



Sofortmaßnahmen für eine Smart-City-Strategie

Ein Leitfaden am Beispiel Smart Gaarden

Smart Gaarden

Ein Förderprojekt
der SMARTEN KIEL REGION



“Ziel der Digitalisierung muss es sein, Werkzeuge zu entwickeln, die das Leben der Menschen erleichtern und verbessern.”
Wolfgang Schulz

In diesem Sinne entstand die Initiative Smart Gaarden anlässlich der ersten Digitalen Woche Kiel. Dabei versteht sich die Initiative Smart Gaarden als Plattform, um für die Gaardener*innen die Digitalisierung erfassbarer zu machen und einer möglichen digitalen Spaltung der Gesellschaft vorzubeugen.

Mit der Förderung als Sofortmaßnahme Smart Gaarden im Rahmen der Smarten KielRegion bestand nunmehr die Chance, die digitale Lebenswelt in Gaarden vertiefend zu erkunden und Möglichkeiten der Verbesserung des Lebens mit digitalen Werkzeugen zu erproben und aufzuzeigen. Die Vorgehensweise und Ergebnisse im Rahmen der zeitlich befristeten Förderung zur Entwicklung einer Strategie der Smarten KielRegion spiegelt dieser Handlungsleitfaden wider.

Wir aus dem Team der Smarten KielRegion freuen uns sehr über die tollen Ergebnisse aus den unterschiedlichen Beteiligungsformaten mit denen ganz unterschiedliche Zielgruppen in Gaarden erreicht wurden.

Unser Anspruch ist es die Chancen der Digitalisierung allen Menschen näher zu bringen und die Teilhabe an neuen digitalen Projekten zu ermöglichen. Beispiele wie das Digitalcafé, die digitale Schnitzeljagd, der Minecraft Workshop oder das digitale Schaufenster zeigen, dass das möglich ist, aber dafür neue Wege gegangen werden müssen.

Dies alles wäre nicht möglich gewesen, ohne das große Engagement der Initiative Smart Gaarden und des Team Smart Gaarden! Vielen Dank für die produktive Zusammenarbeit und die tollen Impulse, die dadurch mit in die Strategie der Smarten KielRegion eingeflossen sind.

Wolfgang Schulz
(Sofortmaßnahme
Smart Gaarden)

Simon Radtke
(Smarte KielRegion)



● Inhalt

- 3 **Vorwort**
- 5 **Inhalt**
- 6 **Unser Projekt – ein Leitfaden für Sofortmaßnahmen**
Smart Gaarden – Smart City
Wie Stadtteile und kleine Kommunen die Digitalisierung vorantreiben können
- 8 **Schwerpunkträume + Zielgruppen**
3 Schwerpunkte – Bedarf herrscht überall
*Wo wir mit unseren Bürger*innen in Verbindung kamen*
4 Zielgruppen – von Kulturen, Sprachen + Diversität
Wie wir auch unterschiedliche Milieus erreichen konnten
- 12 **Die 3+1 Phasen des Projekts**
Phase 0 – viele Fragen und Gespräche
Wie wir den Bedarf der Zielgruppen ermittelt haben
Phase 1 – erste Interaktionen
Mit welchen Aktionen wir eingestiegen sind
Phase 2 – Workshops & Prototypen
Wie wir die Menschen zusammengebracht haben
Phase 3 – Analyse & Reflektion
Was wir aus den Aktionen gelernt haben
- 20 **Erkenntnisse**
Fünf Grundsätze – neue Denkanstöße
Wo wir bei der Digitalisierung ansetzen müssen
- 22 **Besondere Rahmenbedingungen in Gaarden**
Andere Stadt – andere Bedingungen
Warum jede Region ihre eigenen Herausforderungen hat
- 24 **Unsere Handlungsempfehlungen**
Einfache Maßnahmen – sinnvolle Instrumente
Welche Vorschläge wir für die gesamte Region haben
- 30 **Smart City – große Herausforderungen**
Warum Digitalisierung dennoch alternativlos ist

