

QUARTIER KOMPAKT

Stand: 31.12.2025



Kontakt:
Fachberatung Quartiersentwicklung
Rebecca Waldenmeier
Telefon: 0711 22462-36
E-Mail: Waldenmeier@landkreistag-bw.de



QUARTIER 2030
Gemeinsam. Gestalten.

 **Baden-Württemberg**
Ministerium für Soziales,
Gesundheit und Integration

Finanziert durch das Ministerium für Soziales,
Gesundheit und Integration aus Landesmitteln,
die der Landtag von Baden-Württemberg
beschlossen hat.

2025

Einheit 1 vom 26.06.	Bedarfsermittlung vor Ort:	3
	Wie erkenne ich, was Quartiere wirklich brauchen?	
Einheit 2 vom 24.07.	Projektsteuerung leicht gemacht:	4
	Von der Planung bis zur Umsetzung	
Einheit 3 vom 02.10.	Kollaboration im Quartier:	5
	Erfolgreiche Netzwerkarbeit gestalten	
Einheit 4 vom 23.10.	Fördermittel und Anträge:	6
	Wie schreibe ich überzeugende Projektanträge?	
Einheit 5 vom 04.12.	Verankerung von Quartiersprojekten:	7
	Nachhaltigkeit mit Kooperation und Finanzierung	
Einheit 6 vom 09.12.	Öffentlichkeitsarbeit in der Quartiersentwicklung:	8
	Wie erreiche ich meine Zielgruppe?	

Einheit 1 vom 26.06.2025

Bedarfsermittlung vor Ort: Wie erkenne ich, was Quartiere wirklich brauchen?

Dr. Marlene Jänsch,
Referentin für regionale Entwicklungsprozesse
und Soziale Arbeit



Kernaussagen:

Quartiersentwicklung dient der sozialräumlichen Weiterentwicklung und erfüllt kommunale Aufträge, z. B. für Jugend, Familien, Ältere oder Menschen mit Behinderung, gestützt durch Empfehlungen aus Sozial-, Alters- und Jugendberichten.

Die Quartiersentwicklung fördert die Gewinnung ehrenamtlicher und freiwillig Engagierter, unterstützt Partizipation, Mitgestaltung und gesteuerte Demokratieförderung und stärkt ein soziales Miteinander sowie Solidarität. Bedarfsermittlung im Quartier dient dazu, ein klares Bild von Ressourcen, Herausforderungen und Bedarfen zu gewinnen, um die Entwicklung gezielt zu planen.

Raumperspektive:

Hier wird der (Sozial-)Raum identifiziert. Dazu werden relevante Daten wie vorhandene Ressourcen, bestehende Herausforderungen und soziodemografische Informationen erhoben.

Zielgruppenperspektive:

Fokus liegt auf der Ermittlung der Zielgruppen im Quartier. Es werden zielgruppenspezifische Daten gesammelt, um Bedürfnisse, Interessen und Herausforderungen besser zu verstehen.

Themenperspektive:

In dieser Perspektive werden die Themenschwerpunkte im Quartier analysiert. Thematisch relevante Daten zu Ressourcen, Herausforderungen und soziodemografischen Faktoren helfen, Entwicklungsschwerpunkte und Handlungsmöglichkeiten zu identifizieren.

Mit folgenden Methoden können Bedarfe im Quartier ermittelt werden:

- Soziodemografische Analysen
- Telefonische, schriftliche oder digitale Befragungen
- Dokumenten- und Netzwerkanalysen
- narrative Interviews
- Fokusgruppen
- Stadtteilbegehung
- Photo-Voice
- World-Café
- Zukunftswerkstätten
- Nadelmethode

Weitere Informationen oder Praxisbeispiele:

Breite Beteiligung → und
Allianz für Beteiligung/Handbücher →

Einheit 2 vom 24.07.2025

Projektsteuerung leicht gemacht: Von der Planung bis zur Umsetzung

Sophie Dams,
Social Innovation Lab →

Kernaussagen:

Die Merkmale des agilen Projektmanagement sind Flexibilität, Produktivität, schnelle Handlungsfähigkeit und das gesamte Projektteam trifft Entscheidungen.

Arbeitsweise und zentrale Elemente von Scrum

Scrum ist eine Methode des agilen Projektmanagements, die besonders für komplexe Aufgaben geeignet ist. Große Projekte werden dabei in kleine, gut überschaubare Abschnitte unterteilt, sodass das Team Schritt für Schritt Ergebnisse erzielen kann. Scrum arbeitet nach einem adaptiven und iterativen Prozess, in dem sich das Team weitgehend selbst organisiert.

