

5

5.2.1

Angebote



5.2 Instrumentenkasten Ebene 1 – Angebote

5.2.1 Angebote im Überblick

Angebote im Quartier werden absichtsvoll und regelhaft bereitgestellt und organisiert.

Im Gegensatz zu den langfristig angelegten Projekten der integrierten Stadtentwicklung handelt es sich bei neuen Angeboten um größtenteils niederschwellige Lösungen und Eingriffe einzelner Anbieter:innen. Ihnen liegt eine implizite Nachfrage durch die Quartiersbewohner:innen zu Grunde, so dass die Angebote auf die Bedürfnisse der Bewohner:innen nach Information und Sicherheit, Mobilität, Pflege und Unterstützung, Versorgung mit Gütern, Vernetzung und Teilhabe sowie Befähigung und Selbstverwirklichung reagieren und diese adressieren. So steigern sie die individuelle Lebensqualität der Quartiersbewohner:innen und stellen infolgedessen Grundlagen für eine nachhaltige Entwicklung des Quartiers dar. Die Angebote erzielen über die unterschiedlichen Dimensionen physischer Raum, Funktion, Dienstleistung, Information und / oder Plattform eine Wirkung für den:die einzelne:n Nutzende:n oder für das Gesamtquartier. Der Fokus des Forschungsprojektes liegt dabei auf neuartigen Angeboten, die in mindestens einem der Bereiche Akteur:innen und Organisation, technologisch, sozial und kulturell oder Funktion und Raum neue und teils innovative Strukturen aufweisen. Wir betrachten Angebote im Quartier als prozesshafte Systeme aus Anbieter:innen, dem bereitgestellten Service und den Quartiersbewohner:innen als Nutzer:innen.

Forschungsprozess und Ergebnis

Für die Ermittlung neuer Angebote im Quartier wurden zunächst zahlreiche Praxisbeispiele gesammelt und in einer Good-Practice-Long-

list anhand wiederkehrender Kategorien dokumentiert. Die Recherche erfolgte entlang der sechs Bedürfnisse von Quartiersbewohner:innen, sodass die Longlist eine Vielfalt an Angeboten aus unterschiedlichen Lebensbereichen abbildet. Die gesammelten Praxisbeispiele wurden anschließend geclustert und als typisierte Angebote in einem neuen Datensatz als „Markt der Möglichkeiten“ zusammengefasst.

Der Angebotskatalog, bestehend aus 70 Angeboten (siehe Abbildung 5.3), ist dabei nicht als abgeschlossener, vollständiger Datensatz zu verstehen. Vielmehr kann und sollte er stetig fortentwickelt und ergänzt werden. Insbesondere, da es sich um neuartige Angebote handelt, ist davon auszugehen, dass – getrieben durch organisatorische, technologische, soziale und räumliche Innovationen – laufend weitere Angebotstypen entstehen, die den bestehenden Katalog ergänzen.

Die 70 Angebote wurden in übersichtlichen Steckbriefen aufbereitet. Diese enthalten, neben einer Kurzbeschreibung und einer Abbildung zur Veranschaulichung, Informationen zu den jeweiligen Angebotsdimensionen, über die das Angebot wirkt. Außerdem werden mögliche Zielgruppen, die Form der Neuartigkeit, die adressierten Bedürfnisse, Herausforderungen, denen bei der Anwendung des Angebots begegnet wird, erforderliche Ressourcen und mögliche Trägerschaften oder Organisationsformen beschrieben. Zum Abschluss erfolgt der Verweis auf konkrete Good-Practice-Beispiele, die der Entwicklung von Angebotstypen als Grundlage gedient haben.

RAUM UND FUNKTION

Raum und Lage



Coworking
im Quartier



Raum
für Ideen



Bewohner:innen-
Laden im EG



Zentrale
Anlaufstelle
für Pflege



Medien Hub



Parklets für
Begegnung

Mittel zur Befähigung



Quartierszeitung
von Bewohner:
innen




Medien-HUB



Fahrrad-
Service-Säule

Lieferung



Mobile Versor-
gung für
Bedürftige




Quartiersbote




Packstation



Mit dem
Lastenrad aus
der Innenstadt

 informiert und
sicher

 versorgt und
ausgestattet

 mobil und
angebunden

TECHNOLOGISCH

Medien



Best Practice-Plattform



Bundesweite Nachbarschafts-plattform



Lokale Nachbarschafts-plattform



Social Media: Viertelgruppe



Website informiert über Angebote

Anwendungen



App vermittelt Ehrenamt



Mobilität on Demand



Mobilitätsapp



Smart City - Verkehrsmanagement



Technische Living Assistance



Sicherheit durch Nachbarschaft



Gesunde Fahrradrouten

Begegnung und Aktivitäten



Sport im Quartier



Offene Gesprächsangebote




Treffpunktprojekte mit Sinn



Leuchtturmveranstaltungen Nachbarschaft



Zuhör-Kiosk



Mein Zeichen zum Tauschen



Projekte/ Veranstaltungen



informiert und sicher



versorgt und ausgestattet



mobil und angebunden

SOZIAL UND KULTURELL

Sharing



Lastenrad-
verleih



Urban
Gardening




SOLAWI und
Distribution



Gerettete
Lebensmittel-
Laden



Geteilte Mobili-
tätsangebote



Share-Box



Sharing-
Plattform



Tausch-Event



Skillsharing

Brücken bauen




Qualifikationen
für starke
Bewohner:innen



Mobile
Pflegedienste -
multikulturell



Zielgruppenspe-
zifisches Wissen
erschließen



Nachbarschafts-
küche - Arbeits-
plätze inklusiv



Tandemwohnen



Generationen-
Tandem



Integrations-
Tandem



Bildungs-
Tandem



Inklusives
Kunst- und
Kulturzentrum

Mitmachen und Aushandeln



Projektberatung
durch Lots:innen



Quartierschat



Website zum
Sammeln von
Quartierswissen



Events zur
Rückkopplung
über Angebote



Führung durch
das Quartier





Kollaborative
Wohnformen



Selbstbau-
Wohnsiedlung

 unterstützt und gepflegt

 vernetzt und eingebunden

 sich befähigen und entwickeln

AKTEURE UND ORGANISATION

Personen und Institutionen



Gezielte Beratungsangebote



BünaBe - Spezial



Zielgruppenbezogene Hilfe und Netzwerkbildung

Bündel und integrale Konzepte



Peer-to-Peer-Pflege



Mobilitätskonzept mit Parkraumreduktion



Generationenwohnen



Gasthaus zum Kennenlernen

Relokalisierung



Kultur auf Rädern



Anleitung zum „Do it yourself Café“



Einfach-Werkstatt



Vermittlung haushaltsnaher Dienstleister:innen



Multimodaler Quartiersladen




Genossenschaftlicher Quartiersladen



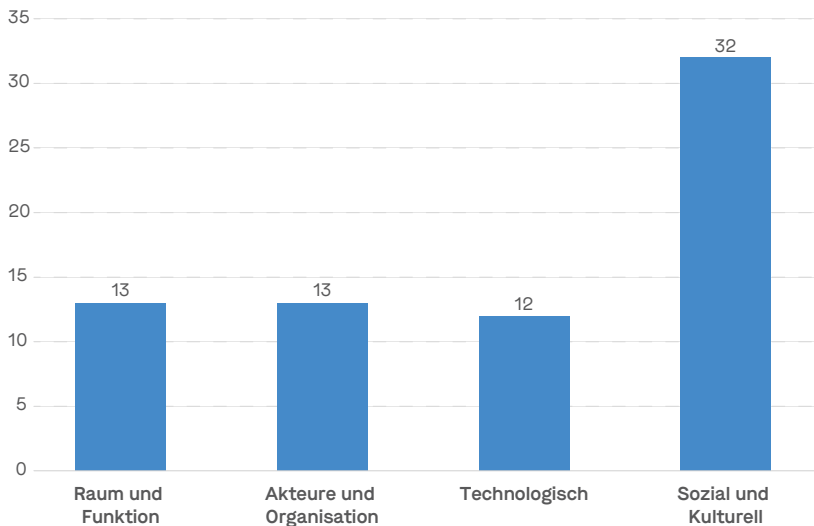
unterstützt und gepflegt



vernetzt und eingebunden



sich befähigen und entwickeln



5.4

Anzahl der Angebote nach Formen der Neuartigkeit

Neuartigkeit der Angebote

Die Steckbriefe der Angebote sind im Katalog nach der Form ihrer Neuartigkeit sortiert. Vorab wurden bereits vier Formen der Neuartigkeit unterschieden (siehe hierzu Kapitel 3.3). Angebote können neue oder andersartige räumliche Gestaltungen und Nutzungsformen aufweisen oder durch neue Akteur:innen und/oder Organisationsstrukturen geprägt werden. Außerdem können sie durch neue technologische Entwicklungen und Möglichkeiten vorangetrieben werden oder neue soziale und kulturelle Werte und Praktiken befördern. Der Katalog der Angebote zeigt in den Neuartigkeitsformen Raum und Funktion, Akteur:innen und Organisation und Technologie dabei eine ausgewogene Verteilung. Im Gegensatz dazu ist die Neuartigkeitsform sozial und kulturell mit über 30 identifizierten Angeboten stark ausgeprägt (siehe Abbildung 5.4). Neuartige Angebote treten also stark durch sozio-kulturelle Innovationen hervor. Dies legt den Gedanken nahe, dass sich in ihnen ein deutlicher kultureller Umbruch und ein spürbarer gesellschaftlicher Wandel manifestiert.

Im Zuge der Verdichtung der Good-Practice-Beispiele zu den typisierten Angeboten des Katalogs wurden die vorab formulierten Formen der Neuartigkeit detaillierter betrachtet

und stärker ausdifferenziert. Die Angebote können anhand der folgenden zwölf Kategorien zusammengefasst und unterschieden werden. Die Kategorien basieren auf Aspekten der Angebote, in denen sie sich durch Neuartigkeit oder Innovation von der etablierten Praxis abgrenzen lassen.

Raum und Funktion

- Unter Raum und Lage werden Angebote zusammengefasst, die durch eine neue Schwerpunktsetzung in Bezug auf die Positionierung im Quartierskontext geprägt sind. Dies umfasst beispielsweise die Bündelung von Angeboten, sodass neue zentrale Lagen im Quartier definiert werden, die Etablierung neuer Funktionen, wodurch sich Routinen im Quartier verändern, oder auch die Belebung konkreter Flächen durch neue Akteur:innen und Konzepte.
- Mittel der Befähigung sind Angebote, bei denen gezielt neue Objekte oder Prozesse eingesetzt werden, die zum Erwerb neuer Kenntnisse und Fähigkeiten, zur Förderung von Kompetenzen und Interessen oder zur Selbstwirksamkeit oder -verwirklichung beitragen.
- Angebote der Lieferung weisen neue und diverse Arten der Erreichbarkeit von Gütern auf.

Akteur:innen und Organisation

- Unter Personen und Institutionen werden Angebote zusammengefasst, bei denen neue Akteur:innen als Anbieter:innen und Kümmer:innen oder bei denen neue Aufgaben und Rollen für etablierte Institutionen auftreten.
- Bündel und integrale Konzepte sind Angebote, bei denen neue und komplexe Organisationsformen oder -strukturen auftreten, neue Kooperationsmodelle eingesetzt werden oder komplexe Interaktionsprozesse zwischen Akteur:innen stattfinden.
- Relokalisierung meint Angebote, die durch neue Geschäftsmodelle und Organisationsformen (wieder) im lokalen Kontext des Quartiers betrieben werden können. Häufig liegt der Relokalisierung ein gesellschaftlicher Wertewandel zu Grunde.

Technologisch

- Medien sind Angebote, bei denen digitale Werkzeuge neuartig eingesetzt werden. Dies kann die Verknüpfung der digitalen Kommunikation mit lokalen Geschichten, analogen Tätigkeiten und gelebten Beziehungen bedeuten.
- Anwendungen sind Angebote, die durch die Verknüpfung von digitalen Informationen (Metadaten) mit technischen, teils künstlich intelligenten Lösungen vorangetrieben werden. Es findet eine Interaktion zwischen der Technologie und der lokalen Nachbarschaft statt.

Sozial und kulturell

- Unter Begegnung und Aktivitäten werden Angebote zusammengefasst, bei denen neuartige Möglichkeiten des Treffens und des Austauschs bereitgestellt werden. Dies kann alle Lebensbereiche durchziehen und zeichnet sich meist durch eine hohe Niederschwelligkeit aus.
- Bei Sharing-Angeboten rückt durch veränderte Normen und Werte, die sich zunehmend in der Gesellschaft verankern, die Kultur des Teilens gegenüber einer Besitz- und Konsumkultur in den Vordergrund. Dies ist in unterschiedlichen Lebensbereichen – von Mobilität bis Ernährung – zu beobachten.
- Brücken bauen meint Angebote, die neue Umgangsformen als Ressourcen aktivieren. Die Verschiedenartigkeit innerhalb einer Gesellschaft wird als Mehrwert erkannt und durch die Kultur eines neuen Miteinanders gezielt zum Nutzen aller Beteiligten eingesetzt.

- Unter Mitmachen und Aushandeln werden Angebote zusammengefasst, bei denen die Nutzenden gezielt teilhaben und mögliche Konfliktsituationen eigenständig aushandeln und lösen. So werden problematische Routinen durchbrochen und neue Alltagspraktiken generiert.

Die Vielschichtigkeit zahlreicher Angebote lässt dabei jedoch keine trennscharfe Kategorisierung zu. Stattdessen weisen die Angebote teils mehrere Formen der Neuartigkeit auf und können demnach auch mehreren Kategorien zugeteilt werden. Im Sinne einer praktikablen Handhabung des Angebotskatalogs wurde dennoch eine Zuteilung der Angebote zu der im Wesentlichen zutreffenden Kategorie der Neuartigkeit vorgenommen. Die Neuartigkeit ist für jedes Angebot im Steckbrief dargestellt und beschrieben.

Bedürfnisse im Zusammenspiel

Alle Angebote des entstandenen Katalogs erfüllen mehr als ein Bedürfnisfeld der Quartiersbewohner:innen. Einige Angebote sind sogenannte Multitalente, da sie neben dem Grundbedürfnis nach Information und Sicherheit und einem der Basisbedürfnisse nach Mobilität, Versorgung oder Pflege zusätzlich weiterführende Bedürfnisse wie die individuelle Befähigung und Entwicklung oder die Vernetzung mit der Nachbarschaft bedienen. Mehr als die Hälfte aller Angebote im Datensatz bedient sogar vier oder mehr Bedürfnisse zugleich (siehe Abbildung 5.5). Daher ist anzunehmen, dass es sich bei neuartigen Angeboten im Quartier vielfach nicht um sektoral angelegte Services handelt, sondern um intelligent abgestimmte Bündel, die zahlreiche Effekte in Bezug auf die Bedürfnisse der Bewohner:innen erzielen und somit eine gewisse Komplexität aufweisen.

Besonders hervorzuheben ist, dass alle untersuchten Angebote das Bedürfnis nach Information und Sicherheit bedienen, in der großen Mehrzahl der Fälle als sekundär bedientes Bedürfnis (siehe Abbildung 5.6). Dies bestätigt die zuvor getroffene Annahme, dass es sich hierbei um ein wesentliches Basisbedürfnis handelt. Information ist die Voraussetzung für die Kommunikation und Vermittlung von Angeboten und damit Teil eines jeden neuartigen Angebots im Quartier. Vielfach erfolgt diese Kommunikation über digitale Informationsmedien. Dies sorgt einer-

seits für einen besonders niedrigschwelligen Zugang zu den Angeboten, führt jedoch auch bei Personengruppen, denen der Zugang zu digitalen Medien fehlt, zu einem Gefühl des Abgehängtseins. Sich informieren zu können – gleichgültig, ob über digitale oder analoge Medien – stärkt das Gefühl persönlicher Sicherheit, das Gefühl, Zugang zu Versorgungsangeboten zu haben und Teil des gesellschaftlichen Lebens im Quartier zu sein.

Die Angebote des Katalogs, die primär das Bedürfnis nach Information und Sicherheit bedienen, sind vorrangig von technologischer Neuartigkeit geprägt (siehe Abbildung 5.7). Sie setzten digitale Informations- und Kommunikationsmedien auf neue, intelligente Weise ein oder basieren auf der Sammlung von Metadaten, die in teils künstlich intelligenten Lösungen zur Optimierung der Prozesse auf Quartiersebene Verwendung finden. Angebote der Information und Sicherheit können jedoch auch von neuartigen Akteur:innen und Organisationsformen oder durch soziale und kulturelle Innovation geprägt sein. Teils werden hierbei etablierte digitale Medien wie Chats oder Webseiten eingesetzt, mit neuartigen Rollenverteilungen und Aufgabenspektren betrieben, teils fungieren konkrete Personen als analoge und persönliche Ansprechpartner:innen und Informationsvermittler:innen.

Knapp die Hälfte der 70 Angebote richtet sich auf das Bedürfnis nach Versorgung und Ausstattung der Bewohner:innen. Dabei ist der Anteil der Angebote, die gezielt darauf ausgerichtet sind, die Versorgungslage im Quartier zu verbessern, also primär dieses Bedürfnis bedienen und nicht nur als Nebeneffekt Einfluss auf die Versorgungssituation im Quartier haben, vergleichsweise hoch (siehe Abbildung 5.6). Dies zeigt, dass es sich beim Zugang zu wichtigen Ressourcen des alltäglichen Bedarfs um ein wesentliches Grundbedürfnis von Quartiersbewohner:innen handelt. Die hierfür benötigte Infrastruktur wird von unterschiedlichen Anbieter:innen und durch verschiedene Konzepte und Formate gezielt bereitgestellt.

Dennoch werden durch Versorgungsangebote vielfach auch weitere Bedürfnisse bedient. Sie sind auffällig häufig Teil eines komplexen Angebotsbündels, welches vier, fünf oder sogar alle sechs der vorab formulierten

Bedürfnisse von Quartiersbewohner:innen anspricht (siehe Abbildung 5.5). Neben der Vermittlung in Form von Information bewirken Versorgungsangebote vielfach auch eine Befähigung und Entwicklung der Bewohner:innen sowie eine verstärkte Vernetzung und Teilhabe. Hier zeigt sich, dass entsprechende neuartige Angebote aus dem Bedarf nach einer verbesserten Versorgungsinfrastruktur im Quartier hervorgehen, in ihrer Konzeption jedoch weit über etablierte Formen wie den klassischen Supermarkt hinausgehen. Sie sind in nahezu gleichem Maße von räumlich-funktionaler, organisationaler oder sozial-kultureller Neuartigkeit geprägt (siehe Abbildung 5.7) und füllen so vielerorts die Lücken im Nahversorgungsangebot, die in den letzten Jahrzehnten durch marktwirtschaftliche Mechanismen entstanden sind. Zudem wird der sozioökonomische Wertewandel hin zu einem ressourcenschonenderen Verbrauch von Waren und Gütern beim Blick auf die neuartigen Versorgungsangebote besonders deutlich. Teils entwickeln sich neue Formen des Kaufs on Demand in Kombination mit ökologischen Lieferangeboten, teils entstehen Sharing-Konzepte oder dezentrale Ankerstationen im Quartier, in vielen Fällen aus der Bewohnerschaft heraus. So sichern die neuartigen Angebote nicht nur die Versorgungslage im Quartier, sondern tragen auch zur persönlichen Weiterentwicklung der Bewohner:innen bei und bieten niederschwellige Möglichkeiten für Austausch und Begegnung.

Neuartige Mobilitätsangebote machen im vorliegenden Angebotskatalog einen vergleichsweise kleinen Anteil aus. Ähnlich wie bei den Versorgungsangeboten gibt es auch hier einen relativ hohen Anteil an Angeboten, die primär darauf ausgerichtet sind, die Mobilität und Anbindung im Quartier zu verbessern und nicht nur sekundär dazu beitragen (siehe Abbildung 5.6). Mobilität ist ein Grundbedürfnis der Quartiersbewohner:innen. Sie ist Voraussetzung für alltägliche Wege zur Arbeit, zu Nahversorgungseinrichtungen, zu Freund:innen. Mobilität im Nahumfeld macht Angebote erreichbar. Viele der identifizierten Angebote im Bereich Anbindung und Mobilität wurden gezielt zur Verbesserung der Mobilitätsinfrastruktur im Quartier initiiert.

Zudem ist bei der Auswertung des Angebotskatalogs auffällig, dass die Angebote, die das Bedürfnis nach Anbindung und Mobilität be-

Angebote, die 2 Bedürfnisse bedienen



Packstation



Website informiert über Angebote
Sicherheit durch Nachbarschaft
Quartierschat



Mobilität on Demand
Mobilitätsapp
Smart City - Verkehrsmanagement
Geteilte Mobilitätsangebote

Angebote, die 3 Bedürfnisse bedienen



Gesunde Fahrradrouten



Fahrrad-Service-Säule



Mein Zeichen zum Tauschen
Sharing-Plattform
Multimodaler Quartiersladen



Zuhör-Kiosk
Offene Gesprächsangebote
Gezielte Beratungsangebote
BünaBe - Spezial
Zielgruppenspezifisches Wissen
erschließen



Best Practice Plattform
Bundesweite Nachbarschafts-
plattform
Lokale Nachbarschaftsplattform
Social Media: Viertelgruppe
Leuchtturmveranstaltungen
Nachbarschaft
Treffpunktprojekte mit Sinn
Projektberatung durch Lots:innen
Website zum Sammeln von Quartiers-
wissen
Coworking im Quartier
Raum für Ideen
Quartierszeitung von Bewohner:innen
Kultur auf Rädern

Angebote, die 4 Bedürfnisse bedienen



Tausch-Event



Mobility Hub
Mobilitätskonzept mit
Parkraumreduktion



Lastenradverleih
Mobile Versorgung für Bedürftige
Quartiersbote



Integrations-Tandem
Bildungs-Tandem
Generationen-Tandem
App vermittelt Ehrenamt
Sport im Quartier
Qualifikationen für starke
Bewohner:innen
Zielgruppenbezogene Hilfe und
Netzwerkbildung



Projekte/ Veranstaltungen von
Bewohner:innen
Skillsharing
Gerettete-Lebensmittel-Laden
Share-Box
Nachbarschaftsküche - Arbeitsplätze
inklusive
Urban Gardening
SOLAWI und Distribution
Bewohner:innen-Laden im EG
Parklets für Begegnung
Mit dem Lastenrad aus der Innenstadt
Genossenschaftlicher Quartiersladen
Anleitung zum „Do it yourself Café“
Einfach-Werkstatt - Ateliers nutzen

informiert und
sicher

mobil und
angebunden

unterstützt und
gepflegt

5.5
Angebote nach Anzahl und Kombination der
Bedürfnisse, die bedient werden (primär
und sekundär)

Angebote, die
5 Bedürfnisse bedienen





- Inklusives Kunst- und Kulturzentrum
- Tandemwohnen
- Mobiler Pflegedienste - Multikulturell
- Zentrale Anlaufstelle für Pflege
- Gasthaus zum Kennenlernen
- Vermittlung haushaltsnaher Dienstleister:innen
- Medien-HUB

Angebote, die
6 Bedürfnisse bedienen

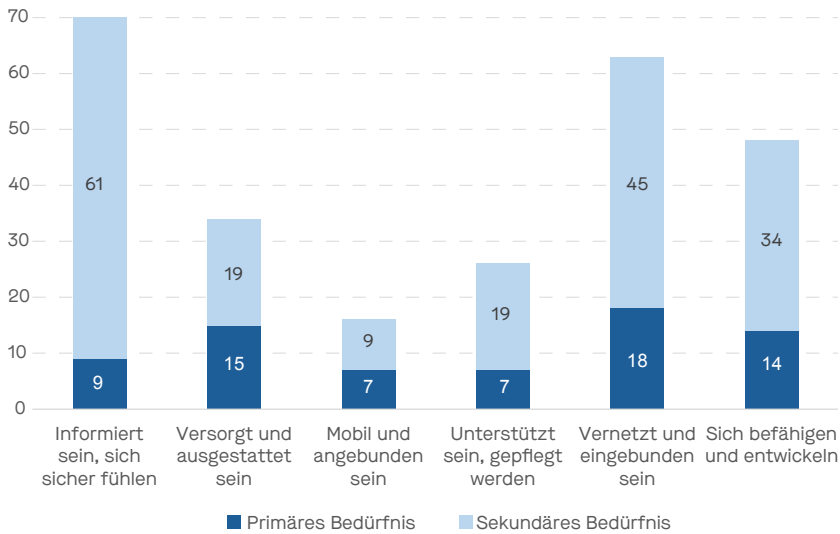


- Selbstbau-Wohnsiedlung
- Technische Living Assistance
- Kollaborative Wohnformen
- Peer-to-Peer Pflege
- Generationenwohnen

 versorgt und
ausgestattet

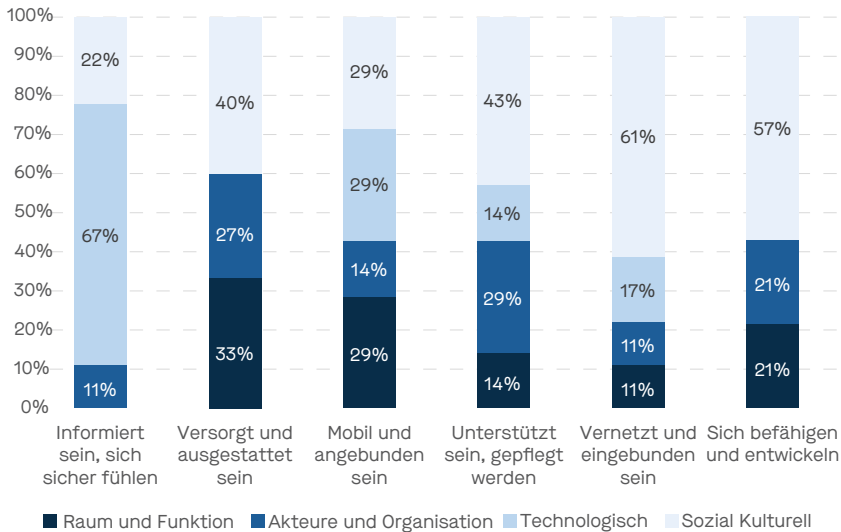
 sich befähigen
und entwickeln

 vernetzt und
eingebunden



5.6

Anzahl der Angebote nach Bedürfnis, Unterscheidung in primär bedientes Bedürfnis und sekundär bedientes Bedürfnis (Mehrfachzuteilung möglich)



5.7

Anteile der im Wesentlichen zutreffenden Form der Neuartigkeit nach primären Bedürfnisbereichen. Lesehilfe: Angebote, die primär das Bedürfnis nach Information bedienen, sind zu 67% im Wesentlichen von technologischer Neuartigkeit geprägt.

dienen überdurchschnittlich häufig entweder nur ein weiteres Bedürfnis bedienen: das Grundbedürfnis nach Information, welches jedem Angebot inhärent ist, oder aber als Multitalente auftreten, die zugleich alle sechs Bedürfnisse von Bewohner:innen ansprechen (siehe Abbildung 5.5). Demnach sind neuartige Mobilitätsangebote entweder stark sektoral ausgerichtet und auf die Bereitstellung einer Mobilitätsinfrastruktur beschränkt oder Teil eines komplexen Angebotsbündels, das in vielen Lebensbereichen ansetzt. Neuartige Mobilitätsangebote zeigen eine breite Verteilung über alle Innovationsfelder (siehe Abbildung 5.7). So vermag beispielsweise ein Mobility Hub eine neue zentrale Lage im Quartier zu definieren, die auch für die Ansiedlung weiterer Angebote gute Voraussetzungen liefert. Neue Anwendungen erlauben den niederschweligen Zugriff auf eine Vielzahl unterschiedlicher Mobilitätsformen und zielen auf einen Lückenschluss. Wieder andere Angebote sind stark lokal verankert und durch eine feste Community zu Stande gekommen, die sich Mobilität teilt. Auch in diesem Bereich wird die Angebotslandschaft stark durch den soziodemografischen Wandel sowie eine Bereitschaft zur Mobilitätswende beeinflusst und geprägt.

Der Angebotskatalog umfasst insgesamt 26 Angebote, die das Bedürfnis nach Unterstützung und Pflege der Quartiersbewohner:innen bedienen. Auch hier richten sich einige Angebote gezielt auf den Bedarf der heterogenen Quartiersbewohnerschaft nach physischer und psychischer Begleitung, einige Angebote wurden mit einer anderen Intention initiiert, tragen jedoch auch zu einer verbesserten Unterstützungs- und Pflegesituation im Quartier bei (siehe Abbildung 5.6).

Die neuartigen Unterstützungs- und Pflegeangebote treten dabei in der Regel nicht als sektorale Nischenangebote auf, sondern als integrierte Konzepte, die zeitgleich viele weitere Bedürfnisse von Bewohner:innen ansprechen. Besonders häufig tragen die Angebote, die das Bedürfnis nach Unterstützung und Pflege bedienen, ebenfalls zur Vernetzung sowie zur Befähigung und Entwicklung der Bewohner:innen bei (siehe Abbildung 5.5). Es werden zentrale Orte mit Treffpunktcharakter geschaffen, konkrete Personen in neuen Rollen und Aufgaben eingesetzt, neue und komplexe Organisationsformen etabliert oder

eine neue Kultur des Miteinanders ausgehandelt. Nicht zuletzt spielen auch technologische Innovationen eine zentrale Rolle für die Entstehung neuartiger Pflegeangebote.

Neben der Information, die von allen Angeboten bedient wird, ist Vernetzung und Einbindung das meistbediente Bedürfnis der neuartigen Angebote im Katalog. Neunzig Prozent aller Angebote richten sich auf das individuelle Bedürfnis nach gesellschaftlicher Teilhabe und Partizipation der Bewohner:innen. Dabei haben Vernetzungsangebote einen Mehrwert für die Resilienz von Quartieren. Sie erhöhen die soziale Kohäsion, fördern Solidarität und wirken durch eine gesteigerte Wohnqualität dem Wegzug aus Quartieren entgegen.

Neuartige Angebote der Vernetzung und Einbindung sind häufig durch eine sozio-kulturelle Neuartigkeit geprägt (siehe Abbildung 5.7). Dabei handelt es sich vielfach um Begegnungsangebote für Interessensgemeinschaften oder um partizipative Angebote, die zum Mitmachen und Mitgestalten anregen. Durch das hohe individuelle Entwicklungspotenzial in Partizipations- und Aushandlungsprozessen wird hier wiederum die starke Verknüpfung mit dem Bedürfnis nach Befähigung deutlich. Vernetzungsangebote können auch von technologischen Innovationen geprägt sein, indem digitale Medien zum Kontakt und Austausch eingesetzt werden oder durch die Entwicklung konkreter Flächen zu Orten der Begegnung. Es ist zu beobachten, dass eine verbesserte Vernetzung und Einbindung im Quartier als sekundärer Effekt eines neuartigen Angebots entsteht, welches sich vorrangig auf eines der Grundbedürfnisse nach Versorgung, Pflege und teilweise auch Mobilität richtet. Somit stellen sich Vernetzung und Einbindung als weiterführende Bedürfnisse von Quartiersbewohner:innen dar, die durch neuartige Angebote gezielt bedient werden, oder aber durch die neuartige Organisation, Struktur oder Kultur von Mobilitäts-, Versorgungs- und Pflegeangeboten Teil eines integrierten und komplexen Angebotsbündels werden.

Etwa zwei Drittel aller neuartigen Angebote richten sich auf das Bedürfnis nach Befähigung und Entwicklung der Bewohner:innen und befriedigen, stärken und fördern sozialpsychologische Bedürfnisse im Quartier. Im Rahmen des „Sich-Befähigens-und-Entwi-

ckelns“ treten die Quartiersbewohner:innen vielfach mit anderen Personen in Kontakt. Daher haben Angebote, die das Bedürfnis nach Befähigung und Entwicklung bedienen, häufig positive Einflüsse auf die Vernetzung und Teilhabe im Quartier.

Technologische Innovationen treten bei Angeboten der Befähigung und Entwicklung in den Hintergrund. Stattdessen sind sie vorrangig von sozialer und kultureller Neuartigkeit geprägt (siehe Abbildung 5.7). Befähigung und Entwicklung der Bewohner:innen erfolgen dabei häufig in partizipativen Aushandlungsprozessen oder durch das Arrangieren in einer neuen Kultur des Miteinanders. Auch neue Rollen für etablierte Akteur:innen prägen diesen Angebotsbereich. Nicht selten werden engagierte Bewohner:innen selbst zu Anbieter:innen neuartiger Befähigungsangebote, wodurch sie andere Bewohner:innen in ihrer Entwicklung unterstützen und ein hohes Maß an Selbstwirksamkeit erfahren. Nicht zuletzt weisen einige Angebote eine räumlich-funktionale Neuartigkeit auf, indem etwa offene Räume für Kreativität oder verschiedene Ressourcen zur Aneignung von Fähigkeiten und Kompetenzen bereitgestellt werden.

Angebote mit und über Raum

Eine Vielzahl der Angebote des Werkzeugkastens (41 der 70) weist eine räumliche Dimension auf. Raum stellt damit die zentrale Ressource für die Umsetzung neuartiger Angebote im Quartier dar. Angebote erzielen über den morphologisch-physischen Raum eine Wirkung beim Nutzenden. Beim Quervergleich der Angebote konnten unterschiedliche Ausprägungen der Dimension Raum identifiziert werden:

- Bestehende Räume in bestimmten Lagen / mit bestimmten Funktionen werden strategisch durch die Angebote genutzt. So profitieren die Angebote von der bestehenden Lage / Relation und Frequentierung / Bedeutung der Räume – zum Beispiel Schulen, Bibliotheken, Cafés et cetera.
- Angebote nutzen öffentliche Außenräume und widmen diese (temporär) um – zum Beispiel Parks, Plätze, Verkehrsflächen et cetera. Die Angebote liegen somit häufig an bestehenden Laufwegen der Bewohner:innen und erfahren so in der Regel eine enorme Sichtbarkeit und Niedrigschwelligkeit.
- Der Raum selbst wird zum Angebot, indem

den Bewohner:innen gestaltbare Räumlichkeiten als Gefäße zur Verfügung gestellt werden. Dabei ist für den Erfolg eines Angebots in erster Linie nicht die Lage, die Größe / Charakteristik des Raums ausschlaggebend, sondern zunächst die Verfügbarkeit und Zugänglichkeit eines nutzungsoffenen, gestaltbaren Raums – zum Beispiel Raum für Ideen, Gemeinschaftsräume et cetera.

- Teils werden für die Angebote Raumreserven aktiviert, beispielsweise durch die (zeitliche) Intensivierung der Nutzung – zum Beispiel Schulgebäude am Abend, an Wochenenden oder in der Ferienzeit – oder durch Aktivierung von untergenutzten oder ungenutzten Räumen – zum Beispiel Leerstände, Branchen.
- Teils werden für Angebote neue Räume an strategischen Positionen und mit passgenauer Charakteristik und Ausstattung errichtet, die auf den neuartigen Raumbedarf / das entsprechende Raumprogramm reagieren – zum Beispiel Mobility Hub, Mini-Depots, Share-Box.

Der Flächenbedarf der Angebote ist dabei sehr unterschiedlich und reicht von kleinsten Flächen im öffentlichen Raum – zum Beispiel Fahrrad-Service-Säule – bis hin zu ganzen Gebäudekomplexen mit mehreren Wohneinheiten – zum Beispiel kollaborative Wohnformen. Einige Angebote sind stark räumlich verankert, ihre Wirksamkeit und ihr Erfolg hängen maßgeblich von einer passgenauen Lage, Größe und / oder Charakteristik der Räumlichkeiten ab, die genutzt werden, beispielsweise Ankerstationen wie Quartiersladen oder Zuhörkiosk. Andere Angebote wiederum wirken zwar eindeutig (auch) über die räumliche Dimension, sie nutzen den Raum aber dynamischer, flexibler und sind nicht zwangsläufig abhängig von einer konkreten Lage, Größe oder Charakteristik des Raums – etwa Lastenradverleih, Packstation oder Quartiersbote.

Bündel, physisch und nicht-physisch

Bei der Gesamtbetrachtung des Angebotskatalogs wird deutlich, dass es sich vielfach um gut aufeinander abgestimmte Bündel verschiedener Angebotsformen handelt. Neuartige Angebote treten also kaum mehr als sektoral ausgerichtete Services im Quartier auf, sondern sind vielfach multitalentiertere Angebote, die zahlreiche Bedürfnisse der Bewohner:innen ansprechen und über mehrere

Dimensionen Wirkung bei den Nutzer:innen erzielen. Diese intelligenten Angebotsbündel haben das Potenzial, die Effizienz sowohl für Anbieter:innen als auch Nutzer:innen zu steigern und Synergieeffekte zu nutzen. Jedoch erzeugen sie zeitgleich einen erhöhten Koordinations- und Abstimmungsbedarf. Es lassen sich vier Typen von Angebotsbündeln unterscheiden:

- **Räumlich-physische Angebotsbündel:** ein Ort, viele Angebote für Quartiersbewohner:innen. Meist strategische Positionierung, teils aus einer Hand / einer übergeordneten Trägerschaft, teils als Zusammenschluss verschiedener Anbieter:innen, die einen Ort gemeinsam bespielen, häufig Ansprache vieler verschiedener Zielgruppen möglich.
- **Digitale Angebotsbündel:** eine Website / eine Plattform / ein Kanal ermöglicht Verbreitung von Information, Serviceleistungen, Buchungen, Austausch der Nutzenden: eine App für alles. In der Regel durch einen Anbieter bereitgestellt, Informationen / Serviceleistungen von Dritten werden durch den zentralen Kümmerer koordiniert und eingepflegt. Je mehr Angebote in einem digitalen Format kombiniert werden, desto komplexer wird die Nutzung und desto mehr digitales Know-how wird vorausgesetzt.
- **Personelle Angebotsbündel:** Bündel von Kompetenzen und Zuständigkeiten in einem: einer zentralen Ansprechpartner:in: der: die Kioskbetreiber:in ist gleichzeitig Verwalter:in von Schlüsseln (Bsp.: Lastenradverleih), Concierge, Verwalter:in eines Paket-Depots und niedrigschwellige:r Gesprächspartner:in
- **Kombinierte Angebotsbündel (physisch und nicht-physisch):** komplexe Systeme aus (Teil-)Angeboten. Beispielsweise intelligente Verkehrskonzepte: Kombination von digitalen Anwendungen, Stadtmöblierung / Straßenbeleuchtung / Signalen, räumlich-physischen Ankerstationen (Mobility Hubs) und Schlüsselpersonen.

Anbieter:innen und Träger:innen neuer Angebote

Da es sich bei den Angeboten im Werkzeugkasten nicht um konkrete Beispiele aus der Praxis handelt, sondern um typisierte Angebote, bei denen ein gewisser Spielraum in der Ausgestaltung bleibt, kommen diverse, teils divergente Trägermodelle in Frage. Diese sind in den jeweiligen Steckbriefen aufge-

zeigt. Dennoch lassen sich je nach Bedürfnis, das durch die neuartigen Angebote adressiert wird, unterschiedliche Strukturen der Anbieter:innen und Träger:innen erkennen. Die nachfolgenden Beobachtungen spiegeln dabei die Tendenzen innerhalb des vorliegenden Angebotskatalogs wider und haben keinen Anspruch auf Vollständigkeit oder Allgemeingültigkeit. Weitere Trägermodelle sind besonders angesichts der fortschreitenden Entwicklung neuartiger Angebote im Quartier denkbar.

- Im Bereich der Informations-Angebote werden Social-Media- oder Chat-Gruppen vermehrt durch Vereine, Initiativen oder Genossenschaften, also gemeinnützige Träger bereitgestellt. Komplexe und vielschichtige Informationsangebote hingegen (beispielsweise Sicherheit durch Nachbarschaft, Smart City Verkehrsmanagement, gesunde Fahrradrouten) werden vermehrt durch private Dienstleister oder durch hoheitliche Fachstellen und Ämter bereitgestellt.
- Bei den Angeboten der Versorgung und Ausstattung ist auffällig, dass sie nur zu sehr geringen Teilen durch hoheitliche Akteur:innen bereitgestellt werden. Privatwirtschaftliche Träger übernehmen Angebote der Lieferung, Logistik und Nahversorgung, gemeinnützige Träger stellen vermehrt Sharing-Möglichkeiten oder Angebote der Lebensmittel-Nahversorgung bereit.
- Im Bereich Mobilität sind es vor allem private Dienstleister und die Wohnungswirtschaft, die im Rahmen ganz unterschiedlicher Angebote aktiv werden. Neue Wohnprojekte beanspruchen bereits Mobilitätskonzepte als Markenkern, und auch Genossenschaften definieren sich als Gemeinschaft häufiger über das autofreie Wohnumfeld. Kommerzielle Dienstleister machen vor allem über digitale Anwendungen Mikromobilität vom globalen Maßstab bis auf die Quartiersebene abrufbar. Da es sich bei der Mobilität teilweise um Infrastrukturprojekte handelt, machen zudem hoheitliche Träger einen wesentlichen Anteil der Mobilitätsangebote aus.
- Bei Pflege- und Unterstützungsangeboten ist insgesamt die Bedeutung der gemeinnützigen Träger sehr hoch. Insbesondere karitative Organisationen treten häufig als Anbieter:innen auf. Einige Angebote (mobiler Pflegedienst / technische Living Assistance) sind jedoch auch für privatwirtschaftliche

Anbieter:innen attraktiv. Städtische Gesellschaften oder bestimmte Ämter und Fachstellen stellen vorrangig Gesprächs- und Beratungsangebote bereit.

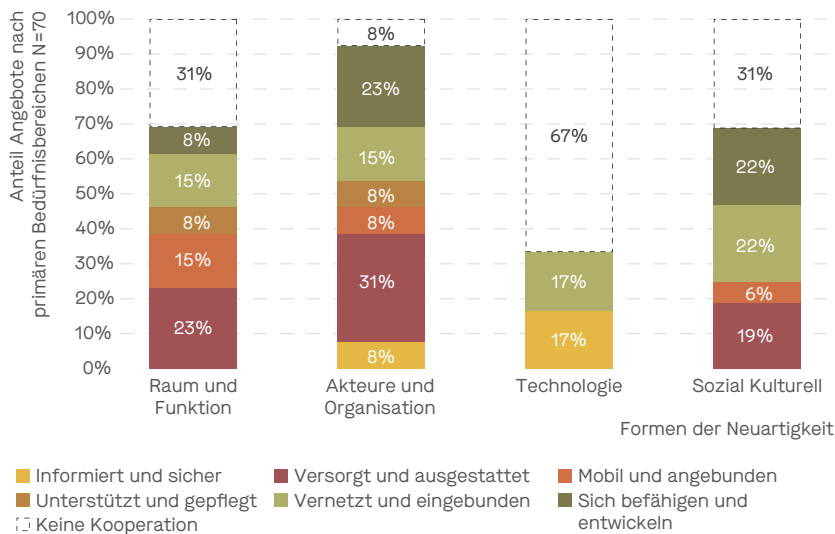
- Bei den Angeboten der Befähigung und Entwicklung kommen in der Regel verschiedene Trägerschaften in Frage. Besonders gemeinnützige Träger bedienen das Bedürfnis nach Befähigung und Entwicklung.
- Ähnlich verhält es sich bei Angeboten der Vernetzung. Hier sind in der Regel unterschiedliche Trägerschaften denkbar. Die Bedeutung der hoheitlichen Anbieter:innen spielt eine etwas untergeordnete Rolle. Außerdem kommen häufig Multiträgerschaften zum Einsatz.

Kooperation zwischen Anbieter:innen

Bei 47 der 70 typisierten Angebote im Katalog sind Kooperationen zwischen Anbieter:innen möglich, oder sogar wesentlicher Bestandteil des Konzepts. Diese treten bei nahezu allen Angeboten auf, deren Neuartigkeit im Wesentlichen im Bereich Akteur:innen und Organisation liegt. Es liegt die Annahme nahe, dass neue Kooperationen die Entwicklung neuartiger Angebote im Quartier vorantreiben. Aber auch bei Angeboten, die durch räumlich-funktionale oder sozial-kulturelle Neuartigkeit geprägt sind, kommt es vielfach zu Kooperationen zwischen Anbieter:innen. Bei Angeboten mit technologischer Innovation sind Akteurskooperationen jedoch weniger häufig anzutreffen. (Siehe Abbildung 5.8)

Vor allem bei zentralen Ankerstationen, an denen eine Vielzahl von Einzelangeboten bereitgestellt wird, kommt es zu Kooperationsstrukturen, zumeist zwischen verschiedenen gemeinnützigen Akteur:innen. Die einzelnen Vereine und Initiativen haben so die Möglichkeit, eine erhöhte Sichtbarkeit und Aufmerksamkeit zu erfahren. Außerdem ist es durch die Kooperation möglich, die zur Verfügung stehenden Flächen kontinuierlich mit einem breiten Angebotsspektrum zu bespielen, ohne die Ressourcen und Kapazitäten der einzelnen Institutionen zu übersteigen.

Auch die Wohnungswirtschaft wird sich zunehmend ihrer Verantwortung als Bestandhalter in Quartieren bewusst und beginnt vielerorts über die reine Bereitstellung und Verwaltung von Wohnraum hinaus, den sozialen Zusammenhalt und die Lebensqualität der Bewohner:innen zu stärken. Da die Bereitstellung entsprechender Angebote häufig ihre Kapazitäten und auch ihr Know-how übersteigt, kooperieren sie mit gemeinnützigen Institutionen vor Ort. Teilweise sind dies etablierte Einrichtungen, die bereits gut vernetzt sind, teilweise handelt es sich um junge und dynamische Initiativen, die sich für oder gegen konkrete Entwicklungen stark machen. Durch die Möglichkeit zur Bereitstellung von Räumlichkeiten kommt der Wohnungswirtschaft eine Schlüsselrolle für den Erfolg einiger Angebote zu.



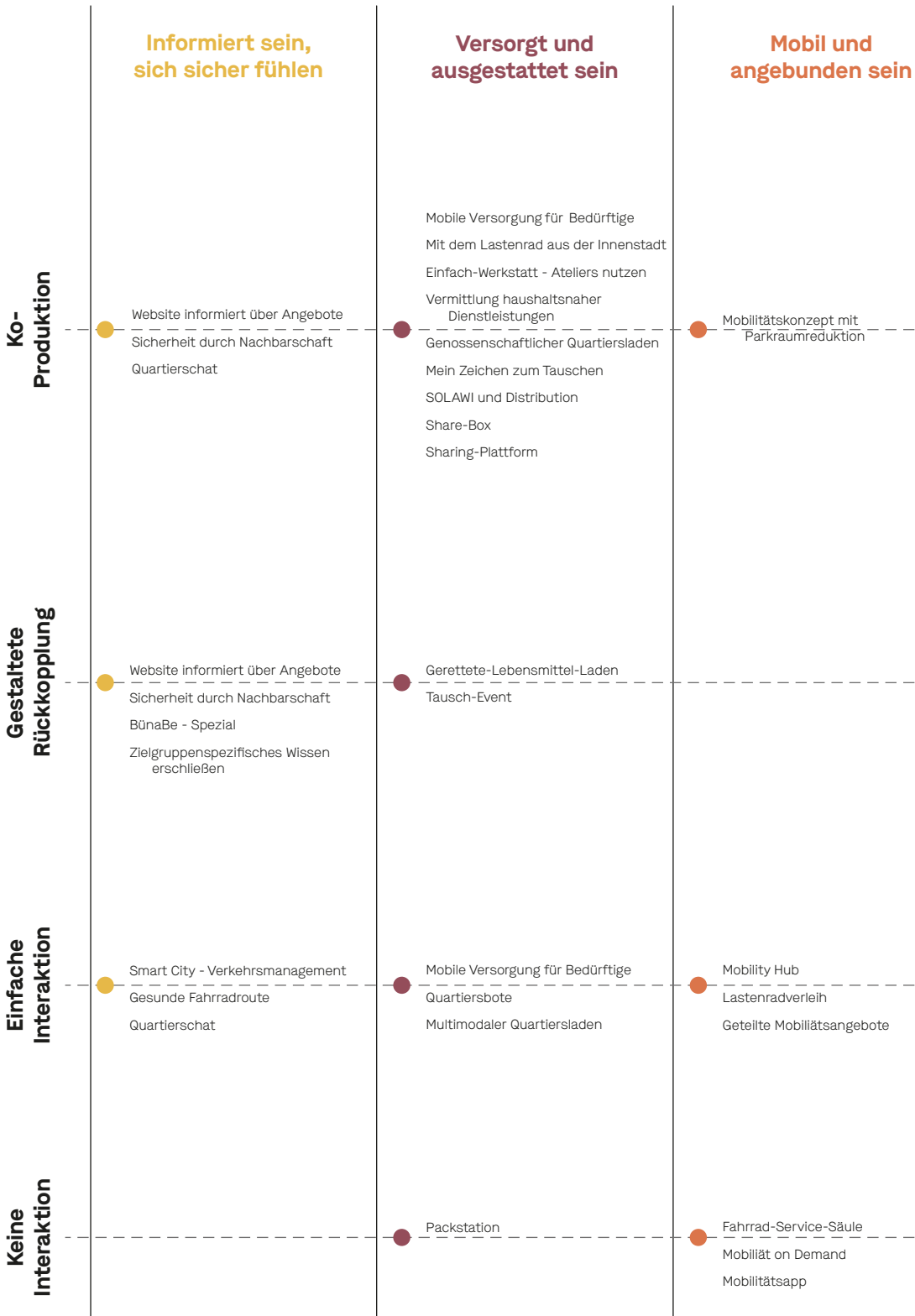
5.8 Anteil der Angebote mit Kooperation zwischen Anbieter:innen nach Form der Neuartigkeit und primären Bedürfnisfeldern.

Außerdem sind vermehrt Kooperationsformate zwischen privatwirtschaftlich agierenden Akteur:innen und gemeinwohlorientierten Initiativen zu beobachten. Gemeinsam entwickeln sie innovative Angebote beispielsweise in den Bereichen Mobilität oder Versorgung.

In einigen Fällen kommt es auch zur Zusammenarbeit von Ämtern und Fachstellen mit Institutionen der Forschung und Entwicklung. Dies ist vor allem bei Angeboten der Fall, die durch technologische Innovation geprägt sind und häufig zur verbesserten Informations- und Vernetzungslage im Quartier beitragen – zum Beispiel Best-Practice-Plattformen –, oder bei Infrastrukturprojekten, meist im Bereich Mobilität – zum Beispiel Mobility Hub. Teilweise werden auch Vereine oder Initiativen Kooperationspartner derartiger Projekte.

