

## **Projekt: „Münchner Machbarn“**

Vernetzung Münchner Initiativen und interessierter Bürger  
durch ein lokales Social-Web

### **I. Idee**

#### ***Wie alles begann ... die Website für Menschen, die gute Sachen machen***

Grün&Gloria – gute Sachen machen!“ ist ein Blog, der seit mehr als einem Jahr über Menschen informiert, die mit Ideen, Träumen und Zielen die Stadt voranbringen wollen. Wir haben diesen Menschen eine Plattform gegeben, einen Ort, an dem sich andere über sie informieren können. Aber wir hatten das Gefühl, das sei nicht genug. Die Akteure und Initiativen bräuchten wohl viel mehr. Vielleicht braucht München eine eigene soziale Plattform?

#### ***Die Initiative: Der Community-ThinkTank***

Um herauszufinden, ob dieses Gefühl wirklich zutrifft, haben in der zweiten Hälfte des Jahres 2013 das Projekt „Community-ThinkTank“ auf den Weg gebracht. Mit einer Finanzierung durch die Bürgerstiftung München, die anstiftung&ertomis, die Selbach Umweltstiftung sowie einer Crowdfunding-Kampagne bei startNext haben wir ein von externen Profis betreutes Workshop-Projekte zur Bedürfnisanalyse konzipiert.

Im November und Dezember fanden insgesamt drei Workshops mit jeweils 30 bis 50 Teilnehmern aus verschiedenen Kontexten statt, um über die Vision eines Social-Local-Web für München zu diskutieren.

#### ***Das Ergebnis: Aufbruchstimmung***

Das Votum der insgesamt fast 100 anwesenden Akteure nach der Veranstaltungsreihe war eindeutig. Der Wunsch nach einer Vernetzungsplattform ist deutlich geworden. „*Aufbruch. Horizont. Synergien. Wachsen*“. Mit diesen Worten beschrieben einige Teilnehmer in der Abschlussrunde ihre Gefühle nach den drei Treffen.

#### ***Die Akteure: Interdisziplinär***

Auf der Workshoptreffen wurde lange darüber diskutiert, unter welcher Bezeichnung sich die Teilnehmer aus der Ökoszene, der sozialen Bewegung, der Stadtgestaltung, der Kunst und Kultur, der Pädagogik, der Social Entrepreneur-Szene und der Studenten subsumieren würden. Und man einigte sich auf die unbefriedigende Beschreibung, Menschen, die gute Sachen machen. Das Goethe-Institut konzipierte zeitgleich eine internationale Reihe, die sich einer ähnlichen Personengruppe widmete und gab dem Kind einen Namen, der sofort einleuchtet: We-Traders.

In neun Punkten wurden vom Goethe-Institut die Gemeinsamkeiten skizziert, die sich mit dem Selbstbild der „Münchner Machbarn“ deutlich erkennbar deckt.

- # 1 We-Trades experimentieren mit neuen Formen des Austausches.
- # 2 We-Trades verflüssigen die Beziehung von Konsumenten und Produzenten.
- # 3 We-Trades arbeiten transversal und erzeugen nicht nur monetären, sondern auch sozialen, kulturellen, ökologischen, politischen Mehrwert.
- # 4 We-Trades redefinieren die Beziehung zwischen Wert, Gewinn und Gemeinwohl.
- # 5 We-Trades zeigen einen spielerischen Umgang mit den Strukturen und Regeln der Ökonomie.
- # 6 We-Trades produzieren konkrete Resultate in ihrem unmittelbaren städtischen Umfeld.
- # 7 We-Trades bringen neue Akteurskonstellationen in Prozesse der Stadtentwicklung.
- # 8 We-Trades markieren den Übergang vom Mitbestimmen zum Mitmachen.
- # 9 Jede und jeder kann We-Trader werden!