Die Arbeit erfolgt rollenbasiert, sodass jede Person klare Verantwortlichkeiten hat. Aufgaben werden in Sprints bearbeitet, die ein festes Zeitbudget haben, und in denen die Ziele möglichst smart – also spezifisch, messbar, attraktiv, realistisch und terminiert – definiert werden. Regelmäßige Daily- oder Weekly-Scrums dienen dazu, den aktuellen Arbeitsstand zu besprechen, Probleme frühzeitig zu erkennen und den weiteren Ablauf zu planen. Zur Visualisierung des Fortschritts werden oft Kanban Boards eingesetzt, auf denen Aufgaben, Prioritäten und Bearbeitungsstatus transparent dargestellt sind. So ermöglicht Scrum eine flexible, strukturierte und effiziente Arbeitsweise, die kontinuierliche Verbesserung und Teamverantwortung fördert.

Prinzipien agiler Meetings

Agile Meetings folgen bestimmten Grundprinzipien, um effizient und transparent zu sein. Eine zentrale Grundlage ist die geteilte Inbox: Jeder Teilnehmer kann seine To-Do's oder Themen auf die Tagesordnung bringen, sodass alle relevanten Punkte berücksichtigt werden. Jedes Meeting hat eine Meeting-Leitung, die idealerweise rotiert, sodass unterschiedliche Teammitglieder diese Rolle übernehmen können.

Der Ablauf des Meetings ist klar strukturiert und wird strikt eingehalten – Timeboxing sorgt dafür, dass die Besprechung im vorgegebenen Zeitrahmen bleibt. Während des Meetings werden Arbeitspakete verteilt und Informationen synchronisiert, aber keine operative Arbeit erledigt. So bleibt der Fokus auf Planung, Abstimmung und Transparenz. Darüber hinaus gibt es klare Rollen: Die Rolle des „Prozesshuts“ stellt sicher, dass getroffene Entscheidungen dokumentiert und transparent gemacht werden. Außerdem sorgt sie dafür, dass Informationen auch an Teammitglieder weitergegeben werden, die nicht am Meeting teilnehmen konnten.

Weitere Informationen oder Praxisbeispiele:

Social Innovation Lab/Beratung →

Einheit 3 vom 02.10.2025

Kollaboration im Quartier: Erfolgreiche Netzwerkarbeit gestalten

Thorsten Mehnert,
Kuratorium Deutsche Altershilfe →



Kernaussagen:

Kollaboration bedeutet, gemeinsam an Zielen zu arbeiten, Verantwortung zu teilen und Innovation zu ermöglichen. Durch enge Zusammenarbeit können unterschiedliche Perspektiven eingebracht werden, wodurch kreative Lösungen entstehen und Teammitglieder aktiv zur Gestaltung von Projekten beitragen.

Netzwerke sind prozesshafte und dynamische Systeme, die sich ständig verändern. Sie bestehen aus miteinander verbundenen Akteuren oder Einheiten, deren Interaktionen flexibel auf neue Anforderungen reagieren können. Solche Netzwerke fördern den Informationsfluss, unterstützen Kooperationen und ermöglichen Anpassungsfähigkeit in einem sich wandelnden Umfeld.

Umsetzungsphasen von sozialen Netzwerken:

- Anschubphase: In dieser Phase geht es um den Netzwerkaufbau, die Überzeugungs- und Abstimmungsarbeit mit potenziellen Unterstützern und Netzwerkträgern sowie die institutionelle Absicherung der notwendigen Ressourcen für die Netzwerkarbeit.
- Gründungsphase: In dieser Phase erfolgt die Zielgruppenansprache beziehungsweise Rekrutierung von zukünftigen Netzwerken sowie die Motivierung und Zielfindung bei den Freiwilligen.

- Arbeitsphase: In dieser Phase steht die Steuerung und Organisationsentwicklung der Gruppenangebote im Vordergrund sowie die Entwicklung von Mitwirkungsstrukturen.
- Vernetzungsphase: In dieser Phase geht es um die Koordination und Bündelung von netzwerkübergreifenden Aufgaben und Vernetzung des Netzwerkes auf Träger-ebene, in der Kommune und unter Ehrenamtlichen.
- Auflösungsphase:
Das Netzwerk wird aufgelöst.