Grad der Interaktion, Formen der Koproduktion
Bei den neuartigen Angeboten, die identifiziert werden konnten, besteht insgesamt ein hoher Grad der Interaktion (siehe Abbildung 5.9). Vor allem Angebote, die sich auf die Bedürfnisse nach Versorgung und Ausstattung, Befähigung und Entwicklung sowie Vernetzung und Einbindung richten, weisen einen hohen Grad der Interaktion zwischen Anbie-

ter:innen und Nutzer:innen auf und werden vielfach in koproduktiven Prozessen geplant, bereitgestellt und betrieben. Da hierbei die Quartiersbewohner:innen zu Anbieter:innen werden, ist von einer hohen Wirksamkeit der Angebote für das Gesamtquartier auszugehen. Die Bewohner:innen sind mit einer hohen Verbindlichkeit in das Angebot involviert, über die neuen Aufgaben findet eine verstärkte Identifikation mit dem Quartier statt. Die Möglichkeit, Angebote in Koproduktion, meist in einer Gemeinschaft, zu entwickeln, stellt dabei selbst ein Angebot dar und begründet die starke Korrelation mit der Bedienung der Bedürfnisse nach Vernetzung und Befähigung. Der hohe Anteil an koproduktiven Angeboten im Bereich der Versorgung weist darauf hin, dass Quartiersbewohner:innen vor allem in Bezug auf dieses Grundbedürfnis einen Handlungsdruck verspüren und selbst aktiv werden. Zudem handelt es sich bei den koproduktiven Versorgungsangeboten teils um einfache Lösungen, die weder kostspielige infrastrukturelle Maßnahmen beinhalten, wie häufig bei Mobilitätsangeboten, noch auf professionelle Fachkräfte, wie teilweise bei Pflegeangeboten, angewiesen sind.



5.9 Interaktionsgrad nach primären Bedürfnissen

**Unterstützt sein
und gepflegt werden**

**Vernetzt und
eingebunden sein**

**Sich befähigen
und entwickeln**

Peer-to-Peer-Pflege

Mobiler Pflegedienst - multikulturell
Tandem-Wohnen

Zentrale Anlaufstelle für Pflege
Gezielte Beratungsangebote
Offene Gesprächsangebote

Technische Living Assistance

Coworking im Quartier
Parklets für Begegnung
Bundesweite Nachbarschaftsplat-
tform
Lokale Nachbarschaftsplattform
App vermittelt Ehrenamt
Generationenwohnen
Kultur auf Rädern
Treffpunktprojekte mit Sinn
Leuchtturmveranstaltungen
Nachbarschaft
Projekte/ Veranstaltungen von
Bewohner:innen
Urban Gardening
Generationen-Tandem

Zuhör-Kiosk
Nachbarschaftsküche - Arbeitsplätze
inklusiv
Inklusives Kunst- und Kulturzentrum
Events zur Rückkopplung über
Angebote
Führungen durch das Quartier

Sport im Quartier

Raum für Ideen
Quartierszeitung von Bewohner:innen
Zielgruppenbezogene Hilfe- und
Netzwerkbildung
Gasthaus zum Kennenlernen
Anleitung zum „Do it yourself Café“
Skillsharing
Integrations-Tandem
Bildungs-Tandem
Projektberatung durch Lots:innen
Website zum Sammeln von
Quartierswissen
Kollaborative Wohnformen
Selbstbau-Wohnsiedlung

Qualifikationen für starke
Quartiersbewohner:innen

Medien-HUB

Technische Living Assistance

5

5.2.2

Katalog der Angebote



096 Raum und Lage

110 Mittel zur Befähigung

118 Lieferung

128 Personen und Institutionen

136 Bündel und integrale Konzepte

146 Relokalisierung

160 Medien

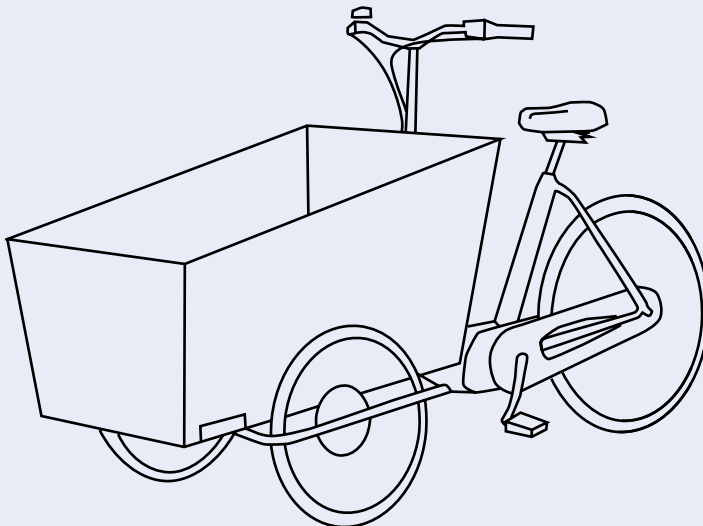
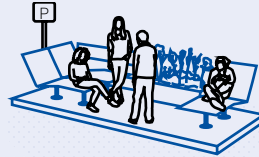
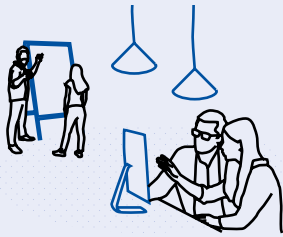
172 Anwendungen

188 Begegnung und Aktivitäten

204 Sharing

224 Brücken bauen

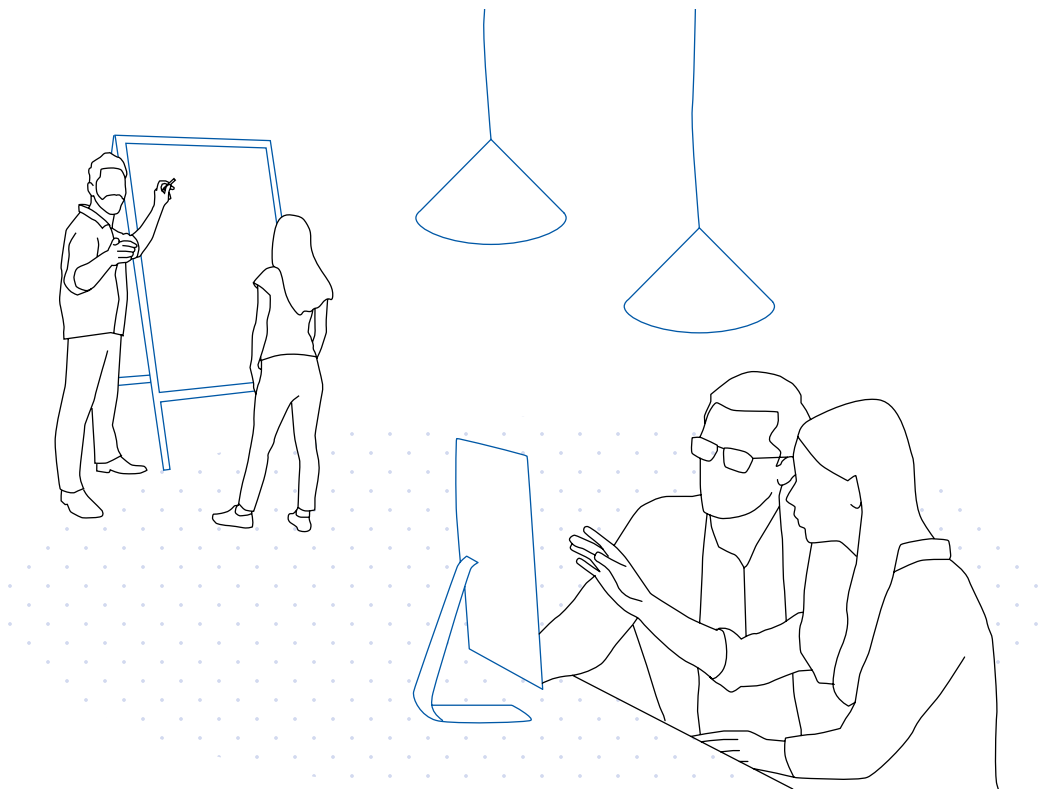
242 Mitmachen und aushandeln



Coworking im Quartier

Raum und Infrastruktur für Home-Office
außer Haus aber im direkten Wohnumfeld

Entgegen einer kommerziellen Nutzung ist hier der „Arbeitsraum der Nachbarschaft“ gemeint, der mit anderen gemeinwohlorientierten Angeboten kombiniert werden kann. Im Hinblick auf Büroarbeit erlauben verschiedene Raumsituationen unterschiedliche Arbeitsprozesse: Konzentrierte Einzelarbeit, Arbeiten am Team-Tisch und Besprechungen in verschiedenen Größenordnungen – inklusive Print- und Küchenfunktion. Denkbar ist der Anschluss einer Coworking-Funktion an Schulen, an ein Quartiers- oder Gemeindezentrum aber auch an eine Mobilitätsstation, die stadtweit gut zu erreichen ist. In Kombination mit weiteren Angeboten entfaltet Coworking im Quartier seinen Reiz. Von hier aus liegt die Kita nicht weit, können nach der Arbeit Einkäufe erledigt werden, kann man den Nachbarn noch auf ein Bier einladen oder zum Yogakurs in der Mittagspause gehen.



Effekt

Coworking im Quartier kann ein wichtiger Impuls für die Veränderung der gesamten Angebotslage in Quartieren sein. Je nach Kombination können auf diese Weise sehr viele zentrale Grundbedürfnisse erfüllt werden. Im Kern unterstützt es die Vernetzung im Quartier.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Das Angebot ist nicht an den Arbeitgeber gebunden und ist für alle Bewohner:innen offen. Es wird kombiniert mit anderen Angeboten der Daseinsvorsorge im direkten Wohnumfeld. Alltagsroutinen werden an einem Wohnstandort zentriert. Das verringert (Arbeits-)Wege mit motorisierten Verkehrsmitteln. Privat- und Arbeitsumfeld rücken als soziale Sphäre dichter zusammen.

Zielgruppen

Coworking im Quartier richtet sich an Nutzer:innen,

- die ortsunabhängig arbeiten können
- die Privat- und Berufsalltag im Sinne einer effizienten Zeitznutzung und einer besseren Work-Life-Balance kombinieren wollen
- die alleinerziehend sind

Angebotsdimensionen

- Raum: Verschiedene Raumsituationen zum Arbeiten
- Funktion: Basisausstattung mit Möbeln, Geräten, W-LAN, Küche, Kopierer
- Dienstleistung: Concierge, Ansprechpartner:in
- Information: Buchungs- und Kalendersystem als Website
- Plattform: Informations- und Austauschplattformen, Netzwerk von Gleichgesinnten

Herausforderungen im Quartier

- Soziodemografischer Wandel im Hinblick auf Klimaneutralität und im Hinblick auf Work-Life-Balance
- Wenig Begegnung und Austausch im Quartier

Erforderliche Ressourcen

- Leerstand z.B. durch Strukturwandel vom Erdgeschoss bis zu Industriebauten
- Sozialkapital, Kooperationsbereitschaft
- Startkapital z.B. durch Crowdfunding

Träger:innen/Organisation

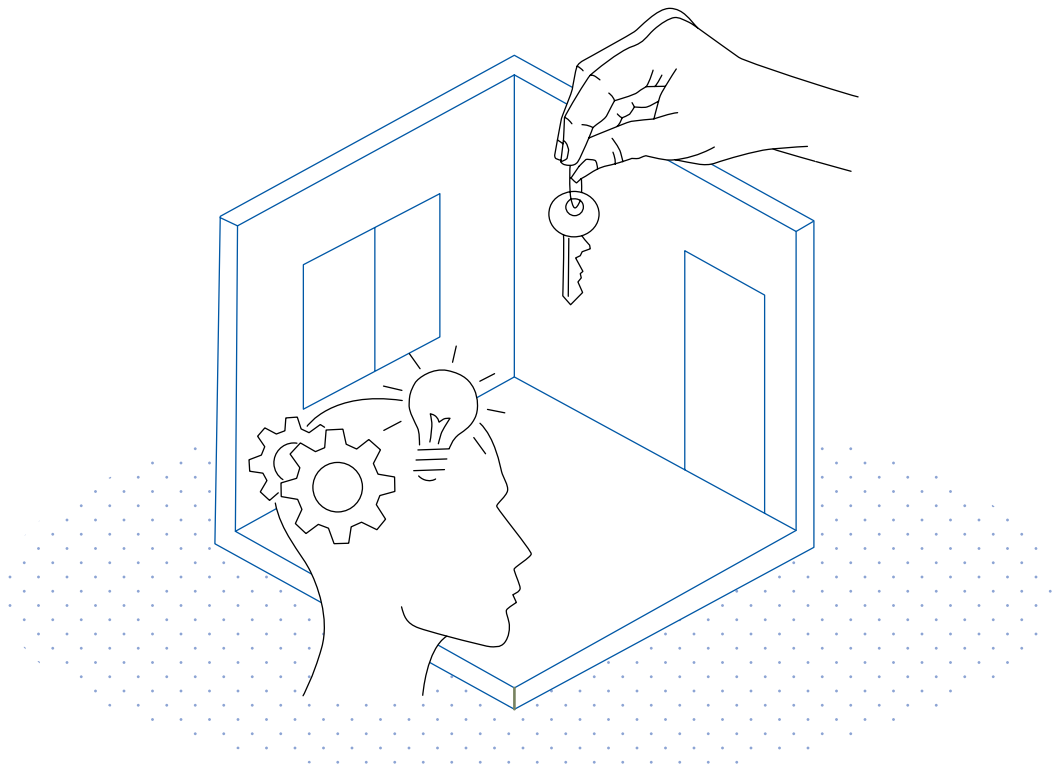
- Initiativen, die sich als Vereine konstituieren
- Gemeinnützige UG, privatwirtschaftlich organisiert, aber nicht gewinnorientiert
- Genossenschaften, Konsortien

Beispiele: Et Kapellche e.V., Köln, WasmitHerz e.V., Hannover, Mülheimer Freiheit, Köln

Raum für Ideen

Niederschwellige und kurzzeitige Vermietung von Arbeits- bis Veranstaltungsraum über eine Plattform

Leerstand wird je nach Raumgröße mit geringen Mitteln hergerichtet und ausgestattet, so dass er für Veranstaltungen aller Art nutzbar ist. Das kann Raum für Arbeit sein, Raum für Besprechungen und Konferenzen, Raum für Beratung, Seminare und Workshops, Raum für Familienfeste oder Kulturveranstaltungen. Über ein digitales Buchungssystem ist der Raum für Ideen auch für nur kurze Dauer zu mieten. Die Veranstaltungen, die in ihm angeboten werden, können über einen Kalender auf einer Website beworben werden. Prämisse ist die Nutzung des Raumangebotes zum Wohle der Nachbarschaft. Erzielte Gewinne werden für den Erhalt und den Ausbau des Angebotes genutzt. Die zahlreichen Veranstaltungen stärken nachbarschaftliche Vernetzung und aktivieren junge wie alte Kreative, die ihre Nachbarschaft aktiv gestalten möchten.



Effekte

Der unmittelbar nutzbare Raum weckt kreativen und unternehmerischen Geist und animiert zur Gestaltung der eigenen Nachbarschaft. Der Austausch unter Gleichgesinnten stärkt das Netzwerk in der Nachbarschaft und das Know-how über Angebote. Der Onlinezugang informiert niederschwellig über alle Möglichkeiten.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Über die Verknüpfung mit einem Online-buchungs- und Kalendersystem wird Raum niederschwellig und auch für nur kurze Dauer und zu niedrigen Preisen angeboten. Raum wird damit für viele Nutzungen, für eine breitere Zielgruppe und gemeinnützige Ziele einfach verfügbar.

Zielgruppen

- Die gesamte Nachbarschaft mit dem Schwerpunkt auf den Bewohner:innen, die ihr Quartiersumfeld mit unternehmerischem Geist aktiv gestalten oder ihr Know-how gerne zur Entwicklung der Nachbarschaft einbringen möchten.
- Menschen, die Neues austesten und sich dazu gezielt im Quartier vernetzen wollen

Angebotsdimensionen

- Raum: Aller Art
- Funktion: Basisausstattung mit Möbeln und z.B. W-LAN
- Dienstleistung: Information vor Ort, Unterhalt, Erweiterung des Angebotes
- Information: Über Veranstaltungen, Aktivitäten, Buchung
- Plattform: Zur Verfügung stellen von Raum, Netzwerk

Herausforderungen im Quartier

- Fehlende Impulse für Begegnung und Austausch
- Wenig Engagement und Selbstorganisation

Erforderliche Ressourcen

- Leerstand z.B. durch Strukturwandel vom Erdgeschoss bis zu Industriebauten
- Sozialkapital, Ideen, Know-how
- Startkapital z.B. durch Crowdfunding
- Engagierte Bestandshalter:innen

Träger:innen/Organisation

- Initiativen, die sich als Vereine konstituieren
- Gemeinnützige UG, privatwirtschaftlich organisiert, aber nicht gewinnorientiert
- Gemeinnützige Organisationen (Stiftungen, etc.)

Beispiele: *WasmitHerz e.V., Hannover, Initiative HinsundKunzt, Köln Sülz, www.mokwi.de (Plattform)*

Bewohner:innen-Laden im EG

Über Öffnung von Privatraum für die Nachbarschaft aktive Vernetzung ins Quartier fördern

Gemeinschaftsräume einer ansässigen Wohn- oder Hausgemeinschaft werden an der Schnittstelle Erdgeschoss für die Nachbarschaft geöffnet. Darauf haben sich die Bewohner:innen über Aushandlungsprozesse und ein internes Regelwerk verständigt. Der gemeinschaftliche Raum der Bewohner:innen ist damit Bindeglied zum öffentlichen Raum und ermöglicht als solches kommerzielle Angebote, von denen auch die Bewohner:innen profitieren, beispielsweise über Austausch, Einnahmen und Spenden. Das Grundangebot ist meist eine Tasse Tee oder Kaffee und kann zu vielen weiteren Angeboten ausgeweitet werden, wie Repaircafé, Kleidertausch, Filmabende, Diskussionsrunden, Übernachtungsmöglichkeit et cetera.



Effekte

In erster Linie wird Versorgung angeboten: Mit einer Tasse Tee oder Kaffee und weiteren Varianten, sofern diese dem Grundangebot hinzugefügt werden. Das führt zur Vernetzung mit der Nachbarschaft und Informationsaustausch über das Quartier. Die belebte Erdgeschosszone und die soziale Kontrolle sorgen für Sicherheit.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Privater und öffentlicher Raum erhalten eine neue Schnittmenge und ermöglichen auf diese Weise einen unverstellten Zugang zum Quartiersleben.

Zielgruppen

- Menschen in hochurbanen Quartieren, die am Leben im Quartier teilhaben möchten, anfangs meist mit ähnlichem Wertehintergrund
- durch Verstetigung des Angebots wird Ansprache und Bindung unterschiedlicher sozialer Gruppen ermöglicht
- wachsame Entwicklung der Zielgruppen über die Zeit erforderlich
- Gemeinwohl-Pioniere.

Angebotsdimensionen

- Raum: Erdgeschoss
- Funktion: Café, Tauschbörse, Treffpunkt, Veranstaltungsraum, Werkstatt
- Dienstleistung: Kontakt zur Nachbarschaft, Vernetzung
- Information: Über das Quartier und Angebote, aktuelle Entwicklungen
- Plattform: Vernetzung von Akteur:innen

Herausforderungen im Quartier

- Fehlende Impulse für Begegnung, Austausch, Integration
- Keine Angebote durch gemeinwohlorientierte Träger:innen
- Mangel an kommerziellen Angeboten und Nutzungen im Erdgeschoss
- Leerstand im Erdgeschoss

Erforderliche Ressourcen

- (Eigen-)Initiative vor dem Hintergrund geteilter Werte
- Verfügbarer Raum mit ökonomischem Konzept
- Starkes, bindendes Konzept mit professioneller Steuerung

Träger:innen/Organisation

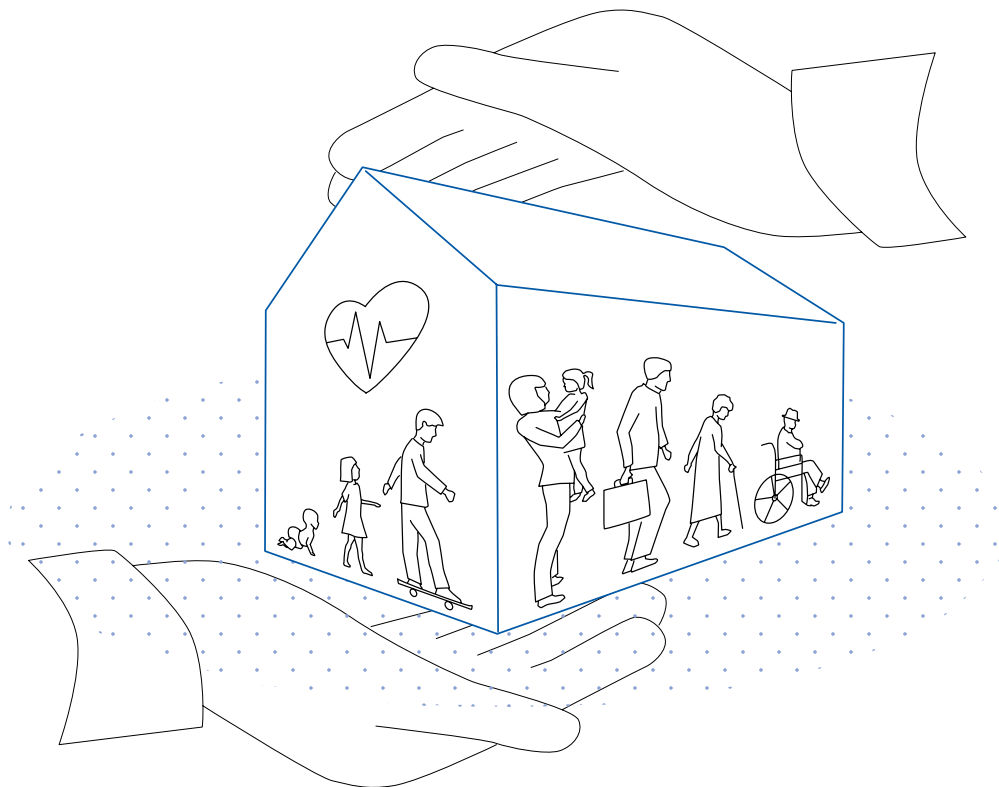
- Selbstorganisierte Hausgemeinschaft
- Wohnungsbaugesellschaft mit Kümmer:innen vor Ort
- Gruppe, Initiative, Verein mit selbsttragender Finanzierung unter Berücksichtigung der Quartiersrendite
- Kooperation verschiedener Träger:innen

Beispiele: Ligsalz8, München, Betriebsküche, Kantine der D-Bahn, Dresden-Friedrichstadt, Sharehouse Refugio, Berlin, microgallery, Köln Mülheim

Zentrale Anlaufstelle für Pflege

Generationenübergreifende Bündelung von Pflege- und Unterstützungsangeboten

Pflege und Unterstützung benötigen die Generationen auf unterschiedliche Weise. Zentrale Gemeinschaftsräume im Quartier können zu einer Anlaufstelle für vielseitige Arten von Unterstützung ausgebaut werden. Eine Kita wird z.B. in Kooperation mit Träger:innen für Seniorenpflege betrieben und nutzt Räume, die für verschiedene Funktionen ausgestattet sind im Wechsel. Das sorgt für eine gute Auslastung, Aufsicht und Ansprechpartner:innen vor Ort und natürlich Begegnung der Generationen. Weitere kleine Räume, die man mieten kann geben Impulse für wechselnde eigene Angebote der Bewohner:innen. Professionelle Pflegeanbieter:innen sehen die Chance für mehr Diversität am Standort, übernehmen die zentrale Koordination und können auf diese Weise Ressourcen bündeln und neue Kund:innen gewinnen.



Effekte

Die räumliche Nähe unterschiedlicher Unterstützungsangebote bringt diverse Zielgruppen in den Austausch miteinander. Durch die Möglichkeit, Räume kurzzeitig mieten zu können, sind auch die Bewohner:innen selbst in der Lage, ein kleineres Pflegeangebot bereitzustellen und werden in ihren eigenen Initiativen gestärkt.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Vielfältige Bündelung ähnlicher Funktionen an einem zentralen Ort durch Kooperation von professionellen Anbieter:innen und Zivilgesellschaft, um dem diversen Bedarf nach Pflege und Unterstützung im Quartier zu begegnen.

Zielgruppen

- Die Zielgruppen sind unterschiedlich und komplementär: Junge Familien, Betagte, Bewohner:innen aller Kulturen und sozialer Bedürftigkeit, Sozial-Entrepreneure und kleine Viertelunternehmer:innen.

Angebotsdimensionen

- Raum: Zentrale Gemeinschaftsräume, kleine flexible Räume
- Funktion: Café, Küche, Spiel- und Therapieausstattung
- Dienstleistung: Koordination, Ansprechpartner:in vor Ort
- Information: Veranstaltungs- und Belegungskalender über Website
- Plattform: Social Media als Werbeplattform und Multiplikator

Herausforderungen im Quartier

- Strukturelle Defizite in der Pflege
- Image
- Soziodemografischer Wandel – Überalterung
- Wenig Begegnung und Austausch

Erforderliche Ressourcen

- Raum / Leerstand
- Sozialkapital
- Akteursnetzwerk
- Engagierte Bestandshalter:innen

Träger:innen/Organisation

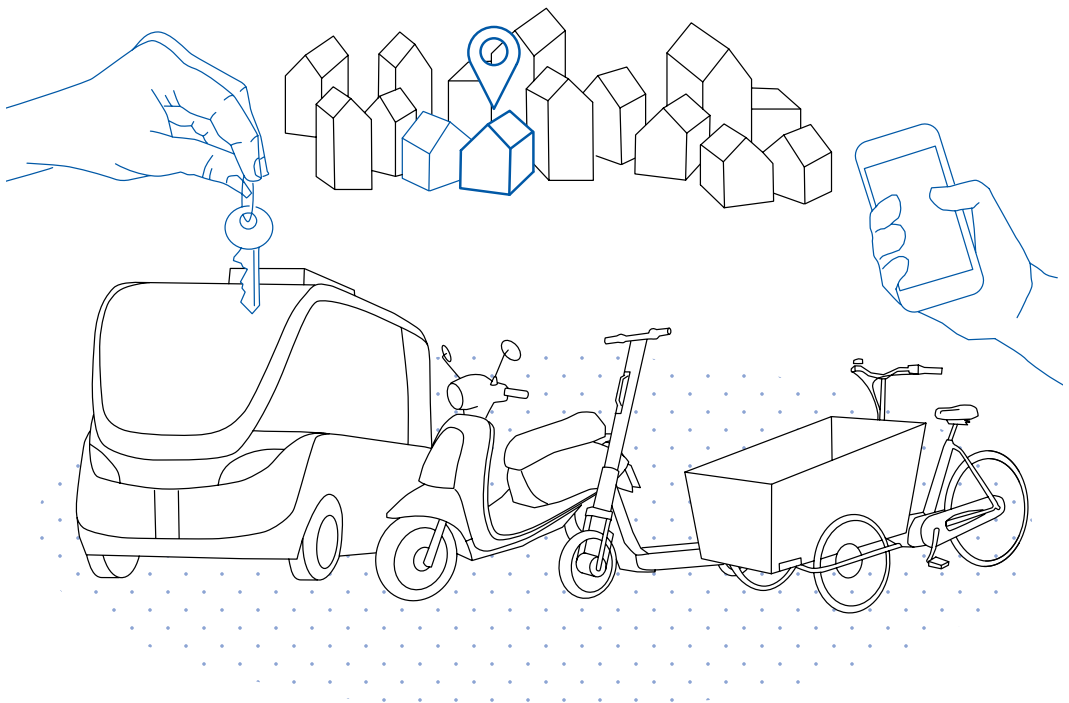
- Immobilien-/ Wohnungswirtschaft
- Ämter und Fachstellen
- Vereine
- Genossenschaften

Beispiele: Domagkpark, München (Kita, Pflegedienst Agaplesion gAG), Alten- und Service Zentrum München (Aubing), PIQ, Pflege im Quartier, Gelsenkirchen

Mobility Hub

In überschaubarer Gemeinschaft selbstorganisierte, zentrale Verteilung von Mobilitätsangeboten

Der Mobility Hub ist ein skalierbares Angebot: Von der Initiative im eignen Haus über die zentrale Mobilitätsstation im Wohn- oder Genossenschaftsprojekt bis hin zur stadtweiten Infrastruktur an wichtigen Verkehrsknotenpunkten, die durch hoheitliche Anbieter in Kooperation mit dem privaten Sektor bereitgestellt werden können. Bereits kleine Initiativen machen Gebrauch von professionellen Buchungsplattformen. Ein oftmals genossenschaftlich organisiertes Mobilitätsangebot beinhaltet Autos, Transportbusse und Lastenräder, Beratung und Service. In jedem Maßstab ergibt es Sinn, die zentralen Angebote der Wohngemeinschaft, des Blocks oder des Viertels zu kombinieren: namentlich Versorgung und Aufenthaltsräume. Auf diese Weise gewinnen alle Teilangebote an Sichtbarkeit und erhalten mehr Zulauf. Rege Betriebsamkeit erhöht wiederum die soziale Kontrolle im Viertel und steigert dessen Attraktivität.



Effekte

Durch den Aushandlungs- bzw. Bereitstellungsprozess kommen Bewohner:innen in den Austausch und qualifizieren sich selbst als Anbieter:innen. Sie gewährleisten die Mobilität im Wohnprojekt und kommen in den Dialog in Bezug auf weitere Angebote. Das stärkt auch den Austausch auf persönlicher Ebene.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebonden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Der Mobility Hub ist im kleineren Maßstab immer Teil eines integralen Wohnkonzeptes, das über Aushandlungsprozesse implementiert werden kann. Auf diese Weise entstehen zentrale Orte mit hoher Frequenz, welche Einfluss auf die Routinen und Laufwege in Quartieren nehmen.

Zielgruppen

- Pioniere des Wandels in Bezug auf die Mobilitätswende
- Junge Familien mit geringen finanziellen Ressourcen
- Pendler:innen, die MIV nur in Ausnahmefällen wie z.B. für den Transport von Gütern benötigen.

Angebotsdimensionen

- Raum: Zentrale Anlaufstelle, Parkplatz
- Funktion: Diverse Mobilitätsangebote, MIV, Lastenräder etc.
- Dienstleistung: Rechtliche Absicherung, Ansprechpartner:in
- Information: Über Aushandlungsprozess (Gremien), über Website, Mund zu Mund
- Plattform: Digitale Buchungsplattformen

Herausforderungen im Quartier

- Strukturelle Defizite in der Pflege in Bezug auf Mobilität
- Modernisierungsbedarf
- Insellage
- Soziodemografischer Wandel
- Stadtklima / Gesundheit

Erforderliche Ressourcen

- Parkraum
- Sozialkapital
- Akteursnetzwerk
- Technische Innovation durch Buchungssapp

Träger:innen/Organisation

- Initiativen
- Vereine
- Genossenschaften
- Immobilien-, Wohnungswirtschaft
- Städtische Gesellschaften (bei Mobility Hubs als Infrastrukturprojekt)

Beispiele: Domagkpark, München, Stellwerk60, Köln, www.weeshare.com

Parklets für Begegnung

Impulse für die Umnutzung und Aufwertung des Straßenraums als Kontaktzone

Die Stadt- bzw. Kommunalverwaltung gibt zivilgesellschaftlichen Initiativen die Gelegenheit – oder setzt bisweilen durch Microförderung bewusst Anreize – zur Umnutzung von Verkehrsflächen (Parkraum) für eine gemeinschaftliche Nutzung durch die Nachbarschaft. Auf diese Weise entstehen Sitzgelegenheiten für kleine Feste, Urban-Gardening-Projekte, die das Stadtklima verbessern, kleine Spielstätten für Kinder und Jugendliche und nicht zuletzt Orte der Begegnung, für Aushandlungsprozesse und Selbstorganisation einer lokalen Gemeinschaft. Ob auch Geschäftsimmobilien für eine Erweiterung ihres Angebotes in den Straßenraum in Frage kommen, ist abhängig vom Nutzen für das Gesamtquartier und möglichen Nutzungskonflikten. Parklets können auch bewusst zur Stärkung einer Zielgruppe eingesetzt werden wie z.B. Jugendliche, die in die Angebotsentwicklung mit einbezogen werden können.



Effekte

Die Bereitstellung von öffentlichem Raum für die Umsetzung gemeinsamer Projekte führt zur Stärkung der sozialen Kohäsion. Bewohner:innen begegnen sich in Planungs- und Aushandlungsprozessen und entwickeln im Rahmen der Selbstorganisation und Umsetzung neue Fähigkeiten und Kompetenzen.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Die gezielte Freigabe von öffentlichem Raum und Unterstützung zivilgesellschaftlicher Initiative zur Schaffung zentraler Orte für Freizeitaktivitäten und Begegnung im Quartier.

Zielgruppen

- Kerngemeinschaften einer Nachbarschaft, als Vorreiter soziodemografischen Wandels
- Kleine Gemeinschaften als Gastgeber der Stadt
- Junge Familien mit Bedarf an Außenraum und Spielfläche
- Jugendliche mit Bedarf an eigenen Stadträumen im direkten Wohnumfeld

Angebotsdimensionen

- Raum: Punktueller Bereitstellen öffentlicher Flächen / Verkehrsflächen / Parkraum
- Funktion: Treffpunkt, kleiner Veranstaltungsraum, Garten, Spielplatz
- Dienstleistung: Projektbegleitung
- Information: Niederschwellige Anleitung für Bau und Selbstorganisation
- Plattform:

Herausforderungen im Quartier

- Modernisierungsbedarf
- Strukturelle Defizite, Aufenthaltsraum im Außenraum (Kinder, Jugendliche)
- Image
- Fluktuation
- Wenig Begegnung und Austausch
- Stadtklima

Erforderliche Ressourcen

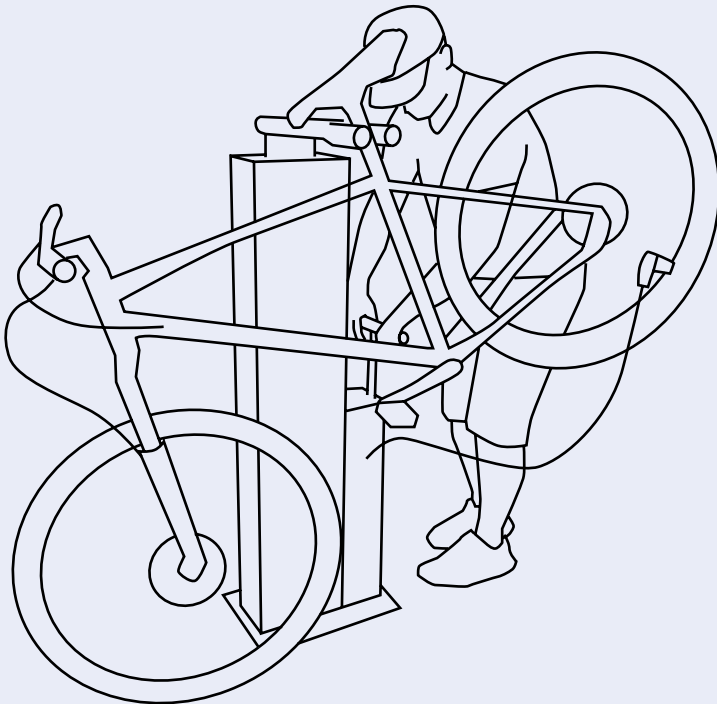
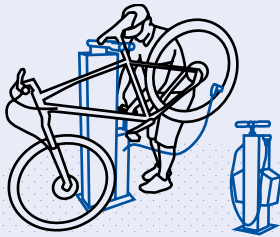
- Freiraum/Parkraum
- Sozialkapital
- Know-how
- Social-Entrepreneurship

Träger:innen/Organisation

- Ämter und Fachstellen
- Städtische Gesellschaften
- Vereine
- Initiativen

Beispiele: Parklet Förderung Berlin, Grätzl Oase, Wien, Reallabor Parklets Stuttgart

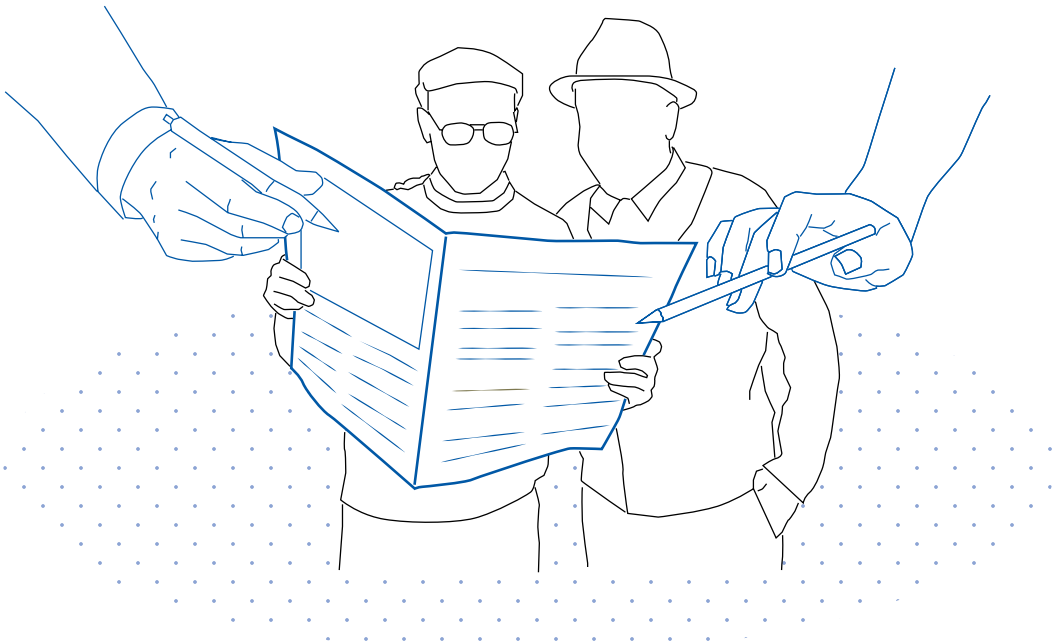
096	Raum und Lage
110	Mittel zur Befähigung
118	Lieferung
128	Personen und Institutionen
136	Bündel und integrale Konzepte
146	Relokalisierung
160	Medien
172	Anwendungen
188	Begegnung und Aktivitäten
204	Sharing
224	Brücken bauen
242	Mitmachen und aushandeln



Quartierszeitung von Bewohner:innen

Quartierszeitung zur Kommunikation
von Angeboten und Bedarfen – die Stimme
des Quartiers

Engagierte Quartiersbewohner:innen veröffentlichen in regelmäßigen Abständen relevante Informationen zu Angeboten und bereiten Themen auf, welche die Bewohner:innen im Quartier beschäftigen. Als Format kann die klassische Zeitung genutzt werden, eine Broschüre oder ein Web-Blog. In einem Redaktionsteam sind die Bewohner:innen selbst für den gesamten Prozess verantwortlich: Von der Recherche über das Verfassen von Texten bis hin zu Satz und Druck oder Websitepflege. Dem gesamten Quartier stehen hierdurch interessante und wichtige Informationen gesammelt und aufbereitet zur Verfügung. Insbesondere die aktiven Akteur:innen gemeinnütziger und marktwirtschaftlicher Organisationen aber auch der Verwaltung können auf diese Weise in das Quartier hineinhorchen – und Bewohner:innen sich Gehör verschaffen.



Effekt

Für die Bewohner:innen verbessert sich die Informationslage im Quartier. Die Mitglieder:innen des Redaktionsteams können das Quartier unmittelbar mitgestalten, die Mitarbeit in einem kollaborativen Prozess stärkt ihre Team- und Organisationsfähigkeit und ermöglicht auch die Verwirklichung individueller Interessen.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Das Angebot hat einen engen Quartiersbezug und mit dem Prinzip „von Bewohner:innen für Bewohner:innen“ wird sowohl ein partizipativer Ansatz verfolgt als auch die persönliche Befähigung unterstützt.

Zielgruppen

- Quartiersbewohner:innen, die an Informationen zu Angeboten und Themen im Quartier interessiert sind
- Engagierte Bewohner:innen, die ihre Fähigkeiten als Autor:innen, Redakteur:innen usw. unter Beweis stellen oder sich hierin weiterentwickeln möchten.

Angebotsdimensionen

- Raum: Redaktionstreffpunkt, z.B. Quartierszentrale
- Funktion: Software, W-LAN, Druck
- Dienstleistung: Beratung, Know-how
- Information: Über das Quartier, über interne Beschlüsse der Gemeinschaft
- Plattform: Zum Austausch über Quartiersthemen

Herausforderungen im Quartier

- Schwache Informationslage im Quartier über z.B. Angebote
- Wenig Austausch und Begegnung
- Geringe Selbstorganisation im Quartier

Erforderliche Ressourcen

- Sozialkapital, personelle Ressourcen mit Zeit
- Interesse an Rückkopplungsmomenten

Träger:innen/Organisation

- Private Arbeitskreise / Initiativen
- Vereine
- Genossenschaften, Konsortien

Beispiele: Prinzenpost, Prinz Eugen Park, München

Medien Hub

Offener und niederschwelliger Zugang zu digitalen Medien und technischer Ausstattung in Kombination mit Kompetenzförderung

Hier steht Ausstattung für die Arbeit an digitalen Medien (Hardware, Software und W-LAN) denjenigen zur Verfügung, die aufgrund ihrer finanziellen Situation keinen eigenen Zugang dazu haben. Neben der technischen Infrastruktur steht den Nutzer:innen auch ein:e Ansprechpartner:in zur Seite. Sie oder er koordiniert Angebot und Nachfrage, hilft bei technischen Problemen und organisiert Kurse, Weiterbildungen, Tandempartner:innen, Onlineinformation oder Projekte, die bei den verschiedenen Zielgruppen das Interesse für den Medien Hub wecken. Denkbar ist der Medien Hub auch in Kombination mit einem Coworking-Space, einer Bibliothek im Genossenschaftsprojekt als Erdgeschossfunktion in einem Wohnturm oder in Verlängerung des Ganztagesangebotes einer Schule. Das Angebot hat das Potenzial ein starker Impulsgeber für den Ausgleich sozialer Disparitäten zu sein.



Effekt

Die Effekte sind, auch durch die Kombination mit weiteren Angeboten, zahlreich. Im Vordergrund steht die Möglichkeit, dass sich die Zielgruppen durch den HUB einen besseren Zugang zum Arbeitsmarkt und mehr Medienkompetenz verschaffen können und sich darüber zu einer besseren gesellschaftlichen Teilhabe befähigen.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Die Nutzung und mögliche Ausleihe von technischen Geräten an zentraler Stelle für bedürftige Zielgruppen sowie Kurse und Beratung zur Medienkompetenzförderung stellen eine niederschwellige Möglichkeit zum Erwerb zentraler Fähigkeiten im Umgang mit digitalen Medien dar.

Zielgruppen

- Bedürftige Zielgruppen z.B. Jugendliche und junge Erwachsene, deren Eltern sich nicht das technische Gerät leisten können
- Bedürftige Arbeitssuchende, die den Medien Hub für Bewerbungen und Weiterbildung nutzen können

Angebotsdimensionen

- Raum: Zentraler Raum im Wohnblock, Quartier, z.B. Schule
- Funktion: Medienausstattung, PC, Drucker, Kamera, Software, W-LAN
- Dienstleistung: Aufsicht, Assistenz, Kurse
- Information: Über das Angebot und Kompetenzvermittlung
- Plattform: Für Vernetzung mit Tandempartner:innen, Akteur:innen

Herausforderungen im Quartier

- Segregation
- Negatives Image
- Soziale Benachteiligung

Erforderliche Ressourcen

- Engagierte Bestandshalter:innen
- Leerstand
- Akteursnetzwerk

Träger:innen/Organisation

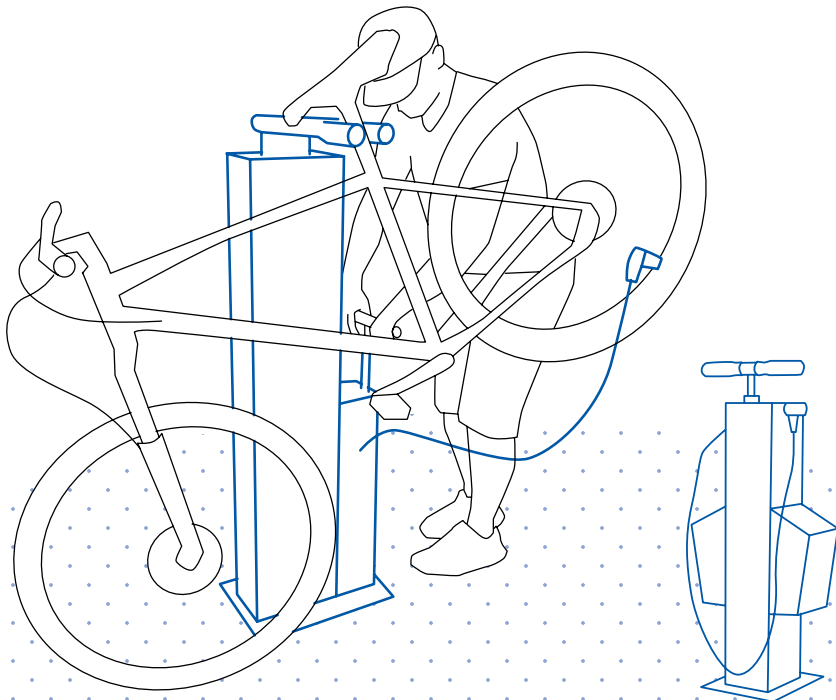
- Genossenschaften
- Ämter, Fachstellen und karitative Einrichtungen
- Karitative Träger:innen

Beispiele: Digital impact lab, Bremen

Fahrrad-Service-Säule

Niederschwellige, technische Infrastruktur zur Unterstützung von Fahrradmobilität

Die Service- und Reparatursäulen liefern einen weiteren Anreiz für den Umstieg auf das Fahrrad und geben die Sicherheit bei einer Fahrradpanne wieder kurzfristig Fahrt aufnehmen zu können. Sie unterstützen damit die Trendwende, den Weg zur Arbeit regelmäßiger unmotorisiert zu unternehmen. Ideale Standorte sind Fahrradparkplätze und Mobility Hubs. Dementsprechend sind auch die Bereitsteller sehr vielfältig. Das sind Privatunternehmen, wie Supermärkte oder Restaurantketten, karitative Organisationen, die Stadtverwaltung aber auch einzelne zivilgesellschaftliche Initiativen. Sie übernehmen die Haftung und den Unterhalt der Säule. An zentraler bzw. rentabler Stelle kann die Säule zu einem personell besetzten Reparaturdienst ausgebaut sein. Hier besteht die Gelegenheit, qualifizierten Langzeitarbeitslosen oder benachteiligten Menschen eine berufliche Perspektive zu bieten.



Effekt

Die Station bietet eine wichtige Ausstattung mit Infrastruktur auf dem Weg hin zur Mobilitätswende. Sie fördert das Verkehrsmittel Fahrrad, kann aber auch genutzt werden, um andere Alltagsgegenstände wie Kinderwägen, Rollatoren und Rollstühle zu unterhalten.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebounden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Über das Angebot ist Infrastruktur auf dem Gebiet Micromobilität für alle gratis bis niedrigpreisig und vor allem regelmäßig zugänglich. Die Nutzer:innen können die Servicesäule unabhängig von professionellen Reparaturdienstleistungen nutzen und werden so selbst zu Expert:innen für die Instandhaltung ihres Fahrrads.

Zielgruppen

- Radfahrer:innen, die ihre Fahrzeuge nachhaltig, sprich dauerhaft, gut unterhalten möchten
- Personen ohne eigene Ausstattung mit Werkzeug

Angebotsdimensionen

- Raum: Freiraum, Nähe von Fahrradparkplätzen
- Funktion: Luft- und Reparaturstation
- Dienstleistung: Organisation und Unterhalt
- Information: zum Gebrauch
- Plattform:

Herausforderungen im Quartier

- Soziodemografischer Wandel
- Mobilitätswende
- Stadtklima / Gesundheit

Erforderliche Ressourcen

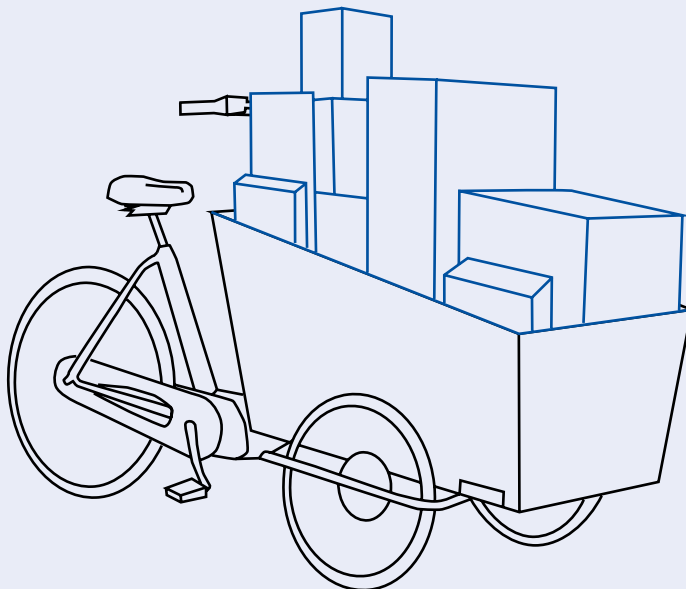
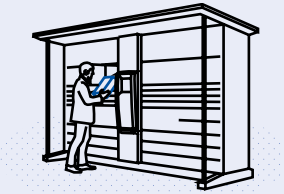
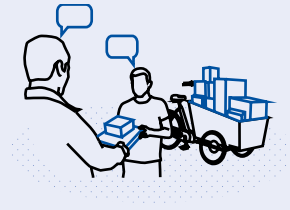
- Freiraum
- Budget (Sponsoring, Crowdfunding)

Träger:innen/Organisation

- Ämter und Fachstellen
- Immobilien-/Wohnungswirtschaft
- Karitative Träger:innen
- Privatwirtschaftliche Unternehmen in Verbindung zu Parkplätzen, Marketing

Beispiele: Servicestation Eberhardstraße, Stuttgart, Fahrrad Service Station, Bad Cannstatt

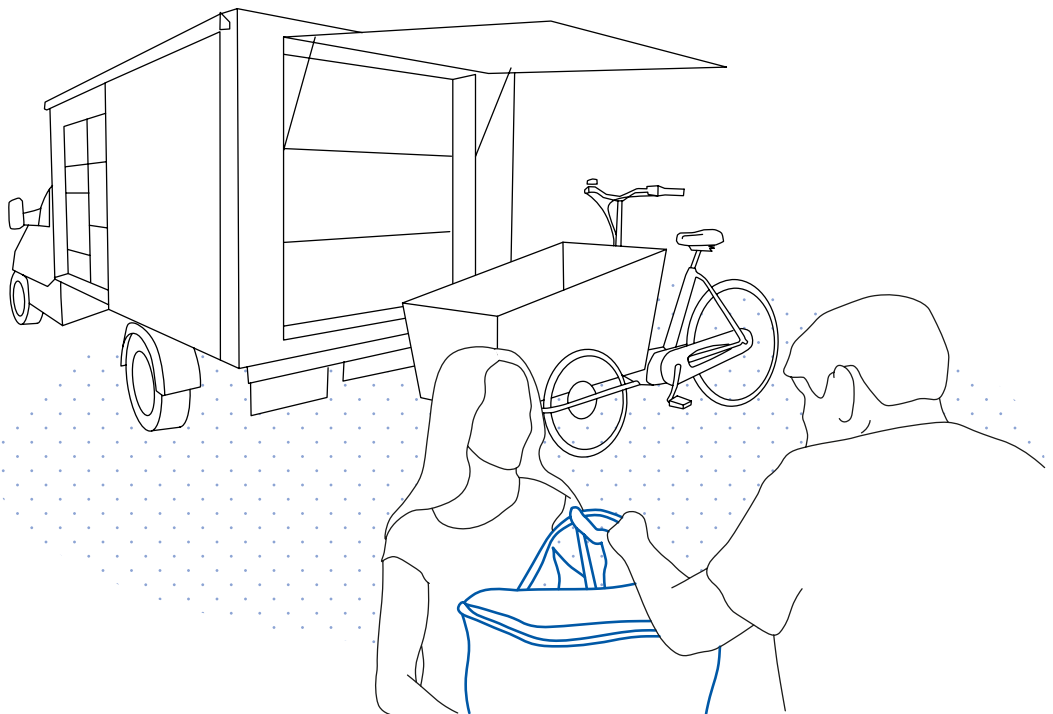
096	Raum und Lage
110	Mittel zur Befähigung
118	Lieferung
128	Personen und Institutionen
136	Bündel und integrale Konzepte
146	Relokalisierung
160	Medien
172	Anwendungen
188	Begegnung und Aktivitäten
204	Sharing
224	Brücken bauen
242	Mitmachen und aushandeln



Mobile Versorgung für Bedürftige

Mobile Grundversorgung und Beratung erreicht bedürftige Zielgruppen, dort wo sie zu Hause sind

Neben den bekannten Anlaufstellen für Bedürftige entstehen, auch unter dem Druck der Corona-Pandemie, mehr mobile Angebote, die die Zielgruppe unmittelbar mit Gütern des täglichen Bedarfs versorgen. Das können eine warme Mahlzeit, Kleidung, ärztliche Fürsorge oder Beratung sein. Meist sind es karitative Dachorganisationen, die diese Aufgabe zusammen mit Ehrenamtlichen übernehmen. Die Corona-Pandemie hat jedoch weitere Kooperationen entstehen lassen, wie z.B. Bürgerinitiativen, die zusammen mit Restaurantbesitzer:innen mobiles Essen organisieren und verteilen. Mobile Versorgung vermindert das Stigma, für das Essen anstehen zu müssen und stellt einen stärkeren räumlichen Bezug zu den Bedürftigen her.