## II. Teilnehmer

Eine Auswahl der Teilnehmerliste der jeweils dreistündigen ThinkTank-Workshops im November und Dezember 2013:

Adrian Sölch	<a href="#">M95.5</a>
Alicia Bilanz	Verein Ackermannbote (Engagement für Nachbarschaftsleben)
Andrea Baier	Anstiftung & Ertomis
Anja Junghans	Urbanauten
Anne-Isabelle Zils	Kulturraum München
Anuschka Linse	HUIJ
Brigitta Kerber	ÖBZ München
Brigitte Felzmann	Green Event Finder
Britta Coy	Ente 39
Britta-Marei Lanzenberger	Green Event Finder
Christian Suchomel	ÖBZ München
Christina Freiberg	
Christine Leyermann	Guerilla Gärtner
Christopher Sauer	BenE München
Daniel Reitmeier	Green City
Daniel Überall	<a href="#">Anstiftung &amp; Ertomis, Kartoffelkombinat</a>
Daniel Zimmermann	<a href="#">Idealistischer Salon, Lifeguide München</a>
Daniela Gaßmann	Grün&Gloria
David Weingartner	<a href="#">Quishare</a>
Elena Janker	little ART
Erinn Carstens	Plattform
Franz Kies	SolnX e.V.
Frederic Singer	Plattform
Gitte Günther	Climate Dance - Cheerleading für den Klimaschutz
Hanno Langfelder	Deep Dialogue
Heiner Leitl	Lifeguide, Tiefenökologischer Kreis
Helmut Paschlau	Umwelt Akademie
Ina Hemmelmann	Die Rausfrauen
Jakob Assmann	Polarstern
Joachim Mosthof	
Jonas Rottler	Transition ÖBZ, Krautgarten Forum
Joscha Lautner	Impact Hub Munich
Judith Müller	Green City
Julia Rabus	Radio Feuerwerk
Karim Hamdi	<a href="#">Make Germany/ FABBEQ</a>
Katharina Andrelang	Die Umwelt-Akademie
Kati Landsiedel	Idealistischer Salon
Katrin Peters	Daily Difference
Linn Quante	Creative Nite, Knite Nite
Marco Eisenack	Grün&Gloria
Markus Mitterer	Rehab Republic
Marlene Hinterwinkler	Genussgemeinschaft Städter + Bauern
Matthias Kühn	Radio Lora
Maziar Amiri	

Nikolaus Teixeira	
Paul Bickelbacher	Fuss e.V., ADFC e.VV., SRL
Peter Wehner	
Petra Wähnin	Genussgemeinschaft SOLAWI
Philip Röder	Wohnen trotz München
Reiner Schmidt	GenE/ BenE
Sandro Langholz	Sichtbarmacher/ Filme
Silvia Angel	Hochschule
Simone Graber	Luxusbaba Recyclingmode (HeimatPunk & Luxusbaba)
Siris Emanuel	Heart Tribe
Thomas Pfeiffer	Grüne
Torsten Mertz	Oekom
Uli Find	Radio Feuerwerk
Ulrike Widmer-Thiel	Ulrikes Gärten
Ursula Liepelt	Grün&Gloria
Verena Hammes	Idealistischer Salon

### III. Leistungskatalog: Die Bedürfnisse der Münchner Akteure

Was braucht ein Portal, damit es die Akteure einerseits wirklich nutzen und sich auch selber dort präsentieren? Diese Frage hat die Community intensiv diskutiert, um konkrete Ansprüche an Tools und Design entwickelt.

#### ***Matching – eine Partnerbörse für die aktiven Bürger dieser Stadt***

So viele unterschiedliche Initiativen und Organisationen, Mitglieder und Engagierte, Veranstaltungen und Aktionen – den größten Mehrwert liefert bei dieser unübersichtlichen Fülle eine Plattform, die dem Nutzer sagt: Wer und was passt zu mir? Vergleichbar mit einem Dating-Portal soll die Web-Community den User mit Hilfe von verschiedenen Tools **Personen** (siehe auch *Personen*) und **Themen** (siehe auch *Börse* und *Ideen*) vorschlagen, die zu seinem Interesse passen. Daher werden Organisationen, Initiativen und Personen **mit Tags (Schlagworten)** wie z.B. Urban Gardening, Stadtimker, DIY, Kunst, etc. versehen.