Ein Projekt von:



ein Projekt für die Kreise Plön und Rendsburg-Eckernförde sowie die Landeshauptstadt Kiel

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages



Unser Projekt – ein Leitfaden für Sofortmaßnahmen

Digitalisierung und Smart City. Zwei Begriffe, die inzwischen aus der Stadtentwicklung gar nicht mehr wegzudenken sind. Allerdings sind diese beiden Begriffe nicht nur für Metropolen oder Großstädte wichtig, sondern auch für kleinere Gemeinden oder Stadtteile. Gerade dort, wo nicht die großen Unternehmen oder finanzstarken Unternehmer sitzen, die Projekte ohnehin vorantreiben, ist es wichtig, diese beiden Punkte nicht zu vernachlässigen.

So haben sich auch die Verantwortlichen des Projekts „Smart Gaarden“ seit Ende 2021 mit der Fragestellung beschäftigt, welche neuen digitalen oder modernen analogen Werkzeuge es gibt, um ihren Stadtteil besser zu vernetzen, ein größeres digitales Verständnis zu schaffen und somit auch ein besseres Miteinander im Stadtteil zu erreichen. Gemeinsam mit den Menschen in Gaarden wurden Lösungen erarbeitet, wie mithilfe der Digitalisierung die Teilhabe von

Gaardener*innen am gesellschaftlichen Leben in der Stadt gefördert werden kann. Dies sollte zudem als Pilotprojekt für die gesamte Kiel-Region dienen, um auch anderen Stadtteilen und Gemeinden die Türe zu einer einfachen und effizienten Digitalisierung zu öffnen.

Standort mit Hindernissen

Gaarden stellte dabei als Standort eine ziemliche Herausforderung dar. Bei gerade mal knapp 18.800 Einwohnern liegt der Migrationsanteil bei hohen 41,6%. Ebenso ist die Arbeitslosenquote (12,8%) überproportional hoch – im Kieler Vergleich sogar die höchste. Zudem ist Gaarden der Stadtteil Kiels mit dem geringsten Altersquotienten, was bei unseren später erläuterten Projektaktionen definitiv eine Rolle spielte. Die sich daraus ergebenden Schwierigkeiten machten das Projekt zum einen sehr knifflig, lieferten zum anderen aber auch

exzellente Anhaltspunkte, um auch bei zukünftigen Smart City Projekten die jeweiligen Herausforderungen von Anfang an im Blick zu haben.

Dies war der Smarten KielRegion von Anfang an bewusst, die das Modellprojekt „Smart Gaarden“ nach der neuen Leipzig Charta gemeinwohlorientiert gefördert hat. So konnten innerhalb von 18 Monaten kooperativ Maßnahmen erarbeitet werden, die Gaarden und die gesamte KielRegion in Zukunft besser und smarter vernetzen soll. Im Folgenden werden wir die Projektschritte, Erkenntnisse und unsere Handlungsempfehlungen zusammenfassen, um zukünftig auch anderen Stadtteilen einen Leitfaden mit an die Hand zu geben.

Weitere Informationen zum aktuellen Stand des Projekts und auch zu zukünftigen Aktionen finden sich auf unserer eigens für das Projekt erstellten Website:

smartgaarden.de

Unser Team

Wolfgang Schulz

Initiator und Projektleiter von Smart Gaarden



Anne-Lena Cordts

Strategische Begleitung
(Fokus: Methoden & Gestaltung)



Viola Ketelsen

Strategische Begleitung
(Fokus: Prozessmoderation & Projektentwicklung)



Moritz Schute

Wissenschaftliche Hilfskraft bei Smart Gaarden
(Masterant Migration & Diversität)



Nadine Gutbrod

Strategische Begleitung
(Konzept, Gestaltung, Durchführung von Aktionen)



Wie kannst du mit Handy & Internet mehr im Gaardener Leben dabei sein?

