



nextKASSEL

REPORT 1.1

META

INHALT

Einleitung	4
NEXTKASSEL ALS PROZESSORIENTIERTES PROJEKT	5
ABLAUF	6
ERSTE PHASE	6
ZWEITE PHASE	6
DRITTE PHASE	6
TEILNEHMER	8
WER SIND WIR?	8
WER MACHT MIT?	8
WER SOLL MITMACHEN?	8
INTERNE ORGANISATION	9
GRUPPEN	9
Kommunikation	9
Kommunikation Online	9
Basismedien	10
Tour	11
Session	11
Report / Redaktion	12
Partner / Akteure	13
Finanzen	14
Zukünftig Management Organisation	14
Zukünftig Management Bürgerstadtvision	15
Zukünftig Nextkassel-Tryouts-Gruppe(n)	15
Zukünftig Nextkassel-Meets...-Gruppe(n)	15
WIE FUNKTIONIERT EIN PROJEKTTREFFEN?	16
Tagesordnung	16
Redeleitung	16
Protokoll	17
Kalender	17
Prozessdesign / Zeitmanagement	17
NEXTKASSEL ALS PARTIZIPATIVES PROJEKT	18
WEN BINDET MAN EIN?	19
BISHER	19
Bürger	19
Institutionelle Träger	19
Fachplaner	21
ZUKÜNFTIG	21

WIE BINDET MAN EIN?	22
IDEEN SAMMELN – BISHER	22
Online	22
Printmedien	28
Aufsuchend	28
Grundsätzliches	28
Veranstaltungsbesuche	29
Touren	30
Weitere Aktionen	33
ENTSCHEIDUNGEN TREFFEN LASSEN – BISHER	34
Online	35
Session	35
Finanzierung	35
Partner und Förderer	35
Finanzierung mit Sponsorengeldern	38
Crowdfunding	39
IDEEN SAMMELN – IN ZUKUNFT	41
ENTSCHEIDUNGEN WEITER PARTIZIPATIV TREFFEN	41
NEXTKASSEL–MEETS...	42
NEXTKASSEL–TRYOUTS	42
HIDDEN CHAMPIONS	42
NEXTKASSEL ALS POLARISIERENDES PROJEKT	43
UNIVERSALKRITIK	44
UNIVERSITÄRE ANFORDERUNGEN VS. ANFORDERUNGEN EINES NEXT*-PROJEKTES	44
PROJEKTSTUDIUM IN DER PRAXISHATZ	45
“TRANSPARENTER PROZESS” VS. VERFÜGBARE ARBEITSKRAFT	45
FINANZIERUNG	46
PROJEKTMANAGEMENT	46
SCHLUSSWORT	47

EINLEITUNG

Dieser Metareport ist im Wesentlichen in drei Bereiche unterteilt. Es wird der Versuch unternommen eine **Reflexion** des vergangenen Semesters, ein **Handbuch** für zukünftige Aufgaben sowie eine kritische **Stellungnahme** zum gesamten bisherigen Arbeitsablauf bereitzustellen. Diese Beschreibung des Arbeitsprozesses soll einem transparenten Einblick dienen, um das Projekt Nextkassel als (noch) Außenstehender besser verstehen zu können.

Der erste Teil des Metareports dient einer Reflexion der ersten Arbeitsphase des studentischen Projektes Nextkassel, welches im Wintersemester 2013/2014 von Gast-Prof. Julian Petrin ins Leben gerufen wurde. Rückblickend werden Einblicke in die Organisationsstrukturen von Nextkassel gewährt, welche sich mit den verschiedenen Arbeitsbereichen innerhalb des Prozesses beschäftigen. Weiter wird es einen Überblick über vergangene Veranstaltungen, wie der großen Session in der Karlskirche geben, um zu erfahren, wie diese Events zustande gekommen sind und welchen Ertrag diese für das Projekt hatten. Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die Erwähnung der involvierten Partner, ohne die eine solch erfolgreiche Projektphase nicht zustande gekommen wäre. Die erwähnten Themen werden in einer Art Leitfaden beschrieben und sollen ähnliche Arbeitsschritte in Zukunft vereinfachen oder zu der Erkenntnis führen, dass sie einer anderen Organisation bedürfen. Für zukünftige neue Mitglieder, für welche sich Nextkassel im Sommersemester 2014 öffnen wird, soll dieser Leitfaden als eine Art Handbuch fungieren. Dieses soll ein schnelles und gründliches Einarbeiten der neuen Projektmitglieder garantieren und ihnen einen ersten Einblick in das Projekt Nextkassel ermöglichen.

Am Ende des Metareports befindet sich eine Universalkritik zu den bislang durchgeführten Arbeitsbereichen. Dies dient neben einer transparenten Darstellung des Prozessablaufes, einer Optimierung der jeweiligen Tätigkeitsfelder.



NEXTKASSEL ALS PROZESSORIENTIERTES PROJEKT

ABLAUF

Insgesamt kann der Nextkassel-Prozess in 3 Phasen eingeteilt werden, die jedoch parallel und immer wieder ablaufen. Daher ist das System des Nextkasselprozesses nie abgeschlossen, sondern es läuft in einem ständigen Zyklus, in dem die im folgenden genannten Phasen wiederholt oder nebeneinander ablaufen können. Das ist wichtig, da so die Gesamtheit der Ideen betrachtet werden kann und auch immer wieder neue Ideen aufgegriffen werden können, aber auch ältere Ideen weiterentwickelt werden können.

DIE ERSTE PHASE

konzentriert sich auf das Sammeln von Ideen und die Bekanntmachung des Nextkassel-Projektes in der Stadt. Das Ziel in dieser ersten Startphase ist das Erreichen möglichst vieler Bürger, um eine große Bandbreite an Ideen in der Stadt zu erhalten. Es sollen möglichst viele unterschiedliche Ideen aus vielen verschiedenen Bereichen und Örtlichkeiten gesammelt werden. Die Sammlung der Ideen erfolgt dabei auf zwei Ebenen; der Online-Ebene über die Internetseite und der sogenannten Nonline-Ebene in Form von postalischen Zusendungen und Beiträgen auf Postkarten während der verschiedenen Touren in der Stadt.

Dabei ist es wichtig, dass alle Ideen von der Redaktion angenommen werden.

IN DER ZWEITEN PHASE

des Projektes geht es darum, die gesammelten Ideen der Bürger zu ordnen und zusammenzufassen. Die Ideen sollen dazu zu verschiedenen thematischen Untergruppen zusammengefasst werden und in einer Bürgervision veröffentlicht werden. Dazu werden verschiedene kleinere auf die Themenschwerpunkte konzentrierte Sessions veranstaltet werden, um die Untergruppen zu bilden und festzulegen.

IN DER DRITTEN PHASE

geht es darum, die weiterentwickelten Ideen umzusetzen. Nextkassel dient dabei als Vermittler zwischen den verschiedenen Akteuren in der Stadt. Dazu soll die Bürgervision an die verschiedenen Entscheidungsträger in der Stadt, Firmen und andere wichtige Akteure übergeben werden. Für die Ideen sollen dadurch finanzielle und kooperative Unterstützer gefunden werden, welche die Ideen umsetzen können.

Alle drei Phasen können und sollen parallel verlaufen, da in einer Stadt im Prozessverlauf weitere Ideen und Probleme auftauchen, welche ebenso eine wichtige Rolle in der Gesamtstadt spielen, wie die ersten Ideen, die gesammelt und entwickelt wurden.

Nextkassel ist daher ein sich immer wieder erneuerndes System; das Sammeln von Ideen hört nie auf.

Im gesamten Next-Prozess ist die ständige Rückkopplung an die Community sehr wichtig. Es geht nicht darum, dass die Projektgruppe die besten und am einfachsten zu realisierenden Ideen der Bürger umsetzt, sondern die Ideen sollen zusammen mit den Bürgern weiterentwickelt werden.

Alle Bürger sollen bei der Ideenfindung, Ideenentwicklung und Ideenumsetzung beteiligt werden, sodass die Bürger dadurch selbst ihre Stadt gestalten können. Die Bürger werden dabei als Experten ihrer Stadt gesehen, denn sie leben und arbeiten in ihrer Stadt und erleben täglich, welche Probleme es vor Ort gibt. Durch das Wissen von vielen Menschen, der Crowd (=Community),

können viele Ideen zusammengetragen werden und die Stadt ganzheitlicher betrachtet werden. So können zusammen mit den Bürgern Problembereiche in der Stadt gefunden werden.



TEILNEHMER

WER SIND WIR?

Jede(r) kann Initiator oder Teil eines Next-Projektes sein. Von Vereinen, Stiftungen, Planungs- oder Architekturbüros bis hin zu Menschen, die sich einfach für ihre Stadt einsetzen und etwas verändern möchten. Schwieriger ist dagegen die Teilnahme von Politik und Verwaltung, da ein Projekt möglichst objektiv gegenüber der Stadt und ihren Bürgern sein soll. Zudem sollen weder bestimmte Absichten oder eine vorgesehene Zielsetzung im Vorhinein feststehen, noch sollte die Erwirtschaftung von Profit eine Rolle spielen. Ein Next-Team tritt neben der Rolle als Initiator des Next-Projektes vor allem als Mittler zwischen den verschiedenen Akteuren auf. Dabei ist es wichtig, verschiedenste Meinungen und Ansätze zuzulassen und den Bürgern offen gegenüber zu treten. Die bestehenden Next-Projekte zeigen die Vielfalt und die unterschiedlichen Ausprägungen, die sich im Prozess eines Projektes ergeben können.

WER MACHT MIT?

Besonders fühlen sich Menschen, die direkt und selbst betroffen sind, angesprochen. Aber auch generell interessierte Bürger, die sich vielleicht auch schon an anderer Stelle engagieren, beteiligen sich in einem Next-Projekt. Daneben sind es aber auch sogenannte ‚Wutbürger‘, die ihren Unmut über eine Situation oder einen bestimmten Ort loswerden möchten. Andere Menschen wiederum sind generell auf der Suche nach einem Ansprechpartner, teilweise auch unabhängig von der Thematik des Next-Projektes. Abgesehen von diesen Gruppen der ‚Mitmacher‘ sind es häufig sozial und / oder finanziell gefestigte Menschen, die Zeit und Engagement aufbringen, sich zu beteiligen. In den Altersgruppen zeigt sich, dass vor allem jüngere Menschen, zwischen 16-30 Jahren, und ältere Menschen, ab 50 Jahren, sich über das reine Interesse hinaus für ein Next-Projekt engagieren. Akteure aus Politik, Verwaltung, Kultur und Wirtschaft beteiligen sich häufig als Kooperationspartner bei bestimmten Projekten oder auch als Sponsoren und Unterstützer eines Next-Projektes.

WER SOLL MITMACHEN?

Eingeladen, an einem Next-Projekt und seinem Prozess teilzunehmen, sind grundsätzlich alle Bevölkerungs- und Altersgruppen. Neben Menschen, die selbst betroffen sind, sind alle Bürger als Experten ihrer Stadt und Region eingeladen, sich zu beteiligen. Besonders sollen auch sogenannte ‚Randgruppen‘, wie beispielsweise Migranten, Kinder und alte Menschen und Behinderte, eingebunden werden. Auch Menschen aus Politik und Verwaltung, die aber optimalerweise als Privatperson mit ihrem Einzelinteresse auftreten, sind willkommen ihre Erfahrungen und ihr Wissen beizusteuern.

INTERNE ORGANISATION (UND EMPFEHLUNGEN)

GRUPPEN

Die Arbeit im Nextkassel-Projekt war von Beginn an in **mehrere Arbeitsgruppen** gegliedert. Zunächst wurde abgesprochen welche Gruppen es braucht und wieviele Studenten jeweils nötig sind, um effektiv zu arbeiten. Allerdings sind diese Gruppen nicht unbedingt als starres Element zu betrachten. Je nach Entwicklung des Prozesses und auch nach Interesse und Fähigkeiten des einzelnen Studenten wurde hier und da etwas in der Konstellation verändert.

Diese erste Einteilung hat sich im Laufe der ersten Phase für sinnvoll erachtet:

KOMMUNIKATION

Die Gruppe der Nonline-Kommunikation hat keine klaren Grenzen, was ihre Aktivitäten und Mitglieder angeht. Anfangs war die Kerngruppe des "wordings" in hohem Maße für das Auftreten des Projektes verantwortlich, da erste Texte für die Internetseite, Informationsbroschüren und die Presse so angefertigt werden mussten, dass die Empfänger einen guten Eindruck von Nextkassel bekommen konnten. Zudem kam ihnen die Aufgabe zuteil, Slogans wie "Geil wäre, wenn Kassel geil wäre!" zu formulieren.

Später, als es um die stetige Zusammenarbeit mit unserem Pressepartner Lokal24 oder dem Freien Radio Kassel ging, wurden weitere Projektteilnehmer hinzugezogen, die sich als Ansprechpartner oder dem jeweiligen Ressort Interessierte beteiligten.

Neben der Kommunikation mit den oben genannten medialen Multiplikatoren gibt es Veranstaltungen, auf denen sich Nextkassel präsentieren konnte und durfte. Hierzu zählen Stadtteilkonferenzen, Ortsbeiratssitzungen, Kulturveranstaltungen oder Treffen verschiedener Organisationen. Bei diesen Terminen konnten aus zeitlichen Gründen nicht nur die eingetragenen Mitglieder der Kommunikationsgruppe vertreten sein, sondern alle Teilnehmer des Projektes. Dies hatte den Vorteil, dass jeder und jede sich mit der Darstellung und der Aufgabe Nextkassels vertraut machen musste und mit Blick auf den stadtplanerischen Berufsalltag lernen konnte, sich und sein Projekt vor Publikum zu präsentieren.

KOMMUNIKATION ONLINE

Ein wichtiger Baustein von Nextkassel ist die Internetseite www.nextkassel.de, die auch über den gesamten Nextkassel-Prozess für neue Ideen geöffnet sein wird und auf der alle Ideen eingesehen, kommentiert und bewertet werden können.

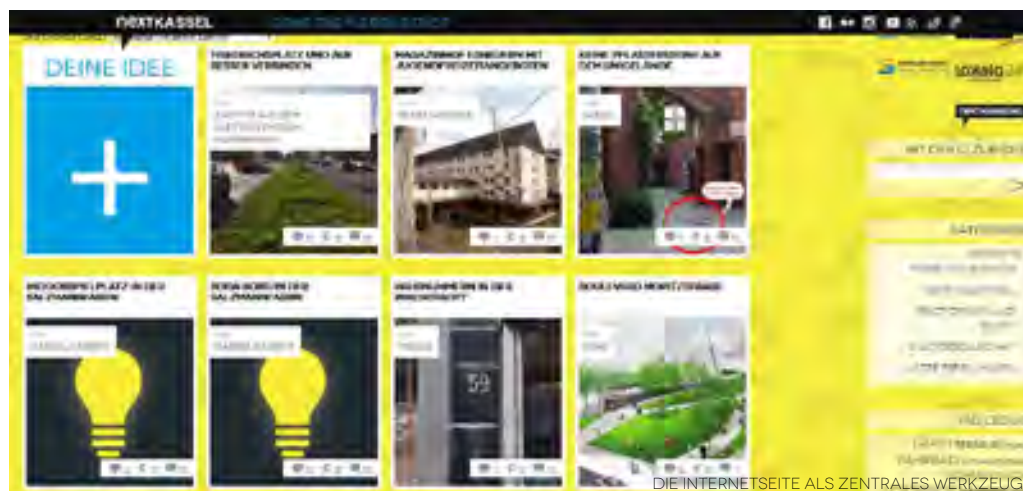
Die Aufgaben der Online-Gruppe waren zweigeteilt: Zum einen musste die Webseite kontinuierlich weiterentwickelt werden, um den sich ändernden Anforderungen gerecht und gleichzeitig komfortabler zu werden. Zum anderen musste der Online-Dialog aktiv durch Moderatoren gesteuert werden. Zudem mussten gewisse Sachverhalte klargestellt und aus einer planerischen Perspektive erklärt werden. **Die Internetseite ist auch als Datenbank zu verstehen, aus der die Bürgervision zusammengesetzt wird, und daher ein Werkzeug, auf das der Prozess nicht verzichten kann.**

Neben unserer eigenen Webseite bedient das Projekt auch andere Online-Kanäle wie facebook, flickr und Instagram, um die Bürger Kassels immer über aktuelle Ereignisse zu informieren und im ständigen Austausch mit ihnen zu bleiben.

Die Arbeit an der Webseite, war ein deutlich höherer Aufwand als gedacht. Leider beherrschte nur eine Person die Programmiersprache. Hier wird dringend Unterstützung benötigt!

Facebook-Posts sollten nur mit eigenen oder durchdachten Inhalten rausgehen. Einfache HNA-Artikel mit einem Spruch "Wie seht ihr das?" oder viel umstrittene Petitionen zu verlinken ist keine gute Arbeit. Besser ist es, eigene vielleicht stark polarisierende Bilder zu erzeugen und damit den Diskurs anzuregen.

Jüngst ist auch ein Nextkassel-Blog online gegangen. Dieser soll regelmäßig mit Texten zum Projektverlauf bespielt werden. Hierfür wird sich eventuell eine neue Gruppe bilden.



BASISMEDIENTEN

Die Gruppe Basismedien beschäftigte sich vor allem mit dem **Erstellen von Werbemitteln.**

Überwiegender Bestandteil der Aufgaben ist das Entwerfen von Druckergebnissen wie Poster, Flyer, Postkarten, Banner und Stoffbeutel.

Vor allem zu Beginn wurde die Gruppe stark beansprucht, da sich Nextkassel schnellstmöglich öffentlichkeitswirksam präsentieren musste. Zügig musste ein Corporate Design gefunden werden, das die Aufmerksamkeit auf sich zieht, einen Bezug zu Kassel und die Verwandtschaft mit Nexthamburg verdeutlicht.



