

Wettbewerbsbeitrag Mittendrn Berlin! 2019/2020

Caligari Camp Challenge

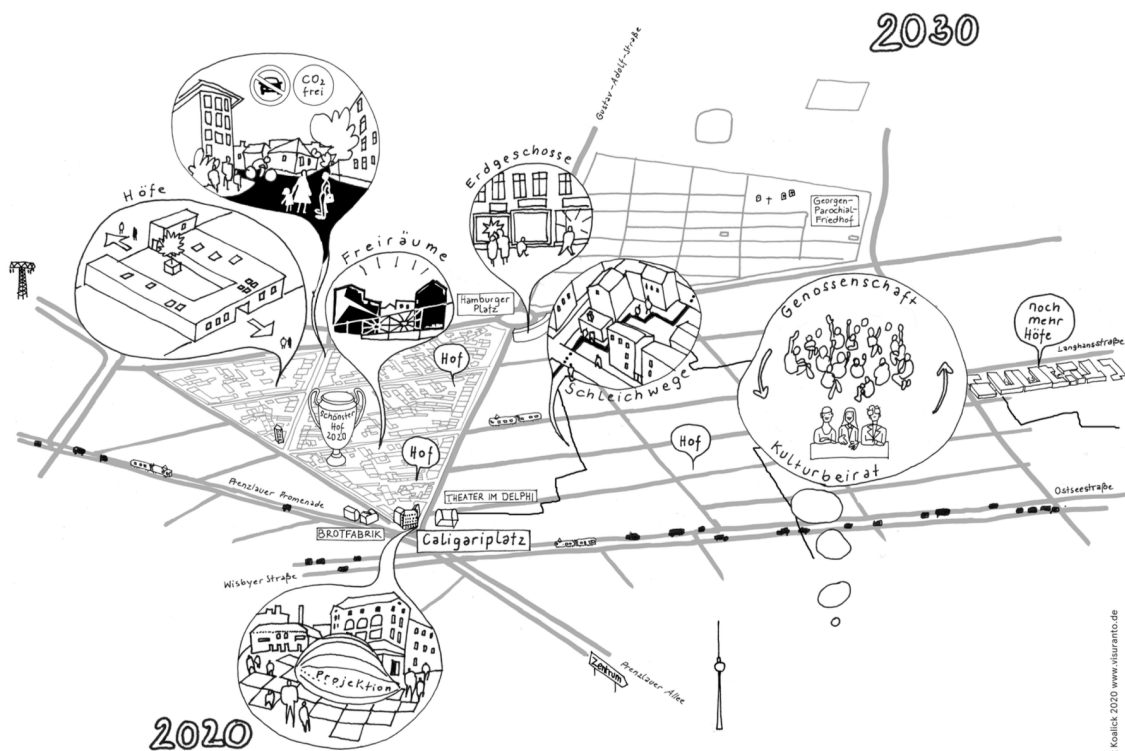
Eingereicht von: Interessengemeinschaft Weißenseer Spitze e.V. (IGWS)

HAUPTTEIL

1. Konzeptioneller Ansatz für den Standort
2. Darstellung der Arbeitsweise und Weiterentwicklung des Netzwerkes
3. Reflexion und Erkenntnisse des "Mittendrn vor Ort"-Treffens

ANHANG

1. Visuelle Rückblick-Geschichte "Zwischen Caligari und Ruthenberg"
2. Künstlerischer Beitrag (Zeichnung) zur Vision des Kiezes
3. Detailinformation zu den vier Handlungsfeldern
4. Einladungsflyer Caligari Camp Kreativwerkstatt
5. Teilnehmer*innen-Liste Caligari Camp Challenge Kreativwerkstatt
6. Fotodokumentation der Ergebnisse der Arbeitsgruppen
7. Internes Drehbuch Kreativwerkstatt
8. Internes zentrales Arbeitsdokument zur Einsicht in die Arbeitsweise
9. Antrag "Essbarer Nachbarschaftsgarten"



1. Konzeptioneller Ansatz für den Standort

1.1. Konzeptioneller Ansatz & Ideenskizze

Der **Titel** der Projektidee lautet

„ZWISCHEN CALIGARI UND RUTHENBERG: **Vom Spitzen-Festival zu Weißenseer Spitzenblock und Superhöfen**. Mehr nachbarschaftlicher Zusammenhalt und Lebensqualität durch die Entfaltung kreativen Potentials hinter den Kulissen, auf den Bühnen, in den Höfen“.

Den räumlichen Schwerpunkt für das Konzept bildet die Weißenseer Spitze im Gründerviertel von Weißensee, die zwischen den drei Plätzen *Caligariplatz*, *Hamburger Platz* und *Mirbachplatz* liegt. Zentrale Straßen sind *Gustav-Adolf-Straße*, *Heinersdorfer Straße*, *Jacobssohnstraße*, *Langhansstraße*, *Streustraße*, *Lehderstraße* sowie *Charlottenburger Straße*. Das Ausstrahlen und das weitere Vernetzen mit angrenzenden Nachbarschaften in Weißensee sind auf Basis von gemeinsamem Nutzen und des kooperativen Ansatzes grundsätzlich gewünscht.

Die **Vision** für unseren Kiez ist, das Quartier um Caligariplatz und Langhansstraße (Ruthenbergsche Höfe) basierend auf den historischen Strukturen des ehemaligen Gründerviertels und der Filmstadt Weißensee zu einem **Modellquartier für kooperatives und gutes Miteinander zu entwickeln**. Der Kiez zeichnet sich aus durch eine in dieser Form in Berlin nahezu **einzigartige Mischung** aus Arbeiten und Wohnen, Gewerbe und Kunst, Inklusion von alteingesessenen und neuzugezogenen Bürger*innen. Diese Besonderheiten und die Lebensqualität sollen durch die Aktivierung und Vernetzung des vorhandenen vielfältigen, kreativen, offenen, interessierten, bewusst agierenden und engagierten Potentials an interessierten Bürger*innen, Vereinen, Initiativen, Gewerbetreibenden, Immobilien- und Liegenschaftseigentümer*innen und Bezirksvertreter*innen erhalten und zukunftssicher mitgestaltet werden. Die Vision ist ein Kiez, der sich auszeichnet durch innovative Projektansätze, welche einen Beitrag zu den derzeitigen gesellschaftlichen Herausforderungen wie z.B. Klima- und Umweltschutz oder gesellschaftlicher Zusammenhalt leisten.

Als zentraler Bestandteil der Vision wurden **vier Handlungsfelder** identifiziert und mit ersten Herausforderungen, Potentialen sowie konkreten innovativen Projektideen unterlegt. Die Handlungsfelder ermöglichen nachhaltige Verbesserungen in der Lebensqualität sowie im Miteinander im Quartier auf einer **räumlichen, strukturell-organisatorischen** sowie einer **sozial-kommunikativen** Dimension. Eine Verschränkung mit den Aktivitäten zum „Sanierungsgebiet Langhansstraße / Weißenseer Spitze“ ermöglicht zudem in den nächsten Jahren einen gemeinschaftlichen, planerischen, inhaltlichen und kommunikativen Entwicklungsprozess für die Weißenseer Spitze.