3 Schwerpunkte – Bedarf herrscht überall

Wo wir mit unseren Bürger*innen in Verbindung kamen

Unsere erste große Frage lautete: Wo können wir am einfachsten viele Menschen abholen und einen möglichst großen Grundschnitt der Bevölkerung Gaardens abbilden? So fiel unsere Wahl auf drei große Schwerpunkträume:

1. Sport- und Begegnungspark + Umgebung

Im Sport- und Begegnungspark Gaarden, in dem die Chillbox und die Sozialkirche liegen, und in dessen Nachbarschaft treffen sich regelmäßig Kinder, Jugendliche und Erwachsene zu unterschiedlichsten Aktivitäten und Veranstaltungen wie z.B. Sommerfeste, Tagescamps und öffentliche Sportangebote. Es gibt zahlreiche Möglichkeiten und Aktionen, bei denen wir mit Gaardener*innen in Kontakt treten können. Unsere Ansprechpartner*innen dort waren hauptsächlich Trainer*innen, Übungsleiter*innen und die Teilnehmer des Beiratstreffens des Sport- und Begegnungsparks.



2. Hans-Christian-Andersen-Stadtteilschule

Bei der Hans-Christian-Andersen-Stadtteilschule haben wir uns nicht vorrangig auf die Schülerinnen und Schüler fokussiert, sondern auf deren Eltern. So waren unsere wichtigsten Ansprechpartner*innen die Koordination der Schule und die Ostufer-Elternlots*innen der DAA (Deutsche Angestellten-Akademie) Kiel, mit deren Hilfe wir Kontakt zu Eltern herstellen konnten, selbst wenn viele von ihnen nicht sehr gut Deutsch sprachen. Die Sprachkenntnisse der Lots*innen in Arabisch, Kurdisch, Farsi, Dari und Türkisch machten eine Kommunikation für uns sehr viel einfacher, da der Migrationsanteil an der Schule enorm hoch ist.



Unsere Ansprechpartnerinnen bei einer Aktion auf dem Vinetaplatz

3. Gaardener Zentrum / Einzelhändler + Gewerbetreibende

Für unser drittes Schwerpunktgebiet lag der Fokus auf den Gewerbetreibenden der Elisabeth und Augustenstraße und rund um den Vinetaplatz. Erste Anlaufstelle war in diesem Fall für uns der Gewerbeverein „Die Gaardener e.V.“. Es wurde schnell ersichtlich, dass die Kommunikation zwischen Stadtteil und Gewerbetreibenden deutlich verbessert werden kann, womit wir bereits früh einen guten Ansatzpunkt für unsere Projektmaßnahmen bekamen.



Die Chillbox als Anlaufstelle für viele Jugendliche



Obst- und Gemüsehändler in Gaarden



“Wir wollen den Menschen in Gaarden eine Stimme verleihen und ermöglichen, ihre Stadt einfacher mitzugestalten.”

Team Smart Gaarden



Jugendliche nahmen unsere Workshops sehr gut an.

4 Zielgruppen – über Kulturen, Sprachen + Diversität

Wie wir auch unterschiedliche Milieus erreichen konnten

Neben den Schwerpunkträumen war für uns auch die Frage nach unseren Hauptzielgruppen von entscheidender Bedeutung. Als besondere Zielgruppen haben wir vor allem einkommensschwächere und sozialbenachteiligte Gruppen identifiziert, die in Gaarden stark vertreten sind. Oftmals werden deren Lebensrealitäten nicht ausreichend in übergreifende Strategieprozesse einbezogen. Dies wollten wir ändern, indem wir direkt mit ihnen in Kontakt traten. Unsere drei Haupt-Zielgruppen waren:

1. Jugendliche

Diese machen einen großen Teil des gesellschaftlichen Lebens im Stadtteil aus, da sie noch mehr auf den Straßen und Plätzen vertreten sind als ihre Eltern. Wir haben sie im Sport- und Begegnungspark, in anderen Jugendgruppen und auch im Rahmen der Chillbox kontaktiert. Bei der Kontaktaufnahme konnten wir die Hilfe von Sozialpädagog*innen und Erzieher*innen in Anspruch nehmen, was von Beginn an ein gutes Vertrauensverhältnis förderte.