Neben den Flyern, die das Projekt erklären, wurden die ersten Postkarten, auf denen die Kasseler ihre Ideen schreiben und an uns schicken konnten (einige der Postkarten haben das Team sogar ohne Briefmarke erreicht), erstellt. Des Weiteren wurden Informationsbroschüren für potentielle Partner und Multiplikatoren erstellt.

Zu den Veranstaltungen (Tour "Die Unterführung wird gelb" und der Session) wird in Absprache mit dem jeweiligen Team über den Inhalt von Plakaten und Flyern gesprochen und verschiedene Arbeitsproben abgegeben. Diese Proben werden während der Projekttreffen oder per Facebook in der gesamten Gruppe diskutiert und so zu einer Finalversion entwickelt. **Diese basisdemokratischen Entscheidungsfindungen sind zwar meist für die Basismediengruppe mit Nachtschichten für Überarbeitungen verbunden, aber dennoch sehr wichtig, da sich das gesamte Team mit den Erzeugnissen identifizieren muss und da die Produktion von mehreren Tausend Flyern oder Postkarten eine nicht unerhebliche finanzielle Belastung bedeutet.**

Auch in der nächsten Phase kümmert sich die Basismediengruppe um eine entsprechende mediale Wirkung der neuen Auflagen der Flyer und Postkarten sowie um die Erstellung von Postern für die "Nextkassel-Meets..."- und die "Nextkassel-Tryouts"-Veranstaltungen.

Hier und da kam es zu Engpässen mit den Flyern. Einige Auflagen waren zu niedrig angesetzt (vermutlich auch aus finanziellen Gründen), andere waren zu hoch (z.B. Flyer zu speziellen Veranstaltungen). Hier müssen wir die erste Phase genauer analysieren, um gezieltere Stückzahlen zu drucken.

Das Plakat für die Session mit dem Slogan "Geh in die Kirche" wurde nicht gut angenommen. Viele Bürger waren verwundert und haben statt Nextkassel die Kirche als Institution dahinter vermutet.

TOUR

Um das Projekt Nextkassel bei den Bürgern bekannt zu machen, sind wir direkt auf die Menschen zugegangen. Dazu musste zunächst geklärt werden, an welchen Orten die meisten Menschen erreicht werden können. Da es alljährlich im Dezember den gut

besuchten Märchenweihnachtsmarkt in der Kasseler Innenstadt gibt, entschieden wir uns an dieser Stelle mit unserem eigens konstruierten Tourwagen die Bürger anzusprechen und Ideen zu sammeln. Des Weiteren informierten wir die Menschen in den Straßenbahnen und an verschiedenen, in der Stadt verteilten Anlaufstellen über unser Projekt.

Die Tour-Gruppe kümmerte sich dabei im Vorfeld um die Einteilung des gesamten Nextkassel-Teams in die Zeitplanung und um die benötigten Materialien (z.B. gelbe Transparente, Stifte, Dekoration, Getränke). Außerdem stellte die Gruppe den Kontakt zu der Studentengruppe „Raum für Urbane Experimente“ her. Dadurch hatten wir die Möglichkeit, in der Unterführung am Holländischen Platz weitere Ideen zu sammeln. Um auch den Kasseler Osten mit einer Tour zu erreichen, wurde der Platz der Deutschen Einheit bespielt.

Die Tour in der Straßenbahn hat nicht soviel gebracht, da sich die meisten Menschen von dieser Art von Werbung bedrängt fühlen.



„DIE UNTERFÜHRUNG WIRD GELB“

Das Tour-Team behielt auch den Überblick darüber, dass sich die Nextkassel-Gruppe auf möglichst allen öffentlichen stadtentwicklungsrelevanten Veranstaltungen im ganzen Stadtgebiet zeigt und den Dialog mit Bürgern und Experten sucht.

In der kommenden Phase wird wieder eine Tour-Gruppe benötigt, die sich damit beschäftigt, wie und wo wir die Bürger am besten erreichen können. Besonders müssen die „Nextkassel-Meets...“ und die „Nextkassel-Tryouts“ beworben werden. Angedacht sind auch offene Projekttreffen im Freien, diese zu organisieren, könnte eine weitere Aufgabe der Gruppe sein.

SESSION

Für die Planung und Organisation der Session im Februar 2014 war eine Gruppe von fünf Projektmitgliedern zuständig. Die Gruppe begann im November mit den ersten Vorbereitungen. Eine der ersten Aufgaben war die Wahl einer passenden **Location** für die Veranstaltung. Mit der Annahme von 100 bis 200 Besuchern insgesamt und einer guten Erreichbarkeit und zentralen Lage als Kriterien machte sich die Gruppe auf die Suche nach Veranstaltungsorten. Schließlich entschied sich die Gesamtgruppe für die recht kostenintensive Kasseler Karlskirche. Gründe dafür waren die zentrale Lage, der Bekanntheits-

grad und die besondere historische Bedeutung dieser Location sowie andere gute **Vorraussetzungen**, wie z.B. die Ausstattung. Im Zusammenhang mit dieser Entscheidung hat sich das Projekt auch dafür entschieden, die Session zweitägig über Freitag und Samstag stattfinden zu lassen. Im weiteren Verlauf hat die Sessiongruppe wichtige Fragen mit der Pfarrerin geklärt, sich um den Mietvertrag gekümmert und mehrmals die Räumlichkeiten gesichtet. Sobald der Ort der Session geklärt war, legte die Gruppe das Ziel der Session fest. Hier wurde sich auch mit der Gesamtgruppe für die Priorisierung der Ideen und das Herausfiltern von Topideen entschieden. Abgestimmt auf dieses Ziel entwickelte die Gruppe **Methodik und Konzept der Veranstaltung**. Die Gruppe arbeitete hierbei mit Varianten, wobei die Entscheidung zur letztlich umgesetzten Vorgehensweise „Bau Dir Dein Kassel von Morgen“ einige Wochen gedauert hat. Um die Ideen im Vorfeld zu strukturieren, teilte die Gruppe alle bis Mitte Januar 2014 eingetroffenen Ideen in 5 Kategorien ein. Bis Februar kümmerte sich die Session-Gruppe dann vor allem um alles organisatorische. Sie legte Aufgaben für die Vorbereitung und auf der Session selbst fest, stellte Listen über die benötigten **Materialien** auf, plante den räumlichen Aufbau und erstellte Schichtpläne für den Aufbau und die Session selbst. Da es eine Session in dieser Größenordnung vorerst nicht mehr geben wird und sich das Projekt in der nächsten Phase auf die „Nextkassel-Meets...“ als Events konzentrieren wird, wird auch die Arbeitsgruppe zur Session so erstmal nicht mehr fortgeführt. Im Hinblick auf die gesammelten Erfahrungen im Bereich Eventmanagement wäre es sicherlich von Vorteil, wenn sich die Mitglieder dieser Arbeitsgruppe an der Planung und Umsetzung der „Nextkassel-Meets...“ und „Nextkassel-Tryouts“ beteiligen würden.

Durch die Auswahl der Karlskirche als Location und die sehr hohe Raummiete wurde das Projekt vor eine große finanzielle Herausforderung gestellt. Jedoch hat sich die Entscheidung aufgrund der besonderen Lage, Wirkung und Ausstattung des Raumes letztendlich bewährt.



DIE KARLSKIRCHE AM ZWEITEN SESSIONTAG

REPORT/ REDAKTION

Die Reportgruppe ist zuständig für die Erstellung des gleichnamigen **Nextkassel-Magazins**. Darunter fallen die bis jetzt im Zusammenhang mit der Session herausgegebenen „Report 1.0“ (Begleitmaterial) und „Report 1.1“ (Aufbereitung) sowie dieser „Report 1.1 meta“. Zukünftig wird sich die Reportgruppe mit weiteren Reports zu den „Nextkassel-Meets...“-Veranstaltungen und der **gedruckten Bürgervision** beschäftigen. Dabei übernimmt die Reportgruppe lediglich die Aufgaben der Redaktion und die **Koordinati-on** der Zuständigkeiten. Die erforderlichen Texte werden vom gesamten Nextkassel-Team geschrieben.

Zu Beginn eines jeden Reports muss die Gruppe über **Inhalt und Gliederung** entscheiden. Diese Gliederung wird dokumentiert und auf ein

Auch hier ist die Arbeit mehr als erwartet, da sich die Gruppe nicht nur mit dem Layout und der Organisation beschäftigt, sondern auch stark inhaltlich arbeitet. Besonders schwierig ist die Redaktionsarbeit während der vorlesungsfreien Zeit.

Trello-Board übertragen, um später Zuständigkeiten für das Nextkassel-Team verteilen zu können. Des Weiteren wird ein **Zeitplan** erstellt, der feste Abgabetermine enthält, sodass ein möglichst schnelles und produktives Arbeiten gewährleistet werden kann.



TRELLO ALS ORGANISATIONSWERKZEUG

Die Reportgruppe unterteilt sich während des Arbeitsprozesses in verschiedene Untergruppen wie Layout, Fotos, Grafik oder Korrektur. Hinzu kommt die betreuende Aufgabe des **“Consultings”**. Jede Oberkategorie der Gliederung (und die entsprechende Trello-List) bekommt mindestens einen “Consultler”, der überprüft, ob die Texte rechtzeitig und mit dem erwarteten Inhalt abgegeben werden. Letztendlich ist es auch Aufgabe dieser Gruppe, sich um den Druck des Reports zu kümmern.

PARTNER / AKTEURE

Als studentisches Projekt verfügt Nextkassel nur über begrenzte (finanzielle) Mittel - nämlich die der Teilnehmer. Da das Budget der Studierenden logischerweise nicht für die gesamten Kosten des Projektes aufkommen konnte, mussten **finanzielle Unterstützer** gesucht werden. Erste Sponsoren wurden in der Kasseler Sparkasse (S-Insider), den Städtischen Werken sowie der Kasseler Verkehrsgesellschaft gefunden. Aufgabe der Akteursgruppe ist in diesem Zusammenhang die **Aufrechterhaltung der Kontakte** und die Nachfrage zur Unterstützung bei Veranstaltungen.

Außerdem kümmert sich die Akteursgruppe um das Finden und Halten von Multiplikatoren, also Partnern, über deren Kanäle sich Nextkassel öffentlich präsentieren kann. Hierzu zählen unter anderem Lokalo24.

Neben diesen **medialen und finanziellen Multiplikatoren** gibt es auch fachliche Partner, die uns seit der Session zur Seite stehen und die Ideen der Bürger mit ihrem Wissen kommentieren und anregen. Diese **Experten** sind vor allem für das weitere Vorgehen von Nextkassel wichtig und notwendig. Zukünftig können diese bei der Betreuung von Projekten oder der Wissensvermittlung zu den verschiedenen Thematiken bei den “Nextkassel-Meets...” zur Seite stehen.

Als wichtige Anmerkung ist zu sagen, dass Nextkassel trotz Sponsoring selbstständig agiert und sich nicht von den Unterstützern beeinflussen lässt. Das Sponsoring beschränkt sich lediglich auf Werbemaßnahmen auf unseren Veranstaltungen und in unseren Publikationen.

Die Zusammenarbeit mit Lokalo24 erwies sich als nicht so wie gewünscht, bzw. wie im Vorfeld versprochen. Dies könnte daran gelegen haben, dass wir uns nicht ausschließlich und exklusiv dem ExtraTip verpflichtet haben, wie die sich es gewünscht hatten. Nextkassel muss gerade im Umgang mit den Akteuren stets seine Unabhängigkeit bewahren.



DIE SPONSOREN

FINANZEN

Durch das Drucken von Plakaten, Flyern und Broschüren, das Herstellen von Materialien für die Touren und für die Realisierung der Session sind im Projektverlauf zahlreiche große und kleine Ausgaben zusammen gekommen. Um diese alle im Blick zu behalten und einen ständigen Überblick über die gesamten Finanzen zu haben, wurde ein Projektmitglied als **Kassenwart** bestimmt. Alle Ausgaben wurden mit den Belegen bei dieser Person abgegeben, damit die Mitglieder ihre Auslagen direkt oder zu einem späteren Zeitpunkt zurück erhalten konnten. Auch für das Einsammeln der zu zahlenden Beiträge von den Projektmitgliedern war der Kassenwart verantwortlich. Um die Finanzen im Blick zu halten, wurden alle Ausgaben und auch anstehende Posten ständig mit unseren „Einnahmen“ - also Spenden - und selbst geleisteten Beiträgen verrechnet. Bei den Projekttreffen wurde regelmäßig und gerade wenn es mal knapp wurde ein Zwischenbericht zu den Finanzen gegeben, auf dessen Basis die Gesamtgruppe Entscheidungen bezüglich geplanter Ausgaben treffen konnte.

Im Zuge der Planung für das kommende Semester/ die kommende Projektphase, werden wir weitere Gruppen bilden müssen, um der Projektarbeit gerecht zu werden:

Im nächsten Semester versuchen wir auf zwei Ebenen zu arbeiten. Zum einen müssen wir weiterhin den organisatorischen Aufgaben gerecht werden, wollen aber zum anderen auch stärker inhaltlich arbeiten und die Bürgerstadtvision entwickeln. **Daher wird es die Ebene Organisation und die Ebene Bürgerstadtvision geben.** Um diese zwei Arbeitsebenen im Blick zu behalten wird es jeweils eine übergeordnete Management Arbeitsgruppe geben. Die beiden Management Gruppen sollen in Abstimmung arbeiten.

MANAGEMENT ORGANISATION



Die Arbeitsgruppe Management Organisation wird die **Projekttreffen**, bei denen organisatorische Dinge besprochen werden, **vorbereiten**. Sie wird die Tagesordnungen aufstellen und während der Treffen die Gesprächsleitung übernehmen. Die Gruppe soll im engen Kontakt zu den weiteren organisatorischen Arbeitsgruppen stehen und die Kommunikation mit diesen übernehmen, um stetig eine Gesamtübersicht zu haben. Kurzfristige Entscheidungen dürfen von dieser Gruppe getroffen werden, wenn eine Einbeziehung der Gesamtgruppe

nicht möglich ist und die Entscheidung direkt kommuniziert wird. Auch die **Terminplanung** wird von dieser Gruppe übernommen. Sie teilt die Personen zu den anstehenden Terminen ein und achtet auf die Einhaltung dieser. Außerdem verwaltet und vergibt die Gruppe sämtliche Passwörter und Zugangsrechte. Diese Gruppe ist Ansprechpartner für alle Mitglieder des Projektes bei Fragen und unterstützt die verschiedenen Gruppen in Notfällen. Zu Beginn des Semesters wird die Gruppe das E-Mail-Konto pflegen.

MANAGEMENT BÜRGERSTADTVISION

Die Arbeitsgruppe Management Bürgerstadtvision übernimmt ebenfalls die **Vorbereitungen, die Aufstellung der Tagesordnungen und die Gesprächsleitung für die Projekttreffen, bei denen es um die Bürgerstadtvision gehen soll.** Die Gruppe soll im engen Kontakt zu den weiteren Arbeitsgruppen zur Bürgerstadtvision stehen und die Kommunikation mit diesen übernehmen, um auch hier eine Gesamtübersicht zu behalten. In Abstimmung mit der Gruppe Management Organisation kümmert sich auch diese um die Terminplanung. Auch die **Planung von Veranstaltungen** begleitet die Gruppe Management Bürgerstadtvision und ist für das Einholen von Genehmigungen verantwortlich.

In diesen beiden Arbeitsebenen und unter den Management Gruppen wird es weitere einzelne Arbeitsgruppen geben. Diese werden sich zum einen aus weiter laufenden Aufgaben aus dem ersten Semester und zum anderen aus neuen Aufgaben ergeben.

NEXTKASSEL-TRYOUTS –GRUPPE(N)

Nach dem ersten Semester und der Session als erster großer Checkpoint, auf dem die 20 Topideen gefunden wurden, kann nun begonnen werden, konkrete Projekte für Kassel zu entwickeln. Diese Projekte setzen sich zum einen aus einigen der Topideen zusammen, da diese einen durch großen Zuspruch erhöhten Stellenwert erhalten. Aber auch einige der "Hidden champions" (siehe Kapitel C 2.2) werden aufgrund ihrer besonderen Stellung oder leichten Umsetzbarkeit in Betracht gezogen.

Bei der Realisierung der Projekte ist das Nextkassel-Team auf Unterstützung angewiesen. Denn mit der alleinigen Zusammenarbeit des Teams mit dem Ideengeber und der Beratung der Experten ist eine Umsetzung nicht nur schwierig, sondern kann in der Stadtgesellschaft als nicht demokratische Stadtentwicklung angesehen werden. Deswegen ist jeder zur Mitarbeit eingeladen, der Lust und Interesse an der Stadtentwicklung 2.0 hat und zu einem lebenswerten und individuellen Kassel von morgen beitragen möchte.

Die einzelnen Nextkassel-Tryouts -Gruppe(n) werden sich vorerst mit den möglichen Ideen beschäftigen. Dann muss ein Weg gefunden werden, wie die Community in den Prozess einbezogen wird und wie sie mitentscheiden können, welche Tryouts zunächst oder überhaupt realisiert werden. Weiterhin wird das Entwickeln von Konzepten und die Organisation und Durchführung Aufgabe der Gruppen sein.