Für die Verbesserung der **Lebensqualität im Raum** stehen die Handlungsfelder **„Verkehrs- und Mobilitätsinnovation“** (Themen sind u.a.: Verkehrswende, Flächengerechtigkeit, LESSCarsMOREBikes, Begegnungszonen, Wirtschaftsverkehr im Kiez, Mobilitäts-Hub am Kiezeingang, e-Mobilität, Fahrradstraßen, Weißenseer Superblocks) sowie **„Grün- und Spielraum“** (Themen sind u.a.: Aufenthaltsqualität im Kiez; „Essbare Nachbarschaftsgärten“ inkl. Bewegungs-, und Spielangebote für jüngere und ältere Kinder und andere Altersgruppen; „Grünes Band Weißensee“ mit dezentralen Urban Gardening Orten; Begrünung unversiegelter Parkplätze, Spielstraßen). (Siehe Anhang mit detaillierten Beschreibungen in den einzelnen Handlungsfeldern)

Das dritte Handlungsfeld steht unter dem Titel **„Wirtschaftliche Nachhaltigkeit“**. Die Vision ist es, ein Kiez zu sein, in dem Akteure nicht nur fordern und auf politisches Handeln warten, sondern die **Kraft der privaten und bürgerschaftlichen Initiativen und Kooperationen nutzen**. Dafür sollen neuartige und flexible Strukturen etabliert werden, die wirtschaftliche Kreisläufe ermöglichen und fördern, die wirtschaftliche Nachhaltigkeit im Kiez sichern, mehr Unabhängigkeit und Selbstbestimmung erlauben und **Stadtentwicklung als kollektives Engagement** von Bürger*innen, Gewerbetreibenden, Immobilien- und Liegenschaftseigentümer*innen sowie Verwaltung und Politik etabliert. Unter dem Arbeitstitel der **„Erdgenossenschaft“** wurden hierzu erste Ansätze skizziert, die die strukturelle, organisatorische Dimension einer zukünftigen Kooperation im Kiez darstellen und helfen zu vermeiden, dass Aktivitäten, Projekte und der Prozess keine „Strohfeuer“ werden, sondern nachhaltig das Zusammenleben und den Zusammenhalt beeinflussen.

Das vierte Handlungsfeld fokussiert die **soziale Dimension im Kiez**: Ein Gefühl der **Zugehörigkeit** aller Menschen im Kiez (über Milieu-Grenzen hinweg und egal welcher Herkunft) stellt den gesellschaftlichen Nährboden dar und ist **notwendige Voraussetzung** für erfolgreiche Kooperationsprojekte zur Umsetzung der Ideen **in allen Handlungsfeldern**. Die Vielfalt an diverser Gruppen und Nachbarschaft im Kiez soll bestehen bleiben, aber zueinander geführt werden (Themen sind u.a. Nachbarschaftszentrum, interaktive Begegnungsplattform, Kiez-Festival, neue Begegnungsorte).

Dem Aufruf zur **Caligari Camp Challenge** als Kreativwerkstatt sind über 30 engagierte Visionär*innen, Expert*innen und Macher*innen aus der Weißenseer Nachbarschaft gefolgt. (Siehe Teilnehmer*innen-Liste im Anhang) Das zeigte: Es gibt für alle vier Handlungsfelder im Kiez eine überraschend reiche Expertise, konkrete Ideen, mögliche Orte und Räume sowie eine hohe Umsetzungsbereitschaft innerhalb der teilnehmenden Akteur*innen. Wir möchten das Momentum nutzen, diese Ideen und das Netzwerk zu stärken und weiterzuentwickeln, und dabei alle Handlungsfelder im Blick behalten.

Den **Fokus** für die weitere Entwicklung des Kiezes und **für diesen Wettbewerbsbeitrag** richten wir auf das Schaffen von Räumen, für die Menschen, die im Kiez leben, arbeiten, Eigentum besitzen oder diesen einfach nur besuchen. So wollen wir das aufkeimende bürgerschaftliche Engagement innerhalb der verschiedenen Handlungsfelder in einem Gesamtkonzept für die Weißenseer Spitze bündeln. Dabei soll zunächst der Kreis der Informierten, der Mitwirkenden und Mitdenkenden weiter vergrößert werden.

Als erste **zentrale Impulsmaßnahme** im Rahmen des Wettbewerbs MittendrIn entwickeln wir das **“Caligari Kiez Festival: Offene Höfe & Aktionstage”**. Das Festival ist Start und **Katalysator** im Sinne der großen Vision “Weißenseer Spitzenblock und Superhöfe: Modell-Quartier für gutes Leben, kooperatives Miteinander, Mobilitätsinnovation sowie Klima- und Umweltschutz.” Die Spezifizierung “Offene Höfe” ist zunächst ein Symbol für den einzigartigen Charakter und die Identität des Kiezes mit seinen zahlreichen und sehr unterschiedlichen Wohn- und Gewerbehöfen (Superhöfe). Darüber hinaus steht der Begriff “Offenheit” für das Thema Zugehörigkeit und die Einbindung Vieler im Kiez. Es geht um einen Blick “Hinter die Kulissen”, um **“offene Orte”** wie Ateliers, Studios, Handwerksbetriebe, Gärten von Wohnanlagen oder Baugruppen etc.. Gleichzeitig ist durch dieses Prinzip auch eine Verteilung der Verantwortung und der Kosten möglich: Jeder Gastgeber ist auch selber verantwortlich für die Finanzierung seiner Aktionen. Der Zusatz **“Aktionstage”** ist wichtiger konzeptioneller Bestandteil: Im Rahmen des Festivals wird nicht nur gefeiert, sondern auch “gedacht” und “gemacht”: Es sollen erste Projekte weiter konkretisiert, vorgebracht und umgesetzt werden. Das Festival ist in diesem Sinne nicht nur ein einmaliges Sommerfest, sondern **Kick-off** für eine langfristig angelegte Initiative und Mechanismus der Mobilisierung von Kooperations- und Aktionsgeist für alle Handlungsfelder. Der **Caligari Platz** als wichtiger Ort im Kiez könnte als eine **Projektionsfläche** funktionieren, auf der Aktionen der diversen Orte widergespiegelt werden (auch Referenz an Kino- und Filmthema).

Ein erstes Konzept sieht folgende unterschiedliche Festival-Formate vor:

- 1) **“MACHEN” - Aktionstage**: Projektideen werden weiterentwickelt, teilweise bereits umgesetzt.
- 2) **“BELEBEN” - Künstlerische Interventionen**: Kreative und urbane Aktionen im öffentlichen Raum dienen der (temporären) Bespielung und Bereicherung im Kiez, speziell auch die Idee der Filmprojektionen (Hof-Kino).
- 3) **“ERKUNDEN” - Kiez-Spaziergänge**: Neugierde, Offenheit sowie Vernetzung, vielfältige Begegnungen und Identität im Kiez schaffen
- 4) **“ESSEN”**: Kulinarische Angebote
- 5) **“DENKEN”**: Die “Caligari Camp Jahreskonferenz” ist Plattform für die Akteur*innen im Kiez, um langfristig neue kollektive Strukturen im Kiez aufzubauen und weiterzudenken.

Das **“Caligari Kiez Festival: Offene Höfe & Aktionstage”** ist das **kurzfristige Ziel** für 2020. Erwartete Ergebnisse sind:

- Eine **breite Akteursbasis** trägt und stärkt die unterschiedlichen Handlungsfelder und ihre Aktionsmöglichkeiten. Es haben sich verantwortliche Akteur*innen /und Personen gefunden.

- In den Handlungsfeldern **Mobilitätsinnovation und Grünraum & Spielraum** ist jeweils **eine Maßnahme** angeschoben, erste **positive Veränderungen** im Raum sind sichtbar.
- Eine **Kommunikations-** und **kooperative Organisationsstruktur** für das nächste Kiez-Festival ist etabliert.
- **(Bislang) im Kiez unentdeckte und unbekannte neue schöne Orte**, die Begegnung ermöglichen und Lebensqualität bieten, sind zugänglich gemacht worden.