2. Eltern und Zugehörige der HCA-Grundschule

Aufgrund der kulturellen Diversität sind die Eltern in einen türkischen, arabischen und persischen (Sprach-) Hintergrund eingeteilt. Die große Wichtigkeit der Ostufer-Elternlots*innen der DAA Kiel haben wir bereits thematisiert. Diese waren als Vertrauenspersonen und für das Überwinden von Sprachdifferenzen in diesem Zusammenhang unerlässlich.

3. Gewerbetreibende und Kund*innen im Gardener Zentrum

Auch bei dieser Zielgruppe war uns bewusst, dass der Migrationsanteil sehr hoch ausfallen würde, was wir bei unseren Maßnahmen beachten mussten. Die meisten Gewerbetreibenden nahmen fast ausschließlich über ihre Kund*innen am gesellschaftlichen Leben und Wissen teil, was für ein fließendes Miteinander von Stadtteil und Gewerbetreibende nicht die besten Voraussetzungen waren. Aus diesem Grund waren hier viele Besuche, Treffen und Aktionen nötig, um eine große Prozentzahl unserer Zielgruppe zu erreichen.

4. Sozialkirche

In dieser Zielgruppe erreichen wir vor allem einkommensschwache und bedürftige Menschen, häufig mit Migrationshintergrund, z.B. Neuangekommene aus der Ukraine. Die Angebote der Sozialkirche sind breit gefächert und bieten Unterstützung von der Tafelausgabe bis hin zu soziokulturellen Veranstaltungen. Besonders ältere Menschen, die sich im Alltag oft einsam fühlen, suchen hier das Gespräch und wünschen sich Beratung und Hilfestellung zu den Themen Gesundheit, Arbeit, Familie und Digitales.

Die 3+1 Phasen des Projekts

● Phase 0 – viele Fragen und Gespräche

Wie wir den Bedarf der Zielgruppen ermittelt haben

Bevor wir mit ersten Aktionen und Vorschlägen beginnen konnten, mussten wir uns zunächst einmal den Zielgruppen annähern und herausfinden, wie ihre Lebensrealität überhaupt aussieht. Diese Annäherungen waren aus den bereits beschriebenen Gründen der großen kulturellen und sprachlichen Vielfalt in den Schwerpunkträumen eine große Herausforderung, für die wir die Unterstützung von Pädagog*innen und anderen spezialisierten Hilfskräften bekamen. Ein gutes Beispiel hierfür ist die Chillbox, bei der wir uns Anfang Februar 2022 vorgestellt haben, um herauszufinden, wie die Jugendlichen dort ihre Situation sehen, wie sie sich in das Stadtteilgeschehen eingebunden fühlen und wo es Digitalisierungsansätze gibt.

Dafür standen uns zwei Sozialpädagoginnen und eine Erzieherin zur Seite, mit deren Hilfe wir mehrere Probleme, wie z.B. das Sicherheitsgefühl in und um die Chillbox herum, lokalisieren konnten. Nach diesen ersten Eindrücken beschlossen wir zunächst einmal weitere Aktionen zum besseren Kennenlernen, wie z.B. ein gemeinsames Kochen mit den Jugendlichen zu planen. Wir wollten so nach und nach noch besser mit ihnen ins Gespräch kommen, um unter anderem das Mediennutzungsverhalten der Jugendlichen besser verstehen und analysieren zu können. Schlussendlich konnten wir so gezielt den Bedarf analoger sowie digitaler Medien erarbeiten und in den folgenden Phasen mit zahlreichen Aktionen darauf eingehen.

