

Urbane Narrative.

Geschichtenerzählen für Stadtmacher

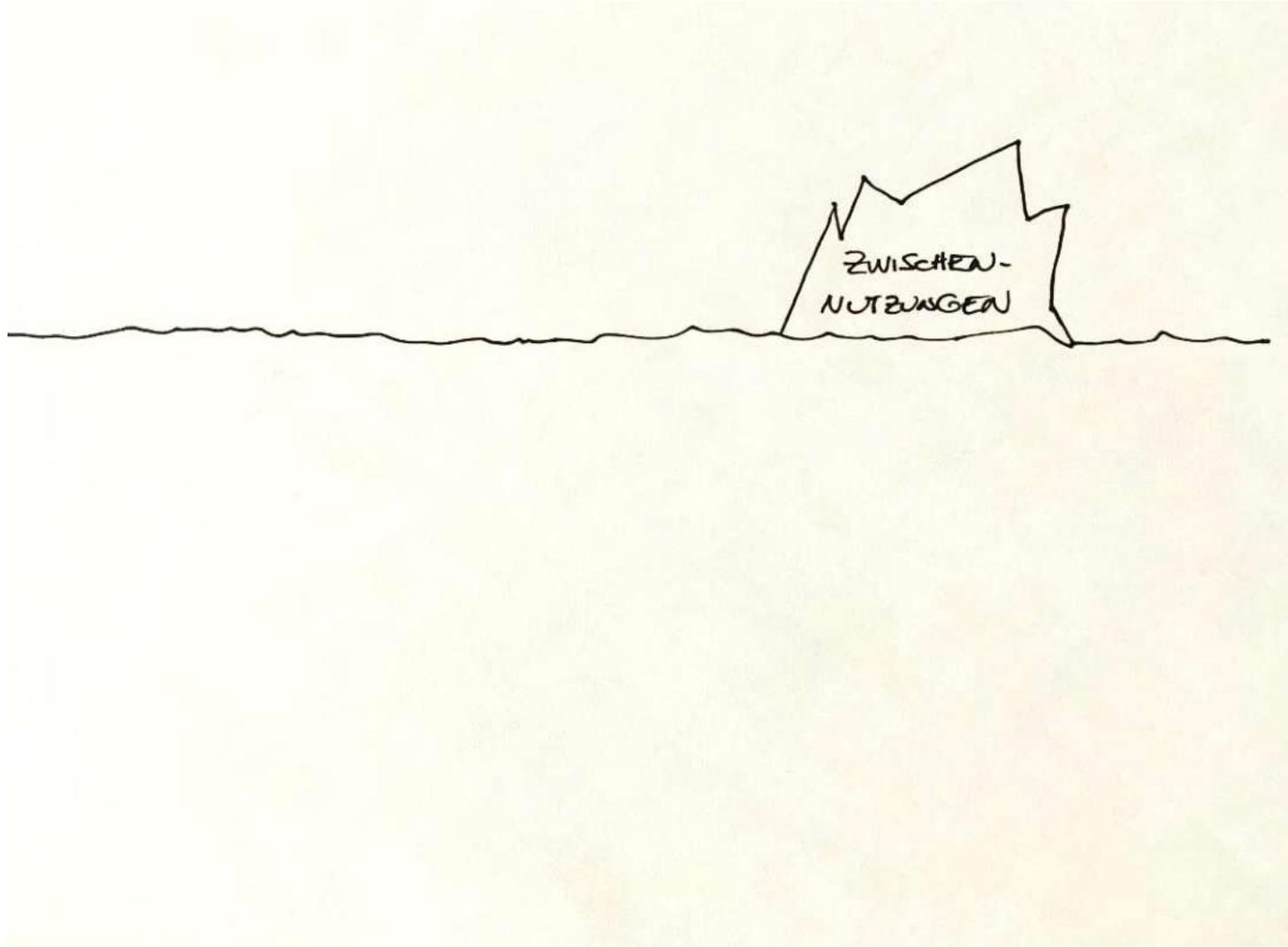
Stephan Willinger

Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung BBSR

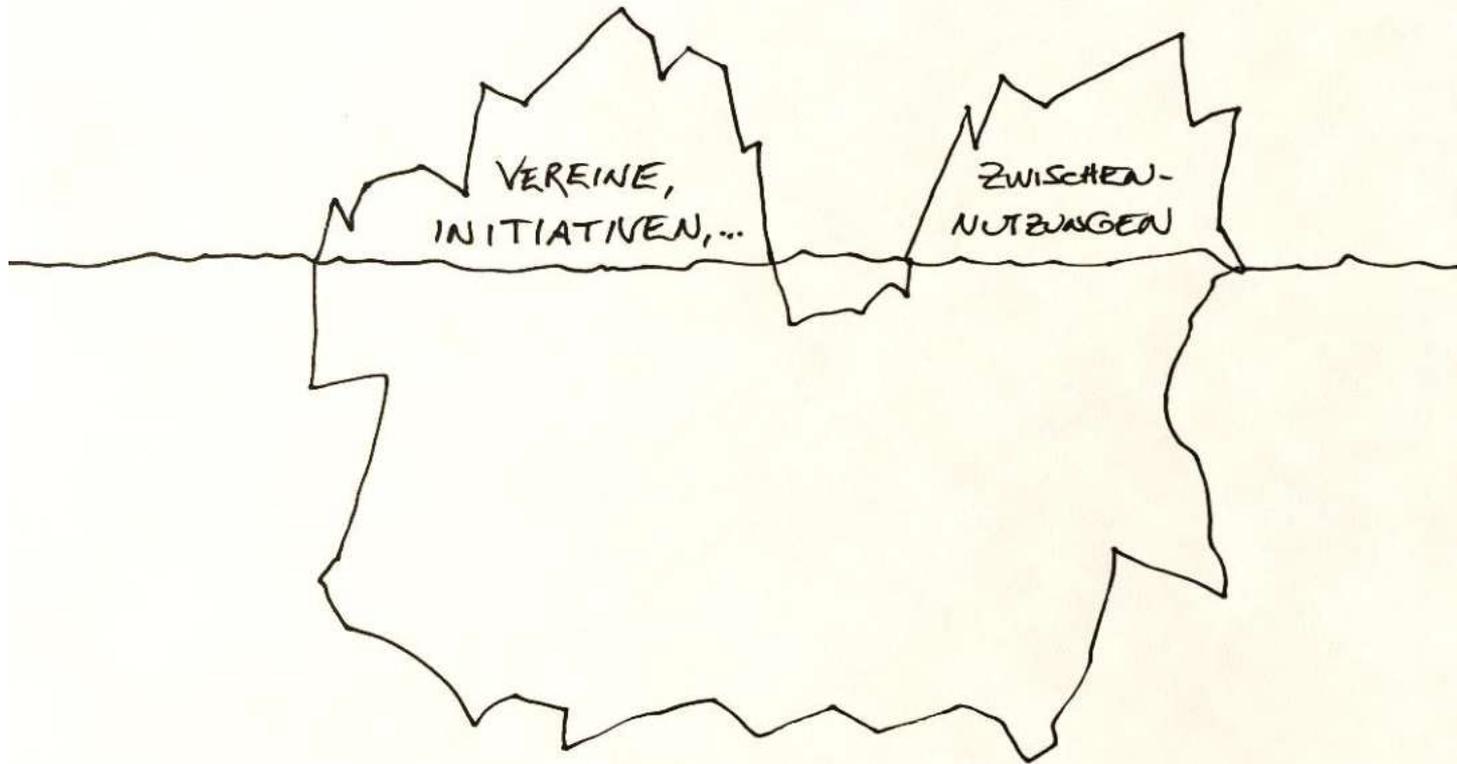
Anstiftung, 03.03.2020

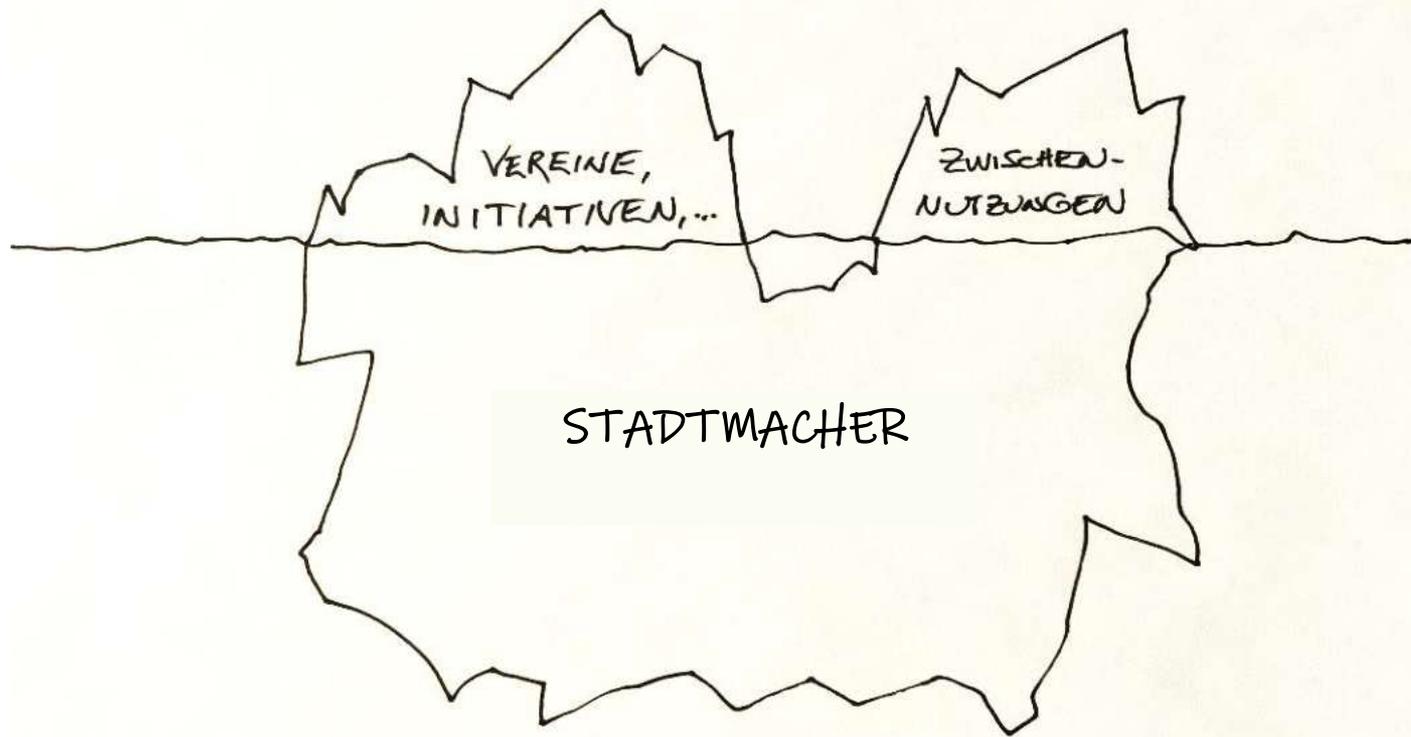
Gliederung:

