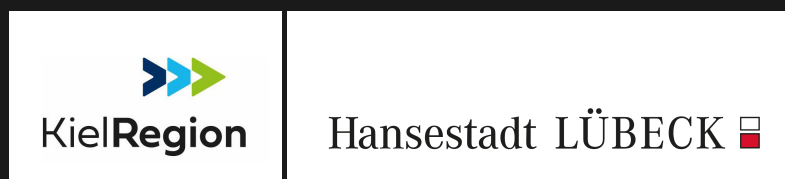


Interview-Studie Bürgerbeteiligung

Insights Report

Im Auftrag von:



Inhalte dieser Präsentation

Diese Präsentation dient der Vorstellung und Dokumentation der Erkenntnisse der Interview-Studie zum Thema Bürgerbeteiligung, durchgeführt im Januar und Februar 2026.

Inhalte

1	Methode Interview-Studie	3
2	Erkenntnisse aus den Interviews	9
2.1	Grad und Motivation von Beteiligung	11
2.2	Informationswege und Kontaktpunkte	16
2.3	Analoge Formate	27
2.4	Digitale Formate	32
2.5	Management Summary	38
3	Anhang (Interview-Leitfaden)	45

Methode

Interview-Studie



Methode

Interview-Studie

Im Zeitraum vom 20. Januar bis zum 5. Februar 2026 haben wir Interviews mit 9 Bürger:innen aus Kiel, Lübeck und dem Umland durchgeführt, um die Bedürfnisse bezogen auf Bürger:innenbeteiligung besser zu verstehen.

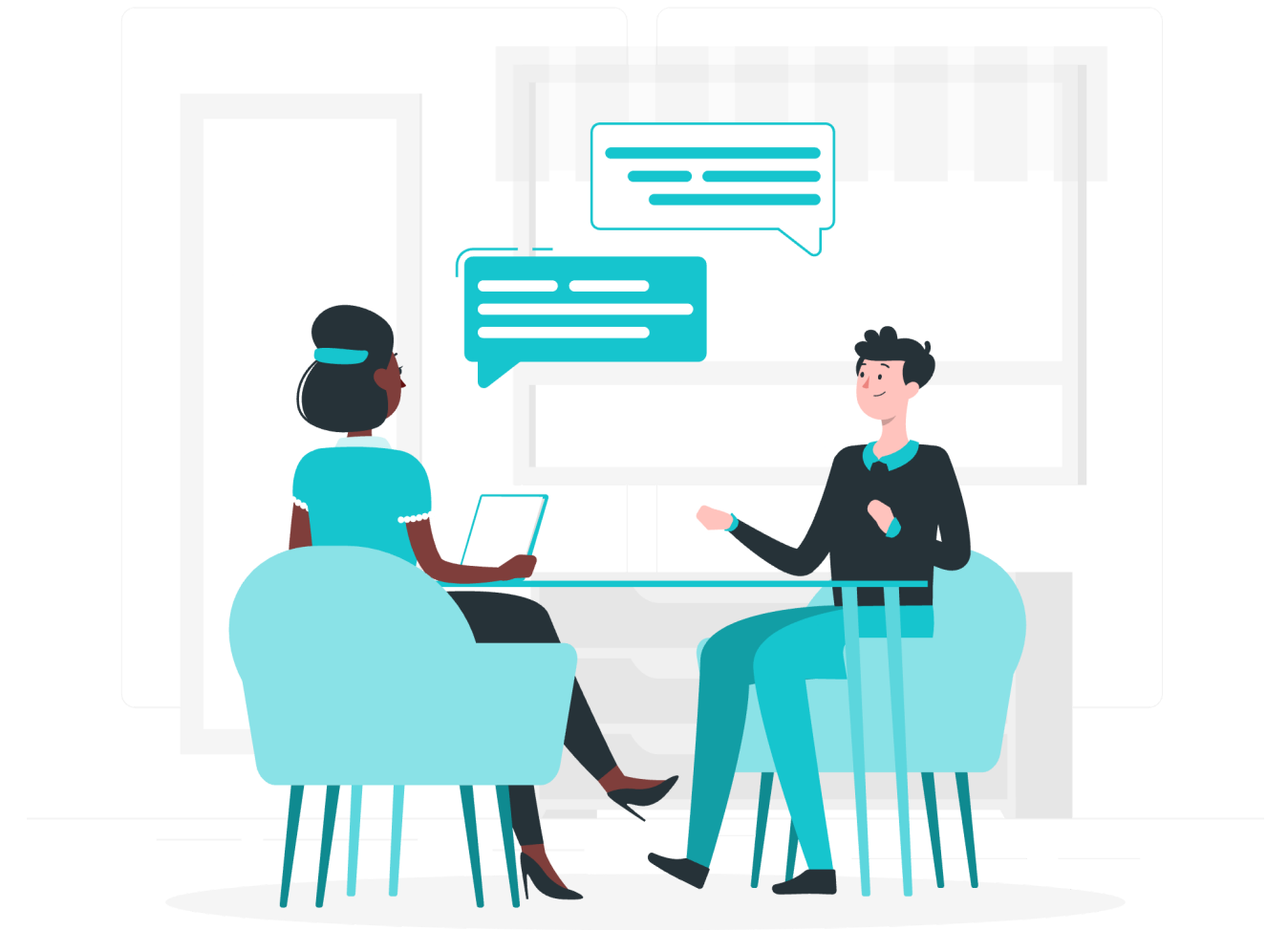
Unser Hauptaugenmerk lag dabei auf folgenden Themen:

- Motivation der Beteiligung
- Grad und Häufigkeit der Beteiligung analog und digital
- Kontaktpunkte und Informationswege zu Beteiligungsvorhaben
- Beteiligungs-Aktivität im Detail inklusive der genutzten Tools und Formate
- Einstellung zur Anonymität bei Beteiligungen
- generelle Zufriedenheit mit aktuellen Angeboten

Die Probanden wurden über eine Umfrage rekrutiert, welche von den Projektbeteiligten der Hansestadt Lübeck und von KielRegion geteilt wurden. Alle Interviews fanden remote statt und dauerten jeweils ~60 Minuten.



Kompletter Leitfaden
im Anhang



Teilnehmer:innen

Insgesamt wurde die Rekrutierungsumfrage von 38 Bürger:innen ausgefüllt von denen 18 ihre Bereitschaft für ein Interview erklärt haben. Auf Basis der vorab definierten Kriterien wurden 11 Bürger:innen zu einem Interview eingeladen und schlussendlich **9 Interviews** durchgeführt.

genannte Motivationen und Rollen bei der Beteiligung:

- Anbieter:in für Co-Working Räumen
- Mitglied in Sportvereinen, sowohl mit als auch ohne aktive Rolle
- Vereinsgründer:in für Schulungs- und Weiterbildungszwecke
- Mitglied in überregional agierenden Initiativen
- Koordinator:in für Mitwirkung
- Mitglied im Digitalbeirat
- Teil von kommunalpolitischen Ausschüssen
- Mandatsträger der Kommunalpolitik

