



Nina Böcker, Lars Wiesemann

## Stadtmachen auf digitalen Plattformen

### Einblick in ein aktuelles vhw-Forschungsprojekt

Seit November 2018 forscht urbanista im Auftrag des vhw zu digitalen Plattformen, die auf das Entwickeln und Finanzieren von Bürgerprojekten in der Stadtentwicklung ausgelegt sind. Die Studie untersucht, inwiefern die Plattformen für das Initiieren und Umsetzen eigener Ideen zur Gestaltung von Stadt ein hilfreiches Werkzeug sind. Die Veröffentlichung der Ergebnisse ist für den Sommer 2020 geplant. Vorab geben Dr. Sophie Naue, Anna Wildhack und Sven Kohlschmidt von urbanista einen Einblick in erste Erkenntnisse der Studie. Die Fragen für den vhw stellten Nina Böcker und Dr. Lars Wiesemann.

**vhw: Stadtmachen auf digitalen Plattformen, so lautet der Titel des Forschungsprojekts. Um welche Plattformen geht es hier genau?**

**urbanista:** In der Studie betrachten wir digitale Plattformen, durch die Bürgerinnen und Bürger die Möglichkeit erhalten, eigene Vorstellungen zur Gestaltung ihrer Stadt zu entwickeln und selbst Projekte zu initiieren. Das können Plattformen zur reinen Ideenproduktion sein, aber auch Crowdfunding-Plattformen oder solche, die verschiedene Ansätze von Crowdsourcing bis Crowdfunding kombinieren. In der Regel werden die Plattformen von zivilgesellschaftlichen Initiativen, von kommunalen Verwaltungen oder von kommerziellen Anbietern betrieben.

**vhw: In der Debatte um eine neue Kultur des Stadtmachens erfahren solche Plattformen viel Aufmerksamkeit. Argumentiert wird, dass die Plattformen die Gestaltung unserer Städte offener und partizipativer machen, sie neue Zugänge und Wege zu einer „User-generated City“ eröffnen. Trifft dies tatsächlich zu?**

**urbanista:** Wir beschäftigen uns in der Studie viel mit der Frage, ob die Euphorie um das Stadtmachen auf digitalen Plattformen seine Berechtigung hat. Eine einfache Antwort gibt es darauf nicht. Aber ein Blick auf die Entwicklung der Plattformlandschaft liefert zu diesem Punkt interessante Erkenntnisse. Zwischen 2010 und 2016 ist eine Reihe verschiedener digitaler Plattformen für das Sammeln, Gestalten oder Unterstützen von Bürgerprojekten entstanden (z.B. Frankfurt Gestalten, Next-hamburg, Open Berlin, Stadtmacher, place2help etc.). Seit 2017 sind jedoch kaum neue Plattformen hinzugekommen, während viele bestehende Plattformen nur noch als Informations- und Kommunikationsinstrumente genutzt werden oder einfach vor sich hindümpeln. Was die zivilgesellschaftlich initiierten Plattformen betrifft, lässt sich sogar ein Rückgang beobachten. Eine erste Bilanz unsererseits fällt somit eher ernüchternd aus.

**vhw: Wie erklärt sich diese ernüchternde Entwicklung, besonders von Plattformen aus dem zivilgesellschaftlichen Bereich?**

**urbanista:** Ausschlaggebend dafür sind zunächst personelle und finanzielle Engpässe. Um Reichweite zu erzeugen, die Plattform zu pflegen oder Projekte zu begleiten, braucht es die entsprechenden Ressourcen. Bei zivilgesellschaftlichen Akteuren sind diese nicht selbstverständlich vorhanden. Bislang gibt es noch keine guten Lösungen für ein tragfähiges Finanzierungskonzept. Hinzu kommt, dass den zivilgesellschaftlichen Plattformen meist die Anbindung an das formelle Planungssystem fehlt. Dies führt dazu, dass viele der entwickelten Ideen und Projekte ins Leere laufen, was dem Wirkungsversprechen der Plattformen letztlich entgegensteht. Grundsätzlich ist es nach unserer Beobachtung für viele Stadtverwaltungen eine große Herausforderung, wie sie mit dem neuen Modus des Stadtmachens umgehen sollen. Hier ist eine andere Kultur der Kooperation gefragt.