- 1. theoretische Klärungen: Stadtmacher, Narrative, ...**
- 2. Fallstudie PlatzProjekt Hannover**
- 3. Stadtmacher-Narrative: Ausrichtungen, Empfehlungen**









Stadtmacher: zivilgesellschaftliche Projekte in der Stadtentwicklung



Herausforderungen für Stadtmacher

- **Ansprechpartner in der Verwaltung finden**
- **Eigenen Ansprechpartner bereitstellen**
- **Projektziele an Dritte vermitteln**
- **Offene Organisationsform und ...**
- **... nicht-lineare Projektverläufe erklären**
- **Zeitliche und finanzielle Lücken überbrücken**
- **Rechtlichen Rahmen (Genehmigungstatbestände) sondieren**
- **Politischen Rückhalt organisieren**
- **...**

Narrative Herausforderungen für Stadtmacher

- **Ansprechpartner** in der Verwaltung finden
- **Eigenen Ansprechpartner** bereitstellen
- **Projektziele** an Dritte **vermitteln**
- **Offene Organisationsform** und ...
- ... nicht-lineare Projektverläufe **erklären**
- **Zeitliche** und **finanzielle Lücken** überbrücken
- **Rechtlichen Rahmen** (Genehmigungstatbestände) sondieren
- **Politischen Rückhalt** organisieren
- ...

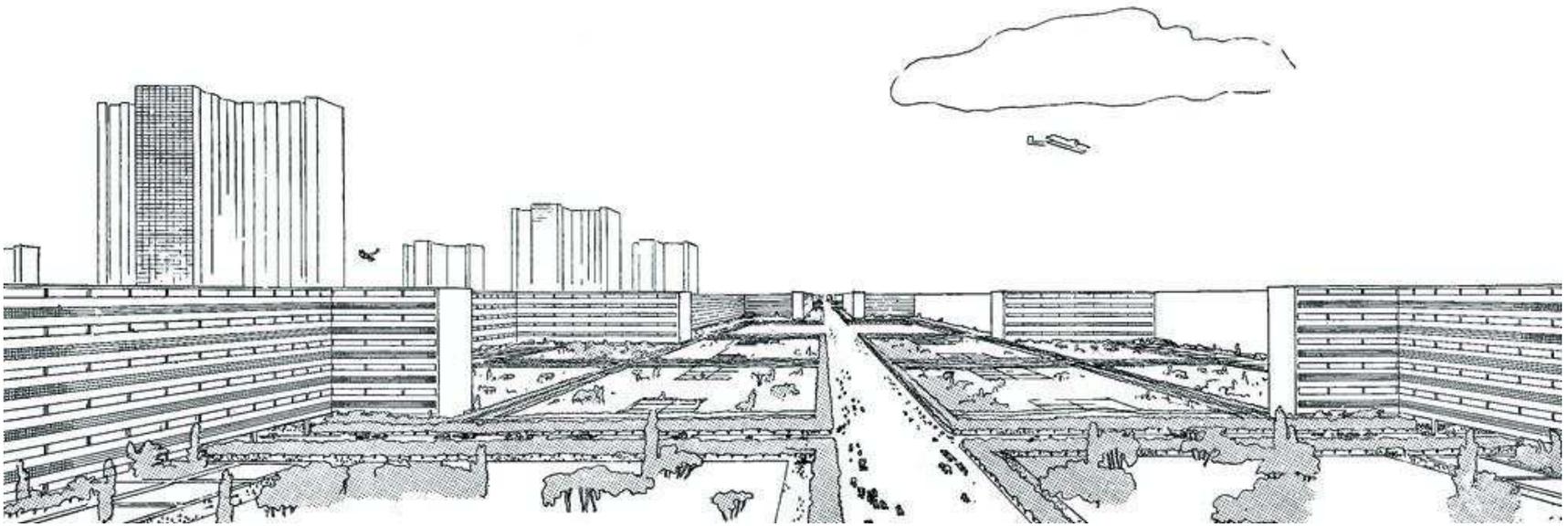
Narrative ...