Effekt

Eine mobile Versorgung gibt den Betroffenen die Sicherheit, dass sie im System nicht vergessen werden. Hilfe und Grundversorgung erreicht sie, auch wenn sie sich selbst nicht mehr helfen können. Sie vernetzt die Helfenden untereinander und stellt räumlich einen stärkeren Bezug zu Bedürftigen her.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Mit steigendem Armutsrisiko wächst der Anteil Bedürftiger, die nicht mehr über die Sozialversicherungssysteme aufgefangen werden können. Ehrenamt und Direkthilfe vor Ort erreichen über Lieferangebote mehr Betroffene. Akteurskooperationen nehmen in ihrer Vielfalt zu.

Zielgruppen

- Wohnungsflüchter:innen, Drogenabhängige oder kranke Menschen, deren Armut so groß ist, dass sie nicht über das Sozialversicherungssystem versorgt werden.
- Sonstige bedürftige Menschen, die Unterstützung in der Grundversorgung benötigen

Angebotsdimensionen

- Raum:
- Funktion: Fahrzeuge, motorisiert oder mit dem Fahrrad
- Dienstleistung: Lieferung, Beratung, Fürsorge
- Information: Über direkte und persönliche Absprache
- Plattform:

Herausforderungen im Quartier

- Hoher Anteil Leistungsempfänger:innen und Armut im Quartier
- Hoher Anteil Geflüchteter ohne Bleibeperspektive
- Altersarmut

Erforderliche Ressourcen

- Sozialkapital, Ehrenamt
- Infrastruktur in Form von Küchenausstattung, Ärztemobil
- Akteursnetzwerk

Träger:innen/Organisation

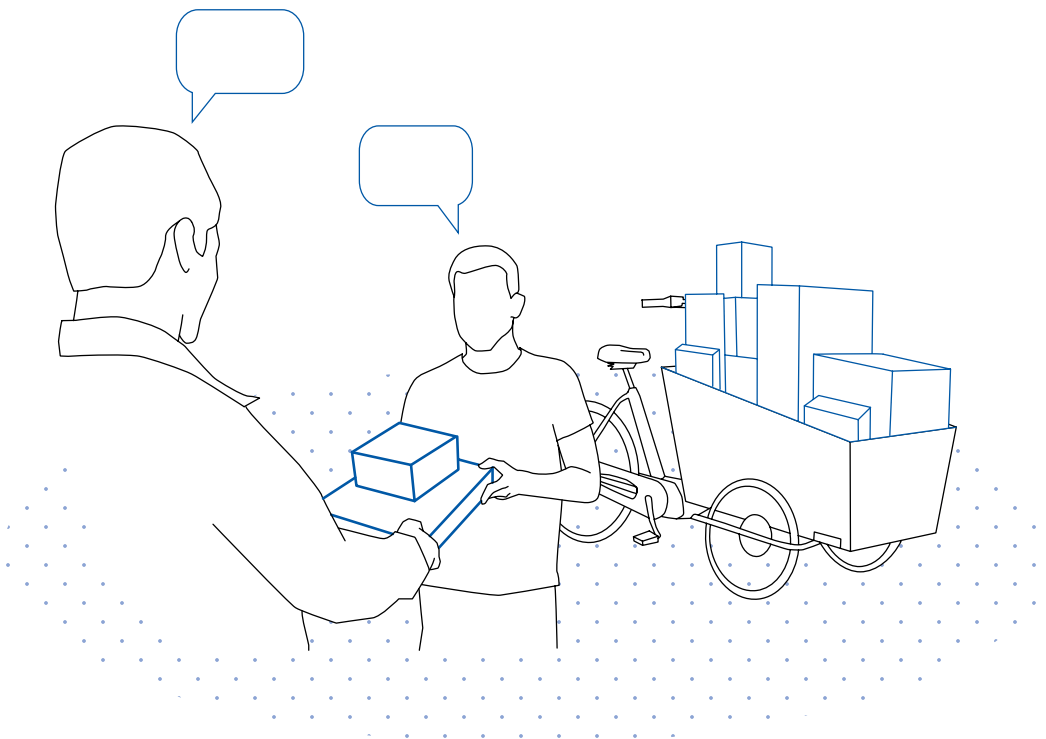
- Karitative Organisationen
- Privatwirtschaftliche Initiativen von z.B. Restaurantbesitzer:innen
- Zivilgesellschaftliche Initiativen

Beispiele: Kana Suppenküche, Dortmund, Suppenfahrrad, Essen, Krankenmobil, Hamburg

Quartiersbote

Die emissionsfreie letzte Meile mit Kundenkontakt

Der Quartiersbote legt die letzten Meter der Lieferkette mit dem Lastenrad zurück. Er nimmt weniger Parkraum in Anspruch und setzt weniger Emissionen frei. Dabei ist der Kontakt zum Viertel und seinen Bewohner:innen unmittelbar. Anders als bei den motorisierten Ausliefer:innen wird ein Mini-Depot im Quartier benötigt. Das kann ein Lagerraum im Anschluss an einen Mobility Hub sein oder ein üblicher Lieferwagen, von denen sich dann weit weniger im Stadtraum bewegen. Der Quartiersbote kann die letzte Meile auch unabhängig von den bekannten, kommerziellen Anbieter:innen bewirtschaften, benötigt dafür jedoch eine eigene Kundschaft, die ihn bewusst unterstützt. Im Gegenzug bietet er auch individualisierte Dienste an. Dazu können die Sperrmüllabholung, Retouren und die spontane Lieferung von Einkäufen gehören – zeitlich planbar per App.



Effekt

In erster Linie sind die Nutzer:innen über den Quartiersboten versorgt und unmittelbar und zeitlich hochfrequent mit Gütern ausgestattet. Gleichzeitig sinkt die Verkehrslast im Quartier und es wird ein gesundes Stadtklima gefördert. Über den persönlichen Kontakt zum Boten finden Informationsaustausch und Vernetzung statt.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Durch das Angebot findet die Umstellung eines Wirtschaftszweiges auf kleinmaßstäbliche Elektromobilität mit möglicher Dezentralisierung und Diversifizierung bei den Anbieter:innen statt. Zudem kann die Erweiterung der Dienste um On-Demand-Angebote und Sonderlieferungen erfolgen.

Zielgruppen

- Quartiersbewohner:innen, die sich bewusst für eine emissionsfreie und persönliche Lieferung abseits der Marktführer einsetzen und damit die Mobilitätswende aber auch eine Diversität von Anbieter:innen aktiv unterstützen.

Angebotsdimensionen

- Raum: Mini-Depot
- Funktion: Elektrolastentrad
- Dienstleistung: Kombinierte Lieferdienste, Abholung / Besorgungen
- Information: Über das Angebot per Website, Social Media
- Plattform: Organisation über Buchung per App

Herausforderungen im Quartier

- Verkehrslast im Quartier
- Parken in zweiter Reihe
- Schadstoffbelastung

Erforderliche Ressourcen

- Privatwirtschaftliche Innovation
- Dezentrale kleine Logistikzentren für kooperierende KEP-Dienstleister
- KEP-Dienste (Kurier-, Express, Paketdienste)

Träger:innen/Organisation

- Privatwirtschaftliche Unternehmen und Entrepreneur:innen
- Genossenschaften

Beispiele: Paketlieferung vom Fahrradboten, Hannover (Pilot), Bsp. TU Braunschweig, Kiezbote, Berlin (Pilotprojekt), Das Kiezkaufhaus, Bad Honnef

Packstation

Dezentrale Packstation durch die Kunden selbst gut erreichbar – Verminderung des MIV im Quartier

Bekannte Paketlieferdienste haben den Stadtraum bereits an strategischer Stelle, z.B. in der Nähe von Supermärkten, Wohnblocks mit hoher Bewohnerdichte oder an Verkehrsknotenpunkten wie S-Bahnhaltestellen, mit ihren Packstationen besetzt. Auf diese Weise sind sie mit unseren Alltagsroutinen verknüpft. Als wichtige Konzeptbausteine für die letzte Meile sparen sie Personal und Fahrwege in die entlegenen und schlecht erreichbaren Winkel städtischer Quartiere, reduzieren die Verkehrslast und den Parkdruck. Dabei ersetzen sie, verbunden mit Informations- und Transaktionsdiensten, den Kundenkontakt einer Filiale, eines Schalters vollständig. Sie ermöglichen die einfache Lieferung aber auch den Versand bzw. die Retoure von Waren.



Effekt

Die Packstationen stellen eine unverbindliche und verlässliche Versorgung mit Gütern im direkten Nahumfeld sicher, die sich jederzeit nachvollziehen lässt.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Ein Netz von Packstationen verschiedener Anbieter:innen, eingebunden in eine umfassende Struktur digitaler Transaktionsanwendungen in Kooperation mit Versandhändler:innen macht Waren niederschwellig und zeitunabhängig erreichbar.

Zielgruppen

- Junge, kaufkräftige und technikaffine Stadtbewohner:innen, die effizient und unverbindlich ihre bestellten Waren im direkten Wohnumfeld abholen möchten und das auch können.
- Quartiersbewohner:innen, die ihre Waren zu jeder Tages- und Nachtzeit abholen möchten und auch können.

Angebotsdimensionen

- Raum: Erreichbarkeit durch netzartige Verteilung, Nähe zu weiteren zentralen Angeboten, Ankerstationen
- Funktion: Aufbewahrungsmöbel mit digitalem Check-in
- Dienstleistung: Befüllung, Abholung, Digitalservice
- Information: Zu Abholung, Portozahlung und Tracking, per App
- Plattform: Transaktionsplattformen zusammen mit Onlinehandel

Herausforderungen im Quartier

- Strukturelle Defizite in der Nahversorgung
- Hohes Aufkommen an Lieferverkehr

Erforderliche Ressourcen

- Technische Innovation, Marktmechanismen
- Kooperation mit Ämtern und Fachstellen zur Genehmigung der Standorte

Träger:innen/Organisation

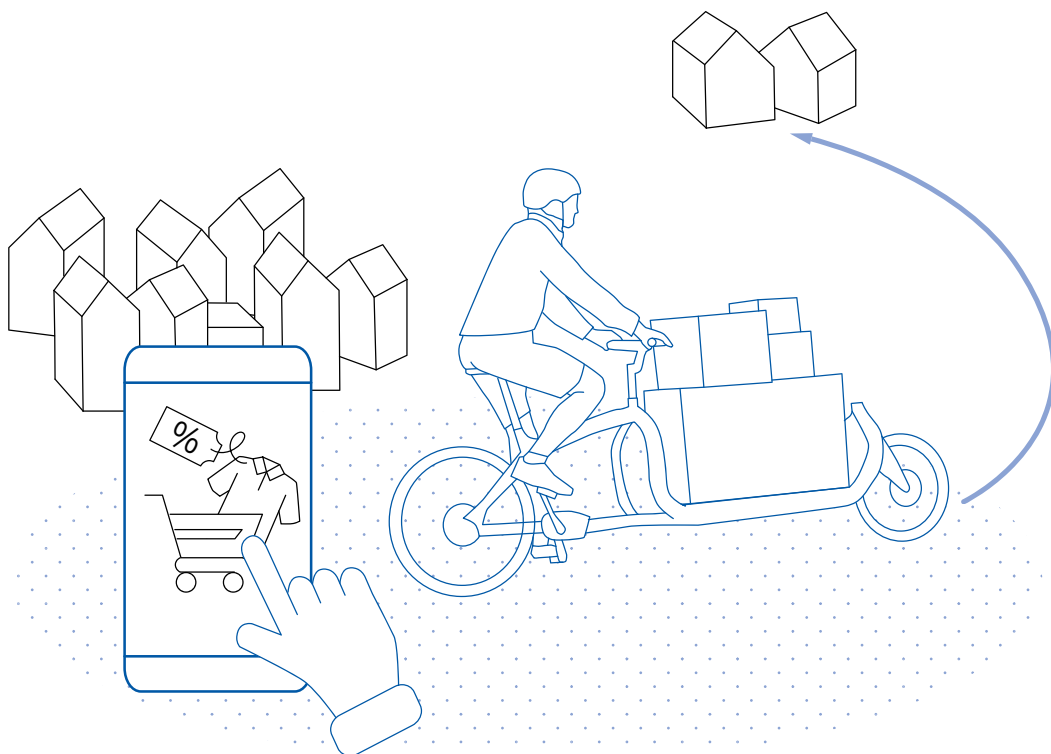
- Privatwirtschaftliche Unternehmen

Beispiele: Packstationen bekannter Lieferdienste

Mit dem Lastenrad aus der Innenstadt

Lokalen Handel durch persönliche Lieferung erhalten und stärken

Um den lokalen Einzelhandel zu unterstützen und damit die Lebendigkeit vor Ort und die Attraktivität des Quartiers auch für Gäste zu erhalten sind die lokalen Einzelhändler:innen mit einem Webshop auf einer städtischen Onlineplattform vertreten. Hier können die Bewohner:innen des Quartiers online oder telefonisch ihre Bestellung tätigen. Lastenradkurier:innen liefern die Waren nach Hause, überbringen Empfehlungen und nehmen Sonderwünsche entgegen. Die Betreiber:innen des Konzeptes koordinieren Bestellungen, Lieferungen und unterstützen den Einzelhandel beim Aufbau eines eigenen Onlineshops. Die Kund:innen behalten so eine persönliche Bindung zu den lokalen Angeboten, auch wenn sie beruflich eingespannt oder älter und in ihrer Mobilität eingeschränkt sind. Händler:innen können weiterhin auf individuelle Wünsche eingehen und beraten.



Effekt

Eine Plattform informiert über Versorgungsangebote im Nahumfeld und macht durch eine:n Lastenradkurier:in eine umweltfreundliche Lieferung nach Hause möglich, die persönlichen Kontakt einschließt und die Kunden dauerhaft bindet.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Die persönliche Lieferung ist Bestandteil eines integralen Konzeptes für einen lokal verankerten Onlinehandel.

Zielgruppen

- Berufstätige und Familien mit wenig Zeitreserven
- Ältere Menschen und solche mit eingeschränkter Mobilität
- Menschen, die bewusst den lokalen Einzelhandel unterstützen möchten
- Bewohner:innen und Anbieter:innen mit Wunsch nach persönlichem Kundenkontakt.

Angebotsdimensionen

- Raum:
- Funktion: Lieferung per Lastenrad
- Dienstleistung: Betreuung bei Aufbau Onlineshop, Vermittlung zwischen Anbieter- und Nutzer:innen
- Information: Über Läden und Waren, telefonisch und durch den Kurier vor Ort
- Plattform: Verkaufsplattform für lokalen Einzelhandel

Herausforderungen im Quartier

- Soziodemografischer Wandel, Digitalisierung, Überalterung
- Kommunikation von Angeboten
- Individualisierung und Vereinzeling
- Strukturelle Defizite
- Verödesendes Innenstadtquartier

Erforderliche Ressourcen

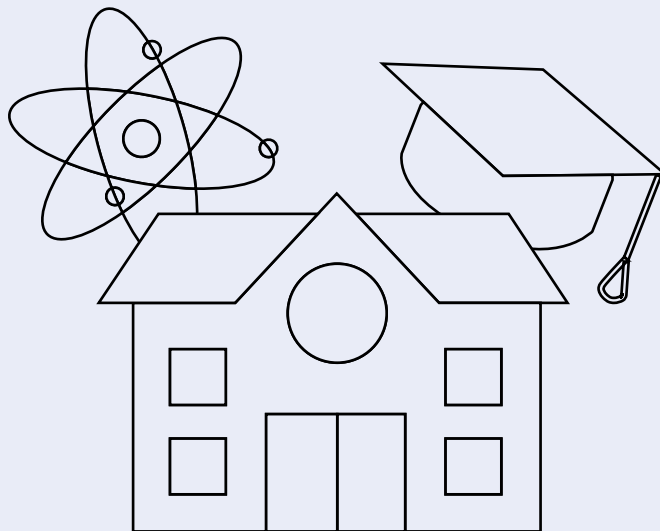
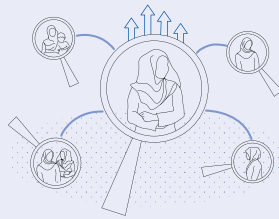
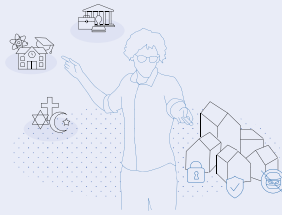
- Akteursnetzwerk
- Initiative
- Know-how
- Bereitschaft zum Wandel

Träger:innen/Organisation

- Ämter und Fachstellen
- Dienstleister
- Vereine

Beispiele: Das Kiezkaufhaus, Bad Honnef

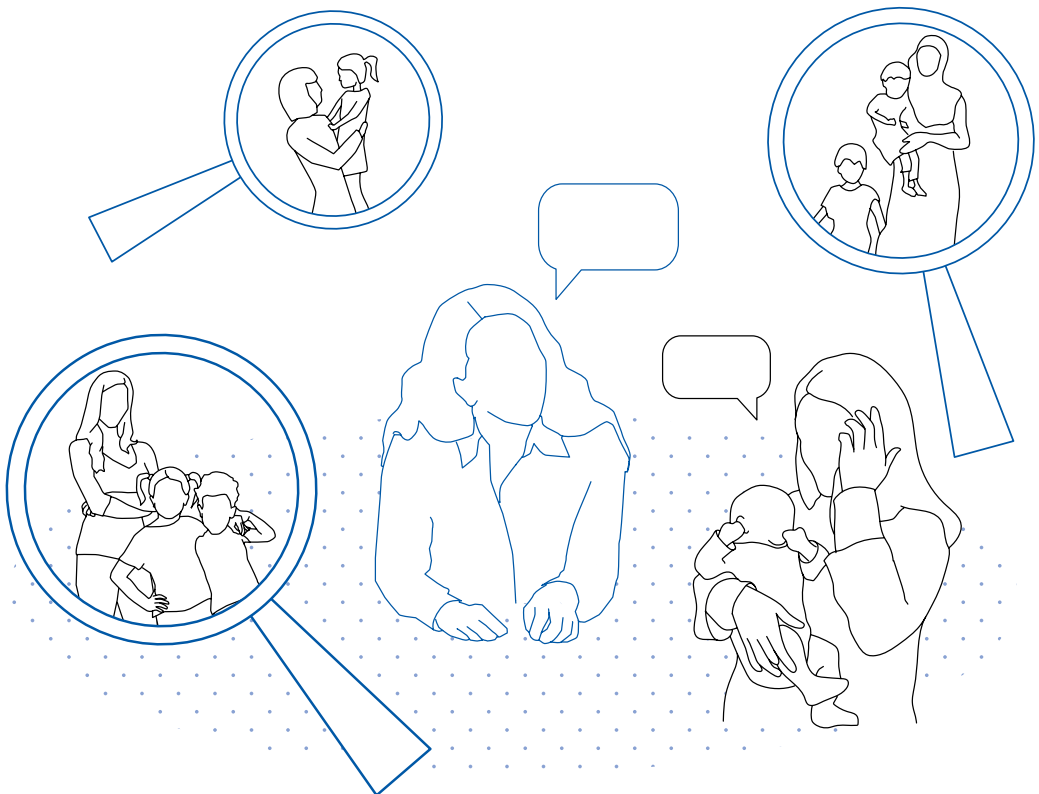
096	Raum und Lage
110	Mittel zur Befähigung
118	Lieferung
128	Personen und Institutionen
136	Bündel und integrale Konzepte
146	Relokalisierung
160	Medien
172	Anwendungen
188	Begegnung und Aktivitäten
204	Sharing
224	Brücken bauen
242	Mitmachen und aushandeln



Gezielte Beratungsangebote

Angebote adressieren spezifische Zielgruppen und nutzen gezielt Kommunikationskanäle

Gezielte Beratungsangebote adressieren gesellschaftliche Phänomene, die bestimmte Gruppen in besonderer Weise betreffen. Es geht z.B. um das Erkennen und Beraten im Falle häuslicher Gewalt, Jugendliche sind vermehrt Opfer von Mobbing-Attacken im Netz, die mittleren Altersgruppen haben mit Überlastung bei der Pflege von Angehörigen zu kämpfen. Hier setzen Beratungsangebote an, welche die Zielgruppe über ihre spezifischen Kommunikationswege erreicht. Jugendlichen stehen z.B. für ein niederschwelliges und anonymes Angebot digitaler Plattformen offen. Kümmer:innen benötigen ihrerseits persönliche Ansprache. Häusliche Gewalt braucht ein engmaschiges Netzwerk im Umfeld, das unterstützend eingreifen kann. Letztere Angebote sind vermehrt präventiv angelegt und versuchen durch Akteurskooperation die Ansprache und Befähigung von Vielen, die ihrerseits zu Erkennen-, Unterstützer- und Helfer:innen werden können.



Effekt

Gezielte Beratung versorgt bedürftige Gruppen mit wichtigen Informationen und unterstützt sie in Lebenskrisen. Hat das Angebot den Schwerpunkt einer breiten Aktivierung der Nachbarschaft für eine Problematik, sorgen Veranstaltungs- und Kontaktangebote auch für die weitere Vernetzung innerhalb des Viertels.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Der Fokus liegt auf einer zielgruppenspezifischen Ansprache durch etablierte Unterstützungseinrichtungen. Zum anderen geht es darum, Viele bzw. die Nachbarschaft für bestimmte Themen zu sensibilisieren und somit ein breites Netz für Hilfe und Unterstützung zu organisieren.

Zielgruppen

- Gruppen, die durch drängende gesellschaftliche Herausforderungen besonders betroffen sind
- Zielgruppen, die für offene Beratungsangebote schwer erreichbar sind

Angebotsdimensionen

- Raum:
- Funktion:
- Dienstleistung: Beratung, Hausbesuche, breite, aber persönliche Informationsvermittlung
- Information: zielgruppenspezifisch adressiert
- Plattform: Übersicht über verschiedene Beratungsangebote

Herausforderungen im Quartier

- Kein Wissen über Angebote
- Themen / Herausforderungen durch soziodemografischen Wandel
- Individualisierung und Vereinzelung

Erforderliche Ressourcen

- Sozialkapital
- Know-how über Kommunikation, Medien

Träger:innen/Organisation

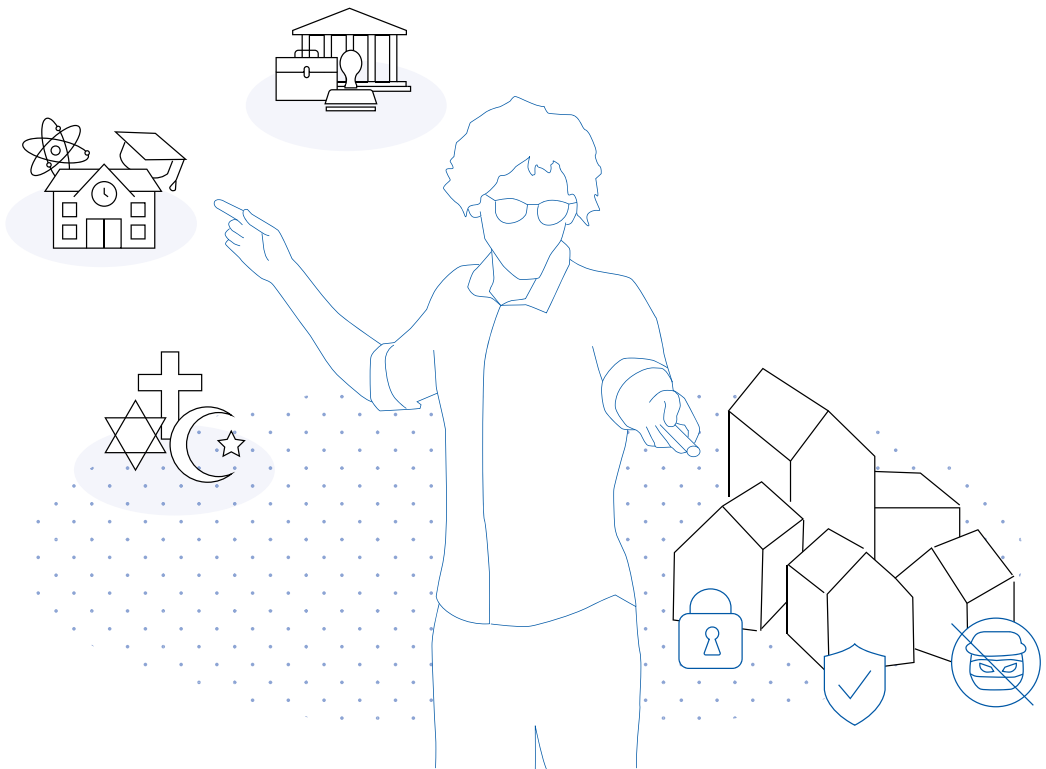
- Ämter und Fachstellen
- Vereine
- Initiativen
- Karitative Organisationen

Beispiele: Nummer gegen Kummer, Mülheim an der Ruhr, Juuport, Hannover, StoP, Stadtteile ohne Partnergewalt, Hamburg

BünaBe – Spezial

Sicherheit für Bewohner:innen und Handel durch Zusammenarbeit, Tatkraft und Befugnis

Der:die bürgernahe Beamt:in mit Spezialbefugnis ist im Quartier präsent und steht in regelmäßigem Austausch mit Akteur:innen vor Ort: Dem Quartiersmanagement, Wohlfahrtsverbänden, Handeltreibenden, Schulen und Bürger:innen. Sein:ihr Fokus liegt darauf, den Kontext krimineller Tätigkeit im Quartier zu verstehen und dem Gefühl von Unsicherheit durch gezielte und unbürokratische Interventionen entgegenzuwirken. Dazu hat er:sie ein Direktmandat der Stadt. Er:sie kann beispielsweise umgehend die Straßenreinigung einsetzen, um Zeichen von Vandalismus zu beseitigen oder die Straßenbeleuchtung reparieren lassen. Zusammen mit den Akteur:innen vor Ort organisiert er:sie ein Klima der sozialen Kontrolle als Gemeinschaftsprojekt der Menschen im Viertel. Als multiprofessionelle Vermittler:innen vor Ort haben Bünabes das Ohr am Quartier und Werkzeuge für mehr Sicherheit in der Hand.



Effekt

Im Schwerpunkt stärkt der:die BünaBe das Gefühl von Sicherheit im Quartier. Er:sie unterstützt Akteur:innen unbürokratisch bei konkreten Problemstellungen und hilft bei der Vernetzung von Akteur:innen vor Ort.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Personen mit einem besonderen Qualifikationsprofil sind mit umfassenden Befugnissen ausgestattet.

Zielgruppen

- Quartiersbewohner:innen, die sich unsicher in ihrem Nah- und Quartiersumfeld fühlen
- Lokal Handelstreibende, Betagte, junge Familien und Minderheiten, die von Gewalthandlungen bedroht sind

Angebotsdimensionen

- Raum:
- Funktion:
- Dienstleistung: Beratung, Koordination von Interventionen, Netzwerkbildung
- Information: Über Angebote, langfristige Handlungsstrategien, vor Ort – persönlich vermittelt
- Plattform:

Herausforderungen im Quartier

- Unsicherheitsgefühl und Kriminalität
- Wenig Engagement und Selbstorganisation
- Segregationstendenzen

Erforderliche Ressourcen

- Sozialkapital
- Akteursnetzwerk
- Know-how (multisensibel, multiprofessionell)

Träger:innen/Organisation

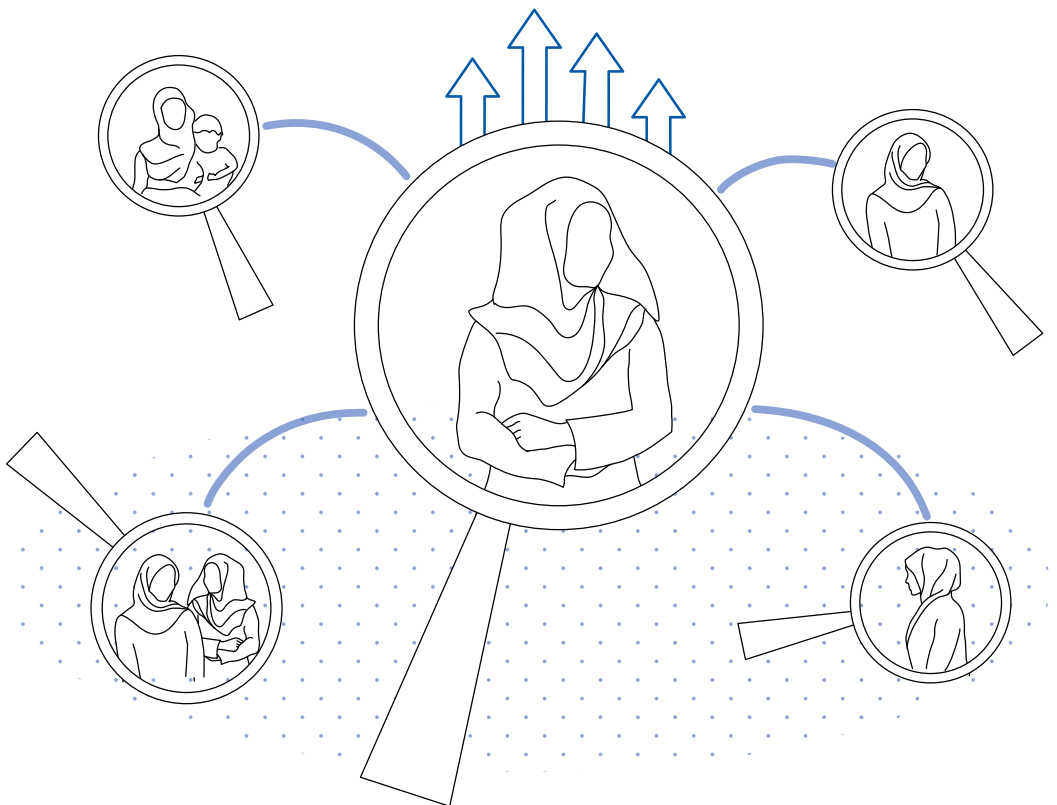
- Ämter und Fachstellen

Beispiele: Stadsmariniers, Rotterdam (Niederlande)

Zielgruppenbezogene Hilfe und Netzwerkbildung

Wissen von der Zielgruppe für die Zielgruppe im Schneeballsystem weitergeben und Netzwerkbildung unterstützen

Hilfe aus den eigenen Reihen und auf Augenhöhe. Das schafft Vertrauen und kostet nicht viel Mühe, wenn jede:r, die:der etwas empfängt auch etwas weitergibt. Das Angebot beginnt mit einem gezielten Coaching. Eine Vergütung und Aussicht auf weitere Qualifikation sowie die eigene Vernetzung verstärken den Anreiz, die eigene Erfahrung mit anderen zu teilen. Anbieter:innen besuchen Neuankömmlinge in ihrem heimischen Umfeld (lokal oder digital) und können so viele Menschen erreichen, die bedingt durch eine große Familie oder Immobilität im Alter oder aber gewünschte Anonymität nicht im Stande sind, die üblichen Anlaufstellen aufzusuchen. Mit einem Besuch werden Informationen und Sachkenntnis zu behördlichen Verfahren, Erziehungsfragen, Kindergesundheit, aber auch im Falle von Nestflüchter:innen zu Beratungsangeboten und Hilfsprogrammen vermittelt. Darüber hinaus können neue Helfer:innen angeworben werden.



Effekt

Neben einer Unterstützung bei den spezifischen Herausforderungen können auch die Helfer:innen sich weiter qualifizieren und weiter in der Community vernetzen, um sich für die eigenen Belange weiterhin stark machen zu können.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Das Angebot setzt auf die selbstständige Informations- und Kompetenzverbreitung nach einem gezielt gesetzten Anfangsimpuls. Die Informationen werden durch eine Peergroup an weitere Personen der Zielgruppe vermittelt.

Zielgruppen

- Benachteiligte Bevölkerungsgruppen aus der gleichen Community
- Menschen mit ähnlichen Bedürfnissen wie z.B. Mütter, Nestflüchter:innen mit Informationen über Anlaufstellen und Hilfsprogramme oder Jugendliche mit dem Problem Cybermobbing
- Betroffene von Depressionen

Angebotsdimensionen

- Raum:
- Funktion:
- Dienstleistung: Coaching und Aktivierung, Beratung weitergeben
- Information: Zur Unterstützung und Integration benachteiligter Bevölkerungsgruppen von Mund zu Mund
- Plattform: Beratungsplattformen zu zielgruppenspezifischen Themen (Peer-to-Peer)

Herausforderungen im Quartier

- Segregation
- Image
- Wenig Engagement und Selbstorganisation
- Fehlende Akteursvernetzung
- Kommunikation von Angeboten

Erforderliche Ressourcen

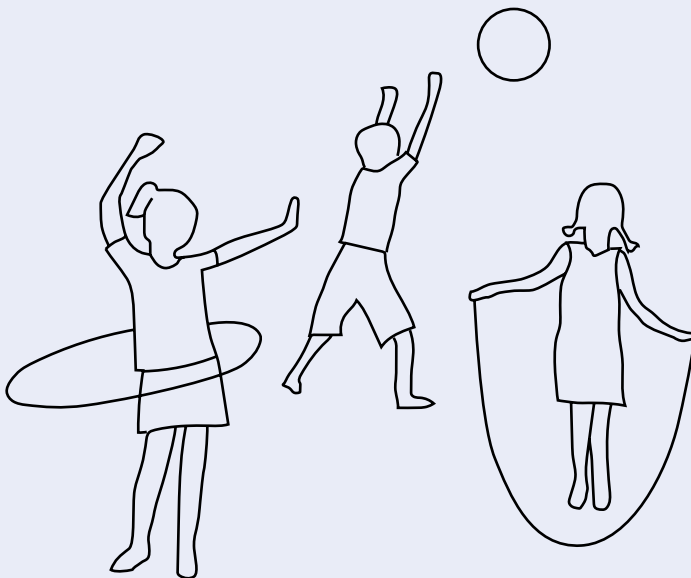
- Sozialkapital
- Akteursvernetzung
- Initiative

Träger:innen/Organisation

- Karitative Organisationen
- Verbände und Stiftungen
- Ämter und Fachstellen

Beispiele: Stadtteilmütter, Berlin Neukölln, Türöffner, Aachen

096	Raum und Lage
110	Mittel zur Befähigung
118	Lieferung
128	Personen und Institutionen
136	Bündel und integrale Konzepte
146	Relokalisierung
160	Medien
172	Anwendungen
188	Begegnung und Aktivitäten
204	Sharing
224	Brücken bauen
242	Mitmachen und aushandeln



Peer-to-Peer-Pflege

Bedarfsverwandte Zielgruppen unterstützen einander im gemeinsamen Wohnprojekt

Das Angebot schließt Betreuungslücken und funktioniert z.B. über ein Zeitkonto. Was passiert, wenn ich mir ein Bein breche und plötzlich den Garten oder das Haustier nicht mehr versorgen kann? Wer hilft im Haushalt? Wer passt kurze Zeit auf mein Kind auf? Im Verein oder genossenschaftlich organisierten Wohnprojekt können Menschen diese Aufgabe zunächst ehrenamtlich erfüllen. Die geleistete Zeit wird auf einem Konto gutgeschrieben und kann zu einem anderen Zeitpunkt selbst in Anspruch genommen werden. Dabei sind Menschen mit ähnlicher Bedürfnislage schneller dazu geneigt einzuspringen und können einander mit Verständnis ansprechen. Zentral ist eine Koordinationsdienstleistung, welche die richtigen Partner:innen aneinander vermittelt und durch die Kooperation mit anderen Anbieter:innen aus Pflege und Betreuung wenn nötig auch an professionelle Hilfe vermitteln kann.



Effekt

Im besten Fall können durch das Angebot alle Bedürfnisse im Quartier bedient werden, denn auch kurze Fahrdienste, z.B. zum Krankenhaus, sind so zu organisieren. Es bringt die Nachbarschaft dichter zusammen und sorgt für mehr persönliche Kontakte. Schnell wird man selbst zum:r Anbieter:in. Das eigene Tun erhält einen unmittelbaren Mehrwert.

- Informiert sein, sich sicher fühlen
- Versorgt und ausgestattet sein
- Mobil und angebunden sein
- Unterstützt sein und gepflegt werden**
- Vernetzt und eingebunden sein
- Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Über ein Zeitkonto wird Nachbarschaftshilfe im gemeinsamen Wohnprojekt zum integralen Konzept. Peer-to-Peer-Unterstützung ist ein zusätzlicher Anreiz für den Einsatz ehrenamtlichen Engagements.

Zielgruppen

- Menschen aller Altersgruppen mit einem Schwerpunkt auf Senior:innen und Familien
- Menschen mit Suche nach verlässlicher Bindung im Nachbarschaftskontext

Angebotsdimensionen

- Raum:
- Funktion:
- Dienstleistung: Vermittlung zwischen Anbieter- und Nutzer:innen
- Information: Zu Aufgaben und Partner:innen durch persönliche Beratung
- Plattform: Informations- und Vernetzungsplattform

Herausforderungen im Quartier

- Soziodemografischer Wandel
- Wenig Begegnung und Austausch
- Individualisierung und Vereinzelung

Erforderliche Ressourcen

- Sozialkapital
- Akteursnetzwerk
- Initiative
- Social Entrepreneurship

Träger:innen/Organisation

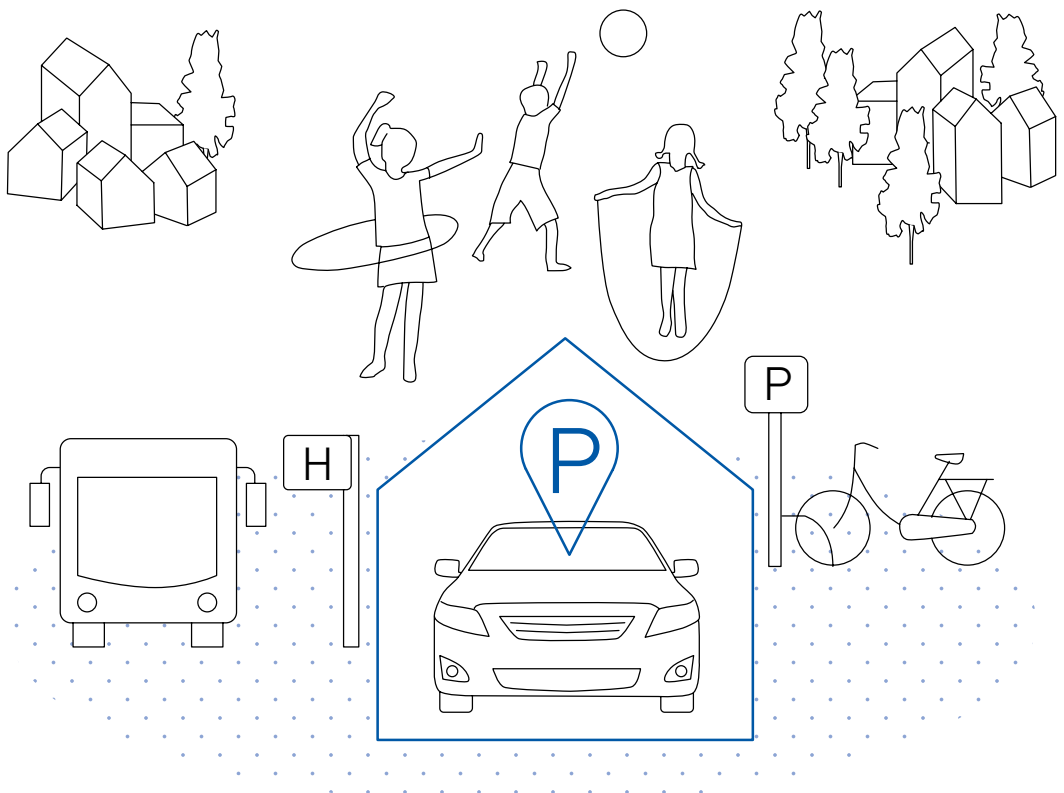
- Vereine
- Genossenschaft
- Ämter und Fachstellen (als Kooperationspartner:innen)
- Pflegedienstanbieter:innen (als Kooperationspartner:innen)

Beispiele: KISS (*Keep it small and simple*), Zug (Schweiz)

Mobilitätskonzept mit Parkraumreduktion

Räumliche Bündelung von Multi-Use-Konzepten und Parkraum für ein autofreies Quartier

Die Reduktion von Parkraum und damit auch von MIV eröffnet im Quartier neue Möglichkeiten für die Nutzung des öffentlichen Raums: mehr Grün, mehr Kinder, mehr Nachbarschaft. Dabei muss die Bündelung von Parkraum in sogenannten Quartiersgaragen integral und zusammen mit dem Stellplatzschlüssel der Kommune und hochwertigen alternativen Mobilitätsoptionen konzipiert werden. Eine kostenintensive Garage kann in ihren Flächen dabei durch Mehrfachauslastung wie z.B. Dachnutzung und Mehrfachnutzung an Rentabilität steigen. Die Garage dient in der Regel als zentrale Anlaufstelle für Mobilität und bietet Auskunft, Beratung und Service aller Art. Für das Gelingen einer Umstrukturierung ist auch die Qualität des öffentlichen Raumes wichtig: die Attraktivität von Wegen und eine Verbindung zu den öffentlichen Verkehrsmitteln.



Effekt

Ziele sind eine umweltverträgliche und komfortable Anbindung an die Angebote der Gesamtstadt sowie eine umfassende Information über alle Angebote wie z.B. Mobilitätsprofile für unterschiedliche Nutzergruppen und Bedürfnisse. Aushandlungsprozesse im Zuge der Umstrukturierung der Mobilität stärken Bewohner:innen in ihrer Selbstwahrnehmung als Entscheidungsträger:innen und ihrer Verantwortung.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebonden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Dem Angebot liegen eine integrale Planung und Vorbereitung unter Berücksichtigung einer umfassenden Beteiligung der Bewohnerschaft sowie ressortübergreifender Planung zu Grunde.

Zielgruppen

- Pioniere der Verkehrswende und für ein besseres Stadtklima und gesunden Lebensraum in der Stadt
- Menschen, die MIV nicht nutzen können oder wollen und ihren Bedürfnisse auf kurzen Wegen im Nahumfeld nachgehen müssen / möchten

Angebotsdimensionen

- Raum: Parkhaus, Parkgarage
- Funktion: Parken, Service
- Dienstleistung: Beteiligung, Koordination von Teilangeboten, Beratung
- Information: Über längerfristige Beteiligung und Aktivierungsverfahren
- Plattform: Austausch mit verschiedenen Städten

Herausforderungen im Quartier

- Insellage
- Soziodemografischer Wandel, Mobilitätswende
- Modernisierungsbedarf
- Stadtklima, Gesundheit
- Verkehrslast

Erforderliche Ressourcen

- Sozialkapital
- Akteursnetzwerk
- Engagierte Bestandshalter:innen
- Technische Innovationen

Träger:innen/Organisation

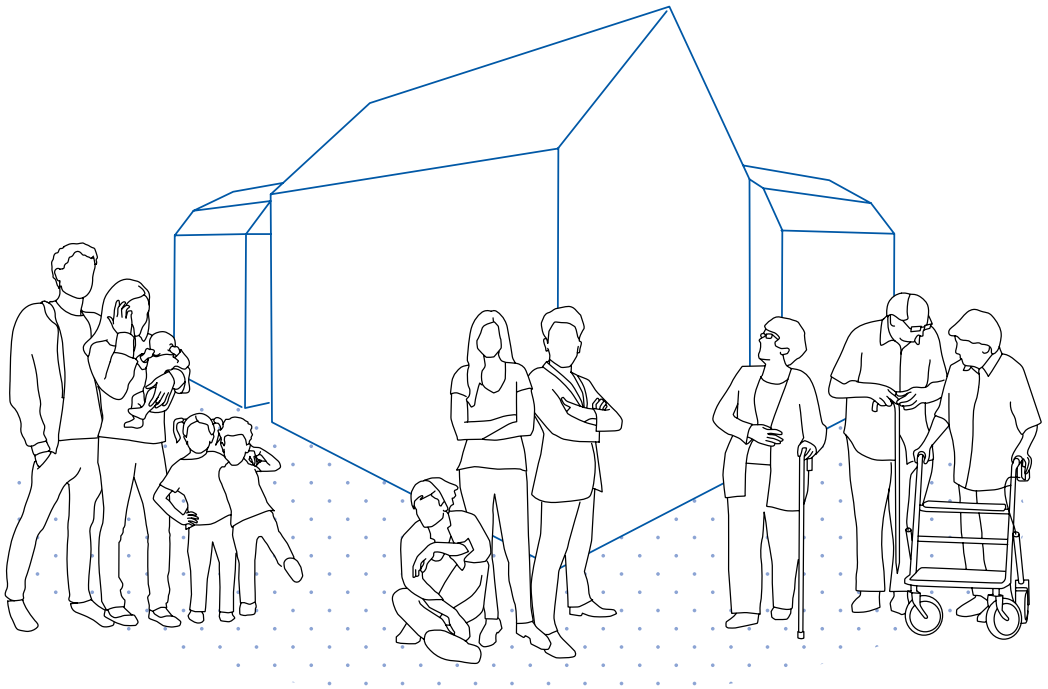
- Eigenbetrieb durch Stellplatzeigentümergeinschaft
- Alternativ in Kooperation mit der Immobilienverwaltung
- Vermietung und Betrieb durch Immobilienverwaltung
- Vermietung und Betrieb durch Mobilitätszentrale

Beispiele: Kiezblocks, Berlin, Superblocks, Leipzig, Lincoln Siedlung, Darmstadt, Stellwerk60, Köln

Generationenwohnen

Zusammenleben im Querschnitt der Generationen unter einem Dach

Menschen verschiedener Generationen: Singles, Paare und Familien wohnen zusammen, entweder in einer Wohngemeinschaft, Hausgemeinschaft oder nachbarschaftlichen Gemeinschaft. Der Vorteil des Mehrgenerationenwohnens ist, dass die häusliche Pflege eines Menschen auf diese Weise wesentlich umfassender gesichert werden kann. Außerdem verbringen die Familien mehr Zeit miteinander und können sich gegenseitig unterstützen. Das schließt aber auch ein erhöhtes Konfliktpotenzial mit ein, das über stetige Aushandlung, manchmal aber auch durch professionelle Unterstützung begleitet werden muss. Um den regelmäßigen Austausch und gegenseitige Unterstützung zu fördern ist das Herzstück des Hauses ein Gemeinschaftsraum. Er ermöglicht regelmäßige Treffen und Abstimmung, kleine Feste und Veranstaltungen sowie die Realisierung kleiner Geschäftsideen.



Effekt

In einer überschaubaren, aber starken Gemeinschaft können alle Effekte bei jedem Mitglied erreicht werden. Die Gemeinschaft ist eine soziale Versicherung im Kleinen. Das Konzept lebt mit und von einer starken Aushandlungskultur und persönlichen Bindungen.

- Informiert sein, sich sicher fühlen
- Versorgt und ausgestattet sein
- Mobil und angebunden sein
- Unterstützt sein und gepflegt werden
- Vernetzt und eingebunden sein**
- Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Das Angebot wirkt als integrales Konzept sehr gut, wenn sich die Bewohner:innen mit großer Offenheit und Mut zur Verbindlichkeit auf das Konzept einlassen.