**vhw: Können digitale Plattformen für Crowdsourcing oder Crowdfunding trotz dieser Beobachtungen denn auch ein nützliches Werkzeug für die Realisierung von Bürgerprojekten sein?**

**urbanista:** Durchaus. Die von uns untersuchten Fallbeispiele zeigen unbestritten, dass mit Hilfe solcher Plattformen Projekte realisiert oder zumindest angestoßen werden konnten, die es sonst nicht gegeben hätte. Über einige Plattformen wurden auch Themen auf die politische Agenda der Stadt geholt, die Politik und Verwaltung in der Form noch nicht diskutiert hatten. Ein gutes Beispiel hierfür ist das Projekt „Radbahn Berlin“, das eine erfolgreiche Crowdfunding-Kampagne auf der Plattform Startnext durchgeführt hat. Die Idee, einen Radweg unter dem Hochbahn-Viadukt einer Berliner U-Bahn-Linie zu errichten, ist intensiv von der Presse aufgegriffen worden, auch international. Die Aufmerksamkeit um das Projekt hat schließlich die Senatsverwaltung in Berlin veranlasst, die Initiative zum Gespräch einzuladen.

Welches Potenzial digitale Plattformen für das gemeinsame Gestalten von Stadt haben können, zeigen aber insbesondere die von uns untersuchten internationalen Fallbeispiele. Die Plattform Better Reykjavik etwa ist mit über 700 umgesetzten Projekten absoluter Spitzenreiter, was den konkreten, greifbaren Output betrifft, und ist mittlerweile fester Bestandteil der lokalen Beteiligungskultur. Die Crowdfunding-Plattform ioby für urbane Nachbarschaftsprojekte in US-amerikanischen Städten zeigt hingegen eindrucksvoll, welchen sozialen und gemeinwohlorientierten Nutzen sol-



che Plattformen generieren können. Hier steht das „do it together“ ganz klar im Vordergrund: Projekte werden gemeinsam mit der Nachbarschaft bzw. durch die Community umgesetzt. Dabei werden nicht nur die bereits aktiven und projekterfahrenen Bewohnerinnen und Bewohner erreicht, sondern durch aufsuchende Akquise und ein umfangreiches Coaching kann ebenso die breite Nachbarschaft für gemeinsame Projekte mobilisiert werden.



Abb. 1: Visualisierung zum Projekt „Radbahn Berlin“ (Quelle: Reindeer Renderings)

## Das Projekt „Entwickeln. Finanzieren. Umsetzen. Stadtmachen auf digitalen Plattformen“

### Projektschritte:

In einem ersten Schritt wurde auf Grundlage einer breiten Recherche eine Plattformlandschaft erstellt, die derzeit 79 Plattformen für Crowdsourcing und Crowdfunding umfasst. Für eine nähere Betrachtung erfolgte daraufhin eine Auswahl von 28 Praxisbeispielen, die in Form von Steckbriefen einen zusammenfassenden Überblick über die Plattformen im deutschsprachigen Raum geben – ergänzt um gute Beispiele aus dem internationalen Kontext (downloadbar auf vhw.de). Die Plattformen Frankfurt Fragt Mich, Hannover Voids, Mannheim Gemeinsam Gestalten, Mein Augustusburg, Raumpioniere, Startnext, Better Reykjavik, Spacehive und ioby wurden anschließend als Fallstudien genauer untersucht: Es wurden Interviews mit Plattformbetreibenden, Projektinitiatoren, Stadtverwaltungen und weiteren Stakeholdern geführt, die Tools der Plattformen analysiert sowie die Prozesse der Projektentwicklung unter die Lupe genommen.

### Auftragnehmer:

urbanista gehört zu den europaweit führenden Büros für kreative Stadtentwicklung. Das Team hat zahlreiche partizipative Stadtentwicklungsprozesse auf unterschiedlichen Maßstabsebenen unter Einsatz verschiedener Online-Werkzeuge durchgeführt. Darüber hinaus besitzt urbanista durch eigene Pilotprojekte wie Nexthamburg und Stadtmacher ein breites Erfahrungswissen beim Stadtmachen auf digitalen Plattformen.

