

Migrants **4**

Cities



Willkommene Perspektiven

**UrbanLab#8:
Business Modelling**

Dokumentation



Foto: Martina Trapani, 2018



4. Arbeitsgruppe ‚Mobilität‘

Wie gestalten wir eine nachhaltige und komfortable
Mobilität in Mannheim?

Mobilität – Menschen²! Straßenräume neu nutzen

Ziele des Business Modelling

Die Lösung „Menschen²! - Straßenräume neu nutzen“ umschreibt ein Ziel und stellt eher einen Prozess und eine Herangehensweise zur Erreichung des Ziels dar, als ein endgültiges und klar fassbares „Produkt“. Das Ziel ist dabei, Straßenräume anders zu nutzen, mit mehr Raum für Aufenthalt und Aktivverkehr. Der Prozess umschreibt, wie dies schrittweise und mit temporären Maßnahmen geschehen kann. Die Arbeitsgruppe hat dies anhand der Kunststraße durchgespielt und verschiedene kommunikative Bausteine

entwickelt, die in einem solchen Prozess genutzt werden können. Die entwickelte Lösung bildet somit einen Rahmen, der je nachdem, um welchen Ort und welche Straße es im Einzelnen geht, entsprechend spezifisch angepasst werden muss. Die Idee, Straßenräume anders zu nutzen, kann sowohl von der Stadt als Institution als auch von privaten Initiativen aufgegriffen und umgesetzt werden. Die Lösung der Arbeitsgruppe mit der Beschreibung eines solchen Prozesses und den kommunikativen Bausteinen kann

dafür eine Grundlage bieten.

Die Tatsache, dass es keinen eindeutigen „Träger“ oder „Betreiber“ für die Lösung gibt, stellt für das Business Modelling eine Herausforderung dar, die nicht abschließend geklärt werden konnte. Daher ging das Team zunächst davon aus, dass ein Akteur wie die Stadtverwaltung oder eine Nachbarschaftsinitiative den Prozess aufgreift und erarbeitete das Geschäftsmodell aus Sicht dieser potenziellen Träger.

Das Geschäftsmodell

Nutzer-/ Zielgruppen

Folgende Hauptzielgruppen werden mit der Lösung angesprochen:

- a. Anlieger einer Straße, die umgenutzt werden soll
- b. Gewerbetreibende einer Straße, die umgenutzt werden soll
- c. Bewohner*innen Mannheims
- d. Besucher*innen von außerhalb

Mehrwert und Nutzen

Straßen, in denen mehr Raum für Menschen statt für Autos zur Verfügung steht, zeichnen sich durch eine wesentlich höhere Aufenthaltsqualität aus und haben einen höheren Freizeitwert. Eine entsprechende Umgestaltung beeinflusst auch das Stadtbild positiv. All diese Faktoren tragen dazu bei, dass Standorte at-

traktiver werden und Menschen sich dort länger aufhalten. Für Gewerbetreibende bedeutet das potenziell mehr Kundschaft und mehr Umsatz. Geht man von dauerhaften bzw. großflächigeren Umgestaltungen aus, können diese zudem zur Reduktion von Emissionen beitragen, was sich positiv auf Umwelt und Gesundheit auswirkt.

Kanäle

Die Kanäle zur Ansprache der Zielgruppen umfassen alle Kanäle einer politisch motivierten Kampagne. Hierbei werden zahlreiche Kanäle genutzt:

- Temporäre, kleinräumige Interventionen (z.B. ähnlich wie Parking Day), um Aufmerksamkeit zu schaffen und Mitstreiter*innen zu gewinnen.
- Die Aktivierung von Anliegern (Anwohner*innen, Gewerbetreibende u.a.) erfordert zudem eine persönliche Ansprache.
- Über Veranstaltungen (z.B. Monnem Bike), auf denen die Idee kommuniziert wird, Meinungen eingefangen und ebenfalls Mitstreiter*innen gewonnen werden.
- Daneben können Multiplikator*innen und Influencer hilfreich sein.
- Kanäle der sozialen Medien und andere Onlinemedien, um die Reichweite zu erhöhen.
- Informationsmaterial und Anschauungsmaterial zur gezielten Verbreitung von Informationen.

Beziehungen mit Nutzer*innen

Die Beziehung mit den Nutzer*innen variiert zwischen den Zielgruppen: Anwohner*innen und Gewerbetrei-

bende der jeweiligen Straße sind aktiv in den Umnutzungsprozess eingebunden, gestalten diesen und setzen im Rahmen vorliegender Genehmigungen ihre Ideen für neue Nutzungen und Gestaltungen selbst um. Auch die Bewohner*innen Mannheims werden über bestimmte Beteiligungsformate eingebunden, die persönlich oder online organisiert sind. Mit Besucher*innen von außerhalb ist die Beziehung eher indirekt und besteht primär über kommunikative Kanäle.

Einnahmen

Neben monetären Einnahmen über Sponsor*innen und Fördermittel werden auch wichtige nicht monetäre Werte geschaffen, die im städtischen Kontext ebenfalls zu berücksichtigen sind. Aus Sicht der Stadt könnten langfristig auch Einnahmen über erhöhte Gewerbesteuererinnahmen und Sondernutzungsgebühren erwartet werden.

Schlüsselressourcen

Eine wesentliche Schlüsselressource ist Zeit, die es sicherlich benötigen wird, um entsprechende Maßnahmen umzusetzen. Es braucht

Personal, einerseits in Form einer „Projektleitung“, die den Umsetzungsprozess und alle beteiligten Akteure koordiniert und Kommunikationsprozesse managt sowie andererseits in Form der lokalen Umsetzungspartner, die sich in diesen Prozess einbringen.

Schlüsselaktivitäten

Folgende Schritte sind durchzuführen, teils parallel, teils hintereinander:

- Akteure und Umsetzungspartner vor Ort aktivieren und einbinden (persönlich ansprechen, gemeinsame Workshops durchführen)
- Gemeinderat und alle notwendigen Ressorts in der Verwaltung involvieren (und Bezüge zu aktuellen Entwicklungen wie dem Leitbildprozess herstellen; Genehmigungen einholen)
- Kleinere Interventionen umsetzen
- Machbarkeit einer temporären Umnutzung prüfen
- Bespielung der Straße im Detail planen (Wer? Was? Für wen? Wie lange? Wann? Wie?)
- Kommunikation über die Maßnahme
- Umsetzung der temporären Umnutzung einer Straße

- Evaluation
- Zeitliche und räumliche Ausdehnung der Interventionen anschieben

Schlüsselpartner

Die Umsetzung der Lösung erfordert ein hohes Maß an Vernetzung und Kommunikation und basiert auf einer breiten Einbindung von Schlüsselpartnern aus den verschiedensten Bereichen. Welche Akteure im Einzelnen einzubinden sind, hängt davon ab, wer den Prozess initiiert und um welche Straße es geht. Für das Beispiel der Kunststraße wurden folgende Partner identifiziert:

- Lokale Interessensgemeinschaften, Bürgervereine und Händlergemeinschaften

- Dezernat IV
- Fachbereich Sicherheit und Ordnung
- Bezirksbeirat
- Gemeinderat
- Mobilitätsdienstleistende (mv, Carsharing-, Bikesharing-, Lastenrad-Sharing-Anbieter)
- Kommunikationspartner (z.B. Kompetenzzentrum Virtual Engineering Rhein-Neckar für 3D-Erlebnis)
- Verbände aus dem Umweltbereich und dem Bereich Mobilität
- Klimaschutzleitstelle und Klimaschutzagentur