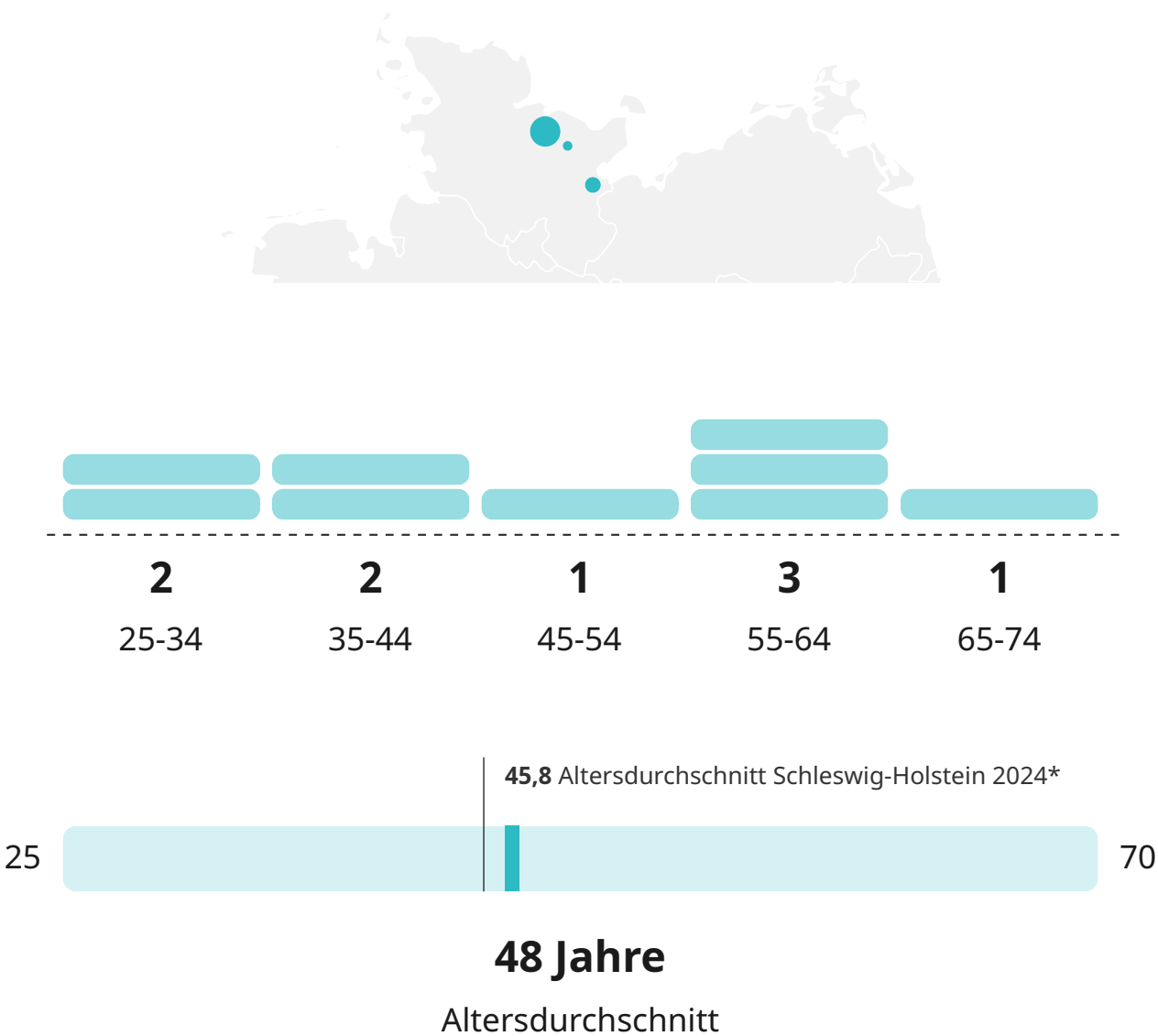


Methode

Teilnehmer:innen

Die Lebenssituation der Interviewpartner:innen erstreckt sich über das gesamte gesellschaftliche Spektrum, mit Ausnahme von Kindern und Jugendlichen.

- Die Interviewpartner:innen sind wohnhaft in der KielRegion (Kiel, Preetz, Wellsee) sowie im Raum Lübeck (Stadtzentrum und angrenzende Gemeinden)
- Die berufliche Vielfalt erstreckt sich vom Handwerk, über die Selbstständigkeit (z. B. Projektmanagement und Design) sowie Verwaltungsangestellte bis hin zu Pensionär:innen
- Dabei handelt es sich sowohl um junge Berufstätige als auch Eltern mit jüngeren Kindern und Ruheständler mit hoher zeitlicher Verfügbarkeit



*BUND-LÄNDER Demographie Portal

Erklärung zu den Erkenntnissen

Häufigkeit von Aussagen

Kreise zeigen an, wie viele interviewte Personen zu einer Aussage zugestimmt haben.

O-Töne

Direkte Zitate aus den Interviews.

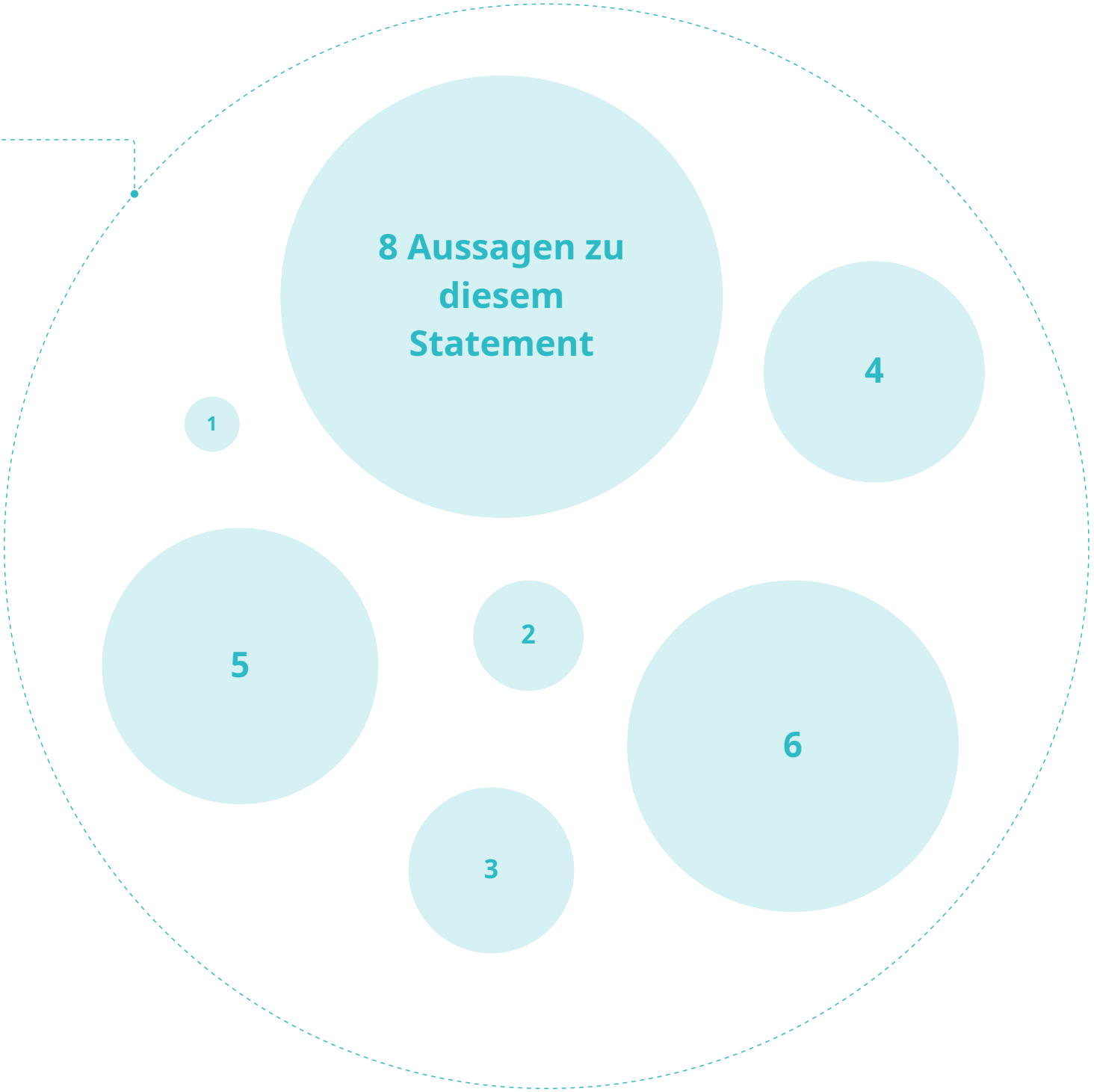
Hervorhebungen und zusätzliche Informationen

 Insights mit besonderer Relevanz für unser Projektvorhaben.

 Ergänzende Informationen.

Hinweise zur Auswertung

 Hinweise zur Interpretation der Erkenntnisse.



Disclaimer

Qualitative Methode

Interviews bieten uns die Möglichkeit, tief in die Meinungen und Einstellungen der potenziellen Nutzer:innen einzutauchen. Sie erlauben es jedoch nicht, verlässliche Aussagen über alle Nutzer:innen im Allgemeinen zu treffen.

Stichprobengröße und Repräsentativität

Es wurden 9 Bürger:innen befragt. Zufälle oder Personen mit extremen Ansichten können bei Stichproben dieser Größe zu starken Verzerrungen führen. Die Repräsentativität der Teilnehmer kann ebenfalls nie absolut garantiert werden, da es nicht möglich ist, alle Teilnehmer:innen nach dem Zufallsprinzip auszuwählen. Faktoren wie die Bereitschaft zur Teilnahme sowie die lokale Verfügbarkeit und die freie Zeit schränken die Auswahl ebenfalls ein.

Kontext

Interviews finden nicht im realen Nutzungskontext statt und ermöglichen keine Beobachtung des Nutzerverhaltens. Wir stützen uns auf die von den Bürger:innen selbst angegebenen Daten. Die geäußerten Einstellungen und Absichten spiegeln sich nicht immer im tatsächlichen Verhalten wider.



Erkenntnisse aus den Interviews

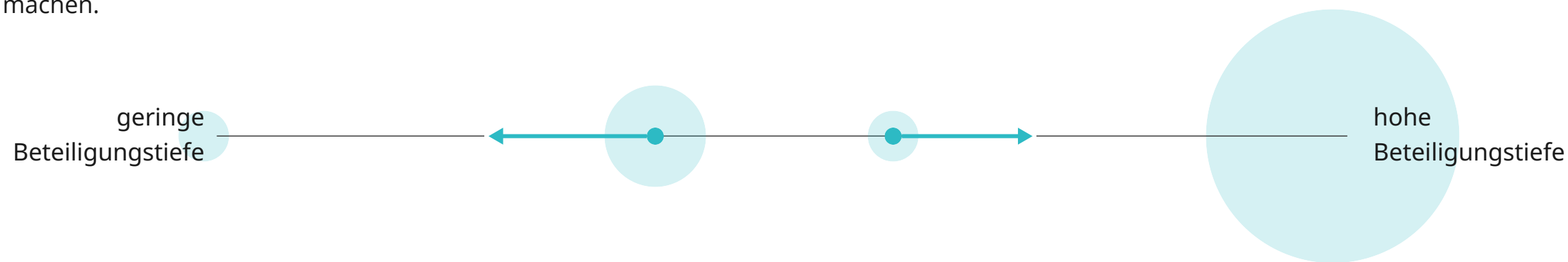


Grad und Motivation von Beteiligung

Beteiligungstiefe

Interviewpartner:innen mit einer mittleren Beteiligungstiefe schwingen in der Umfrage wie ein Pendel zwischen den Extremen. Entweder ist für sie die Beteiligung nach Feierabend abgeschlossen oder sie sind so motiviert, dass sie es zu ihrem Beruf machen.