NEXTKASSEL-MEETS... –GRUPPE(N)

Für den weiteren Prozessverlauf zielt das Projekt auf kleinere themen- oder ortsbezogene Events und Workshops ab. Zum Einen weil in Zukunft stärker konkret an bestimmten Themen und Orten gearbeitet werden soll und zum Anderen, da eine große Session (wie die im Februar 2014) auch einen großen personellen und finanziellen Aufwand erzeugt und somit nur in größeren Abständen regelmäßig realisierbar sein wird. Um trotzdem regelmäßig auf Vor-Ort-Veranstaltungen mit der Community face-to-face an den Inhalten arbeiten

zu können, stellen wir uns vor, diese in Zukunft in Kooperation mit anderen Initiativen und Institutionen aus Kassel zu planen und zu realisieren. Wir können uns vorstellen als Gast oder Partner bei anderen Veranstaltungen, welche sich mit unseren Interessen, Zielen und Konzepten vereinen lassen, aktiv mitzuwirken. Diese kooperativen Events werden „Nextkassel-Meets...“ heißen und sollen in kleineren Arbeitsgruppen geplant und organisiert werden. Hier müssen vor allem Konzepte zur Methodik und zum Auftritt des Projektes erarbeitet werden sowie die Kommunikation mit den potenziellen Partnern übernommen werden.

WIE FUNKTIONIERT EIN PROJEKT-TREFFEN?

Das Projektteam hat sich zweimal wöchentlich im Plenum zusammen gefunden, um u.a. wichtige Entscheidungen, Ergebnisse und Ereignisse sowie die Arbeitsstände der verschiedenen Untergruppen zu besprechen. Um diese



Projekttreffen bei 20 Projektmitgliedern möglichst strukturiert zu gestalten, gab es bei jedem Treffen eine Tagesordnung, eine Redeleitung und eine ProtokollantIn. Für die Vorbereitung und den reibungslosen Ablauf der zukünftigen Projekttreffen werden die jeweils zuständigen Management Gruppen verantwortlich sein.

TAGESORDNUNG

Die Tagesordnungspunkte ergaben sich häufig aus dem letzten Projekttreffen und aktuell anstehenden Aufgaben und Terminen. Erstellt wurde die Tagesordnung in der Regel von demjenigen, der das letzte Protokoll verfasst hat. Vorrang hatten bei der Tagesordnung besonders dringlich zu klärende Punkte. Einen recht großen Teil der Tagesordnung nahmen die Berichte aus den einzelnen Arbeitsgruppen ein. Es wurden die aktuellen Arbeitstände, Ergebnisse und Entscheidungen mit der Gesamtgruppe abgestimmt. Außerdem wurden bei den Projekttreffen anstehende Aufgaben verteilt und laufende überprüft. Auf kommende Termine und Deadlines wurde hingewiesen. Die Tagesordnung wurde in der Regel ein bis zwei Tage vor dem nächsten Projekttreffen erstellt und hochgeladen, damit die einzelnen Projektmitglieder diese bei Bedarf ergänzen konnten und sich auf das nächste Treffen vorbereiten konnten.

Hier hat sich die Arbeit mit Google Docs als konstruktiv erwiesen, da jeder Teilnehmer die seiner Meinung nach wichtigen Punkte ergänzen oder hinzufügen konnte.

REDELEITUNG

Damit die Tagesordnungspunkte eingehalten wurden und die Projekttreffen nicht endlos in Länge gezogen wurden, übernahm immer ein Projektmitglied die Redeleitung. Meist war dies die selbe Person, welche auch zuvor die Tagesordnung erstellt hatte. Wichtig war es, darauf zu achten, dass bei 20 Projektmitgliedern mit nicht immer gleicher Meinung weniger wichtige Diskussionen nicht zu sehr ausgedehnt wurden und dass sich auf die wichtigsten Punkte konzentriert wurde. Auch das Hin- und Herspringen zwischen verschiedenen Themen und Arbeitsgruppen musste häufig unterbunden werden, um die Besprechung strukturiert durchzuführen. Wichtig ist auch das taktisch kluge einbauen von kurzen Pausen.

PROTOKOLL

Bei jedem Projekttreffen wurde Protokoll geführt, damit vor allem Fehlende die wichtigsten Entscheidungen und Ergebnisse der Besprechung noch einmal nachlesen konnten. Neben den wichtigsten Entscheidungen sind außerdem festgelegte Zuständigkeiten und anstehende Aufgaben und Termine in den Protokollen festgehalten worden. Jedes Projektmitglied musste im Laufe des Semesters mindestens ein Protokoll schreiben und die Protokolle mussten innerhalb von zwei Tagen fertig gestellt und hochgeladen werden. Der Protokollant war für die Aufstellung der Tagesordnung für das nächste Projekttreffen verantwortlich.

KALENDER

Termine mit Partnern oder auswärtige Veranstaltungen, bei denen wir präsent sein wollten, wurden zum einen analog im Projektraum und zum anderen digital in einen Kalender aufgenommen. Je nach Interesse und Zeit haben sich für die Wahrnehmung der Termine immer verschiedene Projektmitglieder zuständig erklärt. Um einen Überblick darüber zu bekommen, wer bereits auf welchen und wie vielen Veranstaltungen dabei war, wurde im Laufe des Semesters eine Liste erstellt. In den Tagesordnungen und den Protokollen wurde meist am Ende immer wieder auf die anstehenden und neuen Termine aufmerksam gemacht.

PROZESSDESIGN / ZEITMANAGEMENT

Um in einer Projektgruppe von 20 Leuten (oder mehr) nicht im Chaos zu versinken, bedarf es einer vergleichsweise straffen Organisation. Dem kleinen Team des Projektmanagements und der Zeitplanung kam dabei die Aufgabe zu, die unterschiedlichen Gruppen zu koordinieren – sofern diese das nicht alleine organisierten. Zu Beginn des Semesters wurde durch die Gruppe ein manueller und digitaler Projekt-Ablauf-Plan erstellt. Dieser zeigt die Phasen und einzelnen Etappenziele an und dient der Übersicht und Kontrolle des Projekt-Prozesses. Im Verlauf des Projektes sorgt die Gruppe für die Aktualisierung, Überprüfung und Ausweitung des Plans.

NEXTKASSEL ALS PARTIZIPATIVES PROJEKT

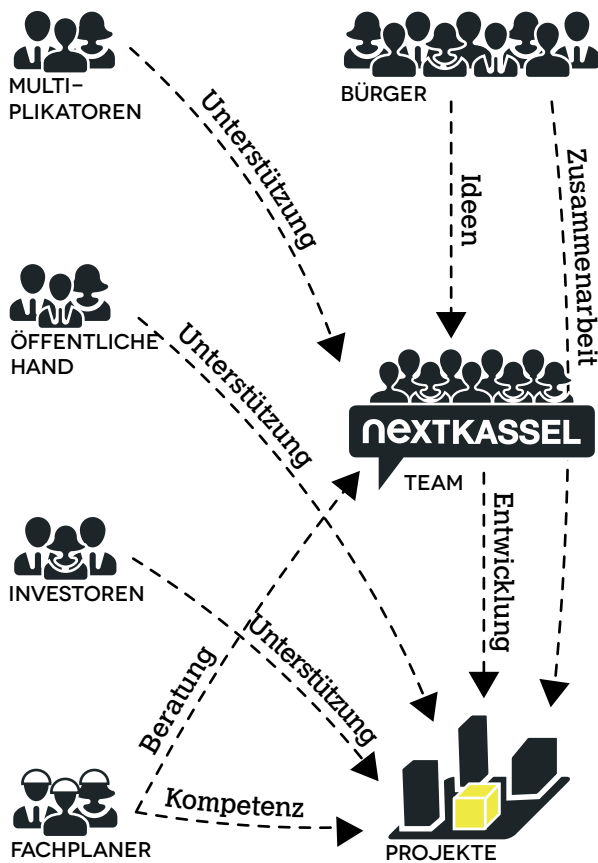
WEN BINDET MAN EIN?

BISHER

In der ersten Phase von Nextkassel versuchten die Studenten, eine Vielzahl verschiedener Akteure Kassels mit in den Prozess einzubinden. Ziel ist es mit diesen zusammenzuarbeiten, **zwischen den verschiedenen Parteien zu vermitteln** und ein stetig wachsendes Netzwerk aufzubauen, damit durch gesagte Umstände ein Höchstmaß an **Transparenz** gegeben werden kann. Neben den Bürgerinnen und Bürgern, welche die Basis dieses partizipativen Projektes darstellen, war es für die erste Phase weiterhin notwendig private und öffentliche Akteure mit in den Prozess einzubinden, um die Arbeit erfolgreich und transparent gestalten zu können.

BÜRGER

Die Grundlage eines jeden Projektes mit partizipatorischem Ansatz in der Stadtplanung sind **engagierte und interessierte Menschen**, welche an diesem Prozess teilnehmen möchten. Im Falle von Nextkassel sind dies vorrangig Bürgerinnen und Bürger aus der Stadt Kassel und dessen Umland. Die Studierenden haben den Versuch unternommen, Bürger flächendeckend, d. h. aus vielen verschiedenen sozialen Milieus, Stadtteilen oder Altersschichten zu erreichen. Entgegen der Politik haben die Bewohner einer Stadt häufig einen anderen Einblick auf die Geschehnisse bzw. Missstände und somit auch einen immensen Ideenpool, den sie zur Verfügung stellen können. In der ersten Phase haben sie die Grundlage für die Arbeit Nextkassels gelegt, indem sie mehr als 500 Ideen im Internet, bei den Touren oder der Session eingereicht haben. Der Prozess, immer mehr Kasseler einzubinden, lief in der ersten Projektphase kontinuierlich weiter. Auch für die erfolgreiche Gestaltung unserer Session war es wichtig, dass wir bereits eine breite Basis an Bürgern für uns gewinnen konnten. Sie waren es, die auf unserer Session über 250 Stadtvisionen, einschließlich der 150 Modelle, erstellt und die Topideen ausgewählt haben, mit denen es nun weiter zu arbeiten gilt. Die Einbindung der Bürger und die Veröffentlichung ihrer Ideen, gestaltet Nextkassel als einen offenen und transparenten Prozess innerhalb der Kasseler Stadtplanung.



Die Grundlage eines jeden Projektes mit partizipatorischem Ansatz in der Stadtplanung sind **engagierte und interessierte Menschen**, welche an diesem Prozess teilnehmen möchten. Im Falle von Nextkassel sind dies vorrangig Bürgerinnen und Bürger aus der Stadt Kassel und dessen Umland. Die Studierenden haben den Versuch unternommen, Bürger flächendeckend, d. h. aus vielen verschiedenen sozialen Milieus, Stadtteilen oder Altersschichten zu erreichen. Entgegen der Politik haben die Bewohner einer Stadt häufig einen anderen Einblick auf die Geschehnisse bzw. Missstände und somit auch einen immensen Ideenpool, den sie zur Verfügung stellen können. In der ersten Phase haben sie die Grundlage für die Arbeit Nextkassels gelegt, indem sie mehr als 500 Ideen im Internet, bei den Touren oder der Session eingereicht haben. Der Prozess, immer mehr Kasseler einzubinden, lief in der ersten Projektphase kontinuierlich weiter. Auch für die erfolgreiche Gestaltung unserer Session war es wichtig, dass wir bereits eine breite Basis an Bürgern für uns gewinnen konnten. Sie waren es, die auf unserer Session über 250 Stadtvisionen, einschließlich der 150 Modelle, erstellt und die Topideen ausgewählt haben, mit denen es nun weiter zu arbeiten gilt. Die Einbindung der Bürger und die Veröffentlichung ihrer Ideen, gestaltet Nextkassel als einen offenen und transparenten Prozess innerhalb der Kasseler Stadtplanung.

INSTITUTIONELLE TRÄGER

Bislang eingebundene institutionelle Träger füllen verschiedene Aufgabenbereiche innerhalb des Nextkassel-Projektes aus. Viele dieser Institutionen können

zu ihren Fachgebieten besonders qualifiziertes Feedback, bzw. eigene Ideen und Standpunkte mit in den Partizipationsprozess einfließen lassen. Weiterhin erhalten diese Institutionen, welche z. T. auch von den Bürgerinnen und Bürgern genutzt werden, die Möglichkeit ihre aktuelle Situation innerhalb der Stadtdiskussion kund zu tun und ihre Wahrnehmung innerhalb der Bevölkerung zu stärken. **Somit stärkt die Integration institutioneller Träger den Austausch zwischen diesen und der Bevölkerung** und fördert eine qualifizierte Diskussion.

Die Einbindung politischer Entscheidungsträger ist, als gesondert zu betrachtende Institution, innerhalb des Projektes von herausragender Bedeutung. Nextkassel versucht zwischen den Ebenen der Verwaltung, Stadtplanung sowie der Stadtpolitik und den Bürgern zu vermitteln, um die Stadtentwicklung für den Bürger greifbarer zu gestalten. Die Studierenden haben in der ersten Phase von Nextkassel bspw. Kontakt zu den einzelnen Ortsvorstehern, politischen Parteien oder dem Stadtbaurat Christof Nolda aufgenommen. Diese haben das Projekt durchweg als Bereicherung für die Stadtentwicklung Kassels angesehen. Durch dieses Vorgehen ist es bereits gelungen, das Thema der Stadtentwicklung etwas näher an den Bürger heranzutragen und das Projekt in der politischen Diskussion zu verankern.

INSTITUTIONEN IN ZUSAMMENARBEIT MIT NEXTKASSEL

- Evangelisches Stadtforum Kassel
- GWG Kassel
- Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien
- HWK Kassel
- IHK Kassel-Marburg
- Kulturamt Kassel
- KVG
- NVV
- Ortsbeiräte der Stadtteile
- Städtische Werke
- Stadtteilbüro Wesertor
- Universität Kassel
- WELL being Stiftung
- Wilson e.V.

Um die folgenden institutionellen Träger als Partner für das Projekt gewinnen zu können, mussten die Studierenden zunächst Aufklärungsarbeit darüber leisten, worum es in dem Projekt Nextkassel geht. Dies ist der frühen Phase geschuldet, da das Projekt es bis zu diesem Zeitpunkt naturgemäß nicht erreichen konnte flächendeckende Bekanntheit zu erlangen. Besonders bei den politischen Vertretern musste darauf geachtet werden, dass die politische Unabhängigkeit des Projektes kommuniziert wurde. Dies ist eines der Grundprinzipien von Nextkassel und darf auch nicht durch die Zusammenarbeit mit institutionellen Trägern der Stadt berührt werden. Dieses Prinzip zu bewahren, stellt häufig eine Schwierigkeit dar, da einzelne Institutionen das Projekt als Sprachrohr für ihre Probleme nutzen wollen und teilweise erwarten, dass Nextkassel Stellung zu diesen Situationen bezieht. Dies ist jedoch nicht das erklärte Ziel des Projektes, als vielmehr eine Diskussion anzuregen.

Unter den oben genannten Akteuren kann man zwischen sozialer Einrichtung, Kulturschaffende, öffentliche und private Institutionen, Planungsbüros, politische Träger und Träger öffentlicher Belange unterscheiden. Während bspw. Kulturschaffende und soziale Einrichtungen meist ihre eigenen Projekte erarbeiten, sehen diese in Nextkassel eine Chance, um ihrer eigenen Arbeit ein verlängertes Sprachrohr zu bieten. Andererseits versuchen sie ihre Defizite am Gebäude oder im Quartier aufzuzeigen, um die öffentliche Auffassung über die eigene Quartiers- und Stadtteilgrenze oder die eigene Szene hinaus zu tragen, während private Unternehmen mit dem Projekt kooperieren bzw. unterstützen, um dadurch ihre Wahrnehmung in der Öffentlichkeit zu steigern.

FACHPLANER

Trotz der Tatsache, dass die Studenten des Projektes zum großen Teil Stadtplanung studieren, übten sie innerhalb der ersten Phase des Nextkassel-Projektes lediglich die Rolle des Vermittlers aus, ohne aktiv in den Planungsprozess einzugreifen. Einzelne Ideen der Bürgerinnen und Bürger sowie die Bildung der Szenarien müssen jedoch durch planerische Hände fachlich angepasst und gegebenenfalls korrigiert werden. Die Profession des Fachplaners verfügt über ein weitreichendes Know-How zu bestimmten Themen und kann mit einer fachlichen Stellungnahme den weiteren Prozess nachhaltig beeinflussen. Die Ideen der Bürger stellen zwar die Basis der Arbeit dar, allerdings bedarf es häufig einer Korrektur aus planerischer Sichtweise. Weiter war es für das studentische Projekt wichtig, politische Entscheidungsträger und Fachplaner als Experten zu gewinnen, um den Wirkungsradius, das Netzwerk und das Ansehen innerhalb der Stadt weiter steigern zu können. Die Fachplanung an der Seite zu haben, kann neben einer gesteigerten Qualität der Zukunftsszenarien und Ideen auch auf das Ansehen von Nextkassel innerhalb der Bevölkerung als auch auf politischer Ebene niederschlagen.

ZUKÜNFTIG

Auch in den folgenden Projektphasen stellt die stetige Vergrößerung der Nextkassel-Community und die Erweiterung des Netzwerkes eine wichtige Anforderung an die Studierenden. Nur mit Hilfe bereits gewonnener und neuer Akteure ist es möglich, den Prozessablauf auch in Zukunft erfolgreich fortführen zu können. Damit ist beispielsweise die Vertiefung der entwickelten Unterkategorien/Zukunftsvisionen und/oder die Realisierung konkreter Projekte gemeint. Mit Hilfe der Bürger ist es möglich, diese Entscheidungen und Projekte konsensfähig zu gestalten, während der Bedarf an Fachplanern und **die weitere Vernetzung mit der Kommunalpolitik** bei jeder weiteren Konkretisierung der Projekte immer notwendiger wird, um ein zumindest theoretisch realisierbares Ergebnis zu erhalten. Zudem ist es kaum möglich ohne die Unterstützung politischer Entscheidungsträger die zu erarbeitenden Projekte umsetzen zu können, womit die Realisierung der erarbeiteten Projekte hinfällig wäre. Aber auch um die Zahl bereits gesammelter Ideen weiter aufzustocken und diese in die Bürgervision mit einfließen zu lassen, ist es wichtig, immer mehr Kasseler zu erreichen und deren Gedanken mit in den weiteren Prozess einfließen zu lassen.