Ähnlich wie bei der Chillbox gingen wir auch bei unseren anderen Schwerpunkträumen vor, wie z. B. in der Sozialkirche, wo wir viele Warteschlangen-Gespräche bei der Essensausgabe führten. Für die Hans-Christian-Andersen-Stadtteilschule wurde eine große Fragebogenaktion geplant und umgesetzt, die interessante Ergebnisse zum Vorschein brachten. So wünschten sich viele Eltern Computerkurse, um ihre digitalen Kompetenzen zu erweitern und mit den Kindern schritthalten zu können. Daraus entwickelte sich später dann unser in Phase 2 beschriebener Prototyp eines Digitalcafés.

Kommunikation ist alles

Weitere Bedarfsermittlungen folgten: Im Sport und Begegnungspark wurde beim Beiratstreffen eine kurze Umfrage bezüglich der Digitalisierung durchgeführt, im Stadtteilzentrum setzten wir uns mit fünf Vereinsmitgliedern des Gewerbevereins Die Gaardener e.V. zusammen. Auch hier wollten wir herausfinden, inwiefern sich die Zielgruppen in die Stadtteilaktivitäten eingebunden fühlten und wo es mögliche Verbesserungsansätze gab. So kam uns in dieser Phase bereits häufig zu Ohren, dass sich viele im Stadtteil von der Stadt allein gelassen fühlten und sich einen besseren Austausch mit den Verantwortlichen der Stadt und des Stadtteils Gaarden wünschten.



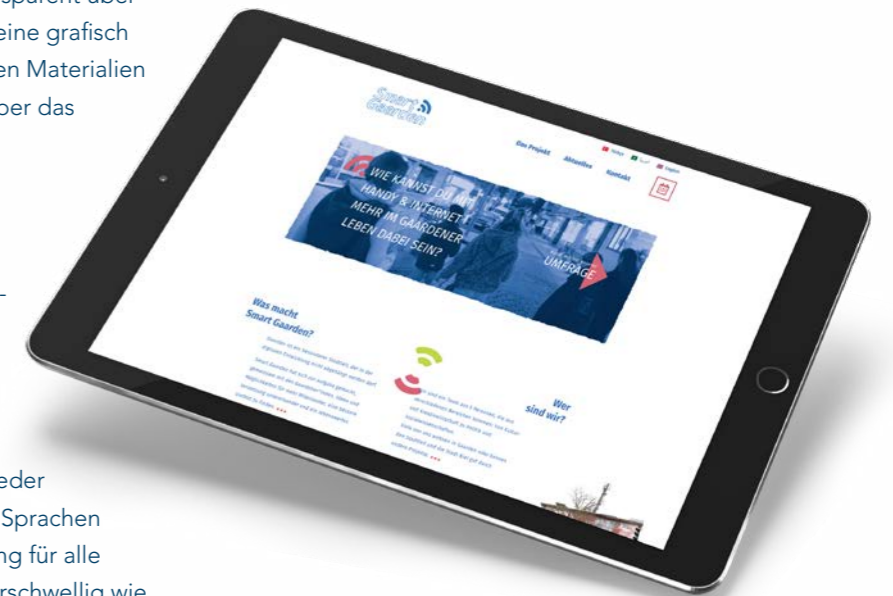
Gemeinsames Frühstück beim Mädchentag

Neben der strategischen Planung und Durchführung der Bedarfsermittlung in den Schwerpunkträumen und der Planung von Aktionen hat Smart Gaarden in Phase 0 außerdem eine Kommunikationsstrategie und Kommunikationskanäle entwickelt. Die Kommunikation sollte einen niederschweligen Zugang zum Projekt und den Aktionen ermöglichen und transparent über Geschehnisse informieren. Dazu wurde eine grafisch ansprechende Website mit verständlichen Materialien aufgebaut, die aktuelle Informationen über das Projekt bereithalten sollte.

smartgaarden.de

Hier wurde außerdem eine kurze Online-Umfrage eingebettet, um auch abseits unserer Aktionen Informationen von den Bürger*innen zu gewinnen.