Zielgruppen

- Pioniere für mehr sozialen Zusammenhalt
- Kontaktsuchende und Menschen mit Unterstützungsbedarf bei gleichzeitig noch hohem Grad an Selbstständigkeit

Angebotsdimensionen

- Raum: Ensemble von Wohnungen mit Gemeinschaftsraum
- Funktion: Küche, Begegnung und Austausch
- Dienstleistung: Expert:innen, die beraten
- Information: Websites über Förderung, Pflegeanbieter:innen
- Plattform:

Herausforderungen im Quartier

- Defizite bei Microangeboten in der Pflege und Unterstützung im Alltag
- Soziodemografischer Wandel
- Individualisierung und Vereinzelung
- Grundlagen für ein neustartendes Quartier

Erforderliche Ressourcen

- Leerstand
- Sozialkapital
- Engagierte Bestandshalter:innen
- Hohes Maß an Eigeninitiative bei Bau und Gestaltung der Gemeinschaft

Träger:innen/Organisation

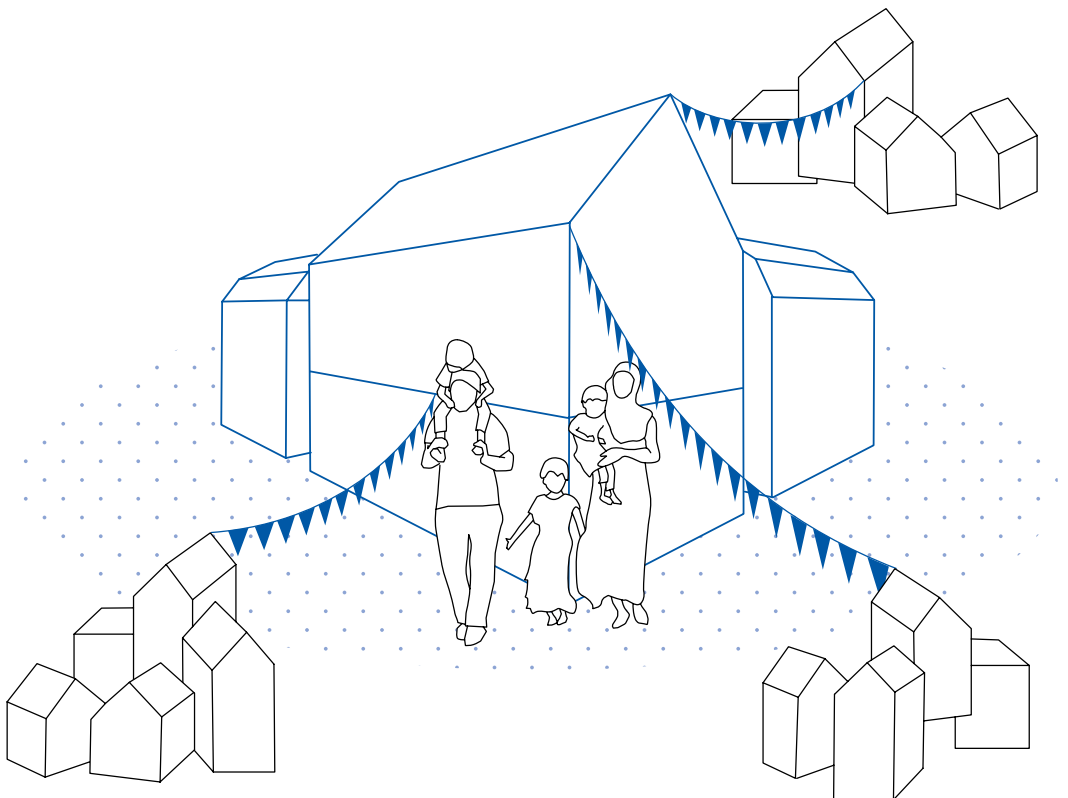
- Mietergenossenschaft
- Genossenschaft
- Initiativen
- Bestandshalter:innen in Kooperation mit Pflegeträger:innen

Beispiele: Musterhaus Generationenwohnen Sredzkistraße 44, Berlin

Gasthaus zum Kennenlernen

Kulturveranstaltungen und -angebote als Bindeglied zwischen Wohnangeboten für Geflüchtete und der Nachbarschaft

Mit dem Ziel, Menschen mit Fluchthintergrund in der Mitte unserer Gesellschaft zu integrieren sind Projekte entstanden, die dazu Immobilien im Herzen urbaner Räume nutzen: z.B. alte Hotels oder Krankenhäuser. Die baulichen Typologien unterstützen eine neue soziale Programmierung. Die Bewohnerschaft ist meist in sich heterogen, besteht gleichermaßen aus Einheimischen sowie Geflüchteten verschiedener Herkunftsorte. Die Verteilung von Aufgaben bzw. Angeboten handeln die Bewohner:innen miteinander aus. Gemeinschafts- und Veranstaltungsräume wie Dachgarten und Café werden gemeinsam bespielt, teils wirtschaftlich von der Hausgemeinschaft betrieben. Sie sind das Bindeglied zur Nachbarschaft, zur Stadt, die als Gast eingeladen wird, um die Neuankömmlinge und deren Kultur bei zahlreichen Veranstaltungen, Workshops und Gesprächen besser kennenzulernen.



Effekt

Die Gesellschaft im Kleinen ist grundsätzlich in der Lage, fast alle grundlegenden Bedürfnisse aus sich heraus zu bedienen. Herausragend ist die wechselseitige Befähigung von Bewohner:innen untereinander und den Nutzer:innen von außen im Hinblick auf Kulturverständnis und Solidarität.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Neu ist die ausgewogene Kombination verschiedener Teilangebote miteinander. Dabei begünstigt die räumliche Konstellation die soziale Programmierung bis hin zur Öffnung in die Nachbarschaft.

Zielgruppen

- Geflüchtete Menschen verschiedenster Herkunftsorte
- Meist junge und experimentierfreudige Städter:innen
- Stadtbewohner:innen ohne verlässliches Einkommen

Angebotsdimensionen

- Raum: Typologie Hotel, Krankenhaus, Gemeinschaftsräume mit Schnittstelle Erdgeschoss
- Funktion: Veranstaltungsraum mit Ausstattung, Küche, Café
- Dienstleistung: Prozessmoderation, Betreuung – Workshops, Veranstaltungen
- Information: Über Konzeption und Veranstaltungen auf Website
- Plattform: Das Haus als Plattform für Akteurskooperation und Wissenstransfer

Herausforderungen im Quartier

- Segregation
- Soziodemografischer Wandel – Migration
- Wenig Begegnung und Austausch
- Fehlendes Gemeinschaftsgefühl und fehlende Solidarität

Erforderliche Ressourcen

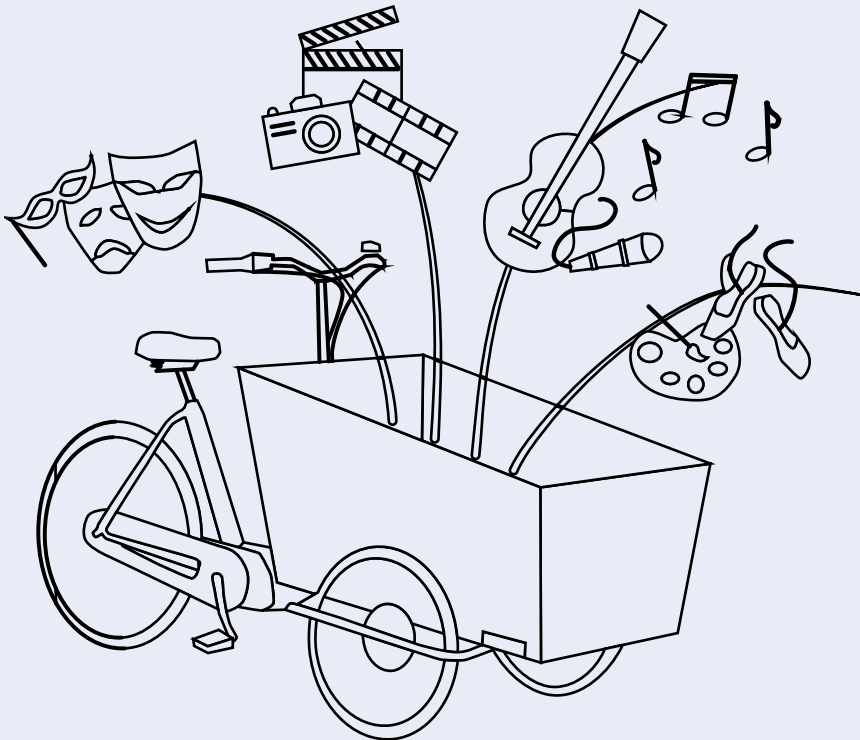
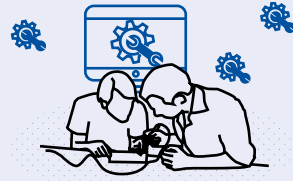
- Leerstand
- Sozialkapital
- Akteursnetzwerk
- Engagierte Bestandshalter:innen
- Initiative und Know-how

Träger:innen/Organisation

- Verein
- Karitative Organisationen
- Immobilien- / Wohnungswirtschaft
- Ämter- und Fachstellen
- Städtische Gesellschaften

Beispiele: Sharehouse Refugio, Berlin, Grandhotel Cosmopolis, Augsburg, Gast.Haus, Hildesheim

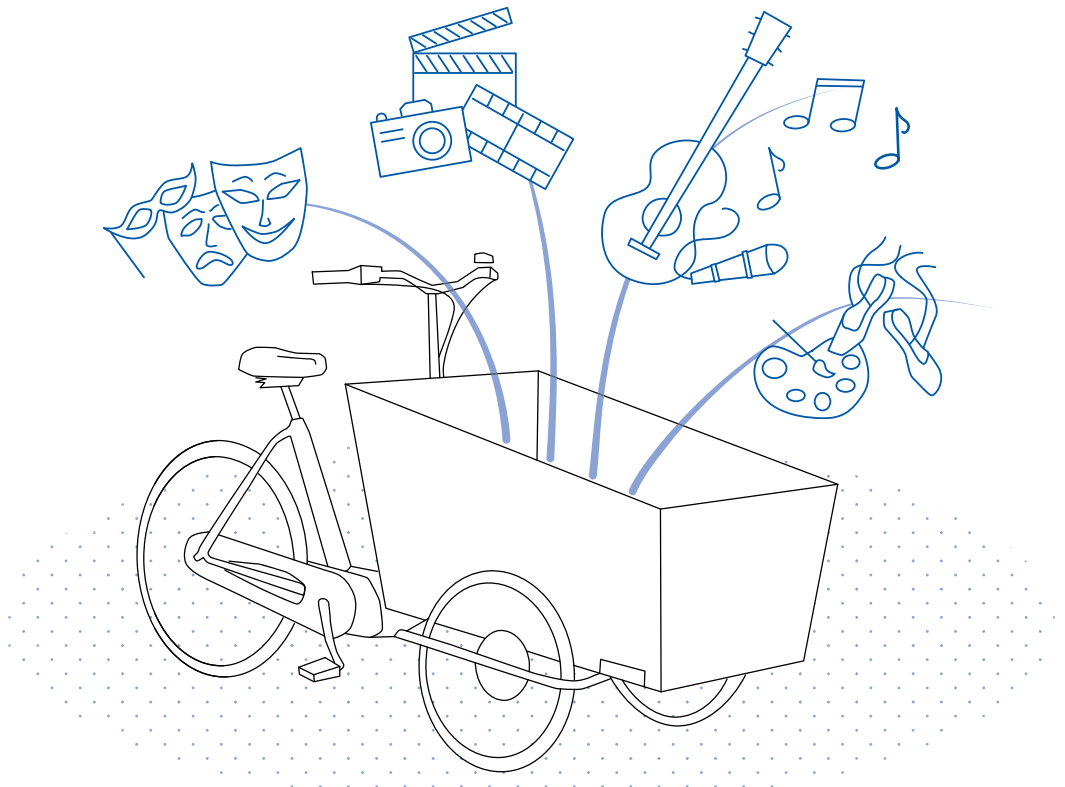
096	Raum und Lage
110	Mittel zur Befähigung
118	Lieferung
128	Personen und Institutionen
136	Bündel und integrale Konzepte
146	Relokalisierung
160	Medien
172	Anwendungen
188	Begegnung und Aktivitäten
204	Sharing
224	Brücken bauen
242	Mitmachen und aushandeln



Kultur auf Rädern

Mobile Infrastruktur ermöglicht Kultur instant und erreicht „den kleinsten Winkel“

Das Lastenrad erschließt emissionsfrei neue Bühnen im Quartier. Mit Hilfe der kleinen Transporteinheit ist es möglich, die Ausstattung für Kulturangebote an hierfür bislang unerschlossene Orte im Quartier zu bringen. Eine Musikanlage, ein Generator, Musikinstrumente oder Requisiten. Die Straße, der öffentliche Raum wird zur Kulisse für kleine Pop-up-Events. Das Fahrrad ist dabei nicht nur Transportmittel für Gerät, sondern transportiert selbst das Image des schnellen, unabhängigen, flüchtigen und exklusiven Erlebnisses. Kultur bekommt einen kleinen Rahmen und erreicht unmittelbar und unkompliziert seine Zuschauer:innen. Dabei erweitert es den Kreis der Kulturschaffenden von den bislang professionellen Veranstalter:innen auf Künstler:innen aller Art aus dem direkten Wohnumfeld.



Effekt

Kultur findet nicht mehr nur an zentraler Stelle, sondern mobil und flexibel statt. Da keine oder nur wenig Betriebskosten anfallen, kann die Nachbarschaft ihre eigenen Kulturangebote entwickeln und mit vielen kleinen Veranstaltungen Begegnung und Austausch im Quartier fördern.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Entlegene Orte im Quartier können unkompliziert für Kulturveranstaltungen genutzt werden und das auch von nichtprofessionellen Kulturschaffenden. Selbst Jugend- und Seniorengruppen können aktiv werden.

Zielgruppen

- Abhängig von der Art der Kulturangebote, verschiedene Altersgruppen und soziale Sphären
- Kinder und Jugendliche in sozial benachteiligten Gebieten bis hin zu jungen, berufstätigen Städter:innen in hochurbanen Gebieten

Angebotsdimensionen

- Raum:
- Funktion: Lastenradverleih, Ausstattung: Generatoren, Musikanlage etc.
- Dienstleistung: Kulturelle Darbietungen
- Information: Zu Verleih und Veranstaltung über Website, Social-Media-Kanäle
- Plattform:

Herausforderungen im Quartier

- Schlechtes Image, fehlende Aufenthaltsqualität
- Keine bis wenig Veranstaltungsorte
- Wenig Austausch und Begegnung im Quartier
- Wenig Freizeit- und Bildungsangebote

Erforderliche Ressourcen

- Sozialkapital, Engagement
- Akteurskooperation
- Know-how (Kreativwirtschaft, Unternehmen)

Träger:innen/Organisation

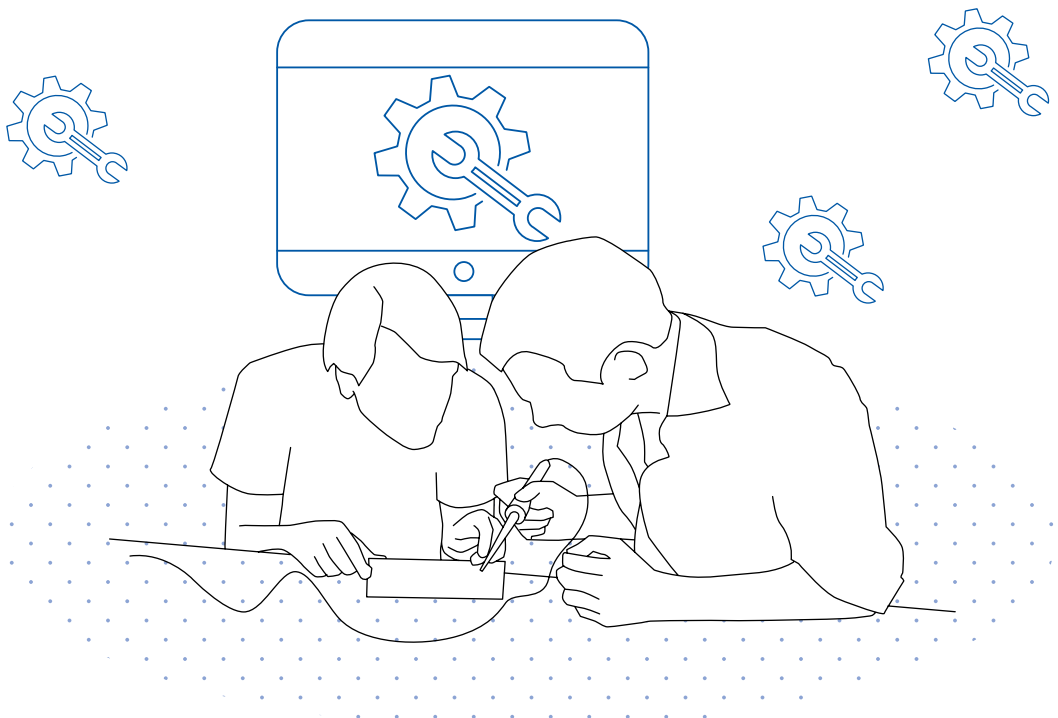
- Ämter und Fachstellen, Schulamt, Schulen
- Jugendorganisationen
- Initiativen und Vereine

Beispiele: Bike Vibes, Köln, Stage Bike, Bremen

Anleitung zum „Do it yourself-Café“

Netzwerk und digitale Handreichung macht
Bewohner:innen zu Anbieter:innen

Zentrales Angebot ist das Do it yourself-Café selbst. Einen wichtigen Rahmen bildet hier eine Plattform mit dem Ziel, die Kreislaufwirtschaft auch auf der Quartiersebene zu etablieren und über ein internationales Netzwerk dauerhaft abzusichern. Die Plattform bietet niederschwellig grundlegende Informationen und ein Starterpaket für zivilgesellschaftliche Initiativen, die ein Do it yourself-Café in ihrem Nahumfeld aufbauen und ehrenamtlich betreiben möchten. Über die digitale Plattform werden die so gefestigten Standorte auch für die interessierten Nutzer:innen sichtbar. Dabei sind die Cafés ein sozialer Ankerpunkt im Viertel, der Jung und Alt, Alteingesessene und Zugezogene miteinander in Austausch bringt. Allem voran stehen die Wertschätzung von Ressourcen und die handwerkliche Arbeit sowie der Erhalt und die Weitergabe von Wissen rund ums Handwerk.



Effekt

Ziel und Haupteffekt der Plattform ist es, Quartiersbewohner:innen für ihr Umfeld zu aktivieren, für die Idee der Nachhaltigkeit zu sensibilisieren und zu nachhaltigem Handeln zu befähigen. Das Do it yourself-Café sorgt für die Stärkung der lokalen sozialen Struktur und ist dabei mindestens so wichtig wie der Erhalt einer guten Ausstattung mit Gebrauchsgütern.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Die Plattform stärkt den soziodemografischen Wandel über die Etablierung einer wiedererkennbaren Marke. Sie schafft die Verbindung einer lokalen Initiative mit einem internationalen Netzwerk, die sich gleichermaßen gegenseitig stärken.

Zielgruppen

- Pioniere des Wandels hin zu nachhaltigem Konsum von Gütern
- Das Angebot aktiviert Menschen, ihre handwerklichen Fähigkeiten weiterzugeben und unterstützt diejenigen, für die Neuanschaffungen nicht selbstverständlich sind
- Unterschiedliche Generationen und Kulturen

Angebotsdimensionen

- Raum:
- Funktion: Grundausstattung mit Geräten
- Dienstleistung: Betreuung, Stärkung einer Bewegung über Etablierung einer Marke
- Information: Über Standorte, Gründung und Betrieb eines Standortes
- Plattform: Netzwerk von Initiativen zu einem gemeinsamen Thema

Herausforderungen im Quartier

- Strukturelle Defizite
- Segregation
- Image
- Wenig Begegnung und Austausch
- Individualisierung und Vereinzelung
- Soziale Benachteiligung
- Fehlendes Gemeinschaftsgefühl und fehlende Solidarität

Erforderliche Ressourcen

- Leerstand
- Sozialkapital
- Initiative
- Know-how
- Bereitschaft zum Wandel

Träger:innen/Organisation

- Vereine
- Stiftungen
- Gemeinnützige Träger:innen

Beispiele: Stiftung Repair Café, Amsterdam, Repaircafé Oldenburg, Repair Café Ev. Kirchengemeinde Aachen

Einfach-Werkstatt – Ateliers nutzen

Solidarisch geführte Quartierswerkstatt und geteilte Werkzeugausstattung für mehr kreative Zusammenarbeit

Eine offene Werkstatt ist nicht selten an einen Ankerpunkt im Quartier angeschlossen. Das kann eine Schule sein, die ihre Räume für ein Ganztagsangebot auch der Nachbarschaft zur Verfügung stellt, ein bestehendes Nachbarschaftszentrum oder z.B. eine Industriebrache, deren Räume und Möglichkeiten für das Gemeinwohl eingesetzt werden können. Meist formiert sich eine zivilgesellschaftliche Initiative und stellt diese Räume bereit, inklusive Ausstattung, Wissen und Anleitung sowie zeitlicher Organisation. Es kann sich dabei um Holz-, Fahrrad-, Ton-, Näh- und Reparaturwerkstätten handeln. Über den Austausch wird die Möglichkeit geschaffen, sich über eine individuelle Entwicklung hinaus auch für gemeinschaftliche Projekte einzusetzen und sich über soziale Sphären hinweg zu begegnen und zu verständigen.



Effekt

Neben dem Ziel, den Nutzer:innen eine persönliche Weiterentwicklung zu ermöglichen, sind die Begegnung und der Austausch mit der Nachbarschaft ein zentraler Effekt des Angebotes. Bewohner:innen werden in die Lage versetzt, sich selbst zu versorgen. Über die Vernetzung mit anderen Nutzer:innen entsteht ein wichtiger Informationsknotenpunkt fürs Quartier.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Nach Verdrängung des Handwerks aus innerstädtischen Quartieren kann der Bedarf nach kleinen Reparaturarbeiten und Handwerkerleistungen wieder lokal, und zwar in Eigenleistung, bereitgestellt werden. Die solidarische Organisation etabliert eine neue Kultur der gemeinsamen Nutzung entgegen dem üblichen individuellen Besitz von Gerätschaften.

Zielgruppen

- Verschiedene soziale Sphären
- Unterschiedliche Generationen kommen in Austausch miteinander
- Kreativwirtschaft wird durch das Angebot angezogen und gestärkt

Angebotsdimensionen

- Raum: Werkstatträume an Ankerpunkten und besonderen Orten
- Funktion: Geteilte Ausstattung
- Dienstleistung: Anleitung, zeitliche Koordination
- Information: Wissen über Handwerk, Geräte, Veranstaltungen, Website, Kalender
- Plattform: Netzwerkbildung über ein gemeinsames Interesse

Herausforderungen im Quartier

- Strukturelle Defizite
- Segregation
- Image
- Wenig Begegnung und Austausch
- Individualisierung und Vereinzelung
- Soziale Benachteiligung
- Fehlendes Gemeinschaftsgefühl und fehlende Solidarität

Erforderliche Ressourcen

- Leerstand
- Sozialkapital
- Initiative
- Know-how
- Bereitschaft zum Wandel
- Akteursnetzwerk

Träger:innen/Organisation

- Vereine
- Gemeinnützige Träger:innen
- Engagierte Bestandshalter:innen

Beispiele: Utopiastadt, Wuppertal, Offene Quartierswerkstatt am Drei-Auen-Platz, Augsburg, Werkstadthaus, Tübingen, Verbund offener Werkstätten e.V., Berlin (Plattform)

Vermittlung haushaltsnaher Dienstleister:innen

Zentrale Anlaufstelle und Absicherung für die Vermittlung haushaltsnaher Dienstleistungen

Das Angebot reagiert auf die Verdrängung kleinmaßstäblicher Handwerksbetriebe aus hochurbanen Gebieten. In diese Lücke tritt eine vermittelnde Plattform entweder vollkommen digital oder im besseren Fall mit einer Anlaufstelle und einer:m Ansprechpartner:in vor Ort. Die intermediäre Instanz vermittelt Minijobber:innen und deren haushaltsnahe Dienstleistung passgenau an die entsprechende Zielgruppe und sichert die Geschäftsbeziehungen, die auf diese Weise zu Stande kommen, rechtlich ab. Das Repertoire ist divers: Es reicht vom Anstreichen über kleine Reparaturarbeiten bis hin zu Kinderbetreuung und Gassigehen. Auf diese Weise können Menschen mit Zeitreserven wie Rentner:innen, Arbeitslose, Studierende und Jugendliche ganz legal ihre Einkünfte verbessern und die Nutzer:innen werden niederschwellig in ihren haushaltlichen Aufgaben entlastet.



Effekt

Eine digitale Plattform, allen voran eine Anlaufstelle vor Ort, bietet Information und sorgt für Sicherheit im Straßenraum. Neben der Versorgung mit Dienstleistungen ermöglicht der Intermediär, dass die Quartiersbewohner:innen selbst zu Anbieter:innen einer Dienstleistung werden.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Neuartig ist die Vermittlung zwischen Angebot und Nachfrage diverser Dienstleistungen durch einen nicht kommerziellen Intermediär. Nutzer:innen und Anbieter:innen können sich damit wieder lokal und persönlich begegnen und gegenseitige Wertschätzung, Bindung aufbauen.

Zielgruppen

- Nutzer:innen: Berufstätige, Familien oder alleinstehende Rentner:innen
- Anbieter:innen: Menschen mit Zeitreserven und teilweise spezifischen Fertigkeiten, die auf diese Weise legale Nebeneinkünfte generieren können

Angebotsdimensionen

- Raum: Anlaufstelle, Adresse
- Funktion: Infrastruktur, Geräte
- Dienstleistung: Beratung, Koordination, Bezahlung, rechtliche Absicherung
- Information: Präsenz vor Ort, Website, Buchungssystem, Bewertungssystem
- Plattform: Digitale Vermittlung und Abwicklung

Herausforderungen im Quartier

- Strukturelle Defizite
- Gentrifizierung
- Wenig Begegnung und Austausch
- Individualisierung und Vereinzelung
- Soziale Benachteiligung, Armut

Erforderliche Ressourcen

- Sozialkapital
- Akteurskooperation
- Know-how
- Bereitschaft zum Wandel

Träger:innen/Organisation

- Vereine
- Ämter- und Fachstellen
- Engagierte Bestandshalter
- Gemeinnützige Gesellschaften

Beispiele: *Lulu dans ma rue, Paris, Senioren für andere e.V., Heilbronn*

Multimodaler Quartiersladen

Dezentrale kleine Einkaufseinheit mit hochdifferenziertem Angebot

Eine kleine Nahversorgungseinheit zentral im Quartier, welche eine diverse Palette an Produkten, Dienstleistung und Vermittlung von weiteren Angeboten kombiniert. Im Kern kann das z.B. ein Kiosk mit integrierter Post- bzw. Packstation sein. Lebensmittel, die in Kooperation mit etablierten Partner:innen, den Marktführer:innen, angeboten werden, können über ein Basissortiment hinaus auf Bestellung abgeholt werden. Über ein analoges oder digitales schwarzes Brett werden Dienstleistungen und Tauschgeschäfte organisiert, die hier eine feste Anlaufstelle finden. Der Laden ist damit nach wie vor ein zentraler Begegnungsort im Quartier, der Informationen aller Art transportiert und ein lebendiges Straßenbild unterstützt.



Effekt

In erster Linie bietet das Angebot eine gute Nahversorgung auch für Gruppen, die im Prozess der zunehmenden Zentralisierung abgehängt worden sind. Der Laden vor Ort ermöglicht Begegnung und persönliche Kontakte, er schafft ein lebendiges Straßenbild und soziale Kontrolle.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Der Quartiersladen fußt auf einer Lokalisierung und Dezentralisierung der städtischen Nahversorgung in Kooperation mit den Marktführer:innen.

Zielgruppen

- Betagte Kund:innen, die keine langen Fahrt- oder Fußwege zurücklegen können
- Kund:innen mit dem Wunsch, sich stärker im Viertel zu verankern und die persönlichen Kontakte und die Vielseitigkeit von Diensten schätzen

Angebotsdimensionen

- Raum: Zentraler Ort mit Identifikationswert z.B. Ladenlokal mit Tradition
- Funktion: Ausstattung als Laden
- Dienstleistung: Präsenz, Beratung, Koordination (analoges und digitales Angebot)
- Information: Website, Buchungsportal, schwarzes Brett
- Plattform: Kombination mit Social Media

Herausforderungen im Quartier

- Strukturelle Defizite
- Wenig Begegnung und Austausch
- Individualisierung und Vereinzelung
- Insellage

Erforderliche Ressourcen

- Akteurskooperation
- Social-Entrepreneurship

Träger:innen/Organisation

- Marktwirtschaftliche Dienstleister:innen
- Vereine
- Genossenschaften

Beispiele: DORV-Quartier gGmbH

Genossenschaftlicher Quartiersladen

Dezentrale selbstorganisierte Einkaufseinheit
für lokale Kernkundschaft

Der Laden ist Teil eines genossenschaftlichen Neubauprojektes, kann aber auch in bestehenden städtischen Quartieren und kleineren Städten entstehen, in denen der Bedarf nach lokaler Nahversorgung groß aber ein Angebot von kleineren Unternehmer:innen nicht konkurrenzfähig ist. Grundlegend ist die verbindliche Teilnahme vieler Unterstützer:innen. Ein wichtiger Nebeneffekt ist damit zwangsläufig eine stärkere Bindung an den Wohnort. Die Genossenschaft bzw. deren Mitglieder:innen entscheiden selbst über das Sortiment und verleihen damit dem Wertesystem der Gemeinschaft Ausdruck. Selbstbeteiligung und Präsenz vor Ort können eine wichtige Rolle spielen oder aber der Schwerpunkt auf regionalen Erzeugnissen. Mit der freien Wahl der Zuliefer:innen wird der Laden ein attraktives Nischenangebot für den ganzen Stadtteil.



Effekt

Neben der Nahversorgung und Information über die Nachbarschaft, die rund um den Laden Verbreitung findet, vernetzt und befähigt das Genossenschaftsmodell seine Mitglieder:innen und Unterstützer:innen über stetige Aushandlungsprozesse. Es unterstützt damit eine starke Bindung an den Ort und in der Gemeinschaft.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Das Angebot kehrt zurück zur ursprünglichen Regionalisierung und Dezentralisierung von Nahversorgung und begreift diese als Aufgabe der Gemeinschaft, die durch engagierte Bewohner:innen zu bewältigen ist.

Zielgruppen

- Menschen mit hohem Bedarf an lokaler, fußläufig erreichbarer Nahversorgung
- Quartiersbewohner:innen, die sich über ein gemeinsames Wertesystem zusammenschließen
- Pioniere des Wandels mit dem Ziel eine Unabhängigkeit von den Mechanismen des freien Marktes zu erreichen

Angebotsdimensionen

- Raum: Zentrale Lage im Wohnprojekt oder Quartier
- Funktion: Ladenausstattung, Aushänge, Café
- Dienstleistung: Koordination, Einkauf, Verkauf, Beratung, Ansprechpartner:in
- Information: Über das Sortiment, die Genossenschaft, Website
- Plattform: Netzwerkbildung, Mitgliederakquise auch über Social Media

Herausforderungen im Quartier

- Strukturelle Defizite
- Wenig Begegnung und Austausch
- Individualisierung und Vereinzelung
- Fehlendes Gemeinschaftsgefühl und fehlende Solidarität

Erforderliche Ressourcen

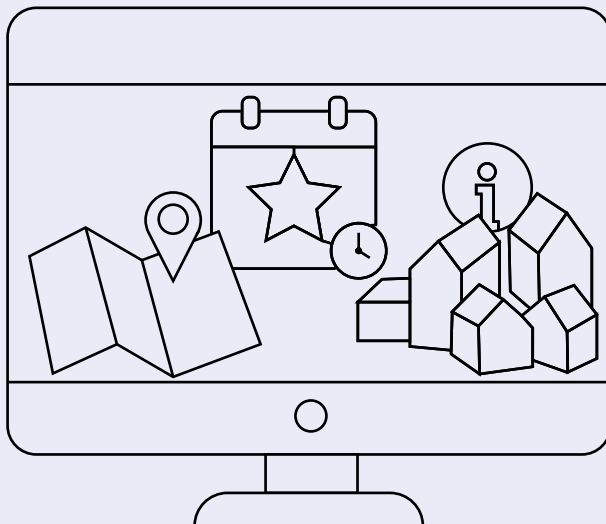
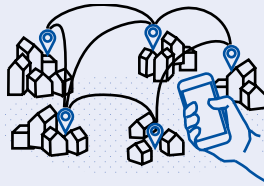
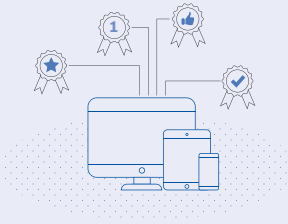
- Raum, günstige Konditionen
- Sozialkapital
- Akteurskooperation
- Know-how
- Bereitschaft zum Wandel

Träger:innen/Organisation

- Genossenschaft
- Konsortium

Beispiele: *Quartiersladen eG, Freiburg, Genossenschaft Marktplatz 11, Mehrstetten eG i.G.*

096	Raum und Lage
110	Mittel zur Befähigung
118	Lieferung
128	Personen und Institutionen
136	Bündel und integrale Konzepte
146	Relokalisierung
160	Medien
172	Anwendungen
188	Begegnung und Aktivitäten
204	Sharing
224	Brücken bauen
242	Mitmachen und aushandeln



Best Practice-Plattform

Plattform bietet registrierten Nutzer:innen Zugang zu Kontakten im Hinblick auf Best Practice-Beispiele fürs Quartier

Die digitale Plattform dient in erster Linie der Vernetzung von Stadtmacher:innen über die eigene Stadt und die Region hinaus. Dabei kann es sich um hoheitliche, zivilgesellschaftliche und marktwirtschaftliche Akteur:innen oder auch Intermediäre wie Forschungsinstitute handeln. Grundlage ist die stetige Sammlung von Best Practice-Beispielen, die hier geteilt werden können. Darüber hinaus werden Veranstaltungen zu gemeinsamen Themen beworben. Voraussetzung im Falle eines wirtschaftlich betriebenen Netzwerkes ist eine kostenpflichtige Mitgliedschaft. Denkbar sind auch andere Betreibermodelle wie gemeinnützige Vereine, die sich über Spenden finanzieren, oder die Förderung durch Institutionen wie den Deutschen Städtetag mit einem zentralen Anliegen in Bezug auf überregionale Vernetzung.



Effekt

Stadtakteur:innen können sich gut über neue Trends und Lösungsansätze im Quartier informieren und finden niederschwellig Ansprechpartner:innen für die konkreten Projekte. Über den Erfahrungsaustausch verdichtet sich das Netzwerk überregional und das nicht wie sonst nur auf akademischer Ebene, sondern auch auf der Ebene der Praktiker:innen vor Ort.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Der niederschwellige Zugang zu einer Vielzahl an erfolgreichen Lösungsansätzen für Herausforderungen der Stadtentwicklung mit dem Schwerpunkt auf einer praktischen Anwendung vor Ort. Fördert die überregionale und niederschwellige Vernetzung von Stadtmacher:innen.

Zielgruppen

- Stadtakteur:innen, die sich zu innovativen Lösungen im Hinblick auf Krisensituationen oder Themen des soziodemografischen Wandels austauschen und vernetzen möchten
- Akteur:innen, die ihre Best Practice-Beispiele mit einer größeren Fachöffentlichkeit niederschwellig teilen möchten

Angebotsdimensionen

- Raum:
- Funktion:
- Dienstleistung:
- Information: Über Best Practice-Beispiele, Kontakte, Veranstaltungen etc.
- Plattform: Mit Kommunikations- und Vernetzungsanwendungen

Herausforderungen im Quartier

- Fehlender Wissenstransfer
- Vielfältige Problemlagen im Quartier

Erforderliche Ressourcen

- Engagierte Stadtakteur:innen

Träger:innen/Organisation

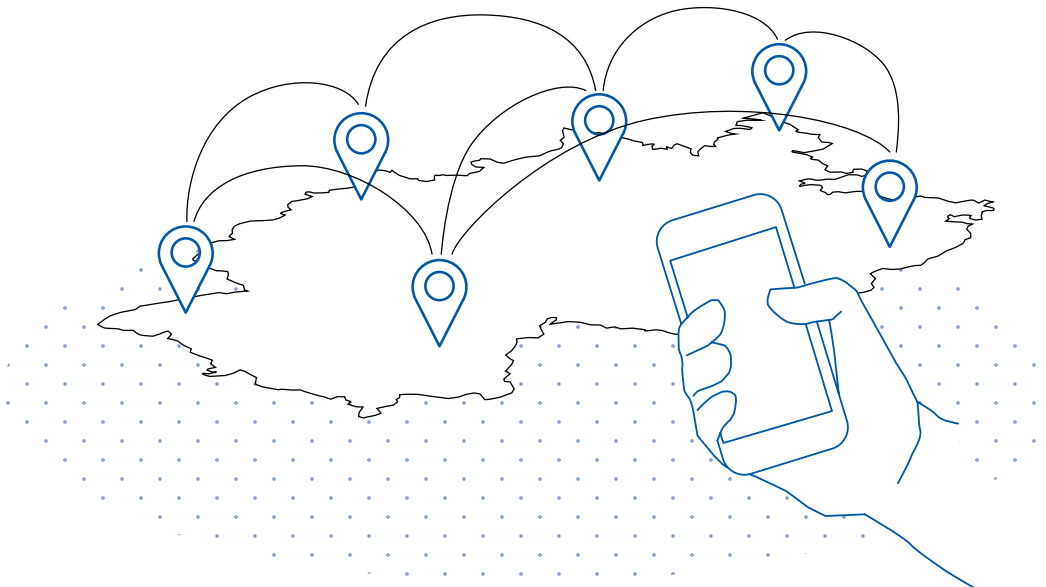
- Privatwirtschaftliche Intermediäre
- Verbände wie z.B. der Deutsche Städtetag
- Initiativen, als gemeinnützige GmbH organisiert

Beispiele: www.die-stadtretter.de, *Deutscher Nachbarschaftspreis*, www.nebenan.de, *Stiftung*, www.unsere-stadtimpulse.de (*Deutscher Städtetag*)

Bundesweite Nachbarschafts- plattform

Bundesweit einheitliche Plattform mit lokalem Bezug ist wiedererkennbar und schafft Übersicht und Austausch über Angebote

Erfolgreich ist die Plattform durch den niederschweligen Zugang, ihren gestaltungsoffenen Ansatz und die Ansprache einer breiten Zielgruppe. Erfolge der ersten Jahre führen darüber hinaus zu einem hohen Wiedererkennungswert innerhalb Deutschlands und erleichtern die Ankunft in einer neuen Nachbarschaft. Der Austausch unter den Nutzer:innen ist immer lokal verankert. Gemeinnützige, marktwirtschaftliche und zivilgesellschaftliche Akteur:innen werden hier sichtbar und können Informationen zu ihren Angeboten teilen. Insbesondere Bewohner:innen können sich über ihre Bedarfe verständigen und sich zu bestimmten Themen, Vorhaben und Interessen vernetzen. Angesichts sinkenden Interesses an Printmedien finden hier auch lokale Nachrichten und behördliche Informationen eine neue Art der Verbreitung.



Effekt

Die Onlineplattform gibt Übersicht über weitere nachbarschaftliche Angebote sowie behördliche Informationen und vermittelt dadurch Sicherheit. Sie schafft die Möglichkeit zum Austausch unterschiedlicher Akteur:innen und bietet damit eine Grundlage für eigene Angebote und Kooperationen.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Durch eine bundesweit uniforme, digitale und gleichzeitig lokale Vernetzungsplattform ist die Anwendung allorts wiedererkennbar, vertraut und niederschwellig zugänglich.

Zielgruppen

- Eine Nachbarschaft, die den Wunsch hat und in der Lage ist, sich digital zu vernetzen
- Neuankömmlingen, an die sich das Angebot gleichermaßen richtet, bietet die Plattform eine gute Übersicht über Interessengruppen, Veranstaltungen, Gewerbe und Institutionen

Angebotsdimensionen

- Raum:
- Funktion:
- Dienstleistung:
- Information: Über Angebote, Anbieter:innen, Nutzer:innen und Bedarfe
- Plattform: Informations-, Kommunikations- und Vernetzungsanwendungen

Herausforderungen im Quartier

- Schwaches Akteursnetzwerk
- Unabgestimmtes Handeln von Akteur:innen
- Wenig Engagement und Selbstorganisation
- Wenig Information über Angebote

Erforderliche Ressourcen

- Engagierte Bestandshalter:innen (als digitale Nachbarschaftsgründer:innen)
- Initiative (als digitale Nachbarschaftsgründer:innen)
- Sozialkapital, Ideen, Know-how
- Social Media-Kompetenz

Träger:innen/Organisation

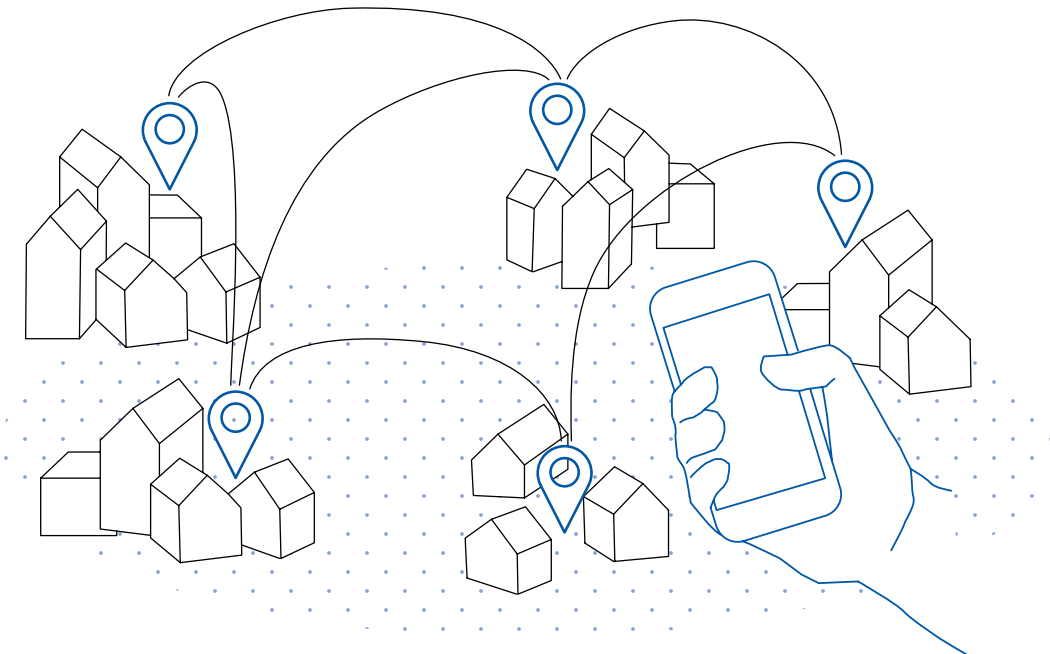
- Privatwirtschaftliche Unternehmer:innen
- Gemeinnützige Unternehmer:innen

Beispiele: www.nebenan.de www.nachbarschaft.net

Lokale Nachbarschaftsplattform

Lokale Informationsplattform ermöglicht Übersicht und Austausch zu Angeboten und stärkt das Wir-Gefühl

Die lokale, digitale Plattform bietet eine stadt- oder quartierweite Infrastruktur für die Vernetzung von Nachbarschaften. Hier werden Informationen und Neuigkeiten zur Stadt und zum Viertel geteilt. Es gibt die Möglichkeit Profile anzulegen, Gruppen zu bilden, Kalender zu führen, zu Chatten und sich als Bewohner:in oder Stadtakteur:in über Bedarfe oder Themen von öffentlichem Interesse auszutauschen. Die lokale Plattform bietet einen geschützten Raum, in dem sichergestellt ist, dass persönliche Daten nicht durch Dritte verwendet werden können. So können selbst sensible Dokumente zwischen den einzelnen Akteur:innen ausgetauscht und gemeinsame Aktionen organisiert werden. Der Zugang ist niederschwellig, kostenfrei und gemeinwohlorientiert. Durch die Konzentration auf lokale Themen und geteilte Werte stärkt sie neben dem Austausch auch den Bezug zur Stadt und zum Viertel.



Effekt

Die Onlineplattform gibt Übersicht über weitere nachbarschaftliche Angebote sowie behördliche Informationen und vermittelt dadurch Sicherheit. Sie schafft die Möglichkeit zum Austausch unterschiedlicher Akteur:innen und bietet damit eine Grundlage für Kooperationen und eigene Angebote.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Eine vollkommen lokale Plattform bietet vor allem einen geschützten Raum für niederschwellige und intensiven Austausch und stärkt die lokale Identität. Digitale Medien werden eingesetzt, um lokale Themen, analoge Tätigkeiten und persönliche Beziehungen zu stärken.

Zielgruppen

- Eine Nachbarschaft, die den Wunsch hat und in der Lage ist, sich digital zu vernetzen
- Bewohner:innen wie Akteur:innen angesiedelter Vereine und Verbände bietet die Plattform einen geschützten Austausch im Hinblick auf Interessen und Projekte

Angebotsdimensionen

- Raum:
- Funktion:
- Dienstleistung:
- Information: Allgemeine Informationen zur Stadt und zum Viertel, geschützter Datenaustausch zu gemeinsamen Projekten
- Plattform: Informations-, Kommunikations- und Vernetzungsanwendungen

Herausforderungen im Quartier

- Schwaches Akteursnetzwerk
- Unabgestimmtes Handeln von Akteur:innen
- Wenig Engagement und Selbstorganisation

Erforderliche Ressourcen

- Engagierte Bestandshalter:innen (als digitale Nachbarschaftsgründer:innen)
- Initiative (als digitale Nachbarschaftsgründer:innen)
- Sozialkapital, Ideen, Know-how
- Social Media-Kompetenz

Träger:innen/Organisation

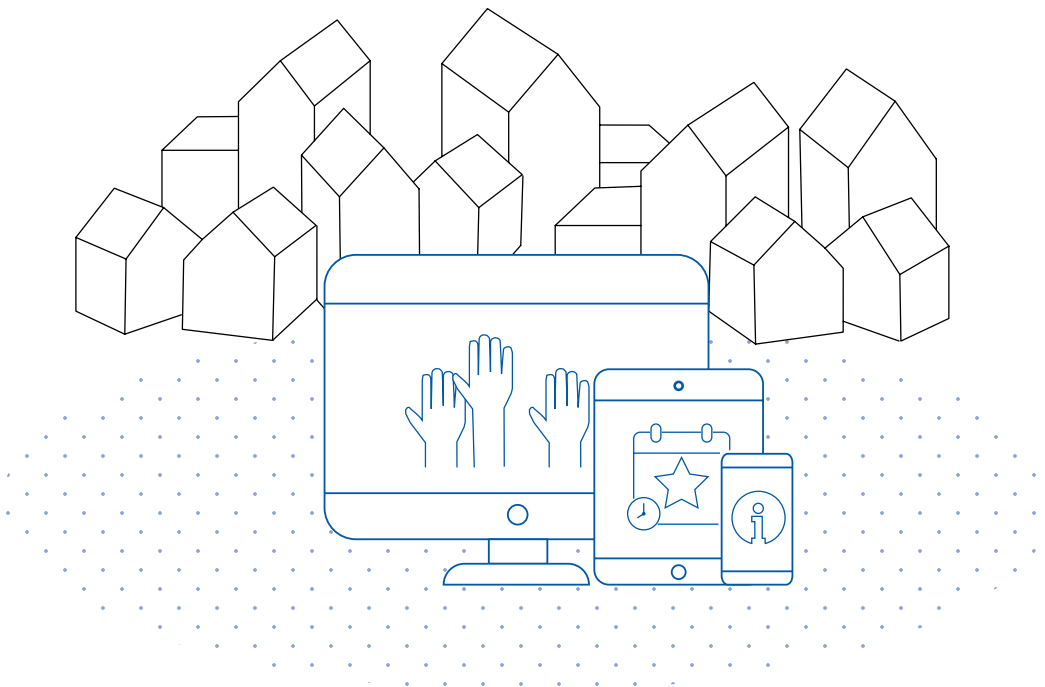
- Ämter und Fachstellen
- Gemeinnützige Unternehmer:innen
- Genossenschaften

Beispiele: #Freiburghältzusammen, www.leipziger-ecken.de, Dorf-Funk (App), Petershagen

Social Media: Viertelgruppe

Ankündigungen zu Veranstaltungen und weiteren Angeboten stärken das Wir-Gefühl

Die Social Media „Viertelgruppe“ ist bis auf einen grundlegenden Verhaltenskodex, zum Beispiel den respektvollen Umgang miteinander, für alle Teilnehmer:innen offen und bietet damit einen vollkommen unkomplizierten Zugang zum Viertel. Durch die damit große Anzahl möglicher Nutzer:innen ist die Plattform für Information über Angebote aller Art geeignet: Von der Ankündigung eines Hoffestes über den Hinweis auf die Couch, die man verschenken möchte, bis hin zur Suche nach einer Mitfahrgelegenheit. Auch gemeinsame Werte wie „kein Veedel für Rassismus“ spiegeln sich hier wider. Es ist der digitale Marktplatz, ein öffentlicher Raum, in dem Meinungen ausgetauscht werden und die Lebendigkeit einer respektvollen Gesellschaft auf einen digitalen Resonanzraum trifft.



Effekt

Information über Angebote im Viertel ist sehr niederschwellig und entsprechend unverbindlich zugänglich. Veranstaltungen werden beworben und können damit viele Nutzer:innen anziehen, auch von außerhalb. Insbesondere in hochurbanen Gebieten ist das eine gute Möglichkeit für den Einstieg ins und Teilnahme am Quartiersleben. Darüber hinaus ist die Hürde geringer, selbst Straßen- und Hoffeste zu organisieren.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Die Viertelgruppe ist ein digitaler Marktplatz für Angebote, Möglichkeiten und Meinungen im Viertel, der lokalen Angeboten eine große Reichweite verschaffen kann, auch über das Viertel und die Stadt hinaus.

Zielgruppen

- Bewohner:innen von Quartieren mit hoher Zentralität, die über aktuelle Veranstaltungsangebote informiert sein möchten
- Menschen, die sich einem Stadtgebiet verbunden fühlen und zu dessen Attraktivität und Lebendigkeit beitragen möchten
- Menschen, die unverbindlich Tuchfühlung mit dem Quartier aufnehmen wollen, nachdem Motto: „Mal schauen, was da los ist.“

Angebotsdimensionen

- Raum:
- Funktion:
- Dienstleistung:
- Information: Über Veranstaltungen, Themen, Angebote und Bedarfe
- Plattform: Offene Plattform für Personen, Themen, Meinungen und Aktivitäten

Herausforderungen im Quartier

- Kommunikation und Reichweite von Angeboten

Erforderliche Ressourcen

- Sozialkapital
- Akteursnetzwerk

Träger:innen/Organisation

- Vereine
- Initiativen
- Quartiersmanagement

Beispiele: Liebe dein Veedel – Ehrenfeld, Köln (Gruppe auf Facebook)

Website informiert über Angebote

Zentrale Information über vielfältige Quartiersangebote

Die Website mit Bezug zu einem Quartier oder einem Wohnprojekt informiert über die vielfältigen Angebote, die im Rahmen eines Projektes zur Verfügung stehen. Wichtige Elemente sind ein Quartiersplan, der Geschäfte oder Gemeinschaftsräume lokalisiert, sowie ein Quartierskalender, der die Veranstaltungen im Quartier kommuniziert. Auch die Organisationsstrukturen des Wohnprojektes werden hier sichtbar: Interessenvertretungen, Arbeitsgruppen, Selbstverwaltungsorgane mit Ansprechpartner:innen, Terminen, Beschlüssen und Aufrufen. Darüber hinaus kann eine quartiersbezogene Website auch themenbezogen sein. Hierüber kann Beteiligung im Rahmen einer Modernisierungsmaßnahme organisiert werden oder der Wandel hin zu einem Gebiet ohne motorisierten Individualverkehr.