Für die kommende Phase ist es wünschenswert, weitere institutionelle Träger miteinzubinden, um weitere Themenschwerpunkte besser abdecken zu können.

Die Vermehrung und eine dauerhafte Einbindung der genannten Akteure ist zwingend notwendig, um die Kontinuität von Nextkassel gewährleisten zu können.

WIE BINDET MAN EIN?



IDEEN SAMMELN – BISHER

Zu Beginn des Nextkassel-Projektes stand die Ideensammlung im Vordergrund. Um eine fundierte Bürgervision zu erarbeiten, müssen unterschiedliche Ideen mit verschiedenen Themenschwerpunkten entwickelt werden. Dafür wurde zunächst mithilfe verschiedener Methoden eine Vielzahl an Ideen von Kasseler Bürgern gesammelt. Als Höhepunkt des ersten Semesters wurde eine Session zur Priorisierung der ersten Ideen veranstaltet. Im Laufe des gesamten Prozesses ist es wichtig, dass jederzeit die Bürger mitentscheiden und mitgestalten können und in den Prozess integriert werden. Auch bei der Finanzierung des Projektes werden die Bürger eingebunden, da diese mit Hilfe des Crowdfundings aktiv in den Prozess eingreifen können.

Die Sammlung von Ideen ist ein wesentlicher Bestandteil des Nextkassel-Projektes. Dabei wird mit verschiedenen Kanälen gearbeitet.

Neben der webbasierten Sammlung von Ideen durch die Internetseite www.nextkassel.de, werden auch mit Hilfe der Printmedien Ideen eingeholt. Hinzu kommt die Sammlung von Ideen mit Hilfe der Touren und Veranstaltungsbesuche in der Stadt. Durch die Vielfalt der Ideensammlung soll ein breites Publikum angesprochen und die gesamte Stadt Kassel erreicht werden.

ONLINE

VORBEMERKUNG

Die Gesellschaft in der wir leben ist mehr und mehr im Informationszeitalter angekommen. Die Wikipedia wächst und wächst, soziale Medien, in denen jeder mit jedem in Echtzeit kommunizieren kann, sind allgegenwärtig. Konventionelle Medien als Informationsquelle werden mehr und mehr überflüssig, weil jeder selbst zum Publizisten werden kann. Das Informationsmanagement wird für alle Beteiligten wesentlich wichtiger als die eigentliche Information. Netzwerke werden viel wichtiger als die Fähigkeiten eines Einzelnen. Und die Planung kommt mit dem Ansatz der Next*-Projekte langsam aber sicher auch bei dieser Erkenntnis an.

Planung - in klassischer Ausformung - funktioniert in der Regel anders, denn Planung war zum Einen die Ausführungsebene raumbezogener Politik, zum Anderen aber auch hinsichtlich langfristiger Strategien schon immer Politikberatung. In dieser klassischen Form ist der Bürger Subjekt der Planung und nicht selbständiger Akteur.

Eine Gesellschaft im vorskizzierten Informationszeitalter möchte aber - auch aus der Erfahrung heraus wie das Netz funktioniert - mehr sein und in aller Regel stärker mitgestalten, als es die "professionelle" Ebene aus Planung und Kommunalpolitik in der Vergangenheit zugelassen hat.

Nextkassel möchte also jenes Netzwerkdenken der Informationsgesellschaft mit jener "professionellen" Ebene vereinen und das Bindeglied zwischen parlamentarischer Demokratie und Bürgerinnen und Bürgern für planerische Fragestellungen bilden. Naheliegend ist, dass Nextkassel somit beide "Arbeits-

weisen" beherrschen muss. Dazu gehört auch, dass Nextkassel dem Ruf der Informationsgesellschaft nach Transparenz und Nachvollziehbarkeit des Prozesses gerecht wird und dass Nextkassel zugleich personen-/institutionenbezogen agieren kann, **dass Kommunalpolitik und Planung wissen mit wem sie sprechen können**, ohne gleich für unfertige Gedanken von Presse und Bürgern eine schlechte Kritik erhalten.

Wichtigster Baustein für die Netzbildung ist das Internet, konkreter die Internetseite www.nextkassel.de sowie die sozialen Netzwerke, primär facebook. Unterstützt wird das eigene Onlineangebot und die Aktivitäten auf Facebook durch soziale Medien wie YouTube, Instagram und flickr, die als Hilfsdienste und Multiplikatoren fungieren.

Diese beiden Hauptbausteine müssen folgenden Aufgaben gerecht werden:

- **Netzbildung und Kommunikation**
 - Aktivierung von Bürgern, sich mit Planung und/oder dem Ansatz von Nextkassel auseinander zu setzen
 - Barrierearme Partizipationsmöglichkeiten für alle Bevölkerungsgruppen bieten.
 - Erhalt und stetiges Wiedererlangen von Aufmerksamkeit für Themen der Planung
 - Kommunikation von und Diskussion über komplexe Fragestellungen
 - Den planerisch-politischen Prozess, den Nextkassel möglichst transparent und damit nachvollziehbar darstellen und klarmachen möchte, dass Planung im Sinne Nextkassels nichts mit einem Closed Job zu tun hat.
- **Planung**
 - Sammeln von Problemstellungen und Lösungsansätzen
 - Systematisierung von Problemstellungen und Lösungsansätzen
 - Transformation der Problemstellungen und Lösungsansätze zu einem strategischen Werkzeug für kommunale Politik und Stadtplanung.

Zum Einstieg gibt es erst ein paar grundsätzliche Einschätzung zum zeitgemäßen Umgang mit Werkzeugen des Web 2.0 in Bezug auf die Verbreitung der im ersten Absatz skizzierten Informationsgesellschaft. So idealtypisch, wie skizziert, ist es nicht.

Im weiteren Verlauf werden außerdem die Internetbausteine einzeln aufgeschlüsselt und hinsichtlich der vorgenannten Anforderungen untersucht. Es wird auch darum gehen die technischen Grenzen aufzuzeigen.

DER GRAD DER VERANKERUNG DER GESELLSCHAFT IM WEB 2.0:

Die hochtrabenden einleitenden Worte zur Informationsgesellschaft treffen nicht auf die Lebensrealität der meisten Menschen zu. Das Internet ist ein junges Medium, trat es doch erst in den 90er Jahren seinen Siegeszug an. Und erst, seit es nicht nur als Publikationsmedium, sondern als Interaktionsmedium im Sinne des Web 2.0 verstanden wird (in dem Sinne, das Internetnutzer interaktiv Angebote von Anderen, durch Kommentare und direkte Beisteuerung von Inhalten ergänzten), wird es tatsächlich zum neuen Medium. Ein neues Medium in dem relativ plötzlich gänzlich andere Regeln galten als zuvor. Alles wurde viel, viel schneller. Es gab deutlich weniger Qualitätskontrolle für das geschriebene Wort in dem Sinne, dass irgendjemand das Geschriebene auf physisch vorhandenes Papier mit physisch vorhandener Druckerschwärze drucken musste, und auch das bezahlt werden wollte. Schriftsprachliches verlor plötzlich sogleich an Wert, dass es beliebig kopiert und weitergegeben werden konnte. Dies führt dazu, dass die Fähigkeit Informationen schnell zu sichten und relevantes von irrelevantem zu trennen, wichtiger wurde, als die tatsächliche Information zu verstehen und ggf. wiederzugeben. Auf letzteres aber ist noch ein Großteil der bundesdeutschen Bevölkerung trainiert, da im

“realen” online-Leben der Inhalt mehr zählt als die Masse und die Wiedergabe fortwährend trainiert werden. Zwar wächst die Zahl jener die mit diesem Datenwust sehr gut zurecht kommen, aber ein nicht unerheblicher Teil der Bevölkerung betritt á la Merkel tatsächlich “Neuland”.

Mit der Informationsgesellschaft geht auch einher, dass eine ganze Menge personenbezogener Daten generiert werden und dass mit diesen Daten sehr sorgsam umgegangen werden muss. Für Planung sind Daten essenziell. Planung muss wissen für wen geplant wird. Zugleich muss ein Projekt wie Nextkassel sehr deutlich machen, dass es sehr gewissenhaft mit Daten umgeht: **Nur wer darauf vertraut, beteiligt sich.**

Planung und Politik (und damit auch Nextkassel), die den Anspruch hat, für die gesamte Gesellschaft zu arbeiten,

- kann sich nicht darauf beschränken, ausschließlich im Internet präsent zu sein,
- sollte darauf achten, dass das Internetangebot auch von jenen verstanden und genutzt werden kann, für die das Internet “Neuland” ist und
- **muss auch auf Bedenken zum Datenschutz eingehen.**

Aus letztgenanntem Grund bedient sich Nextkassel eben nicht nur Diensten wie facebook, bei denen das Gefühl vom gläsernen Bürger naheliegender ist, sondern bietet auch Partizipationsmöglichkeiten an, die anonym genutzt werden können.

Aus erstgenanntem Grund ist es nötig, auf den Internetdiensten die Verzahnung mit allen Online-Aktivitäten besonders hervor zu heben.

DIE INTERNETSEITE VON NEXTKASSEL: WWW.NEXTKASSEL.DE

Die Internetseite www.nextkassel.de wurde in der Grundfassung von Nexthamburg zur Verfügung gestellt und wurde - im Laufe der Phase 1 - insbesondere im Hintergrund weiter entwickelt.

Zum grundsätzlichen Repertoire der Internetseite gehört die Möglichkeit des Einstellens von Ideen in einem einfach gehaltenen Formular und eine Karte.

Im Formular sind ein Titel und die Beschreibung der Idee einzugeben. Freiwillig können Name und eine (nicht veröffentlichte) Emailadresse eingegeben werden. Außerdem kann ein Ort (via google-maps) und ein Bild hinzugefügt werden. Zusätzlich muss ein sog. Captcha eingegeben werden, damit sicher gestellt wird, dass es sich um einen ideengebenden Menschen und nicht um ein Computerprogramm das Spamnachrichten einstellen möchte, handelt.

Außerdem wurde eine Karte (auf Basis von Google-Maps) mitgeliefert sowie die Abstimmungsfunktion.

AUFGABEN:

- Die Internetseite erfüllte, gerade zu Anfang von Phase 1, primär die Aufgabe der Sammlung von Problemstellungen und Lösungsansätzen dadurch, dass von Bürgern Ideen für Kassel eingegeben und in einer Übersicht dargestellt wurden.
- Zugleich wurden auf den Seiten “Warum mitmachen?” und “Wie mitmachen?” grundlegende Informationen zum Prozess geliefert, um zumindest minimal den Transparenzanforderungen gerecht zu werden.
- Als Diskursplattform dient www.nextkassel.de insofern, dass alle Ideen kommentiert werden können und dies in der Anfangsphase auch relativ stark genutzt wurde.

Sehr häufig wurde an das Projektteam allerdings auch die berechtigte Kritik herangetragen, dass die Internetseite in der Basisaufstellung nicht übersichtlich genug sei. Bei fast 500 eindeutigen Ideen ist eine ungeordnete Liste nicht mehr das richtige Mittel, um die Besucher dazu aufzufordern zu verweilen und an Nextkassel barrierearm mitzuwirken. Aus diesem Grund wurden nach und nach weitere Funktionen ergänzt. Beispiele sind Kategorien und die tagcloud, sowie die Überarbeitung der Sortierfunktion.

Erst gegen Ende der Phase 1 wurde eine Blog-Funktion eingerichtet, um auch komplexere Fragestellungen und Überlegungen tagesaktuell zu kommunizieren und fest zu halten.

Das ganze wird von einem autodidaktischen Programmierer geleistet, der eigentlich Stadtplaner ist. Es wird deutlich, dass die Internetseite nur mit ziemlich viel Arbeit den wachsenden Anforderungen auf Dauer stand halten kann. Schon jetzt ist die Seite am technischen Limit: Komfort geht anders. Einige Funktionen wurden bereits auf die Client-Seite überführt, aber für diese gehen ältere Rechner in die Knie: Mehr als 10 MB produziert ein Ladevorgang der Seite.

ÄNDERUNGEN AN WWW.NEXTKASSEL.DE ÜBER DIE ZEIT:

Bereits in Phase 1 wurden folgende Funktionen hinzugefügt oder teilweise neu entwickelt:

- **Kontaktformular:** Oberstes Ziel des Projektes ist es, dass alle, die möchten daran partizipieren können. Damit das Projekt auch für Menschen ohne eigene Emailadresse oder für jene, die diese nicht preisgeben möchten, erreichbar ist, wurde ein Kontaktformular-Plugin installiert.

- **Sortierfunktion:** Die Sortierfunktion beherrschte von der Grundfunktion her nur die Sortierung nach Zustimmungen, Ablehnungen, Anzahl der Kommentare und nach Erstellungsdatum. Letzteres war default. Das führte in den ersten Wochen dazu, dass lediglich für die obersten, neuen Ideen abgestimmt wurde. Erste Lösung war, die Sortierungsoption per Zufall hinzuzufügen und diese zum Default-Wert zu machen. Bei jedem Neuaufwurf der Seite wurde die Seite nun neu durchgewürfelt. Später wurde diese zufällige Sortierung lediglich einmal in 24h durchgeführt, damit die Benutzer die Chance hatten trotz zufälliger Reihenfolge relativ komfortabel alle Ideen anzugucken, durchzuklicken und abzustimmen.

- **Einzelansicht:** Im Zuge der Durchsortierung erschien es notwendig, einzelne Ideen auch gesondert in den Fokus stellen zu können. Zum Einen sollte ermöglicht werden ein Micro-Campaigning für seine Idee machen zu können, also seine Idee zum Beispiel im Facebook posten zu können "Dies ist meine tolle Idee", und die vorhandene Übersichtsseite erschien dazu nicht hinreichend geeignet zu sein, insbesondere wenn man sich anschickte intensiver über diese Idee zu diskutieren. Außerdem gab es zu dem Zeitpunkt noch massive Browser-Inkompatibilitäten mit der dynamischen Aufklappfunktion. Zum Anderen zeichnete sich ab, dass in Zukunft eine Menge weiterer Informationen zu den Ideen dazu kommen, welche die dynamisch aufgeklappte Seite überfrachten würden.

- **Widgets:** Um etwas Ordnung in die Vielzahl der durcheinandergewürfelten Ideen zu bringen, wurden sogenannte Widgets eingerichtet, kleine Informationselemente am rechten Seitenrand. Zuerst wurde eine Liste der neuesten Ideen am rechten Rand eingefügt, später kam noch die Anzeige der aktuellen Top-Ideen dazu (über die Zeit veränderte sich das Auswertungssystem allerdings). Weiterhin kam die Funktion die Ideen nach Kategorien zu filtern sowie die Ideen nach Schlagworten anzugucken. Mit der Veröffentlichung des Reports 1.0 und dem Näherrücken der Session kam das Widget "Mit der ID zur Idee" dazu, das es ermöglicht, die im Report abgedruckten IDs direkt auf der Internetseite zu finden.

- **Smartphones und Tablets:**

Die Basisversion der Internetseite war kaum mit Mobiltelefonen kompatibel: Zu komplex waren die Datenstrukturen, manche graphische Spielereien überforderten die mobilen Browser-Renderer. Es war also dringend notwendig eine mobile Fassung auf den Weg zu bringen. Diese Version hat ein statischeres Layout mit einer festen Breite, die Sortierfunktion wurde deaktiviert und die Bilder wurden in einer deutlich kleineren Fassung ausgeliefert. Mobilfreundlich ist die Seite immer noch nicht, aber zumindest ist es auf Tablets ansehbar.

- **RSS-Feeds:** In ersten Gesprächen mit Partnern wurde der Wunsch geäußert, doch irgendwie schneller den Überblick darüber gewinnen zu können was so an neuen Ideen und vor allem neuen Kommentaren bei Nextkassel ankam. Nach ersten Überlegungen Einzelseiten anzubieten auf denen die neuesten Ideen oder zuletzt diskutierten Ideen aufgelistet werden, hat man sich dazu entschieden lediglich die entsprechenden RSS-Feeds anzubieten. Das erfüllte die Anforderungen dieser Partner und hielt die Seite zumindest ansatzweise übersichtlich, da weitere Einträge im Menü vermieden wurden. Die RSS-Feeds für neue Ideen und neue Kommentare wurden neben den Social-Media-Symbolen in der Kopfzeile unaufdringlich angeboten.

- **Doubletten:** Ein großes Problem im Zuge der Phase 1 ergab sich dadurch, dass viele Ideen doppelt eingereicht wurden und in Phase 1 kaum Zeit war, diese vernünftig auszusondern. Und wenn man sie aussonderte, wie ging man damit um? Im Projektteam war man der Überzeugung, dass man keinen Anschein erwecken wollte etwas mit Blackbox-Planung zu tun zu haben oder gar zu zensieren. "Jede Idee wird gehört" war das Versprechen. Deshalb bedurfte es einer transparenten Strategie, wie doppelte Ideen zugleich zwecks Übersichtlichkeit aus der Konkurrenz genommen werden konnten, zugleich aber noch einsehbar sein konnten. Es war eine programmiertechnische Herausforderung dies zu realisieren, befindet sich aber

nun, im April 2014 in der Finalisierungsphase: Zukünftig werden eingehende Doubletten der Mutteridee untergeordnet (und dort als Liste gezeigt) und lediglich als nichtkommentierbare Einzelansicht aufrufbar sein. Noch immer ist die Erkenntnis, ob es sich um eine Doublette handelt, eine redaktionelle Aufgabe, die aber jetzt - wo die Infrastruktur vorliegt - geleistet werden kann.