Auch bei der **Website-Erstellung** war wieder darauf zu achten, dass diese in mehrere Sprachen übersetzt werden musste, um den Zugang für alle Bewohner*innen des Stadtteils so niederschwellig wie möglich zu halten.



Ergebnisse der Frühstücksgespräche in der Sozialkirche

FAMILIE & FREUNDE
 „In der Sozialkirche treffe ich meine Freunde & Bekannte.“
 „Ich bin den ganzen Tag mit meinen (Enkel-) Kindern beschäftigt.“

GESUNDHEIT
 Viele Leute erzählten uns, dass sie krankheitsbedingt nicht mehr arbeiten können und Medikamente nehmen und ständig zum Arzt gehen müssen.

HILFE IM ALLTAG
 „Wir helfen einander.“
 „Ich wünsche mir eine Übersicht zu Hilfsangeboten in Gaarden.“
 Einige Leute in der Sozialkirche sind sehr engagiert: tauschen, pflegen, begleiten, transportieren Lebensmittel & Medikamente,...

SPRACHEN
 Arabisch, Türkisch, Kurdisch, Farsi, Dari, Russisch, Ukrainisch, Polnisch, Armenisch, Paschtu, Deutsch

ARBEIT
 „Mit meiner Gesundheit kann ich viele Jobs nicht mehr machen.“
 „Ich habe Schwierigkeiten mit den Formularen vom Arbeitsamt.“



Bürgersteig-Aktion mit der Sozialkirche und Minecraft 2.0

Phase 1 – erste Interaktionen

Mit welchen Aktionen wir eingestiegen sind

Direkt im Anschluss an die Erörterungsphase stiegen wir mit Phase 1 ein, um möglichst wenig Zeit zu verschwenden und die Herausforderungen schnellstmöglich anzugehen. In dieser Phase ging es uns darum herauszufinden, wie digitale Medien die Menschen in Gaarden teilhaben lassen können und wie diese Schnittstellen aussehen könnten.

Als Beispiel für eine gelungene Aktion kann unsere „Ideenwerkstatt auf dem Vinetaplatz“ der Hans-Christian-Andersen-Stadtteilschule genannt werden. Nach einem ersten Versuch, der durch Sturm und Regen vereitelt wurde, nahmen beim zweiten Anlauf Anfang April 2022 immerhin 27 Menschen teil und gaben uns auf Fragen nach den meistgesuchten Apps und den meistgesprochenen Sprachen im Stadtteil aufschlussreiche Antworten. Insgesamt wurden elf Sprachen genannt, was uns erneut in der Meinung stärkte, dass alle zukünftigen Aktionen oder Workshops immer entweder

in mehreren Sprachen angeboten oder durch Übersetzer*innen unterstützt ablaufen sollten.

Vielfältige Projekte zum Kennenlernen

Auch in den anderen Schwerpunkträumen standen in Phase 1 spannende Projekte an. So veranstalteten wir gemeinsam mit den Besucher*innen der Sozialkirche eine Bürgersteigsaktion, bei der wir in Gesprächen zahlreiche Fragestellungen erörterten und diese anschließend auf Plakaten festhielten. Eine interessante Feststellung dieser Aktion war u.a., dass viele das Smartphone als ihr wichtigstes digitales Werkzeug ansehen - vor allem als Übersetzungstool.

In der Chillbox gab es in Phase 1 regelmäßige Besuche zum gemeinsamen Kochen und Spielen. Bei einer

Minecraft-Aktion zu Beats im Park konnten Kinder und Jugendliche spielerisch ihren Treffpunkt der Zukunft bauen. Hier wurde zum einen die Methode „Minecraft“ zur Ideenentwicklung ausprobiert, zum anderen konnten erste kleine Ergebnisse an das Jugendamt, die sich für die Erweiterung der Chillbox interessierten, übermittelt werden. Die Methode kam bei den Jugendlichen gut an, sodass diese in der Prototypen-Phase weiter zum Einsatz kam. Ein gemeinsames Pizzabacken und ein Mädchentag rundeten die umfangreichen Aktionen rund um die Chillbox in dieser Phase ab.

