



**Verbraucherzentrale**  
Nordrhein-Westfalen

# Gemeinsam gestalten im Rheinischen Revier



**Mehr  
Wert  
Revier**



Ein Praxisleitladen für  
co-kreative Projekte  
mit Bürger:innen

# Inhalt

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1. Warum co-kreative Projekte mit Bürger:innen?</b> .....         | <b>3</b>  |
| <b>2. Was ist co-kreatives Arbeiten?</b> .....                       | <b>4</b>  |
| <b>3. Praxisbeispiel: „Alte Dörfer, neue Wege“</b> .....             | <b>5</b>  |
| <b>4. Schritt für Schritt zum eigenen co-kreativen-Projekt</b> ..... | <b>7</b>  |
| 4.1 Vorbereitung: Den Rahmen schaffen .....                          | 7         |
| 4.2 Gemeinsam Fragestellungen und Ziele konkretisieren .....         | 11        |
| 4.3 Konkret planen und umsetzen: Methoden & Werkzeuge .....          | 12        |
| 4.4 Den co-kreativen Prozess gestalten.....                          | 13        |
| 4.5 Ergebnisse kommunizieren und Verstetigung sichern.....           | 14        |
| <b>5. Fazit</b> .....  | <b>16</b> |
| <b>Literatur zum Weiterlesen</b> .....                               | <b>17</b> |

# 1. Warum co-kreative Projekte mit Bürger:innen?

Das Rheinische Revier befindet sich im Strukturwandel: die Braunkohle geht, erneuerbare Energien kommen, zukunftsfähige Arbeitsplätze entstehen und die bisherigen Tagebaue werden zu Naherholungsräumen. Diese Transformation betrifft das Leben vieler Menschen – und sie kann nur im Zusammenspiel vieler Akteure gelingen: von Kommunen, Kreisen und Unternehmen über Bildungseinrichtungen, Initiativen und Vereine bis hin zu engagierten Bürger:innen.

Strukturwandelprozesse gewinnen, wenn diese Akteure nicht nur nebeneinander, sondern miteinander arbeiten – und wenn die Menschen vor Ort aktiv in Veränderungen eingebunden werden. Wo Bürger:innen mitgestalten, entstehen Ideen, die nah an der Lebensrealität sind, Lösungen mit größerer Akzeptanz und ein stärkeres Gemeinschaftsgefühl. Neben formellen Beteiligungsverfahren an Planungsprozessen können **informelle**

**Mitwirkungsformate** wertvolle Impulse geben, in denen professionelle Akteure und Bürger:innen „co-kreativ“ arbeiten. Bürger:innen bringen hierbei ihre Perspektiven, ihr Alltagswissen und ihre Ideen ein – und entwickeln gemeinsam mit Fachleuten und Organisationen alltagstaugliche Lösungen für ihre Region.

Dieser Leitfaden will Mut machen, **co-kreative Projekte** gemeinsam mit Bürger:innen anzustoßen und umzusetzen. Er richtet sich an Kommunen, Initiativen, Bildungseinrichtungen und Organisationen, die Veränderungsprozesse nicht nur für, sondern mit den Menschen vor Ort gestalten möchten. Am Beispiel des Citizen Science-Projekts „Alte Dörfer, neue Wege – Unterwegs in Richtung Zukunft“ zeigt der Leitfaden, wie co-kreatives Arbeiten mit Bürger:innen in der Praxis funktioniert – von der ersten Idee bis zu konkreten Ergebnissen.



## 2. Was ist co-kreatives Arbeiten?

Co-kreatives Arbeiten bedeutet, dass Menschen verschiedener Statusgruppen (z.B. Professionelle und Laien) gemeinsam an Lösungen arbeiten – auf Augenhöhe und mit ihrem ganzen Wissen. Der Begriff stammt ursprünglich aus der Wirtschaft und zielte auf eine intensive Einbeziehung der Kundenperspektiven in die Produktentwicklung ab. Heute wird die Idee des co-kreativen Arbeitens jedoch in vielen Bereichen verwendet, z.B. in der Stadtplanung, Forschung, Bildung oder in der Gemeinwesenentwicklung.

Co-kreatives Arbeiten findet überall statt und kann von der Umsetzung kleinerer Ideen bis hin zu ambitionierten Infrastruktur-Projekten reichen. Ein bekanntes Beispiel ist etwa das Vauban-Quartier in Freiburg. Dort entwickelte sich 1994 ein eigenständiger, autofreier Stadtteil durch intensive Zusammenarbeit zwischen der Stadt, Planungsbüros und einer Bürgerinitiative. Bewohner:innen wirkten von Anfang an mit – bei der Formulierung von Zielen, in Planungsworkstätten und bei der Ausgestaltung ihrer Häuser und Nachbarschaften. Das Ergebnis: ein Stadtteil, in dem heute über 5.000 Menschen nachhaltig leben und in dem noch immer Partizipationsstrukturen vorhanden sind. Jedoch kann co-kreatives Arbeiten auch im Kleinen gelingen. Ein Beispiel aus dem Projekt MehrWertRevier ist etwa der „Nachhaltige Stadtrundgang für

Inden“, den wir gemeinsam mit Jugendlichen des Jugendrats Inden entwickelt haben.<sup>1</sup> Umfassendere Erfahrungen mit einem co-kreativen Ansatz konnten wir im Rahmen des Citizen Science-Projekts „Alte Dörfer, neue Wege“ sammeln (siehe Abschnitt 3).

Co-kreatives Arbeiten birgt zahlreiche Chancen: Durch frühe Beteiligung entstehen Lösungen, die wirklich relevant sind und praxisnah funktionieren. Bürger:innen identifizieren sich stärker mit Ergebnissen, übernehmen Verantwortung und bringen neue Ideen ein, die über die spezifischen Fachperspektiven der Professionellen hinausgehen. Zugleich erhöht sich die Akzeptanz für Veränderungen deutlich – wer mitgestaltet, trägt auch Ergebnisse eher mit.