In Vorhersehung der Phase 2 waren weitere Funktionen notwendig die bereits - vorwiegend als Eigenentwicklung - hinzugefügt wurden. Einige der Funktionen sind noch in der Beta-Phase und haben noch den ein oder anderen Fehler:

- **Karte:** Aus einem schönen Zufall heraus, konnte die Karte, die Nexthamburg beim Schwesterprojekt Nextistanbul einsetzt, sehr schnell an Nextkassel.de angepasst werden. Da das Projektteam in der Anfangsphase von Phase 2 auch darüber nachdachte räumliche Untergruppen zu bilden, war klar, dass die Karte diese Untergruppen zukünftig abbilden können muss. In der aktuellen Ausprägung werden die Kategorien des Reports 1.0 in der Karte abgebildet, die Software ist aber nun so flexibel, dass auch andere Ideensets visualisiert werden können. Die Gruppierung von Ideen bei Überschneidung der Marker hilft dabei die Browserressourcen nicht zu überfordern und zugleich dabei die Übersicht zu behalten.



- **Blog:** In Phase 2 wird es in großem Maße auch darum gehen Ideen zu generieren, sondern auch darum, diese zu qualifizieren und neu zu ordnen. Dies machte es notwendig, die Möglichkeit zu haben auch komplexere Zusammenhänge zu formulieren und diese festzuhalten. Eine intensive Diskussion auf Facebook sorgte auch dafür, dass dem Projektteam deutlich wurde, dass nicht 100%ig nach außen vermittelt werden konnte, was Nextkassel in der Essenz ist: Es wurden lediglich die Diskussionsansätze von Facebook und eine große Ideensammlung á la "Wünsch-dir-was" wahrgenommen. Dass Nextkassel eben auch sowas wie Anwaltsplanung sein kann, wurde nicht wahrgenommen. Der auf Nextkassel.de eingerichtete Blog, der auch die Beiträge auf facebook und neue Fotos auf flickr in den Blog einbindet, soll das Dilemma auflösen, dass Nextkassel nicht so recht den Rahmen gefunden hat, um grundsätzliche und komplexere Informationen zu streuen. Im Blog soll eben genau das möglich sein.
- Zugleich wurde für den Blog eine Funktion implementiert, um eine Gruppe von Ideen dynamisch in einen Blogpost hinein zu verlinken. Dies folgt der Voraussetzung, dass über gewisse Thematiken und Fragestellungen im Blog diskutiert werden kann. Dass die Idee, über die diskutiert wurde, direkt anschaulich macht, soll dem Komfort der Seite dienen.
- **Session-Produkte:** In eine ähnliche Richtung wie die Gruppierungsfunktion im Blog und die Herausfilterung von Doubletten zielt auch die neue Fähigkeit der Internetseite, Ergebnisse der Session auf der Webseite einzusehen. Die Modelle und die Auswahl der drei Topideen auf dem Merkzettel auf der Internetseite zu sehen, verfolgt das Ziel den Nextkassel-Prozess transparent zu machen: **Es soll deutlich werden, wie sich die Reihung der Topideen zusammen setzt und welche Schwerpunkte die Bürger sehen.** Schlussendlich

muss es auch darum gehen, dass sich Nextkassel als dauerhaftes Projekt etabliert und so auch später hinzustoßende nachvollziehen können, wie es zu welchen Ergebnissen kam. Das so konsequent umzusetzen, jedes einzelne Modell sehen zu können, wäre vielleicht nicht nötig gewesen, soll aber als Symbol dienen: Nextkassel ist transparent: Mach mit! Die Session-Produkte fließen vollautomatisch in die Berechnung des Top-Ideen Widgets ein.

SORTIERFUNKTION 2.0

Die alte Sortierfunktion hatte das Manko, dass bei jeder Veränderung der Sortierung ein neuer Serveraufruf erfolgen musste. Zwar kam der Server damit einigermaßen klar, in der Voraussicht aber, dass zukünftig die Untergruppen stärker in den Fokus rücken werden und tendenziell alles dynamisch werden muss, um den komplexen Fragestellungen der planungsspezifischen Fragestellungen von Nextkassel gerecht zu werden, war es naheliegend auch die Sortierfunktion zu dynamisieren. Grundsätzlich werden die Reihung der Ideen nun vom Server immer gleich ausgeliefert und sortiert wird im Browser. Das mag zu einer Überforderung langsamer Browser und älterer Computer führen, wird sich aber auf lange Sicht auszahlen: Nicht auf den Server (und die langsame Auslieferung von 10 MB Bildmaterial) zu warten wird sich positiv auf den Komfort der Besucher und hoffentlich auch auf die Verweildauer auswirken.

Ein Bedarf ist auch für folgende Thematiken erkannt worden. Teilweise befinden sich diese bereits in Entwicklung:

- Eine schöne Suchfunktion
- Eine Abstimmfunktion, die das Neuladen der Internetseite nicht nötig macht (AJAX)
- Eine Seite auf der die Modelle der Session und weitere Ergebnisse angesehen werden können und so nachvollziehbar wird, wie die einzelnen methodischen Ansätze, die Nextkassel verfolgt, in die Gesamtauswertung einfließen.
- Mobile Webseite muss aktualisiert werden.
- Kategorien/Untergruppen-Infrastruktur muss verbessert werden und ein Gesamtdiskurs darüber muss ermöglicht werden.
- Ein Kommentarfeld, das sowohl spamsicher ist, als auch nicht darauf angewiesen ist eine Emailadresse abzufragen.
- Das Einloggen mit OpenID und/oder Facebook-Credentials ist denkbar und wünschenswert.
- Ein Up-/Down-Vote-System für Kommentare könnte genutzt werden, um Kommentaren partizipativ eine Gewichtung zu geben

SOCIAL MEDIA

Neben der Internetseite www.nextkassel.de ist die Facebook-Seite des Projektes ein wichtiges Medium, um Informationen über uns zu verbreiten und das Projekt Nextkassel bekannt zu machen. Dies war auch das wichtigste Ziel in den ersten Wochen. In dieser Zeit wurde viel in das Projekt an sich gesteckt. Am 20. Oktober 2013 ging unsere Facebook-Seite online. Dies war zu einem Zeitpunkt, an dem wir Studenten noch gar nichts mit diesem Projekt zu tun hatten. Durch das Schalten von Werbung auf Facebook hatte Nextkassel schon nach wenigen



Tagen ca. 350 Gefällt-mir Angaben. Durch das Verteilen von Flyern und unseren Touren gab es immer wieder Tage, an denen wir bis zu 50 neuen Gefällt-mir Angaben generieren konnten. So waren es am 1.1.2014 bereits 849 Personen, denen unsere Seite gefällt. Einen großen Schwung gab es dann vor, während und nach unsere Session Anfang Februar. In diesem Zeitraum erreichten wir die Eintausend Marke. Aktuell liegen wir bei knapp über 1130 Gefällt-mir Angaben. Unsere erfolgreichsten Beiträge in 2013 waren die Fotoalben von den Touren und das Gewinnspiel. In 2014 war es unter anderem das Bild von dem Schriftzug Nextkassel im ersten Schnee, die Fotoalben von der Session und unser Gruppenbild vor der Session. **Festzuhalten bleibt, dass vor allem Bilder "Likes" und damit zu einem höheren Bekanntheitsgrad beitragen können.** Diskussionen zu bestimmten Themen konnten bisher nur Fotocollagen erzeugen. Diese war bei dem Bild der Holländischen Straße als Grünraum besonders intensiv. Hierbei ging es in den ca. 40 Kommentaren auch um Nextkassel an sich. Weiterhin dient sowohl Nextkassel, als auch die Nextkassel Redakteurin, welche seit Dezember 2013 existiert, der Kommunikation mit anderen Akteuren und hilft bei der Verknüpfung mit anderen Organisationen. Die Nextkassel Redakteurin hat den Vorteil, dass man gezielt Personen schreiben und eine Freundschaftsanfrage senden kann. Hier ist eine offensivere Werbung möglich.

Die Kritik, welcher wir uns stellen müssen, ist sehr komplex. Zu Beginn wurden viele HNA Beiträge zur Stadtplanung in Kassel gepostet. Später waren es vor allem Veranstaltungshinweise und Werbemaßnahmen. Inhaltliche Diskussionen waren Mangelware. Dies lag auch an dem eingeführten System, in dem jede Woche zwei neue Personen Facebook-Dienst hatten. Nachdem eine kleinere Gruppe dies übernommen hatte, konnte ein besseres Bild erzeugt werden. Jedoch muss, um gute und verwertbare Diskussionen zu bekommen, intensiver daran gearbeitet werden. Es muss noch einmal über die Funktionen von Facebook und dem neu eingeführten Blog auf www.nextkassel.de diskutiert werden.

ANDERE SOCIAL MEDIA-DIENSTE

- Instagram wird kaum benutzt
- flickr dient hauptsächlich als Speicherplattform für die Bilder unserer Touren und Aktionen

PRINTMEDIEN

Als studentisches Projekt ist es für Nextkassel wichtig, eine Wirkung außerhalb des universitären Sektors zu erreichen. Um die gewünschte Außenwirkung zu bekommen, ist die Presse ein geeignetes Instrument. Nextkassel ist offensiv auf die Tages- und Wochenpresse zugegangen, um eine eventuelle Projektkooperation zu besprechen. Mit der ExtraTip Medien Gruppe hat Nextkassel einen Partner gewinnen können, der eine hohe Erreichbarkeit in allen Bevölkerungsklassen besitzt. Die ExtraTip Medien Gruppe hat die verschiedenen Nextkassel-Veranstaltung beworben und in verschiedenen Printmedien (Brauser / ExtraTip) darüber berichtet. Die Veranstaltungen wurden außerdem noch auf sämtlichen Social-Media Kanälen der ExtraTip Medien Gruppe publiziert.

Des Weiteren wurde noch in verschiedenen anderen Pressebereichen über Nextkassel berichtet. So konnten wir mehrmals, trotz einer Kooperation mit der ExtraTip Medien Gruppe, in der Nordhessischen Allgemeinen Zeitung erscheinen. Auch im Rundfunkbereich (Kassel-Radio, FFH) ergab sich die Möglichkeit, Nextkassel weiter bekannt zu machen.

AUFSUCHEND

GRUNDSÄTZLICHES

Ein grundsätzlicher Unterschied zu anderen Beteiligungsverfahren ist, dass

Nextkassel nicht auf die Einwände, Vorschläge oder Ideen der Bürger wartet, sondern diese vor Ort abholt. Dabei werden die Personen direkt angesprochen und nach ihren Ideen gefragt. Um nicht in der Masse der anderen Vereine und Organisationen unterzugehen, sucht Nextkassel nach gut frequentierten Orten, um sich dort zu präsentieren. Dabei werden Orte bevorzugt, die von einem gemischten Publikum besucht werden - dies erhöht die Aufmerksamkeit. Somit wird eine möglichst breite Schicht der Bevölkerung erreicht. **Durch die direkte Ansprache und die gut frequentierten Orte soll das Projekt Nextkassel in der gesamten Stadt bekannt gemacht werden.**

Wenn Nextkassel in der Stadt unterwegs ist, wird nach einem simplen Vorgehen gearbeitet, dass auf viele Orte in der Stadt übertragbar ist. Zunächst werden die möglichen Orte in der Stadt geklärt. Dabei ist es wichtig, dass dieser Ort von vielen Bürgern genutzt und eine Erlaubnis erteilt wird, um sich dort zu präsentieren. Es ist wichtig, dass die gewählten Orte stark frequentiert und von vielen unterschiedlichen Personen und Bürgern der Stadt Kassel genutzt werden. Als nächster Schritt wird eine Erlaubnis für die Nextkassel-Aktion für diesen Ort eingeholt. Obwohl Nextkassel darauf abzielt, Aufmerksamkeit zu erregen, sollen sich die Aktionen in einem legalen Rahmen bewegen und mit den Behörden abgesprochen sein. Nachdem die Genehmigungen eingeholt wurden, wird der Ort an die Aktionen angepasst. Dazu werden mit einfachen Mitteln Materialien vorbereitet, die den Ort transformieren sollen, wie z.B. ein Tourwagen oder gelbe Jutebeutel. Wichtig bei den Touren in der Stadt ist, dass die gesamte Projektgruppe mitarbeitet und mit einbezogen wird.

VERANSTALTUNGSBESUCHE

ANSATZ: PRÄSENT SEIN

Es ist wünschenswert, als Projekt immer in den Köpfen der Menschen zu bleiben. Dafür will Nextkassel die Aufmerksamkeit in der Stadt und in der Öffentlichkeit erregen. Es wird Interesse an der aktuellen Entwicklung der Stadt gezeigt und es werden verschiedene Veranstaltungen zu stadtrelevanten Themen besucht. **Es ist auch wichtig, dass die Bürger wissen, wer sich hinter Nextkassel verbirgt. Darum wird Präsenz auf den Veranstaltungen gezeigt.** Außerdem kann davon ausgegangen werden, dass die größte Aufmerksamkeit durch

Wie spricht man wen an? Welche Veranstaltungen sind relevant? Es ist wichtig einzuschätzen, mit welchen Personen gesprochen wird und wie mit diesen Personen umgegangen wird. Dafür ist eine kurze Analyse und Einschätzung der Personen wichtig, um herauszufinden, wie diese angesprochen werden können. Studenten werden meist „lockerer“ angesprochen, als beispielsweise Senioren. Es ist wichtig, sich nicht bei der Vorstellung des Projektes zu versteifen, sondern sich dem Gegenüber anzupassen. Es sollte eine gute Atmosphäre aufgebaut werden, die den Zuhörer ermutigt, weiter zuzuhören und mehr erfahren zu wollen. Wichtig ist, direkt zu Beginn des Gesprächs alle wichtigen Fakten darzustellen, wie z. B. wer Nextkassel ist und was das Projekt will. Dafür sollten etwa 90 Sekunden ausreichen, um das Wichtigste zu erklären. Es ist vorteilhaft, sich auf die Gespräche vorzubereiten. Dafür sollten die Materialien, wie Flyer, Schokolade oder auch Klemmbretter für Notizen oder Ähnliches, vorhanden sein, um ein sicheres Auftreten zu vermitteln.



UNSER TEAM BEI TRANSITION TOWN KASSEL

ständige Präsenz erreicht werden kann.

VORHANDENE NETZWERKE NUTZEN

Die Transparenz in der Arbeit von Nextkassel ist notwendig, deswegen sollen viele verschiedene Akteure in die Prozesse mit eingebunden werden. Es werden auf Veranstaltungsbesuchen Kontakte mit interessanten Personen der Stadt, Verbänden, Gremien, Vereinen und anderen Organisationen geknüpft. Diese Gruppen können dann die Anliegen von Nextkassel in ihren Kreisen weitertragen. Somit werden mehr Menschen erreicht, die auch die gleichen Interessen verfolgen. Diese Vorgehensweise soll spätere Zusammenarbeiten ermöglichen, die zur Realisierung von Projekten führen können.

MUND-ZU-MUND-PROPAGANDA INITIIEREN

Auch die Mund-zu-Mund-Propaganda ist ein bedeutender Bestandteil von Nextkassel.

Aufgrund begrenzter Mittel müssen die Bürger auf einfachen Wegen erreicht werden. Nextkassel setzt auch auf kontroverse Ansätze und Vorschläge, wie z. B. überspitzte Situationen, die das Stadtbild verändern würden. Dies soll dazu führen, dass sich die Bürger bewusst mit dem Thema Stadtentwicklung auseinandersetzen. Dadurch sollen Diskussionen angeregt werden, die zwischen unterschiedlichen Bürgern geführt werden.

TOUREN

ANSATZ: VOR ORT SEIN! NIEDERSCHWELIG SEIN!

Nextkassel ist es wichtig, die Bürger und ihre Ideen abzuholen und nicht auf diese zu warten. Es wird vor Ort Präsenz gezeigt, die es ermöglicht, die Bürger direkt anzusprechen und somit die Ideen einzuholen. Es ist ein wesentlicher Bestandteil, Interesse an den Menschen zu zeigen und „Offline“ Ideen zu sammeln. **Nextkassel will vor Ort besonders die Personen ansprechen, die nicht im Internet agieren,** wobei die Option im Internet anonym Ideen abzugeben weiterhin gewährleistet wird. Es soll eine große Bandbreite an Personen aus verschiedenen Stadtteilen und Milieus angesprochen werden.

WEIHNACHTSMARKT

Um besonders viele Menschen zu erreichen, hat sich Nextkassel zweimal auf dem Kasseler Weihnachtsmarkt präsentiert. Dabei hat sich das Team auf der Königsstraße zwischen dem Königsplatz und dem Friedrichsplatz aufgehalten und die Kasseler Bürger auch direkt angesprochen.

Der erste Besuch auf dem Kasseler Weihnachtsmarkt war Dienstag, der 26. November 2013 von 16:00 bis 21:00 Uhr. Der zweite Besuch wurde auf Sonntag, den 01. Dezember 2013 gelegt, wobei der Zeitraum von 15:00 bis 17:00 Uhr begrenzt wurde.

Bei den Besuchen wurde die Gesamtgruppe zunächst in kleinere Gruppen aufgeteilt, die nach einem Schichtplan über den Weihnachtsmarkt gehen sollten. Dabei war jede Kleingruppe mit einer Ideenbox zur Sammlung der Ideen und Ideenklembrettern mit direkten Fragen und Ansprachen bestückt. In den Kleingruppen sollten Besucher angesprochen und nach ihren Ideen gefragt werden. Um noch mehr Aufmerksamkeit zu erregen und auf Nextkassel hinzuweisen, trugen die Nextkasseler gelbe Bauhelme und Jutebeutel, um aus der Masse herauszustecken. Die Jutebeutel dienten gleichzeitig auch zum Verstauen der Nextkassel-Schokolade, Flyern und Postkarten.

