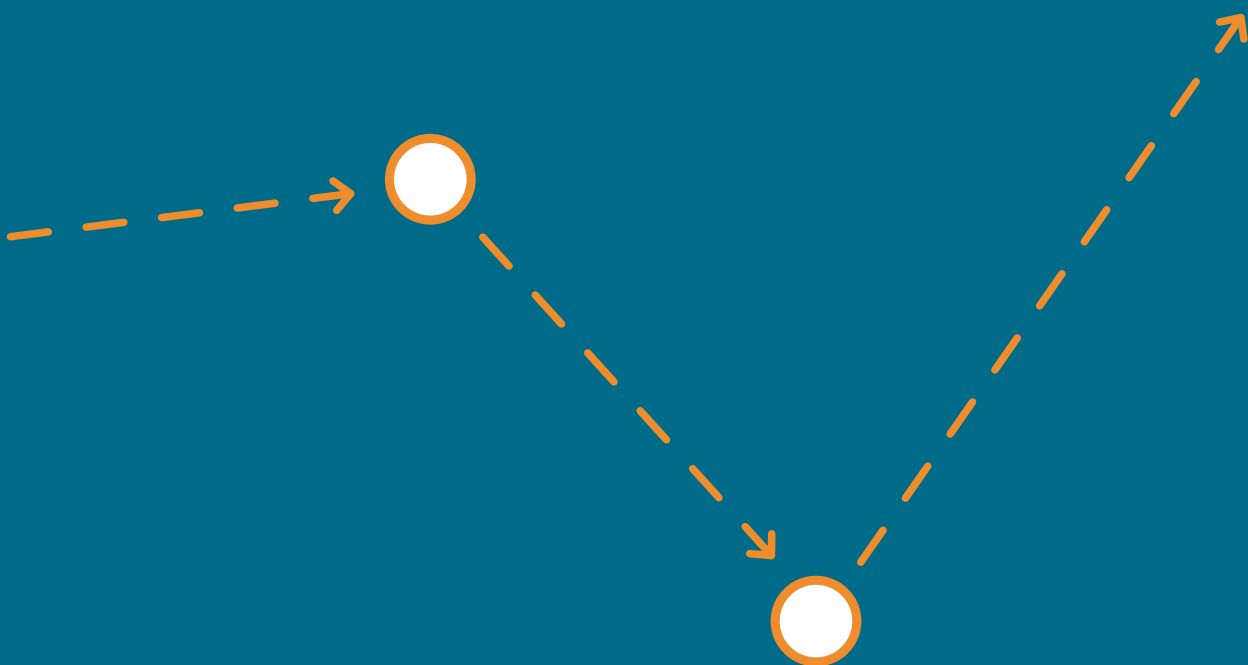
→ **Anni Hagedorn**

Ist pädagogische Assistenz im Projekt „Aufsuchende politische Bildung“ der FES mit Sitz in Sachsen-Anhalt.

- **Hans Komorowski**
Ist Referent und Koordinator des Projektes „Aufsuchende politische Bildung“ in der FES.
- **Yvonne Lehmann**
Ist Referentin für Jugend und Politik im Referat Engagement, Qualifizierung und digitale Bildung der Friedrich-Ebert-Stiftung.
- **Nicole Loew**
Ist Referentin für Empirische Trend- und Sozialforschung im Referat Analyse und Planung der Friedrich-Ebert-Stiftung. Zuvor arbeitete sie als wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Freien Universität Berlin zu Populismus sowie Wahl- und Einstellungsforschung.
- **Katrin Matuschek**
Leiterin des Teams Digitale Bildung in der Friedrich-Ebert-Stiftung, das innerhalb der FES Standards für die digitale politische Bildungs- und Beratungsarbeit einführt, Kompetenzen für interaktive digitale Formate vermittelt und Trends für digitales Lernen im Blick behält.
- **Kerstin Ott**
Leitet das Team Jugend und Politik im Referat Engagement, Qualifizierung und digitale Bildung der Friedrich-Ebert-Stiftung.
- **Catrina Schläger**
Ist Referatsleiterin in der Abteilung Analyse, Planung und Beratung der Friedrich-Ebert-Stiftung.
- **Franziska Schröter**
Ist Referentin gegen Rechtsextremismus in der Abteilung Politische Bildung und Dialog der Friedrich-Ebert-Stiftung.
- **Dr. Nina-Kathrin Wienkoop**
Ist Politikwissenschaftlerin und Ethnologin, Autorin, Trainee, Beraterin und politische Bildnerin. Sie ist Vorstandsmitglied am Institut für Protest- und Bewegungsforschung (ipb) und Dozentin an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften (HAW) in Hamburg.

Notizen





Demokratie braucht Methode

– denn sie ist mehr als eine Staatsform. Sie muss von den Menschen getragen, mitgestaltet und gelebt werden. In diesem praktischen Methodenhandbuch werden aktuelle gesellschaftspolitische Analysen zusammengefasst und für die politische Bildung „übersetzt“. Wie können auch schwer erreichbare Zielgruppen mit aufsuchenden Formaten wieder für die Demokratie begeistert werden? Welches Werkzeug braucht die Demokratiewerkarbeit vor Ort? In welchen Milieus und mit welchen Ansätzen kann politisches Vertrauen zurückgewonnen werden? Und: wie können Menschen durch politische Bildungsangebote selbst ins TUN kommen und ihre Zukunft in der Demokratie aktiv gestalten?

Hier finden politische Bildner_innen und Akteure praxisnahe und beteiligungsorientierte Formate und Methoden die anregen sollen – zum mitmachen, streiten, zuhören, mitgestalten und wirksam werden.

Weitere Informationen zum Thema erhalten Sie hier:

➔ fes.de