Gleichzeitig gibt es jedoch auch Herausforderungen: Co-Kreation braucht mehr Zeit und Personal für Organisation, Gruppendynamik und die kontinuierliche Kommunikation mit den Beteiligten. Und es braucht die Bereitschaft, auch ein Stück weit Kontrolle abzugeben, denn schließlich sollen Konzepte und Umsetzungsstrategien gemeinsam erarbeitet werden. Dabei gilt aber: Nicht jede Phase braucht Beteiligung. Für jede Stufe sollte sorgfältig überlegt werden, wo Mitgestaltung sinnvoll ist und mit den vorhandenen Ressourcen umsetzbar bleibt.

<sup>1</sup> <https://www.mehrwertrevier.nrw/umwelt-haushalt/inden-nachhaltiger-stadtrundgang-des-jugendrats-ist-gestartet-96653>

### 3. Praxisbeispiel: „Alte Dörfer, neue Wege“

Ausgangspunkt für das co-kreative Citizen Science-Projekt „**Alte Dörfer, neue Wege – Unterwegs in Richtung Zukunft**“ war die Analyse, dass die Verkehrsinfrastruktur rund um den Tagebau Garzweiler II Lücken aufweist und insbesondere eine nachhaltige, vom Auto unabhängige Mobilität nur unzureichend gewährleistet ist. Ein Ausbau der Infrastruktur (S-Bahnen, Radwege) ist zwar geplant, aber deren Fertigstellung liegt weit in der Zukunft. Daraus ergab sich die praxisorientierte Fragestellung des Projekts: „Welche Möglichkeiten für eine nachhaltige Mobilität lassen sich zeitnah und mit relativ geringen Mitteln realisieren? Und welche Rolle können Bürger:innen spielen, um nachhaltige Mobilität voranzubringen – ggfs. in Kooperation mit Akteuren wie Kommunen, Verkehrsverbänden etc.?“ Ziel des Projekts war es, gemeinsam mit Bürger:innen in einem co-kreativen Forschungsprozess (erste) Antworten zu dieser Fragestellung zu erarbeiten. „Alte Dörfer, neue Wege“ wurde als Teil des vom Bundesumweltministerium und dem Land NRW geförderten Projekts „MehrWertRevier“ (2023-2025) der Verbraucherzentrale NRW umgesetzt.

Als Bürgerforscher:innen waren rund 20 Anwohner:innen aus verschiedenen Anrainer-Dörfern am Tagebau beteiligt. Viele davon waren bereits seit längerem in Bürgerinitiativen engagiert, so dass die Gruppe viel Vorwissen und Gestaltungswillen mitbrachte. Die wissenschaftliche Begleitung übernahm das Institut für Verbraucherwissenschaften (IfV) der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf.

Kern des co-kreativen Forschungsprozesses waren fünf Workshops mit den Bürger:innen. Der Fokus des ersten Workshops lag zunächst darauf, verschiedene Themenbereiche

#### Citizen Science (Bürgerwissenschaft)

essierte Laien aktiv an wissenschaftlichen Projekten mitarbeiten, indem sie Daten sammeln, Phänomene beobachten oder Messungen durchführen, um gemeinsam mit professionellen Forschenden neue Erkenntnisse zu gewinnen. Im Rahmen co-kreativer Bürgerforschung werden Bürger:innen umfassend an allen Schritten des wissenschaftlichen Vorhabens beteiligt, inklusive der Wahl des Themas und der Fragestellung.

Umfangreiche Informationen zu Citizen Science finden Sie unter [www.mitforschen.org](http://www.mitforschen.org)

gemeinsam Antworten zu finden, welche möglichen niedrigschwelligen, kurz- bis mittelfristigen Lösungen es für nachhaltige Mobilität am Tagebau geben könnte und was die Rolle der Bürgerschaft bei einer möglichen Umsetzung sein könnte. Die Wissenschaftler:innen des IfV entwickelten aus diesen ersten thematischen Ansätzen anschließend mehrere Konzepte für mögliche Forschungsprojekte einschließlich Forschungsfrage, –methodik und Partizipations-Möglichkeiten für die Bürger:innen. Nach ausführlicher Diskussion entschieden sich die Citizen Scientists bei einer Abstimmung dafür, die Fragestellung zu vertiefen, wie der Busverkehr rund um den Tagebau besser gestaltet werden könnte, da sie hier die aktuell größten Defizite wahrnahmen – insbesondere die fehlende ÖPNV-Anbindung der „geretteten“ Dörfer Keyenberg, Kuckum, Berverath, Oberwestrich und Unterwestrich sowie unzureichende Anbindung an Bahnhöfe, von denen Berufspendler:innen in die umliegenden Großstädte gelangen können. Ergebnis der vertiefenden Diskussion war, dass

die Bürger:innen in einer Ringbuslinie, die um den Tagebau führen könnte und die Dörfer an den ÖPNV in Erkelenz und Hochneukirch anbindet das größte Potenzial sahen, um Mobilitätsbedürfnisse mehrerer wichtiger Anwohner-Gruppen (z.B. Schüler:innen, Berufspendler:innen) am Tagebau zu erfüllen.

Die weiteren Workshops beschäftigten sich daher mit der **Entwicklung eines Konzepts für eine Ringbuslinie** rund um den Tagebau sowie einer ersten Evaluation dieses Konzepts durch qualitative Interviews mit Bürger:innen aus den betroffenen Dörfern sowie Gesprächen mit verschiedenen Stakeholdern (z.B. Verkehrsunternehmen, kommunale Verkehrsmanager). Entstanden ist so schließlich ein fundiertes Konzept für den **„Überland-Express“** – inklusive Ideen für mögliche Haltestellen, Preis, Taktung und Busgröße. Diskutiert wurden zudem Möglichkeiten für nächste Schritte, um die Buslinie in Richtung Umsetzung zu bringen. Die Vision der Bürgerschaft war hier, gemeinsam mit einem lokalen Verkehrsunternehmen einen Testbetrieb zu initiieren, der bei erfolgreicher Erprobung zu einer dauerhaften Umsetzung der Linie führen könnte. Zum Abschluss des Citizen Science-Projektes wurde im November 2024 eine Dialogveranstaltung in Erkelenz durchgeführt, bei der die Bürger:innen das entwickelte Konzept für die Ringbuslinie Vertreter:innen aus Politik, Verwaltung und Zivilgesellschaft präsentierten und zur Diskussion stellten.<sup>2</sup> Mit dieser Veranstaltung endete die Zusammenarbeit im Rahmen des Citizen Science-Projektes. Die Bürger:innen verfolgten danach ihre Vision selbständig weiter, u.a. wurde das Konzept im Ausschuss für Braunkohle, Strukturwandel und Landfolge der Stadt Erkelenz präsentiert und Gespräche mit lokalen Verkehrsunternehmen gesucht.