- ... Darstellung der Welt + Bedeutungszuweisung
- ... plausible Erzählungen über komplexe Phänomene
- ... transportieren Leitprinzipien und Werte
- ... prägen (kollektive) Erinnerungen, Rollenverständnisse, sowie privates und politisches Handeln.

Wenn Stadtmacher-Projekte *ephemer* sind, brauchen sie keine Narrative
Sollen sie *dauerhaft* sein, dann müssen sie ihre öffentliche Präsenz gestalten

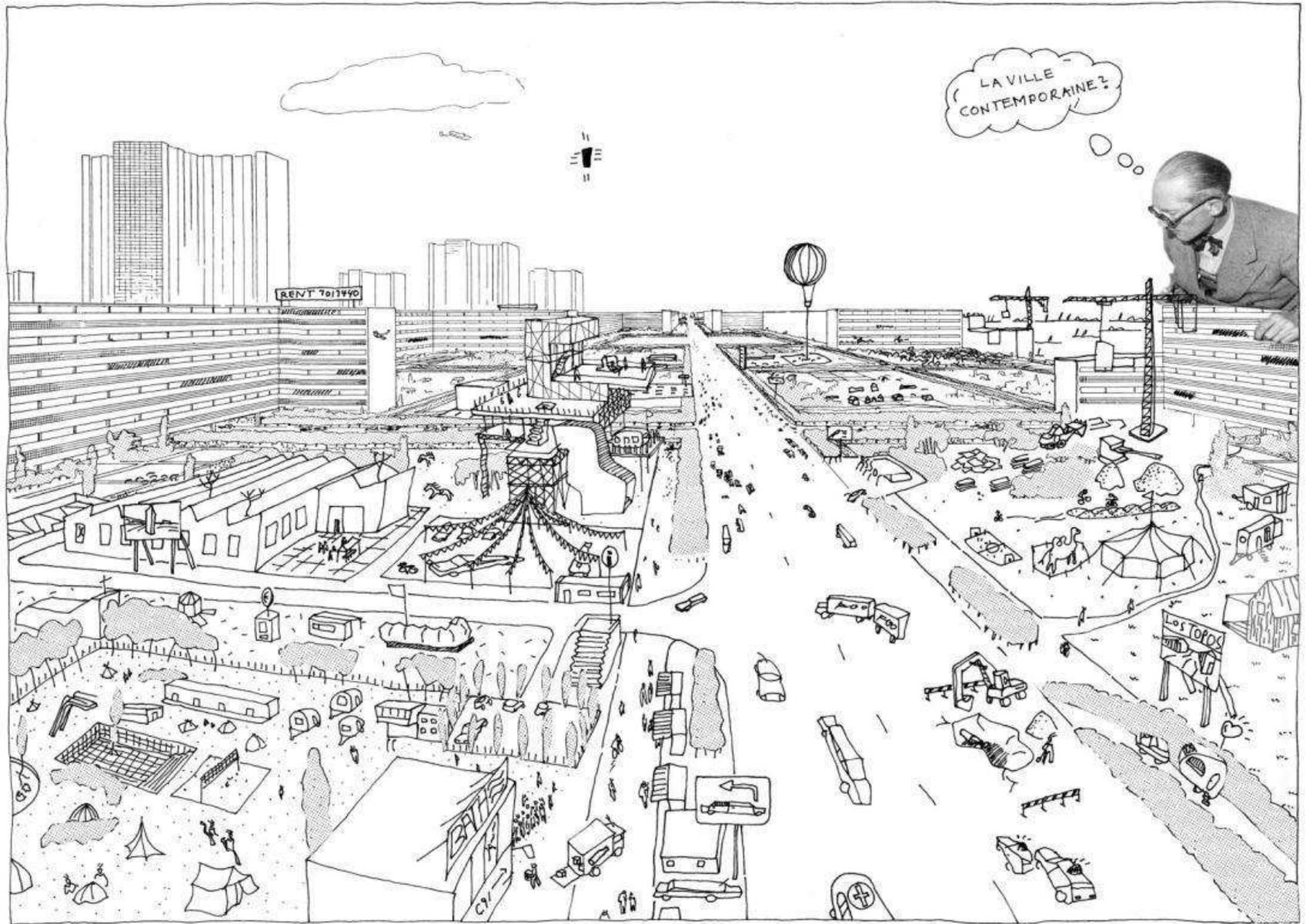
Urbane Narrative ...