Ausgaben

Ausgaben entstehen maßgeblich durch

- (Ggf.) Personalkosten für ein Projektmanagement,
- Kosten für Kommunikationsmaßnahmen,
- die Durchführung von Workshops zur Einbindung verschiedener Akteure,
- die Teilnahme an Veranstaltungen,
- die Implementierung alternativer Mobilitätsangebote,
- (temporäre) bauliche Maßnahmen,
- Instandhaltung (z.B. von Stadtmöblierung oder Begrünung)

Das 3D-Business Modell

Durch das Lego-Modell wurden zwei Elemente deutlich, die Grundvoraussetzungen für die Umsetzung der Lösung sind: Die notwendige Vernetzung und Einbindung zahlreicher Akteure, die die Umnutzung

selbst aktiv mitgestalten sollen sowie die die Notwendigkeit einer starken „Projektleitung“, die diese Vernetzung und die Umsetzung koordiniert. Auch die Bezüge zu ohnehin laufenden Prozessen und Zielen der Stad-

entwicklung in Mannheim wurden beim Bau des Modells noch einmal deutlicher.

Ausblick: Was gilt es noch zu klären?

Für das weitere Vorgehen sollte innerhalb der Gruppe noch einmal final geklärt werden, was genau die Lösung bzw. das entwickelte „Produkt“ umfasst und wer einen solchen Prozess tatsächlich initiieren und tragen könnte. Muss es tatsächlich immer die Stadt sein? Und wenn ja, ist es von der Politik oder von der

Verwaltung initiiert? Oder kann ein entsprechender Prozess nicht auch von privaten Initiativen o.ä. initiiert werden? Welche Konsequenzen gehen jeweils damit einher?