Beim ersten Besuch auf dem Kasseler Weihnachtsmarkt gab es ein Treffen der Gesamtgruppe um 18:00 Uhr auf dem Königsplatz. Diese Präsenz der Personen mit gelben Bauhelmen erzeugte noch einmal mehr Aufmerksamkeit in der Masse der Weihnachtsmarktbesucher. Bei den Besuchen auf dem Kasseler Weihnachtsmarkt war es in erster Linie **wichtig, bekannt zu werden.** Dafür wurden Flyer und Postkarten an die Bürger verteilt. Es wurden aber auch direkt die Besucher nach ihren Ideen gefragt und aufgefordert, diese aufzuschreiben.

Des Weiteren hatten die Nextkasseler Klemmbretter dabei, um Ideen schnell notieren zu können. Für die Einreichung einer Idee seitens der Bürger, gab es als kleines Dankeschön eine Nextkassel-Schokolade.

Beim ersten Besuch konnten wenige Ideen gesammelt werden, weil hauptsächlich informiert wurde. Das sollte sich beim zweiten Besuch am Sonntag, den 01. Dezember 2013, ändern. Dafür nutzte Nextkassel den eigens gebauten Tourwagen, der in der Königsstraße platziert wurde. Der **Tourwagen** war



MIT DEM TOURWAGEN AUF DEM WEIHNACHTSMARKT

der Treffpunkt für die **Kleingruppen**. Außerdem wurde die Anschaulichkeit der Ideen durch eine Karte verbessert, die auf dem Tourwagen zu sehen war. Neben den Kleingruppen, die wieder über den Weihnachtsmarkt gingen, standen einige Nextkasseler am Tourwagen und sprachen Besucher direkt an. Hier konnten angeregte Gespräche entstehen. Außerdem erzielte der gelbe Tourwagen noch einmal eine größere Aufmerksamkeit auf dem Weihnachtsmarkt.

Im Gegensatz zum ersten Besuch auf dem Weihnachtsmarkt stand nicht nur die Bekanntmachung des Projektes und die Steigerung der Aufmerksamkeit im Vordergrund, sondern die **gezielte Sammlung von Ideen**. Es war ein wichtiger Aspekt, den persönlichen Kontakt zu den möglichen Ideengebern herzustellen. Statt wie bisher nur über die Homepage und die Facebook-Seite sollten so Ideen online direkt vor Ort gesammelt werden.

Auf dem Kasseler Weihnachtsmarkt war ein breites Spektrum an unterschiedlichen Personengruppen unterwegs. Die Besucher wiesen also eine differenzierte Alters- und Herkunftsstruktur auf, was zu vielen unterschiedlichen Ideen führte.

Aus dem ersten Besuch auf dem Weihnachtsmarkt werden einige Erkenntnisse gezogen, die das Vorgehen bei dem zweiten Besuch etwas verändern. Zunächst haben die gelben Bauhelme und der Tourwagen die Aufmerksamkeit auf Nextkassel gelenkt. Diese Bauhelme dienen als Wiedererkennungswert und werden auch auf anderen Veranstaltungsbesuchen getragen. Der Tourwagen dient als zentraler Anlaufpunkt. Die direkte Anrede und Aufforderung nach Ideen ist erfolgreich. Die Kleingruppengröße soll geringer bleiben, da sonst die Besucher abgeschreckt werden und ausweichen.

Auffallend ist, dass auf dem Kasseler Weihnachtsmarkt, besonders am Sonntag, viele Auswärtige zu Besuch sind, die wenige Ideen für Kassel haben oder sich nicht betroffen fühlen. Jedoch sind trotzdem viele Besucher positiv aufgeschlossen und zeigen Interesse für das Projekt. Besonders Ältere und Familien mit kleinen Kindern sind offen.

UNTERFÜHRUNG

Ein weiterer Ansatz war, dass ein Termin der Tour einen Tag lang in der Unterführung am Holländischen Platz am Dienstag, den 10. Dezember 2013 von 09:30 bis 20:30 Uhr stattfand. Anders als bei den Besuchen auf dem Weihnachtsmarkt war Nextkassel an einen bestimmten Ort gebunden. Mit freundlicher Unterstützung von „Raum für urbane Experimente“ konnte die Fläche vor dem alten Kioskraum und selbstgebaute Möbel genutzt werden. Es sollte der Raum vor dem Kiosk bespielt werden. Dafür wurden Sitzgelegenheiten und Stehtische in der Unterführung platziert. Dabei sollte die Aufmerksamkeit der Passanten erregt werden, sie jedoch nicht stören. Somit blieben die Wege für Fahrradfahrer und Fußgänger frei. Mit gelben Luftballons und gelben Tischdecken wurden die Wände verkleidet sowie eine Notizwand installiert, damit schnell Ideen im Vorbeigehen aufgeschrieben werden konnten. Das Konzept

sah weiterhin vor, dass mithilfe eines Beamer's Bilder von den bisher eingereichten Ideen und der Arbeit von Nextkassel an die Wand projiziert wurden. Auf Europaletten wurde eine Karte von Kassel platziert, die die gesammelten Ideen verortet und die Möglichkeit gab, weitere Ideen für einen bestimmten Ort abzugeben.

Um die Passanten in die Unterführung zu leiten und Aufmerksamkeit zu erzeugen, wurden an den Eingängen Aufsteller mit Hinweisen platziert sowie Sprüche mit Klebeband auf den Boden geklebt. Mithilfe von Musik wurde in der Unterführung eine lockere Atmosphäre geschaffen.

Um das Interesse der Passanten zu wecken, wurden die Ideengeber mit kostenlosem Glühwein belohnt. Dazu gab es Kuchen und Kekse.

Anders als bei den Besuchen auf dem Weihnachtsmarkt wurde das Nextkassel-Team in zwei Schichten eingeteilt. Ein Treffen mit allen Projektteilnehmern gab es um 16:00 Uhr in der Unterführung. Als Erkennungsmerkmal dienten die gelben Bauhelme und Jutebeutel.

Auch in der Unterführung wurden Flyer und Postkarten verteilt, **der Fokus lag allerdings auf der Sammlung weiterer Ideen.** Dazu standen Ideenboxen sowie die Ideenwand bereit.

Um die Aktion in der Unterführung festzuhalten, wurde mit mehreren Kameras gefilmt.

Neben Studenten, die die Unterführung nutzen, um an den Universitätsstandpunkt am Holländischen Platz zu gelangen, kamen auch andere Passanten in die Unterführung, wie Bürger der Nordstadt.

Wichtig bei dieser Aktion war, dass durch diesen außergewöhnlichen Ort mehr Aufmerksamkeit erregt wurde und somit die Bekanntheit von Nextkassel



MIT KUCHEN UND GLÜHWEIN GEGEN DIE KÄLTE

weiter gesteigert werden konnte.

Das Publikum in der Unterführung wird meist auf den Wegen in oder aus der Universität abgefangen. Mit dieser Aktion werden vor allem Studenten der Universität Kassel erreicht, aber auch Anwohner und Bürger aus dem Stadtteil. Die Studenten sind meist auf dem Hinweg im Zeitdruck, nehmen jedoch meist Flyer und Postkarten mit, um auf dem Rückweg wieder das Projekt aufzusuchen. Auffallend in der Unterführung sind die Stoßzeiten, die die Studenten durch die Vorlesungszeiten haben. Dadurch wird es zu bestimmten Zeiten sehr voll in der Unterführung, was eine positive Atmosphäre schafft. Besonders gegen Abend werden viele Ideen von den Studenten eingereicht. Insgesamt werden mehr als 100 Ideen an dem Tag gesammelt. Durch das Ausgeben von Glühwein

ist es für viele Studenten interessanter, ihre Ideen abzugeben und sich mit dem Projekt auseinander zu setzen. Insgesamt wird die Aktion sehr positiv von den Passanten aufgenommen.

LEIPZIGER PLATZ

Im neuen Jahr am Dienstag, den 21. Januar 2014 von 10:00 bis 13:00 Uhr wurde die vorerst letzte Tour im Kasseler Osten durchgeführt. Dafür war eine Kleingruppe von Projektteilnehmern mit dem Tourwagen vom Platz der Deutschen Einheit über die Leipziger Straße bis zum Leipziger Platz unterwegs. Dabei wurden wieder Flyer und Postkarten verteilt und nach den Ideen der Bürger gefragt. Die Ideen konnten direkt in eine Ideenbox geworfen werden. Genau wie beim Besuch auf dem Weihnachtsmarkt gab es eine Karte von Kassel zur Verortung der Ideen. Der Tourwagen fungierte als Treffpunkt und diente der Aufmerksamkeit. Die Kleingruppe war mit gelben Bauhelmen und Jutebeuteln ausgestattet, die als Wiedererkennungswert dienten.

Der Leipziger Platz mit den anliegenden Einkaufsmöglichkeiten zog ein breites Spektrum an Personengruppen an. Überwiegend waren die Personen in diesem Gebiet wohnhaft.

Da zu diesem Zeitpunkt erst wenige Ideen aus oder für den Kasseler Osten bei Nextkassel eingereicht wurden, war eine Sammlung von Ideen vor Ort notwendig. Hier sollte das Projekt noch mehr Bekanntheit bekommen. Ziel war es, in Kontakt mit den Bürgern zu treten und die Bürger zu animieren, sich weiter zu engagieren und ihre Ideen einzubringen.

Es ist wichtig, Präsenz und Interesse im Kasseler Osten zu zeigen. Der Stadtteil wird als benachteiligt angesehen und soll mehr Aufmerksamkeit im gesamtstädtischen Raum bekommen. Somit ist es wichtig, Ideen aus und für diesen Stadtteil zu gewinnen. Es sind nur wenige Passanten zu dieser Zeit unterwegs und somit können weniger Ideen als in der Unterführung gesammelt werden. Es ist hier auffallend, dass man die Personen direkt ansprechen muss, um eine Meinung oder Idee von diesen zu bekommen. Das Projekt ist noch sehr unbekannt und muss zunächst vorgestellt werden, jedoch sind die Passanten positiv zu dem Projekt eingestellt.

WEITERE AKTIONEN

CAFÉ AM BEBELPLATZ



DIE IDEENBOX ALS MOBILER BRIEFKASTEN

Zu den oben genannten Touren wurden noch weitere Konzepte zur Vorstellung des Projektes ausprobiert. Ein Konzept war die Aufstellung einer Ideenbox im Café am Bebelplatz. Im Zeitraum von Montag bis Freitag, den 02. bis 06. Dezember 2013 wurde eine Ideenbox ganztägig im Café am Bebelplatz ausgestellt, sowie Flyer und

Postkarten ausgelegt. Dieses Konzept ist auch auf andere Cafés in der Stadt anwendbar und auch der Zeitraum, in der die Ideenbox ausgestellt wird, kann variieren. Mit einem Informationsplakat wurde erklärt, was Nextkassel vorhat und wie die Besucher des Cafés mitmachen können.

Die Postkarten wurden auf den Tischen des Cafés verteilt und konnten dort ausgefüllt werden. Die Ideenbox wurde am Ein- und Ausgang des Cafés platziert, sodass die Besucher am Ende ihres Besuches die Karte einwerfen konnten. Die Ideenbox wurde regelmäßig von Nextkassel geleert und neue Flyer und Postkarten vorbeigebracht.

Mit dieser Methode wurde ein breites Publikum im Stadtteil Vorderer Westen angesprochen und Nextkassel sollte auf einem einfachen Weg bekannt gemacht werden.

Die Beteiligung an dieser Methode der Ideensammlung ist sehr gering. Der Zeitraum wurde verlängert, doch trotzdem sind wenige Ideen eingegangen. Das direkte Ansprechen und Auffordern Ideen zu formulieren fehlt, und somit fühlen sich die Besucher des Cafés nicht angesprochen. Diese Methode wird zunächst nicht auf weitere Cafés übertragen.

TOUR TRAM

Eine weitere Methode Ideen von Bürgern zu sammeln, war eine Tour in den Tramlinien der KVG. Dafür sollten Ideen von Nutzern der Tramlinien gesammelt werden. Am Dienstag, den 26. November 2013 waren Kleingruppen von bis zu drei Personen von 16:00 bis 21:00 Uhr in den Trams unterwegs. Genau wie bei den Besuchen auf dem Weihnachtsmarkt, der Unterführung und dem Leipziger Platz, wurden die gelben Bauhelme und Jutebeutel als Wiedererkennungsmerkmal genutzt. Das Tramnetz wurde in zwei Bereiche eingeteilt. Dabei fuhr eine Kleingruppe im Bereich zwischen Wilhelmshöher Allee und Königsplatz und die andere Kleingruppe vom Königsplatz in Richtung Holländische Straße. Dabei wurde in allen Bahnen in diesen Bereichen, um ein breites Spektrum an Personen zu erreichen. Es sollten Flyer und Postkarten in der Bahn verteilt werden und eventuell Gespräche mit Nutzern der Tram geführt werden. Diese Aktion sollte vor allem Aufmerksamkeit in der Stadt erregen und die Bekanntheit von Nextkassel steigern. Dazu sollten Ideen von unterschiedlichen Bürgern gesammelt werden.

Diese Aktion der Ideensammlung ist wenig effektiv. Es ist seitens der Nextkasseler eine große Hemmschwelle, Personen in der Bahn anzusprechen und diese eventuell zu stören. Die Nutzer der Tram können nicht ausweichen und fühlen sich dadurch unwohl. Zu Stoßzeiten sind die Tramlinien völlig überfüllt, sodass es kaum möglich ist, durch die Bahn zu gehen und Flyer und Postkarten zu verteilen.

Die unterschiedlichen Aktionen haben gezeigt, dass die Bürger Kassels auf verschiedene Weisen in der Stadt und außerhalb des Internets angesprochen und so aufgefordert werden konnten, ihre Ideen für Kassel abzugeben. Es hat sich gezeigt, dass es wichtig war, die Personen direkt anzusprechen, um ihre Ideen abzufragen. Das einfache Reichen von Flyern und Postkarten war nicht erfolgreich. Es ist von Vorteil einen persönlichen Kontakt zu den Bürgern aufzubauen, damit diese wissen, wer sich hinter Nextkassel versteckt. Das weitere Auftreten und Zeigen in der Stadt sind also ein wichtiger Bestandteil im Projekt Nextkassel.

ENTSCHEIDUNGEN TREFFEN LASSEN – BISHER

Grundsätzlich sollen bei Nextkassel alle Entscheidungen partizipativ getroffen werden. Das heißt, dass wir bewusst die Community Entscheidungen treffen lassen. Hier ging es in der ersten Phase von Nextkassel vor allem darum, die ersten Topideen herauszufiltern, welchen im weiteren Prozessverlauf besondere Aufmerksamkeit geschenkt wird. Einerseits konnte die Öffentlichkeit über den laufenden Online-Dialog auf der Nextkassel-Homepage an der Auswahl der Topideen teilnehmen. Im Februar ging es auf der zweitägigen Session dann gezielt um die Priorisierung der Ideen durch die Öffentlichkeit. Die Stimmen aus dem Online-Dialog wurden mit den Ergebnissen der Session vor Ort stetig zu einer Punktzahl verrechnet.

ONLINE

Auf der Nextkassel Homepage haben die Nutzer die Möglichkeit, die Ideen zu „**liken**“ oder zu „**disliken**“ und somit eine positive oder negative Bewertung vorzunehmen. Die Anzahl der Likes und Dislikes wurden miteinander verrechnet und sind als Punkte in die Berechnung der Topideen eingegangen. Ideenaufsteller, die selber bereits eine große Community hinter sich stehen haben, hatten bei dieser Bewertung natürlich bessere Chancen als einige andere. Da wir nicht nur die mit einem relativ geringen Aufwand verbundenen „Klicks“ in die Bewertung aufnehmen wollten, haben wir uns dafür entschieden auch die Kommentare bei der Auswahl der Topideen zu berücksichtigen. Wir sind davon ausgegangen, dass sich ein Nutzer, der einen Kommentar zu einer Idee verfasst, stärker mit dem Vorschlag auseinandergesetzt hat, als wenn dieser nur „like“ oder „dislike“ gedrückt hätte. Die Kommentare sind daher auch als doppelte Punktzahl in die Gesamtbewertung eingeflossen. Dabei wurde allerdings nicht auf die Aussage oder den qualitativen Inhalt des Kommentars geachtet, was dazu führt, dass auch kritisierende Kommentare schlussendlich einen positiven Effekt auf die Gesamtpunktzahl der Idee hatten. Dies kann man kritisieren, aber es führt auch dazu, dass spannende, polarisierende und heiß diskutierte Ideen ebenfalls die Chance auf eine genauere Betrachtung im weiteren Prozessverlauf erhalten.

Im Rahmen eines Weihnachtsgewinnspiels haben wir etwa 200 Ideen von unserer projekteigenen Plattform auf unsere Seite bei Facebook gespiegelt. Hier konnte die Facebook Community durch „likes“ ihre Favoriten wählen. Die Ideenaufsteller der favorisierten Ideen haben Präsente erhalten. Die Likes wurden jedoch nicht in die Berechnung der Gesamtpunktzahl einbezogen. Gründe dafür waren, dass hier nicht alle Ideen gespiegelt wurden, da bei dem Gewinnspiel nur Ideen mit einer gültigen E-Mail-Adresse des Verfassers teilnehmen konnten. Außerdem wurde das Voting nach dem Gewinnspiel beendet und danach eingegangene Ideen hätten keine Möglichkeit gehabt ebenfalls „likes“ über Facebook zu sammeln.