- ... beschreiben erklärungsbedürftige alternative Raumnutzungen
- ... sind mehr als Marketing-Geschichten
- ... stellen das Projekt mitten in vielfältige Stadtgesellschaft, zeigen Bezüge zu anderen städtischen Gruppen und Entscheidungsträgern, umreißen Konkurrenzen und Allianzen



Quelle: Le Corbusier

La ville contemporaine: Le Corbusier



Grafik: Urban Catalyst

Wirkung von Narrativen

1. Wohlwollende Selbstbetrachtung, Wahrnehmung der eigenen Qualitäten (durch die Augen anderer)
2. Selbstfindung im Dialog, Verständigungskraft von Geschichten, shared sense-making
3. Zusammenhänge herstellen, eigene Situationsdefinition und Rollenverteilung
4. Strukturierung, Reduzierung von Komplexität
5. Sinnstiftung, Klärung von Werten, normative Kraft
6. Ermöglicht wertschätzende Kommunikation
7. Inspiration, Überzeugungskraft
8. Begründung, Legitimation (bei Bezug auf Mainstream-Narrative)
9. Verbindet Erkenntnisse mit Handlungsmöglichkeiten, Entwicklung von Gestaltungsmacht
10. Bietet Bezugspunkte für andere Akteure, eröffnet neue Allianzen



Fallstudie Hannover

Wie aus ein paar Skatern
eine Menge Stadtmacher wird ...



- Lose Gruppe
- besetzt Fläche
- Kontakt mit Eigentümer
- temporär?



- Jugendamt sucht nach aktiven Jugendlichen
- Skater unterstützen Verwaltung
- positives Image im Rathaus



- Vereinsgründung wegen öffentlicher Förderung
- Sorgfältiger Umgang mit kleinem Geld -> Vertrauen
- Amt sieht Potenzial und empfiehlt Bundesförderung