Im Laufe dieses Leitfadens wird auf das Beispiel „Alte Dörfer, neue Wege“ an mehreren Stellen verwiesen, um einen Bezug zur Praxis

herzustellen. Mehr Informationen zu dem Projekt sind zu finden unter: <https://www.mehrwertrevier.nrw/mwr-mobilforschung>

### Transparenz und Erwartungsmanagement: Das Fundament von Vertrauen

Co-kreative Projekte funktionieren nur, wenn allen Beteiligten von Anfang an klar ist, worum es geht – und worum es eben nicht geht. Eine häufige kritische Frage lautet: Besteht die Gefahr, dass Bürger:innen unrealistische Erwartungen entwickeln, wenn sie mitgestalten, am Ende aber nicht selbst umsetzen können?

Das Projekt „Alte Dörfer, neue Wege“ zeigt eine gute Antwort auf diese Frage. Die Bürgerforscher:innen waren sich von Anfang an klar darüber, was das Ziel des Projekts war: nicht die unmittelbare Umsetzung eines ÖPNV-Systems oder einer neuen Sharing-Infrastruktur, sondern die **Erforschung, wie nachhaltige Mobilität vorangebracht werden kann sowie die gemeinsame Erarbeitung eines Konzepts**. Es war klar, dass es nicht um Beteiligung im Sinne eines formalen Planings, der kommunal umgesetzt werden soll, sondern um einen Raum, in dem die Bürger:innen zunächst Ideen und Konzepte entwerfen können, für die sie ggfs. selbst – organisiert etwa in einer Initiative – politisch lobbyieren müssen.

Damit ist das zentrale Erfolgsprinzip benannt: Erwartungsmanagement beginnt mit Transparenz. Wenn Menschen verstehen, dass Co-Kreation oft bedeutet, selbst aktiv zu werden und politisch Druck aufzubauen, kann enttäuschten Erwartungen vorgebeugt werden und eine realistische, empowernde Perspektive entsteht.

<sup>2</sup> <https://www.mehrwertrevier.nrw/reise-mobilitaet/buergerforscherinnen-stellen-oepnvprototypen-fuer-tagebauranddoerfer-vor-101667>

## 4. Schritt für Schritt zum eigenen co-kreativen-Projekt

Co-kreatives Arbeiten lebt davon, dass Menschen gemeinsam etwas bewegen wollen – für ihr Dorf, ihre Stadt, ihre Region. Wer sich auf den Weg macht, ein solches Projekt zu starten, steht oft vor vielen Fragen:

- Wie finde ich Mitstreiter:innen?
- Wie wird aus einer Ausgangsidee ein konkretes Projekt?
- Wie gelingt es, dass aus ersten Ergebnissen tatsächlich Veränderungen entstehen?

Dieser Leitfaden unterstützt Sie dabei, vom Impuls zur Umsetzung zu kommen. Er orientiert sich an fünf aufeinander aufbauenden Schritten. Jeder hilft, Beteiligung zu gestalten, Wissen zu teilen und die Ergebnisse sichtbar zu machen – ganz gleich, ob Sie in einer Kommune, einer Initiative oder einem Verein aktiv sind.

Die fünf Schritte sind:

1. Vorbereitung: den Rahmen schaffen
2. Gemeinsam Fragestellungen und Ziele konkretisieren
3. Konkret planen und umsetzen: Methoden und Werkzeuge
4. Den co-kreativen Prozess gestalten
5. Ergebnisse kommunizieren und verstetigen

### 4.1 Vorbereitung: Den Rahmen schaffen

Am Anfang eines co-kreativen Projekts steht fast immer eine Beobachtung, ein Anliegen oder ein Problem, das erkannt wurde. Vielleicht ist aufgefallen, dass ein alter Dorfplatz kaum noch genutzt wird, oder es gibt Sorgen um den Zustand der Radwege. In dieser Phase ist noch nicht viel festgelegt – und genau das ist die

Stärke: Ideen dürfen wachsen, sich verändern und in Gesprächen mit anderen Kontur gewinnen. Wer als **Koordinator:in oder Organisation** ein co-kreatives Projekt starten möchte, benennt zunächst den Ausgangspunkt klar: „Der Dorfplatz soll wiederbelebt werden“ – wie das gelingen kann, bleibt bewusst offen.

### Die Rolle der Koordination

Koordinator:innen (dies können z.B. Kommunen, Vereine oder Bildungseinrichtungen sein) schaffen den Rahmen für Partizipation. Das bedeutet konkret: Sie laden ein, moderieren Prozesse, stellen Ressourcen bereit und sorgen dafür, dass aus Ideen konkrete Schritte werden. Sie sind nicht neutral – sie haben ein Interesse am Thema – aber sie öffnen diesen Prozess bewusst für andere Perspektiven und Erfahrungen. Ihre Aufgabe ist es, **Bürger:innen Raum zu geben, nicht sie zu lenken**. Bevor der eigentliche Arbeitsprozess beginnt, sind die Rahmenbedingungen zu klären:

- Wer initiiert, koordiniert und gestaltet den co-kreativen Prozess? Wird ein Partner mit eingebunden – und wenn ja, für welche Aufgaben (z.B. Moderation, Beratung, wissenschaftliche Begleitung)?
- Welche Ressourcen stehen zur Verfügung – Zeit, Räume, vielleicht kleine Fördermittel?
- Und was erwarten die Beteiligten voneinander?