Mittelfristige Ziele (bis 2023):

- Die Aktivitäten, Ideen und Prozesse zur "Caligari Camp Kreativwerkstatt" sowie zum Sanierungsprozess "**Langhansstraße/ Weißenseer Spitze**" haben sich bis 2023 **gegenseitig befruchtet und ergänzt**. Ausgewählte Projekte sind Bestandteil des Sanierungskonzeptes und werden gefördert (durch intensive Zusammenarbeit mit S.T.E.R.N.). Weitere Aktivitäten u.a. aus dem Sanierungsprozess werden in Verantwortung des privatwirtschaftlichen Engagements getragen.
- Das Kiez-Festival hat jährlich stattgefunden, sich als lokales **Kiez-Event und Marke** etabliert.
- Neue Orte im Kiez wurden als **Vernetzungs- und Begegnungsorte** geöffnet und/ oder sind entstanden. In allen Handlungsfeldern sind Fortschritte der Projekt-Umsetzung erzielt.
- Regelmässige **Projektentwicklungs-Formate** (z.B. Fördermittel-Check) und feste Strukturen (Kompetenzstammtisch, Soziales Unternehmertum) sind etabliert.
- Die Idee einer **kollektiven Struktur** ("Erdgenossenschaft") ist evaluiert und in der Umsetzung.

Langfristige Ziele bis 2030

- Das Kiez-Festival feiert **10-jähriges Jubiläum**.
- Die Lebens- und Aufenthaltsqualität im Kiez ist sichtbar verbessert (Mehr von allem ist da: Grünraum, Spielraum, Sozialraum). **Zukunftsorientierte Akzente sind gesetzt**: Essbarer Garten, Mobilitätshub.
- Neue kollektive Struktur für kooperative und bürgerschaftliche Stadtentwicklung ist etabliert.
- Das Kooperationsnetzwerk **strahlt aus**: Um das kollektive Wissen im Kiez – vor allem im Bereich der innovativen Handlungsfelder – zu erweitern, sind thematische Vernetzungen über den Kiez hinaus erfolgt.
- Die Weißenseer Spitze hat sich für einen **Preis "Innovative Stadtgestaltung"** beworben.

Für die Phase der weiteren **Ausarbeitung bzw. Konzepterstellung** (mit Büro) stellen wir uns Folgendes vor:

Thematischer Schwerpunkt der Beratung ist die Entwicklung eines (tragfähigen und nachhaltigen) **Konzeptes für das Kiez-Festival**, das oben beschriebenen Merkmalen und Zielen Rechnung trägt. Anders als bei klassischen "Feier-Aspekten" von Straßen- und Nachbarschaftsfesten soll der Schwerpunkt auf **Netzwerkbildung und kreativem Umgang im und mit urbanen Raum** liegen. Dabei sollen vor allem die Handlungsfelder "**Verkehrs- und Mobilitätsinnovation**" und "**Grün- und Spielraum**" sowie kulturelle Schwerpunkte und künstlerische Interventionen berücksichtigt werden.

Die **Arbeitsteilung** und die **Leistung des Büros** (externer Dienstleister) könnte folgende sein:

- Ausarbeitung eines auf die Handlungsfelder, das Netzwerk und die Aktionen bezogenen **Leitbildes und Gesamtstrategie für die Weißenseer Spitze** (in Abgrenzung oder ggf. Ergänzung zu den laufenden Planungsleistungen zum Sanierungsgebiet)
- Beratung für die Entwicklung eines **kommunikativen Konzeptes** inkl. der **Kernidee** für das Festival aufbauend auf dem Leitbild (inkl. einer Marke/Logo, Kommunikationselemente)
- **Visualisierung des Leitbildes / Vision**, um dem Prozess einen klaren Rahmen und dem Festival ab 2020 eine langfristige Orientierung zu geben
- **Unterstützung und fachliche Beratung** beim Ausbau und Etablieren eines **Kiez-Netzwerks** (z.B. Organisationsentwicklung, Fokussierung der Handlungsfelder, Unterstützung bei Konkretisierung und Umsetzung von Aktionen, Moderation des Prozesses)
- **Beratung der Kuration und Kommunikation** des Festivals mit oben genannten Anforderungen und Merkmalen

Leistung des Netzwerks inkl. der Netzwerkpartner*innen

- **Zentrale Festivalkoordination, Projektmanagement und Durchführung** (u.a. durch Einbindung der Netzwerkpartner)
- Einbringen der **Themen und Ideen der Caligari Camp Kreativwerkstatt** sowie aus den beteiligten Akteuren des Netzwerks (inkl.konzeptioneller Vorarbeiten, u.a. Straßenkonzept der IGWS)
- **Mobilisierung von ehrenamtlicher Expertise** und Engagement aus dem Kiez
- **Vernetzung** mit weiteren institutionellen und gewerblichen Akteur*innen im Kiez
- Bemühung um **Akquise von zusätzlichen Fördermitteln** oder Sponsorengeldern zur Ko-Finanzierung einzelner Aktionen des Festivals
- Vorbereitung und Durchführung von **temporären Aktionen** innerhalb der Handlungsfelder
- Ausbau der Kontakte des **Netzwerkes zur Politik** und Berücksichtigung politischer Initiativen und Leitlinien

1.2. Herleitung des konzeptionellen Ansatzes

Die **Auseinandersetzung mit dem Standort** und den **Rahmenbedingungen** erfolgte neben vielen Einzelgesprächen und Recherche-Streifzügen (s. Anhang "Visueller Rückblick"), mittels einer SWOT-Analyse:

STÄRKEN	SCHWÄCHEN
<ul style="list-style-type: none"> - Historische Strukturen des Gründerviertels Weißensee mit vielen teils denkmalgeschützten Gewerbehöfen und Hinterhof-Remisen - Namhafte kulturelle Anker-Institutionen, wie das Kunst- und Kulturzentrum Brotfabrik, das Theater im Delphi und die Kunsthochschule Weißensee - Einzigartige Mischung aus Wohnen und Gewerbe - Vielfalt des sozialen Milieus im Kiez - Identität der "Bodenständigkeit" wird als sympathisch, unprätentiös empfunden - Kreative Kompetenzen und Talente im Kiez - Gute Versorgungsinfrastruktur Infrastruktur (Grundschule, Kitas, Supermärkte, Ärzte etc.) – Vieles ist in kurzer Distanz zu erreichen - Gute infrastrukturelle Voraussetzungen: Anbindung ÖPNV bietet die Möglichkeit der Schaffung verkehrsberuhigter Zonen 	<ul style="list-style-type: none"> - relativ hoher Leerstand von Gewerberäumen, leere Erdgeschosszonen vermitteln "morbides" Stadtbild - vergleichsweise geringe Freiraum- und Aufenthaltsqualität durch wenig Grün-, Begegnungs- und Spielräume - wenig Kiezkultur in Form von Cafés, Bars oder Restaurants - kaum Platz für Fußgänger*innen und Radfahrer*innen - gefährliche Verkehrssituationen, z.B. an den Ecken Prenzlauer Allee, Gustav-Adolf-Straße, Heinersdorfer Straße, Langhansstraße, Roelckestraße, Streustraße - zunehmend unterschiedliche kulturelle und soziale Milieus sowie Parallelwelten von Alteingesessenen und Neuzugezogenen, die wenig Berührungspunkte und Austausch haben
CHANCEN	RISIKEN
<ul style="list-style-type: none"> - Das Quartier um die Langhansstraße wird Sanierungsgebiet: Damit einher könnte eine Veränderung zum Positiven gehen. - Weißensee ist „IN“ – immer mehr Kreative, Agenturen, Architekt*innen, Musik-Produzent*innen, Künstler*innen und andere Gewerbetreibende entdecken Standort als Arbeitsort und Wirkungsstätte. - Seit einigen Jahren wird die Spitze auch als Wohnort immer attraktiver für Berliner*innen und Zugezogene aus der ganzen Welt. - Noch gibt es bestehende Brachflächen und Freiräume. - Positionierung auf einzigartige Mischung aus Wohnen und Gewerbe kann ausgereizt werden. 	<ul style="list-style-type: none"> - Atmosphäre der Resignation, Enttäuschung und Pessimismus einiger, vor allem alteingesessener Bürger*innen aufgrund vorheriger Erfahrungen mit Prozessen, die nicht erfolgreich zu positiven Veränderungen führten - Sanierungsgebiet Langhansstraße birgt auch großes Risiko: Wie kann die geplante „Verbesserung“ ALLEN im Kiez zugutekommen? Wie kann Gentrifizierung und Verdrängung vermieden werden? - Auch letzte Freiflächen weichen immer mehr dem Wohnungsbau, der nicht immer sozialverträglich ist.