Eine höhere Beteiligungstiefe geht in der Regel auch mit höherem Zeitaufwand und aktiverer Mitgestaltung einher.



- Bestehende **Formate häufig wenig bekannt**, analog sowie digital
- Keine Art der organisierten Beteiligung
- Beteiligung häufig in **Sportvereinen**, aber ohne dedizierte Rollen.
- Beteiligt sind die Personen hier überwiegend bei **Themen die sie direkt betreffen**.
- Primäre Beteiligungsstufe = **Informieren**

- Bis zu **50h / Woche für** Beteiligungsangebote und die Koordination von Ehrenämtern
- Beteiligung findet sehr häufig auf **thematischer Ebene** statt, allerdings auch **im unmittelbaren Umfeld** bei direkter Betroffenheit.
- Häufige **Selbstorganisation von Initiativen**



Digitale Lösungen sollten in allen Beteiligungstiefen unterstützen, dabei jedoch individuelle Anforderungen berücksichtigen.



Ich finde es schwierig, wenn man 40 Stunden die Woche arbeitet, an Dingen teilzunehmen.



Für Informationen muss man am Ball bleiben!



Hoher Grad der Beteiligung der Interviewpartner:innen ist gesellschaftlich nicht repräsentativ.

Grad und Motivation von Beteiligung

Rolle der Beteiligung

Ein Großteil der Befragten sind beruflich oder in organisierten ehrenamtlichen Strukturen unterwegs und verstehen sich als Multiplikator.

Welche Rolle nehme ich dabei ein?

Ein Großteil der befragten Personen übernimmt zu einem gewissen Grad die Rolle als **Multiplikator** und informiert Menschen und Gruppen im jeweiligen Umfeld.

» 50%

sind beruflich / ehrenamtlich involviert in der Bürgerbeteiligung

Über die Hälfte der Interviewpartner:innen übernehmen Aufgaben der Beteiligung in einem organisierten Kontext und sehen die Aktivierung und Unterstützung ihrer Mitbürger als eines ihrer primären Ziele.

Job / Rolle ermöglicht nur indirekten Kontakt zur Zielgruppe → Hilfe / Beratung Dritter

“ Ich spreche die Nachbarn dann so an und sage 'Schaut euch das mal an, wollt ihr euch da nicht beteiligen?' – Da ist man schon so ein bisschen Botschafter.



Hoher Grad der Beteiligung der Interviewpartnern:innen ist gesellschaftlich nicht repräsentativ.

Grad und Motivation von Beteiligung

Motivation

Gemeinschaft und das Gefühl der Wirksamkeit sind häufig genannte Motivatoren.

Was motiviert mich?

- Menschen **befähigen**, sich für eine bessere Zukunft zu engagieren.
- Gemeinsam mit anderen Menschen direkt **etwas (sichtbar) bewegen**.
- Junger **Zielgruppe mehr Gehör verschaffen** und sie durch erfolgreiche Mitbestimmung zu motivieren.
- Sich **austauschen** auf Augenhöhe.

Es ist ein Bedürfnis, etwas an die Allgemeinheit **zurückzugeben**.



Eine digitale Plattform kann die Sichtbarkeit der Vorhaben unterstützen und somit die Motivation stärken.



Nachvollziehbare Prozesse und Status der Beteiligungsvorhaben schaffen Vertrauen.



Weniger einfach ankreuzen und mehr mitbestimmen, bereits beim Prozess



Wer soll die Zielgruppe sein von einem Kanal, der über alle aktiven Beteiligungen informiert?

Wie startet Beteiligung?

Viele der Befragten sind durch Zufall in eine aktivere Rolle der Beteiligung gerutscht. Ab einem gewissen Beteiligungsgrad bleibt man durch das Netzwerk (fast) automatisch informiert.

Start durch Zufall

- Ein Weg in eine aktive Beteiligung wird dem **Zufall oder Glück** zugeschrieben.
- Alternativ haben entsprechende (berufliche) Kontakte und Skills ermöglicht, ohne hohe Aufwände zum Ziel zu kommen.

Austausch und den Zugang zu Beteiligungen **über den Ort ihrer Arbeit** (Co-Working) und nicht primär über den Inhalt

Haben außerhalb von Kiel gearbeitet oder studiert und bringen Eindrücke für die Umsetzung in Kiel mit.



Eine digitale Lösung kann die aktive Ansprache von Bürger:innen unterstützen und sie gezielt mit Informationen versorgen.



*Vernetzung + Glück + Zufall
= mitbekommen was läuft*



Man rutscht da so rein. Man bekommt einen Flyer von seinem Lehrer und plötzlich wird man als Jugendrat-Vertreter gewählt.

Themen der Beteiligung

Die unmittelbare Betroffenheit ist der stärkste – und oft der einzige – Motor, der Bürger:innen aus der Passivität in die aktive Beteiligung holt. Es ist der Aktivator mit der kürzesten Motivationskette.

Unmittelbare Betroffenheit

- Bürger:innen werden aktiv, wenn es um die **eigene Straße, den Stadtteil oder tägliche Wege** geht.
- Vernetzung im direkten Umfeld über gemeinsame Themen. Der Mehrwert der Beteiligung muss klar erkennbar sein. Außerhalb der Bubble zeitlich oder durch fehlenden Informationsfluss (z. B. bei Stadt-, Gemeinde- und Bundeslandgrenzen) eingeschränkt.
- Junger **Zielgruppe mehr Gehör verschaffen** und sie durch erfolgreiche Mitbestimmung zu motivieren.
- Sich **austauschen** auf Augenhöhe.
- Direkte Betroffenheit führt zu einem höheren Grad an (gefühlter) **thematischer Expertise**.

Stadtentwicklung

Allgemeines Interesse an **Entwicklungen der Stadt** (Ausgaben, Mieten, Mobilität) mit der Möglichkeit sich einzubringen, aber sich auch zu konkreten einmaligen Themen Gehör zu verschaffen.



Individualisierung nach Wohngegend oder Interessen kann die Relevanz der geteilten Informationen erhöhen und dadurch stärker aktivieren.



Bürger organisieren sich dann, wenn sie direkt betroffen sind.



Alle betrifft Stadtentwicklung im persönlichen Umfeld.



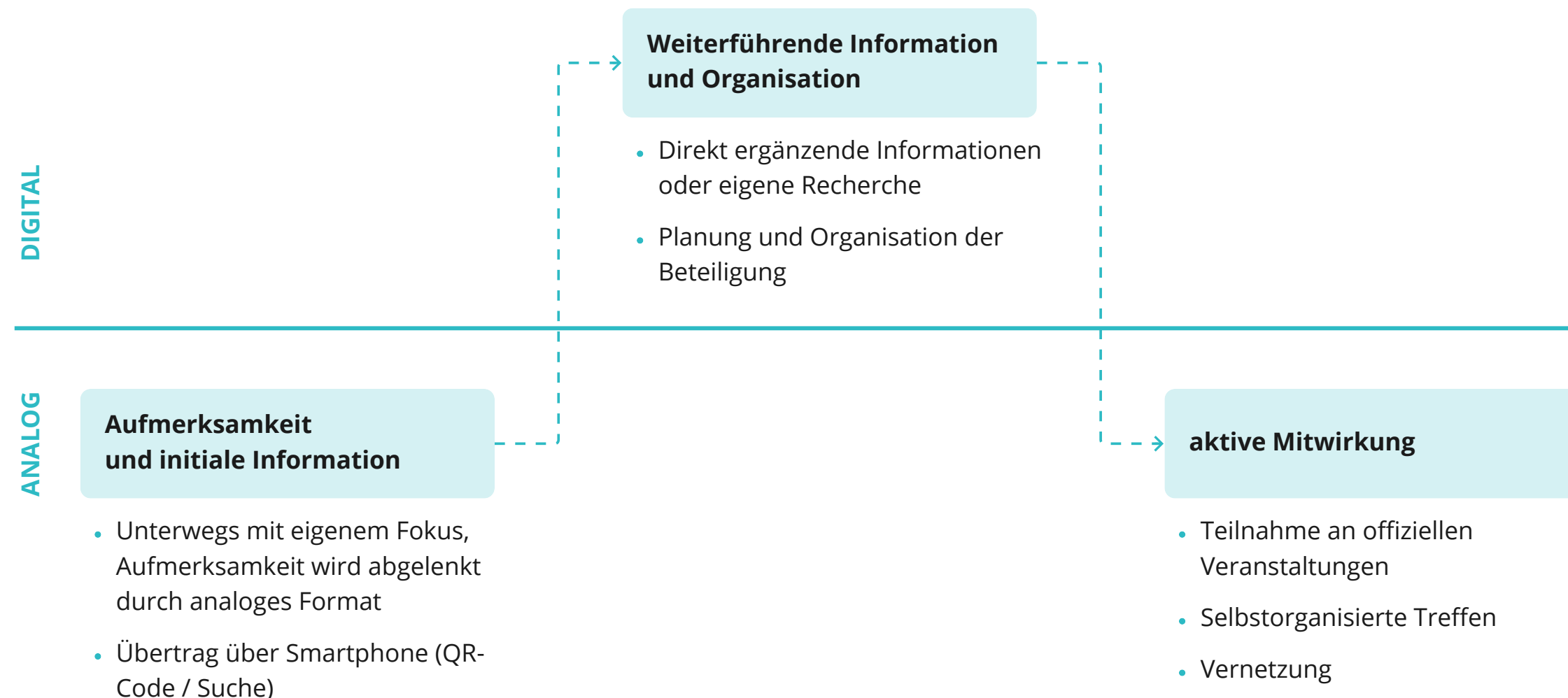
Es gibt nicht den Bürger, der über alles / allgemeines in der Stadt informiert sein will.