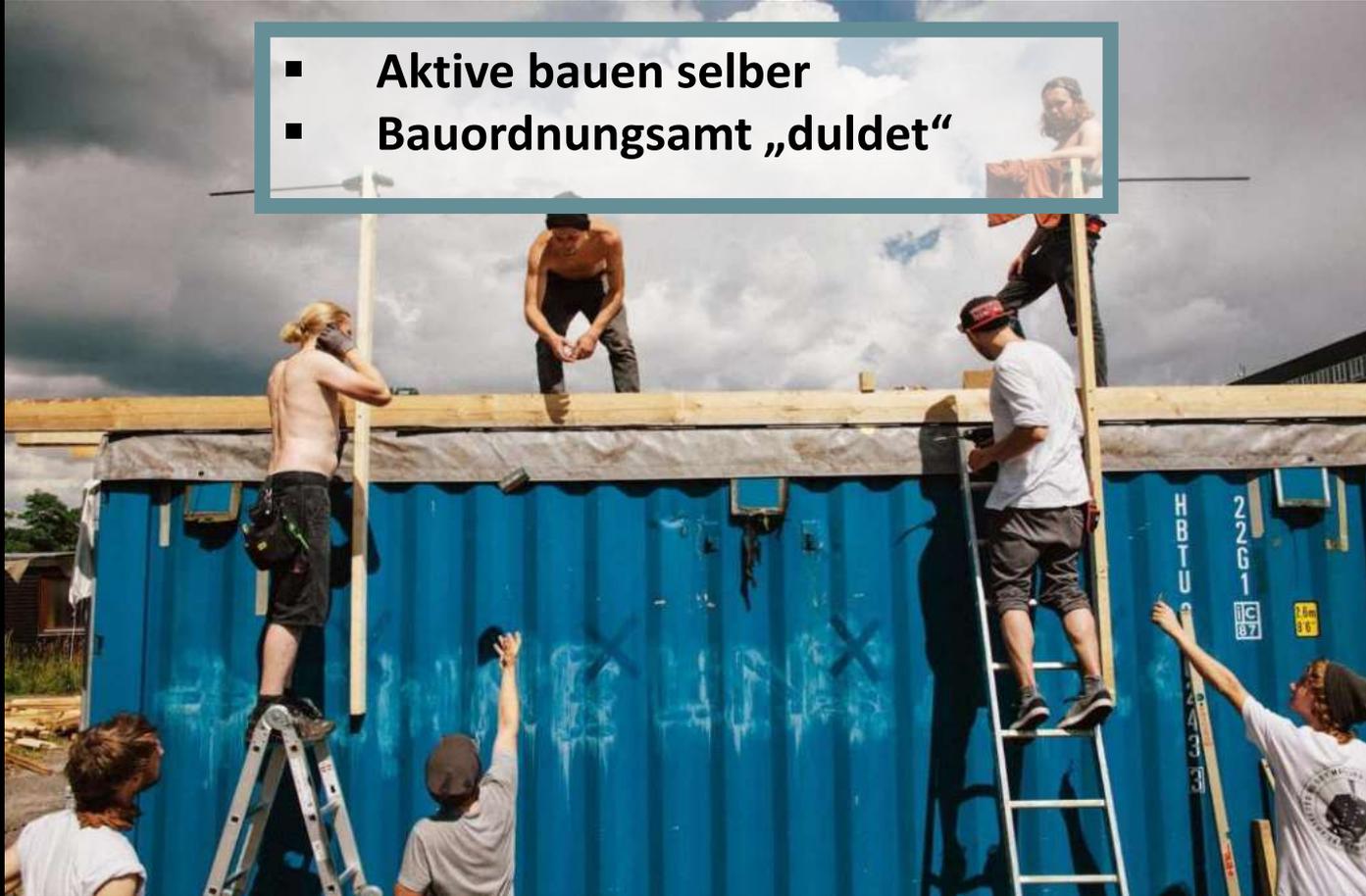


- **Bund sucht nach Experimenten**
- **Skater „besetzen“ Nachbargrundstück**
- **Einladung an alle (auch Politiker)**



Quelle: PlatzProjekt

- Aktive bauen selber
- Bauordnungsamt „duldet“



Quelle: BBSR / PlatzProjekt

- Bauordnungsamt „duldet“
- ... weil Absturzsicherung passt



Quelle: BBSR / PlatzProjekt



- Angebote für andere Gruppe
- positives Image im Quartier

- Offener Ort für alle
- Kooperationen mit anderen Initiativen



Quelle: BBSR / PlatzProjekt



- „Adelung“ durch Bundesförderung
- ... und Teilnahme an Forschungsfeld

Quelle: BBSR / Urban Catalyst

Stephan Willinger: Urbane Narrative, Webinar anstiftung, 03.03.2020

PLATTFORM

START

CHAOS
AKZEPTIEREN

- „Chaos“ als charmante Eigenart

Quelle: BBSR / Willinger

STADT VON MORGEN

- Spielerischer Umgang mit formellen Anforderungen

IM WINTERWUNDERLAND (OHNE WINTER) IST
PLATZ FÜR JEDERMANNS

EIN ORT DES MÖGLICHMACHENS, DER KREATIVITÄT,
DER EMPATHIE, DER VISION, DER TRANSPARENZ, DER
MOBILITÄT, DER INKLUSION, DER GLEICHHEIT, DER
STRATEGIE, DER LIEBE, DER RÜCKSICHT, DES GEGENSEITIGEN
RESPEKTS UND DER MIT EINHERGEHENDEN FÖRDERUNG
DES ALLGEMEINWOHLS.

ZIELE

KEINE LANGWEILE

■ GUTE MENSCHEN ZUSAMMENFÜHREN
UND GUTE KINDER ZEUGEN

● ANERKENNUNG ALS EIGENER STAAT

● Diesem einen Ort schaffen, der bei jedem
einzelnen Besucher einen speziellen Platz
in Hirn + Herz erhält.



- Zauberer
- ... und Projektmanager

Quelle: BBSR / PlatzProjekt

IDEEN

- Spontan ...
- und strukturiert

Urban Young
EnergiesSING &
LUNE
LOVE
2015

Dienstag 12.08

PLANUNGSTREFFEN

(dunkel, 19h)

Zer
Gale

23.8.

Zer on
fire

15.08

ABENDS GEBURTSTAG
VON MAX UND E INKLÄTERN
VON 1 WOCHE ZER VORBEREITUNG

- **Projekt war offizielle Stimme junger Akteure beim städtischen Leitbildprozess**



Quelle: BBSR / Urban Catalyst



- **Vielfalt an Nutzungen: Nähstube und Surfbrett-Labor, Garten, Kinderbetreuung und Flüchtlingschule, Hotel und Brauerei, ...**
- **Jährliche Künstler-Residencies**
- **Vielfalt an Geschichten**
- **Wirtschaftsförderung nennt es „Gründerzentrum“**
- **Kreativgesellschaft nennt es „Creative Place“**
- **Universität nennt es Design Studio**
- **Stadtplanung nennt es „Quartiersimpuls“**