Der Prozess von der Idee zur Netzwerkgründung dauert ca. 0,5 bis 1 Jahr und bis zum Engagement für Andere ca. 3 Jahre

Gelingensbedingungen für eine erfolgreiche Netzwerkarbeit:

- Autonomie der beteiligten Gruppen,
- Respektierung von Unterschieden,
- gegenseitiges Vertrauen und Offenheit,
- Wechselseitigkeit von Leistungen,
- Bereitschaft, Zeit und Aufwand zu investieren,
- Festlegung konkreter Vereinbarungen,
- Verbindlichkeit von Absprachen,
- Erfolgskriterien und Evaluation

Weitere Informationen oder Praxisbeispiele:

Seniorennetzwerke Köln →
und Generationennetz Gelsenkirchen e.V. →

Einheit 4 vom 23.10.2025

Fördermittel und Anträge: Wie schreibe ich überzeugende Projektanträge?

Christina Merz,
Büro für Zukunftsprojekte und Förderung →



Kernaussagen:

Schritt 1: Strategisches Brainstorming

Zu Beginn sollte ein strategisches Brainstorming innerhalb der Organisation und des Teams durchgeführt werden. Dabei werden grundlegende Fragen geklärt: Wer sind wir? Warum wollen wir das Projekt umsetzen?

Welche Potenziale und Ressourcen stehen uns zur Verfügung? Diese Phase schafft eine gemeinsame Orientierung und legt die Basis für alle weiteren Schritte.

Schritt 2: Ideensteckbriefe entwickeln

Auf Basis des Brainstormings werden Ideensteckbriefe erstellt, die das Projekt klar strukturieren. Leitfragen hierfür sind: Wie ist die Ausgangslage? Was soll im Projekt erreicht werden? Wer soll angesprochen oder erreicht werden? Wie sollen die Ziele umgesetzt werden? Wie ist das Team oder die Organisation aufgestellt? Was ist neu am Projekt und welchen Mehrwert bietet es?

Schritt 3: Fördermöglichkeiten recherchieren

Erst nach der Klärung von Zielen, Inhalten und Struktur des Projekts erfolgt die Suche nach geeigneten Fördermöglichkeiten. Dabei ist es wichtig, die Förderrichtlinien mehrfach gründlich zu lesen, um die Sprache und Erwartungen des Fördergebers genau zu verstehen.

Schritt 4: Zuständigkeiten klären und Antrag vorbereiten

Ein Antrag wird selten von einer Person allein geschrieben. Zuständigkeiten im Team müssen klar verteilt werden. Das Projekt muss verständlich an die Logik des Förderprogramms angepasst werden. Ziele sollten klar, realistisch und in unterschiedlichen Ebenen formuliert sein – z.B. Oberziele (gesellschaftlich oder thematisch) und konkrete Projektziele (innerhalb der Projektlaufzeit erreichbar). Fördergeber erwarten außerdem konkrete Maßnahmen, Methoden und Erfolgskontrollkriterien.

Schritt 5 und 6: Antrag formulieren und abstimmen

Der Steckbrief wird mit der Förderprogrammlogik verknüpft, und der Antrag wird ausformuliert. Dabei sollten ausreichend Zeit für Abstimmungen, Korrekturschleifen und das Einholen von Partnerunterschriften eingeplant werden, um die Qualität und Vollständigkeit des Antrags sicherzustellen.

Weitere Informationen oder Praxisbeispiele:

Quartiersakademie →

Einheit 5 vom 04.12.2025

Verankerung von Quartiersprojekten: Nachhaltigkeit mit Kooperation und Finanzierung

Christina Merz,
Büro für Zukunftsprojekte und Förderung →



Kernaussagen:

Verankerung beschreibt, wie Projekte nachhaltig im Alltag und in den Strukturen von Organisationen oder Netzwerken verankert werden können. Dabei spielen mehrere Faktoren eine entscheidende Rolle:

Faktor 1: Strategische Kommunikation

Gute Projekte setzen auf gezielte Kommunikation und systematisches Marketing, statt auf klassische Öffentlichkeitsarbeit. Öffentlichkeitsarbeit allein reicht nicht aus, um ein Projekt nachhaltig sichtbar und wirksam zu machen. Effektive strategische Kommunikation vernetzt die Beteiligten, informiert relevante Akteure und schafft Transparenz über Ziele, Fortschritte und Erfolge.