Informationswege und Kontaktpunkte

Analog und Digital gehen Hand in Hand

Häufig entsteht das Interesse an Information im analogen Raum, z. B. durch Initiativen im direkten Umfeld, Aushänge oder Flyer. Online-Angebote werden für tiefergreifenden Informationsgewinn und zur Organisation genutzt.

Für aktive Beteiligung, vor allem in Gruppen, werden analoge Formate präferiert.



Verknüpfungen aus analogen Formaten an relevante digitale Stellen bieten eine große Chance, weiterführende Informationen zu teilen und so die Bürger:innen involviert zu halten.

Analog und Digital gehen Hand in Hand

Die Verbindung von analogen und digitalen Prozessen wird als sehr wichtig und wertvoll eingeschätzt.

Analog als Einstieg

- **Analoger Kontakt als Grundstein** für die weitere, oft digitale oder digital unterstützte, Beteiligung.
- Ein **QR-Code** ermöglichen es, weiterführende Informationen anzubieten ohne von zentralen Aussagen auf einem Flyer oder Plakat abzulenken.
- Auch ohne einen dedizierten Absprung werden z. B. Plakate abfotografiert und sind der Auslöser für eine folgende, digitale Recherche.

Smartphone als Brücke

- Alle Interviewpartner:innen nutzen ihr Smartphone häufiger als jedes andere Gerät, ein bis mehrere Stunden / Tag.
- Auch wenn zum Teil auf der Arbeit überwiegend stationäre Geräte oder Laptops genutzt werden liegt der Fokus in der Freizeit klar auf dem Smartphone.



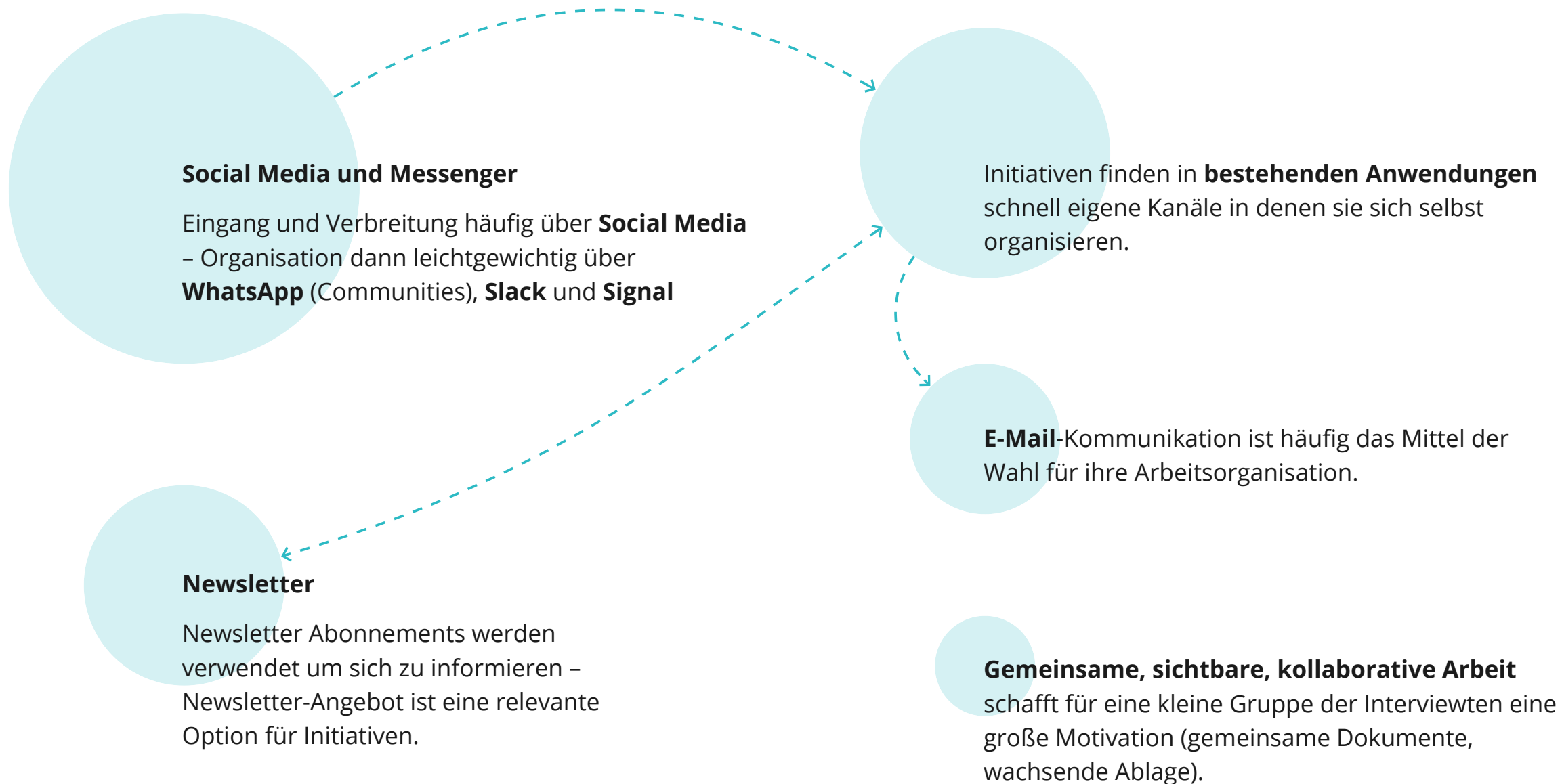
Der „digitale Erstkontakt“ nach dem Absprung aus einem analogen Format muss mobil optimiert sein.



Das muss zusammen funktionieren. [bezogen auf analog und digital]

Erfolgreiche digitale Einstiege

Besonders erfolgreich sind digitale Einstiege, welche als „Push“ zu den Bürger:innen kommen.



Integration bestehender Kommunikationswege ist notwendig für eine erfolgreiche digitale Lösung.



Mein zentrales Nachrichtenmedium ist Mail.



In Kiel kommt man an den Kieler Nachrichten nicht vorbei.

Social Media

Häufigster Einstieg digital sind Informationen über Instagram. Das Fediverse nimmt an Bedeutung zu.

Instagram

- Instagram ist führend bei der Vermittlung von informellen Aktivitäten.
- Fungiert für viele Interviewpartner:innen als das zentrale Fenster zum lokalen Geschehen, oft noch vor klassischen städtischen Portalen.

Facebook

Von eher jüngeren Bürger:innen wird Facebook maximal als ein notwendiges Übel und weniger als ein lebendiges Netzwerk wahrgenommen

Fediverse

Für Manche ist eine Umstellung auf Alternativen aus dem Fediverse erstrebenswert, mit dem Ziel digitaler Souveränität - kritischer Blick auf die Entwicklungen der amerikanischen Tech-Industrie.

TikTok

Bereits von Personen im mittleren Alter wird TikTok als ein Format wahrgenommen, bei dem man eine Entfernung zur Zielgruppe spürt.



Die Hansestadt Lübeck betreibt derzeit keine offiziellen Accounts auf Social Media Plattformen.



Ich nutze Social Media in der gesamten Facette.

Offizielle Kanäle

Differenzierter, aber ebenfalls von Bedeutung, ist die Nutzung offizieller Kanäle.

Zeitungen

Viele konsumieren in ihrem Alltag die **digitalen Ausgaben der großen Zeitungen oder besuchen die zugehörigen Webseiten**. Im Umland werden gelegentlich entsprechende regionale Wochenzeitungen herangezogen, in der Wahrnehmung werden Themen außerhalb der Stadt unterrepräsentiert.

Offizielle Webseiten

Offizielle Webseite sowie verfügbare Apps werden zur Informationsbeschaffung herangezogen. Die Bandbreite reicht hier von täglich bis max. 1x pro Jahr.