Effekt

Die Website zu einem Wohnprojekt, einem Quartier oder einer Maßnahme informiert in erster Linie über Angebote und ist ein wichtiges Medium zur Kontaktaufnahme und Grundlage für Vernetzung.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Webseiten unterstützen die neueren genossenschaftlichen Wohnprojekte, in denen viele Funktionen und Angebote gemeinsam bereitgestellt und genutzt werden. Hierfür stellen sie eine wichtige Adresse und Infrastruktur dar.

Zielgruppen

Informationen richten sich weitgehend unspezifisch an alle Quartiersbewohner:innen und regen dazu an, sich an der Bereitstellung von Angeboten im Quartier zu beteiligen.

Angebotsdimensionen

- Raum:
- Funktion:
- Dienstleistung:
- Information: Über Lage und Zeitpunkt von Angeboten und über verbindende Gebiets-identität
- Plattform: Informationsplattform

Herausforderungen im Quartier

- Neubau
- Beteiligung und Akzeptanz von Modernisierungsmaßnahmen
- Strukturelle Defizite
- Transformation begleiten z.B. im Hinblick auf Mobilität

Erforderliche Ressourcen

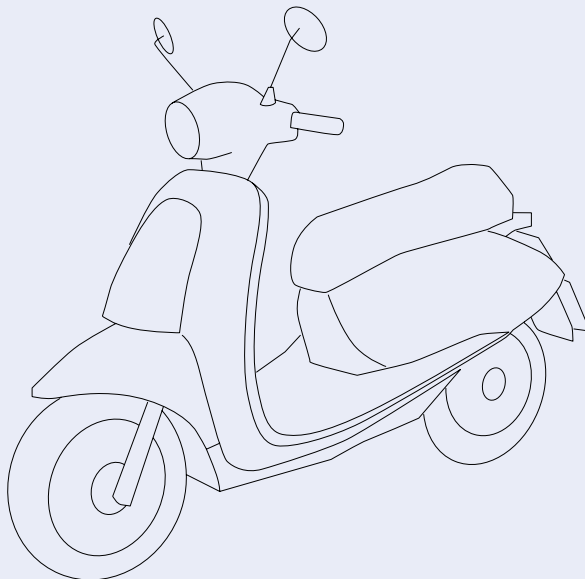
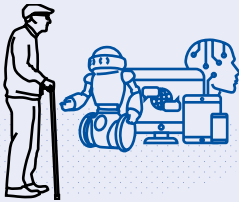
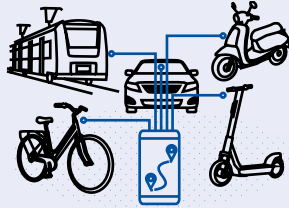
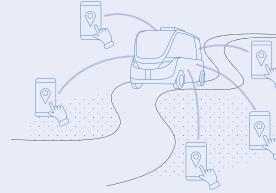
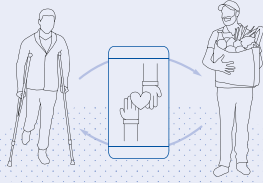
- Akteursnetzwerk
- Initiative

Träger:innen/Organisation

- Genossenschaften
- Immobilien- und Wohnungswirtschaft
- Ämter und Fachstellen

Beispiele: Stadtteil Vauban, Freiburg, Domagkpark, München, Prins Eugen Park, München

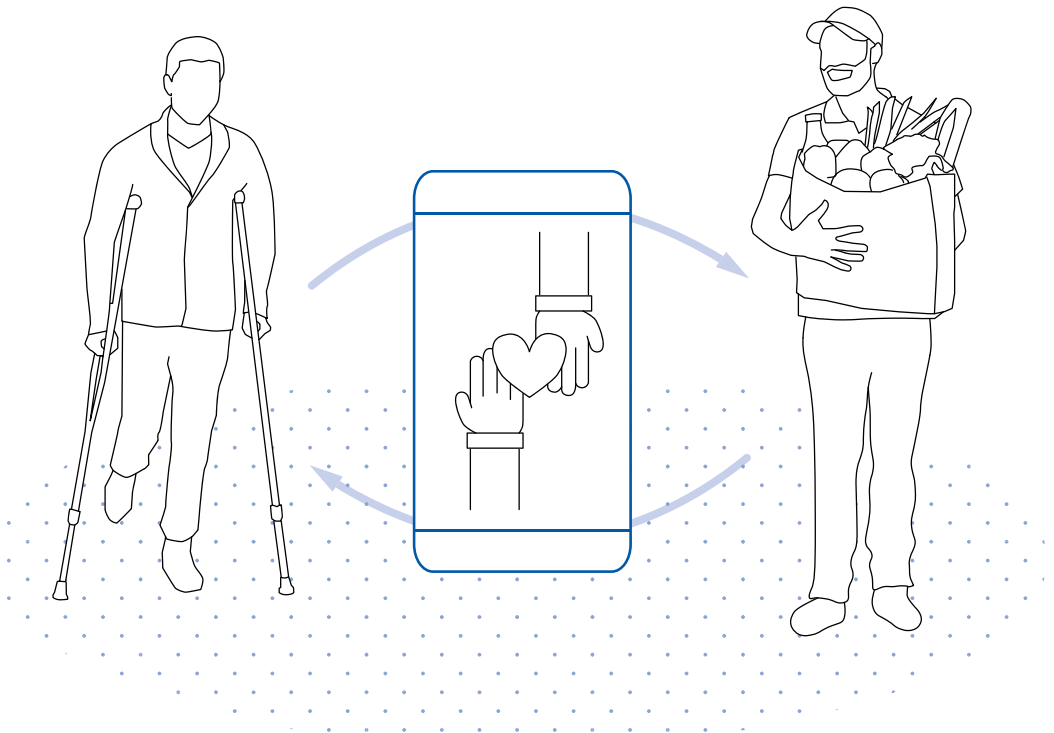
096	Raum und Lage
110	Mittel zur Befähigung
118	Lieferung
128	Personen und Institutionen
136	Bündel und integrale Konzepte
146	Relokalisierung
160	Medien
172	Anwendungen
188	Begegnung und Aktivitäten
204	Sharing
224	Brücken bauen
242	Mitmachen und aushandeln



App vermittelt Ehrenamt

Angebot und Nachfrage kleiner Hilfsdienste – bundesweit organisiert aber lokal aktiv

Die bundesweit nutzbare Anwendung zeigt den Nutzer:innen auf dem Mobiltelefon an, wo sie sich unmittelbar und ohne bürokratische Hürden mit Zeit- oder Sachspenden einsetzen können. Das Ganze funktioniert nach dem Matching-Prinzip und ist durch die einfache Handhabung und ansprechende Gestaltung sehr erfolgreich. Alle Arten von Organisationen, etablierte wie neue Initiativen, die Personen für Ehrenamtstätigkeiten bzw. Unterstützung bei gemeinnützigen Projekten benötigen, können diese hier mit einem einfachen Profil bewerben. Die Nutzer:innen finden ihr Einsatzfeld je nach Vorliebe oder über die Nähe zum Einsatzort. Die App wirkt damit weit über die Quartiersgrenzen hinaus und macht ein großes Potenzial an Menschen, die sich für gemeinnützige Zwecke einsetzen wollen, sichtbar und handlungsfähig.



Effekt

Über die App werden Informationen über Bedarfe und Angebote geteilt. In Hilfsaktionen können Freiwillige so für Versorgung, Pflege und Unterstützung sorgen. Die App erleichtert und unterstützt das Erlebnis, sich für einen gemeinnützigen Zweck einzusetzen. Sie ermöglicht in erster Linie Begegnungen und vernetzt unterschiedliche soziale Gruppen.

- Informiert sein, sich sicher fühlen
- Versorgt und ausgestattet sein
- Mobil und angebunden sein
- Unterstützt sein und gepflegt werden
- Vernetzt und eingebunden sein**
- Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Die App vermittelt niederschwellig, unverbindlich und lokal Einsatzbereiche mit freiwilligen Helfer:innen und aktiviert auf diese Weise Sozialkapital.

Zielgruppen

- Hilfsorganisationen und Initiativen für gemeinnützige Projekte als Anbieter:innen ehrenamtlicher Tätigkeiten
- Freiwilligen und engagierten Menschen vor Ort
- Menschen mit Wunsch nach Kontakten zu Gleichgesinnten

Angebotsdimensionen

- Raum:
- Funktion:
- Dienstleistung:
- Information: Über Aufgaben, Projekte, Ansprechpartner:innen einerseits und über Interessen und mögliche Qualifikationen andererseits
- Plattform: Vernetzung von Akteur:innen und Unterstützer:innen

Herausforderungen im Quartier

- Strukturelle Defizite
- Wenig Engagement und Selbstorganisation
- Personalmangel bei Pflege- und anderen gemeinnützigen Projekten

Erforderliche Ressourcen

- Sozialkapital, Menschen mit Zeitreserven, Studierende, Rentner:innen
- Junge Initiativen, die der App eine attraktive Oberfläche geben

Träger:innen/Organisation

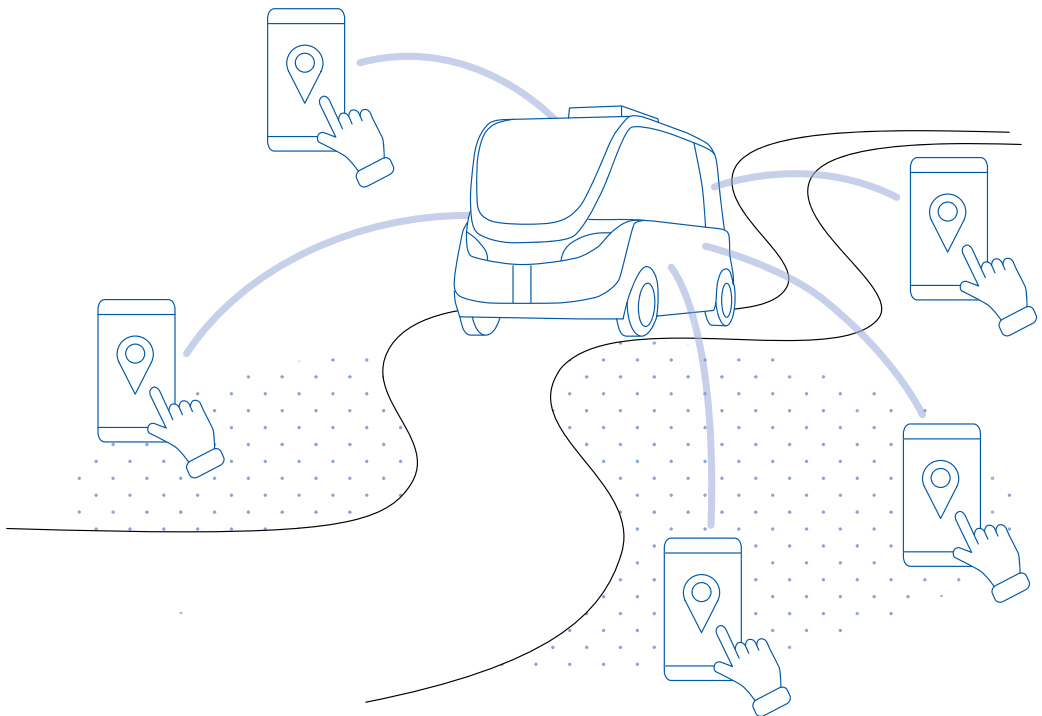
- Privatwirtschaftliche Dienstleister:innen
- Gemeinnützige GmbH
- Kooperation gemeinnütziger Verbände

Beispiele: Anpacker-App, Caritas , Letsact (App) e.V., MünchenAnpacker-App, Caritas , Letsact (App) e.V., München

Mobilität on Demand

Bedarfsgesteuerte Beförderung von Kleingruppen bei Kombination von Routen

Die Nutzer:innen buchen einen Kleinbus von Reisebeginn bis Ende, von Tür-zu-Tür, über eine App-, Internetplattform- oder Telefonanfrage (für ältere Personen). Im Angebot werden die Routen von Kund:innen bestmöglich kombiniert. Auf diese Weise kann das System geteilter Fahrten, anstelle von Parallelverkehr, den CO₂-Ausstoß und die Lärmbelastung deutlich verringern. Ziel ist eine intelligent vernetzte Mobilität sowie bedarfsgerechte und effektive Nutzung von Fahrzeugen sowie Personal. Dem System der On-Demand-Mobilität liegen vor allem datenbasierte Entwicklungsmodelle zu Grunde, für die eine Anwendung auf autonom fahrende Kleinbusse der folgende Entwicklungsschritt ist. In Randlagen der Städte, in denen das öffentliche Verkehrsnetz weniger dicht ist, schließt das Angebot eine wichtige Lücke für eine breite Zielgruppe.



Effekt

Information wird dazu genutzt, das Angebot den persönlichen Bedarfen von vielen Quartiersbewohner:innen anzupassen. Ziel ist eine lückenlose Mobilität ohne zahlreiche Umstiegsmomente.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebonden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Die datenbasierte Synchronisation individueller Verkehrswege im Zuge einer nachhaltigen Mobilität erleichtert die Bewältigung von alltäglichen Strecken aber auch von Sonderfahrten für eine breite Zielgruppe.

Zielgruppen

- Quartiere in Randlagen großer Städte und darin für betagte Personen
- Menschen mit Gehbehinderung
- Menschen, für die der häufige Wechsel zwischen verschiedenen Verkehrsmitteln eine zusätzliche Belastung darstellt

Angebotsdimensionen

- Raum:
- Funktion: Kleinbusse nach Bedarf einsetzen
- Dienstleistung: Planung und Fahrten
- Information: Verarbeitung über Apps und Internetplattformen
- Plattform: Digitale Buchung und Abwicklung

Herausforderungen im Quartier

- Verkehrstechnische Insellage des Quartiers
- Selbstbestimmte Anbindung körperlich benachteiligter Bewohner:innen

Erforderliche Ressourcen

- Technische Innovation
- Bereitschaft zum Wandel
- Engagierte Bestandshalter:innen

Träger:innen/Organisation

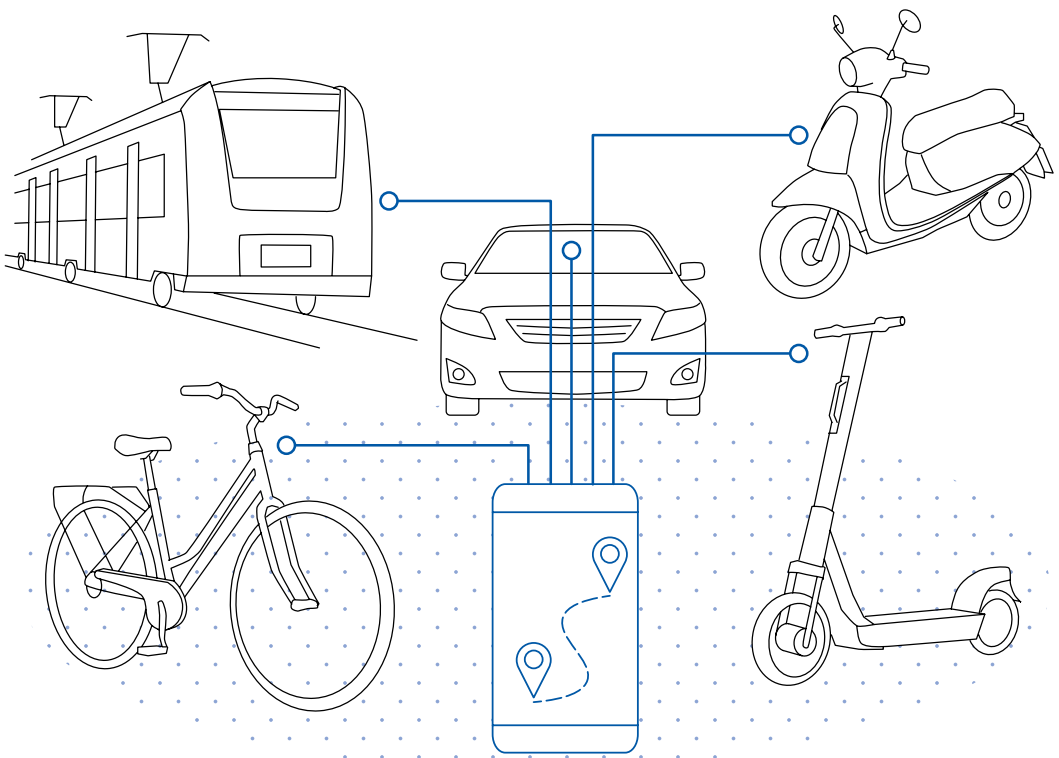
- Immobilien-/Wohnungswirtschaft
- Städtische Gesellschaften
- In Kooperation, Forschungs- und Entwicklungsprojekte
- Privatwirtschaftliche Dienstleister:innen

Beispiele: Multibus, Kreis Heinsberg, Eco-Bus-System, Göttinger Max-Planck-Institut (MPI), Busse auf Bestellung in Schorndorf, bei Stuttgart

Mobilitätsapp

Anwendung zur Übersicht und Buchung von dezentralen Mobilitätsangeboten verschiedener Anbieter:innen

Eine App ist die Schnittstelle für die Planung, Buchung und Bezahlung eines umfassenden Verkehrsangebotes zum Beispiel der stadtweiten Verkehrsbetriebe. Sie koordiniert ein multimodales Sortiment: Zum Beispiel öffentlichen Nahverkehr und Sharing-Angebote (Fahrräder, Roller, MIV). In einer weiteren Ebene werden regionale Angebote verschiedener Anbieter:innen über eine Plattform zusammengefasst. Hier können Nutzer:innen ein Paket zusammenstellen, das ihre Bedarfe am besten deckt und zwischen einer effizienten, kostengünstigen oder umweltfreundlichen Route wählen. Eine optimale Lösung für die urbane Mobilität bietet eine multimodale Funktion, die öffentliche Verkehrsmittel, On-Demand-Dienste, Fahrzeug-Sharing, Fahrrad-Sharing und Ride Hailing bündelt und bundesweit einheitlich bereitstellt. Kunden können Mobilitätsdienste über ein integriertes Konto buchen und bezahlen.



Effekt

Quartiersbewohner:innen sind optimal über Mobilitätsangebote informiert und angebunden. Mobilität liegt damit nicht mehr beim Individuum, sondern ist zentral organisiert.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Der niederschwellige und unmittelbare Zugang zu kombinierten Verkehrsangeboten von Buchung bis Bezahlung bietet eine attraktive All-in-One Lösung für Personen mit dem entsprechenden digitalen Know-how.

Zielgruppen

- Quartiersbewohner:innen ohne eigene Verkehrsmittel bei gleichzeitig hohem Mobilitätsbedarf

Angebotsdimensionen

- Raum:
- Funktion:
- Dienstleistung:
- Information: Übersicht über Verkehrsmittel, Routen, Kosten
- Plattform: Informationsplattformen, die verschiedene Dienste und Transaktionen bündeln

Herausforderungen im Quartier

- Soziodemografischer Wandel – Klimaschutz
- Verkehrslast im Quartier

Erforderliche Ressourcen

- Technische Innovation bei gleichzeitiger Abstimmung auf soziale Innovation
- Kooperation zwischen verschiedenen Anbieter:innen
- Grenzüberschreitende Planung und Bereitstellung

Träger:innen/Organisation

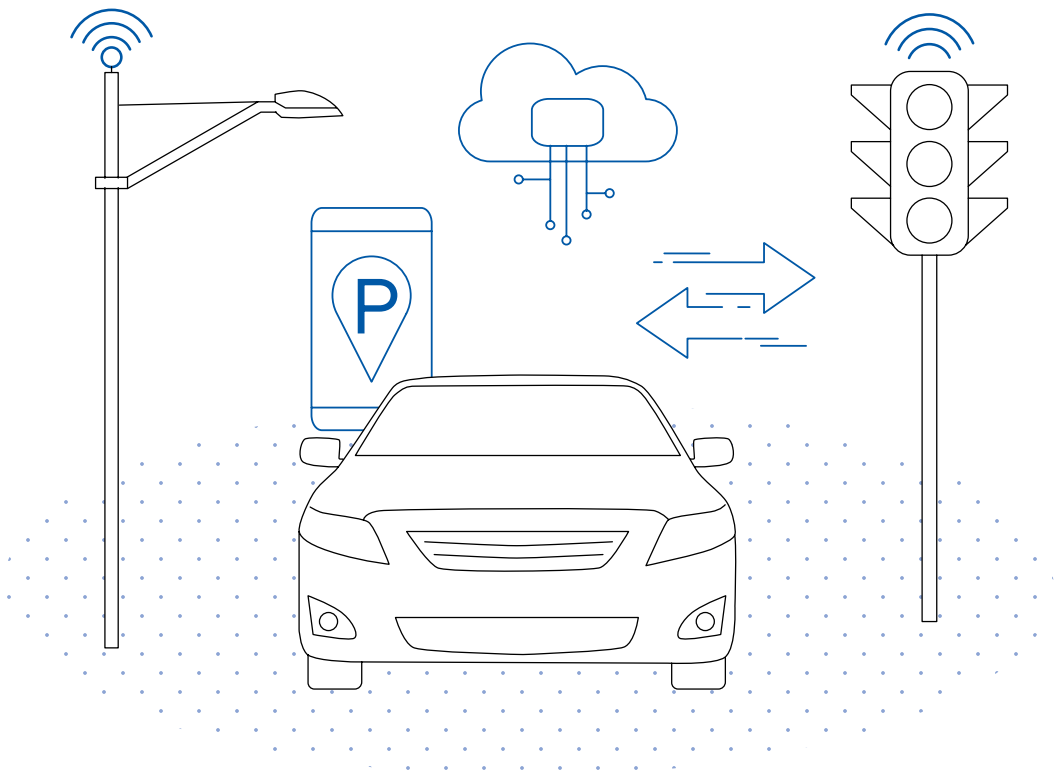
- Privatwirtschaftliche Dienstleister:innen
- Städtische Gesellschaften in Kooperation (Verkehrsbetriebe)

Beispiele: Moovel App, CleverShuttle App (Mitfahrzentrale für dieselbe Richtung), Mobil.NRW (Auswahl der richtigen Mobilitätsapp), AVV connect, MuBiM – Bus und Bahn im Münsterland

Smart City – Verkehrsmanagement

Vorabinformation über Verkehrsströme und freie Parkflächen reduziert den MIV und CO₂-Ausstoß im Viertel

Smart City Lösungen sind vielfältig und basieren auf der intelligenten Erhebung, Auswertung und Nutzung von Daten mit dem Ziel, städtische Siedlungen im Hinblick auf Lebensqualität und Nachhaltigkeit zu optimieren. Zur Erhebung der Daten wird Sensor- und Messtechnik genutzt. Sie kann im Straßenraum fest installiert sein z.B. an der Straßenbeleuchtung, oder durch die Nutzer:innen selbst, z.B. über ihre Mobiltelefone, mitgeführt und dann an zentrale Clouds weitergeleitet werden. Nach systematischer Auswertung großer Datenmengen im Hinblick auf bestimmte Fragestellungen erhalten dann Nutzer:innen wiederum nützliche Hinweise und Empfehlungen über ihre Apps oder Quartiersplattformen direkt aufs Smartphone. Freie Routen und Parkplätze werden ausgewiesen, die Verkehrslast im Viertel damit erheblich verringert.



Effekt

Durch die von Apps übermittelten Empfehlungen können Alltagsroutinen im Hinblick auf Verkehrsreduktion optimiert werden. Der MIV wird von Störungen befreit. Das reduziert den individuellen Stress der Verkehrsteilnehmer:innen, verbessert die Luftqualität und schafft im Hinblick auf Parkplatzflächen mehr Raum für andere Nutzungen (z.B. Parklets).

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Smart City Lösungen nutzen technische Innovationen für einen ganzheitlichen Ansatz zur Verbesserung der individuellen Lebensqualität im Quartier.

Zielgruppen

- Von einem smarten Verkehrs- und Parkmanagement profitieren vor allem tägliche und außerordentliche Pendler:innen, die MIV nutzen
- Eine verbesserte Luftqualität kommt grundsätzlich allen Quartiersbewohner:innen zu Gute

Angebotsdimensionen

- Raum: optimierte Auslastung
- Funktion: Messgeräte, Sensoren, Funk, Datenverarbeitung
- Dienstleistung: Entwicklung, Einbau, Update
- Information: Hinweise und Empfehlungen auf Apps
- Plattform: Führen unterschiedliche Informationen zusammen

Herausforderungen im Quartier

- Soziodemografischer Wandel – Klimaschutz
- Negatives Image, Modernisierungsbedarf
- Verkehrslast im Quartier

Erforderliche Ressourcen

- Sozialkapital im Hinblick auf Daten und breite Nutzung der neuen Angebote
- Lust und Bereitschaft zum Wandel, Akzeptanz
- Know-how

Träger:innen/Organisation

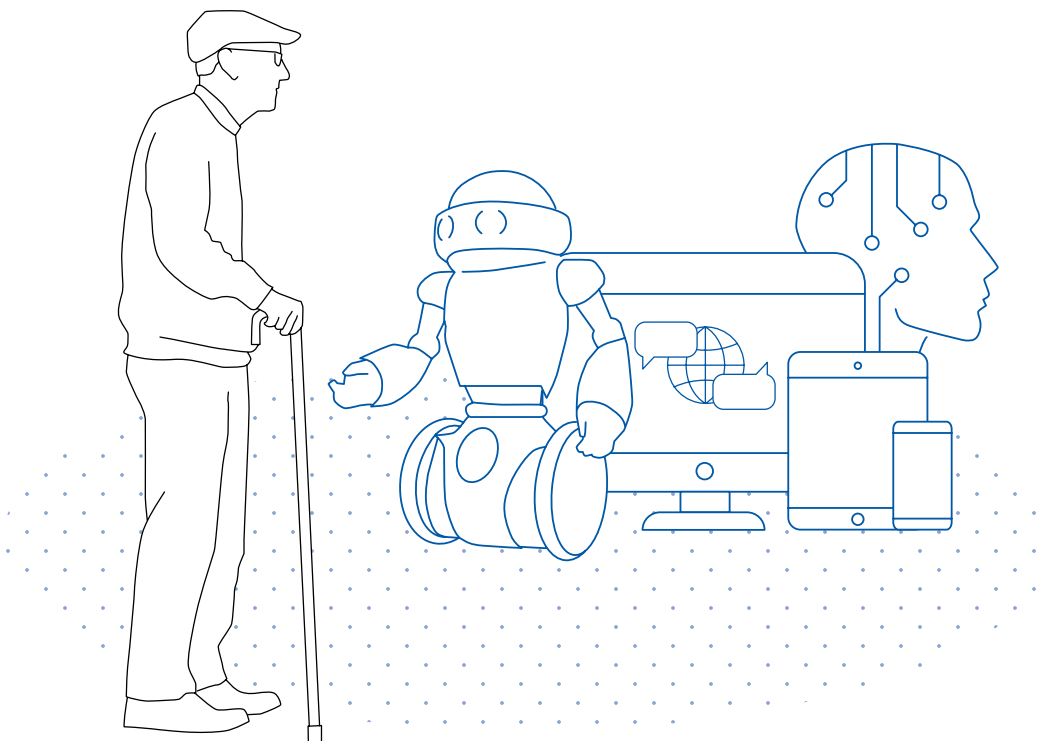
- Privatwirtschaftliche Dienstleister:innen
- Ämter und Fachstellen in Kooperation mit Entwickler:innen / Forschung, Wirtschaft

Beispiele: Parquery – Cloud-Based Smart Parking, Modellprojekt Smarter Together, München Neuaußing

Technische Living Assistance

Technologieeinsatz zur besseren Bewältigung des Alltags

Der Bereich ist breit gefächert und vor allem von der angewandten Forschung geprägt (F&E). Von der intelligenten Umgebung, die betagte Menschen in ihrem Alltag entlastet (z.B. Sprachsteuerung des Haushaltes), über datenbasierte Assistenz durch Helfer:innen auf Abruf von zu Hause oder von unterwegs bis hin zu Social Media-Lösungen zur Intensivierung der sozialen Kontakte, wird hier ein großer neuer Markt erschlossen, mit dem die Lebensqualität betagter, vornehmlich allein-stehender Menschen verbessert werden soll. Die Angebote sind vor allem auf die Erfüllung der individuellen Grundbedürfnisse ihrer Zielgruppe ausgerichtet. Die Einbindung in die lokale Quartiersgemeinschaft hat hier keinen nennenswerten Anteil. Verstärkt werden soll der soziale Austausch innerhalb der Familie und der eigenen Zielgruppe stadtweit, deutschlandweit, selbst europaweit.



Effekt

Dieser Innovationszweig hat zum Ziel durch verschiedene Anwendungen alle Grundbedürfnisse pflegebedürftiger Menschen zu erfüllen, wobei der Bezug zum direkten Wohnumfeld dafür nicht relevant ist. Zwischenmenschliche Vernetzung und Einbindung wird weit über die Nachbarschaft hinausgedacht.

- Informiert sein, sich sicher fühlen
- Versorgt und ausgestattet sein
- Mobil und angebunden sein
- Unterstützt sein und gepflegt werden**
- Vernetzt und eingebunden sein
- Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Die individuellen Pflegelösungen stützen sich auf datenbasierte Innovationstechnologie. Die Interaktion von Nutzer:innen mit den technischen Lösungen kann zur konkreten Verbesserung der Lebenssituation beitragen

Zielgruppen

- Alleinstehende Betagte und Pflegebedürftige, die in der Lage sind, Pflegetechnologie zu nutzen, um noch selbstständig zu wohnen
- Wohnwirtschaft, die für ihre Zielgruppe eine Qualitätssteigerung des Angebotes über innovative Technologien einsetzen möchte.

Angebotsdimensionen

- Raum:
- Funktion: Messgeräte, Sensoren, Funk, Datenverarbeitung
- Dienstleistung: Entwicklung, Einbau, Update
- Information: Hinweise an lokale Pflege-Akteur:innen, Familie, technische Assistenz
- Plattform: Vernetzung mit lokalen Pflege-Akteur:innen, Familie, innerhalb der Zielgruppe

Herausforderungen im Quartier

- Überalterung der Gesellschaft, „Silver Society“
- Strukturelle Defizite für Pflegebedürftige im Quartier
- Vereinzelung

Erforderliche Ressourcen

- Technische Innovation, Investition
- Engagierte Bestandshalter:innen
- Daten

Träger:innen/Organisation

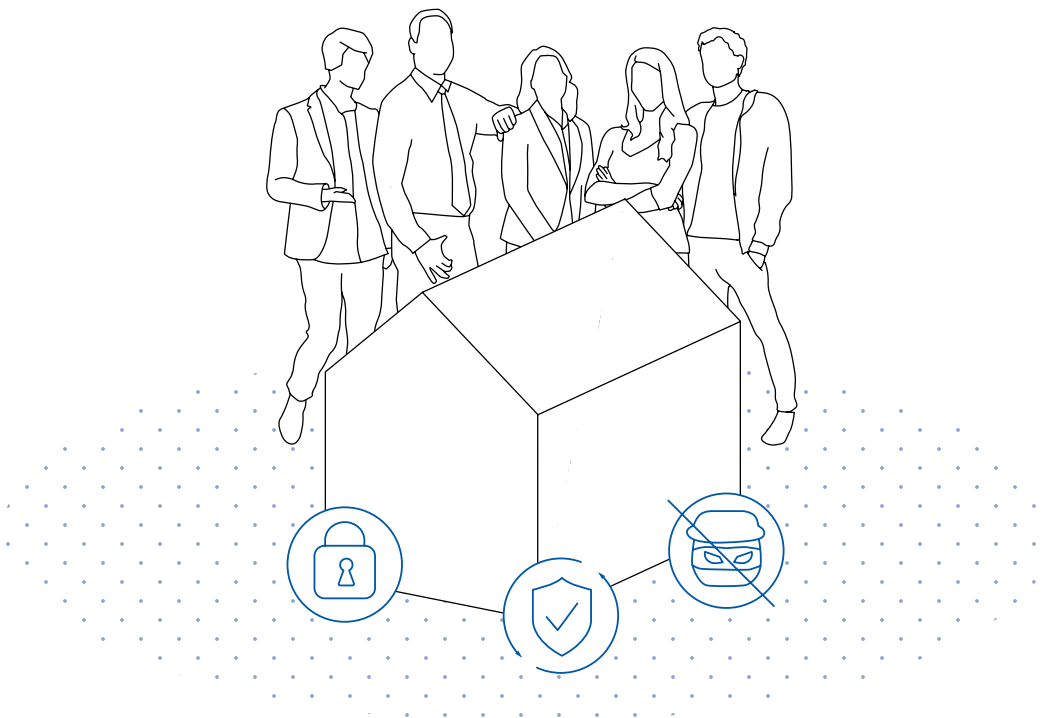
- Privatwirtschaftliche Dienstleister:innen

Beispiele: Ambient Assisted Living

Sicherheit durch Nachbarschaft

Alarmsystem nutzt Sicherheitshinweise aus der vernetzten Nachbarschaft

Im Vergleich zu üblichen Smart Home-Lösungen, die zur Überwachung der Wohnung auf den Einsatz von Kameras setzen und den Hauseigentümer direkt benachrichtigen, wenn die Sicherheit der Wohnung bedroht ist, wird bei diesem System die Familie und Nachbarschaft über Auffälligkeiten am Haus informiert. Sie ersetzen die Kamera und erfüllen die Aufgabe einer gut funktionierenden Nachbarschaft im traditionellen Sinne durch soziale Kontrolle. Ein altbewährtes System wird durch technische Hilfsmittel wiederbelebt, effizienter und verhindert auf diese Weise, dass die Häuser durch die Technik selbst vulnerabel werden. Denn auch auf Kameras können versierte Diebe Zugriff nehmen und sehen, ob sich ein Einbruch lohnt. Der Fokus auf die Rolle der Nachbarschaft führt auch zu einer Vertiefung der Kontakte im Nahumfeld.



Effekt

Im Vordergrund steht das Sicherheitsgefühl, dass durch die soziale Kontrolle der Nachbarschaft entsteht. Ein weiterer Effekt ist die Vertiefung der Vernetzung mit der unmittelbaren Nachbarschaft durch die bewusste Bildung einer Community.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Neuartig ist die Verknüpfung von Smart Home-Lösungen mit dem sozialen Umfeld der Bewohner:innen und den bewährten sozialen Routinen.

Zielgruppen

- Hauseigentümer:innen und technik-affine Menschen
- Menschen mit starkem Bezug zu ihrer Nachbarschaft

Angebotsdimensionen

- Raum:
- Funktion: Messgeräte
- Dienstleistung: Entwicklung, Einbau, Update
- Information: Hinweise an das Mobiltelefon der Nachbar:innen
- Plattform:

Herausforderungen im Quartier

- Unsicherheitsgefühl, Kriminalität
- Fehlender Zusammenhalt im Viertel

Erforderliche Ressourcen

- Sozialkapital
- Technische Innovation, Investition
- Engagierte Bestandshalter:innen

Träger:innen/Organisation

- Privatwirtschaftliche Dienstleister:innen

Beispiele: www.homeandsmart.de/heimwaechter-sicherheitssystem

Gesunde Fahrradrouten

Datenerfassung durch Nutzer:innen zur Auswertung der Luftqualität der eigenen täglichen Fahrradrouten

Fahrradpendler:innen führen ein Messgerät mit sich, das die CO₂-, Feinstoff- und Stickoxidbelastung auf ihren Strecken misst. Sie sammeln auf diese Weise gezielt diejenigen Daten, die für sie selbst von Nutzen sind. Eine Software wertet die Daten aus und kartiert in einer App daraufhin diejenige Wege in der Stadt oder im Quartier, die eine geringe Schadstoffbelastung aufweisen und zeigt den Nutzer:innen so eine „gesunde Route“ auf. Diese Art des Datenmanagements lässt sich auf weitere Projekte zur Verbesserung der Lebensqualität im Quartier ausweiten. Der zur Verfügung stehende Parkraum kann auf diese Weise aufbereitet und sichtbar gemacht werden, so dass weniger motorisierter Individualverkehr die Quartiere durch die Suche nach verfügbarem Parkraum belastet.



Effekt

Die App und ihre Nutzer:innen stellen Informationen zum Schutz von Umwelt und Gesundheit bereit. Die App stärkt damit auch das Vertrauen in eine unbedenkliche Fahrradmobilität in den Ballungszentren.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Datenbasierte Anwendungen nutzen kollektives Wissen bzw. Information und schaffen damit Angebote, die zunächst die individuelle Lebensqualität steigern. Diese lassen sich kommerziell vermarkten und schaffen einen technisch-innovativen Zugang zu klimabewusstem Verhalten.

Zielgruppen

- Pioniere des Wandels
- Technikaffine Menschen mit einem wachsenden Bewusstsein für die Qualität des eigenen Lebensumfeldes

Angebotsdimensionen

- Raum:
- Funktion: Messgeräte
- Dienstleistung:
- Information: Über Routen, Warnhinweise, Empfehlungen als App
- Plattform: Informationsplattform

Herausforderungen im Quartier

- Feinstaubbelastung in hochurbanen Quartieren
- Förderung der Fahrradmobilität

Erforderliche Ressourcen

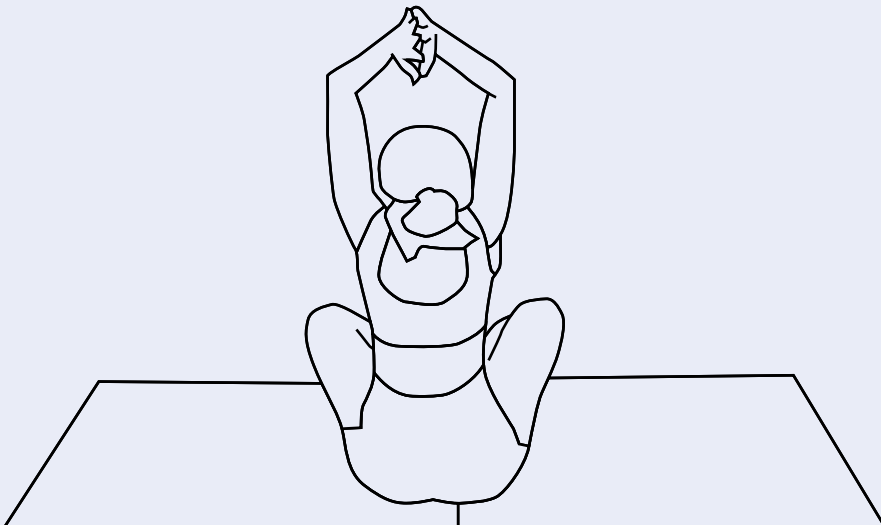
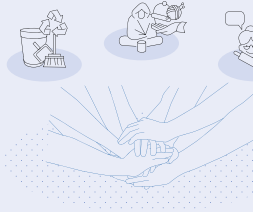
- Daten
- Nachfrage
- Motivierte Pioniere des Wandels

Träger:innen/Organisation

- Privatwirtschaft, Entwickler:innen
- Forschung
- Ämter und Fachstellen (Landes- oder Bundesebene)

Beispiele: Plume Labs, Paris

096	Raum und Lage
110	Mittel zur Befähigung
118	Lieferung
128	Personen und Institutionen
136	Bündel und integrale Konzepte
146	Relokalisierung
160	Medien
172	Anwendungen
188	Begegnung und Aktivitäten
204	Sharing
224	Brücken bauen
242	Mitmachen und aushandeln



Sport im Quartier

Niederschwellige und unverbindliche Sportangebote als Impuls für persönliche Entwicklung und Vernetzung

Unverbindliche Sportveranstaltungen werden in Parks und auf Plätzen im nahen Wohnumfeld angeboten. Um eine stabile Wetterlage zu garantieren und damit ein regelmäßiges Angebot, ist die Aktion auf die Sommermonate begrenzt. Auf einer Website findet die Nachbarschaft die verschieden Kursangebote von Yoga über Zirkeltraining bis Tanz-Fitness in einem übersichtlichen Wochenkalender. Die Sportveranstaltungen können zudem als Imageträger:innen/Vehikel für das Quartier eingesetzt werden und stärken so eine positive Selbstwahrnehmung als Bewohner:in und die Identifikation mit dem Quartier. Es schafft auch wertvolle Einstiegs-momente für Kinder und Jugendliche, die auf diese Weise für den klassischen Vereinssport gewonnen werden können.



Effekt

Angefangen von der individuellen Gesundheitsprophylaxe, über die persönliche Entwicklung und den inneren Ausgleich bis hin zur Teilhabe am Quartiersleben leistet dieses einfache Angebot einen wichtigen Beitrag für die Lebensqualität. Nicht zuletzt sorgt es für belebte Parks und Plätze und garantiert ein Stück soziale Kontrolle und Sicherheit im Quartier.

- Informiert sein, sich sicher fühlen
- Versorgt und ausgestattet sein
- Mobil und angebunden sein
- Unterstützt sein und gepflegt werden
- Vernetzt und eingebunden sein**
- Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Die Unverbindlichkeit macht das Angebot zum Türöffner ins Quartier für Zielgruppen, die nicht so selbstverständlich über Institutionen wie Schule / Kirche / Vereine im Quartier verankert sind.

Zielgruppen

- Alle Quartiersbewohner:innen
- In besonderem Maße interessant für Singles und Alleinstehende aller Altersgruppen, da hier niederschwellig Kontakte geknüpft werden können
- Schafft Zugang zu Kindern und Jugendlichen sozial benachteiligter Milieus, für die Vereinssport zu teuer ist

Angebotsdimensionen

- Raum: Außenraum
- Funktion:
- Dienstleistung: Kursleitung für verschiedene Disziplinen, Koordination
- Information: Information über Kurse auf Website oder App
- Plattform:

Herausforderungen im Quartier

- Individualisierung, Vereinzelung
- Soziale Benachteiligung
- Negatives Image

Erforderliche Ressourcen

- Engagement von Ehrenamtlichen
- Kooperationsbereitschaft Akteursnetzwerk
- Sponsoren

Träger:innen/Organisation

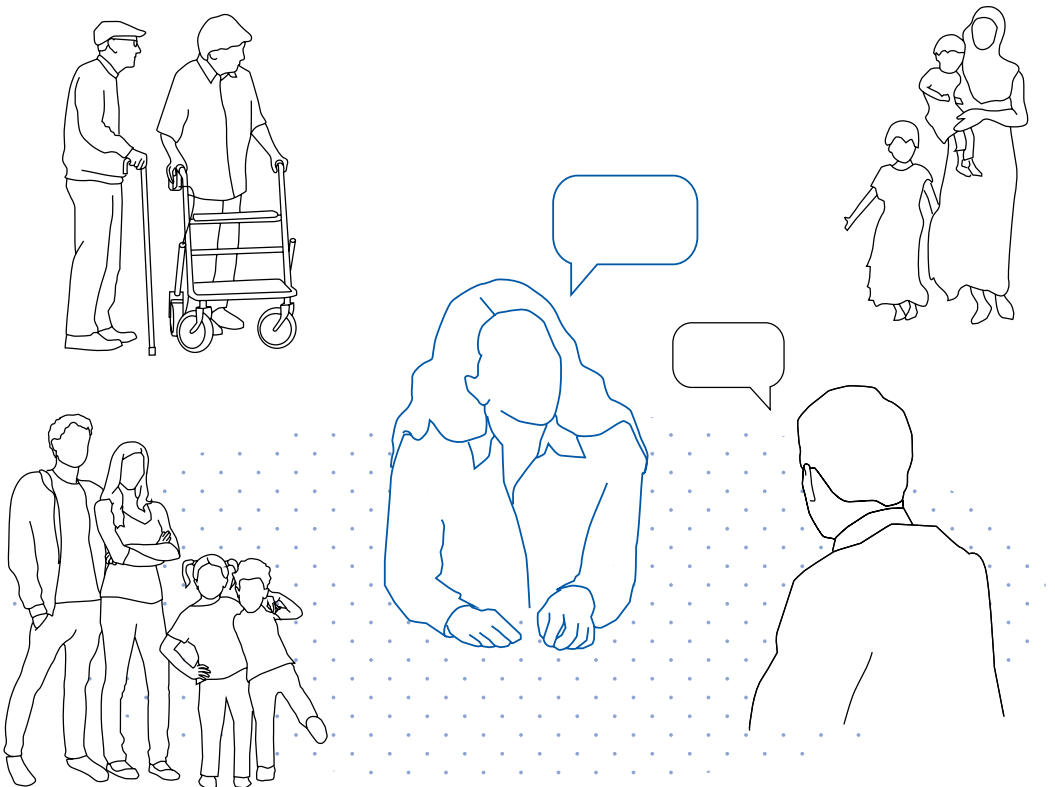
- Ämter und Fachstellen
- Verbände im Bereich Gesundheit
- Ansässige Vereine

Beispiele: Sport im Park, Aachen

Offene Gesprächsangebote

Beratungsangebote, die Kommunikationskanäle mit dem Ziel nutzen, diverse Zielgruppen zu erreichen und in allgemeinen Lebensfragen zu unterstützen

Ehrenamtliche sind Gesprächspartner:innen und hören zu. Dabei geht es um allgemeine Lebensfragen, Krisen und das Gefühl, nicht allein zu sein. Das Angebot ist unverbindlich, bietet aber durch ein gutes Netzwerk von Akteur:innen die Chance, bedürftige Menschen im Quartier zu identifizieren und an professionelle Helfer:innen weiterzuvermitteln. Um eine breite und unspezifische Zielgruppe zu erreichen, suchen die Gesprächspartner:innen den persönlichen Kontakt: Vor Ort bei Events und Aktionen im Viertel, im Café nebenan, als Gäste bei Kulturveranstaltungen oder auf selbstorganisierten Wandertouren. Das offene Gespräch knüpft an die Alltagsroutinen der Quartiersbewohner:innen an und ist ein niederschwelliges Angebot, das vor allem der Vereinzelung im Viertel entgegenwirkt. Sucht man es bewusst auf, geht das über eine Website, den Veranstaltungskalender und auch über Social Media-Plattformen.



Effekt

Neben Direkthilfe im Gespräch stellt das Angebot Informationen über weitere Angebote und professionelle Hilfe bereit, unterstützt Quartiersbewohner:innen, wenn Ansprechpartner:innen im persönlichen Umfeld fehlen und organisiert Gelegenheiten, sich mit Gleichgesinnten im Quartier zu vernetzen.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Der niederschwellige Zugang zu Gesprächs- und Unterstützungsangeboten erfolgt über Freizeitveranstaltungen aber auch Alltagsroutinen im Quartier.

Zielgruppen

- Menschen, die für Kontakt offenstehen bzw. diesen suchen
- Menschen in persönlichen Krisen und Belastungssituationen, die nicht von sich aus gezielt nach Hilfsangeboten suchen

Angebotsdimensionen

- Raum:
- Funktion:
- Dienstleistung: Offenes Gespräch und Beratung
- Information: Zu weiteren Hilfsangeboten und Lebenshilfe im direkten Kontakt
- Plattform:

Herausforderungen im Quartier

- Individualisierung und Vereinzelung
- Soziale Benachteiligung
- Fehlendes Wissen über Angebote

Erforderliche Ressourcen

- Sozialkapital
- Initiative, Ehrenamt
- Akteurskooperation

Träger:innen/Organisation

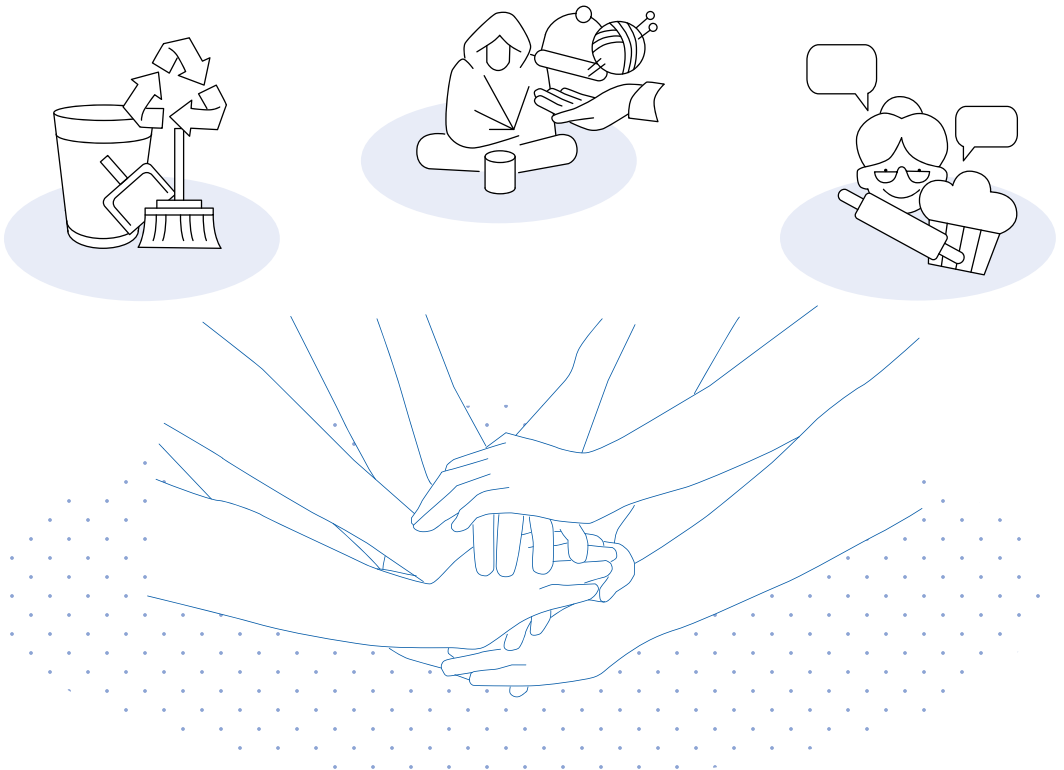
- Karitative Organisationen
- Ämter und Fachstellen
- Initiativen und Vereine
- Genossenschaften

Beispiele: Ansprechbar, Aachen

Treffpunktprojekte mit Sinn

Sinnstiftende Themen und Tätigkeiten führen Quartiersbewohner:innen zusammen

Einsamkeit und Vereinzelung sind drängende Themen urbaner Quartiere, die nahezu alle Altersgruppen betreffen. Neue Treffpunktprojekte bringen einander unbekannte Stadtbewohner:innen für ein sinnstiftendes, gemeinsames Thema oder durch bestimmte Fertigkeiten und vor allem durch die gemeinsame Tätigkeit zusammen. Das kann die Quartierspflege sein und das Sammeln von Müll, das gemeinsame Stricken für Bedürftige oder Backen in Kooperation mit lokalen Unternehmen. Der Austausch ist kein Muss und kann sich ungezwungen entwickeln. Er entsteht je nach Konzept von Peer-to-Peer oder über die verschiedenen Generationen hinweg. Eine gemeinsame Tätigkeit baut Hemmungen ab und langfristig Beziehungen auf. Die Geschäftsmodelle sind vielfältig und vom klassischen Verein bis zum Social Start-up ist vieles möglich. Wichtig für die Ansprache verschiedener Zielgruppen sind die entsprechenden Medien und ein gutes Netzwerk von Akteur:innen.