### Die Rollen von Partner:innen in co-kreativen Projekten

Neben der Koordination kann es je nach Vorhaben sinnvoll sein, weitere Partner:innen einzubinden, die spezialisierte Aufgaben übernehmen

und den Rahmen für Partizipation mitgestalten. Sie sind **professionelle Unterstützer:innen**, die mit der Koordination zusammenarbeiten, um das Projekt zu ermöglichen. Partner:innen können unterschiedliche Rollen übernehmen: Sie moderieren Prozesse, bringen Fachwissen ein, begleiten wissenschaftlich oder stellen Ressourcen bereit. Wichtig ist: Genau wie die Koordinatoren helfen sie mit, den Rahmen zu schaffen, damit ehrenamtlich involvierte Bürger:innen möglichst gut unterstützt sind, Inhalte und Alltagsrelevanz einzubringen. In der nachfolgenden Tabelle finden Sie Anregungen zu möglichen Funktionen, die Partner:innen in co-kreativen Projekten übernehmen können. Lassen Sie sich davon aber nicht erschlagen – je nach Projekt sind womöglich nur einzelne dieser Rollen nötig, oder Sie haben intern in Ihrer Organisation passendes Personal, das einzelne der genannten Funktionen übernehmen kann. mit der Koordination zusammenarbeiten, um das Projekt zu ermöglichen. Partner:innen können unterschiedliche Rollen übernehmen: Sie moderieren Prozesse, bringen Fachwissen ein, begleiten wissenschaftlich oder stellen Ressourcen bereit. Wichtig ist: Genau wie die Koordinatoren helfen sie mit, den Rahmen zu schaffen, damit ehrenamtlich involvierte Bürger:innen möglichst gut unterstützt sind, Inhalte und Alltagsrelevanz einzubringen. In der nachfolgenden Tabelle finden Sie Anregungen zu möglichen Funktionen, die Partner:innen in co-kreativen Projekten übernehmen können. Lassen Sie sich davon aber nicht erschlagen – je nach Projekt sind womöglich nur einzelne dieser Rollen nötig, oder Sie haben intern in Ihrer Organisation passendes Personal, das einzelne der genannten Funktionen übernehmen kann.

Gute Partner:innen zeichnen sich dadurch aus, dass sie ihren Auftrag klar verstehen: Sie schaffen Rahmenbedingungen und ermöglichen Partizipation, geben aber nicht vor, welche

Inhalte entstehen sollen. Sie sind transparent über ihre eigene Rolle und ihre Grenzen – das schafft Klarheit und Vertrauen. Besonders wichtig ist die Fähigkeit, **loszulassen**: Am Ende eines Prozesses geben sie Verantwortung an die Bürger:innen ab und treten in den Hintergrund. Das erfordert auch ein **echtes Interesse am Thema und am Prozess** selbst, nicht nur an formaler Abrechnung oder dem Abhaken von Aufgaben. Schließlich braucht es **Flexibilität**: Gute Partner:innen passen ihre Unterstützung daran an, was das Projekt wirklich braucht – nicht an starre Vorgaben oder vordefinierte Leistungsumfänge.

### Die richtigen Bürger:innen einbeziehen

Nicht „möglichst viele“, sondern die Richtigen zu gewinnen, ist entscheidend. Das sind Menschen, die unterschiedliche Perspektiven und Fähigkeiten mitbringen (die einen kennen den Ort, andere bringen methodisches Wissen, Netzwerke oder Organisationstalent), ein echtes Interesse am Thema teilen und die bereit sind, voneinander zu lernen und sich auf Neues einzulassen. Überlegen Sie, welche organisierten Gruppen wie z.B. Vereine oder Initiativen es bei Ihnen im Umfeld gibt.

Hier finden Sie oft besonders engagierte Bürger:innen, die ggfs. bereit sind, am Projekt teilzunehmen oder die die Informationen zum Vorhaben über ihre Netzwerke streuen können. Auf der Suche nach Bürger:innen kann es hilfreich sein, eine **Mindmap relevanter Initiativen oder Vereine zu erstellen**. Zudem kann es hilfreich sein, **Austauschgespräche** mit besonders relevanten Akteuren zu führen, um auch den Beginn bereits gemeinsam zu gestalten. Besonders niedrigschwellig sind hierbei kurze Online-Termine, um gegenseitig das Interesse zu sondieren.

## Den Umfang der co-kreativen Partizipation abstecken

Eine zentrale Frage ist: Wo genau im Projekt wird co-kreativ mit den Bürger:innen gearbeitet – und wo endet die Beteiligung? Es gibt hier kein Richtig oder Falsch – aber es braucht eine bewusste Entscheidung und **klare Kommunikation**.

- **Modell 1: Konzeption co-kreativ, Umsetzung professionell**

Bürger:innen oder Professionelle entwickeln gemeinsam das Konzept. Die technische Umsetzung übernehmen spezialisierte Akteure. Dies ist das Modell der Wahl bei Infrastrukturprojekten oder wenn spezialisiertes Fachwissen nötig ist. Vorteil: hohe Beteiligung, aber auch Qualitätssicherung. Risiko: Wenn das Ergebnis vom Konzept abweicht, entsteht Enttäuschung.

- **Modell 2: Co-kreativ über alle Phasen hinweg**

Bürger:innen sind von Anfang bis Ende dabei – sie planen, entscheiden und setzen (mit) um. Dieses Modell passt gut für kleinere, überschaubare Projekte. Vorteil: Sehr hohe Identifikation und Selbstwirksamkeit. Herausforderung: Mehr Zeit, mehr Koordination, nicht alle können/wollen mitarbeiten.

- **Modell 3: Gestaffelte Beteiligung (Hybrid)**

Unterschiedliche Phasen haben unterschiedliche Grade von Partizipation.

### Klärungsfragen für die Koordination:

- Wo können Bürger:innen realistisch und sinnvoll Einfluss nehmen?
- Wo gibt es Grenzen – und warum?
- Wie werden Entscheidungen getroffen, wenn unterschiedliche Meinungen aufeinandertreffen?
- Welche Unterstützung braucht es?
- Welcher Zeithorizont ist realistisch?