Die **inhaltliche Schwerpunktsetzung** leitet sich wie folgt her: Aus den Ergebnissen der "Kreativwerkstatt: Caligari Camp" haben sich 4 Handlungsfelder herauskristallisiert. Im Hinblick auf unser zentrales Ziel - die Erhöhung der lokalen Lebensqualität - haben wir uns gezielt dagegen entschieden, den Fokus auf nur eines dieser Handlungsfelder zu legen, denn unsere Recherchen (Interviews mit lokalen Akteuren, Fotoarchiv der Brotfabrik, Internet...) hatten ergeben, dass bereits viele Aktionen im Kiez zur Steigerung der Belebung stattgefunden hatten, diese auch positive Resonanz fanden, aber daran gescheitert sind, sich längerfristig zu halten. Gründe dafür waren u.a. die kurzlebige Bürgerbeteiligung - resultierend aus einem fehlenden Gemeinschaftsgefühl, wachsender Resignation wegen ausbleibender sichtbarer Erfolge ("es ändert sich ja doch nichts") sowie schwindende/fehlende Identifikation mit dem Ort ("alles ändert sich", "früher war alles besser").

Die **räumliche Schwerpunktsetzung** leitet sich wie folgt her: Die Konzentration auf die Weißenseer Spitze ist durch den Projektträger IGWS offensichtlich, deren Mitglieder unmittelbar in den Straßenzügen um den Caligariplatz tätig sind und/oder wohnen. Dass darüber hinaus aber nicht die statistisch gesetzte Grenze des Gebietes "Weißenseer Spitze" als abgegrenzter Handlungsraum betrachtet wird, begründet sich zum Ersten mit dem Alleinstellungsmerkmal der Höfe im gesamten ehem. Gewerbegebiet Weißensee, dessen Bestandteil die Spitze ist und von dessen **Identität und historischem Erbe sie profitiert** (Stärke), zum zweiten aus dem **Kontext des "Sanierungsgebietes Langhansstraße"** (Chance). Die **Analyse der Einzigartigkeit** im Kiez auch im Vergleich zu anderen Kiezen hat genau diese Aspekte in den Vordergrund treten lassen. Nicht zuletzt hat das Interesse an der Teilnahme der Kreativwerkstatt auch gezeigt: Die Nachbarschaft definiert sich nicht über gesetzte Grenzen, sondern Zugehörigkeit, Teilen von Interesse (thematisch, menschlich, ökonomisch motiviert) und gemeinsamen - per Fuß oder Rad gut erreichbaren - Orten.

Die Idee der Fokussierung auf die "offenen Höfe" (vs. Straße) als Merkmal des Festival leitet sich auch **aus Erfahrungen der Vergangenheit** ab: Es liegt nahe sich von ehemaligen Mittendrln Wettbewerbsformen in der Spitze (z.B. Straßen- und Platzfest Gustav-Adolf-Straße und Caligariplatz im Rahmen von "Berlins Hollywood: Zurück in die Zukunft") abzusetzen und etwas Neues zu probieren.

1.3. Erste Projektideen und Maßnahmen

Erste Projektideen und Maßnahmen, die bereits **2020 umgesetzt** werden könnten und die zu erarbeitenden konzeptionellen Grundlagen inhaltlich untersetzen, wären:

- 1) Erarbeitung eines **Leitbildes** (inkl. Logo, visuelle Marke) für das Kiez-Festival, mit der Kraft, auch die große Vision für den Kiez zu transportieren
- 2) **Kooperativer Planungs-Workshop** mit Teilnehmer*innen der Caligari Camp Challenge und weiteren Akteur*innen zur Erarbeitung des Festival-Konzeptes (Formate, wer bringt was ein an Ideen, Ressourcen, Orten)
- 3) **Etablieren von Kommunikations-, Organisations- und Kooperationsstrukturen** (Routinen für Treffen, Formate für Projektentwicklungen etc.)
- 4) Aufbau/Darstellung eines unterstützenden **"Förder-Systems" an Ressourcen**, Mitteln, Methoden und Partnern (z.B. eigener Workshop mit Info zu Fördermitteln)
- 5) Gemeinsame **Veranstaltung mit S.T.E.R.N. (Sanierungsgebiet)** zur Vorstellung der Konzepte aus der Caligari Kreativwerkstatt und umgekehrt Information der Akteure unseres Netzwerks über geplante Maßnahmen.

Erste Überlegungen zum **Einsatz des Budgets von 10.000 EURO** sind wie folgt:

- Honorar für Person zur Unterstützung für das Festival-Management
- Interaktive Vernetzungsplattform
- Equipment & Material (für kulturelle Interventionen, u.a. Bühne; oder Material für Urban Gardening-Aktionen, z.B. Holz, Erde, Pflanzen, oder andere DIY- oder Demonstrations-Ideen)
- Künstlerhonorare
- Gebühren wie BA-Standgebühren, GEMA etc.

2. Darstellung der Arbeitsweise und des Netzwerkes

2.1. Entwicklung des Netzwerkes während der Arbeitsphase

Für dieses Projekt konnte der **institutionelle Ankerpartner**, die Interessengemeinschaft Weißenseer Spitze e.V., als neuen starken Netzwerk- und **Kooperationspartner** die Agentur CONSTELLATIONS gewinnen: Diese private, im Kiez neu zugezogene Organisation ist eine intermediäre Akteurin der kultur- und grenzüberschreitenden Kooperation, u.a. Projektträgerin des Programms STADTMACHER (Bosch Stiftung), und auch Betreiberin von C*SPACE, ein Ort des Austauschs in der ehemaligen Möbelfabrik in der Langhansstraße 86, dessen Gründer*innen Katja Hellkötter und Jan Siefke ihre Expertise in diesem Prozess gewinnbringend eingebracht haben (Ko-Konzeption, Moderation, Gastgeberchaft, Ort der Kreativwerkstatt).

In einem weiteren Schritt der **Ko-Initiierung** nach Qualifizierung für den Wettbewerb konnten für die Kerngruppe der kreativen Caligari Denker*innen zwei weitere starke **Unternehmens-Netzwerkpartner** eingebunden werden: Zunächst das Gewerbe isicargo for urban Mobility in der Streustraße mit seinem Gründer Andreas Brüning sowie über die Spitze hinaus in den Ruthenbergschen Höfen in der Langhansstraße 126, die Kommunikationsagentur EINSATEAM und eine der Gründerinnen Jeannette Merker.

Ein Prinzip für die (unentgeltliche) Einbindung dieser Fachpartner*innen war das Verständnis: **Geteilte Arbeit, geteilter Image-Gewinn**. Alle Partner*innen waren mit Logo auf dem Einladungsflyer vertreten.