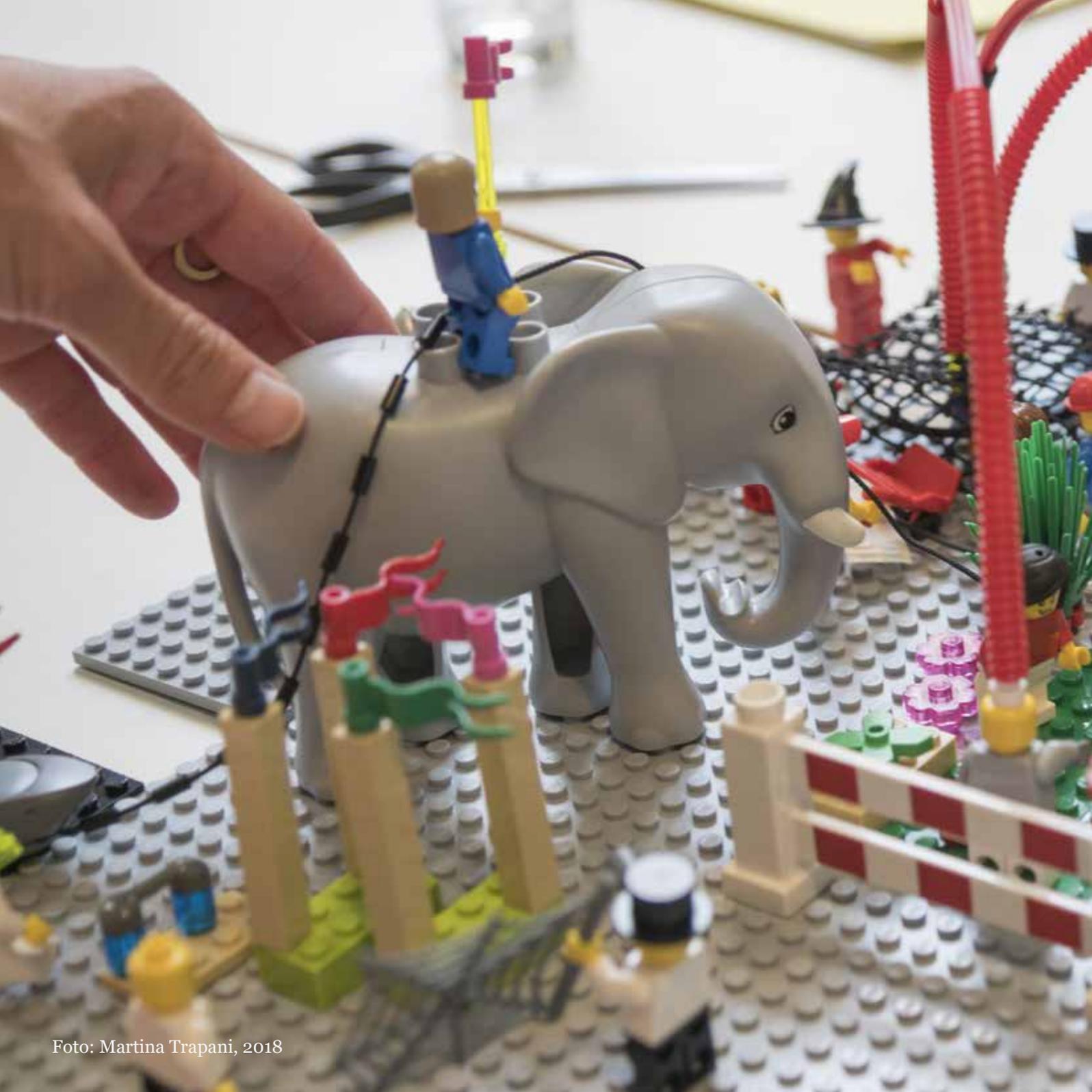


Foto: Martina Trapani, 2018





Foto: New York, Terabass, auf Wikipedia, CC BY-SA 3.0

MOBILITÄT **im Fokus**

... ein Blick in die Welt

Vorreiter für die grüne Stadt

Eine der Vorreiter-Städte auf dem Weg zur grünen Stadt ist New York.

Bereits 2009 sperrte die Stadt den Verkehrsknotenpunkt Time Square und wandelte die Straße zwischen der 42. Und 47. Straße in eine Fußgängerzone um. Außer Fußgängern dürfen sich hier nur noch Fahrrad- und Rollschuhfahrer bewegen. Auch an anderen Orten in der Stadt werden Straßenbereiche für den Autoverkehr gesperrt, um neue Aufenthaltsräume zu schaffen – meist zunächst durch temporäre Maßnahmen und bei Erfolg auch dauerhaft.

◇ <http://www.nyc.gov/html/dot/html/pedestrians/nyc-plaza-program.shtml>

Barcelona/Spanien

Barcelona testet seit 2018 ein neues Verkehrskonzept im Hightech-Viertel 22@. In sogenannten „Superblocks“ der Größe 400 x 400 m werden Straßen innerhalb der Blocks für motorisierte Verkehrsmittel weitgehend gesperrt (nur Ausnahmen sind erlaubt) und Parken im Straßenraum wird ebenfalls verboten. So wird durch eine durchdachte Straßenführung, Tempolimits und Hindernisse der Durchgangsverkehr radikal minimiert. Neue Radwege zeigen den Radfahrer*innen an wieviel Co2-Ausstoß sie mit ihrer Fahrt eingespart haben. Und eine App übermittelt Daten über das Verkehrsverhalten der Teilnehmenden an Umweltstationen. Zur Belohnung gibt es Vergünstigungen in den umliegenden Geschäften.

◇ www.bcnecologia.net/en/conceptual-model/superblocks

STADT MANNHEIM ²

Stadt Mannheim
Referat Strategische Steuerung
Rathaus E5
68159 Mannheim
www.mannheim.de

inter3
INSTITUT FÜR RESSOURCENMANAGEMENT

inter 3 GmbH
Institut für Ressourcenmanagement
Otto-Suhr-Allee 59
10585 Berlin
www.inter3.de

Technische
Universität
Berlin



**Institut für Stadt-
und Regionalplanung**
Fachgebiet Bestandsentwicklung
und Erneuerung von
Siedlungseinheiten
www.isr.tu-berlin.de

www.migrants4cities.de

Mannheim/Berlin 2018