**Fazit:** Entscheidend ist, dass die Koordination selbst klar ist – und das **von Anfang an transparent** kommuniziert. Bürger:innen können mit Grenzen umgehen, wenn sie diese verstehen. Enttäuschungen entstehen nur durch unerfüllte oder nicht benannte Erwartungen.

### Offen einladen

Ein gelungener Einstieg gelingt mit einer **offenen Einladung**: „Wir möchten gemeinsam herausfinden, wie wir unseren Dorfplatz wiederbeleben können“ statt „Wir haben Plan XY entwickelt und informieren euch nun“. Co-Kreation lebt davon, dass Interessierte auch bei grundlegenden Fragen mitreden können – nicht von fertigen Antworten und Plänen. Ein erstes lockeres Treffen, ein Spaziergang durch den Ort oder eine digitale Ideensammlung können reichen, um Interesse zu wecken und Vertrauen zu schaffen.

Das Citizen Science-Projekt „**Alte Dörfer – neue Wege**“ wurde im Rahmen des umfangreichen KoMoNa-Projekts MehrWert-Revier durchgeführt – die Verbraucherzentrale NRW entschied sich bewusst dafür, das Projekt co-kreativ anzulegen, da im Strukturwandel im Rheinischen Revier bisher eher wenige Projekte durchgeführt werden, die intensiv mit Bürger:innen arbeiten und die Chancen informeller Beteiligungsformen ausgelotet werden sollten. Die Kooperation mit den Bürger:innen ging aus einem Austauschgespräch mit einer Initiative am Tagebau Garzweiler hervor. Die Engagierten waren interessiert, im Rahmen eines Citizen Science-Projekts das Thema nachhaltige Mobilität zu bearbeiten und luden über ihre Netzwerke weitere Interessierte aus den Tagebauanrainerdörfern ein, sodass sich daraus die Forschungsgruppe bildete

**Tabelle 1: Übersicht über mögliche Rollen in co-kreativen Projekten**

| <b>Partner:innen-Rolle</b>                     | <b>Mögliche Akteure</b>   | <b>Beitrag zum Projekt</b>   | <b>Nutzen für Co-Kreation</b>   |
|--|---|--|---|
| <b>Moderation &amp; Prozessbegleitung</b>      | Moderator:innen, Facilitator:innen, Kommunikationsagenturen           | Leiten Workshops, Diskussionen und Arbeitstreffen. Sorgen für strukturierten Austausch und halten den Prozess in Balance.  | Unterschiedliche Meinungen kommen zu Wort. Keine Person dominiert. Der Fokus bleibt bei der gemeinsamen Frage.  |
| <b>Fachliche Beratung</b>                      | Expert:innen aus Verwaltung, Planung, Handwerk, Umwelt                | Erklären technische oder rechtliche Hintergründe (z. B. Förderrichtlinien, Baugenehmigungen, nachhaltige Materialien). Helfen, Ideen realitätsnah zu bewerten.   | Bürger:innen verstehen, was möglich und unmöglich ist. Ideen werden von Anfang an praxisorientiert entwickelt. Keine Zeitverschwendung mit unrealistischen Vorschlägen. |
| <b>Wissenschaftliche Begleitung</b>            | Hochschulen, Forschungseinrichtungen, Forschungszentren               | Begleiten den Prozess dokumentierend. Helfen bei Datenerhebung, Analyse oder Evaluation. Sichern Wissenstransfer zwischen Praxis und Wissenschaft. Bei co-kreativen Citizen Science-Projekten unabdingbar. | Erkenntnisse werden systematisch gesammelt. Ergebnisse sind verlässlich und können weitergegeben werden. Lerneffekte werden sichtbar.                                   |
| <b>Methodische Unterstützung</b>               | Trainer:innen, Design-Thinking-Facilitator:innen, Mediator:innen      | Bringen bewährte Methoden ein (z. B. Workshops, Mapping, Kartenarbeit, Kreativtechniken). Trainieren Bürger:innen im Umgang mit Tools.   | Prozesse werden strukturiert und effizient. Bürger:innen können neue Methoden selbst anwenden und weiterführen.   |
| <b>Finanzielle &amp; materielle Ressourcen</b> | Kommunen, Stiftungen, Fördereinrichtungen, Unternehmen                | Stellen Mittel für Material, Räume, Verpflegung und Honorare bereit. Ermöglichen Projektfinanzierung.  | Projekte können überhaupt stattfinden. Bürger:innen werden für ihr Engagement (auch zeitlich) wertgeschätzt.  |
| <b>Netzwerk &amp; Kontakte</b>                 | Verwaltung, Verbände, Unternehmen, etablierte Initiativen             | Vermitteln Kontakte zu Entscheidungsträger:innen, öffnen Türen, verbinden das Projekt mit bestehenden Strukturen.  | Ergebnisse erreichen die Entscheidungsträger:innen. Umsetzung wird möglich. Das Projekt bleibt nicht isoliert.  |
| <b>Kommunikation &amp; Öffentlichkeit</b>      | Lokale Medien, Kommunikationsagenturen, Social-Media-Spezialist:innen | Machen das Projekt sichtbar. Berichten über Prozesse und Ergebnisse. Erreichen größere Zielgruppen.  | Mehr Menschen erfahren von der Möglichkeit, mitzumachen. Erfolge werden sichtbar. Das Engagement wird anerkannt.  |

## 4.2 Gemeinsam Fragestellungen und Ziele konkretisieren

Wenn Sie eine erste Gruppe an Interessierten gefunden haben, beginnt die spannendste Phase: Was wollen wir – ausgehend vom ersten Themenimpuls – gemeinsam herausfinden, gestalten oder erreichen?