Als **“Must-Have”** Partner im Kiez konnten das Theater im Delphi und die Brotfabrik einbezogen werden. Erfolgsfaktor für deren **Identifikation mit** und **Interesse an** der Aktion war das Konzept, die Caligari Kreativwerkstatt auch an diesen Orten (Auftakt) stattfinden zu lassen (siehe Ablauf-Dramaturgie untenstehend). Ferner wurden vorhandene Frustrationen aus der Vergangenheit und Ambivalenzen bezüglich des Erfolgs bzw. der Nachhaltigkeit des erneuten Engagements in persönlichen 1:1-Gesprächen abgeholt (**Empathie**).

Als Ergebnis der Mobilisierung meldeten sich 40 Teilnehmer*innen zur Kiezwerkstatt mit diversen und starken Kompetenzprofilen (siehe Teilnehmer*innenliste im Anhang). Als **Erfolgsfaktoren der Netzwerkbildung** sehen wir u.a.: Einbringen von persönlichen Beziehungen inkl. persönlicher Ansprachen; Schneeballeffekt (z.B. Sandra Schmitt; aktives Mitglied IGWS nutzt erfolgsbringend Kontaktnetzwerk ihrer Baugruppe; generell “gutes Timing”: Es gibt viele neue Baugruppen im Kiez mit engagierten Nachbarn sowie (endlich) auch Start-Ups, die sich hier in Leerstand ansiedeln und offen sind (Beispiel isicargo, Roy Kombutschka Produktion); nicht zuletzt das “Wording” bereits im Einladungsflyer (Appell an Visionär*innen und Macher*innen, und “Caligari Camp Challenge”) scheint gewirkt zu haben: Es meldete sich eine beachtliche Zahl an Architekt*innen, Stadtplaner*innen, Umweltexperten und Kreativunternehmern*innen, die oftmals mit zweierlei Motivation - beruflicher und privater nachbarschaftlicher - teilnahmen, und die nicht selten Expertise und große Leidenschaft für innovative Themen mitbrachten.

In Folge der Caligari Camp Werkstatt und auf Basis der dort entstandenen guten Energie wuchsen mittlerweile bereits **neue Arbeitsgruppen**, die eng mit der Interessengemeinschaft Weißenseer Spitze e.V. zusammenarbeiten. Ein konkretes Beispiel ist ein Projekt **“Essbarer Nachbarschaftsgarten, Ecke Goethestraße/Lehderstraße”**, für den **bereits ein Antrag beim Bezirksamt Pankow** gestellt wurde (siehe Anhang). Auch unabhängig von der IGWS bilden sich untereinander Interessengruppen: Z.B. entdeckten beteiligte Unternehmer*innen wirtschaftliche Kooperationspotenziale, “verbandeln” sich für neue Antragstellungen oder “spinnen” schon die nächsten Ideen. Schließlich ist ein Ergebnis der Caligari Camp Challenge auch eine stark intensivierte **Zusammenarbeit mit dem Bürgerbeteiligtenbüro** Weißensee Bezirksamt Pankow; die Beauftragte für Bürgerbeteiligung ist ein wichtiger Bestandteil unseres Netzwerkes geworden.

2.2. Organisationsstruktur unserer Gruppe

Die **Organisation und Arbeitsweise** der Gruppe basierte auf folgenden Strukturen:

- **“Dienstagsrunden im Cafe Nemo”**: Regelmäßige Treffen Kerngruppe von IGWS-Mitgliedern und Constellations (Marion Koch, Andreas Domke, Sandra Schmid, Katja Hellkötter, Luisa Keinprecht)
- Einrichtung einer **transparenten digitalen Struktur**: google drive
- Einrichtung einer **What’up Gruppe**
- **“Offene Ladengespräche bei isicargo”**: Regelmäßiger spontaner Ideen-Austausch
- **Individuelle 1:1 “Akteursgespräche”**: Aktives Zugehen auf weitere institutionelle Ankerpartner im Kiez: Brotfabrik, Theater im Delphi, Weißenseer Integrationsbetriebe e.V., BENN, Freizeitzentrum
- Bewusstes **Einbeziehen wichtiger politischer Stakeholder**: Bezirksamt Pankow (politische Leitungsebene), Beauftragte für Bürgerbeteiligung Pankow
- Einholen der Erfahrungen von ehemaligen Mittendrn-Projekten: Treffen mit “Aber Hallo Weißensee“-Akteurin und eMail Kontakt mit “Berlins Hollywood” (smart local)
- Weniger, aber effiziente 1:1 “Power-Termine” mit EINSATEAM
- Re-Aktivierung der **Facebook-Seite der IGWS** sowie Update für die Webseite der IGWS
- **Guerilla-Poster-Kleben** im Kiez sowie Ansprachen von Ladenbesitzern für Aufhängung des Plakates

Nicht zuletzt zeichnete sich die Arbeitsweise durch **großen Teamgeist, Menschlichkeit und guten Willen** aus, was dabei half, Meinungsverschiedenheiten oder differierende Perspektiven befruchtend zu integrieren.

Die Aufgabenteilung der Partner*innen funktionierte vor allem nach dem Prinzip: **Wer hat welche Stärken** (fachliche Stärken ebenso wie Beziehungen) **und kann sie wie komplementär einbringen?** Die **IGWS** brachte ihre langjährigen Erfahrungen im Kiez ein, die bestehenden Analysen der Mängel im Kiez inkl. der Überlegungen zur Lösung (“Straßenkonzept”), die Nähe zu Alteingesessenen im Kiez, die etablierten Kontakte zu Politik und Institutionen. Aktives Vereinsmitglied Sandra Schmitt bearbeitete als Texterin immer wieder unsere Texte, befüllte die IGWS-Webseite. **CONSTELLATIONS** - als neuzugezogenen Akteurin führte mit “offener Neugier” Einzel-Gespräche, was es u.a. ermöglichte, Akteure über Frustrationen hinweg einzubringen. Ferner brachte CONSTELLATIONS mit seinem STADTMACHER-Programm fachliche Kompetenz ein und konnte auf dieser Basis die Kreativwerkstatt ko-konzipieren und moderieren. Der Netzwerkpartner **isicargo**, Andreas Brüning, brachte seine Fachexpertise im Bereich der Stadtentwicklung ein; **EINSATEAM** beriet u.a. mit Kommunikationskonzeptkompetenz bei der Redaktion des Einladungsflyers.

Für die Gewährleistung der weiteren **Verantwortungsübernahme zwischen den einzelnen Akteur*innen** der Gruppe im weiteren Prozess bauen wir auf diesen entfachten “Team-Geist”. Als Beispiel sei auch die positive Erfahrung mit der Erstellung dieses Beitrages genannt: Unter Hochdruck haben hieran **12 Personen verlässlich mitgewirkt**:

Konzept und Redaktion Wettbewerbsbeitrag: Katja Hellkötter, Luisa Keinprecht (CONSTELLATIONS) zusammen mit: Marion Koch, Andreas Domke (IGWS) sowie: Andreas Brüning (isicargo), Inga Luchmann (Nachbarin), Sandra Schmidt (IGWS-Mitglied), Oliver Scheifinger (tafkaoo Architekten), Damaris Schmitz (Nachbarin, Artefakt Kulturkonzepte), Anastasia Gitt, (BENN), Birgit Möller (Nachbarin).

In jedem Fall zeichnet sich eine **Kerngruppe verantwortlich** für die Umsetzung der Idee, sollte der Wettbewerbsbeitrag zum Erfolg führen.