#### ***Karte – interaktive Karte der guten Orte***

Interaktive Karten liefern einen schnellen Überblick, was in der räumlichen Nähe zu finden ist und erleichtern dadurch die direkte Teilnahme vor Ort. Für München wird eine Karte gewünscht, die verschiedene Kategorien enthält und dann wahlweise gefiltert werden kann. So sind die Kategorien Veranstaltungsorte, Seminarräume, Stadtgärten, Wochenmärkte, Werkstätten, Events, Ansprechpartner, etc. einzeln abrufbar. „Wir wollen räumliche und zeitliche Elemente verknüpfen, betont Verena Hammes vom [Idealistischen Salon](#): Wenn Veranstaltungen automatisch auf der Karte erscheinen, lässt sich ganz einfach herausfinden, wo und wann was los ist.“

#### ***Übersichtlichkeit – Usability entscheidet über den Erfolg***

Nicht suchen, sondern finden – nach diesem Motto hat sich die Community Gedanken über eine benutzerfreundliche Aufbereitung der Inhalte gemacht. Fest stand, das Portal kann nur dann ein Erfolg werden, wenn die User die Möglichkeit haben, unkompliziert und direkt eigene Beiträge zu erstellen. Zudem muss das Design des Portals modern und schön anzusehen sein, um zur Nutzung zu motivieren. Die Relevanz eines schlüssigen Designs betont [lifeguide](#)-Mitarbeiter Heiner Leitl: „Hier finden sich über 30 unterschiedliche Leute zusammen. Wenn wir unseren Zweck erfüllen wollen, dann müssen wir unsere Website übersichtlich gestalten.“ Wesentliche Elemente dafür sind Kategorien in verschiedenen Farben, Icons, Verschlagwortung und eine übersichtliche Struktur mit wenigen Kategorien.

### ***Kalender – endlich einer für alle!***

Wie sieht ein Kalender aus, der das Leben einfacher macht? Diese Frage halten die Thinktank-Teilnehmer für essentiell, bei all den Terminen und Kalendern der verschiedenen Organisationen. Jeder Münchner Akteur soll Veranstaltungen nach einem einheitlichen Beschreibungsmuster eintragen können und ihn mit anderen Kalendern kombinieren können. „Unser Wunsch ist es, einen Referenzkalender zu bilden, indem sich alle unter einem Dach vertreten können“, fasst Katrin Peters zusammen. Besonders hilfreich wäre dieser mit einer integrierten Bewertungsfunktion – natürlich unter Einhaltung der Netiquette – und sichtbaren Teilnehmerlisten für die Events.

### ***Personen – finden auch ohne Facebook***

Den akteursbezogenen Teil des Matching-Konzeptes hat eine Gruppe von Teilnehmern um Torsten Merz vom [oekom Verein](#) ausgetüftelt. „Wir wollen einen Kompetenzatlas, eine Personenbörse für Engagierte. Für Freiwillige, aber auch für professionell Arbeitende“, fordert er. Wie der aussehen soll? Über eine Suchmaske, über Projekte, über die Börse und eine Stadtteilkarte gelangt man zu den Mitgliedern der Community. Wichtig ist dabei, dass kommerzielle Interessen offen gelegt werden.

### ***Organisationen und Projekte – wissen was geht***

Ein weiteres Muss für eine Website mit Matching-Prinzip ist die Aufbereitung der unterschiedlichen Initiativen und Aktionen. „Uns geht es zum einen darum eigene Projekt zu präsentieren, wir wollen uns aber auch über andere Projekte zu informieren“, fasst Christian Suchomel vom [ÖBZ](#) zusammen. Eine hierarchische Strukturierung, geordnet nach Projekten, Subprojekten und Personen soll einen guten Überblick gewährleisten. Mit Verlinkungen, Verschlagwortung und der Einordnung auf einer Karte können wir eine Vielzahl von Initiativen und Aktionen benutzerfreundlich aufbereiten. Gegensätzliche Meinungen gab es zu der Frage, ob User die vorgestellten Initiativen und Organisationen auch bewerten oder benoten sollten.