“Ihr könnt euch die Seite der Stadt [...] anschauen ... Könnt ihr aber auch gut lassen...”

“Keine Alternativen [zu kiel.de] und schon gar keine, auf denen junge Menschen unterwegs sind.”

Offizielle Kanäle

Offizielle Kanäle werden genutzt, jedoch als unterschiedlich wertvoll erachtet.

Newsletter

Newsletter der Stadtwebseite, thematische Newsletter (z. B. Kreativität, Beteiligung), interner Newsletter vom Ehrenamt oder einer Partei, Stadtmarketing.

Offizielle Apps

- Apps der Städte werden bereitwillig installiert (keine Hürde), um zentraler an Informationen zu kommen.
- Es gab Fälle, in denen Funktionen im Alltag benötigt wurden, die passende App aber unbekannt war. (z. B. Meldemöwe Kiel und Mängelmelder der Stadt Lübeck)

Offene Sprechstunden

Bürgermeistersprechstunde und Teilnahme an Sitzungen sind für relativ wenige ein Kontaktpunkt.

MokWi

MokWi wurde mehrfach genannt, aber nicht als lebendige Informationsquelle wahrgenommen.

„...MokWi für den Kieler Raum. Ist aber eher bereits tot und wird noch künstlich beatmet. Für Rückmeldungen muss man hoffen und Glück haben.“

Hürden für den Einstieg

Bürger:innen haben wenig Zeit. Gesuchte Informationen müssen mit möglichst geringem Aufwand und ohne Hürden erreichbar sein.

Mangel an Zeit

- Einige der Interviewten Personen würden sich gern stärker beteiligen, schaffen dies jedoch im Alltag nicht.
- Personen im Ehrenamt bzw. in Ehrenamtsbörsen sind bereits stark ausgelastet.

Aufwand

Das finden von Informationen, Angeboten und Gleichgesinnten ist mit Anstrengung verbunden, kein Selbstläufer und hat immer ein Mindestmaß an Friktion.

Ansprache

- Häufig fehlt eine direkte Ansprache oder es wird zu viel Domänenwissen vorausgesetzt.
- Kinder- und Jugendliche werden häufig nicht explizit berücksichtigt. Hier bestehen besondere Herausforderungen in der Ansprache.

Überforderung durch Inhalte

Informationen sind unstrukturiert und nicht auf schnelle Information ausgelegt. Häufig wird zu viel Text genutzt.



Ein niedrigschwelliger Einstieg mit kurzen Wegen zur gesuchten Information oder Aktion ist essentiell für die Akzeptanz.



Eine durchdachte Informationsarchitektur kann die Bürger:innen auch an umfangreiche Informationen heranführen.



Informationen werden so angeboten, wie es rechtlich vorgeschrieben, aber nicht unbedingt angemessen ist...



Ich finde es schwierig, wenn man 40 Stunden die Woche arbeitet, an Dingen teilzunehmen.



Für Informationen muss man am Ball bleiben!



Man muss seine Gewohnheiten ändern (beidseitig) was Widerstände erzeugt.

Hürden für den Einstieg

Obwohl die Interviewpartner:innen eine überdurchschnittlich hohe Beteiligungstiefe besitzen, wissen dennoch einige nicht, wie sie sich am besten informieren können.

» 50%

wissen nicht, wie sie gesichert Informationen erhalten sollen

Mehr als die Hälfte der Interviewpartner:innen wissen nicht, wie sie sich ohne ihren Job / ihr Ehrenamt breit informieren können, oder wünschen sich eine zentrale Anlaufstelle.

Kanäle

- Etablierte Formate wie Newsletter oder Infostelen **passen nicht zu den eigenen Anforderungen.** Sie sind nicht zielgerichtet oder zeigen Informationen, die auf anderen Wegen bereits bekannt wurden.
- Häufig werden über Formate wie einen Newsletter nur Personen erreicht, die bereits interessiert und ggf. sogar involviert sind.



Eine etablierte, zentrale Anlaufstelle schafft Übersicht und kann als Einstieg für viele weitere Kanäle dienen.



Individualisierung nach Wohngegend oder Interessen kann die Relevanz der geteilten Informationen erhöhen und dadurch stärker aktivieren.



Dass ich das jetzt weiss, ist Zufall...

Holschuld für Informationen

Auch nach Weiterleitung ist der Initiator gefühlt noch in der Verantwortung für den Informationsfluss. Vertrauen entsteht durch Zusammenarbeit auf Augenhöhe.

Nachverfolgung und Transparenz

- Häufig genannte Barrieren waren „**mangelnde Nachvollziehbarkeit & Feedback**“ zu laufenden bzw. vorgeschlagenen Beteiligungsvorhaben.
- Nachdem ein Thema an eine entsprechende Stelle abgegeben wurde, muss sich dennoch **weiterhin aktiv** um die **Nachverfolgung** bemüht werden. Es existiert scheinbar kein automatischer Fluss der Verwaltungseinheiten untereinander.

Augenhöhe und Zutrauen

- In der Wahrnehmung **fehlt** den Entscheider:innen das **Zutrauen**, dass Bürger:innen zu ihrem eigenen Interesse / Vorteil entscheiden können
- Bürger:innen fühlen sich eher als Bittsteller und **weniger als gleichberechtigte Partner.**



Ein zentraler Anlaufpunkt für die Nachverfolgung kann die Transparenz erhöhen und somit das Vertrauen steigern.



Eine digitale Plattform kann die Sichtbarkeit der Vorhaben unterstützen und somit die Motivation stärken.



Individualisierung kann die Relevanz der geteilten Informationen erhöhen und dadurch stärker aktivieren.



„[Informationsbeschaffung] ist kein Selbstläufer, das ist viel geistige Handarbeit...“

Multiplikatoren als Chance

Multiplikatoren verfügen über ein großes Netzwerk und kennen die Informationswege.

Vernetzung

- **Lokales Engagement** öffnet Türen der Informationsgewinnung.
- Ab einem gewissen Grad der Vernetzung, ist die Beschaffung von Informationen sehr einfach. Das **Netzwerk** reicht Informationen weiter.
- Multiplikatoren geben auch Informationen an ihr näheres Umfeld weiter und können **andere schnell begeistern**.



Multiplikatoren können in ihrer Wirksamkeit im digitalen Raum unterstützt werden, Wissen teilen und Andere aktivieren.

Analoge Formate

Mehrwerte analoger Formate

Viele der Interviewpartner:innen berichten von ihren Erfahrungen mit analogen Medien. Analoge Formate (Flyer, Aushänge, Plakate) sind weiterhin von großer Bedeutung.

Aufmerksamkeit erzeugen

- Es wird im analogen Raum **Aufmerksamkeit** für ein Thema erzeugt. Das geht von Spaziergängen mit Bäumen über Dokumentenschredder, die analoge Notizen mit KI in das Ökosystem überführen bis zu den klassischen, zuvor genannten Formaten.
- Analog können **relevante Informationen** verbreitet werden, welche **vom Social-Media-Algorithmus nicht ausgespielt** werden.
- Relevant ist hier ein klarer digitaler Kanal, der gemeinsam mit dem analogen „Event“ startet.

Analog gegen digitale Überstimulation

- **Überstimulation im digitalen Raum** wertet greifbare, analoge Medien auf, wie z. B. Flyer, Programmhefte und Plakate.
- In **außerstädtischen Regionen** ist ein analoger **Aushang** zu bestimmten Themen das **wichtigste Medium** (Aushangkästen befüllt durch Ortsvertreter).

“Dinge, die ich in die Hand nehmen kann...”

Mehrwerte analoger Formate

Der direkte Austausch schafft Vertrauen, verbindet Menschen und fördert die Qualität von Diskussionen.

Zentralisierung und Austausch

- Persönliche, räumliche Treffen, ob themenfokussiert oder durch örtliche Veranstaltungen, sind eine sehr gut funktionierende Form der **Zentralisierung** für den **Informationsaustausch**.
- Räume für persönliche Treffen bieten die **Möglichkeit multimedial auf weitere Beteiligungsmöglichkeiten** innerhalb eines Themencusters **hinzuweisen** (z. B. Jugend- und Kulturzentrum).

Menschliche Ebene

- Politische und formelle Themen funktionieren nach Auffassung vieler, gerade bei **Diskussionen, nur in einem persönlichen Format**. Gerade Anonymität im digitalen Raum lenkt die Diskussionsrichtung häufig negativ.
- Im direkten Kontakt zu **offiziellen Vertreter:innen** ist die Kommunikation **nahbarer / menschlicher**, keine „Behördensprache“.
- Jugendliche brauchen darüber hinaus noch ihren **eigenen Raum** (z. B. Jugendcafé), in dem sie unter sich sein können und Vorschläge für die Politik erarbeiten.



Eine gute digitale Lösung respektiert den Wert analoger Formate und ersetzt diese nicht.

Mehrwerte analoger Formate

Formate in Präsenz sind inklusiver und können genutzt werden, um den Zugang zu digitaler Beteiligung zu erleichtern.