Als **kritische Einschätzung** sei an dieser Stelle lediglich gesagt: Das ehrenamtliche Engagement aller Akteur*innen für dieses Projekt war bisher überdurchschnittlich. Jedoch steht bei anhaltendem intensivem Einsatz als Risikofaktor immer auch ein Zielkonflikt zwischen sozialem Engagement und wirtschaftlicher persönlicher Existenzsicherung (insb. für selbständig Tätige) im Raum. Spannend wäre es zu diskutieren: Könnte ehrenamtliches soziales Engagement auch zu sozialem Unternehmertum werden? Das Thema der wirtschaftlichen Nachhaltigkeit ist auch für das Netzwerk selber ein Thema.

Hauptansprechpartner*innen für die Abstimmungen mit dem zu beauftragenden Dienstleister: Marion Koch, Vorstandsvorsitzende der Weißenseer Spitze e.V.

3. Reflexion und Erkenntnisse des “MittendrIn vor Ort”-Treffens

3.1. Dokumentation des Treffens

Das Veranstaltungskonzept hatte folgende zentrale Gestaltungsparameter:

- Das **Ziel** der Veranstaltung war wie in der Einladung formuliert folgendes: “Wir laden Sie/Euch ein mitzumachen...! ... beim Workshop „Caligari Camp Challenge“, in dem wir konkrete Ideen für die gemeinschaftliche und zukunftsorientierte Entwicklung der Weißenseer Spitze entwickeln und für eine Umsetzung erster Maßnahmen bereits 2020 verdichten wollen”
- Die **Zielgruppe** war divers: “Wir suchen **30 passionierte** Akteur*innen wie Gewerbetreibende, Unternehmer *innen und Start-Ups, Künstler*innen und Kreative, Expert*innen aus Stadtgestaltung und Politik, Eigentümer*innen, Bewohner*innen und **alle, die Lust haben, Teil dieser Pioniergruppe** für die Weißenseer Spitze zu **sein**.”
- **Methoden**: moderne Kreativtechniken und Arbeitsmethoden inkl. Materialien (u.a. Einsatz von Scribing etc)
- Vielfalt: Gleichzeitiges Arbeiten an unterschiedlichen Themen, je nach Neigung Themen-Einstieg über unterschiedliche “Flughöhen” (von ganz konkret bis Meta-Ebene)
- **Orte**: Bei Wahl der Orte der Veranstaltung und Ablauf-Dramaturgie wurde auf eine Verschränkung von Innenraum und Außenraum (Arbeiten im Raum, Spaziergang draußen) geachtet, der Wechsel von Orten (4 Orte: Delphi, Brotfabrik, Langhansstraße 86 und 126) hat trotz Länge zu Kurzweiligkeit beigetragen
- **Prozess**: Aufwärmen und persönliche Vorstellungsrunde am ersten Abend inkl. Abholen von Inspirationen jedes einzelnen Teilnehmers für die Zukunft (bereits am ersten Abend, noch bevor es in tiefere Analyse ging, Prinzip: Persönliche Betroffenheit, Wertschätzung von individuellen Ideen)
- **Camp-Ansatz**: Zeit-Commitment & Ernsthaftigkeit: Ohne Zeiteinsatz keine ersten validen Ergebnisse: Intensives Arbeiten bewusst über mehrere Stunden

(Siehe internes Drehbuch im Anhang für Details)

Der Programmablauf sah wie folgt aus:

WIE – Ablauf der Caligari Camp Challenge

TAG 1: Freitag, 29. November - MEET & EAT - AUFTAKT-ABEND

- 17:30 Uhr: **Akkreditierung & Willkommen** an der Bar im Theater im Delphi
- 17:45 Uhr: **Offizielle Begrüßung** durch die IGWS, Marion Koch und Andreas Domke, kurze Vorstellung des Theater im Delphi, Nikolaus Schneider
- 18:15 Uhr: **Dialog-Spaziergang** (1:1 erstes Kennenlernen) „um den Block“ zur Brotfabrik am Caligariplatz (Gustav-Adolph-Straße, Langhansstraße, Heinersdorfer Straße)
- 18:45 Uhr: **Abendsnack** (Buffet)
- 19:00 Uhr: **Geschichte**: Wo kommt der Kiez her? Begrüßung und Beitrag von Jörg Fügmann, Brotfabrik und von Arno Kiehl, ehem. Kabarettist, Zeitzeuge
- 19:20 Uhr: **Zukunft**: Wo könnte es hingehen im Kiez? Vorstellungsrunde Teilnehmer*innen und ihrer Ideen und Visionen (1 Minute pro Person): **Caligari Inspirations-Collage**
- 20:20 Uhr: **Was ist noch am Horizont?** Sanierungsgebiet Langhansstraße, Benedikt Vos, STERN GmbH
- 20:30 Uhr: **Wie geht es morgen weiter? Welche Themen Gruppen kristallisieren sich bereits aus Collage heraus?**
- 21:00 Uhr: **Ende des Abends**

TAG 2: Samstag, 30. November - CAMP CHALLENGE - WORKSHOP-TAG

- 09:30 Uhr – **Kaffee & Croissants** im C*SPACE Studio in der Langhansstraße 86
- 10:00 Uhr – **Auftakt** und Finalisierung der Gruppen-Findung
- 10:30 Uhr – **Arbeiten in Kleingruppen** (4-6 Personen) auf zwei Etagen in der Langhansstraße 86: C*SPACE, 1. Stock und Tafkoo Architekten 3. Stock (Zwei Runden: 1. **Präzisierung des Themas**, 2. **Ideenentwicklung**). Ferner wird es ein „Draußen-Erkundungs-Team“ geben, das als seinen Besprechungsort am Vormittag sein „Lager“ in der Opern Akademie in der Gustav-Adolph-Straße 9 „aufschlägt“.
- 12:30 Uhr – **Spaziergang** entlang der Langhansstraße zum Studio von EINSATEAM, Langhansstraße 126
- 13:00 Uhr – **Mittagessen** (Buffet von Babuschka), anschließend **Erklärung zum Ort** durch Jeannette Merker, Gründerin EINSATEAM
- 13:45 Uhr- **Spaziergang** zurück entlang der Streustraße
- 14:30 Uhr – Rückkehr in den C*SPACE: **Kaffee** und Gruppen-übergreifender Austausch, Flanieren im Haus
- 15:00 Uhr – **Inspirations-Input**: Vorstellung der Ergebnisse der „Draußen-Kreativ-Gruppe“ (Team Wu Yimeng)
- 15:30 Uhr – Fortsetzung Gruppenarbeit (1. **Veredlung der Ideen**, 2. **Verdichtung u. Ausarbeitung** Ideen-Skizzen)
- 17:00 Uhr – **Präsentation der** Gruppen-Ideen im Forum (6 Minuten pro Gruppe)
- 18:00 Uhr – **Abschluss-Worte**, Abendsnack (Kürbis-Suppe, Fellini Pizza), lockeres Ausklingen
- 19: 00 Uhr – Ende der Veranstaltung

Die prozessorientierte und kreative **Umsetzung** der Kreativwerkstatt erfolgte in Federführung von CONSTELLATIONS STADTMACHER-Team: Neben dem Kern-Team Katja Hellkötter (Leitung Moderation) und Luisa Keinprecht (Leitung Organisation/(Logistik) und Jan Siefke (Raum-Gastgeber) wurden noch 2 weitere freie Facilitatoren aus dem CONSTELLATIONS-Netzwerk dazu „gesourced“, so dass eine Prozess-Begleitung aller Arbeitsgruppen möglich war. Ferner holte Constellations auch seine Grafik- und Kreativ-Partnerin ins Boot, die einen ergänzenden Zeichen-Workshop im Raum leitete, sowie eine weitere Zeichnerin, die in einer Zeichnung die inhaltlichen Ergebnisse und Visionen künstlerisch interpretierte (siehe Anhang). (Die Einschätzung der Wichtigkeit dieser personellen Unterstützung entspricht auch der Budgeteinsatz: Die Hälfte des Veranstaltungsbudgets wurde bewusst für diese externe Honorar-Leistungen eingesetzt.) Die Gesamtkoordination der Veranstaltung erfolgte durch die IGWS.