Ausgangspunkt co-kreativer Projekte sind, wie bereits gesagt, erste Beobachtungen: „Warum gibt es kaum Insekten auf der Wiese?“, „Es ist kaum möglich, ohne Auto vom Dorf in die Stadt zu fahren.“, „Wieso wird die abgebagerte Fläche nicht renaturiert?“ Ein koordinierender Akteur greift eine solche Beobachtung auf und trommelt eine Gruppe Interessierter zusammen. Ein bewährter Weg ist, nun das gewählte Thema gemeinsam weiter zu erkunden. Dafür eignen sich einfache Methoden:

- **Karten oder Ortsbegehungen:** Die Gruppe markiert Orte, die auffallen – z. B. Hitzeinseln, brachliegende Flächen, Treffpunkte, ungenutzte Wege.
- **Erzählrunden oder Fotointerviews:** Jede:r bringt eine Geschichte, ein Bild oder eine Erinnerung mit, die zeigt, was im Ort wichtig ist.
- **Themencluster an der Pinnwand:** Alle Stichworte werden gesammelt, ähnliche Aspekte zusammengelegt und daraus übergreifende Fragen entwickeln.

Im Projekt „Alte Dörfer – neue Wege“ wurden zwei Workshops durchgeführt, um das Forschungsthema zu konkretisieren. Zu Anfang war lediglich klar, dass es um nachhaltige Mobilität am Tagebau Garzweiler II gehen soll. In einem Worldcafé wurden das Thema zunächst breit diskutiert, darüber abgestimmt, was besonders relevante Themen sind. Die Gruppe einigte sich schließlich, den Fokus auf den ÖPNV zu legen und hier auf den Busverkehr – eine typische Konkretisierung der Fragestellung.

Eine der einfachsten Methoden, um gemeinsam ein Ziel zu entwickeln, ist die Was–Warum–Wie-Methode. Sie funktioniert ohne Fachwissen und eignet sich sehr gut für Gruppen, die aus einer Beobachtung ein tragfähiges Umsetzungsprojekt machen möchten.

### Beobachtung:

Die Radwege im Dorf sind in einem schlechten Zustand.

### Was wollen wir erreichen?

Sicherere, durchgehende und gut nutzbare Radwege, die von vielen Menschen im Alltag verwendet werden (z. B. für Schule, Arbeit, Einkäufe).

### Warum ist das wichtig?

Weil gute Radwege die selbstständige Mobilität stärken, das Unfallrisiko senken, den Klimaschutz unterstützen und die Lebensqualität im Dorf erhöhen – für Kinder, Berufstätige und Senior:innen.

### Wie können wir das umsetzen?

Gemeinsam konkrete Schritte planen und realisieren:

- Problemstellen zusammentragen und priorisieren (z. B. in einem Workshop oder bei einer gemeinsamen Ortbegehung)
- gemeinsam Anforderungen an „gute Radwege“ formulieren (Breite, Beleuchtung, Sicherheitspunkte) – und dabei auch die Sichtweise anderer Verkehrsteilnehmer (Autofahrer, Fußgänger) hören und berücksichtigen
- ein Maßnahmenpaket mit Zuständigkeiten entwickeln (z. B. Gespräche mit der Kommune, Fördermittel prüfen, Aktionstage organisieren)

So wird aus einer ersten Beobachtung ein co-kreatives Projekt, in dem z.B. die Kommune gemeinsam mit Bürger:innen, Vereinen oder Initiativen an konkreten Verbesserungen der Radwege arbeiten und Schritt für Schritt Veränderungen vor Ort anstoßen kann.

### 4.3 Konkret planen und umsetzen: Methoden & Werkzeuge

Wenn die Zielsetzung steht, hilft eine gute Methodenwahl dabei, strukturiert und zu planen und umzusetzen. Die folgenden Methoden stellen eine kleine Auswahl dar, die leicht und ohne teure Ausstattung umsetzbar sind.

**Tabelle 2: Übersicht über mögliche Methoden in co-kreativen Projekten**

| Methoden                          | Beschreibung & Einsatz  | Beispiele  |
|-----------------------------------|---|--|
| <b>(Teilnehmende) Beobachtung</b> | Systematische Beobachtung von Orten oder Abläufen. Gut geeignet, um Nutzungsprobleme oder Potenziale vor Ort zu erkennen. | Begehung der Radwege im Dorf mit Nachbar:innen – wo bremsen Menschen? Wo fehlt Beleuchtung?        |
| <b>Kartierung (Mapping)</b>       | Räumliche Übersicht zu Freiflächen, Wegen, Barrieren oder Begegnungsorten erstellen. Macht lokales Wissen sichtbar.       | Karte mit problematischen Radwegabschnitten, Parkplätzen oder fehlenden Wegeverbindungen zeichnen. |
| <b>(Leitfaden-) Interviews</b>    | Kurze Gespräche mit Betroffenen zu Nutzung, Bedürfnissen oder Erfahrungen. Liefert schnell konkrete Impulse.              | Pendler:innen und Schüler:innen fragen: „Was stört Sie an den Radwegen? Was wünschen Sie sich?“    |
| <b>Befragung</b>                  | Schnelle Umfrage zu Meinungen oder Nutzungsverhalten. Kann digital oder auf Papier erfolgen.                              | Fragebogen: „Wie oft nutzen Sie Radwege? Was fehlt Ihnen?“ – in Vereinen, Schulen verteilen.       |
| <b>Zählung &amp; Messungen</b>    | Einfache Zahlen sammeln zu Nutzung oder Häufigkeit. Starke Argumente für Kommune/Förderanträge.                           | Radverkehr zählen, Parklücken dokumentieren, Unfallstellen markieren.                              |

#### 4.4 Den co-kreativen Prozess gestalten

Co-kreative Projekte gelingen, wenn Menschen miteinander sprechen, ihre Beobachtungen teilen und Entscheidungen transparent treffen können. Deshalb ist eine gut strukturierte Teamkommunikation das Herzstück eines co-kreativen Projekts.