## vhw: Was ist somit entscheidend, damit eine aufgesetzte Plattform zum Inkubator für Bürgerprojekte wird?

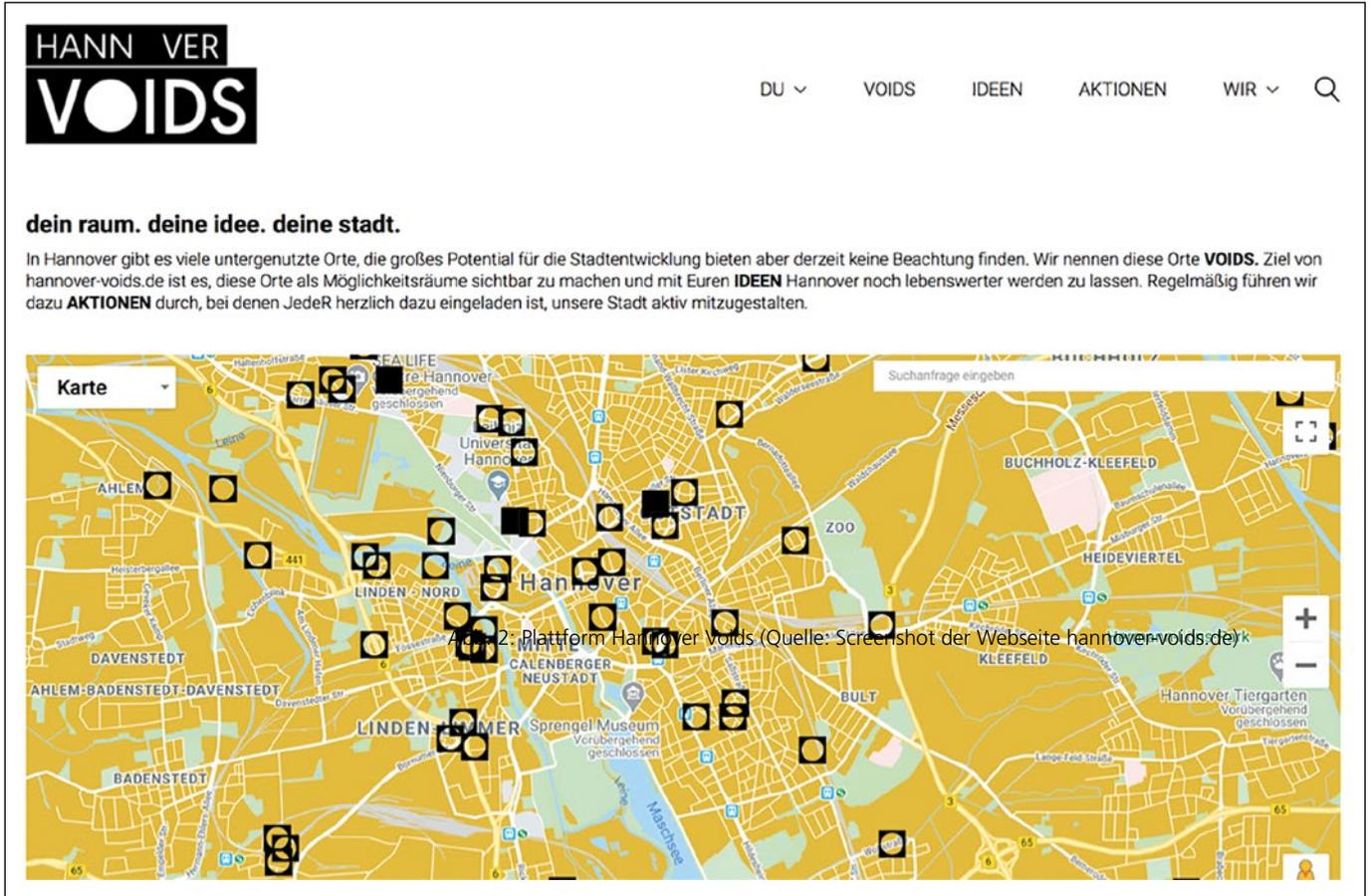
**urbanista:** Plattformbetreibende sollten neben dem reinen digitalen Angebot – etwa zur Ideenproduktion oder Finanzierung von Projekten – auch konkrete Beratungen anbieten. Gerade aus Sicht der Projektinitiatoren zeichnet sich eine gute Plattform dadurch aus, dass sie von den Plattformbetreibenden zusätzlich Hilfestellungen erhalten, z.B. bei der Qualifizierung der Projektidee, beim Vernetzen und Mobilisieren oder beim Zugang zur Stadtverwaltung. Wie wichtig dies für den Erfolg von Projekten ist, zeigen unter anderem die zivilgesellschaftlich initiierten Plattformen Hannover Voids oder Raumpioniere, die einen engen Austausch und eine intensive Beratung mit den Projektinitiatoren pflegen.