### ***Börse – austauschen mit Nachbarn***

Wer bietet unserem Gastredner seine Ausziehcouch an? Wer leiht mir eine Gartenschaufel für die anstehende Guerilla Gardening-Aktion? Wer hat Ambitionen als Babysitter? Weil sich die Akteure für ein zukunftsfähigeres München solche Fragen ständig stellen müssen, wünschen sie sich eine Börse für alle möglichen Dienstleistungen und Dinge, für Angebote und – gestaltet nach dem Matching-Prinzip. „Wir wollen eine Community-Plattform, auf der wir unsere Synergie-Effekte teilen können“, meint Katja Bachert von [Green City](#). Wert legen die Münchner auf eine übersichtliche Aufbereitung und die Verknüpfung mit der Karte – schließlich wollen wir unsere Gartenschaufel ja nicht am anderen Ende der Stadt abholen.

### ***Ideen – ein Bergwerk für gute Einfälle***

Viel zu wenig Zeit für viel zu viele gute Ideen – wer kennt das nicht? Die Community-Plattform soll es ermöglichen, Einfälle an andere weiterzugeben oder Mitstreiter für die eigenen Pläne zu finden. In eine Maske müsste man dazu nur Ziele, die benötigte Zeit, Materialien und Fähigkeiten eintragen und schon würden die Börse und das Personen-Netzwerk passende Treffer ausspucken – nach dem Prinzip einer Dating-Plattform. „Gibt es das schon oder muss das unbedingt sein, weil das die beste Idee ever ist?“, sollte das Portal für Kati Landsiedel vom [Idealistischen Salon](#) außerdem beantworten. Eine Bewertungsfunktion kann das gewünschte Feedback liefern.

### ***Technische Möglichkeiten – vieles ist machbar***

Technische Kniffe erlauben es der Community, sich effektiv zu vernetzen. Wie viel Open Source braucht es dazu? Welche anderen sozialen Netzwerke wollen wir miteinbeziehen? Bei der Beantwortung dieser Fragen legte Karim Hamdi von [Make Munich](#) vor allem Wert auf die einfache Bedienbarkeit: „Die Aufgabe wird es sein, Online-Tools für Laien auszuarbeiten, um die Einstiegsbarrieren so niedrig wie möglich zu halten.“

### **Die Erfolgsfaktoren eines lokalen Social-Web – USPs auf einen Blick**

- die Lücke: Großes **Bedürfnis der Initiativen** an den geforderten Leistungen
- die Alternative: **Abkehr von kommerziellen Anbietern** wie Facebook
- von und für alle: **übergreifende Vernetzung** durch unabhängigen „Dachverein“
- neue Ufer: **Vernetzung von Kreisen**, die vorher nicht in Kontakt standen
- lokale Verwurzelung: **Aktionen und Treffen** im realen München als Bestandteil
- neue Möglichkeiten: Ausschöpfen der **technischen OpenSource-Quellen**
- modernes Design: zeitgemäße Optik und Rücksicht auf die mobile Nutzung
- absolut praktisch: **großer Mehrwert durch Matching-Funktion**: Wer passt zu mir?
- keep it simple: **Einfache Bedienbarkeit** und keine komplizierte Website-Struktur
- die Relevanz: stadtweite Vernetzung und Kooperationen schaffen Öffentlichkeit

### **IV. Die große Frage: Wer wird der Träger?**

Ein wichtiges Ergebnis der Workshops ist die Klarheit über die bestmögliche Struktur. So war man sich einig, dass das Portal im Idealfall gemeinnützig ist und von einem Verein betrieben wird, an dem die wichtigsten Akteure, Initiativen und Stiftungen der Stadt beteiligt sind. Es macht auch keinen Sinn, das Portal an die bestehende Marke Grün&Gloria anzudocken, da die gewünschten Funktionen nichts mit der heutigen Seite zu tun haben. Marco Eisenack hat von den Teilnehmern den Auftrag erhalten, die Fördermöglichkeiten zu sondieren, um ggf. im nächsten Schritt die Schritte zu einer Vereinsgründung in die Wege zu leiten.