Effekt

Die Kombination eines zielgruppenspezifischen Themas mit einer nützlichen Tätigkeit erfüllt die Nutzer:innen der Treffpunktprojekte mit Sinn und ermöglicht eine niederschwellige und unmittelbare Kontaktaufnahme und Vernetzung.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Begegnung erfolgt über eine gemeinsame, sinnstiftende Tätigkeit. Dabei sind die Angebote durch eine Multikanal-Kommunikation gut erreichbar und neue Kooperationsmodelle mit der lokalen Wirtschaft denkbar.

Zielgruppen

- Young Urban Professionals und Menschen, die neu in der Stadt sind
- Alleinstehende Berufstätige mittleren Alters, die Kontakt suchen
- Ältere Menschen ohne oder mit wenig direktem Anschluss an die eigenen Familien
- Mögliche Unterscheidung nach Angeboten für Männer / Frauen / Divers, Peer-to-Peer

Angebotsdimensionen

- Raum: Vielfältig
- Funktion: Gemeinsame Tätigkeit
- Dienstleistung: Organisation regelmäßiger Veranstaltungen
- Information: Zielgruppengerechte Ansprache und Medienwahl
- Plattform: Übersichtsplattformen für Treffpunktprojekte als nächster Entwicklungssprung

Herausforderungen im Quartier

- Segregation
- Einsamkeit, Vereinzelung
- Soziodemografischer Wandel
- Wenig Begegnung und Austausch
- Fehlendes Gemeinschaftsgefühl und fehlende Solidarität

Erforderliche Ressourcen

- Sozialkapital
- Akteursnetzwerk
- Initiative

Träger:innen/Organisation

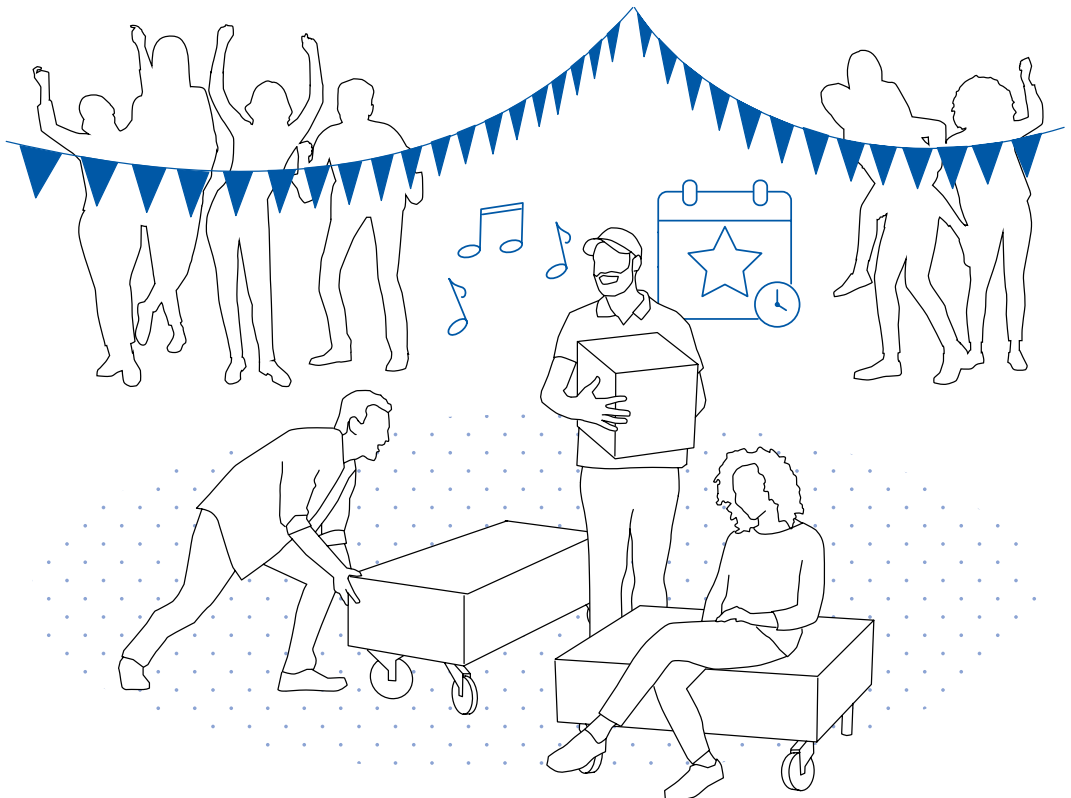
- Ämter und Fachstellen
- Immobilien-/Wohnungswirtschaft
- Initiativen
- Genossenschaften

Beispiele: Wooligans, Hamburg, Kuchentratsch, München, Die Krake, Köln, Men's Shed, Frome (Großbritannien)

Leuchtturmveranstaltung oder -projekte Nachbarschaft

Wiederkehrende und identitätsstiftende Veranstaltungen führen verschiedene soziale Sphären zusammen

Brachflächen und Leerstand bieten die Möglichkeit für Zwischennutzungen. Oft sind an sie noch Erinnerungen und Geschichten geknüpft, die den ansässigen Bewohner:innen etwas bedeuten und einer möglichen neuen Bewohnerschaft ein Begriff sind. Die Orte haben das Potenzial, die Viertelgemeinschaft zu aktivieren und so können im Aushandlungsprozess zwischen zivilgesellschaftlicher Initiative und neuen Investor:innen Projekte und Veranstaltungen entstehen, die die Identität und den Zusammenhalt im Viertel dauerhaft stärken. Es kann sich bei den Veranstaltungen z.B. um sportliche Wettbewerbe handeln, Konzerte, kleine Festivals oder Märkte. Durch eine Teilhabe der Bewohnerschaft auf Augenhöhe und eine Entwicklung aus eigener Kraft werden die Projekte gut angenommen und wertgeschätzt. Die Perspektive auf eine Verstetigung der Nutzung macht die Kollaboration für alle Akteur:innen wertvoll.



Effekt

Nachbarschaftliche Initiativen werden zu Schöpfer:innen neuer Narrative für das Viertel, schaffen Vernetzungsmöglichkeiten und werden zu Verhandlungspartner:innen für Investoren. Starke Themen bringen die verschiedenen sozialen Sphären in Austausch.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Eine Zwischennutzung mit Strahlkraft wird in Kooperation von Zivilgesellschaft und Investor:innen organisiert. Initiativen und Vereine entwickeln und tragen das Angebot zu großen Teilen selbst.

Zielgruppen

- Erstbewohner:innen im neuen Quartier
- Bewohner:innen von Quartieren mit besonderem Handlungsbedarf
- Engagierte Kerngruppen
- Kinder- und Jugendliche

Angebotsdimensionen

- Raum: Brachflächen und Leerstand
- Funktion: Feste und Veranstaltungen
- Dienstleistung: Koordination, Ansprechpartner:in
- Information: Über die Veranstaltungen durch Kooperationspartner:innen und Akteur:innen im Quartier als Informationsoffensive
- Plattform:

Herausforderungen im Quartier

- Segregation
- Gentrifizierung
- Modernisierungsbedarf
- Image
- Wenig Begegnung und Austausch

Erforderliche Ressourcen

- Freiraum
- Sozialkapital
- Engagierte Bestandshalter:innen
- Akteursnetzwerk

Träger:innen/Organisation

- Immobilien- / Wohnungswirtschaft
- Vereine
- Ämter und Fachstellen
- Genossenschaften / Baugruppen

Beispiele: *Statt.Feld.Strand, Magdeburg, Et Kapellche, Köln, B-Sides Festival, Münster*

Zuhör-Kiosk

Bei Bedarf Kontaktgespräche gegen die Einsamkeit

Das Angebot ist einfach: Jemand hört dir zu. Ein Kiosk erreicht Menschen mit diesem neuen Angebot genau dort, wo sie es nicht erwarten, aber genauso, wie sie es in den hochurbanen Quartieren, die von Individualisierung und Vereinzelung geprägt sind, brauchen. Der Typus Kiosk ist in seiner stadtsoziologischen Konnotation vertraut, verlässlich und zugleich unverbindlich. Er bildet einen Ruhepol an stark belebten Plätzen und Durchgangsorten, lädt in seiner alten wie in seiner neuen Funktion zu einem kurzen Austausch ein. Im besten Fall zieht auch der:die Anbieter:in aus den unverbindlichen Gesprächen einen Nutzen. Wechselnde Zuhörer:innen kommen auf diese Weise ihrerseits in Kontakt. Als Ort kann der Kiosk auch für eine beiläufige oder gezielte Rückkopplung zu den Herausforderungen und Bedürfnissen im Quartier eingesetzt werden. Darüber hinaus eignet er sich als Cockpit für Akteurskooperation.



Effekt

Der Betrieb eines Kiosks sorgt für soziale Kontrolle und Sicherheit im Quartier. Das Zuhören unterstützt die Menschen in ihrer Alltagsbewältigung und vermittelt das Gefühl, Teil der Gesellschaft zu sein.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Begegnung und Austausch kann in diesem Angebot ganz unverbindlich und nichtsdestotrotz sehr persönlich und intim sein. Anders als übliche Beratungsangebote nimmt die Konstellation auch das Stigma, dass nur Bedürftige Zuhörer:innen brauchen.

Zielgruppen

- Menschen aller Altersgruppen in hochurbanen Zentren
- Von Vereinzelung betroffene Quartiersbewohner:innen
- Bewohner:innen mit dem Bedarf, ihre Sorgen, Glücksmomente und Geschichten zu teilen

Angebotsdimensionen

- Raum: Typologie Kiosk, zentral an Durchgangsorten
- Funktion:
- Dienstleistung: Zuhören
- Information: Über Öffnung und Erreichbarkeit vor Ort, auf Website
- Plattform:

Herausforderungen im Quartier

- Individualisierung und Vereinzelung
- Wenig Begegnung und Austausch

Erforderliche Ressourcen

- Leerstand
- Sozialkapital
- Initiative

Träger:innen/Organisation

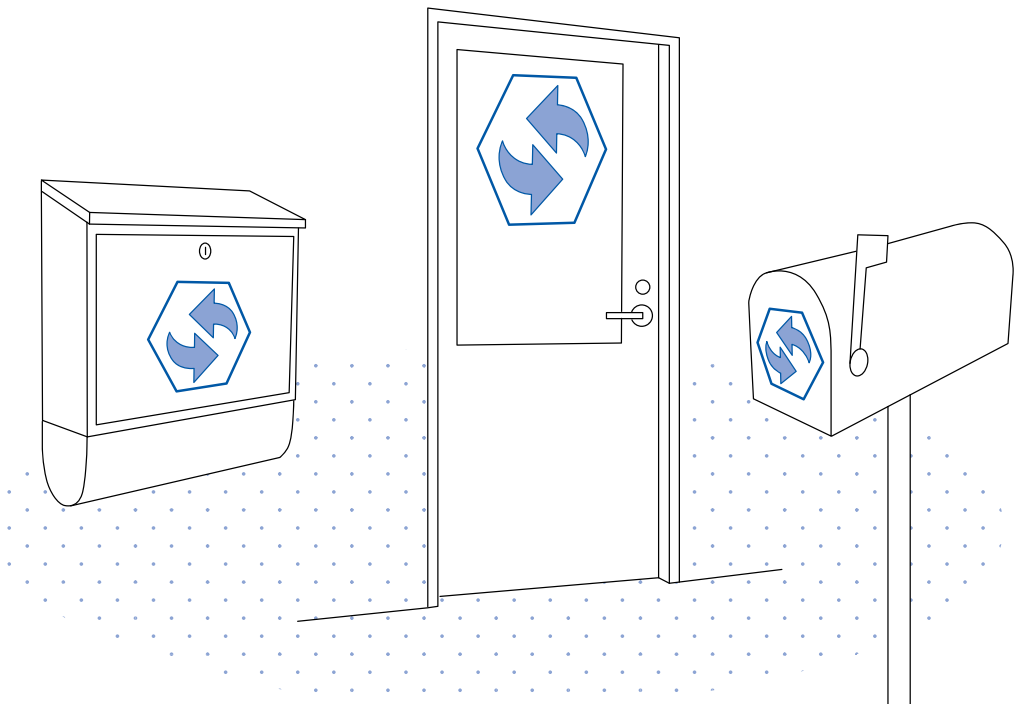
- Verein
- Ämter und Fachstellen
- Spenden, Förderung

Beispiele: Zuhör-Kiosk U-Bahn-Emilienstraße, Hamburg

Mein Zeichen zum Tauschen

Über Sticker an Haus, Tür oder Fenster anderen etwas zum Teilen anbieten

Über einen Sticker auf dem Briefkasten gibt man der Nachbarschaft den Hinweis, welche Güter des täglichen Bedarfs man bereit ist, mit ihr zu teilen. Von der Bohrmaschine, über die Partybeleuchtung bis hin zum Kinderwagen können das Gegenstände sein, die im eigenen Haushalt nur selten bis gar nicht zum Einsatz kommen. Das Konzept kann seine Wirkung vor allem im gemeinsamen Wohngebäude entfalten, indem die präsenten Sticker täglich an das Angebot erinnern. Im Haus regt es den Austausch mit den Nachbar:innen an, die anderenfalls oft anonym bleiben würden. Die Idee vom bewussten Umgang mit endlichen Ressourcen verbindet die Hausgemeinschaft mit einer überregionalen Community. Teilnehmen können auch Geschäfte als zentrale Sharing-Points. Eine digitale Plattform, die eine Karte der teilnehmenden Standorte zu Verfügung stellt, skaliert die Idee und die Gemeinschaft auf ein internationales Level.



Effekt

Neben einer guten Ausstattung mit Gütern und dem Kontakt mit der unmittelbaren Nachbarschaft des Wohnblocks sind die Sticker ein Medium, um den Austausch mit einer Gemeinschaft zu initiieren.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Ein einfaches Zeichen wird zur Kommunikationsbrücke in die Nachbarschaft und ermöglicht es sehr niederschwellig Güter zu teilen und in Austausch mit Gleichgesinnten zu kommen.

Zielgruppen

- Bewohner:innen von Neubauprojekten, die auf diese Weise einen Einstiegskontakt zur Nachbarschaft erhalten
- Pioniere und Aktivist:innen des Wandels in Bezug auf Konsumverhalten und Besitz

Angebotsdimensionen

- Raum:
- Funktion: Sticker
- Dienstleistung:
- Information: Website mit Standortkarte
Bestellmöglichkeit
- Plattform: Social Media-Marketing

Herausforderungen im Quartier

- Strukturelle Defizite
- Soziodemografischer Wandel
- Wenig Begegnung und Austausch
- Individualisierung, Vereinzelung
- Fehlendes Gemeinschaftsgefühl, fehlende Solidarität

Erforderliche Ressourcen

- Sozialkapital
- Initiative
- Engagierte Bestandshalter:innen

Träger:innen/Organisation

- Initiative
- Immobilien-/Wohnungswirtschaft
- Verein (für die Plattform)

Beispiele: Pumpipumpe, Bern (Schweiz)

Projekte/Veranstaltungen von Bewohner:innen

Angebote aus dem Inneren des Quartiers entwickelt – aus dem Quartier für das Quartier

Am Anfang steht die Initiative einer kleinen Gruppe von Bürger:innen mit der Idee, das Wohnumfeld zu beleben oder auf ein bestimmtes Thema aufmerksam zu machen. Es entstehen Hoffeste, Straßenflohmärkte und Thementage, die selbst Menschen von Außerhalb ins Viertel ziehen, Begegnung und Austausch fördern. Bislang ungenutzte Stadträume können durch Veranstaltungen aktiviert werden. Digitale Plattformen erleichtern den Zusammenschluss und die Kooperation unterschiedlicher Akteur:innen mit einem gemeinsamen Interesse, machen neue Teilangebote möglich, sorgen für Kontinuität und Reichweite. Unabhängig von der Größenordnung der Veranstaltungen bleibt der Schlüssel zu einem interessanten und vielfältigen Angebot die Unterstützung von Ideen und Teilangeboten aus der Nachbarschaft selbst. Intermediäre können diese Entwicklung durch Werkstätten, Pilotprojekte und Wettbewerbe auch von außen anstoßen.



Effekt

Neben dem Vernetzungseffekt für Akteur:innen der Nachbarschaft liegt mit den neueren Veranstaltungstypen der Schwerpunkt auf der nachhaltigen Ermächtigung und Entwicklung von Bewohner:innen – hin zu Anbieter:innen.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Über eigene Projekte oder Veranstaltungen haben engagierte Bewohner:innen die Möglichkeit sich auszutauschen und sich für ein gemeinsames Anliegen stark zu machen.

Zielgruppen

- Das Angebot spricht in besonderer Weise engagierte Gestalter:innen der Nachbarschaft an
- Engagierte Stadtakteur:innen
- Bewohner:innen, die einen Einstieg ins Nachbarschaftsleben suchen

Angebotsdimensionen

- Raum: Öffentlichen Raum aktivieren, „labeln“
- Funktion:
- Dienstleistung: Organisation Ideenwettbewerb und Teilnahmen
- Information: Über Termine, Programm, Standorte, Teilnehmer:innen und Profile
- Plattform:

Herausforderungen im Quartier

- Segregation
- Image
- Fluktuation
- Wenig Begegnung und Austausch
- Kommunikation von Angeboten

Erforderliche Ressourcen

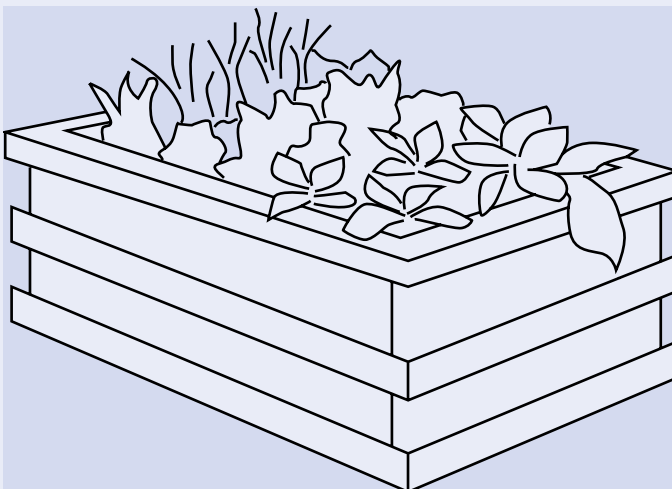
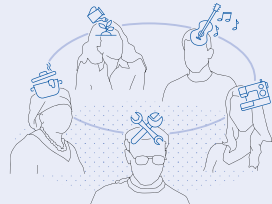
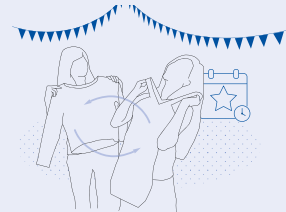
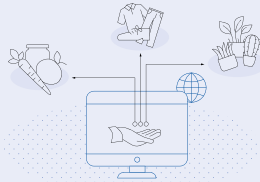
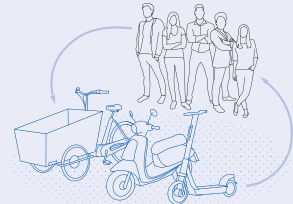
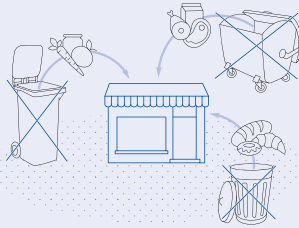
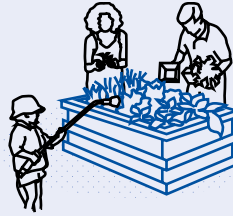
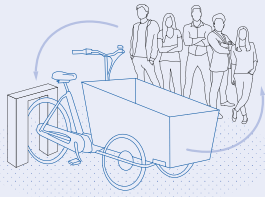
- Freiraum
- Sozialkapital
- Akteursnetzwerk
- Know-how

Träger:innen/Organisation

- Initiativen
- Vereine
- Akteursnetzwerke
- Wohnungswirtschaft
- Gemeinnützige Dienstleister:innen
- Genossenschaften

Beispiele: Tag der Nachbarschaft, www.nebenan.de, Tag des guten Lebens, Köln, Bildungshaus Löweneckschule, Augsburg, Ideenwerkstatt – Quartier U1, Nürnberg

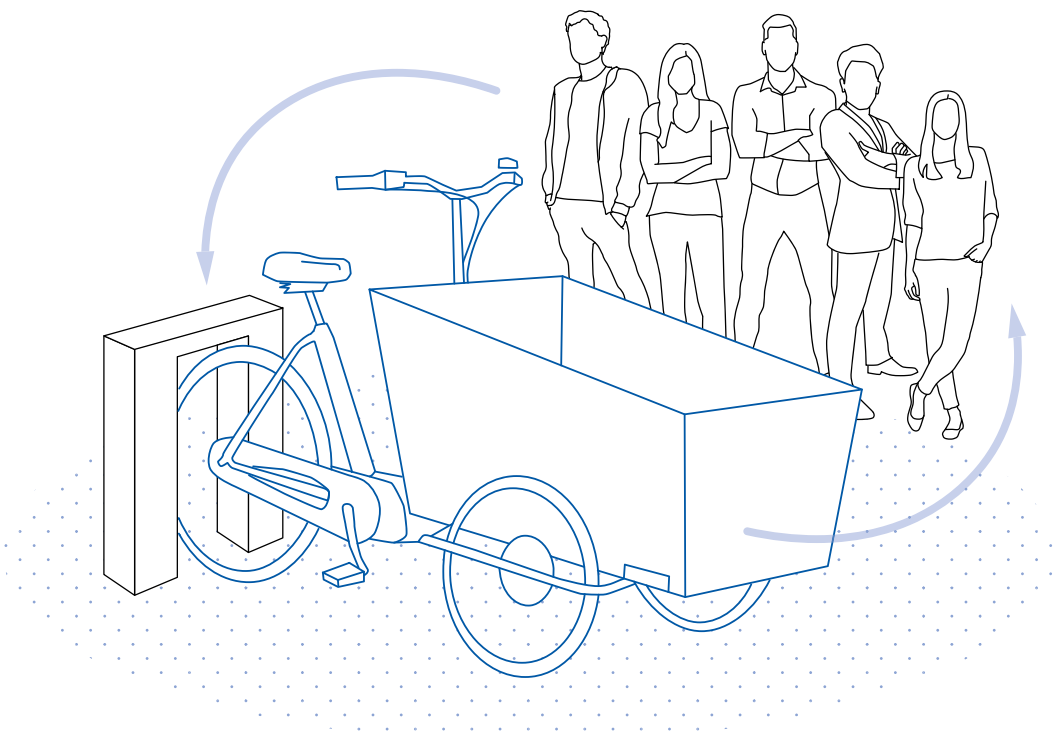
096	Raum und Lage
110	Mittel zur Befähigung
118	Lieferung
128	Personen und Institutionen
136	Bündel und integrale Konzepte
146	Relokalisierung
160	Medien
172	Anwendungen
188	Begegnung und Aktivitäten
204	Sharing
224	Brücken bauen
242	Mitmachen und aushandeln



Lastenradverleih

Niederschwellige und umweltfreundliche Transportmöglichkeit als Alternative zum motorisierten Individualverkehr

Durch den Verleih von Lastenrädern erhält eine breite Bewohnerschaft Zugang zu einer umweltfreundlichen und flexiblen Mobilitätsform mit der kurze und mittlere Distanzen auch mit schwerer Ladung zurückgelegt werden können. Die Räder sind in der Regel an einer oder mehreren Stationen, meist Ankerstationen im Quartier beziehungsweise im Stadtraum, zu leihen. Unterschiedliche Organisationsmodelle sind möglich: Kostenlose Nutzung nach Registrierung, genossenschaftliches Eigentum oder kommerzielle Angebote über Abonnements oder Einmalzahlung bei Nutzung. Somit kann auch der Maßstab des Angebots von einem einzelnen gemeinschaftlich genutzten Fahrrad eines Wohnkomplexes bis hin zu einem stadtweit organisierten System variieren.



Effekt

Den Nutzer:innen steht ein weiteres Mobilitätsangebot zur Verfügung, mit dem eine Versorgungslücke im Bereich Transport geschlossen werden kann. Durch das Verleihsystem werden im Gegensatz zur individuellen Anschaffung monetäre und Raum-Ressourcen der Nutzer:innen gespart. Sichtbarkeit und Präsenz im Stadtbild erhöhen das Sicherheitsgefühl.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Das Fahrrad, als klimaneutrales Fortbewegungsmittel, wird in seiner Nutzungsmöglichkeit erweitert und schließt die Lücke zum innerstädtischen Kleintransport. Durch den Verleih ist es niederschwellig und ressourcenschonend nutzbar, das ermuntert zum Ausprobieren und fördert ein Umdenken im Hinblick auf Mobilitätsroutinen.

Zielgruppen

- Breit gefächerte Nachbarschaft
- Schwerpunkt auf jungen Familien / Entrepreneure des Wandels mit Verankerung in hochurbanen Quartieren, in denen Parkraum Mangelware ist.

Angebotsdimensionen

- Raum: Lage an Ankerstationen
- Funktion: Lastenräder, Infrastruktur wie Schleppräder
- Dienstleistung: Reparaturservice
- Information: im Straßenraum und über Social Media
- Plattform: Buchungssystem über Website und App

Herausforderungen im Quartier

- Verkehrslast auf den Straßen
- Parkraumreduktion (MIV)

Erforderliche Ressourcen

- Sponsor:innen und Entrepreneure
- Bereitschaft und Motivation zu Wandel und Veränderung

Träger:innen/Organisation

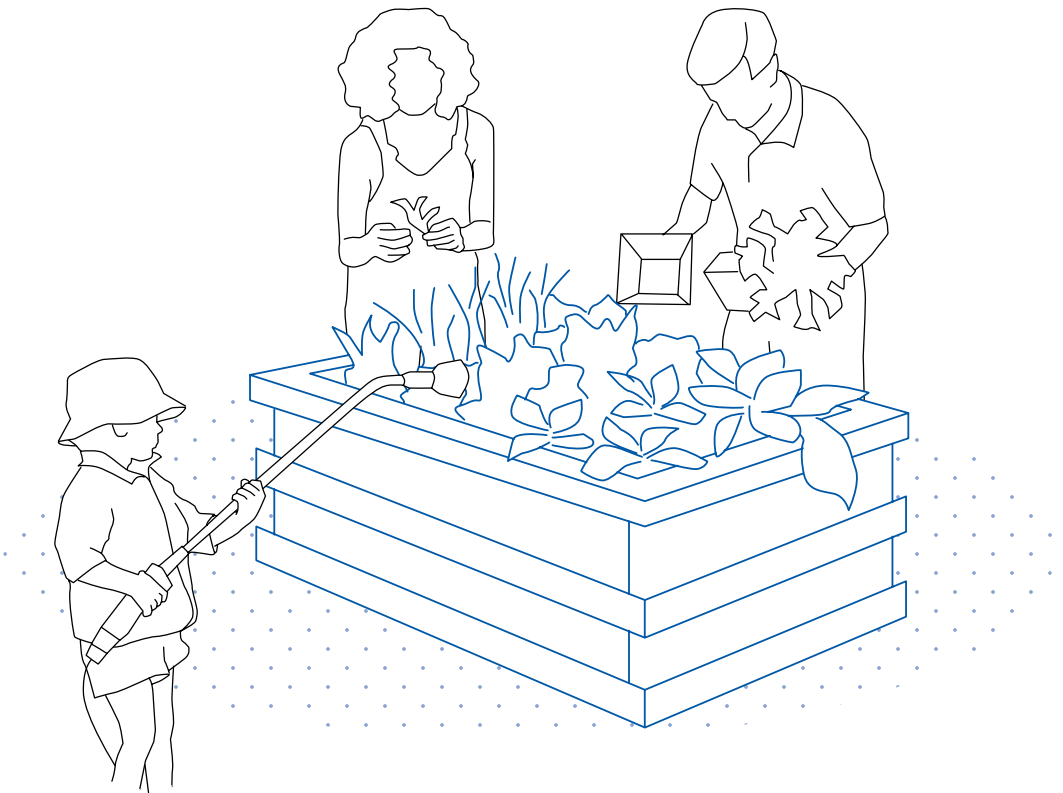
- Verbände wie der ADFC, Arbeitsgruppen
- Verkehrsbetriebe
- Privatwirtschaftliche Kleinunternehmer:innen
- Nachbarschaftliche Initiative
- Genossenschaften

Beispiele: *Frieda & Friedrich Lastenrad, Dresden, HinsundKunzt – Lastenräder von Nachbar für Nachbarn, Köln Sülz, fLotte – Freie Lastenräder für Berlin*

Urban Gardening

Freiflächen für urbane Lebensmittelproduktion; Lernen und Gemeinschaft erfahren

Gemeinschaftsgärten können mit unterschiedlichen Schwerpunktsetzungen betrieben werden, wie z.B. dem interkulturellen Austausch. Meist wird jedoch ein ganzheitlicher Ansatz verfolgt, der eine breite Zielgruppe anspricht und als eine weitere Möglichkeit für Begegnung und Austausch im Quartier vor allem die urbane Produktion von Lebensmitteln und die Verbesserung des Stadtklimas zum Ziel hat. Damit ziehen die Gemeinschaftsgärten vor allem Pioniere des Wandels an, die eine Relokalisierung der Wirtschaft unterstützen. Geteilt wird das Wissen über den ökologischen Anbau, die Freifläche, Infrastruktur und Gerätschaft. Die Organisationsformen sind dabei vielfältig und reichen von der Bewirtschaftung von Dachflächen innerhalb eines Genossenschaftsprojektes bis hin zur Nutzung von Teilbereichen öffentlicher Parkanlagen.



Effekt

Die Projekte aktivieren die Nachbarschaft, ihr Nahumfeld unmittelbar selbst zu gestalten: „Hier kann ich ernten, was ich gesät habe“. Einigerorts kann sich ein eigener Wirtschaftssektor daraus entwickeln und Strukturwandel überwinden. Darüber hinaus haben Gemeinschaftsgärten das Potenzial, den Austausch über verschiedene soziale Sphären hinweg zu stärken.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Gärtnern ist nicht mehr nur mit individuellem Rückzug assoziiert, wie im Beispiel der traditionellen Schrebergartensiedlungen. Im Urban Gardening steckt das Versprechen einer geteilten und gemeinschaftlich betriebenen Aufwertung des Stadtraums, Stadtklimas und der urbanen Lebensmittelproduktion.

Zielgruppen

- Pioniere des Wandels hin zu grüneren Städten, Selbstversorgung und gutem Stadtklima
- Schwerpunktsetzung und die Ansprache verschiedener Zielgruppen ist denkbar

Angebotsdimensionen

- Raum: Straßenraum, Innenhöfe, Dachflächen, Parks
- Funktion: Geräte
- Dienstleistung: Anleitung, Koordination
- Information: Kalender, Veranstaltungen
- Plattform: Netzwerkbildung über ein gemeinsames Interesse

Herausforderungen im Quartier

- Strukturelle Defizite
- Segregation
- Image
- Wenige Begegnung und Austausch
- Individualisierung und Vereinzelung
- Soziale Benachteiligung
- Fehlendes Gemeinschaftsgefühl und fehlende Solidarität

Erforderliche Ressourcen

- Freiflächen
- Sozialkapital
- Akteurskooperation
- Know-how
- Bereitschaft zum Wandel

Träger:innen/Organisation

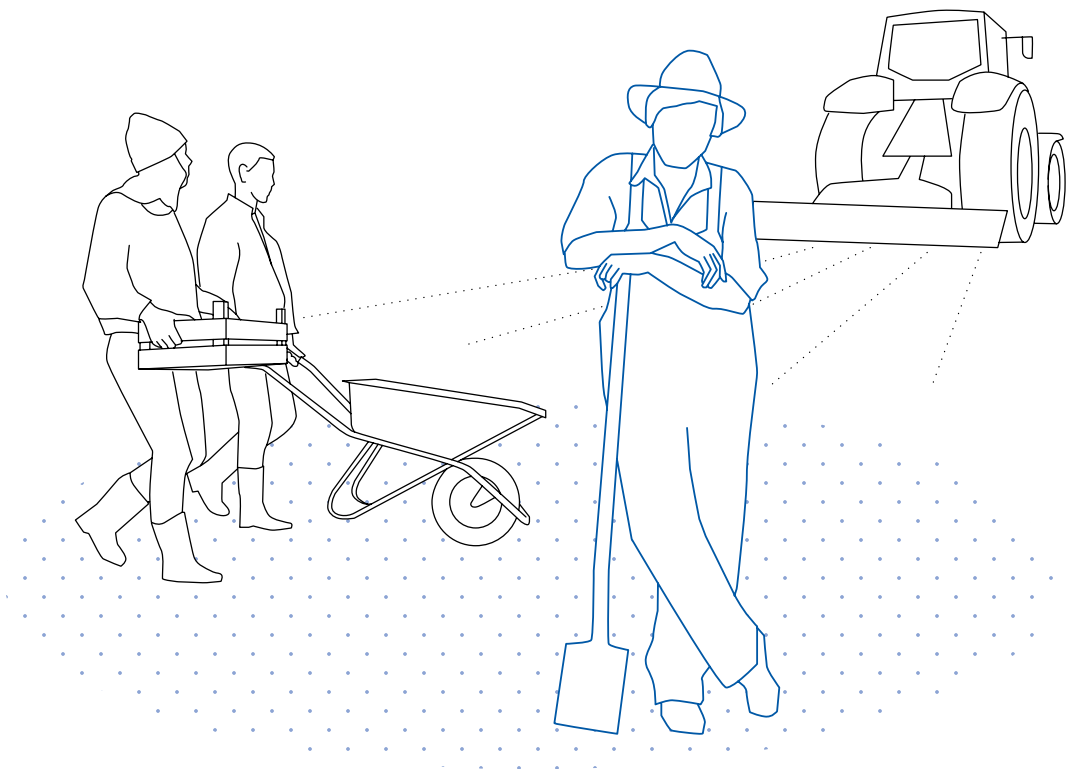
- Verein
- Genossenschaft
- Unterstützung von Ämtern und Fachstellen

Beispiele: *Incredible Edible, Todmorden GB, Gallus Garten, Frankfurt, Gemeinschaftsgärten Essen-Siepenetal, www.gemüsekoop.de (Plattform, Köln)*

SOLAWI und Distribution

Zeitlich festgelegte Verteilung von Waren als Nischennutzung und ohne eigene Geschäftsräume

Nach dem Prinzip der solidarischen Landwirtschaft finanziert eine Gruppe privater Haushalte landwirtschaftliche Erzeugnisse und lokale Produzent:innen unmittelbar, wofür sie im Gegenzug den rein biologisch erzeugten Ernteertrag erhält. Hierdurch entsteht ein persönlicher Bezug zu Erträgen und Erzeuger:innen vor Ort. Begleitet wird das Grundangebot in der Regel von einer Website mit den wichtigsten Informationen zur Organisation, einem Kalender mit dem Hinweis auf Veranstaltungen und Workshops. Hier wird Wissen geteilt, das die Gemeinschaft verbindet und weiter zusammenführt. Auch Social Media-Kanäle werden intensiv zur Kommunikation der Angebote genutzt. Distribution kann am Produktionsort stattfinden, ist aber auch als Nischennutzung anderen Angeboten im Quartier beigeordnet und oftmals zeitlich rhythmisiert. Meist sind dies Läden, Cafés oder andere Ankerpunkte im Quartier, die vor dem Hintergrund gemeinsamer Werte geführt werden. Möglich ist auch eine Auslieferung auf Anfrage mit dem Lastenrad.



Effekt

Im Vordergrund steht die Versorgung mit regional und biologisch produzierten Lebensmitteln. Oftmals können die Nutzer:innen selbst Hand anlegen, sich auf dem Gebiet Anbau weiterbilden und sich mit der Interessensgemeinschaft vernetzen. Über das verbindliche Engagement wird die Verankerung der Nutzer:innen am Ort gefestigt.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Neben der lokalen Produktion und unmittelbaren Nutzung sowie einer Organisation des Angebotes nach dem Genossenschaftsmodell entsteht im Bereich der Distribution eine neue Kultur des Teilens von Gütern und Angeboten.

Zielgruppen

- Pioniere des Wandels in Bezug auf nachhaltiges Wirtschaften
- Junge Familien, die sich regional und gesund ernähren möchten
- Städtische Wohngemeinschaften

Angebotsdimensionen

- Raum: Private Ackerflächen, Ankerstationen zur Distribution
- Funktion:
- Dienstleistung: Bewirtschaftung, Distribution, Workshops, Veranstaltungen
- Information: Über Nutzungsbedingungen, Termine, Website und Social Media
- Plattform: Als Übersichten über SOLAWIS und Netzwerk

Herausforderungen im Quartier

- Soziodemografischer Wandel
- Individualisierung und Vereinzelung
- Stadtklima und Gesundheit
- Soziale Benachteiligung

Erforderliche Ressourcen

- Freiraum
- Akteursnetzwerk
- Engagierte Bestandshalter:innen
- Know-how
- Bereitschaft zum Wandel

Träger:innen/Organisation

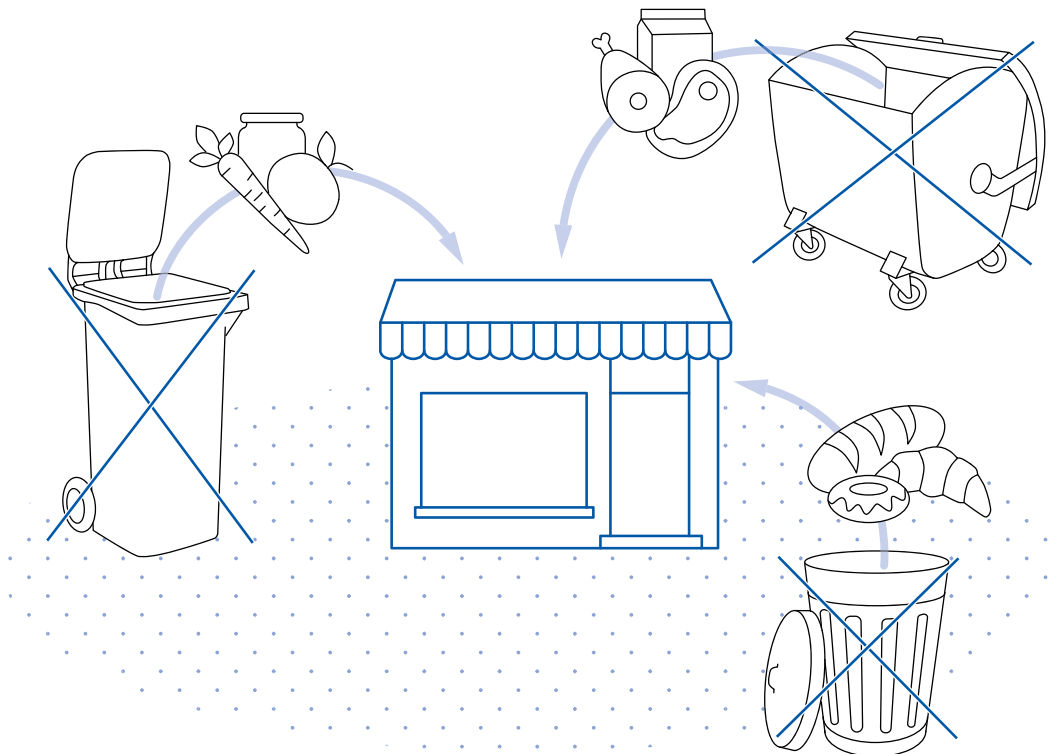
- Vereine
- Genossenschaften
- Dienstleister:innen
- Gemeinnützige GmbH

Beispiele: Ligsalz8, München, Solidarische-Landwirtschaft.org (Plattform)

Gerettete-Lebensmittel-Laden

Grundversorgung für kleines Geld und ohne Stigma – oder mit gutem Gewissen

Das Angebot im Laden setzt einen Impuls gegen die Überproduktion und ist auf diejenigen Produkte beschränkt, die in den Supermärkten keine Abnehmer:innen mehr finden: Gemüse, das nicht der Norm entspricht oder Produkte, die das Haltbarkeitsdatum geringfügig überschritten haben. Der Laden kann ehrenamtlich aber auch marktwirtschaftlich betrieben werden. Für Menschen, die sich im Viertel ehrenamtlich einsetzen möchten, ist die Arbeit eine Gelegenheit, Kontakte in die Nachbarschaft zu knüpfen. Dabei bringt das Konzept diejenigen zusammen, die sich bewusst für ein nachhaltiges Wirtschaften einsetzen möchten und Menschen, die schlicht auf günstige Nahversorgung angewiesen sind. Diese Mischung mildert, vor allem für die letztere Gruppe, das Stigma, sichtlich bedürftig zu sein. Eine wichtige Voraussetzung ist die Kooperation mit den großen Supermarktketten im Viertel, SOLAWIs und Bäckereien.



Effekt

Über eine günstige Nahversorgung und die Vernetzung mit dem Quartier hinaus können Brücken zwischen verschiedenen sozialen Sphären gebaut werden.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Das Angebot wächst: Angefangen bei Share-Boxes und einzelnen Regalen in Supermärkten hin zu eigenständigen Konzepten im Quartier. Ermöglicht werden die eigenständigen Läden durch eine gute Kooperation von Initiativen und Marktakteur:innen.

Zielgruppen

- Überzeugte Pioniere des Wandels hin zu ressourcenschonendem Konsum
- Bedürftige Menschen, die auf günstige Lebensmittel angewiesen sind
- Selbstorganisierte Solidargemeinschaften

Angebotsdimensionen

- Raum: Ladenlokal EG
- Funktion:
- Dienstleistung: Verkauf, Organisation Ehrenamt und Kooperation
- Information: Über aktuelles Angebot auf Website und Social Media
- Plattform: Apps machen weitere Restbestände in der Nähe sichtbar

Herausforderungen im Quartier

- Strukturelle Defizite
- Soziodemografischer Wandel
- Soziale Benachteiligung
- Fehlendes Gemeinschaftsgefühl und fehlende Solidarität

Erforderliche Ressourcen

- Leerstand
- Sozialkapital
- Akteursnetzwerk
- Bereitschaft zum Wandel

Träger:innen/Organisation

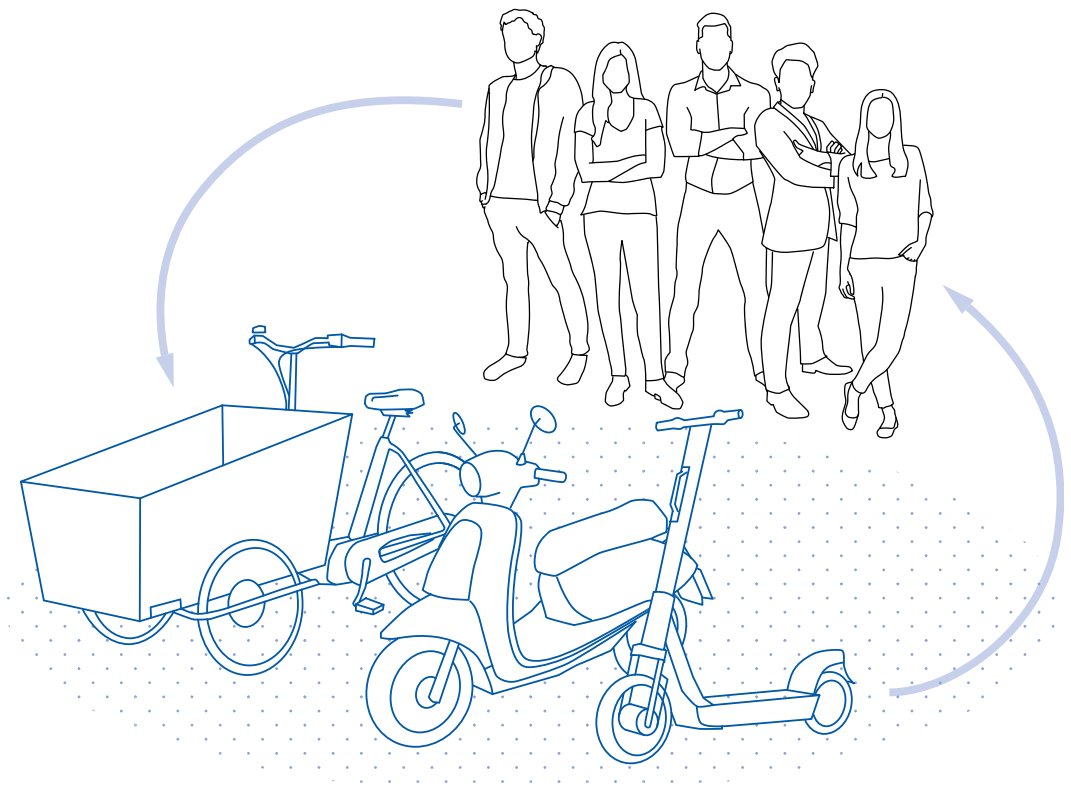
- Verein
- Gemeinnützige GmbH
- Private Dienstleister:innen

Beispiele: *The Good Food, Köln, Hinsundkuntz, Köln, ReSis Lebensmittelrettung – UG, Hamminkeln, Too good to go – App, vermittelt Restbestände in der Nähe, SIRPLUS (Onlineladen)*

Geteilte Mobilitätsangebote

Ressourcen schonen und multimodale Mobilitätsangebote teilen

Mit diesem Ansatz überzieht ein mehr oder weniger diversifizierter Pool an Fahrzeugen das Quartier netzartig und macht das geteilte Mobilitätsangebot allgegenwärtig. Das Angebot, bestehend aus Fahrzeugen, Buchungsplattform und diversen Serviceleistungen kann genossenschaftlich organisiert und lokal verankert sein oder im Gegensatz dazu global, bis eine Monopolstellung erreicht wird. Je umfassender die Reichweite des Angebotes, je größer also der Gesamtmarktanteil, desto besser können im lokalen Markt je nach regionalem Bedarf beziehungsweise je nach Kultur Schwerpunkte gesetzt und die Verkehrsmittel diversifiziert angeboten werden: Autos, Scooter, Roller, Fahr- und Lastenräder mit Elektroantrieb können von den Marktführer:innen wirtschaftlich angeboten werden. Auch ein lokal organisiertes Angebot von Vereinen geht über die geteilte Fahrzeugflotte hinaus Kooperationen mit privaten Dienstleister:innen ein, die den Service rund um die Hardware organisieren.



Effekt

Neben guter Information über das örtliche Mobilitätsangebot sind die Nutzer:innen gemäß ihrem eigenen Bedarf multimodal, mobil und angebunden und das vor dem Hintergrund eines ressourcenschonenden Ansatzes.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Teilen von Mobilitätsangeboten schont Ressourcen und regt eine Diversifizierung des Marktes an.

Zielgruppen

Vor allem technikaffine Städter:innen und junge Menschen, die sich auf unterschiedliche Mobilitätsangebote im Wechsel einlassen können.

Angebotsdimensionen

- Raum:
- Funktion: Multimodale Mobilität als dichtes Netz verfügbar
- Dienstleistung: Optimierung, Service, Beratung
- Information: Zu Verfügbarkeit, Nutzung, Geschäftsbedingungen
- Plattform: Zur Buchung

Herausforderungen im Quartier

- Strukturelle Defizite
- Insellage
- Stadtklima und Gesundheit

Erforderliche Ressourcen

- Freiraum
- Technische Innovation
- Akteursnetzwerk (im Fall der genossenschaftlichen Organisation)

Träger:innen/Organisation

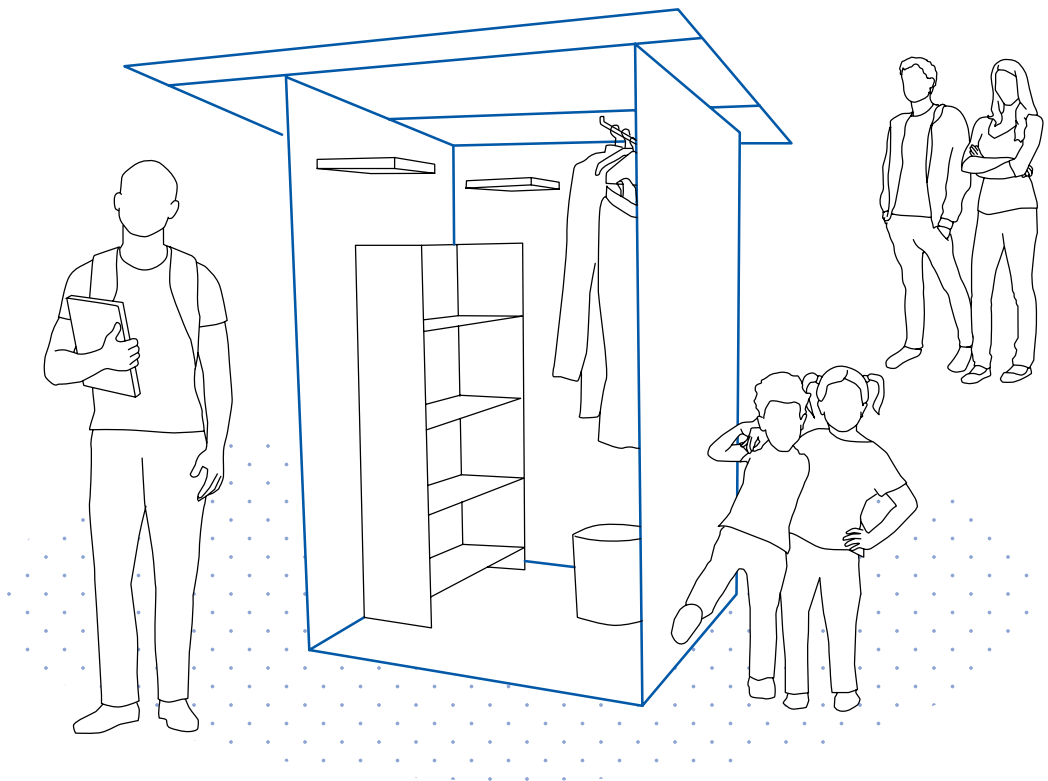
- Private Anbieter:innen
- Vereine
- Genossenschaften

Beispiele: BAA – beiAnrufAuto e.V., LimeBike, Kalifornien USA

Share-Box

Medium zum Teilen von überschüssigen Gütern an zentraler Stelle im Quartier

Eine Share-Box ist ein begehbare Schrank, der an einer Stelle mit hoher Passantenfrequenz im öffentlichen oder halböffentlichen Raum aufgestellt wird. Wenn sie gut angenommen wird, geht der unscheinbaren Box einiges an Planung voraus. Gestaltung und Unterhalt sollten durch eine Privatperson, eine Initiative oder die Kommune o.ä. dauerhaft abgesichert sein. Das sorgt für eine durchgängige Attraktivität. Darüber hinaus ist es sinnvoll, die Idee früh zu verbreiten, Nachbar:innen bei der Standortfindung und Gestaltung mit einzubeziehen und ein Netzwerk von Nutzer:innen schon vorbereitend aufzubauen. So wird nicht nur der künftige einzelne Tausch zum Moment für Begegnung, sondern das gemeinsame Projekt als solches und die Verantwortung für eine gemeinsame Initiative. Über Social Media-Kanäle, Plakate oder eine kleine Eröffnungsveranstaltung gewinnen das Möbel und die Idee an Reichweite.