Quelle: BBSR / PlatzProjekt



Quelle: BBSR / Gesellschaftplus

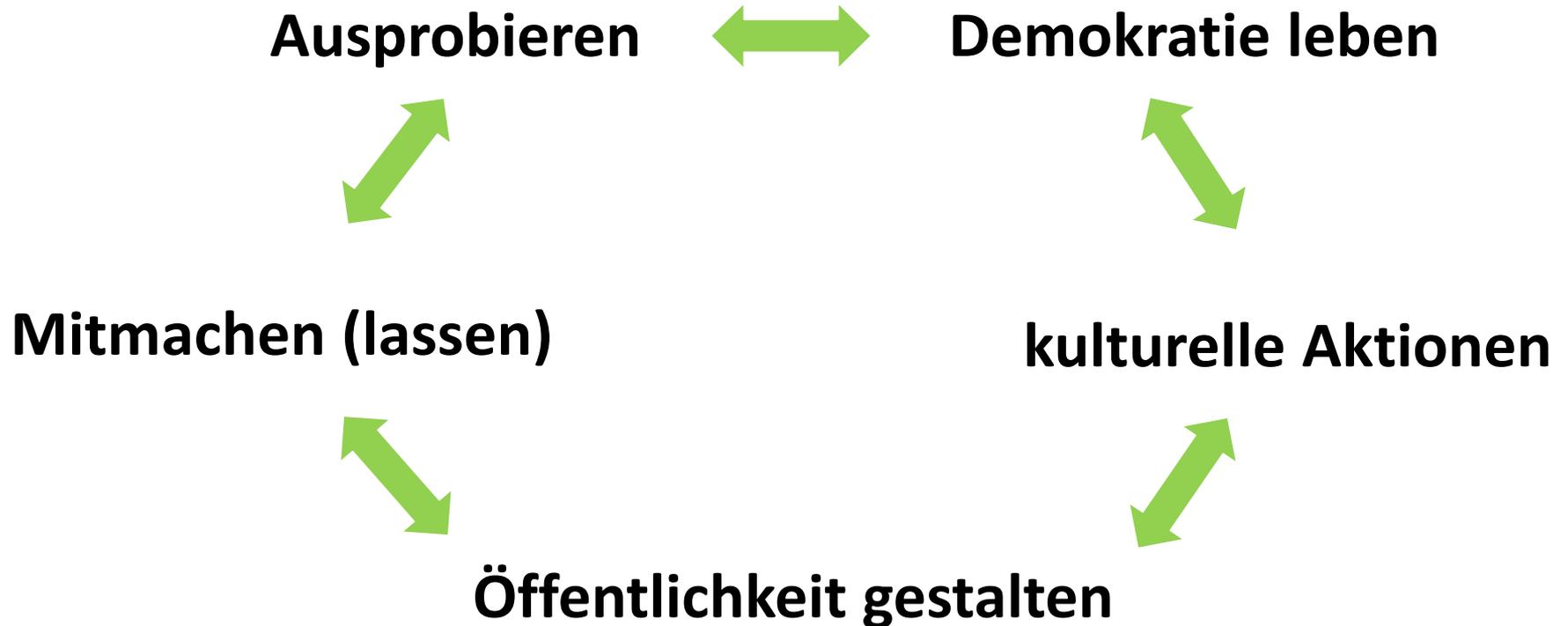
Stadtmacher sind erfolgreich, wenn sie ...

- ... sich aus Protesthaltung lösen
- ... positive Geschichten über sich erzählen
- ... anschlussfähig an aktuelle Debatten sind
- ... andere Akteure „mitnehmen“ (z.B. Verwaltungen ;)
- ... Netzwerke bilden ohne ihr Profil zu verwässern
- ... sich starke Partner suchen
- ... Angebote auch jenseits der eigenen Zielgruppe öffnen
- ... Andockstellen für finanziell tragfähige Bausteine definieren
- ...

Strategische Bausteine für den Einsatz von Narrativen

1. Anderen Zuhören (vorurteilsfrei)
2. Eigene Werte und Ideen klären
3. Geschichte umreißen (Entstehung, Rahmen, Ziele)
4. Perspektivwechsel: an Zielgruppen denken
5. Sich „Gegner“ als Komplizen vorstellen
6. Auf eigene positive Erfahrungen oder auf Referenzen beziehen
7. Erfolge feiern, Gefühle beschreiben
8. Gemeinsame Erlebnisse als Erzählanlässe nutzen
9. Geschichten offenhalten: keine großen Versprechungen
10. Eigene Öffentlichkeiten generieren + es Journalisten einfach machen