Unterschiedliche Hintergründe, Zeitbudgets und Erfahrungsstände machen es notwendig, eine Kommunikationsstruktur zu schaffen, die klar, verständlich und verlässlich ist. Wichtig ist dabei:

- **Klare Sprache:** kurze Botschaften, wenig Fachbegriffe
- **Verbindlichkeit:** Absprachen sichtbar machen
- **Transparenz:** Wer macht was, was wurde entschieden, wo stehen wir?
- **Dialogorientierung:** Raum für Rückfragen, Kritik und Feedback
- **Gleichwertigkeit:** Alle Beiträge zählen, unabhängig von Expertise

Diese Prinzipien sorgen dafür, dass sich alle im Projekt abgeholt fühlen und kontinuierlich beitragen können.

Zur **internen Organisation im koordinierenden Team** ist es sinnvoll, sich zu Beginn folgende Fragen zu stellen:

- Welche Kanäle nutzen wir wofür? (z.B. Chat für Kurzinfos, E-Mail für Dokumente, persönliche Treffen für Entscheidungen)
- Wie halten wir abwesende Personen auf dem Laufenden?
- Wie ermöglichen wir neuen Personen den Einstieg in das Projekt?

Außerdem ist es sinnvoll, Austauschformate für das koordinierende Team zu etablieren. Das können wöchentliche Kurz-Updates, monatliche Runden oder unregelmäßig stattfindende Workshops sein, in denen das co-kreative Projekt wei-

ter ausgearbeitet und besprochen wird.

Neben dem Austausch zu dem Projekt sollte der Spaß am gemeinsamen Entwickeln, Planen und Umsetzen nicht verloren gehen. Co-kreative Projekte leben vom **sozialen Miteinander** und von der Begegnung neuer und alter Bekannter. Bei der Planung von Treffen ist es sinnvoll, Raum für Unterhaltungen und Austausch zu schaffen. Durch die Ausweitung des sozialen Miteinanders kann das dauerhafte Interesse an dem Projekt mitzuwirken gestärkt werden. Denn wenn Bürger:innen ehrenamtlich in Projekte eingebunden werden, geschieht dies in ihrer wertvollen Freizeit.

Wichtig ist auch, dass ehrenamtlich teilnehmende Bürger:innen **Anerkennung und Wertschätzung** für ihr Engagement erhalten. Dies kann auf vielfältige Arten vermittelt werden: Das Koordinatoren-Team kümmert sich um die Teilnehmenden, es gibt eine freundliche Ansprache in den gemeinsamen Terminen. Aber auch eine materielle Anerkennung ist wichtig: Wenn die Mittel dafür vorhanden sind, können z.B. Ehrenamtszuschüsse, Aufwandsentschädigungen oder Reisekosten bezahlt werden oder der Dank für die Beteiligung kann in einem Sachgeschenk am Ende des Projekts ausgedrückt werden.

Im Projekt „**Alte Dörfer, neue Wege**“ wurden fünf Partizipations-Workshops durchgeführt. Um dem Bedürfnis nach sozialem Miteinander gerecht zu werden wurde – auf Anregung der Bürger:innen hin – ein Fokus auf Präsenz- statt Online-Workshops gelegt. Zur Kommunikation untereinander wurde ein E-Mail-Verteiler genutzt. Fester Bestandteil der Workshops waren ausgiebige Pausen mit bereitgestellter Verpflegung, die Raum für Austausch und Gespräche boten. Am Ende des Projekts erhielten die Teilnehmenden einen kleinen Geschenkekorb passend zum Thema nachhaltige Mobilität.



#### 4.5 Ergebnisse kommunizieren und Verstetigung sichern

Um ein co-kreatives Projekt gut abzuschließen, ist es wichtig, die Ergebnisse zu kommunizieren und zu klären, wie es nach dem Projekt weitergehen soll (Stichwort: Transfer und Verstetigung).

##### Kommunikation für verschiedene Zielgruppen

In Hinblick auf die Kommunikation ist zunächst wichtig, wer über die Ergebnisse informiert werden soll. Dies können – je nach Zielsetzung und Kontext eines co-kreativen Projekts z.B. die interessierte Öffentlichkeit, Anwohner:innen z.B. des neu zu gestaltenden Dorfplatzes, eine Fach-Community oder Entscheidungsträger:innen sein. Anschließend sollte überlegt werden, wie die Ergebnisse am besten vermittelt werden. Gerade in partizipativen Projekten ist es besonders wirksam, wenn Bürger:innen die durch sie bzw. mit ihnen gewonnenen Ergebnisse selbst präsentieren – dies wirkt glaubwürdiger und gibt ihnen die Gelegenheit ihre Erkenntnisse selbst darzustellen. Die partizipative Idee kann auch bei der Ergebniskommunikation weitergeführt werden – offene Diskussionsformate wie z.B. die Fish-Bowl (siehe Kasten) eignen sich dafür gut.

Im Projekt „**Alte Dörfer, neue Wege**“ wurde eine Dialogveranstaltung organisiert, um die Ergebnisse zu präsentieren. Eingeladen wurden dazu interessierte Stakeholder (u.a. Landtagsabgeordnete verschiedener Parteien, Vertreter:innen aus Politik und Verwaltung, Planungsagenturen oder zivilgesellschaftlichen Organisationen), wobei die beteiligten Bürger:innen und die Verbraucherzentrale NRW jeweils Stakeholder in ihren Netzwerken sondierten. Das Institut für Verbraucherwissenschaften präsentierte die wissenschaftliche Konzeption sowie Ergebnisse der Auswertungen, die Bürger:innen präsentierten das Konzept der von ihnen entwickelten Buslinie, die Verbraucherzentrale NRW übernahm die Moderation. Im Rahmen einer offenen Fish-Bowl-Diskussion erhielten alle Teilnehmenden die Möglichkeit, das Konzept zu diskutieren. In unserer Variante des Formats wurde die Diskussion von drei vorab eingeplanten Rednern eröffnet, die jeweils ein Eingangsstatement abgaben. Daneben gab es zwei offene „Gast“-Stühle, die jederzeit von Personen aus dem Publikum besetzt werden konnten – zudem konnten alle Beteiligten (sowohl die Eingangsredner als auch die Gäste aus dem Publikum) jederzeit ihren Stuhl verlassen um Platz für andere Beitragende zu machen. So entstand eine dynamische, lebhaft Diskussion.

