|  |
| --- |
| **Steckbrief: Open Space** |
| **Ziel:*** Einflussnahme auf Öffentlichkeit und Gesellschaft
* Möglichst viele Menschen sollen für die Lösung komplexer, individueller oder gemeinschaftlicher Probleme mobilisiert werden
 |
| **Gruppengröße:** 10-2000 Personen |
| **Dauer:** 1-5 Tage |
| **Zeitpunkt:** Auftaktveranstaltung |
| **Kurzbeschreibung:**Bei einem Open Space (open space = englisch für offener Raum) gibt es ein Leitthema, aber keine festgelegten Referent:innen oder vorbereiteten Arbeitsgruppen. Die Teilnehmer:innen bestimmen selbst, wer wie lange zu welchen Themen arbeiten will. Alle Teilnehmer:innen sind gleichberechtigt und Expert:innen auf Augenhöhe. |
| **Ablauf:**1. Vorbereitungstreffen: Klärung der Leitfrage (Warum soll das Treffen stattfinden?), Erstellen eines Verlaufsplans, Klärung des Raum- und Materialbedarfs sowie der Verpflegung, ggf. Dokumentation des Treffens, Verfassen der Einladung an die Teilnehmer:innen
2. Open-Space-Veranstaltung: Begrüßung der Teilnehmer:innen, Nennung des Themas, Beschreibung der Methode (Wie funktioniert Open Space?), Einladung zum Austausch/ Eröffnung des Prozesses, Sammlung von Anliegen und Bilden von Arbeitsgruppen, Diskussion in und zwischen den Arbeitsgruppen (Prioritäten setzen und Handlungsbedarf identifizieren), Ausblick und Handlungsplanung für die Umsetzung
3. Phase der Umsetzung
4. Nachbereitungstreffen: Bestandsaufnahme, Bewertung der Ergebnisse, Ausblick und Formulierung der nächsten Schritte
 |
| **Aufwand für Durchführende:*** Zeit: 1-5 Tage
* Kosten: Raummiete für Veranstaltung, Personal (z. B. externe Moderation), Material, Verpflegung
* Nutzen: Teilnehmer:innen werden zu kreativen Lösungsansätzen angeregt
 |
| **Aufwand für Zielgruppe:*** Zeit: je nach Dauer der Veranstaltung einen halben bis zweieinhalb Tage
* Niedrigschwelligkeit: Abkehr vom konventionellen Kongressformat vermittelt einen zwanglosen Charakter der Veranstaltung
* Barrieren: Einsatz für ein Thema erforder Mut und Engagement, Sprechen vor der Gruppe/Moderieren
 |
| **Material:**Pinnwände, Moderationskoffer, Stifte und Papier zum Protokollieren, Möglichkeiten zum Vervielfältigen und Festhalten der Ergebnisse (Laptop, ggf. Beamer, Drucker, Fotoapparat, Kopierer) |
| **Fazit:**Während eines Open Space werden durch verschiedene Menschen viele kreative Impulse freigesetzt und Ideen formuliert. Diese können z. B. für ein Thema gewonnen oder sensibilisiert werden. Wenn danach die Möglichkeit zur Umsetzung, z. B. durch Arbeitsgruppen, fehlt, ist von Open Space abzuraten, denn die Teilnehmenden verlieren das Vertrauen. Eine Open-Space-Veranstaltung ist nicht für jede Fragestellung eine geeignete Methode. Sie ist z. B. ungeeignet, wenn die aktuelle Fragestellung einen zu niedrigen Komplexitätsgrad (Ja/Nein-Frage als Leitfrage) hat oder zu wenig Brisanz. Sie ist auch nicht geeignet, wenn bereits Lösungen angedacht sind, die umgesetzt werden sollen. Open Space eignet sich ideal für Zielgruppen, für die eine herkömmliche Konferenzstruktur nicht angemessen ist und die in der Regel nicht zu Wort kommen |
| **Quellen:*** Baumann F, Detlefsen M. Open Space – oder: Kaffeepausen in der Stadt- und Regionalentwicklung. In RaumPlanung 123/2005, S. 249-253.
* Chambers R. Participatory Workshops: Open Space. London: Earthscan; 2015, S. 125-126.
* Drescher UM. Großformen der Moderation. In: Bolender S, Hrsg. Managementtrainer. Frankfurt: Campus-Verlag; 1998.
* Owen H. Open Space Technology: A User’s Guide. 2. Aufl. San Francisco: Berett-Koehler Publishers; 1997.
* Rauter J. Siemens-Autoren-Team: Planung durch Kooperation, Kapitel Informationsmarkt. München: Siemens AG; 1974.
 |