Geringe Barrieren

- Menschen mit **sprachlichen Barrieren** suchen eher den persönlichen Kontakt als dass sie über eine Plattform agieren.
- **Formelle Teilnahmeformate**, wie Bürgermeistersprechstunden und Ratssitzungen, funktionieren gut.
- Personen, die lokale (in Person) Veranstaltungen durchführen, sind **oft nicht firm genug, diese digital zu unterstützen / anzureichern**.
- Im **direkten Umfeld** und beim Kontakt zu Nachbarn bestehen **weniger Hürden** bei der Beteiligung.

Digitale Barrieren abbauen

- Analoge Formate können genutzt werden, um **digitale Barrieren abzubauen** und digitale Kompetenzen zu fördern.

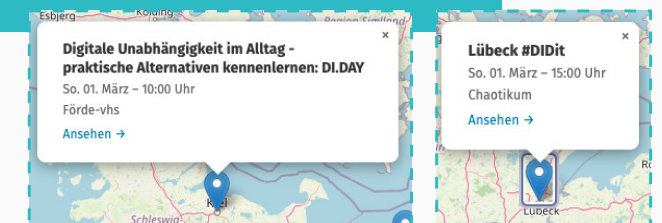
Beispiel Fediverse: Probleme bei der Einrichtung werden zu Chancen, persönlichen Support bei der Einrichtung zu erhalten und so sein Netzwerk zu erweitern. (Analoger Start → digitale Fortführung)
- Digitale Kanäle können vor Ort kommuniziert werden.



Konsequent umgesetzte Accessibility Standards und Leichte Sprache können digitale Hürden abbauen.



Formate zur Förderung digitaler Kompetenzen und Souveränität werden in Kiel und Lübeck angeboten.



Interviewpartner:innen besaßen ein eher überdurchschnittliches Verständnis der Prozesse, daher geringere Hürde bei formellen Formaten.

Hybride Formate



Infostelen

- Infostelen (Digitales im analogen Raum) schneiden in der Wahrnehmung mäßig ab.
- Informationen werden nicht gut genug aufbereitet für den Einsatz → **keine direkte Ansprache, zu viele Informationen**. Digitalität lenkt hier eher ab.



Wunsch nach hybriden Veranstaltungen

- **Lebensumstände** (Familie / Beruf) hindern an der Teilnahme von Veranstaltungen vor Ort.
- Es besteht der Wunsch auch formelle Formate, die regulär stattfinden und einen stärkeren informativen Charakter haben, künftig hybrid anbieten zu können.

“Es gibt wenige Sachen, [auf der informativen Ebene] die ausdrücklich vor Ort passieren müssen.

Digitale Formate

Nutzung digitaler Tools allgemein

8 Nennungen

Instagram

Vorrangig für Inspiration und leichte Informationsgewinnung innerhalb eines personalisierten Streams. Hier werden auch offizielle Kanäle abonniert.

6 Nennungen

WhatsApp & WhatsApp Communities

Austausch in Gruppen und Aufmerksamkeit generieren über den eigenen WhatsApp-Status. Bietet einen vertrauenswürdigen Absprung in Beteiligungsformate.

5 Nennungen

Mail und Office

Zum Austausch, als Informationskanal (Newsletter) und zum Versenden von Dokumenten.

5 Nennungen

Digitalabo einer Zeitung

Als Informationskanal überregional und regional, teils als Morgenritual.

4 Nennungen

Nextcloud und eigene Webseite

Für den Austausch von Dateien, zum Teil selbst gehostet aber auch über die integrierte Nextcloud in MokWi.

je 3 Nennungen

- hl-live.de
- kiel.de
- Allris
- Dorffunk (Stadt.Land.Funk)

je 2 Nennungen

- kielmobil.app (Webseite)
- lübeck.de
- Podcast App
- Facebook (Gruppen)
- Slack

je eine Nennung

- Bumble-Friends
- Notion
- MeldeMöwe
- Signal
- Canva
- Apps im DFB-Ökosystem
- Apertus (alternative KI)
- nebenan.de



Funktionalitäten wie ein Dateiupload unterstützen eine aktivere Beteiligung und die Organisation in Gruppen.



...das hier [zeigt sein Handy mit weit über 100 Apps] ist meine Lebensfernbedienung!

Digitale Tools der Städte / Gemeinden

Bereitschaft zur Nutzung digitaler Alternativen

- Viele der interviewten Personen sind **bereit, Apps zu installieren**, um informiert zu bleiben oder sich aktiv zu beteiligen.
- **Komplexere Einrichtung** von Apps im Fediverse (Mastodon, Pixelfed) **wird in Kauf genommen**, um unabhängig zu sein. Alternative Dienste wie Bluesky u. Ä. werden ebenfalls genutzt.
- Es ist keine Hürde offizielle Apps zu installieren, wenn sie einen **Mehrwert** bieten
→ Zweckgebunden, offizieller Charakter, Einstieg als erster Schritt der Zentralisierung

Potentiale des digitalen Raums

- Die Potentiale des digitalen Raums müssen ausgeschöpft werden.

Digitale Souveränität

- Der **Wunsch nach digitaler Souveränität** wird mehrfach genannt. Wenn weiterhin US-amerikanische Dienste genutzt werden, dann nur da „diese zu komfortabel zu nutzen seien.“
- Souveränität als **Standortfaktor**: Digitale Souveränität wird als essenziell angesehen, um politisch und technologisch unabhängig zu bleiben.
- Die Entscheidung für Open Source in **Kiel und SH** wird als „**großes Beispiel**“ für die Wirtschaft und andere öffentliche Stellen gewürdigt.



Verbesserte Integration und Usability fördert die Unabhängigkeit zu US-amerikanischen Anbietern.



Interviewpartner:innen haben uns proaktiv alternative Video-konferenztools mit Hinweis auf den Datenschutz vorgeschlagen.



Wir sind digital gut aufgestellt auf dem Lande, die Phantasie, darüber hinaus etwas mit den digitalen Tools zu machen, fehlt noch.

Fragmentierte Landschaft digitaler Tools

Die Befragten erleben die aktuelle digitale Landschaft als fragmentiert.

Fehlende Aggregation

- Keine der, zuvor gezeigten und von den Teilnehmer:innen genutzten, Anwendungen bieten ein **Aggregieren von Informationen / Quellen**, was aber nach wie vor ein Wunsch ist.
- **Fehlende Zentralisierung für digitale Informationen** wird beklagt. Das gilt für das Abrufen, aber auch für das Einstellen. Es ist klar, dass damit Aufwände für Moderation und Kuratierung einhergehen.

Regionale Grenzen

- **Starke regionale Grenzen** (unterschiedliche Tools mit gleichen oder überschneidenden Zielen). Für ein Thema benötige ich unterschiedliche Anwendungen in unterschiedlichen Regionen.

Auffindbarkeit und Qualität der Informationen

- **Zu viele** (versteckte) oder **zu wenig** (nützliche) **Informationen** und Funktionen auf den offiziellen Portalen.
- Offizielle Angebote werden darüber hinaus wenig genutzt oder sind in **einzelnen Fällen gänzlich unbekannt**.
- Teils **fehlt** die **Aktualität** bei bereitgestellten Informationen.



Beteiligung auf einem mobilen Gerät muss effizient und zielgerichtet ablaufen.



Eine etablierte, zentrale Anlaufstelle schafft Übersicht und kann als Einstieg für viele weitere Kanäle dienen.



“Wir denken sehr stark in Grenzen und Zuständigkeiten. [bezogen auf Vielfalt der Systeme]

“Wird das [Dipas] in Kiel genutzt?!

“Digital über mein Smartphone einsteigen ist ein schwarzes Loch, in dem meine Aufmerksamkeit versinkt. Analog bleibe ich mehr bei einer Sache.

“Wir sind noch zu sehr in der 'Aushangkastenphase' und weniger in der Phase, wo ich Informationen einfach bekommen kann.

Usability

Bereits bei einem Wechsel von einem Dienst zum anderen, kommt zu einem Bruch in der wahrgenommenen Usability. Es beginnt deutlich zu „ruckeln“, wenn man von einer großen Plattform mit ausgereifter User Experience in deutsche (datenschutzkonforme) Portale wechselt.

Usability generell

Es wird oft die Benutzerfreundlichkeit vermisst, welche von großen Betriebssystemen und Apps bekannt ist. Die Usability der angebotenen Plattformen ist unzureichend und behindert im Beteiligungsprozess.

Komplexität

- Bestehendes Tooling ist in der Administrierung schwierig und hat durch fehlende Aktualität eine niedrige Akzeptanz. (Dipas)
- Komplexität entsteht zusätzlich durch unpassende Sprachen („Entwicklersprech“)

Clutter und Suche

- Unübersichtliches Layout und zu viel Text
- Nicht funktionale Volltextsuche

Optimierung für Mobilgeräte

- Absprünge aus analogen Formaten (z. B. via QR-Code) führen auf Seiten, welche nicht für die mobile Nutzung optimiert sind.



Usability allgemein und Optimierung für mobile Endgeräte sind keine Begeisterungsfaktoren, sondern werden erwartet.

“Alles hat ein anderes System [gemeint ist Bedienlogik] und alles funktioniert anders.

“Es gibt viele Funktionen von MokWi, wo ich nicht sicher bin, ob die in der Praxis relevant sind.