Ergebnisorientierte und zusammenfassende Auswertung:

- Das auch logistisch nicht unaufwendige Kreativwerkstatt-Konzept hat sich gelohnt: Es machte es möglich, eine Vielfalt an konkreten Ideen in kurzer Zeit hervorzubringen und für erste Maßnahmen in 2020 zu verdichten; d.h. ein **Zielabgleich** (SOII-IST) fällt erfolgreich aus.

- Das Ziel, für die vorab analysierten *Challenges* (1. Leerstand im Kiez, 2. Aufenthaltsqualität, 3, soziale Gemeinschaft) neue Ideen zu entwickeln, konnte ebenfalls erfüllt werden: Die jetzt benannten Handlungsfelder (1. Mobilitätsinnovation, 2. Grünraum & Spielraum, 3. Zugehörigkeit) spiegeln alle Challenges wider. Die Challenge des Leerstandes im Kiez ist nicht in ein eigenes Handlungsfeld überführt worden, da sie letztendlich eher eine Chance ist und in alle Handlungsfelder einfließt. Das neue Handlungsfeld "wirtschaftliche Nachhaltigkeit" zeigt, dass die Analyse der Herausforderungen und deren Ursachen noch einen Schritt tiefer gebracht werden konnte.
- Appell an eine potentielle Pioniergruppe von Macher*innen und Denker*innen für den Kiez hat funktioniert. Es muss immer eine **kritische Masse** an "Zugpferden" bzw. Vordenker*innen geben, die voranschreiten und dann Weitere mitnehmen. "Eine kritische Masse" ist auf jeden Fall zusammengekommen, so dass ein gutes Momentum in der Luft liegt weiterzumachen.
- Der freundschaftliche und eher unpräzise Stil der Werkstatt machte ein Gemeinschafts- und Wohlgefühl unter bisher Fremden möglich, so dass auch **menschlich gesehen der Nährboden** für Weiteres kultiviert werden konnte.

3.2. Dokumentation des Treffens

Siehe Anhang "Visueller Rückblick" sowie "Künstlerische Illustration" (Zeichnerin Grit Kaolik).

Das gesamte Konzept **beruht wesentlich auf den Ergebnissen** der Caligari Camp Kreativwerkstatt. Alle Handlungsfelder wurden in Kleingruppen auf dem Treffen erarbeitet und entwickelt, alle Ergebnisse sind eingeflossen in die Entwicklung dieses Konzeptansatzes.

Resonanz / erzielte Effekte

Die Resonanz auf das Treffen war überwältigend gut. Wie oben beschrieben gibt es etliche Effekte. Ein Beispiel für ein besonders handfestes Ergebnis ist eine neue Antragstellung („Essbarer Nachbarschaftsgarten“), die bereits im Januar erfolgt ist. Die Effekte eines Mehr an nachbarschaftlichem Austausch, der bereits durch die Kreativwerkstatt entstanden ist, war auch abzulesen an der zahlreichen Teilnahme zur Einladung eines Glühwein-Treffens (vor Weihnachten im Hof von EINSATEAM, ca. 12 Teilnehmer*innen kamen) oder der Teilnahme am Follow-UP Reflexions-Treffen und Vorbereitung des Antragskonzeptes Anfang Januar bei CONSTELLATIONS: 15 Teilnehmer*innen kamen.

Abschließend seien als **Erkenntnisse und Lerneffekte** folgende genannt:

- Erfolgsfaktor derartiger kollektiver Stadtentwicklung und Netzwerkarbeit ist **intensive Kommunikations- und Beziehungsarbeit**, die sowohl fachliche als auch soziale und persönliche Kompetenz erfordert
- Mit einer **aus Prinzip optimistischen und offenen Haltung** ist es möglich, auch über Frustrationen und ernüchternde Erfahrungen hinweg, immer wieder Neuanfänge zu machen
- Der Zeitgeist des "Co" kann konkret gelebt werden: Das Prinzip "**Gemeinsam stärker als Allein**" wirkt befruchtend.

ANHANG:**Detaillierte Beschreibung der Handlungsfelder****Handlungsfeld “Verkehr & Mobilitätsinnovation”****Vision**

Wir teilen die Vision eines nachhaltigen urbanen Miteinanders und entwickeln die Caligari Spitzenblocks im zukünftigen Sanierungsgebiet Langhansstraße.

Herausforderungen

Absprachen mit Ämtern zur Umgestaltung öffentlicher Straßen, Plätze und Flächen, sowie Übereinkünfte zur Umwidmung privater Höfe und Grundstücke zur öffentlichen Nutzung

- Einigkeit der Nachbarschaft über die Umgestaltung von Straßen und Plätzen
- Aufbau eines Mobilitäts-HUBs

Ziele in dem Handlungsfeld

- Modellprojekt „Mehr E-Mobilität mit Mobilitäts-HUB“
- Mehr soziale Begegnungen durch mehr Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum

Was soll konkret erreicht werden

- Förderung der E-Mobilität und Reduktion der Flächen für PKW/LKW
- Neue Fahrradstraßen, Einbahnstraßen, Spielstraßen, Begegnungszonen
- Aufwertung und Vergrößerung der öffentlichen Plätze
- Öffentliche Durchwegung von Höfen und Häuserblocks

Konkrete Aktionen

- Mobilitäts-HUB an der Ostseestraße
- Einbahnstraße/ Begegnungszone Gustav-Adolf-Straße
- Aufwertung und Vergrößerung Caligariplatz
- Fahrradstraße Heinersdorfer Straße

Verknüpfung mit Kiez-Festival 2020

- Symbolisches Aufzeigen der Lösungsvorschläge vor Ort (z.B. durch urbanistische Interventionen)
- Erstellung eines Atlases von konkreten Umsetzungsvorschlägen

Akteure/Partner*innen

- Stadtrat für Stadtentwicklung
- BVV Ausschuss für Stadtentwicklung
- Örtliche MdB und MdA
- Stern AG, Sanierungsträger in spe
- Brotfabrik
- Kunsthochschule Weißensee
- Akteure der Caligari Camp Challenge

Ansprechpartner:

Andreas Domke, IGWS e.V.

Handlungsfeld “Grünraum für Begegnung & Bewegung”

Vision

Bis 2030 wollen wir ein „**grünes Band**“ **durch Weißensee** führen, um von der Spitze bis zum Stadtrand zahlreiche **Aktivitäten der Begegnung und Bewegung** zu ermöglichen.

Ein Spaziergang vom Caligariplatz durch die Ruthenbergschen Höfe zum Weißen See führt durch „essbare“ Straßen und geöffnete Höfe, Spielstraßen mit Urban Gardening und verkehrsberuhigte Zonen für Räder, Skates und andere CO2-freie Bewegungsmittel.