Urbane Praxis

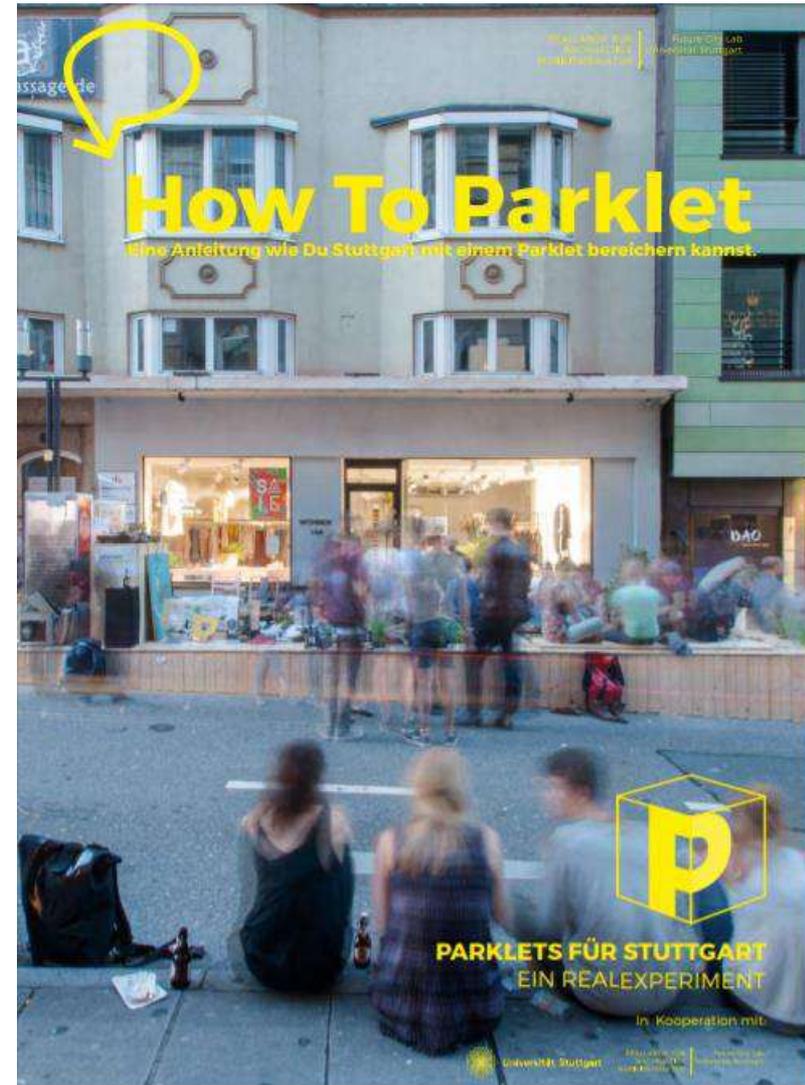


1. Ausprobieren

- Mit alternativen Raumnutzungen experimentieren
- Vielfältige und überraschende Erlebnisse in der Stadt schaffen
- Mehrwert für Stadtgesellschaft!

Beispiele:

Parklets, Guerilla Bike Lanes,
Wildes Picknicken, ...



2. Öffentlichkeit gestalten

- Neue Angebote schaffen
- Soziale Offenheit signalisieren
- Bildungsmöglichkeiten
- Ansprechpartner für Verwaltung
- Presse einladen

Beispiele:

Commons Kitchen, Boxturnier,
Residencies, Kurse ...



Eichbaum-Boxer Mülheim
Foto: raumlaborberlin

2. Öffentlichkeit gestalten

- Neue Angebote schaffen
- Soziale Offenheit signalisieren
- Bildungsmöglichkeiten
- Ansprechpartner für Verwaltung
- Presse einladen

Beispiele:

Commons Kitchen, Boxturnier,
Residencies, Kurse ...



Österreichischer Platz Stuttgart
Foto: Stadtlücken

3. Kulturelle Aktionen

- Vielfältige und überraschende Erlebnisse in der Stadt schaffen
- Eingübte Sichtweisen verändern
- Mit Partnern arbeiten

Beispiele:

Co-Machines, Chor der Statistik,
Stäffele Gallery Stuttgart, ...



3. Kulturelle Aktionen

- Vielfältige und überraschende Erlebnisse in der Stadt schaffen
- Eingübte Sichtweisen verändern
- Mit Partnern arbeiten

Beispiele:

Co-Machines, Chor der Statistik,
Stäffele Gallery Stuttgart, ...



4. Demokratie leben

- Neue demokratische Formate
- Information und Meinungsbildung
- Transparenz zu eigenem Projekt

Beispiele:

Mobiler Info-Kiosk, Schwarzes Brett, offene Plena, „Soziale“ Medien, ...



5. Mitmachen (lassen)

- Andere mitmachen lassen
- Kollektive Raumproduktion
- Lebendige Nachbarschaft

Beispiele:

Offene Baustelle, offene Kurse,
Teilaufgaben delegieren, ...



Vielen Dank für Eure Aufmerksamkeit!

Stephan Willinger
Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung BBSR
Deichmanns Aue 31 -37
53179 Bonn

stephan.willinger@bbr.bund.de