Effekt

Die Share-Box ist, wenn die Idee gut implementiert wird, eine überschaubare, aber wirkungsvolle Maßnahme. Sie sorgt für die Ausstattung mit den unterschiedlichsten Gütern. Als gemeinsames Projekt führt sie die Nachbarschaft zusammen und macht aus Bewohner:innen Projektleiter:innen.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Der gestaltete, aber sehr niederschwellige Tausch als ein sichtbares und mittlerweile persistentes Statement gegen die Konsumgesellschaft.

Zielgruppen

- Breite Bewohnerschaft
- Begeisterte Initiator:innen als Pioniere des Wandels hin zu einer nachhaltigen Konsumkultur
- Vorbeistreifende Bewohner:innen in ihren Alltagsroutinen
- Bedürftige Menschen

Angebotsdimensionen

- Raum: Höher frequentierter öffentlicher / halböffentlicher Raum
- Funktion: Möbel
- Dienstleistung: Projektdurchführung, Pflege
- Information: Über den Standort und das Sortiment
- Plattform: Ggf. auf Sharing-Plattform kartiert

Herausforderungen im Quartier

- Strukturelle Defizite bei den Versorgungsangeboten
- Soziodemografischer Wandel in Bezug auf Konsumbewusstsein
- Fehlende Möglichkeiten für Begegnung und Austausch
- Soziale Benachteiligung

Erforderliche Ressourcen

- Freiraum
- Sozialkapital
- Akteursnetzwerk

Träger:innen/Organisation

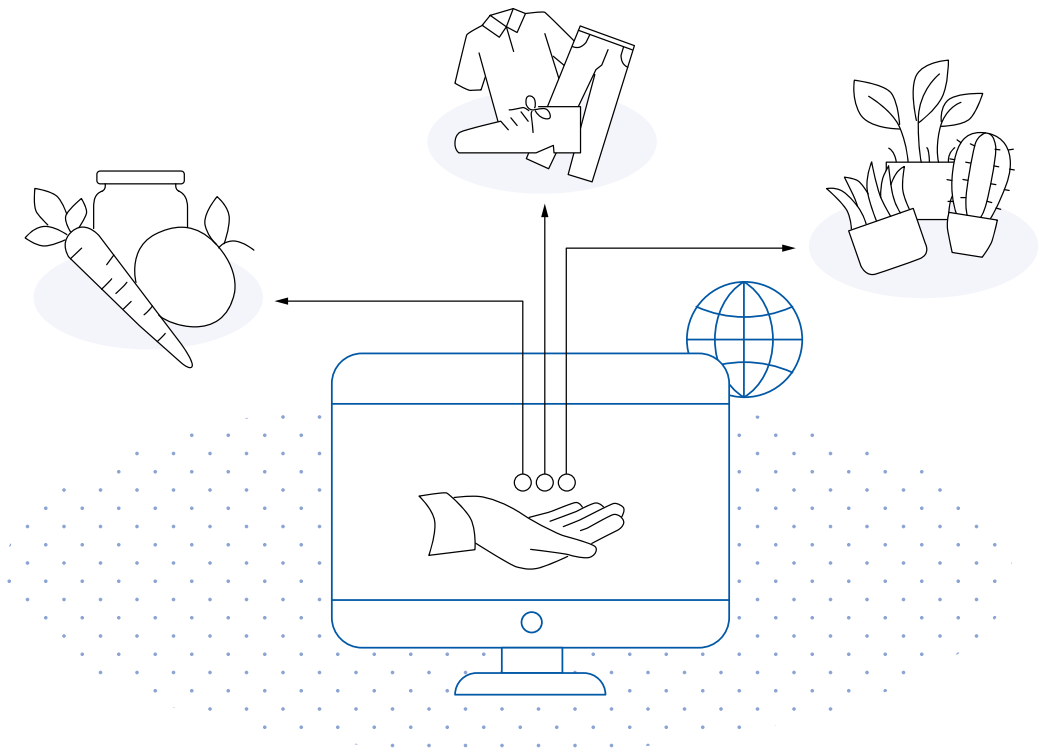
- Privatleute, Initiativen
- Kommunen
- Karitative Träger:innen
- Engagierte Bestandshalter:innen

Beispiele: <https://giveboxbadhomburg.de>

Sharing-Plattform

Lokal verankerte Plattform zur Verabredung zum Tausch von Gütern

Digitale Sharing-Plattformen unterstützen eine globale Grasrootsbewegung, die zunächst im Kleinen das Ziel verfolgt, nachhaltigen Konsum in den Gesellschaften zu verankern. Websites, Social Media-Kanäle aber auch Apps ordnen lokale Aktivitäten übersichtlich, ermöglichen niederschwellige Kommunikation und den Austausch von Gütern oder Diensten innerhalb einer Nachbarschaft oder eines Viertels. Die Plattformen sorgen gleichermaßen für einen nationalen und internationalen Erfahrungsaustausch, wodurch sich der Gedanke der Sharing-Economy rasant ausbreiten konnte. Wichtige Bausteine sind Produktprofile und Kontaktdaten. Es können aber auf dem entsprechenden Kartenmaterial auch Standorte für sogenannte Verteilstationen bzw. Share-Boxes geteilt werden, die zuvor durch lokale Initiativen eingerichtet wurden. Die Plattformen und die lokalen Angebote leben von ehrenamtlichem Engagement.



Effekt

Sharing-Plattformen stellen in erster Linie Informationen und Hilfsmittel für die Kommunikation über Angebote bereit und bereiten eine lokale Tauschaktion vor. Sie führen einer meist lokal verankerten Initiative neue Nutzer:innen und Interessierte zu.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebonden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Die Plattformen sind Ausdruck einer neuen Wirtschaftskultur, der Sharing-Economy. Über eine lokal-globale Vernetzung erlangt ein Thema rasant enorme Reichweite und Akzeptanz.

Zielgruppen

- Social Entrepreneurs erkennen eine Bewegung, erfassen Daten (z.B. Standorte) und stellen sie digital einer Interessengemeinschaft zur Verfügung
- Nutzer:innen sind Stadtbewohner:innen, die kurzfristig in einer Nachbarschaft ankommen, langfristig keinen Besitz aufbauen und dadurch weiterhin örtlich flexibel bleiben

Angebotsdimensionen

- Raum: Treffpunkte, Ankerstationen, Share-Boxes
- Funktion:
- Dienstleistung: Ehrenamtliche Sammlung
- Information: Produktprofile, Karten
- Plattform: Websites, Social Media, Apps

Herausforderungen im Quartier

- Strukturelle Defizite bei den Versorgungsangeboten
- Soziodemografischer Wandel in Bezug auf Konsumbewusstsein
- Fehlende Möglichkeiten für Begegnung und Austausch
- Fehlendes Wissen über Angebote

Erforderliche Ressourcen

- Initiative stärkt / transportiert neue Narrative
- Sozialkapital
- Akteursnetzwerk
- Know-how zu Rechtsrahmen und Marketing

Träger:innen/Organisation

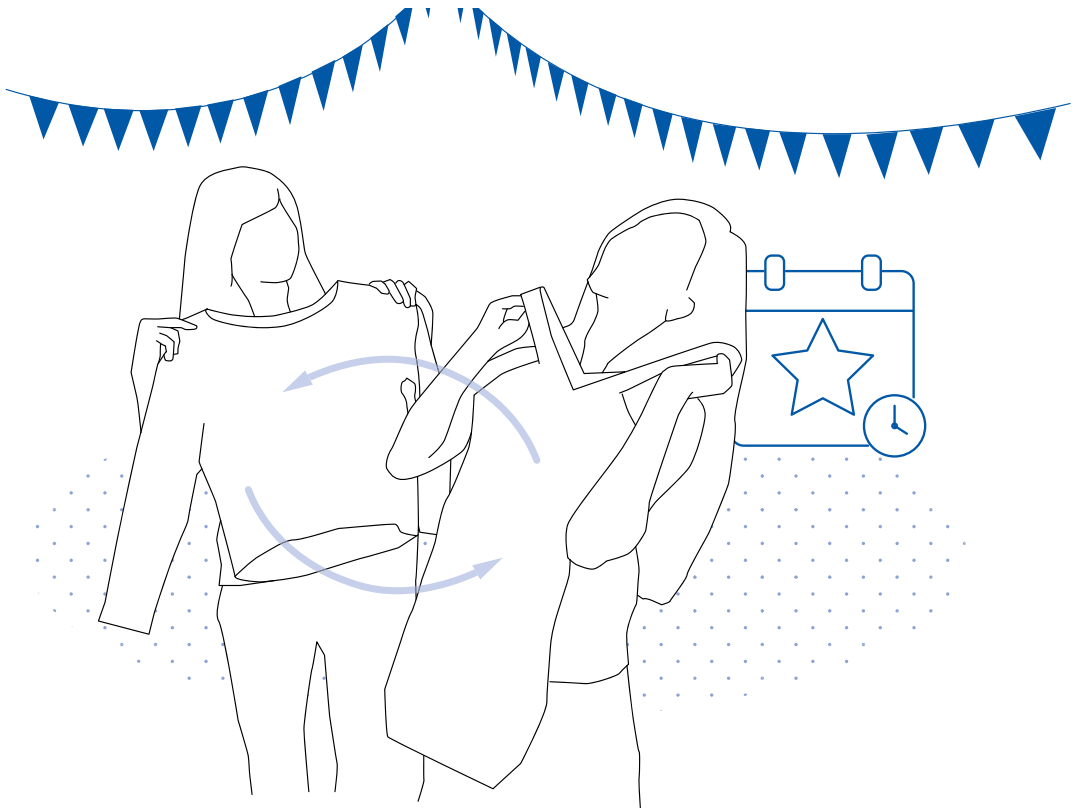
- Initiativen in Kooperation mit etablierten karitativen Institutionen
- Gemeinnützige GmbH, die sich über Spenden und Crowdfunding finanziert

Beispiele: www.foodsharing.de, *Plant Sharing Wien* (Facebookgruppe), *Fairleihen.de* (Schwerpunkt Berlin), *Kleiderlei, Köln* (Tausch-Geschäft), *Resource Hub, GfaZ e.V.*

Tausch-Event

Sporadische oder regelhafte Veranstaltung zum Tausch von Gütern aller Art: Kleidung, Hausrat – meist in Cafés oder Quartierszentren

Im Zuge des gesellschaftlichen Wandels im Umgang mit Ressourcen haben sich auf Stadtteil- und Quartiersebene Initiativen gebildet, die sporadisch oder regelmäßig Tausch-Events veranstalten. Dabei geht es neben Hausrat in der Hauptsache um Kleidung. Erfolgreich sind die Veranstaltungen durch den niederschweligen Zugang, meist an Orten, die für eine breite Öffentlichkeit zugänglich sind wie zum Beispiel Cafés. Werbung über die gängigen Social Media-Kanäle erreicht eine Community, die sich vor allem über gemeinsame Werte definiert. Mit der Information über das Event sind Interessierte in der Lage, entsprechende Vorbereitungen zu treffen, denn es gilt z.B. auch den eigenen Kleiderschrank zu entlasten. Die Events sind einfach organisiert. Die Teilnehmenden geben und nehmen auf unbestimmte Anzahl Kleidungsstücke, hören gemeinsam Musik, tauschen sich aus und knüpfen Kontakte.



Effekt

Information erreicht die Nutzer:innen über die Social Media-Kanäle zum Quartier. Der Tausch sorgt für eine kostenneutrale Versorgung mit Gütern, die auch Bedürftige unterstützt. Die Events sorgen für Begegnung, gemeinsame Themen und Austausch mit der Community / Nachbarschaft.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Soziale Innovation, in der Abkehr vom „Besitzen-wollen“ hin zu mehr Bereitschaft, Güter abzugeben und zu teilen. Erfolg durch Social Media, einfache Organisation und Nutzung bestehender zentraler Quartiersorte.

Zielgruppen

- Initiativen und Pioniere einer gemeinwohlorientierten Umgestaltung unseres Konsums und Wirtschaftens als Organisator:innen der Events
- Jugendliche und junge Erwachsene mit einem Bewusstsein für nachhaltigen Konsum
- Bedürftige Menschen und Familien, denen die finanziellen Mittel für entsprechende Güter fehlen

Angebotsdimensionen

- Raum: Nutzt Orte als Kristallisationspunkte von Gemeinschaft
- Funktion: Warenauslage, Umkleiden
- Dienstleistung: Organisation, Sortierung, Abtransport
- Information: Social Media-Ankündigung
- Plattform: Für die Community zur Kooperation und Vorbereitung weiterer Events

Herausforderungen im Quartier

- Strukturelle Defizite bei den Versorgungsangeboten
- Soziodemografischer Wandel in Bezug auf Konsumbewusstsein
- Fehlende Möglichkeiten für Begegnung und Austausch

Erforderliche Ressourcen

- Initiative stärkt / transportiert neue Narrative
- Sozialkapital
- Akteursnetzwerk

Träger:innen/Organisation

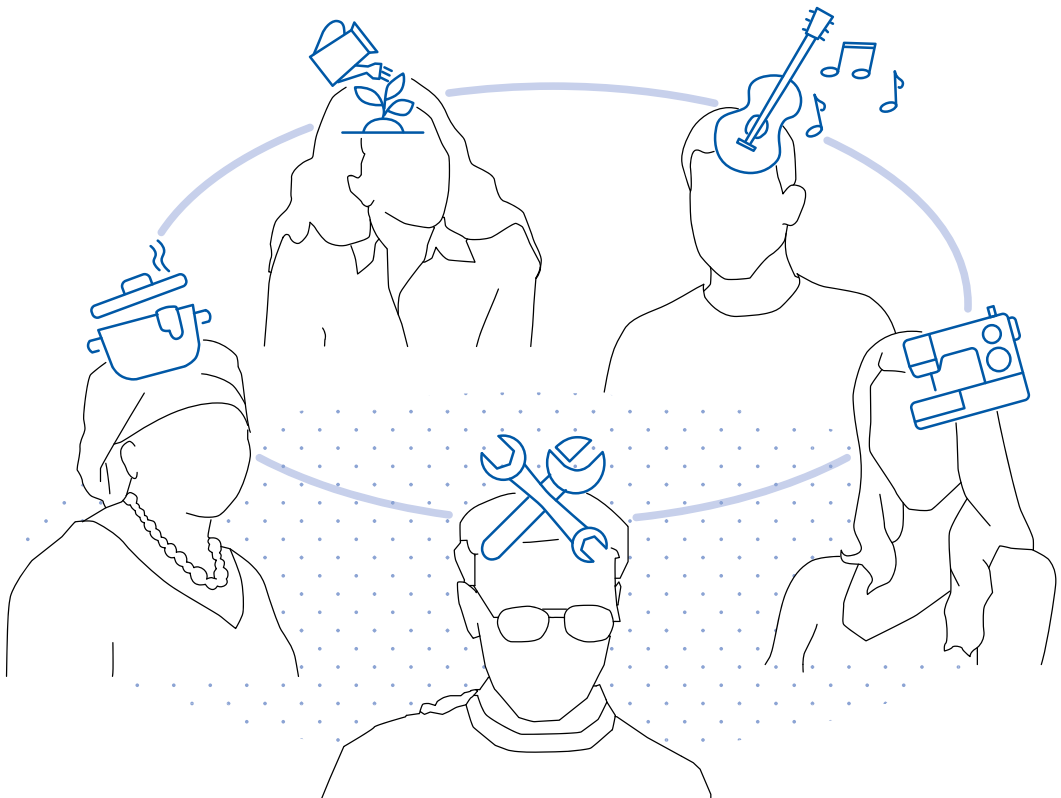
- Initiativen in Kooperation mit etablierten karitativen Institutionen
- Vereine

Beispiele: Kleidertausch im Café Klecks, Köln, Kleidertausch im KHG, Köln

Skillsharing

Veranstaltung vermittelt Wertschätzung für die Weitergabe von Fertigkeiten als Bindeglied zwischen Generationen und sozialen Sphären

Es handelt sich um sporadische Veranstaltungen, mit dem Effekt, dass sich die Menschen im Viertel persönlich weiterentwickeln können und dabei neue Kontakte knüpfen. Im Kern des Angebotes werden Fertigkeiten miteinander geteilt bzw. weitergegeben. Man kocht, repariert, bastelt und häkelt gemeinsam. Im Gegensatz zu einem organisierten Workshop und dem sprichwörtlichen Frontalunterricht lernen hier alle voneinander. Ob interkultureller Kochkurs, Generationenkochkurs, Repaircafé, Fahrradwerkstatt oder Häkelgruppe. Gleichgesinnte und neugierige Quartiersbewohner:innen werden zu einem Thema oder einer Idee zusammengebracht. Das Angebot ist dabei oft von den Bewohner:innen selbst entwickelt. Die Veranstaltungen sind in verschiedenen Formen organisiert und häufig Teil eines komplexeren Bündels und erlauben damit den niederschweligen Einstieg in eine Community.



Effekt

Als Nebeneffekt werden wichtige Güter des täglichen Bedarfs produziert oder in Stand gehalten z.B. Kleidung, Fahrräder. Im Fokus steht allerdings die Entwicklung interessanter und nützlicher Fertigkeiten. Im besten Fall lernen die Teilnehmer:innen, sich über soziale und kulturelle Grenzen hinweg zu verständigen.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Das Sharing-Prinzip muss nicht auf Güter beschränkt bleiben. Es können auch Zeit, Fertigkeiten und Wissen geteilt werden, ohne eine unmittelbare Gegenleistung bei gleichsam maximaler Rendite.

Zielgruppen

- Menschen mit Zeitreserven, besonderen Fähigkeiten und dem Wunsch nach Kontakt in die Quartiersgemeinschaft
- Betagte, Alleinstehende und Neuankömmlinge
- Kinder und Jugendliche mit geringen finanziellen Mitteln für persönliche Weiterentwicklung.

Angebotsdimensionen

- Raum: Nutzt Ankerstationen im Quartier
- Funktion: Teilweise Geräte
- Dienstleistung: Organisation der Veranstaltung
- Information: Social Media-Ankündigung, Website, Mund zu Mund
- Plattform: Social Media zur Abstimmung und Organisation

Herausforderungen im Quartier

- Strukturelle Defizite bei den Versorgungsangeboten
- Soziodemografischer Wandel in Bezug auf Konsumbewusstsein
- Fehlende Möglichkeiten für Begegnung und Austausch
- Soziale Benachteiligung
- Individualisierung und Vereinzelung

Erforderliche Ressourcen

- Leerstand
- Sozialkapital
- Know-how
- Akteursnetzwerk

Träger:innen/Organisation

- Initiativen in Kooperation mit etablierten karitativen Institutionen
- Vereine
- Genossenschaften

Beispiele: Die Küchenpartie, Plattform Ernährung und Bewegung e.V., Wooligans, Hamburg, Sharehouse Refugio, Berlin (Teilangebot), Bildungshaus Löweneckschule, Augsburg (Teilangebot), Repaircafé, Oldenburg

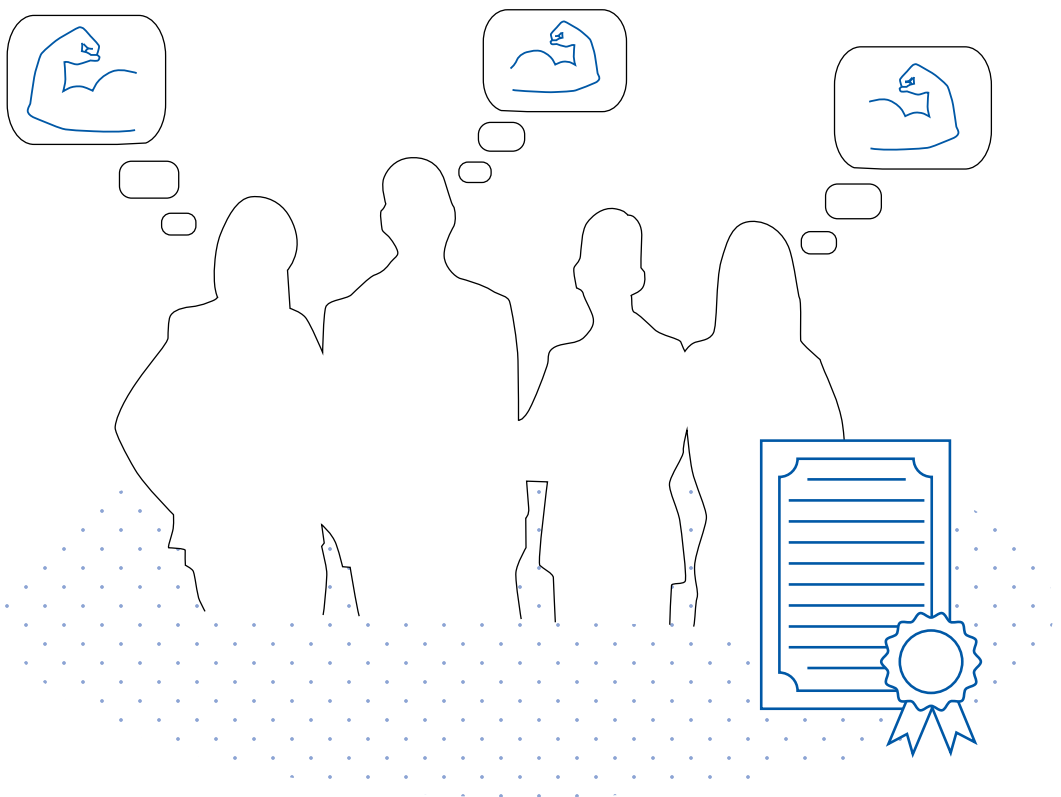
096	Raum und Lage
110	Mittel zur Befähigung
118	Lieferung
128	Personen und Institutionen
136	Bündel und integrale Konzepte
146	Relokalisierung
160	Medien
172	Anwendungen
188	Begegnung und Aktivitäten
204	Sharing
224	Brücken bauen
242	Mitmachen und aushandeln



Qualifikationen für starke Quartiersbewohner:innen

Gezielte Stärkung von bedürftigen Zielgruppen durch Workshop- und Qualifikationsangeboten im Nahumfeld

Workshops mit Projektcharakter über eine oder mehrere Veranstaltungen hinweg, die in erster Linie das Ziel haben, bedürftige Zielgruppen zu stärken. Es geht neben den klassischen Themen, die auch im Rahmen des Programms Soziale Stadt bearbeitet werden, und die bislang auf Gebiete mit erhöhtem Förderbedarf projiziert wurden, um gesamtgesellschaftlich relevante Themen. Themen wie Medienkompetenz – generationenübergreifend, politische Bildung und Gesundheitskompetenz können gebietsübergreifend in Schulen, Quartierszentren, Gemeinden, Vereinen, Universitäten, Coworking Spaces bearbeitet werden, so dass verschiedene soziale Milieus hieran Anteil haben. Auf diese Weise werden zudem der Austausch unterschiedlichen sozialen Milieus und die Solidarität gefördert.



Effekt

Über die persönliche Weiterbildung und Entwicklung hinaus soll eine Vernetzung verschiedener sozialer Milieus / Gruppen stattfinden, die über ein Thema oder mögliches persönliches Defizit sowie eine gemeinsame Motivation miteinander verbunden sind. Das befähigt auch im Sinne einer wachsenden Solidarität.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Neben der bewussten Unterstützung einer schwachen Zielgruppe geht es darum, ein stigmatisierendes Image spezieller Förderkurse zu verlieren. Das Themenspektrum wird breiter, das Einzugsfeld größer, die Zielgruppe in ihrer sozialen Struktur heterogener.

Zielgruppen

- Bedürftige, die in einem Quartier vermehrt vertreten sind: Betagte und Rentner:innen
- Menschen, die aufgrund sprachlicher Schwierigkeiten auf Barrieren im Alltag stoßen
- Alleinerziehende, Alleinstehende oder Leistungsempfänger:innen

Angebotsdimensionen

- Raum:
- Funktion:
- Dienstleistung: Kursleitung zu verschiedenen Themen, Koordination
- Information: Über Kurse auf Website oder App, in Ankerstation
- Plattform: Zum Austausch zwischen verschiedenen Milieus

Herausforderungen im Quartier

- Individualisierung, Vereinzelung
- Segregation im Quartier und an dessen Grenzen
- Negatives Image

Erforderliche Ressourcen

- Engagement von Ehrenamtlichen als Angebot vom Quartier für das Quartier
- Kooperationsbereitschaft Akteursnetzwerk
- Sponsor:innen / Fördermittel

Träger:innen/Organisation

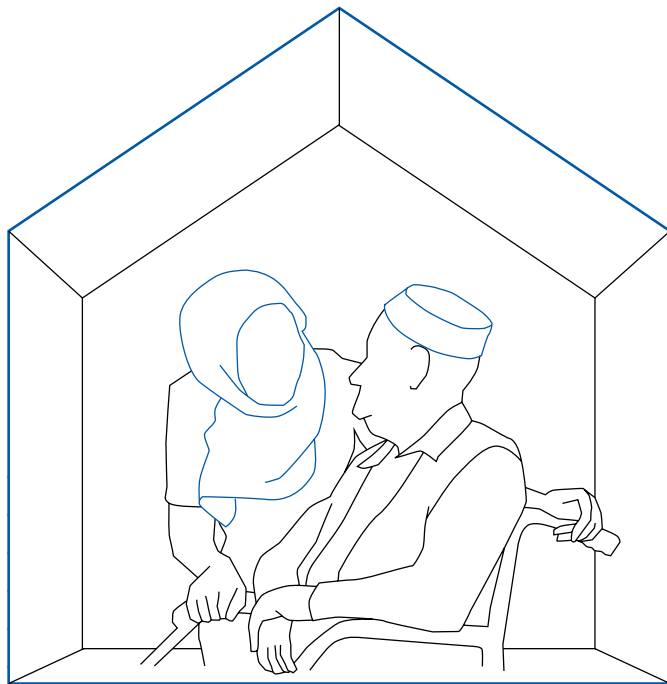
- Ämter und Fachstellen
- Verbände im Bereich Wirtschaft, Bildung und Gesundheit
- Karitative Vereine und Stiftungen
- Initiativen, die sich als Vereine konstituieren

Beispiele: *Mut tut gut – Donna Klara, Kiel, Die Küchenpartie, Plattform Ernährung und Bewegung e.V., Zusammen im Quartier – Projekte in Köln (MAGS)*

Mobiler Pflegedienst – multikulturell

Dezentrale Pflege nach Bedarf, zielgruppensensibel vermittelt, unterstützt Selbstständigkeit

Der mobile Pflegedienst sorgt dafür, dass Betagte und Pflegebedürftige selbstständig oder zumindest weiterhin in ihrer gewohnten Umgebung leben können. Von der Hausreinigung und den Einkäufen, über die Begleitung bei Arzt- und Behördengängen bis hin zur Beratung bei der Antragsstellung und Intensivpflege bietet das Angebot feste Ansprechpartner:innen und auch Treffen vor Ort mit Gleichgesinnten. Dabei sind die Pflegekräfte über ihre Ausbildung hinaus sensibel für die verschiedenen kulturellen Hintergründe der betroffenen Nutzer:innen. Sie können dadurch leichter Vertrauen aufbauen und mit gezielter Beratung und Unterstützung eine intensive Pflege anbieten, die die Zielgruppe erreicht und stärkt. Für eine gute Kontaktaufnahme sind Standorte in der Nähe der verschiedenen kulturellen Zentren hilfreich.



Effekt

Mittels der zentralen Ansprechpartner:innen wird über die Leistungen, Antragsstellung und weitere Angebote informiert und je nach Bedarf mit Lebensmitteln versorgt und gepflegt. Über die Beratungsleistung gewinnen die Nutzer:innen Selbstständigkeit zurück und fühlen sich durch den persönlichen Kontakt und weitere Austauschformate eingebunden.

- Informiert sein, sich sicher fühlen
- Versorgt und ausgestattet sein
- Mobil und angebunden sein
- Unterstützt sein und gepflegt werden**
- Vernetzt und eingebunden sein
- Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Im Vergleich zu den bekannten mobilen Pflegedienstangeboten wird Wert auf zielgruppensensible Vermittlung gelegt und das Grundangebot um auf die Zielgruppen zugeschnittene Beratung erweitert.

Zielgruppen

- Pflegebedürftige im Bereich der Altenpflege
- Betagte Menschen mit Migrationsbiografie

Angebotsdimensionen

- Raum: Anlaufstelle auch als Treffpunkt, Demenzcafé
- Funktion:
- Dienstleistung: Alle gängigen Pflegeleistungen nach dem Stufensystem
- Information: Information über Website und persönlichen Kontakt
- Plattform: Kontakt über Social Media

Herausforderungen im Quartier

- Hoher Anteil Betagter und Pflegebedürftiger mit Migrationsbiografie

Erforderliche Ressourcen

- Multikultureller Hintergrund mit Kenntnis verschiedener Sprachen
- Räumliche Nähe zu Kultureinrichtungen

Träger:innen/Organisation

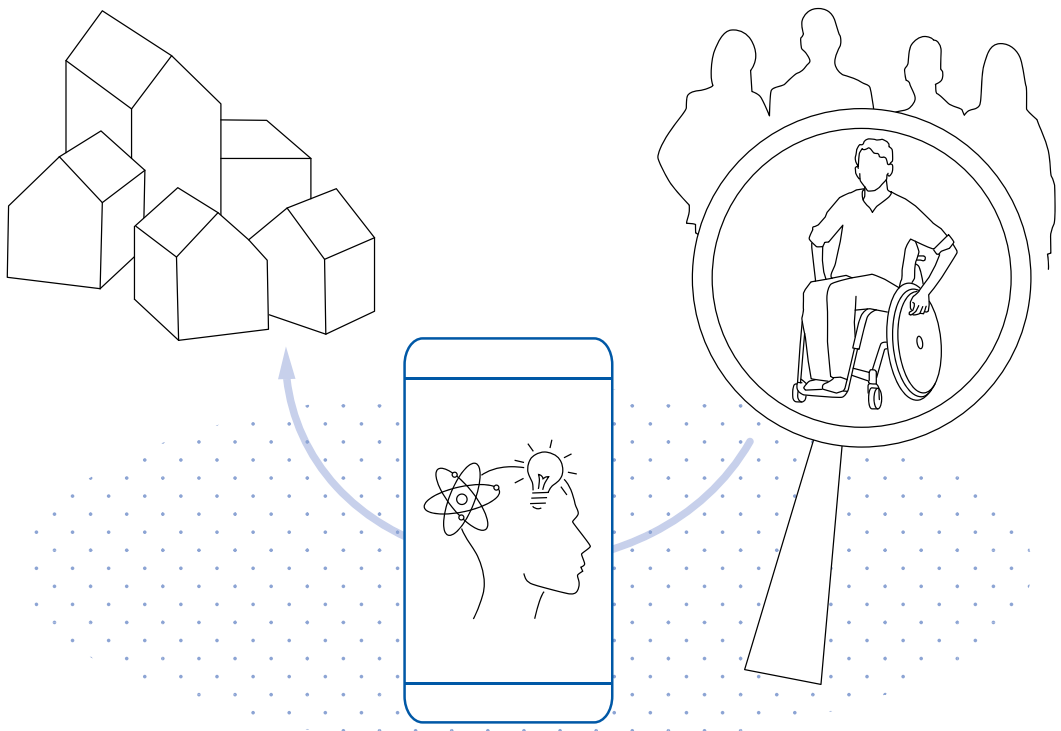
- Privatwirtschaftlich, Kleinanbieter:innen, Entrepreneur:innen
- Karitative Pflegedienstleister:innen

Beispiele: Nadia's Pflegedienst, Düsseldorf Oberbilk

Zielgruppenspezifisches Wissen erschließen

Über eine App gezielt Wissen und Bedarfe spezifischer Zielgruppen sammeln – beispielweise zur Barrierefreiheit

In einer App werden Erfahrungen von der Zielgruppe für die Zielgruppe gesammelt. Dabei handelt es sich um sehr spezifische Informationen, die meist nicht im Rahmen der herkömmlichen Navigations- oder Stadtteilapps kommuniziert werden. Ein Beispiel hierfür sind Nutzer:innen, die ihr Viertel auf Barrierefreiheit hin untersuchen: Welche Geschäfte und öffentlichen Plätze sind mit dem Rollstuhl gut erreichbar? Wie ist dort die Ausstattung mit sanitären Anlagen für geh- oder sehbehinderte Menschen? In der App werden diese Erfahrungen kartiert und niederschwellig zur Verfügung gestellt. Mit der Erkundung des Viertels und der Erhebung der ortsbezogenen Daten kommt die Zielgruppe ihrerseits in den Austausch mit den ansässigen Gewerbetreibenden. Das schafft Sensibilität für die unterschiedlichen Bedarfe und Interessen von Nutzer:innen und Anbieter:innen.



Effekt

Neben der Information, die über die App niederschwellig bereitgestellt wird, fördert sie den Austausch und eine stärkere Einbindung von Minderheiten und Randgruppen. Damit setzt sie einen Impuls für mehr Unterstützung und Solidarität.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Niederschwellige Datenerhebung und Vermittlung mit dem Effekt, dass die Zielgruppe in direkten Austausch mit Akteur:innen vor Ort kommt und mehr gegenseitiges Verständnis aufgebaut werden kann.

Zielgruppen

- Zielgruppen mit spezifischen Bedarfen, wie beeinträchtigte Menschen
- Familien, die besondere Aufenthaltsorte im Viertel für Kinder suchen
- Vertreter:innen der LGBTQ-Gemeinschaft, die z.B. nach nicht genderspezifischen Sanitäranlagen suchen

Angebotsdimensionen

- Raum:
- Funktion:
- Dienstleistung:
- Information: Zur Infrastruktur und spezifischen Angeboten für eine Zielgruppe
- Plattform: Vernetzung der Ermittler:innen und der Vor-Ort-Akteur:innen

Herausforderungen im Quartier

- Strukturelle Defizite
- Negatives Image und Segregations-tendenzen
- Mangelnde Aufenthaltsqualität für marginalisierte Gruppen

Erforderliche Ressourcen

- Sozialkapital
- Akteursnetzwerk

Träger:innen/Organisation

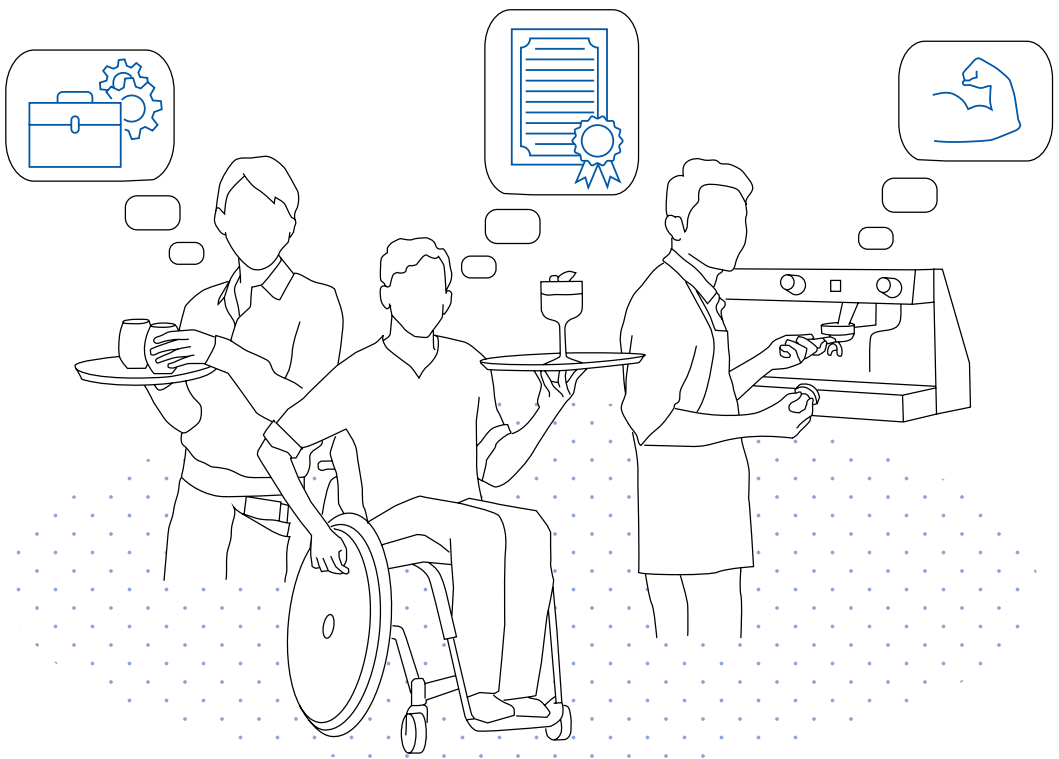
- Karitative Einrichtungen (in Kooperation)
- Privatwirtschaftliche Dienstleister:innen
- Verbände
- Ämter und Fachstellen

Beispiele: Stadtteildetektive Verbund Ost, Bergedorf, www.wheelmap.com

Nachbarschaftsküche – Arbeitsplätze inklusiv

Inklusion durch Arbeitsplätze für Rand- gruppen des Quartiers

Ob Café oder Küche: Hier trifft sich die Nachbarschaft für kleines Geld, trinkt Tee und Kaffee, kocht und berät sich zu den Herausforderungen und Projekten im Viertel. Gemeinsames Kochen und Essen schließt alle ein und ist ein wichtiger Anreiz für Begegnung. Das gilt für die verschiedenen Kulturen aber auch für Quartiersbewohner:innen, die unter finanzieller und sozialer Benachteiligung leiden. In der Rolle der Betreiber:innen und des Stammpersonals der Nachbarschaftsküche erhalten Gruppen, die in der Quartiersgesellschaft meist unterrepräsentiert sind, eine Bühne für ihre Talente, ihre Bedürfnisse und Geschichten. Menschen mit Beeinträchtigung, mit Migrationsgeschichte oder einer Geschichte des sozialen Abstiegs können hier wichtige Qualifikation für den ersten Arbeitsmarkt sammeln und bilden eine Schnittstelle zu den unterschiedlichen sozialen Sphären im Quartier.



Effekt

Das Angebot macht die Vielfalt des Viertels und dessen Potenziale sichtbar. Es schafft Raum für die persönliche Entwicklung von Individuen und regt den Kontakt zwischen den verschiedenen sozialen Sphären an.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Sozial benachteiligte Menschen werden für eine zentrale Funktion im Quartier ausgewählt und sorgen für eine Perspektiven-erweiterung.

Zielgruppen

- Randgruppen, marginalisierte Gruppen im Viertel aller Art
- Menschen mit geringen Chancen auf dem ersten Arbeitsmarkt
- Menschen mit besonderen Talenten und hoher Sozialkompetenz
- Neugierige und Aufgeschlossene
- Kontaktsuchende mit Wunsch nach mehr politischer Selbstorganisation

Angebotsdimensionen

- Raum: Zentraler Ankerpunkt bei Quartiersbüro
- Funktion: Café, Küche
- Dienstleistung: Betrieb, Einkauf, Kochen, Bedienung, Ansprechpartner:in
- Information: Mund zu Mund, über Website mit Veranstaltungskalender
- Plattform:

Herausforderungen im Quartier

- Segregation
- Gentrifizierung
- Wenig Begegnung und Austausch
- Soziale Benachteiligung
- Wissen über die Bedürfnisse der Zielgruppen generieren

Erforderliche Ressourcen

- Leerstand
- Sozialkapital
- Diversität der Lebensumstände
- Akteursnetzwerk

Träger:innen/Organisation

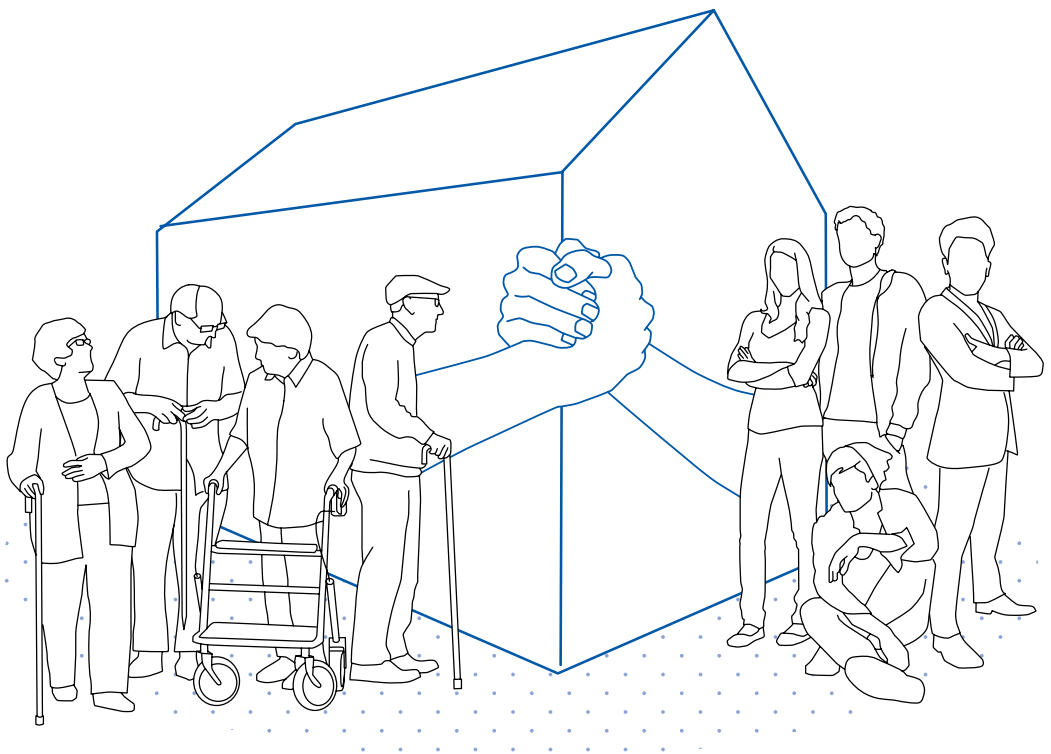
- Immobilien- / Wohnungswirtschaft
- Gemeinnützige GmbH
- Ämter und Fachstellen
- Vereine
- Genossenschaften
- Karitative Organisationen

Beispiele: Café – Wo ist Tom, Köln, Cozinaha Popular Da Mouraria, Lissabon

Tandemwohnen

Studierende wohnen auf Basis von Sozialstunden gratis im Seniorenheim

In Universitätsstädten mit knappem Wohnraum für Studierende verspricht eine ungewöhnliche Form der Wohngemeinschaft eine Lösung. Die Wohneinheit im Seniorenheim ist gratis und eröffnet vor allem finanzschwachen jungen Menschen die Möglichkeit zu einem Studium in einer neuen Stadt. Demgegenüber steht eine Anzahl Sozialstunden, die wöchentlich vor Ort geleistet werden. Der Anreiz steigt, wenn es sich nicht um einzelne, sondern kleinen Gruppen von Studierenden handelt, die auch miteinander in Austausch über die Erfahrungen im Umgang mit der älteren Generation kommen. In den persönlichen Begegnungen und Freundschaften, die zwischen den Generationen entstehen, werden Lebenserfahrungen ausgetauscht, von denen beide Seiten profitieren. Das Konzept schärft das Bewusstsein für die Bedürfnisse der anderen Generation.



Effekt

Für die Betagten sind die Studierenden, die sie durch kleine Hilfsdienste im Alltag unterstützen, ein frischer Impuls in ihrem Leben. Studierende können sich durch die Arbeit mit den Senior:innen sowohl beruflich qualifizieren als auch persönlich weiterentwickeln.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Als Win-Win-Situation ist das Angebot Teil eines integralen Wohnkonzeptes und setzt auf die Reaktivierung der Bereitschaft zu einer freiwilligen sozialen Leistung.

Zielgruppen

- Betagte Bewohner:innen in Versorgungseinrichtungen
- Auszubildende und Studierende in Sozialberufen, die so Qualifikationen erwerben können
- Studierende mit geringen finanziellen Mitteln

Angebotsdimensionen

- Raum: Wohnraum
- Funktion: Neues Nutzungskonzept für Wohnraum
- Dienstleistung: Koordination, Vermittlung
- Information: Werbung über Institutionen und Webauftritt
- Plattform: Universitäten und entsprechende Kommunikationskanäle als Vermittler:innen

Herausforderungen im Quartier

- Soziodemografischer Wandel, Überalterung der Gesellschaft
- Wenig Begegnung und Austausch
- Vereinzelung, Individualisierung
- Fehlendes Gemeinschaftsgefühl und fehlende Solidarität

Erforderliche Ressourcen

- Sozialkapital
- Akteursnetzwerk
- Engagierte Bestandshalter:innen

Träger:innen/Organisation

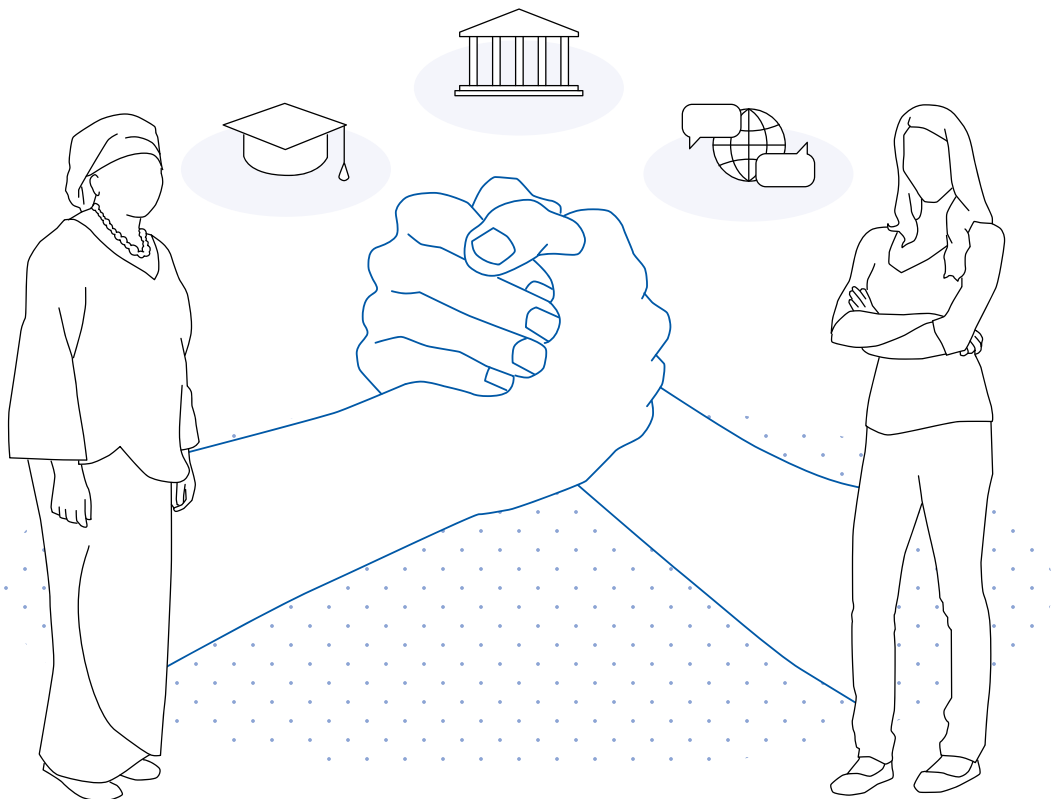
- Städtische und private Pflegeeinrichtungen
- Karitative Einrichtungen
- Kooperation mit Bildungseinrichtungen

Beispiele: Wohn- und Sorgezentrum Humanitas, Deventer (Niederlande)

Integrations-Tandem

Kulturübergreifend Wissen und Fähigkeiten vermitteln

Das Integrations-Tandem zielt darauf ab, interessierte und engagierte Quartiersbewohner:innen mit denjenigen zusammenzuführen, die nach Ankunft in einem neuen Land unmittelbare Unterstützung für eine gute Integration benötigen. Neben niederschweligen Veranstaltungen, die erste Sprachkenntnisse fördern, helfen Tandempartner:innen in der Kommunikation mit Behörden. Verstärkt wird das Angebot durch gemeinsame Interessen wie z.B. eine gemeinsame Ausbildung, Sport oder das Erlernen handwerklicher Fähigkeiten. Niederschwellige soziale Interaktionen stärken den Kontakt und schaffen Raum für Austausch und Verständnis, das über die reine Wissensvermittlung hinausgeht. Im Rahmen einer Hausgemeinschaft oder gemeinsamen Ausbildung findet so eine wechselseitige Befähigung und Vernetzung in die jeweilige Kultur einerseits und die Nachbarschaft andererseits statt.



Effekt

Über die Tandempartner:innen findet zu- nächst ein reiner Informationsaustausch statt. Menschen mit Migrationshintergrund erhalten damit zugleich die Gelegenheit erste soziale Kontakte in einer neuen Ge- sellschaft zu knüpfen und sich sprachlich, aber auch kulturell zu befähigen, sich darin auf Augenhöhe zu bewegen.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Verschiedene Plattformen wie z.B. Sport- vereine, Hausgemeinschaften oder eine gemeinsame Ausbildung werden als Rah- men für gezielte Impulse zum Austausch genutzt. Hier treffen sich die unterschied- lichen Tandempartner:innen, die eine ge- meinsame intrinsische Motivation verbindet, z.B. die Begeisterung für ein bestimmtes Thema.