Zudem sollte die Plattform über eine möglichst große Reichweite verfügen. Um Resonanz zu erzeugen, viele Ideen und Projekte auf die Seite zu ziehen und eine breite Öffentlichkeit zu erreichen, müssen die Plattformbetreibenden selbst mobilisieren und sich weiter vernetzen. Wie bei allen Partizipationsangeboten läuft es auch hier auf die einfache Formel hinaus: Gehe dahin, wo die Menschen sind. Plattformen, die diese aufsuchende Beteiligung praktizieren, erlangen im Vergleich eine höhere Reichweite. Je lokaler die Ausrichtung der Plattform ist, desto hilfreicher ist eine Vor-Ort-Präsenz. Nicht zuletzt sind ausreichend finanzielle und personelle Ressourcen erforderlich, weil Mobilisierung, Beratung, strategische und technische Weiterentwicklung etc. enorm zeit- und aufwendig sind. Wie schon erwähnt, haben hier vor allem die zivilgesellschaftlichen Plattformen ein Problem, während Plattformen, die von ökonomischen Akteuren betrieben werden, in der Regel ein breit aufgestelltes Team mit bis zu 18 Mitarbeitenden haben und so mehr Eigenleistungen erbringen können.

## vhw: Ein wichtiger Erfolgsfaktor scheinen weiterhin Partnerschaften zu sein. Wie steht es darum?

**urbanista:** In der Tat, Partnerschaften sind ein wichtiger Faktor. Die Crowdfunding-Plattform Startnext beispielsweise hat sich vom Pionier zum Marktführer entwickelt und weist heute die größte Crowdfunding-Community im deutschsprachigen Raum auf. Sie hat dabei gut funktionierende Partnermodelle – etwa mit der Kultur- und Kreativwirtschaft – aufgebaut. Durch solche Partnerschaften können Plattformen ihre Reichweite erhöhen und sich strategisch weiterentwickeln. Auch Projektinitiatoren profitieren von zusätzlichen Ressourcen, die von den Kooperationspartnern erbracht werden – z.B. Coaching oder Kofinanzierung. Letztlich kann man sagen, es braucht starke Partnerschaften, um eine Plattform zu etablieren.

## vhw: Aktuell stecken wir mitten in der Corona-Krise. Welche Auswirkungen könnte diese für das Stadtmachen auf digitalen Plattformen haben?



**urbanista:** Das ist eine gute Frage. Momentan befeuert die Corona-Krise die Digitalisierung unglaublich. Beispielsweise werden über Hackathons gemeinsam Lösungen für den Umgang mit der Corona-Pandemie entwickelt (z.B. #WirVersusVirus) oder es werden über Crowdfunding-Plattformen unbürokratisch Spenden für Kultur-, Gastronomie- und Sozialangebote gesammelt. Überhaupt gibt es derzeit eine große Bereitschaft für Austausch, Vernetzung und Nachbarschaftshilfen über soziale Medien. Auch was das kollaborative Arbeiten betrifft, tun sich plötzlich ganz neue Möglichkeiten auf. Dieser Aspekt ist interessant, denn bislang schien die Devise beim digitalen Stadtmachen zu sein, Zusammenarbeit findet vor Ort im direkten Austausch statt. Unter all unseren Fallbeispielen gibt es keine Plattform, die das kollaborative Arbeiten auch online abbildet. Dafür gab es offenbar bisher keinen Bedarf. Durch das derzeitige Leben und Arbeiten im Remote-Modus beschäftigen sich nun aber viele mit kollaborativen Tools. Es bleibt somit spannend, welche digitalen Möglichkeiten sich hieraus dauerhaft etablieren werden, auch beim Stadtmachen auf digitalen Plattformen.

**vhw:** Sophie Naue, Anna Wildhack und Sven Kohlschmidt, wir danken Ihnen für das Gespräch.