“Buchstabenwüste

Anonymität vs. Vertrauen

Ein Großteil der Beteiligten sehen kein Hindernis darin, ihre Identität bekannt zu geben.
Transparente Identität anderer Bürger:innen erhöht die Glaubwürdigkeit und stärkt das Vertrauen.



- Fast alle der Befragten haben **kein Problem** damit, ihre Identität preiszugeben.
 - Generell stellt die Erstellung eines Profils bzw. Angabe von Daten **keine Hürde** dar, wenn es für die Sache wichtig ist.
 - Anonymität steht der **Glaubwürdigkeit** von Beteiligungen im Weg, da keine „greifbare“ Person hinter den Aussagen steht.
 - Anonym wird zwar eine höhere Beteiligung erreicht jedoch sind **Qualität** der Aussagen und damit die Auswertbarkeit reduziert.
- Gründe für gewünschte Anonymität sind z. B. die eigene **Position im Beruf** oder verwendete digitale Tools.
 - Personenbezogene Daten erfordern einen **höheren administrativen Aufwand** (Datenschutzbestimmungen)



Nutzer sind bereit ihre Daten zu teilen bzw. sich einen Account anzulegen, wenn Mehrwerte vorhanden sind.

Management Summary



Digital: Informieren, Aktivieren und Organisieren // Analog: Interagieren

Der Fokus digitaler Beteiligungsmöglichkeiten liegt aktuell klar auf der Stufe des „Informieren“. Funktionen einer Plattform die informieren, aktivieren und die Organisation analoger Formate unterstützen, sollten in der ersten Phase priorisiert werden.

Legende

Generelle Empfehlung

Kapitel im Report

Chance digitale Plattform

Beteiligungstiefe

📌

Digitale Lösungen sollten in allen Beteiligungstiefen unterstützen, dabei jedoch individuelle Anforderungen berücksichtigen.

Wie startet Beteiligung?

📌

Eine digitale Lösung kann die aktive Ansprache von Bürger:innen unterstützen und sie gezielt mit Informationen versorgen.

Themen der Beteiligung

📌

Individualisierung nach Wohngegend oder Interessen kann die Relevanz der geteilten Informationen erhöhen und dadurch stärker aktivieren.

Analog und Digital Hand in Hand

📌

Verknüpfungen aus analogen Formaten an relevante digitale Stellen bieten eine große Chance, weiterführende Informationen zu teilen und so die Bürger:innen involviert zu halten.

Nutzung digitaler Tools allgemein

📌

Funktionalitäten wie ein Dateiupload unterstützen eine aktivere Beteiligung und die Organisation in Gruppen.

Eine zentrale Übersicht / Anlaufstelle wird vermisst

Es gibt sehr viele unterschiedliche Einstiege, um jeweils thematisch begrenzte Informationen zu gewinnen. Der Mehrwert der künftigen Plattform liegt in der Übersicht von aggregierten Daten. Nutzer wollen nicht *eine* Plattform für alles, sondern *einen Ort*, an dem sie alles finden.



Eine Übersicht aller aktuellen Kanäle der Region und deren Nutzung hilft, eine zentrale Plattform passend zu platzieren und die Zusammenstellung von Modulen zu definieren.

Fragmentierte Landschaft digitaler Tools



Eine etablierte, zentrale Anlaufstelle schafft Übersicht und kann als Einstieg für viele weitere Kanäle dienen.

Motivation



Eine digitale Plattform kann die Sichtbarkeit der Vorhaben unterstützen und somit die Motivation stärken.

Erfolgreiche digitale Einstiege



Integration bestehender Kommunikationswege ist notwendig für eine erfolgreiche digitale Lösung.

Anonymität vs. Vertrauen



Nutzer sind bereit ihre Daten zu teilen bzw. sich einen Account anzulegen, wenn Mehrwerte vorhanden sind.

Mehrwerte analoger Formate



Konsequent umgesetzte Accessibility Standards und Leichte Sprache können digitale Hürden abbauen.

Hürden für den Einstieg



Eine durchdachte Informationsarchitektur ist essentiell um Bürger:innen auch an umfangreichere Informationen heran zu führen.



Individualisierung nach Wohngegend oder Interessen kann die Relevanz der geteilten Informationen erhöhen und dadurch stärker aktivieren.

Digitale Tools der Städte / Gemeinden



Verbesserte Integration und Usability fördert die Unabhängigkeit zu US-amerikanischen Anbietern.

Mobile First

Das Smartphone ist das wesentliche Tor in die digitale Beteiligung. Dienste müssen mobil optimiert sein und mit wenigen Interaktionen schnell zu einem Ziel führen.

Auch bestehende digitale Kanäle sollten auf Probleme in der mobilen Nutzung überprüft und optimiert werden.

Analog und Digital Hand in Hand

Der „digitale Erstkontakt“ nach dem Absprung aus einem analogen Format muss mobil optimiert sein.

Fragmentierte Landschaft digitaler Tools

Beteiligung auf einem mobilen Gerät muss effizient und zielgerichtet ablaufen.

Usability

Usability allgemein und Optimierung für mobile Endgeräte sind keine Begeisterungsfaktoren, sondern werden erwartet.

Hürden für den Einstieg

Ein niedrigschwelliger Einstieg mit kurzen Wegen zur gesuchten Information oder Aktion ist essentiell für die Akzeptanz.

Mangel an Transparenz & Rückmeldung

Fehlende Rückmeldung und fehlende Transparenz aktueller Prozesse rauben Vertrauen und lassen Beteiligung nicht auf Augenhöhe zu. Die größte Hürde für eine erneute Beteiligung ist das Gefühl, dass der abgegebene Input in einem schwarzen Loch verschwindet.

Transparenz und Information fordern ein Ändern der Gewohnheiten auch bei offiziellen Stellen. Ohne die Mitwirkung der Verwaltung kann keine digitale Lösung erfolgreich sein.

Motivation

Nachvollziehbare Prozesse und Status der Beteiligungsvorhaben schaffen Vertrauen.

Fragmentierte Landschaft digitaler Tools

Eine etablierte, zentrale Anlaufstelle schafft Übersicht und kann als Einstieg für viele weitere Kanäle dienen.

Multiplikatoren als Chance

Multiplikatoren können in ihrer Wirksamkeit im digitalen Raum unterstützt werden, Wissen teilen und Andere aktivieren.

Holschuld für Informationen

Eine digitale Plattform kann die Sichtbarkeit der Vorhaben unterstützen und somit die Motivation stärken.

Individualisierung kann die Relevanz der geteilten Informationen erhöhen und dadurch stärker aktivieren.

Ein zentraler Punkt für die Nachverfolgung kann die Transparenz erhöhen und somit das Vertrauen steigern.

Analog und Digital gehen Hand in Hand

Ohne physische Präsenz (Flyer, Plakate, QR-Codes vor Ort) werden rein digitale Plattformen kaum gefunden. Die „analoge Brücke“ muss jedoch nahtlos funktionieren – ein QR-Code, der auf eine nicht optimierte Desktop-Webseite führt, ist ein massiver Abbruchgrund.



Bei analogen Formaten immer gleich den Absprung in digitale Medien mit berücksichtigen.

Analog und Digital Hand in Hand



Der „digitale Erstkontakt“ nach dem Absprung aus einem analogen Format muss mobil optimiert sein.



Mehrwerte analoger Formate



Eine gute digitale Lösung respektiert den Wert analoger Formate und ersetzt diese nicht.

Wichtigste Erkenntnisse in der Übersicht

1 Digital: Informieren, Aktivieren und Organisieren Analog: Interagieren

Der Fokus digitaler Beteiligungsmöglichkeiten liegt aktuell klar auf der Stufe des „Informieren“. Funktionen einer Plattform die informieren, aktivieren und die Organisation analoger Formate unterstützen, sollten in der ersten Phase priorisiert werden.

2 Eine zentrale Übersicht / Anlaufstelle wird vermisst

Es gibt sehr viele unterschiedliche Einstiege, um jeweils thematisch begrenzte Informationen zu gewinnen. Der Mehrwert der künftigen Plattform liegt in der Übersicht von aggregierten Daten. Nutzer wollen nicht *eine* Plattform für alles, sondern *einen Ort*, an dem sie alles finden.

3 Mobile First

Das Smartphone ist das wesentliche Tor in die digitale Beteiligung. Dienste der Plattform müssen mobil optimiert sein und mit wenigen Interaktionen schnell zu einem Ziel führen.

4 Mangel an Transparenz & Rückmeldung

Fehlende Rückmeldung und fehlende Transparenz aktueller Prozesse rauben Vertrauen und lassen Beteiligung nicht auf Augenhöhe zu. Die größte Hürde für eine erneute Beteiligung ist das Gefühl, dass der abgegebene Input in einem schwarzen Loch verschwindet.

5 Analog und Digital gehen Hand in Hand

Ohne physische Präsenz (Flyer, Plakate, QR-Codes vor Ort) werden rein digitale Plattformen kaum gefunden. Die „analoge Brücke“ muss jedoch nahtlos funktionieren – ein QR-Code, der auf eine nicht optimierte Desktop-Webseite führt, ist ein massiver Abbruchgrund.