Zielgruppen

- Newcomer:innen im Quartier
- Menschen mit Migrationsbiografie
- Unterschiedliche Tandempartner:innen, denen an Wissens- und Erfahrungsaus- tausch gelegen ist

Angebotsdimensionen

- Raum:
- Funktion:
- Dienstleistung: Organisation von Veranstaltungen und Begegnung
- Information: Gegenseitiger Erfahrungs-, Kenntnis- und Wissensaustausch
- Plattform: Ort oder Interesse, das verbindet; Social Media-Gruppen

Herausforderungen im Quartier

- Segregationstendenzen im Quartier bzw. starke Skepsis gegenüber Neuan- kömmlingen
- Fehlendes Gemeinschaftsgefühl und fehlende Solidarität

Erforderliche Ressourcen

- Initiative (neue Narrative und Gefühl für Solidarität vorhanden)
- Sozialkapital, Ideen, Know-how

Träger:innen/Organisation

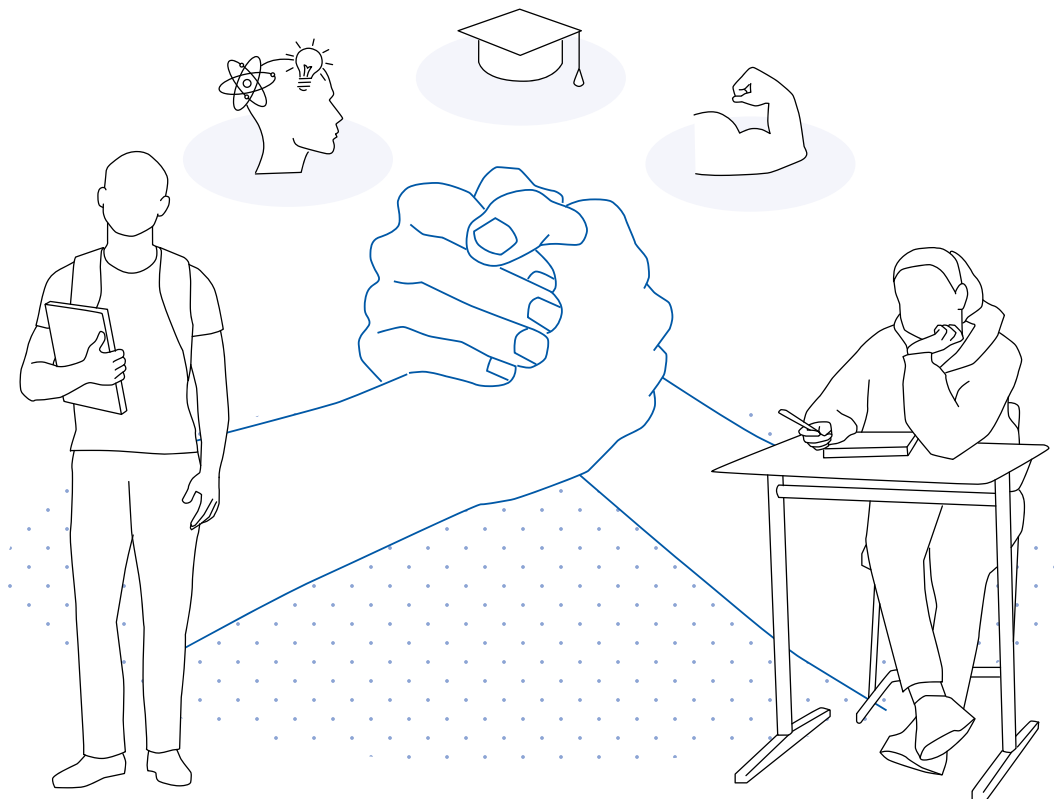
- Gemeinnützige, karitative Träger:innen
- Sport- und Kulturvereine
- Jugend- und Bildungseinrichtungen

Beispiele: *Integrationstandem, veedu/Studio2 GmbH (Förder- und Koopera- tionsprojekt), Lahrer Integrationstandem, Lahr, Stadtteilmütter*

Bildungs-Tandem

In Kooperation mit Wirtschaft bildungsstandübergreifend Wissen und Fähigkeiten vermitteln

Ehrenamtliche Studierende werden als Mentor:innen gestärkt und können im Tandem mit bildungsbenachteiligten Schüler:innen ihre eigenen Führungsqualifikationen erproben und verbessern. Die Schüler:innen setzen sich ihrerseits für ein selbstgestecktes Entwicklungsziel ein, auf das sie in regelmäßigen Treffen fast beiläufig mit ihren Mentor:innen hinarbeiten, denn es geht in erster Linie darum einander kennenzulernen und zu verstehen. Kooperationspartner:innen aus der lokalen Wirtschaft bieten für beide Tandempartner:innen einen zusätzlichen Anreiz: Einblicke in die Berufspraxis und Unternehmensführung. Über die fachlichen Qualifikationen hinaus, die der Erfahrungsaustausch vordergründig bietet, können vor allem Hemmungen zwischen den sozialen Sphären abgebaut und Solidarität kann gestärkt werden.



Effekt

Das Bildungs-Tandem schafft es, Jugendliche aus benachteiligten Milieus gezielt und mit geringem Mitteleinsatz zu inspirieren und zu fördern. Sie werden über das Tandem in die Gesellschaft und in den Arbeitsmarkt des Nahumfeldes eingebunden. Auch die Studierenden haben die Möglichkeit sich beruflich zu qualifizieren und über die Weitergabe von Wissen Selbstwirksamkeit zu erfahren.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Der gezielte Einsatz vielseitigen Nutzens zeichnet dieses komplexe Angebot aus und erinnert an ein ausgeklügeltes Tauschgeschäft.

Zielgruppen

- Schüler:innen und Jugendliche mit Migrationsbiografie
- Studierende, die sich beruflich qualifizieren möchten
- Kinder und Jugendliche, die auf verschiedenen strukturellen Ebenen Benachteiligung erfahren

Angebotsdimensionen

- Raum: Zentrale Anlaufstelle für Veranstaltungen
- Funktion:
- Dienstleistung: Koordination des Angebotes lernen – als Angebot
- Information: Über das Programm und Veranstaltungen auf Website, in Schulen, an Universitäten
- Plattform: Überregionale, europaweite und lokale Netzwerke durch Begegnung aber auch durch Social Media unterstützt

Herausforderungen im Quartier

- Image
- Soziale Benachteiligung
- Inklusion
- Fehlendes Gemeinschaftsgefühl und fehlende Solidarität

Erforderliche Ressourcen

- Sozialkapital
- Akteursnetzwerk
- Initiative
- Universität in der Nähe zum Quartier
- Social Entrepreneurship

Träger:innen/Organisation

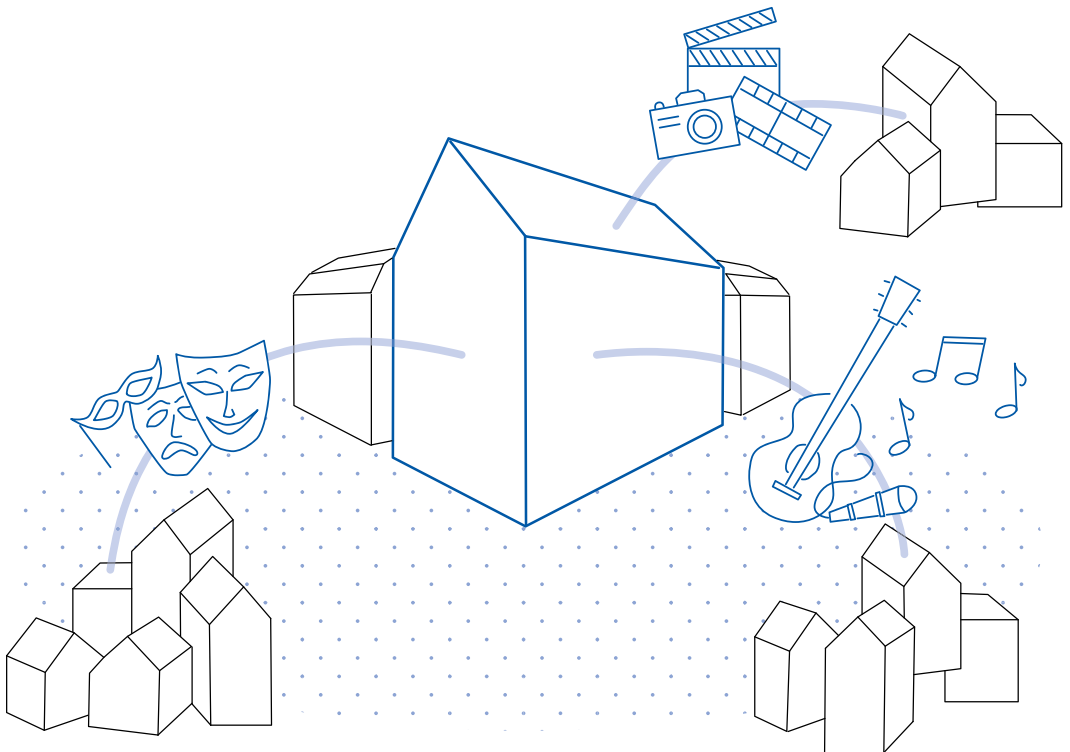
- Vereine
- Gemeinnützige Gesellschaften
- Private Dienstleister:innen
- Verbände (Wohlfahrt, Wirtschaft)
- Spenden / Sponsoring

Beispiele: Rock your life! München e.V., Digital Impact Lab, Bremen Neue Vahr

Inklusives Kunst- und Kulturzentrum

Kunst wirkt mit Hilfe von Werkstätten und Ausstellungsräumen als Verbindung der sozialen Sphären im Quartier

Zentrum des Angebotes ist ein geschützter Raum für Kunst, Kultur und Kreativität. Der Ort wird von einer Kooperation verschiedener Akteur:innen im Quartier meist als Verein betrieben. Das können Künstler:innen sein, Anwohner:innen, Schulen, Kindergärten oder Vertreter:innen der Kreativwirtschaft. Der gemeinsam bespielte Raum macht Begegnung und Austausch zwischen den Generationen, den Kulturen und den verschiedenen sozialen Sphären möglich. Inklusion ist hier im Sinne einer maximal vielfältigen Gesellschaft zu verstehen. Das Vorzeichen Kunst und Kultur bildet einen großen Rahmen, der Interessen weckt, ehrenamtliche Helfer:innen anzieht und gleichsam alle Zielgruppen einschließt. Angeboten wird eine verlässliche und dauerhafte Begleitung von Nutzer:innen mit Workshops und Veranstaltungen für die persönliche Weiterentwicklung sowie Vernetzung ins Quartier.



Effekt

Der Austausch zwischen den unterschiedlichen sozialen Sphären wird gefördert, sodass sich die eigene Persönlichkeit aber auch der Respekt füreinander entfalten können. Das Angebot schafft einen geschützten Raum für Vernetzung in die Quartiersgesellschaft hinein.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Eine komplexe Akteurskooperation organisiert sich aus der Mitte der Gesellschaft heraus selbst vor dem Hintergrund eines gemeinsamen Anliegens und einer gemeinsamen Begeisterung für Kunst und Kultur, die das Potenzial hat Brücken zwischen unterschiedlichen Generationen, sozialen Sphären und Kulturen zu bauen.

Zielgruppen

- Menschen, die die Gesellschaft mitgestalten möchten und einen aktiven Beitrag zur Überwindung sozialer Ungleichheit leisten wollen
- Menschen, die Unterstützung benötigen bei der Ankunft in einer neuen Nachbarschaft aber auch aufgrund sozialer Benachteiligung

Angebotsdimensionen

- Raum: Großraum, Ankerstation
- Funktion: Ausstattung mit Küche, Veranstaltungstechnik und Werkzeug
- Dienstleistung: Koordination der Teilangebote wie Workshops
- Information: Terminkalender auf Website und Social Media
- Plattform: Raum mit thematischen Rahmen Kunst und Kultur als Plattform für Akteurskooperation

Herausforderungen im Quartier

- Segregation
- Soziodemografischer Wandel – Migration
- Soziale Benachteiligung
- Wenig Begegnung und Austausch
- Fehlendes Gemeinschaftsgefühl und fehlende Solidarität

Erforderliche Ressourcen

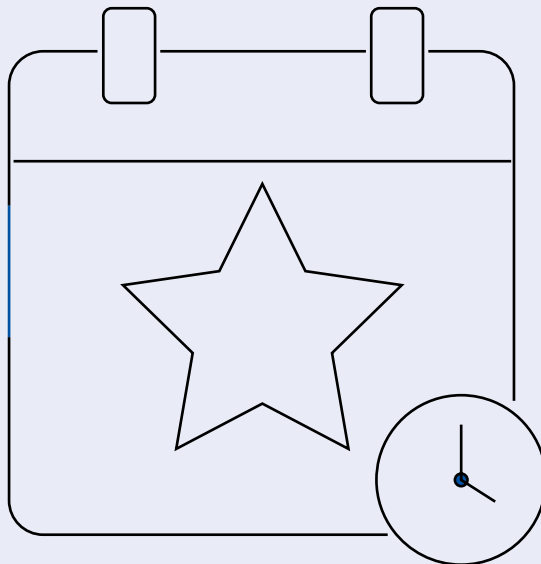
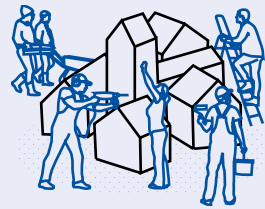
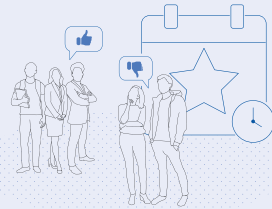
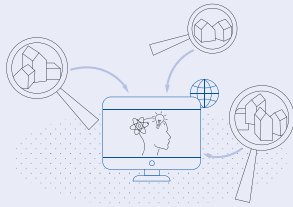
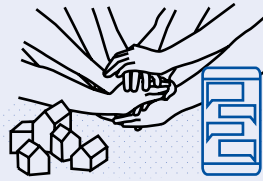
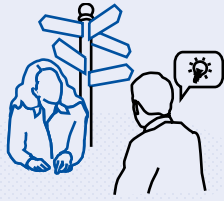
- Leerstand
- Sozialkapital
- Akteursnetzwerk
- Engagierte Bestandshalter:innen
- Initiative und Know-how

Träger:innen/Organisation

- Verein
- Karitative Organisationen
- Ämter und Fachstellen
- Engagierte Bestandshalter:innen

Beispiele: *Königinnen und Helden, Düsseldorf Oberbilk / Community Art Center, Neckarstadt West / Bildungshaus Löweneckschule, Augsburg / Kiezanker36, Berlin*

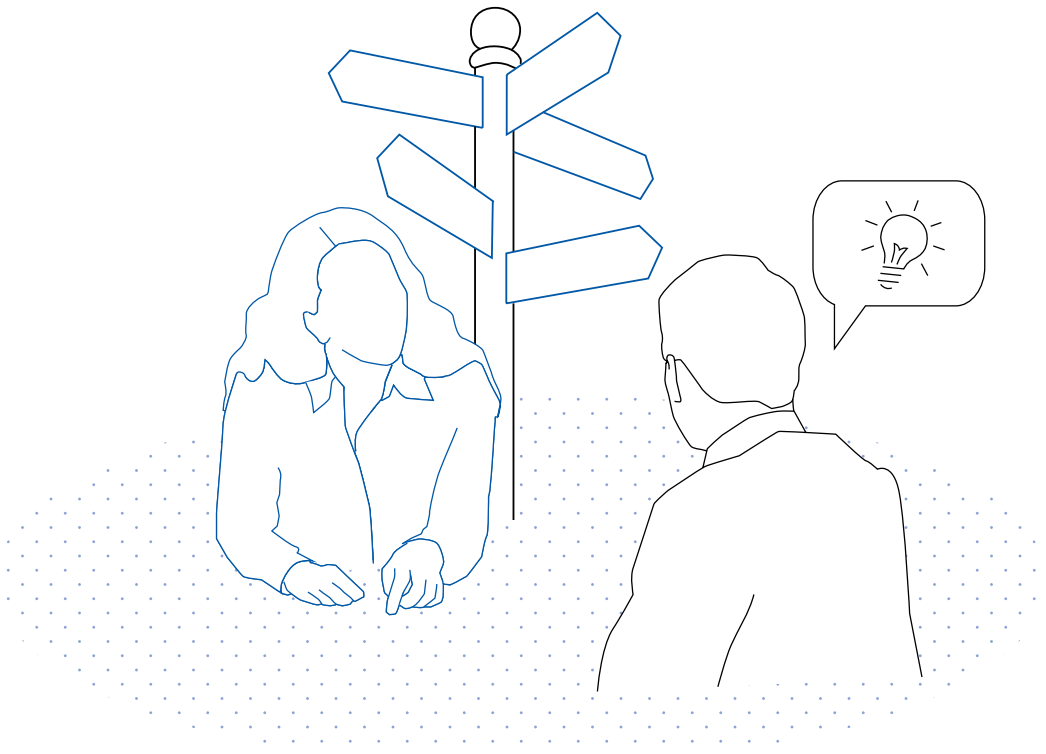
096	Raum und Lage
110	Mittel zur Befähigung
118	Lieferung
128	Personen und Institutionen
136	Bündel und integrale Konzepte
146	Relokalisierung
160	Medien
172	Anwendungen
188	Begegnung und Aktivitäten
204	Sharing
224	Brücken bauen
242	Mitmachen und aushandeln



Projektberatung durch Lots:innen

Neue Intermediäre unterstützen die Quartiersbewohner:innen bei der Umsetzung eigener Projekte

Lots:innen organisieren in Stadtvierteln unmittelbare Teilhabe der Bewohner:innen- und Akteur:innen an der Gestaltung ihres Quartiers. Sie sind präsent durch Aktionen, Interventionen oder an einer festen Anlaufstelle und sind Ansprechpartner:innen bei der Umsetzung von Projektideen. Dabei vermitteln sie Kontakte zu geeigneten Kooperationspartner:innen in Verwaltung, Zivilgesellschaft oder Markt und leisten Beratung im Hinblick auf den rechtlichen Rahmen, Verfahren und das Beantragen von Fördergeldern für Projekte. Über die individuelle Beratung hinaus ist es ihre Aufgabe, Selbstorganisation im Quartier vorzubereiten. Durch den Aufbau von Quartiersgremien und einer finanziellen Selbstständigkeit leisten sie einen wichtigen Beitrag zur Entwicklung eines kollektiven Selbstverständnisses und Verantwortungsbewusstseins für das eigene Wohn- oder Arbeitsumfeld.



Effekt

Bewohner:innen eines Viertel werden durch Informations-, Erfahrungs- und den Austausch über die eigenen Werte in ihrer Fähigkeit gestärkt, am demokratischen Prozess und der Gestaltung ihres Wohn- und Arbeitsumfeldes aktiv teilzunehmen.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Im Vergleich zum institutionalisierten Quartiersmanagement liegt der Fokus des Angebotes auf der Anregung von Aushandlungsprozessen innerhalb der Nachbarschaft im Sinne eines Wertesystems, das sie sich selbst gibt.

Zielgruppen

- Heterogene Nachbarschaft, die sich an der Quartiersgestaltung beteiligen möchte
- Weitere Stadtakteur:innen mit ihren unterschiedlichen Interessen

Angebotsdimensionen

- Raum: Anlaufstelle auch für mögliche Abstimmungsmomente
- Funktion:
- Dienstleistung: Animation, Organisation, Beratung, Vernetzung
- Information: Über Rahmenbedingungen für Projekte, Interessen und Bedarfe
- Plattform: Vernetzung vorhandener Akteur:innen

Herausforderungen im Quartier

- Wenig Engagement und Selbstorganisation
- Strukturelle Schwächen im Quartier
- Hohe Fluktuation
- Vielfältige Problemlagen

Erforderliche Ressourcen

- Qualifizierte Lots:innen mit Kenntnis über das Gebiet und Stadtakteur:innen
- Bestehende Initiativen und Akteur:innen

Träger:innen/Organisation

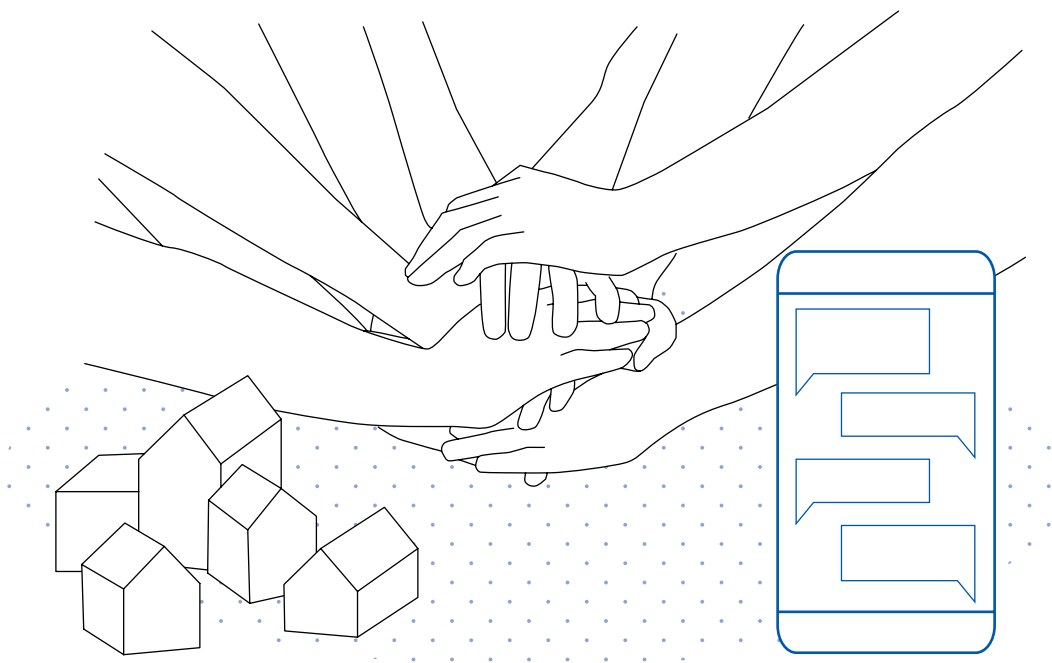
- Ämter und Fachstellen
- Initiativen, die sich über einen Verein konstituieren
- Genossenschaften / Konsortien
- Privatwirtschaftliche Dienstleister:innen

Beispiele: Hansaform Münster, Urban Lab, Nürnberg, GfaZ e.V., Hannover

Quartierschat

Unmittelbarer Austausch für kleine Gruppen-
größen bzw. überschaubare Nachbarschaften

Der Quartierschat hat eine unmittelbare Reichweite. Jede Information erreicht ungefiltert alle Teilnehmer:innen. Auf diese Weise ist der Chat auch immer von einem Aushandlungsprozess begleitet: Welche Information ist es wert, hier geteilt zu werden? So kann im Chat z.B. darauf hingewiesen werden, dass Güter des täglichen Bedarfs bei einer bestimmten Adresse abgeholt werden können. Oder es gibt Warnhinweise im Hinblick auf möglichen Diebstahl, Einbruch oder andere Unregelmäßigkeiten im Block. Der Chat kann ein wichtiger Baustein sozialer Kontrolle sein und damit das Sicherheitsgefühl in der unmittelbaren Nachbarschaft sowie den Zusammenhalt einer Gemeinschaft stärken. Natürlich kann sich ein Nachbarschaftschat auch zu bestimmten Themen gründen. Zum Beispiel zum gemeinsamen Urban-Gardening-Projekt. Dann können hier unmittelbar Einsatzpläne und Treffen abgestimmt werden.



Effekt

Der unmittelbare Informationsaustausch erhöht das Gefühl von Sicherheit und Einbindung in die Nachbarschaft. Schnelle und effektive Kommunikation hilft dabei Quartiersbewohner:innen in Notsituationen zu unterstützen.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Eine lokale Gruppe kann unmittelbar wichtige Informationen austauschen. Dabei muss gemeinschaftlich ausgehandelt werden, wozu und in welcher Frequenz der Chat genutzt wird.

Zielgruppen

- Nachbar:innen mit engem Bezug zu einander, die über ein unmittelbares Wohnumfeld verbunden sind
- Menschen mit Bezug zum Quartier, die ein spezifisches Thema, ein gemeinsames Interesse verbindet

Angebotsdimensionen

- Raum:
- Funktion:
- Dienstleistung:
- Information: Unmittelbare und wichtige Information zu gemeinsamen Themen
- Plattform: Zu bestimmen Themen und Informationen, beschränkte Größe

Herausforderungen im Quartier

- Sicherheit im Quartier
- Hilfe und Pflege in Notsituationen

Erforderliche Ressourcen

- Sozialkapital
- Initiative
- Gemeinsame Werte und Interessen

Träger:innen/Organisation

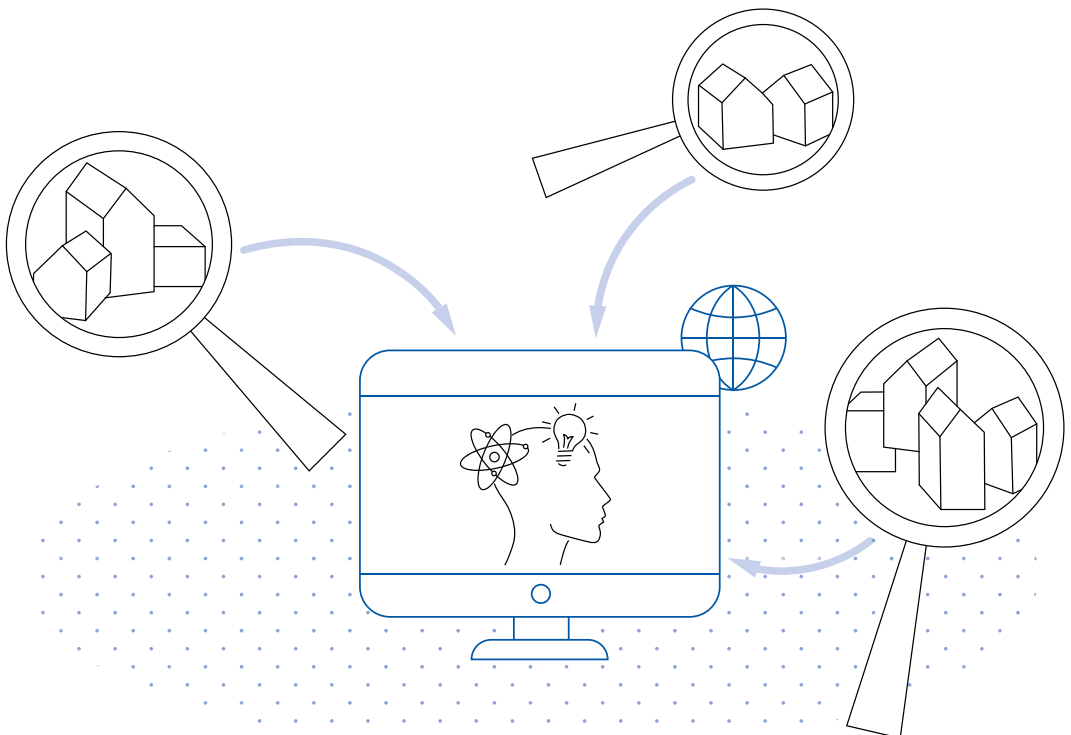
- Initiativen
- Genossenschaften

Beispiele: Quartier-Chatgruppen zu spezifischen Themen (Trödel, Informationen zum Quartiersleben etc.)

Website zum Sammeln von Quartierswissen

Wissen über Leerstand, Brachen sowie Ideen fürs Quartier mittels Plattform sammeln und Initiativen fördern

Eine Website dient als zentrales Kommunikationsmedium über Stadträume, die bislang brach liegen und ungenutzt sind sowie über mögliche Nutzungen dieser Orte, die von den Stadtbewohner:innen selbst entwickelt werden können. Mit eigenen Profilfotos, im Stadtraum mit Stickern oder Türschildern versehen oder als Postkarten versandt, bekommen die Resträume im Quartier eine Bühne und werden Nachbarschaften dazu angestiftet, für die Orte, die sie auf diese Weise bewusster wahrnehmen, eigene Ideen zu entwickeln. Über die Darstellung der Räume und Möglichkeiten ihrer Nutzung hinaus bietet die Website den Kontakt zu Projektlots:innen, die mit ihrer fachlichen Expertise als Architekt:innen, Stadtplaner:innen oder Geograph:innen dazu beraten, wie die unterschiedlichen Ideen und Projekte realisiert werden können.



Effekt

Das Angebot informiert über Räume und Möglichkeiten, diese zu nutzen. Es animiert zu eigenen Angeboten und befähigt bei der Durchführung von Projekten. Nicht zuletzt wird so ein niederschwelliges Netzwerk zwischen Akteur:innen vor Ort aufgebaut.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Auf diese Weise sammelt das Kollektiv der Stadtbevölkerung Informationen, die nun nicht mehr nur Fachleuten und Entwickler:innen zur Verfügung stehen, sondern einer breiten und kreativen Nachbarschaft, die gewillt ist, sich selbst für das Umfeld einzusetzen.

Zielgruppen

- Kreative und Unternehmer:innen der Nachbarschaft
- Akteur:innen, die sich für eine bedarfsgerechte Entwicklung des Quartiers einsetzen

Angebotsdimensionen

- Raum:
- Funktion:
- Dienstleistung: Projektlots:innen betreuen Ideen und Projekte
- Information: Über Ort und Räume, Ideen, Projektentwicklung
- Plattform: Zu geteilten Fundstücken, Ideen; zur Vernetzung von Bewohner:innen und Akteur:innen

Herausforderungen im Quartier

- Brachen und Leerstand
- Wenig Engagement und Selbstorganisation
- Fehlende Akteursvernetzung
- Wenig Raum für größere Neuentwicklungen
- Rückkopplung über Bedarfe

Erforderliche Ressourcen

- Sozialkapital
- Know-how
- Initiative und das neue Narrativ der der „Gestaltung von unten“

Träger:innen/Organisation

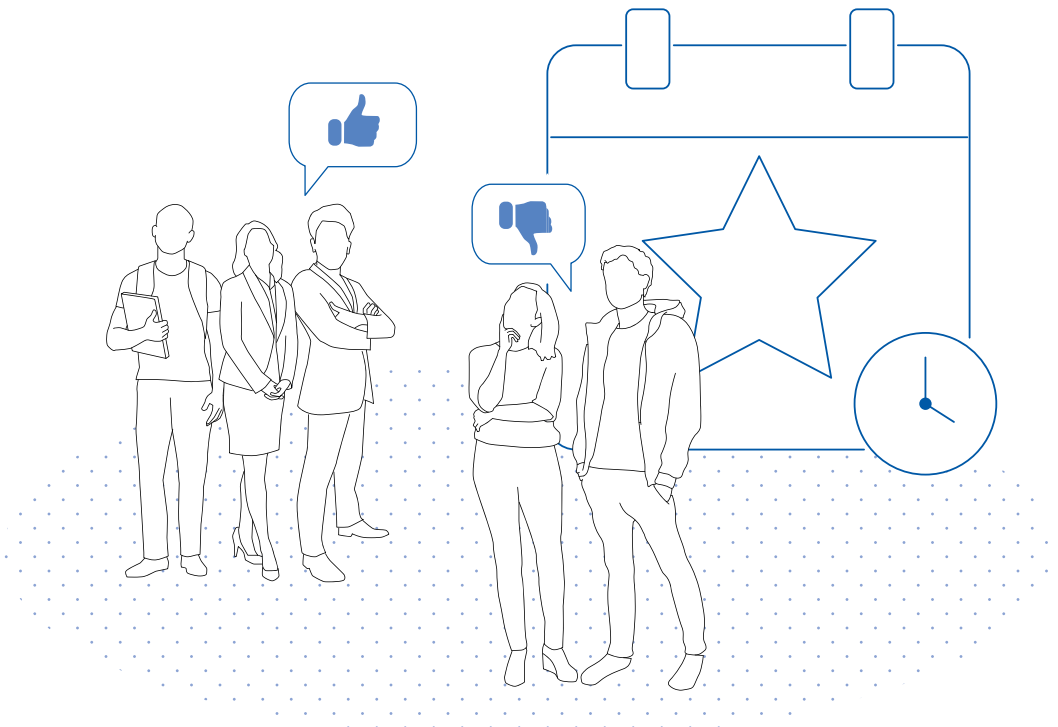
- Initiativen und Vereine
- Gemeinnützige GmbH
- Privatwirtschaftliche Dienstleister:innen, z.B. Architekt:innen- und Stadtplaner:innen

Beispiele: Hannover Voids, Hannover, ZwischenZeitZentrale, Bremen

Events zur Rückkopplung über Angebote

Veranstaltungen durchführen als Rückkopplungsmomente „zur Lage im Quartier“,
Gebrauch von Alltagsroutinen

Wie gewinnt man konsensfähige Ideen für Stadtentwicklung aus der vollen Breite der Gesellschaft? Neue Beteiligungsformate setzen auf Offenheit im Ergebnis bei gleichzeitig guter Anleitung für einen milieuübergreifenden Dialog. Eine möglichst große Heterogenität bei den Teilnehmenden wird über die Ansprache durch sehr unterschiedliche Medien erreicht. Nach einem Kennenlernen in der Großgruppe finden die nächsten Treffen in Kleingruppen beispielsweise beim gemeinsamen Kochen statt. Die Teilnehmer:innen laden zu sich nach Hause ein, was es Bevölkerungsgruppen, die sonst nur schwer erreichbar sind, ermöglicht, in den Prozess inkludiert zu werden. Das persönliche Gespräch zwischen den Nachbar:innen wird durch Moderator:innen oder ein Planspiel begleitet, was die Gruppe in mehreren Schritten und Treffen zu eigenen Projektideen führt, die fast beiläufig miteinander verhandelt werden.



Effekt

Die kleinen Treffen sorgen für einen regen und informellen Informationsaustausch zwischen den Teilnehmer:innen, den verschiedenen sozialen Gruppen und Bedürfnissen. Sie sorgen für mehr Vernetzung, mehr Solidarität und befähigen zu eigenen Initiativen und Aushandlungsprozessen.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Neu sind die breit und ergebnisoffen angelegte Aktivierung der Zivilgesellschaft für Stadtentwicklung sowie die Nutzung einer wichtigen Routine für die soziale Synchronisation: das gemeinsame Essen.

Zielgruppen

- Vertreter:innen aller sozialen Milieus
- Ältere Menschen und Menschen mit Benachteiligung
- Quartiersbewohner:innen mit Lust an Stadtentwicklung oder hoher Motivation, die eigenen Interessen zu vertreten

Angebotsdimensionen

- Raum: Unter anderem Privatraum, eigene Wohnung
- Funktion: Gemeinsames Kochen, Spielen
- Dienstleistung: Prozessorganisation, Moderation
- Information: Zielgruppenansprache durch diverse Medien, Aushänge, Zeitung, Website, Personen, Social Media
- Plattform: Social Media für den weiteren Austausch

Herausforderungen im Quartier

- Segregation
- Strukturelle Defizite
- Image
- Soziodemografischer Wandel
- Wenig Begegnung und Austausch
- Fehlendes Gemeinschaftsgefühl und fehlende Solidarität
- Mangelhaftes Wissen über (die Bedürfnisse von) Zielgruppen

Erforderliche Ressourcen

- Sozialkapital
- Akteursnetzwerk
- Engagierte Bestandshalter:innen

Träger:innen/Organisation

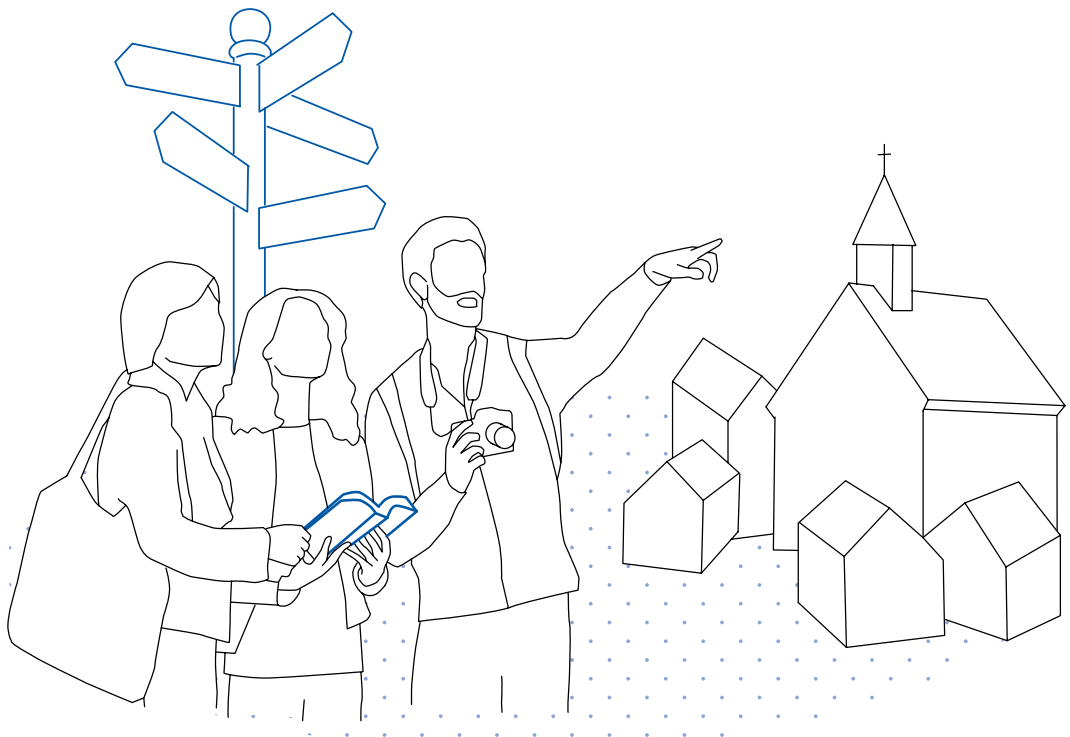
- Ämter und Fachstellen
- Immobilien- / Wohnungswirtschaft
- Initiativen
- Genossenschaften

Beispiele: SALZ und SUPPE – Stuttgart, Eilendorf kocht, Aachen

Führung durch das Quartier

Das gemeinsame Erkunden des Nahumfelds stiftet Identität

In der Bewegung durch die Stadt machen wir uns Raum zu eigen. Wir erkunden, orientieren uns, nutzen, bilden Routinen, sammeln Erinnerungen, bis uns der Raum anverwandt ist. Eine Stadtführung kennen wir vor allem durch den Besuch fremder Städte. Eine Führung durch das eigene Quartier bietet darum vor allem den Neueinsteiger:innen einen vertrauten und niederschweligen Zugang zum neuen Umfeld. Im Bestandsquartier gibt es eine Menge Geschichten zu entdecken. Man kommt mit den anderen Teilnehmer:innen der Führung ins Gespräch und lernt die Angebote, Vereine und Anlaufstellen kennen. Im Neubauquartier kommen alle gemeinsam an, machen sich vertraut und können dazu ermuntert werden, eigene Visionen für das gemeinsame Leben vor Ort zu entwickeln. Gibt es bauliche Lücken, gemeinsame Interessen, Projekte, die hier verfolgt werden können?



Effekt

Abhängig von der Ausrichtung der Führung und Moderation, kann sie die Teilnehmer:innen dazu befähigen, selbst im Quartier aktiv zu wirken und unterstützt die Vernetzung in das direkte Wohnumfeld.

Informiert sein, sich sicher fühlen

Versorgt und ausgestattet sein

Mobil und angebunden sein

Unterstützt sein und gepflegt werden

Vernetzt und eingebunden sein

Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Die Stadtführung wird neu kontextualisiert und im Sinne einer Aktivierung für das Quartier bzw. für Vernetzung und Beteiligung eingesetzt.

Zielgruppen

- Neuankömmlinge, die gerne aktiv mitgestalten möchten und Kontakt ins Quartier suchen
- Menschen mit Quartierswissen und einem Ohr am Quartier
- Menschen, die über spezifisches Wissen im Quartier verfügen und dieses teilen wollen

Angebotsdimensionen

- Raum:
- Funktion:
- Dienstleistung: Führung, Information, Inspiration für eigene Ideen und Kooperation
- Information: Über die Geschichte des Quartiers, Angebote, Akteur:innen
- Plattform: Website, Social Media für Vertiefung der Netzwerkbildung

Herausforderungen im Quartier

- Neustart, Aufbau einer gemeinsamen Identität
- Fluktuation
- Wenig Engagement und Selbstorganisation
- Modernisierungsbedarf
- Individualisierung und Vereinzelung

Erforderliche Ressourcen

- Sozialkapital
- Engagierte Bestandshalter:innen
- Initiative
- Quartierswissen

Träger:innen/Organisation

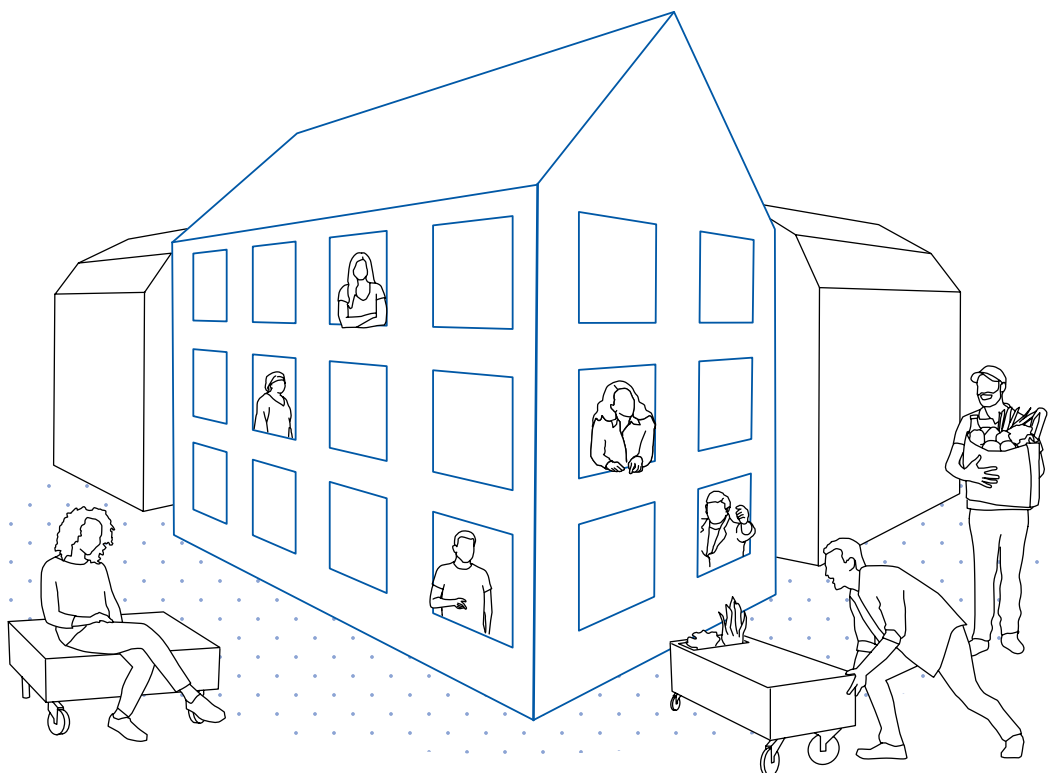
- Immobilien- und Wohnungswirtschaft
- Ämter und Fachstellen
- Genossenschaften
- Vereine
- Dienstleister:innen

Beispiele: Spaziergänge, HansaForum, Münster, Quartiersführung – Prinz Eugen Park, München, Stadtteilspaziergang et Kapellche e.V.

Kollaborative Wohnformen

Bewohner:innen verhandeln Angebote, die sie selbst der Hausgemeinschaft zur Verfügung stellen und ggf. zur Nachbarschaft hin öffnen

Das Spektrum alternativer Wohnformen hat in den vergangenen Jahren rasant zugenommen. Diversität liegt in der Größenordnung, den Organisationsformen und der Ausrichtung in Bezug auf die geteilten Werte. Allen gemeinsam ist der Ansatz einer gegenseitigen solidarischen Unterstützung in Zeiten zunehmender Vereinzelung. Sei es durch Raum, Ausstattung, Zeit, Know-how oder kleine Dienste, die miteinander geteilt werden. Das erfordert Aushandlungsprozesse. Angefangen von der Gründung über die baulichen Arbeiten hinweg bis hin zur sozialen Programmierung des gemeinsamen Wohnprojektes. Das konkrete Angebot geht auf in einem diffusen Zusammenspiel von Akteur:innen und in einem organischen und jeweils individuellen Prozess, der auch professionell gesteuert werden kann. Im besten Fall sind Angebote auch der angrenzenden Nachbarschaft zugänglich und wirken über das Wohnprojekt hinaus.



Effekt

Im besten Fall können durch die organische Selbstorganisation alle Effekte erzielt werden bis hin zu Mobilität; nämlich dann, wenn auch hier im Bauprojekt selbst organisierte Sharing-Angebote zu Stande kommen. Der Maßstab der Wohngemeinschaft spielt dabei keine Rolle.

- Informiert sein, sich sicher fühlen
- Versorgt und ausgestattet sein
- Mobil und angebunden sein
- Unterstützt sein und gepflegt werden
- Vernetzt und eingebunden sein
- Sich befähigen und entwickeln**

Neuartigkeit

Ohne hier alle aufzählen zu können, treten zahlreiche neue Organisationsformen hervor, die sich durch ein Zusammenspiel von Initiativen mit professioneller Unterstützung auszeichnen.

Zielgruppen

- Menschen mit Bedarf an solidarischer Unterstützung und Gemeinschaft
- Alleinstehende und ältere Menschen
- Familien, Alleinerziehende Menschen mit Migrationsbiografie
- Menschen mit Beeinträchtigung

Angebotsdimensionen

- Raum: Multi- oder monofunktionale Gemeinschaftsräume (z.B. Bibliothek, Dachterrassen)
- Funktion: Sehr diverse Ausstattung (für Werkstätten, Küche, Veranstaltungen et cetera)
- Dienstleistung: Koordination, Aushandlung, Betreuung einzelner Angebote
- Information: Mund zu Mund bei Veranstaltungen, in Gremien über Website oder Social Media (nach außen gerichtet)
- Plattform: Als Interessens- und Wertegemeinschaft

Herausforderungen im Quartier

- Neustart, Aufbau einer gemeinsamen Identität
- Fluktuation
- Wenig Engagement und Selbstorganisation
- Modernisierungsbedarf
- Individualisierung und Vereinzelung

Erforderliche Ressourcen

- Freiraum / Leerstand
- Sozialkapital
- Know-how
- Bereitschaft zum Wandel
- Engagierte Bestandshalter:innen

Träger:innen/Organisation

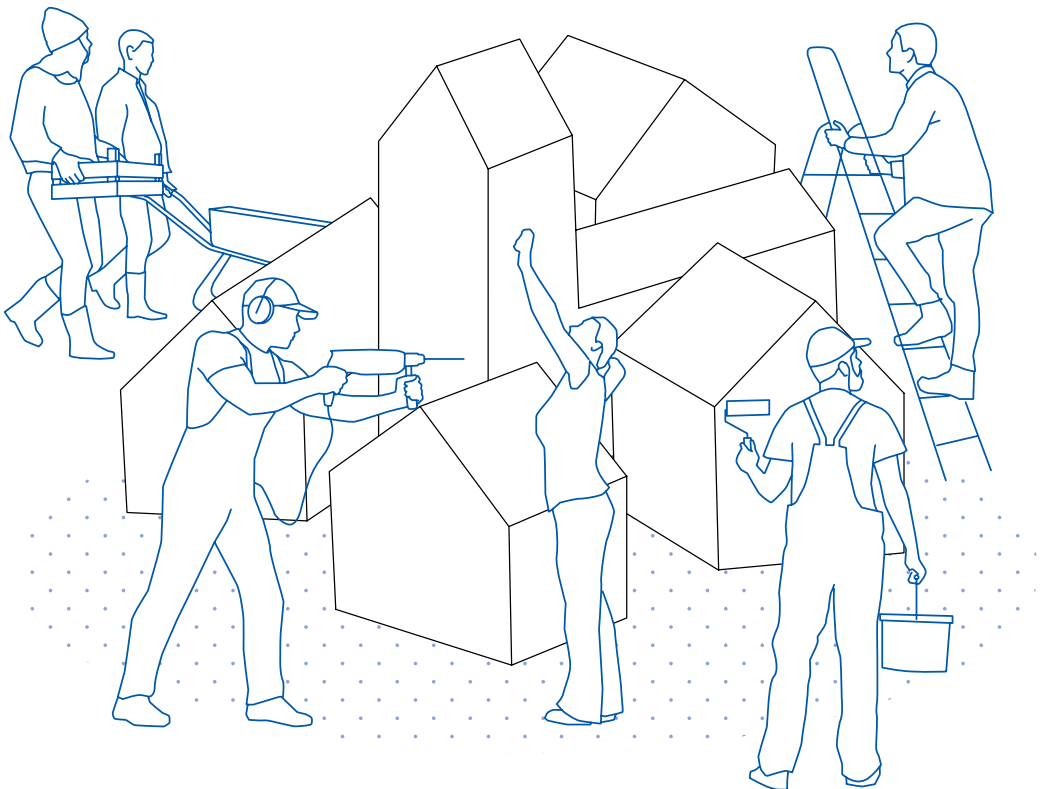
- Vereine
- Genossenschaften
- Baugruppen
- Initiativen

Beispiele: Sharehouse Refugio, Berlin, Clusterwohnung Spreefeld, Berlin, Ligsalz 8, München, Cohabitat, Quebec, Kanada, Amaryllis eG, Bonn (Vilich Mühlendorf)

Selbstbau-Wohnsiedlung

Bereitstellung und Verhandlung der gesamten Infrastruktur und Angebote in Hausgemeinschaft, Nachbarschaft und Quartier

Was im kleinen Maßstab kollaborative Wohnformen erfordern, setzt sich bei großen Projekten mit dem Anspruch nach größtmöglicher Teilhabe an Gemeinschaftsentscheidungen fort: Strukturierte Aushandlungsprozesse und eine Form der Selbstorganisation, die flach und maximal inklusiv angelegt ist. Das Angebot einer Selbstbau-Wohnsiedlung ist dementsprechend zunächst eine maximale hoheitliche Deregulierung, um für die Entstehung neuer Aushandlungsprozesse und Entscheidungen Raum zu geben. Demgegenüber steht das Angebot der unterstützenden, professionellen Moderation im Aushandlungsprozess sowie dem Angebot der fachlichen Expertise in Bezug auf Bautechnik, Wirtschaftlichkeit und Sicherheit. Ziel ist eine organische Diversität neuer Angebote für die Gemeinschaft und eine kollektive Befähigung der Teilnehmer:innen, denen damit auch die Verantwortung für das Gelingen des Ganzen übertragen wird.



Effekt

Im besten Fall können und müssen durch die Qualität guter Aushandlungsprozesse und Selbstregulierung alle Bedarfe der Bewohner:innen erfüllt, alle genannten Effekte erzielt werden.

Informiert sein, sich sicher fühlen
 Versorgt und ausgestattet sein
 Mobil und angebunden sein
 Unterstützt sein und gepflegt werden
 Vernetzt und eingebunden sein
Sich befähigen und entwickeln

Neuartigkeit

Eine nahezu vollständige Deregulierung, z.B. in Bezug auf den B-Plan, ist ein radikaler Ansatz. Das gilt auch für die maximale Aushandlungsfreiheit bei der Bereitstellung von Infrastruktur und Angeboten.

Zielgruppen

- Pioniere neuer Formen des Zusammenlebens, die sich in Selbstbauprojekten engagieren
- Junge Unternehmer:innen, die eine neue ganzheitliche Form des Wirtschaftens ausprobieren möchten

Angebotsdimensionen

- Raum: Baugelände, Baugrund
- Funktion:
- Dienstleistung: Rahmenbedingungen für Bodenverteilung, Moderation, fachliche Expertise
- Information: Website zum Grunderwerb, Rahmenbedingungen, Ansprechpartner:in
- Plattform: Social Media, Kommunikation / Austausch der Community

Herausforderungen im Quartier

- Start – Start als Herausforderung
- Vernetzung mit angrenzenden Siedlungen Stadtstrukturen
- Aufbau Infrastruktur, Angebotsstruktur
- Aufbau von Gemeinschaft, Identität und Routinen

Erforderliche Ressourcen

- Freiraum / Bauland
- Sozialkapital
- Initiative
- Know-how
- Bereitschaft zum Wandel

Träger:innen/Organisation

- Städtische Gesellschaften
- Stadt- / Kommunalverwaltung

Beispiele: Maak Oosterwold, Almere Niederlande