SESSION

Im Rahmen der Session wurde der Öffentlichkeit die Möglichkeit gegeben, auch außerhalb des Online-Dialoges an der Auswahl der Topideen teilzunehmen. Hierzu wurde im Februar 2014 eine zweitägige öffentliche Ausstellung aller Ideen auf die Beine gestellt, bei der die Besucher ihre drei Favoriten wählen konnten. Eine Idee, die von einem Besucher als Favorit ausgewählt wurde, erhielt dafür 5 Punkte. Während der Session wurden die bestehenden Punkte, die sich aus dem Online-Dialog ergaben (Like +1, Dislike -1, Kommentar +2), stetig mit den Stimmen von den Teilnehmern verrechnet. Die Ideen mit der höchsten Punktzahl ergaben die Topideen.

FINANZIERUNG

PARTNER UND FÖRDERER

Das studentische Projekt Nextkassel ist auf die Unterstützung externer Partner und Förderer angewiesen. Dies gilt insbesondere für die **Bereitstellung von Dienstleistungen, finanziellen sowie Sachmitteln**. Die Gewinnung von Partnern erfolgt zumeist über einen gegenseitigen Nutzen. Somit muss Nextkassel dem potentiellen Förderer erläutern, aus welchem Grund es für diesen lukrativ sein kann, das Projekt zu unterstützen, wie er unterstützen soll und welchen Mehrwert eine solche Kooperation generieren kann. **Dabei sind die Hauptmotivationen für die Sponsoren das eigene Image zu verbessern, die eigene Bekanntheit zu steigern, Kontakte aufzubauen oder das allgemeine Interesse an unserem Projekt**. Nextkassel hat eine eigene Arbeitsgruppe dafür gegründet

neue Partner und Sponsoren zu akquirieren, um das Projekt erfolgreich durchführen zu können.

Um ein Projekt wie Nextkassel realisieren zu können, ist es notwendig ein großes Netzwerk von Kooperationspartnern aufzubauen. Dies ist ein wichtiger Schritt um potentielle Projektpartner, Multiplikatoren und Netzwerkpartner ansprechen zu können. Kurz nach Start des Projektes Nextkassel hat die eigens dafür eingerichtete Arbeitsgruppe angefangen über E-Mails, Facebook-Posts und Telefonate ein eigenes Netzwerk von Multiplikatoren und Netzwerkpartnern aufzubauen. Dies hatte vor allem den Zweck reputierliche Partner zu gewinnen. Diese sind notwendig, um potentielle Sponsoren ansprechen zu können. Im nächsten Schritt wurden potentielle Sponsoren postalisch angeschrieben, um diese als Projektpartner zu gewinnen. Dazu war es notwendig einen Informationsflyer über Nextkassel zu erstellen, dieser erläutert als was Nextkassel fungiert und welche Ziele das Projekt verfolgt. Bei einigen der postalisch angeschriebenen eventuellen Projektpartnern erfolgte ein persönliches Gespräch um Nextkassel vorzustellen. Die Vorbereitung der Gespräche war ein wichtiger Punkt um die potentiellen Kooperationspartner zu überzeugen. Dazu wurde jeweils ein kleines Portfolio mit dem jeweiligen Sachstand des Projektes angefertigt und beim Gespräch präsentiert. In diesem Portfolio wurden nochmals die Ziele und Nextkassel erläutert und welchen Mehrwert Nextkassel für unsere Kooperationspartner bietet (z.B. Werbung auf den Nextkassel-Printmedien, Online-Werbung auf der Website www.nextkassel.de und Facebook-Werbung auf der Facebook-Fanpage von Nextkassel). Bei den persönlichen Gesprächsterminen ist es außerdem wichtig, die Vorgeschichte von Nextkassel erläutern zu können. (Wer hat das Projekt gegründet, warum wurde das Projekt gegründet, was kann Nextkassel bewirken am Bsp. von Nexthamburg, usw.). Hierbei ist es sinnvoll einen der Betreuer mit in diese Termine einzubinden, da diese über das notwendige Wissen verfügen. Ein weiterer wichtiger Punkt ist die Zeitabstimmung, sollte finanzielle Unterstützung für eine bestimmte Veranstaltung benötigt werden, muss frühzeitig mit der Akquise von Geldern begonnen werden. Da die Entscheidungsspielräume bei manchen Partnern einen relativ langen Zeitraum beanspruchen. Als Beispiele einer gelungenen Akquirierung von Sponsoren können die Kasseler Sparkasse (S-Insider), die KVG (Kasseler Verkehrsgesellschaft) die Stadtwerke Kassel und die ExtraTip Medien Gruppe genannt werden. Andere Unternehmen und Institutionen haben sich indes bereit erklärt, uns mit Ihren zur Verfügung stehenden Mitteln zu unterstützen, sei es durch Printmedien, Banner, kostenlose Plakate oder durch Onlinemarketing. Auch wenn diese Partner uns nicht mit finanziellen Mitteln unterstützen konnten, sind diese Sachspenden ein wichtiger Baustein im Nextkassel Prozessablauf. Auch bei diesen Partnern ist es wichtig Netzwerkpflege zu betreiben, um den Bekanntheitsgrad von Nextkassel weiter nach außen zu tragen. Durch die Erhöhung des Bekanntheitsgrades ergeben sich neue Kooperationsmöglichkeiten und somit auch neue finanzielle Spielräume.

FINANZIERUNG MIT SPONSORENGELDERN

Insgesamt wurden mehr als 50 mögliche Partner angesprochen, von denen ca. 25 als potentielle Sponsoren hätten fungieren können. Jedoch war der Zeitraum um diese von Nextkassel zu überzeugen, zu knapp bemessen, da der Großteil der potentiellen Sponsoren postalisch erst im Dezember angeschrieben werden konnte. Durch die verspätete Kontaktaufnahme mit den potentiellen Sponsoren sind vier verbesserungswürdige Problempunkte entstanden:

- Bei der postalischen Akquise von Sponsoren bestand zwischen Nextkassel und dem angeschriebenen potentiellen Sponsor wenig bis gar keine vorangegangene Kontaktaufnahme. Dieser Punkt muss bei einer weiteren Akquise von Sponsoren dringendst beachtet werden, da eine vorangegangene Kontaktaufnahme ein Vertrauensverhältnis schafft, das notwendig ist um einen

potentiellen Sponsor vom Projekt zu überzeugen.

- Bei der postalischen Art des Erstkontaktes zwischen potentielltem Sponsor und Nextkassel muss mit einer Postlaufzeit von zwei bis drei Wochen gerechnet werden. (Hauspost Universität (2-3 Tage) – Auslieferung (1-2 Tage) – Hauspost Sponsor (3-5 Tage bis der zuständige Mitarbeiter erreicht wird)). Daher ist es sinnvoll den ersten Kontakt per Mail und Telefon herzustellen und das Anliegen dabei zu erläutern.
- Durch die lange Laufzeit vom Absender des Briefes bis zum eigentlichen Empfänger des Briefes müssen Feiertage und Wochenenden mit einbezogen werden. Durch die Weihnachtszeit und Ferienzeit nach Weihnachten haben die Antworten z.T bis zum Februar auf sich warten lassen.
- Firmen, die Projekte wie Nextkassel fördern, stellen für ein Kalenderjahr ein bestimmtes Budget für Sponsoring bereit. Dabei ist zu beachten, dass wenn Projekte auf Sponsorengelder angewiesen sind, diese meist spätestens im September verplant sind. Es muss frühzeitig geplant werden, wie viel Geld für das laufende Kalenderjahr benötigt wird und eine Kostenaufstellung erfolgen. Mit diesen Fakten können dann auch schneller und mehr Sponsorengelder akquiriert werden.

CROWDFUNDING

„Crowdfunding ist nichts anderes als der nächste Schritt von ‚Social Media‘, die Metamorphose des Like-Buttons in Geld. Bisher konnte man von Likes und Liebe nicht leben, aber mit dem langsamen Aufstieg des Crowdfundings zeigt sich, ob der Fan zurecht Fan heißt oder doch nur Teil einer ipadverlosungserregten Klickhorde war.“ LOBO, SASCHA 2012 (SPIEGEL ONLINE)

NEXTKASSEL UND CROWDFUNDING?

Da das Projekt Nextkassel ein Crowdsourcing-Projekt ist, bei dem viele Bürger ihre Ideen für die Stadt in der sie leben zusammentragen, war die Entscheidung die Ideen mithilfe der Bürger auch finanziell weiterzuentwickeln naheliegend.

Mithilfe der Crowdfunding-Plattform der Universität Kassel des Unikat Transfer Inkubator, welcher Gründungsideen von Studenten unterstützt, ist Nextkassel als eines der ersten Projekte der Internetplattform am 20. Februar 2014 online gegangen und hat mit der Finanzierungsphase begonnen. Der Start des Projektes auf der Unikat Crowdfunding Plattform bot dem Projekt die Möglichkeit von Anfang an eine Betreuung vor Ort wahrnehmen zu können, schon vor dem Start der Crowdfunding-Kampagne an mehreren Workshops teilnehmen zu können und dadurch zunächst generelle Informationen zum Thema Crowdfunding, Startnext und Crowdfunding in Kassel zu sammeln.

Als Projekt soll, nach einigen Überlegungen, der Druck der Bürgerstadtvision durch das Crowdfunding finanziert werden. Durch das Geld soll dann der Druck für eine Auflage von 1000 Exemplaren, möglichst lokal, realisiert werden. Insgesamt sollen durch die Crowdfunding-Kampagne 3000 € innerhalb von zwei Monaten gesammelt werden.

DIE NEXTKASSEL-PROJEKTPRÄSENTATION AUF STARTNEXT

Die Gestaltung der Projektpräsentation auf der Crowdfunding-Plattform von Startnext ist sehr wichtig. Es soll genau gezeigt werden für welches Produkt Geld gesammelt wird. Ein weiterer wichtiger Aspekt ist zudem die genaue Darstellung des gesamten Projektprozesses. Es soll nicht nur ein Produkt entstehen, son-

dem der gesamte Prozess von Nextkassel unterstützt werden. Um einen genaueren Überblick über die Projekte zu erlangen, müssen auf der Präsentationsseite einige Fragen beantwortet werden:

- Worum geht es in diesem Projekt?
- Was sind die Ziele und wer die Zielgruppe?
- Warum sollte man dieses Projekt unterstützen?
- Was passiert mit dem Geld bei erfolgreicher Finanzierung?
- Wer steht hinter dem Projekt?

Durch die Vorgaben von Startnext kann das Projekt genau erklärt werden und alle Fragen, die sich die potentiellen Unterstützer stellen, werden beantwortet. Zunächst wurde daher genau dargestellt, welche Motive Nextkassel verfolgt, wie das Projekt bisher verlaufen ist und welches Produkt die Unterstützer mit ihrem Geld genau finanzieren. Da Nextkassel langfristig etwas in Kassel verändern will, war es auch wichtig herauszustellen, dass es sich bei der Bürgervision um kein Endprodukt handelt, sondern um einen ersten Schritt zur Weiterentwicklung und bestenfalls Verwirklichung der Ideen. Danach mussten die Zielgruppe und Ziele des Projektes genauer beschrieben werden. **Das Ziel der Bürgervision ist es, verschiedene Akteure in der Stadt zu erreichen. Es soll das erste greifbare Ergebnis des Nextkassel-Prozesses sein und die Ideen der Bürger auf Papier bündeln.** Das Buch soll dann für alle Bürger, Unternehmen, Politiker in der Stadt, Unterstützer und Ideengeber interessant sein. Zum einen sollen die Ideen weitergetragen werden, und zum anderen Akteure für die Umsetzung einzelner Ideen gefunden werden. Durch die Bürgervision soll langfristig etwas in Kassel verändert werden. Die Ideen der Bürger sollen festgehalten, aber auch vertieft bearbeitet werden. Die Bürgervision soll ein Medium zur Weitergabe der Ideen sein. So können Unterstützer für Ideen gefunden werden, die Entscheidungsträger aufmerksam gemacht werden und Bürgerideen bekommen eine Plattform zur Präsentation. Das Nextkassel-Team bietet dafür die Grundlage und unterstützt interessierte und engagierte Bürger bei der Weiterentwicklung ihrer Ideen.

Abschließend wurde das gesamte Nextkassel-Team namentlich genannt und alle Ideengeber als Nextkasseler als sehr wichtiger Teil des Projektes hervorgehoben, um die Zusammenarbeit mit den Kasseler Bürgern deutlich zu machen.

Ein besonders wichtiger Teil der Projektpräsentation ist desweiteren das Video, in dem die gesamte Projektgruppe das Ziel der Bürgervision (oder auch Nutzen) und den Projektprozess von Nextkassel näher erläutert hat. Dabei wurde auch auf der ersten Session in der Karlskirche gefilmt.

UNTERSTÜTZER

Als Unterstützer wurden viele verschiedenen Gruppen angesprochen. Die Ideengeber und Partner wurden von der Projektgruppe angesprochen.

WAS BRINGT DAS?

Die Crowdfunding-Kampagne kann dem Projekt helfen, neue Förderer für den gesamten Projektprozess zu finden. Aber auch bereits investierende Unternehmen können so die Chance bekommen einen weiteren Projektabschnitt zu unterstützen.

Nicht nur der Inhalt der Bürgervision, sondern auch der Druck kann somit mithilfe der Bürger entwickelt und realisiert werden, so kann die Akzeptanz der Bürgervision gestärkt werden.

Aber vorwiegend geht es um die Finanzierung des Druckes der Bürgervision, da bisher die Projektteilnehmer selbst investieren mussten. Doch es ist ein Projekt von den Bürgern Kassels für die Bürger Kassels.

RESUMÉ

Während der Finanzierungsphase ist das Projektteam auf einige Probleme gestoßen. Es war schwierig, während der Finanzierungsphase, die ungünstiger Weise in der vorlesungsfreien Zeit und somit in einer „Tief-Phase“ des Projek-

tes liegt. Viele der Projektteilnehmer waren in dieser Zeit teilweise nicht anwesend, mit vielen anderen Projekten oder anderen Teilprojekten von Nextkassel beschäftigt, sodass der Fokus des Nextkassel-Teams in der Fundingzeit nicht auf der Crowdfunding-Kampagne lag und nicht genügend Werbung gemacht werden konnte.

Auch innerhalb der Gruppe war man sich uneinig darüber, welche Inhalte die

CROWDFUNDING, WAS IST DAS?

Ausgangspunkt des Crowdfundings ist der Begriff des ‚Crowdsourcings‘, welcher im Jahr 2006 von Jeff Howe erstmals in einem Artikel erwähnt wurde.

„Crowdsourcing is the act of taking a job traditionally performed by a designated agent (usually an employee) and outsourcing it to an undefined, generally large group of people in the form of an open call.“(Howe 2009)¹

Wörtlich stammt Crowdsourcing von den Wörtern ‚crowd‘, einer Masse von Menschen und ‚sourcing‘ oder eher ‚Outsourcing‘, was übersetzt „das Auslagern von Wissen“ heißt. Crowdsourcing bezeichnet demnach die Auslagerung von Wissen auf eine Masse von Personen. Doch nicht nur das Wissen oder die Produktivkraft der Crowd ist wichtig, sondern auch durch das Sammeln kleiner Geldbeträge kann eine Menschenmenge - die Crowd - etwas bewirken.

Der Begriff Crowdfunding ist daher eine Weiterentwicklung vom Crowdsourcing und kommt ebenso aus dem Englischen. Es setzt sich zusammen aus den zwei Wörtern ‚crowd‘, was übersetzt die ‚Menschenmenge‘ bedeutet, und dem Wort ‚funding‘, was wörtlich übersetzt „Finanzierung“ heißt. (Alexandra Harzer 2013, S. 52) Daher steht es für eine Finanzierung durch eine größere Menge an Menschen. Meist wird auch von einer ‚Schwarmfinanzierung‘ im deutschen geredet. Viele Menschen unterstützen dabei mit kleinen Geldbeträgen, von meistens nur ein paar Euro oder Dollar, ein Projekt, eine Idee oder ein Produkt. So können dann in der Summe schnell drei- bis vierstellige Beträge zusammenkommen.

Bürgervision genau haben sollte. Diese Unsicherheit der Gruppe führte ebenso dazu, dass man nicht genau wusste, wie man die Bürger von dem Projekt überzeugen soll, wenn man selbst nicht genug dahinter steht.



Auch der Bekanntheitsgrad von Nextkassel war noch nicht so hoch, dass jeder das Projekt kennt, sodass jeder sofort etwas mit der Bürgervision anfangen hätte können.

Das persönliche Ansprechen von potentiellen finanziellen Unterstützern, wie Unternehmen der Region wurde versäumt.

IDEEN SAMMELN – IN ZUKUNFT

Die Ideen sind der wichtigste Bestandteil Nextkassels. Deswegen sind neue Ideen immer willkommen. Denn auch, wenn bereits über 500 Ideen eingegangen und die ersten Topideen gekürt wurden, sind einige Themenbereiche der Kasseler (Stadt-) Entwicklung noch nicht abgedeckt und viele Ideen noch unentdeckt. Auch im nächsten Semester werden wir wieder auf verschiedenen Veranstaltungen vertreten sein oder Touren durch die Stadt machen, auf denen wir Anregungen und Vorschläge mitnehmen. Auch die Internetseite wird stets offen für neue Ideen sein.

Damit die neuen Ideen nicht hinter die bereits vorhandenen (und reichlich zugestimmten) treten müssen, haben wir das **System der Unter- und Obergruppen** entwickelt. Durch die kleinen Untergruppen, die voraussichtlich maximal 20 Ideen beinhalten, werden neue und kleine Ideen besser gesehen und an thematisch ähnliche gekoppelt.