Anhang



NUTZER INTERVIEW

Interview-Leitfaden

NUTZER

Name:

Main Device:

Informationsmedien:

Beteiligungsgrad:

Ehrenamt? [] Ja

- ☐ Wo wohnen Sie?
- ☐ Was machen Sie beruflich bzw. womit verbringen Sie Ihren Tag hauptsächlich?
- ☐ Welche digitalen Anwendungen/Webseiten/Programme nutzen Sie sehr häufig und gerne in Ihrem Alltag?
 - ☐ Von wo aus bzw. in welchem Kontext benutzen Sie digitale Tools überwiegend?
 - *Privat wichtiger, falls auch berufliche Nutzung vorliegt*
 - *Ort / Device / Auflösung / Details*
 - ☐ Warum nutzen Sie diese Apps/Webseiten lieber als Andere?
- ☐ Optional: Im Vorfeld haben wir Sie danach gefragt, wie sicher Sie sich im Umgang mit neuen Apps/Webseiten fühlen. Sie sich als sehr sicher/unsicher eingeschätzt.
 - *Rückfrage, wenn in Screener Extreme gewählt wurden. → Sie haben besonders hoch/niedrig gewählt, können Sie das noch genauer erläutern?*
- ☐ Wenn Sie an Ihren Wohnort denken, wie wichtig es für Sie als Bürger informiert und ggf. involviert zu sein?

BETEILIGUNG

- ☐ Wie informieren Sie sich über Planungen, Konzepte und Entscheidungen in Ihrem Umfeld?
 - ☐ Interessiert es Sie dabei bezogen auf die gesamte Stadt/Ort/Landkreis, nur Ihr nahes Umfeld (Straße/Stadtteil) oder ist Ihr Interesse generell eher Themenbezogen?
- ☐ Erinnern Sie sich an Themen bei denen Sie darüber hinaus aktiv wurden. Was gab in diesen Fällen den Ausschlag?
 - *Interessensbereich im gleichen Rahmen, wie zuvor bei Informieren?*
- ☐ Wie sind Sie dabei auf diese Themen aufmerksam geworden?
 - *Suche, Plakate, Freunde, Gruppen etc.)*
 - *Ist für Sie immer klar Wie/Wann/Wo mitgewirkt werden kann?*
- ☐ Gibt es Hürden/Aufwände/Verantwortung die es für Sie erschweren oder Sie abschrecken sich einzubringen?
 - *technische Hürden, zu hoher Aufwand auf dem Laufenden zu bleiben, Informationen sind schwer zu finden, Log-in mit ePA*
- ☐ Waren Sie bisher erkennbar mit Ihrem Namen vertreten?
 - ☐ Hätte es für Sie einen Unterschied gemacht anonym/nicht anonym zu sein?
- ☐ Wie zufrieden waren Sie bisher mit den Möglichkeiten, dem Ablauf und dem Ergebnis, wenn Sie sich vor Ort zu beteiligt haben?
- ☐ Haben Sie ein konkretes Beispiel von einem Thema bei dem Sie mitgewirkt (ggf. informiert) haben?
 - *Generell Thema und Ablauf beschreiben lassen.*
 - ☐ Wann ist für Sie eine Mitwirkung/Teilhabe abgeschlossen?
 - ☐ Was war Ihr konkreter Beitrag?
 - ☐ Fand die Beteiligung in Abstimmung direkt mit anderen Personen statt?
- ☐ Nachdem Sie eine Idee geteilt oder unterstützt haben, haben Sie da das Gefühl gehört zu werden und dass Ihr Beitrag Auswirkungen auf den Verlauf hat?
- ☐ Wie bleiben Sie informiert im Verlauf eines Themas/einer Beteiligung?
 - *Kontext / Devices / Zeitpunkt*
- ☐ Bekommen Sie in den jeweiligen Teilschritten eine ausreichende Rückmeldung?
 - *Wenn bisher nur analog beschrieben, nachfragen, was mit digital ist*
- ☐ Finden Sie Teilhabe in Ihrer Stadt zugänglich/gut gelöst?
 - ☐ Was finden Sie gut/schlecht gelöst?

EHRENAMT

Wenn Sie an Ihre ehrenamtliche Tätigkeit denken:

- ☐ Erledigen Sie regelmäßige Aufgaben in einem oder mehreren digitalen Tools?
 - ☐ Welche Tools sind das?
- ☐ Welche Aufgaben erledigen Sie regelmäßig?
 - *Ablauf beschreiben lassen / Auch bei "offline"*
 - ☐ Was sind Beweggründe, aus denen Sie entscheiden diese Anwendung/Plattform zu verwenden?
- ☐ Wie sieht Ihr Zugang dort aus – nutzen Sie beispielsweise ein festes Benutzerkonto?
 - ☐ Mussten Sie dafür ein komplett neues Konto anlegen oder konnten Sie einen bereits existierenden Account nutzen?
 - *BunID, Social Media, sonstiges*
- ☐ Kommunizieren Sie für Ihre Aufgaben mit anderen Mitgliedern?
 - ☐ Wie ist dabei der Ablauf?
 - ☐ Wie behalten Sie den Überblick über offene Aufgaben?
 - ☐ Wie lange täglich/wöchentlich/monatlich genutzt?
 - ☐ Wie schnell/gut haben Sie sich in dem Tool zurechtgefunden? Wie leicht oder schwer fiel Ihnen der Einstieg in die Nutzung des Tools?
 - ☐ Welche Aspekte/Funktionen bewerten Sie als besonders positiv?
 - ☐ Gibt es wiederkehrende Probleme bei der Benutzung?
 - ☐ Welche?

ONLINE BETEILIGUNG

- ☐ Wenn Sie sich über öffentliche Vorgänge informieren oder daran teilnehmen findet das über ein bestimmtes Tool statt oder sind es eher mehrere/verschiede, direkte Impulse von außen?
 - *Plakate, QR-Codes, (Print-)Artikel, persönliche Ansprache*
- ☐ Hatten Sie in der Vergangenheit Berührungspunkte mit Plattformen, die Zugang zu den o. g. Informationen ermöglichen?
 - ☐ Können Sie sich erinnern, welche das waren?
 - ☐ Nutzen Sie diese regelmäßig?
- ☐ Wie sieht Ihr Zugang dort aus – nutzen Sie beispielsweise ein festes Benutzerkonto?
 - ☐ Mussten Sie dafür ein komplett neues Konto anlegen oder konnten Sie einen bereits existierenden Account nutzen?
 - *(BunID, Social Media, sonstiges)*
- ☐ Erinnern Sie sich zurück: Was war der Auslöser, warum Sie sich dort angemeldet haben?
 - ☐ Welche Ziele verfolgen Sie?/Was möchten Sie mit/auf dieser Plattform erreichen?
 - ☐ Was sind Beweggründe, aus denen Sie entscheiden diese Anwendung/Plattform zu öffnen?
 - *Können Sie davon ein Beispiel zeigen/erläutern?*
 - ☐ Wie lange täglich/wöchentlich/monatlich nutzen Sie es?
 - ☐ Wie leicht oder schwer fiel Ihnen der Einstieg in die Nutzung des Tools?
- ☐ Welche Aspekte/Funktionen bewerten Sie als besonders positiv?
- ☐ Gibt es wiederkehrende Probleme bei der Benutzung?
 - ☐ Welche?
 - *zu kleiner Text, Schwierigkeiten mit Farben/Kontrasten, schwierig zu erkennende Bedienelemente?*
- ☐ **Wenn Sie völlig frei gestalten könnten: Wie sähe ein idealer Beteiligungsprozess für Sie aus?**

OFFLINE BETEILIGUNG

- ☐ Gibt es für Sie aktuell Hürden/Herausforderungen bei der Beteiligung?
 - *digital & analog*
 - ☐ Technische Hürden?
 - ☐ Gibt es Dinge, welche die Verwendung im digitalen Kontext erschweren?
 - *zu kleiner Text, Schwierigkeiten mit Farben/Kontrasten, schwierig zu erkennende Bedienelemente?*
 - ☐ Organisatorische Hürden?
 - *Zu hoher Aufwand auf dem Laufenden zu bleiben, Informationen sind schwer zu finden, zu viele Absprünge für die Koordination?*
- ☐ Welche Formate besuchen Sie persönlich?
 - *Beispiele: Bürgerversammlung, Bürgersprechstunde, öffentliche Auslegung, Zukunfts-/Planungswerkstatt, Info-stand, Hausbesuche, Bürgerrat*
 - ☐ Wie/Worüber werden Sie darauf aufmerksam?
 - ☐ Wie ist der Ablauf?
 - ☐ Was ist dabei Ihr Input?
 - ☐ Wie zufrieden sind Sie dabei mit den Ergebnissen?
 - ☐ Was ist besonders wichtig bei analog/offline stattfindenden Formaten?
 - ☐ Für Wie umsetzbar halten Sie diese "offline" Formate in einer digitalen/online Umgebung?
- ☐ Wenn Sie völlig frei gestalten könnten: Wie sähe ein idealer analoger Beteiligungsprozess für Sie aus?