## Verstetigung und Transfer gestalten

Schließlich sollte frühzeitig geklärt werden, wie es nach Abschluss der gemeinsam Projektphase weitergeht und wer dabei welche Verantwortlichkeiten hat. Hierbei gibt es keine goldene Regel – wie Transfer und Verstetigung am besten gestaltet werden, kann sich von Projekt zu Projekt unterscheiden und ist von Zielen, Kontext und verfügbaren Mitteln abhängig. Wichtige Möglichkeiten für Transfer und Verstetigung sind z.B. Wissen und Materialien aus dem Projekt anderen zugänglich machen oder die schrittweise Übergabe der Verantwortung an andere interessierte Akteure oder an eine Bürgergruppe oder Initiative.

Die Ergebnisse und Erkenntnisse aus dem Citizen Science-Projekt „**Alte Dörfer, neue Wege**“ wurden auf je unterschiedliche Weise von den Beteiligten weiter genutzt und transferiert. Die Bürger:innen nutzten das von ihnen entwickelte Buslinien-Konzept um für ihr Anliegen eines ÖPNV-Ausbaus am Tagebau zu lobbyieren und warben in Gesprächen dafür, gemeinsam mit einem lokalen Verkehrsunternehmen eine Erprobung zu initiieren. Das Institut für Verbraucherwissenschaften an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf entwickelte eine wissenschaftliche Publikation zum Thema. Die Verbraucherzentrale NRW entwickelte am Beispiel des Projekts ein politisches Planspiel zum Thema „Mobilität mitgestalten im Braunkohlerevier“ für Jugendliche und junge Erwachsene. Schließlich entstand auch die Idee, diesen Leitfaden für co-kreative Projekte mit Bürger:innen zu entwerfen.



## 5. Fazit

Wie eingangs erläutert profitiert die nachhaltige Transformation des Rheinischen Reviers davon, wenn Bürger:innen nicht nur Zuschauer:innen sind, sondern auch aktiv den Strukturwandel mitgestalten können.

Die Forschung zeigt: Wenn Menschen Entscheidungen mitgestalten, verstehen sie komplexe Kompromisse besser. Sie unterstützen Veränderungen eher, wenn sie sich einbringen können. Wir sind überzeugt: Neben formellen Beteiligungsverfahren an umfangreichen, langfristig angelegten Infrastruktur-Planungen ist die Einbindung von Bürger:innen in kleinere, niedrigschwellige co-kreative Projekte eine wichtige Ergänzung, über die im besten Fall auch eine Identifikation mit dem „großen Ganzen“ der Transformation im Revier geschaffen werden kann.

Zugleich entstehen in co-kreativen Prozessen oft bessere Lösungen. Bürger:innen bringen ihr

Alltagswissen ein, identifizieren Probleme früh und mitgestaltete Lösungen werden von Anfang an in der Lebensrealität vor Ort verankert. Ein oft übersehener Effekt: Partizipation stärkt das Vertrauen in Demokratie und staatliches Handeln. Menschen, die erlebt haben, dass ihre Stimme zählt, verlieren nicht das Vertrauen in gemeinsames Handeln. Das ist besonders in unruhigen Zeiten ein kostbares Gut.

Wir hoffen, dass wir mit diesem Leitfaden die Mehrwerte des co-kreativen Arbeitens zeigen und anhand unseres Projekts „Alte Dörfer, neue Wege“ die Vorstellungskraft stärken konnten, wie die Zusammenarbeit mit Bürger:innen auf Augenhöhe gelingen kann.



# Literatur zum Weiterlesen

## Zum co-kreativen Arbeiten allgemein

Michalik, Georg (2024): Co-Creation – die Kraft des gemeinsamen Denkens. Stuttgart: Schäfer-Poeschel Verlag.

## Zur Bürgerbeteiligung in Kommunen

Bertelsmann Stiftung (Hrsg., 2017): Bürgerbeteiligung in Kommunen verankern. Leitlinien, Muster-satzung und Praxisbeispiele. Abrufbar unter: [https://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/Projekte/Vielfaeltige\\_Demokratie\\_gestalten/Buergerbeteiligung\\_in\\_Kommunen\\_verankern.pdf](https://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/Projekte/Vielfaeltige_Demokratie_gestalten/Buergerbeteiligung_in_Kommunen_verankern.pdf)

## Zum co-kreativen Arbeiten in Citizen Science-Projekten

Klages, Tina et al. (2020): Good-Practice-Leitfaden für Co-Creation-Projekte. Abrufbar unter: <https://publica-rest.fraunhofer.de/server/api/core/bitstreams/7c12fb58-5009-4243-80d7-72312338602e/content>



**Verbraucherzentrale**  
Nordrhein-Westfalen

## Impressum

**Herausgegeben von:**

Verbraucherzentrale NRW e. V.  
Projekt MehrWertRevier  
Helmholtzstraße 19, 40215 Düsseldorf  
citizen-science@verbraucherzentrale.nrw  
verbraucherzentrale.nrw  
mehrwertrevier.nrw

**Redaktion und Text:**

Jonas Grauel, Felix Langer

**Gestaltung:**

Verbraucherzentrale NRW

**Bildnachweise:**

Titel – Bild von Verbraucherzentrale NRW  
S. 3 – Bild von Verbraucherzentrale NRW  
S.14 – Bild von Verbraucherzentrale NRW  
S.15 – Bild von Verbraucherzentrale NRW  
S.16 – Bild von Verbraucherzentrale NRW

**Stand:**

Januar, 2026

**MehrWertRevier** ist ein Projekt der Verbraucherzentrale NRW im Rahmen des Förderprogramms „Kommunale Modellvorhaben zur Umsetzung der ökologischen Nachhaltigkeitsziele in Strukturwandelregionen“ (KoMoNa)

Gefördert durch:



Bundesministerium  
für Umwelt, Klimaschutz, Naturschutz  
und nukleare Sicherheit

aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

Die Landesregierung  
Nordrhein-Westfalen