ENTSCHEIDUNGEN WEITER PARTIZIPATIV TREFFEN

Die Community soll auch im weiteren Verlauf des Nextkassel-Projektes Entscheidungen treffen. Dies wird nach wie vor über die Beteiligung auf den Online-Plattformen möglich sein.

Zusätzlich wird Nextkassel durch verschiedene Veranstaltungen vor Ort mit den Bürgern ins Gespräch kommen. Die dabei entstehenden Diskussionen und Entscheidungen sollen erneut mit den Online-Ergebnissen zusammenfließen. Das zuvor bei der Session angewandte Bewertungssystem muss weiterentwickelt werden, um auch den neuen Formaten gerecht zu werden.

Neue denkbare Methoden, um auch zukünftig Entscheidungen partizipativ zu treffen, können Nextkassel-Meets, -Tryouts und das Hervorheben der Hidden Champions sein.

NEXTKASSEL-MEETS...

werden ähnlich wie die Session eine Art **Workshop** darstellen. Allerdings sollen die Meets kleiner und gezielt zu den einzelnen Untergruppen stattfinden. Da die Meets verschiedene Themen behandeln, muss vorab jeweils ein geeignetes Konzept erarbeitet werden. Die Einbeziehung der Bürger steht dabei wieder im Vordergrund. Gemeinsam soll über die bereits aufgestellten Zukunftsbilder diskutiert und nach Lösungen für bestehende Probleme gesucht werden. **Ähnlich wie bei der großen Session soll hier produktiv und kreativ mit den Inhalten gearbeitet werden.** Schritt für Schritt können sich somit die Untergruppen weiterentwickeln.

NEXTKASSEL-TRYOUTS

stellen **erste Umsetzungs-Experimente** mit den Ideen dar. Einige Ideen können vielleicht schneller oder einfacher als gedacht umgesetzt werden. Bei einigen Ideen fehlt es nur an der richtigen Kommunikation zwischen den einzelnen Akteuren, hier wird das Projekt weiterhin koordinieren und vermitteln. Andere Ideen wie z.B. Sitzmöglichkeiten auf dem Königsplatz oder Recycle-Kästen könnten vereinfacht und temporär baulich getestet werden.

Wir brauchen deine Hilfe. Wir wollen die Bürgerstadtvision als Buch drucken, denn nur so können all die tollen Ideen von Euch in der Stadt bekannt gemacht werden.

Bitte unterstützt den Buchdruck, denn es geht um Eure Stadt. Gehe dafür auf

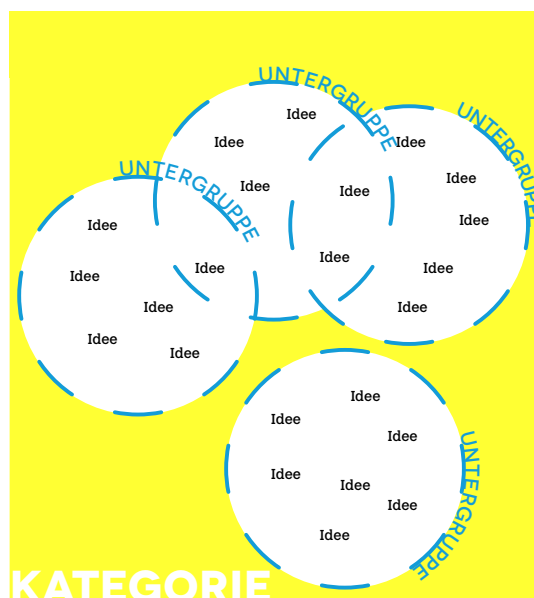
WWW.STARTNEXT.DE/NEXTKASSEL



Aufgabe des Nextkassel-Teams könnte im Vorfeld das Herausfiltern der Ideen sein, die potentiell für die Tryouts geeignet sind. Diese Vorauswahl müsste anschließend an die Community getragen werden, um herauszufinden welche zunächst umgesetzt werden sollen. Dabei kann ebenso herausgefunden werden, wieviel Eigeninitiative die Community zeigt, um die Tryouts durchzuführen.

HIDDEN CHAMPIONS

sind Ideen, die relativ weit oder auf eine besondere Art und Weise ausgearbeitet sind, sich aber hinter größeren Ideen verstecken oder bislang im Diskurs weniger beachtet wurden. Nextkassel will diese Ideen jedoch nicht außer Acht lassen, daher werden sie noch einmal genauer unter die Lupe genommen. Methodisch muss geklärt werden, warum diese Ideen kein Gehör finden. Es muss in einem weiteren Schritt überlegt werden, ob die Ideen redaktionell verständlicher aufbereitet werden müssen. Außerdem können gezielte Maßnahmen, wie z.B. kontroverse Aufrufe bei Facebook, den Diskurs der "versteckten" Ideen anregen.



NEXTKASSEL ALS POLARISIERENDES PROJEKT

UNIVERSALKRITIK NEXTKASSEL

Dieses Kapitel soll einige wenige "Design-Flaws" Nextkassel zusammenfassen. Dabei geht es nicht darum, grundsätzlich Nextkassel schlecht zu schreiben und an jeder Kleinigkeit rumzumäkeln, sondern darum, einige grundsätzliche Probleme aufzuzeigen, die sich auf den gesamten Prozess ausgewirkt haben und die in vielerlei Hinsicht nicht ohne weiteres behebbar sind.

UNIVERSITÄRE ANFORDERUNGEN VS. ANFORDERUNGEN EINES NEXT*-PROJEKTES

Nextkassel ist ein studentisches Projekt. Angegliedert an den Fachbereich 6 ASL der Universität Kassel. An diesem Fachbereich wird im Projektstudium gelehrt und gelernt. Für diese Form des Studiums ist Nextkassel - eigentlich - wie gemacht.

"PROJEKTSTUDIUM" BEDEUTET

Ungefähr die Hälfte der Studienzzeit (was in der Regel ca. 24h pro Woche sein sollten) wird Arbeitszeit in das Projekt investiert. Dabei ist von der Studienstruktur nicht besonders klar definiert wie ein solches Projekt aufgebaut ist, es gibt lediglich einige Vorgaben welche methodischen Kompetenzen zu erlernen sind. I.d.R. gibt es wöchentliche Treffen in denen die Ergebnisse der letzten Woche vorgestellt und neue Aufgaben für die nächste Zeit definiert werden. In gewisser Weise gibt es Vorgaben von den Lehrenden. Das können thematische und/oder methodische Vorgaben sein, die mal alleine, mal in Kleingruppen, mal in der gesamten Projektgruppe abzuarbeiten sind. Eine Methode kann aber auch sein: Findet euch mal selbst in den Prozess hinein und entscheidet selbst wie das von den Lehrenden definierte Ziel erreicht werden kann.

Es wurden wöchentliche - am Anfang sogar halbwochentliche - Gesamtgruppentreffen abgehalten, bei denen meist mehr als vier Stunden diskutiert, berichtet und abgestimmt wurde, welche langfristigen Strategien verfolgt werden und welche kurz- und mittelfristigen Entscheidungen zu treffen sind. Dieser Prozess war für die Projektgruppenfindung wichtig. Erst durch die intensive Aussprache sind viele Dinge so gekommen, wie sie kamen. Dennoch ist diesem intensiven - und teilweise sehr basisdemokratischen - Kommunikationsprozess geschuldet, dass recht viel Zeit für das Projekt aufgewendet wurde, ohne dass auf der Produktebene viel dabei herum kam. Daraus resultierte für einige Personen in der Projektgruppe eine gewisse Frustration, die in einer Wiederholung des Projektes früher aufgefangen werden sollte. Mindestens aber muss daraus in der Fortführung des Projektes gelernt werden.

Ein Next*-Projekt, das mit Bürgerinnen und Bürgern und zwar möglichst vielen davon arbeiten möchte, muss sich wo es nur geht bekannt machen. Damit geht einher, dass sich das Projektteam mit dieser - eigentlich planungsfernen - Aufgabe konfrontiert sah, Marketing im weitesten Sinne und auf allen Kanälen zu betreiben. Ein Sprung ins kalte Wasser wäre noch eine harmlose Beschreibung der Herangehensweise des Projektes. In dieser Anfangsphase gab es viel "Input" von den Lehrenden, insbesondere Julian Petrin, der diese erste Phase ja schon intensiv an anderen Orten durchgeführt hatte und viel Erfahrung mitbrachte. So wurden relativ klare Strategien vorgeschlagen, denen das Projektteam dann auch - mangels Erfahrung - folgte. Würde man dem Lehrkonzept des Projektstudiums folgen, so wäre es Aufgabe des Projektteams gewesen, sich auch diese Strategien zu erarbeiten, insbesondere weil es erstmal wie ein planungsfernes Thema wirkte - aber im Endeffekt nicht war -, was aber in der Kürze der zur Verfügung stehenden Zeit und den klar formulierten Anforderung an das Projektteam auch nicht möglich war. **Das Thema "Marketing" (hier**

bewusst in Anführungszeichen), hat das gesamte erste Semester geprägt und hatte mehr etwas von "ich laufe dem Zeitplan hinterher", als von dem forschenden Lernen, das ein Grundgedanke des Projektstudiums ist.

Auf mittelfristige Sicht, war die Herangehensweise richtig: Nextkassel hat sich etabliert und kann nun im nächsten Semester fachlich bedeutsamer arbeiten. Sogesehen war das eine nötige Investition um später intensivere Lerneffekte zu erzielen, allerdings um den Preis sich keine verschiedenen "Marketing"-Strategien angeeignet, sondern lediglich eine Strategie ausprobiert zu haben - auch wenn diese erfolgreich war.

Diese Hatz, dem "Marketing" hinterher, ist beispielhaft für die Arbeitsweise des Projektes. Man lief so gut wie immer ein kleines bisschen hinter dem Zeitplan her und andere wichtige Dinge, wie das Innehalten und über das Zutuende oder auch das Getane nachzudenken und das Gesamtpaket in einem wissenschaftlichen Sinne zu hinterfragen und zu reflektieren, kamen dadurch hoffnungslos zu kurz.

In diesem Projekt wurden die (leicht reduzierten) aber doch gleichen Maßstäbe angelegt, wie an ein ausgewachsenes Next*-Projekt. Dass es ein universitäres Next*-Projekt war, war in der Anfangsphase nicht zu spüren.

PROJEKTSTUDIUM IN DER PRAXIS-HATZ

Projektstudium bedeutet, dass man an der Praxis lernt, durch ausprobieren und ganz praktisch am Planungsobjekt. Projektstudium bedeutet aber auch, dass die Projektteilnehmer semesterübergreifend voneinander lernen und sich gegenseitig weiter bringen. Jeder bringt seine eigenen Stärken ein und gibt anderen Hilfestellung wo diese Schwächen haben.

Dieser Anspruch von Projektstudium konnte im Nextkassel-Projekt nur unzureichend geleistet werden. Ausprobieren, sicher, das war möglich. Sich die Zeit zu nehmen um noch unzureichend ausgeprägte Fähigkeiten bei Mitprojektanten auszugleichen, war in der Hektik der Durchführung des Nextkassel-Projektes nicht möglich.

Damit geht leider auch einher, dass zumindest phasenweise die "Juniorpartner" unter die Räder geraten. Wenn Aufgaben schnell erledigt werden müssen, so macht man es vielleicht eben mal schnell selbst, ehe jemandem etwas zu erklären und dann noch beim abgelieferten Ergebnis nachzuarbeiten. Trat dies gehäuft auf, stellte sich durchaus auchmal Unmut über die anderen Projektteilnehmer ein. Einerseits gegen jene, die noch nicht so weit sind, weil ihnen vermeintlich nichts zugetraut wird und andererseits gegen jene, die schon weiter sind, als andere, weil sie so viel zu tun haben.

Dies auszugleichen ist Aufgabe aller Beteiligten und muss in Zukunft stärker beachtet werden.

"TRANSPARENTER PROZESS" VS. VERFÜGBARE ARBEITSKRAFT

In eine ganz ähnliche Richtung zielt die Problematik, dass sich Nextkassel zwar zum transparenten Projekt deklariert hat, zugleich aber garnicht die Ressourcen hat, um tatsächlich die Türen zu öffnen und Andere hinein zu lassen, um ihnen das Prozedere zu erklären und das erstmal abgeschlossene Start-Nextkassel-Team zu erweitern. Genauso wenig wir uns ASLern Inhalte vermitteln konnten, war es noch weniger denkbar, dass man Andere - möglicherweise Fachfremde - mit in das Team holt und sich die Zeit nimmt Inhalte und Vorgehensweisen zu vermitteln. So wurden tatsächlich einige Interessierte in der

Warteschleife gehalten bis in die zweite Phase des Projektes, in der es auch Fachfremden und anderen ASLern möglich gemacht werden soll bei Nextkassel einzusteigen.

FINANZIERUNG

Ein weiteres Problem eines universitären Projektes ist, dass es, wenn sich die Studenten nicht in Eigeninitiative engagieren, an akutem Geldmangel leidet. Gelder von universitären Einrichtungen werden erst nach dem abgelaufenen Semester bezahlt, deswegen ist es essentiell sich im Verlauf des Semesters Sponsoren zu suchen, um die Kosten eines Next*-Projektes bewältigen zu können. Ein Haufen Kosten fallen aufgrund der ganzen Marketing-Strategie an. Zu Beginn des Projektes wurde Nextkassel hinsichtlich der Sponsorensuche akut ausgebremst, was dazu führte, dass es gegen Ende des Semesters recht knapp mit dem Geld für nötige Aktionen wurde.

Im Gegensatz dazu haben viele Next*-Projekte, die nicht in einem universitären Rahmen laufen, Unterstützung durch Gelder von Stiftungen, was den Arbeitsablauf in Richtung Geldbeschaffung und Sponsoring um einiges erleichtert.

Diese ausführliche Sponsoring-Arbeit einiger Projektteilnehmer hat natürlich ihre nötige Kapazität in anderen wichtigen Bereiche, die dringend auch Beachtung der Teilnehmer gebraucht hätten, erschöpft. So kam es, dass neben dem Marketing auch das Sponsoring einiges an Zeit gekostet hat und Zeit für andere Sachen weggenommen hat. Wie jetzt im Nachhinein zu bemerken ist, hat Sponsoring auch nicht besonders viel mit Planung an sich zu tun.

PROJEKTMANAGEMENT

Doppelt besetzt, deshalb ist die koordinierende Rolle zu kurz gekommen und musste auf den Projekttreffen ausgetragen werden: Das hat es in die Länge gezogen. Manche notwendigen Absprachen erfolgten nicht und andere lapidare Themen wurden in voller Länge ausdiskutiert, was nicht besonders ergebnisorientiert war.

SCHLUSSWORT

Das Projekt Nextkassel lässt sich nicht leicht mit den üblichen Studienprojekten vergleichen. Es ist ein prozessorientiertes Projekt, welches mehrere Phasen durchläuft. Die Richtung wird dabei durch Ergebnisse der verschiedenen Etappen gelenkt. Ein weiterer Unterschied ist die Rolle der Studenten innerhalb des Projektes. Das Nextkassel-Team arbeitet von Beginn an überwiegend als Initiator, Vermittler und Koordinator. Wichtig ist an dieser Stelle das dauerhaft objektive und transparente Vorgehen. In der ersten Phase musste das Team zunächst verstärkt in dem Bereich des Marketings aktiv werden, um sich in Kassel zu etablieren. Aufgrund dieser Notwendigkeit wurde weniger inhaltlich gearbeitet, außerdem blieb wenig Zeit um sich mit unterschiedlichen Strategien auseinander zu setzen und sich selbst zu reflektieren.

Nextkassel ist ein partizipatives Projekt. Im Gegensatz zu den üblichen Bürgerbeteiligungsverfahren verfolgt das Projekt die Bottom-Up-Strategie. Dabei bedient sich Nextkassel an lebendigen und modernen Instrumenten. Um die Hürden der Beteiligung möglichst gering zu halten, werden bei den Nextkassel-Veranstaltungen einfache und ansprechende Methoden verwendet. Vor Ort wird der Kontakt zu der Community aufgesucht und gestärkt. Die Community besteht aus allen, die sich an dem Prozess beteiligen wollen. Da Nextkassel partizipativ vorgeht, werden alle Entscheidungen, nicht durch das Projekt-Team alleine, sondern, durch die gesamte Community getroffen.

Das Projekt hat eine polarisierende Wirkung nach außen. Viele Kasseler Bürger sind durch Zweifel und fehlendes Vertrauen -gegenüber der Politik und Planung- vorbelastet. Daher bestehen auch Unsicherheiten im Bezug auf das Projekt und dessen Wirkungsgrad. Um dem entgegenzuwirken, muss das Team verstärkt und offen mit Kritik umgehen. Nur durch Transparenz und Eingeständnisse wird das Vertrauen zur Community aufgebaut und gefestigt.

Ebenso wichtig ist es, intern die Arbeitsweise von Nextkassel zu reflektieren. In der ersten Phase lag die Schwierigkeit darin, dem Versprechen gegenüber der Community gerecht zu werden, Ziele zu definieren und dementsprechend Aufgaben zu entwickeln. Zum Teil brachte das Projekt auch Überforderung mit sich. Durch den großen, vorher nicht vermuteten Andrang, kam es zu Engpässen in der Zeit- und Personalplanung. Dennoch schaffte es das Team durch hohe Eigeninitiative die gewünschten Etappen zu erreichen. Es entwickelte sich eine positive Eigendynamik bei der jeder seine Stärken einbringen konnte und das Phasenziel (Session) konnte erfolgreich abgeschlossen werden. Das Nextkassel-Team hat viel von- und miteinander gelernt und freut sich auf kommende Phasen und neue Nextkasseler.

WERDE GELB – WERDE NEXTKASSELER!