Faktor 2: Wirkungserleben

Neben der reinen Dokumentation von Wirkungen ist es für die Verankerung entscheidend, Wirkungserleben zu erzeugen. Projekte sollten ihre Ergebnisse nicht nur messen und festhalten, sondern sie auch so aufbereiten, dass Entscheiderinnen und Entscheider die Wirkung unmittelbar nachvollziehen und erleben können. Dies stärkt die Akzeptanz und das Engagement für das Projekt.

Faktor 3: Geteilte Verantwortung und Kooperation

Nachhaltige Projekte setzen zunehmend auf echte Kooperation und geteilte Verantwortung. Ein einfacher „Letter of Intent“

genügt nicht – Partnerschaften müssen aktiv gestaltet werden. Dies kann durch interkommunale Zusammenarbeit, Kooperationen mit der Zivilgesellschaft (Vereine, Verbände, Bildungsträger usw.) oder mit der Wirtschaft erfolgen. Gemeinsame Verantwortung stärkt die Verankerung und erleichtert die Umsetzung langfristiger Ziele.

Faktor 4: Anschlussfähige Teilprodukte

Selten wird ein gesamtes Projekt in seiner Gesamtheit verstetigt. Strategische Projektentwicklung sollte daher schon bei der Planung darauf achten, Teilprodukte und Ergebnisse anschlussfähig zu gestalten. Wichtige Fragen dabei sind:

- Können Teile des Projekts auch unabhängig bestehen?
- Lassen sich einzelne Angebote, Produkte oder Ergebnisse aus dem Projekt herauslösen?
- Welche Finanzierungsmöglichkeiten bestehen für diese Teilprodukte?

Durch diese Vorgehensweise wird sichergestellt, dass Projektergebnisse nachhaltig genutzt, weiterentwickelt und in bestehende Strukturen integriert werden können.

Weitere Informationen oder Praxisbeispiele:

Dossier „Verstetigung der Produkte aus Förderprojekten“ →
und Quartiersakademie →

Einheit 6 vom 09.12.2025

Öffentlichkeitsarbeit in der Quartiersentwicklung: Wie erreiche ich meine Zielgruppe?

 Dr. Simone Richter,
 Titania Kommunikation – Text.PR.Geist. →


Kernaussagen:

Pressearbeit schafft die Aufmerksamkeit, die erforderlich ist. Nur durch öffentliche Wahrnehmung kann Expertise eingebracht werden. Und so lassen sich auch neue Mitglieder und Sponsoren gewinnen. Daher gilt: Jeder Beitrag ist von Bedeutung – jede Ankündigung und jeder Nachbericht. Auch ohne eigenes Anzeigenbudget ist eine Platzierung in den Medien möglich.

Dieses Potenzial gilt es konsequent zu nutzen.

Checkliste

Inhaltliche Vorgaben für einen Presstext:

- Aussagestarke Überschrift – diese muss Interesse wecken!
- Namen: Vor- und Nachname (niemals Herr / Frau).
- Namen müssen absolut richtig geschrieben sein!
- Keine Schachtelsätze! Kurz und prägnant. Lieber einen Punkt mehr setzen.
- Kein Schulaufsatz! Was ist an dem Thema spannend, macht neugierig oder weckt Interesse – das im Inhalt herausstellen.
- Das Wichtigste zuerst – siehe auch Nachrichtenpyramide
- Besser als reine Informationen sind Geschichten, Portraits, emotionale Berichte und spannende Einblicke

- Welches Ereignis steht im Fokus?
- Wer kann zitiert werden?
- Was ist passiert? Um was geht es?
- Wer handelt? Um wen geht es?
- Wann ist es passiert oder wann wird es passieren? Wie lange dauert oder dauerte es?
- Wo findet das Ganze statt? Genaue Terminangaben nur im Vorbericht, im Nachbericht genügt „Mitte Januar“ oder „Ende September“.
- Warum ist das wichtig? Weshalb ist das interessant, informativ, aktuell, lesenswert?
- Welche Quelle hat diese Information?
- Vorbericht / Terminankündigung:
Je früher, desto besser! Um sinnvoll in den Medien mit unterschiedlichen Erscheinungshäufigkeiten vertreten sein zu können – mindestens ein Monat im Vorfeld!
- Nachbericht:
Je schneller, desto besser. Um für tagesaktuelle Medien interessant zu sein – spätestens drei Tage nach der Veranstaltung!

Weitere Informationen oder Praxisbeispiele:

Quartiersakademie →