Für die Entwicklung und Realisierung gehen wir von folgendem Finanzbedarf aus.

Konzeption:	5.000.-
Programmierung:	10.000.-
Design:	5.000.-

#### **Ein möglicher Partner: BenE!**

Als Alternative zur Gründung eines neuen gemeinnützigen Vereins, bietet sich auch die Kooperation mit einem öffentlichen Träger an. So spart das Projekt Ressourcen und kann auf vorhandene Strukturen aufbauen. Von den Akteuren wurde auf den ThinkTank-Veranstaltungen allerdings das Problem definiert, dass ein bestehender Träger mit dem Problem zu kämpfen haben könnte, als „Konkurrenz“ wahrgenommen zu werden.

BenE erscheint hier als große Ausnahme: Die komplexe Netzwerk-Struktur könnte hier ein großer Vorteil sein. Durch die zugewiesene Aufgabe der Netzwerkförderung in unserer Stadt eignet sich BenE besonders gut als möglicher Träger. Mit dem neuen Portal könnte auch der Gründungszweck unterstützt werden, Bildungsangebote im Bereich der nachhaltigen Entwicklung zu entwickeln, zu stärken, besser zu vermarkten und bei den Bildungsträgern fest zu etablieren.

*Erst kürzlich war zu lesen, dass die Ergebnisse des Zukunftslabors des Deutschen Nachhaltigkeitsrates (25.10.2013) ergeben haben, dass „die lokalen Akteure vor Ort oftmals zu wenig Kenntnis über vorhandene Netzwerkstrukturen haben. Insofern könnte als eine Lösung ein neutraler Netzwerk-Knoten, beispielsweise angegliedert an eine Kommune oder Universität, vorhandenes Wissen und Handeln für alle sinnvoll erschließen. Die Idee knüpft an das Konzept von regionalen Bildungslandschaften an.“*

So wäre vorstellbar, dass BenE das Projekt federführend initiiert, um einen solchen neutralen Netzwerkknoten im digitalen Raum zu schaffen. Um die Ressourcen von BenE nicht zu überfordern, könnte die dauerhafte Betreuung des Portals als Auftrag extern vergeben werden. Der Vorteil für BenE: Das Bündnis könnte durch das Portal seine eigene Netzwerkarbeit erleichtern. So hätte BenE mit dem Portal ein wichtiges Instrument für die Umsetzung der eigenen Ziele zur Hand.

Um voran zu kommen, müsste im nächsten Schritt das Konzept des Details im Detail ausgearbeitet werden. Um die Anforderungen inhaltlich und grafisch so auszuarbeiten, dass im zweiten Schritt die grafischen Entwürfe entwickelt und im dritten Schritt die technischen Voraussetzungen programmiert werden können, wären 5.000.- Euro notwendig.

Um die Dynamik am Laufen zu halten, wurden von den Teilnehmern des ThinkTanks online und offline bereits konkrete Projekte in Angriff genommen. So wurde unter anderem eine Facebook-Gruppe gegründet, in der sich einige Teilnehmer unter dem Motto „Münchner Machbarn“ zusammengefunden haben, um sich direkt über We-Trader-Themen auszutauschen. Offline wurden drei Arbeitsgruppen gegründet, die sich mit verschiedenen Konzepten (Picknick-Flashmob, Gründung eines Repair-Cafes und Initiierung einer NerdNite-Reihe für grüne Projekte) für die Vernetzung der Szene engagieren wollen.

Kontakt:

Marco Eisenack

[Marco.eisenack@textbau.com](mailto:Marco.eisenack@textbau.com)

Tel 089 21 66 50 55