Herausforderungen

- Absprachen und Koordination mit Ämtern zur Umgestaltung öffentlicher Flächen
- Einigkeit der Nachbarschaft über die teilweise Umgestaltung von Parkplätzen in Grün- und Spielraum
- Verhandlung mit Wohnungsbaugesellschaften über die artenerhaltende Umgestaltung von Grünflächen (Stichwort: Blumenwiesen statt Rasen)

Ziele im Handlungsfeld

- Aktivierung des Bürger*innenengagements, z.B. durch Vergabe von Beetpatenschaften
- Nachhaltigkeit, Klima- und Naturschutz durch neue artenerhaltende Grünzonen sowie Bildungsangebote im Bereich Permakultur
- Bewegungs-, Naherholungs- und Spielangebot für jüngere und ältere Kinder und andere Altersgruppen durch die Umgestaltung öffentlicher Flächen

Konkrete Aktionen

- 2020: Gemeinschaftliche Planung und Umsetzung eines „Essbaren Nachbarschaftsgartens“ als Aktionsraum für „Urban Gardening“, Crossstrecke für Kinderfahrräder und weitere Ideen aus der Nachbarschaft auf der bezirkseigenen Fläche Lehderstraße / Goethestraße (FEIN Mittel wurden beantragt, siehe Antrag im Anhang)
- Bis 2025: Gemeinschaftliche Begrünung der unversiegelten Parkplätze in der Streustraße zwischen Goethestraße und Friesickestraße; Umwandlung dieses Straßenabschnitts in eine Spielstraße.

Mögliche Verknüpfung mit Kiez-Festival 2020

- Gemeinschaftliches Ernten der ersten Früchte des „Essbaren Nachbarschaftsgartens“
- Gartenkonzert
- Wettbewerb auf der Crossstrecke für Kinderfahrräder im „Essbaren Nachbarschaftsgarten“

Akteure/Partner*innen

Zur Unterstützung des „Essbaren Nachbarschaftsgartens“ liegen von folgenden Partner*innen Letters of Intent vor: Peace of Land / Permakulturinstitut e.V., Baufachfrau Berlin e.V., Insel Weißensee und Frei-Zeit-Haus e.V.. Weitere Kooperationen sind mündlich zugesichert: Prinzessinnengarten, BENN, Brotfabrik/ Glashaus e.V..

Vernetzung mit anderen Handlungsfeldern

Der gemeinsam gestaltete Grünraum fördert nachbarschaftliches Engagement, Zusammengehörigkeit und Zugehörigkeit, sowie entspannte und gefahrlose Mobilität auf CO2-freien Bewegungsmitteln.

Ansprechpartnerin:

Damaris Schmitz, Nachbarin und Partnerin der Agentur Artefakt Kulturkonzepte

Handlungsfeld: “Zugehörigkeit”

Vision für das Handlungsfeld:

- Unsere Vision ist die **Unterschiedlichkeit der Nachbarn als Vielfalt zu empfinden**, um gute Nachbarschaften aufzubauen und **gemeinsam aktiv** zu sein.
- Zugehörigkeit und das Identifizieren mit dem Kiez der Weißenseer Spitze sind zudem die Basis für soziale Lösungen in unserem Kiez.

Herausforderungen:

- unterschiedliche soziale Milieus zusammenzuführen
- die **Angst vor Veränderungen** und Gentrifizierung nehmen
- dauerhaft Aktive zu finden

Ziele in dem Handlungsfeld:

- ein **Nachbarschaftszentrum** mit kulturellem Schwerpunkt
- durch lokale Vernetzung der Kiez-Nachbarschaft mehr Kommunikation und Information für Kiez-Aktionen auf den Straßen, in Höfen, Clubs
- durch viele gemeinsame Aktivitäten im und für den Kiez wächst der Sinn für die Gemeinschaft

Konkrete Aktionen:

- Kiez-Festival 2020 zum Mitmachen für alle, Vorstellen und Multiplikator für sämtlich folgende Aktionen
- interaktive Vernetzungsplattform
- Einweihung des Kunstwerks **Universe Light Bridge** als Zeichen der Weltoffenheit Weißensees zur 100-jährigen Jubiläumsfeier des Films “**Das Cabinet des Dr. Caligari**”

Kiez-Festival 2020:

Dieses Kiez-Festival soll den Weißenseern zeigen, was alles in ihrem Kiez steckt.

- das Öffnen der Ruthenbergschen Höfe mit ihren Kunst- und Handwerk-Potentialen
- Straßenkonzept-Ideen visualisieren
- den “Essbaren Nachbarschaftsgarten” einweihen
- Infos/Ideen wie jeder selber mitgestalten und Hand anlegen kann

Ansprechpartnerin:

Marion Koch, Vorstandsvorsitzende IGWS e.V. und Gründerin der Opern Akademie Berlin e.V.,
Anastasia Gitt, BENN - “Berlin Entwickelt Neue Nachbarschaften”

Handlungsfeld: Wirtschaftliche Nachhaltigkeit & Wirtschaftliche Organisationsstruktur

Vision für das Handlungsfeld:

Die Weißenseer Spitze soll Berlins erstes Quartier werden, das sich mit einer Struktur selbstbestimmt organisiert, die

(a) die dauerhafte, gemeinschaftliche und gleichberechtigte Beteiligung von Anwohner*innen, Gewerbetreibenden, Immobilien- und Liegenschaftseigentümer*innen an der Quartiersentwicklung ermöglicht und sicherstellt sowie

(b) die teils weit gestreuten Interessen, Projekte und Anliegen der Beteiligten vermittelt, fokussiert und erfolgreich gegenüber Partnern, Politik, Verwaltung, Banken und Investoren vertreten lässt.

Ziele in dem Handlungsfeld:

- Sicherstellung einer nachhaltigen und verträglichen Gewerbe- und Immobilienentwicklung im ganzen Quartier
- Sicherung und weiterer Ausbau der Höfe für Gewerbe, Kommunikation, Kultur
- Stärkung der Quartiersidentität nach innen und außen

Konkrete Aktionen:

- Gründung der **“Erd- und Höfegenossenschaft Weißenseer Spitze”** (Arbeitstitel entstanden im Rahmen der “Kreativwerkstatt: Caligari Camp Challenge”) als Organisationsstruktur unter Beteiligung der Anwohner*innen, Gewerbetreibenden, Immobilien- und Liegenschaftseigentümer*innen vor Ort
- Berufung eines Gestaltungsbeirats (Bürgerbeiratsprinzip) und Erarbeitung eines Leitbilds für das Quartier (Gestaltung, Nutzung, Mischung, etc.)
- **Anmietung von leerstehenden Gewerbeflächen** und Vermietung an adäquate Gewerbetreibende bzw. Eigenbetrieb

Mögliche Verknüpfung mit Kiez-Festival 2020:

Das Kiez-Festival soll genutzt werden, um über die Chancen und Möglichkeiten einer Höfe- und Erdgenossenschaft zu informieren und zu diskutieren. Erste Schritte hin zu einer Gründung werden unternommen.

Im Rahmen des Kiez-Festivals können leerstehende Gewerbeeinheiten bespielt und so die Vision eines lebendigen Quartiers erfahrbar gemacht werden.

Akteure/Partner*innen:

Diese Idee ist aus einer Arbeitsgruppe in der Caligari Camp Kreativwerkstatt heraus geboren, erste Akteure sind Teilnehmer*innen der Werkstatt. Weitere sind in einem Prozess zu mobilisieren. Generell ist es wichtig, dass die Genossenschaft Akteurs-Vielfalt spiegelt und sowohl Bürger*innen als auch Gewerbetreibende, Immobilien- und Liegenschaftseigentümer*innen Mitglied werden.

Vernetzung mit anderen Handlungsfeldern:

Unsere Vision für eine nachhaltige Organisationsstruktur eines selbstbestimmten Quartiers bildet den Grundsatz und strukturellen Rahmen, um die Entwicklungen aller weiteren Handlungsfelder zu bündeln und im Sinne der Anwohner*innen, Gewerbetreibenden, Immobilien- und Liegenschaftseigentümer*innen sicherzustellen.

Ansprechpartner*innen:

Oliver Scheifinger (takfoo Architekten), Jeannette Merker und Laura Raber, EINSATEAM