Die Kontaktaufnahme im Sport- und Begegnungstag und somit auch die Erstellung erster Aktionen gestaltete sich aufgrund der vielen unterschiedlichen Vereine und Gruppierungen schwierig. Unser Learning aus diesem Umstand war allerdings, dass die Koordinierungsstelle deutlich präsenter werden musste und auch die Website des Parks absolut nicht den modernen digitalen Ansprüchen an Auffindbarkeit und Übersichtlichkeit entsprach.

Schließlich stand in Phase 1 auch noch ein etwas größeres Projekt für die Gewerbetreibenden in der Vinetastraße auf dem Programm: das „Gaardener Fenster“. Dieses wurde über mehrere Monate mit einem jungen Kieler Unternehmen entwickelt und besteht aus digitalen Bildschirmen, auf denen zahlreiche Informationen über die Geschäfte und ihre Umgebung, wie z.B. Veranstaltungen, wiedergegeben werden. Aktuelle Veranstaltungen, kleine Meinungsumfragen zu regional wichtigen Themen oder eine übersichtliche Karte aller Geschäfte in der Innenstadt Gaardens. Diese Eigenschaft eines Wegweisers stellte sich auch als wichtigste und am besten angenommene Funktion des digitalen Schaufensters heraus, vor allem auch durch den QR-Code, der auf die Smart Gaarden Webseite direkt auf die Übersichtsseite der Geschäfte verlinkte.

Das Gaardener Fenster wurde zwar allgemein als sinnvoll erachtet, aber vom Zielpublikum nicht in großem Umfang genutzt. Hier muss noch deutlicher der Mehrwert für die Menschen in Gaarden und für die Gewer-

betreibenden herausgearbeitet werden, damit sie das Gaardener Fenster aktiver für sich nutzen.

Eine weitere Aktion, die in Phase 1 sehr gut angenommen wurde, war eine digitale Schnitzeljagd am Digitaltag, die in Kooperation mit der Verbraucherzentrale Schleswig-Holstein und dem Projekt „Verbraucher stärken im Quartier“, dem Nachbarschaftstreff Wirhoch10, der stad.mission.mensch, der Hans-Christian-Andersen-Stadtteilschule und dem Schatzhaus im Gustav-Schatz-Hof veranstaltet wurde. Die Jagd nach dem entlaufenen Haushaltshilfe-Roboter „Robi“ kam so gut an, dass bereits während der Aktion immer wieder nach einer Fortsetzung gefragt wurde. Unsere Erkenntnis daraus ist, dass sich auch Spielformen hervorragend eignen, um Interaktion zu generieren und auch digitale Medien einzubinden.



Prototyp digitales Fenster

Phase 2 – Workshops & Prototypen

Wie wir die Menschen zusammengebracht haben

Nach ersten Erkenntnisgewinnen in den vorangegangenen Phasen diente Phase 2 dazu, Prototypen für die Schwerpunkträume zu entwickeln. Dabei versuchten wir bestmöglich auf die ermittelten Bedarfe einzugehen und unsere bisherigen Erkenntnisse in Workshops und anderen Aktionen zu erproben.

Eine Workshop-Reihe, von dessen Erfolg wir regelrecht begeistert waren, stellte das „Digitalcafé“ der Hans-Christian-Andersen-Stadtteilschule dar, das ausschließlich an die Elternschaft gerichtet war. Hier versammelten wir regelmäßig bis zu acht Teilnehmer*innen, um ihnen Tipps im Umgang mit digitalen Medien wie zur Erstellung eines E-Mail-Kontos, zum Löschen von Chat- oder Suchverläufen oder zum Kinder- und Jugendschutz auf Smartphones zu geben. Das Besondere am Digitalcafé ist, dass es keinen festen Ablauf gibt,

sondern die Fragen und Themen von den Eltern eingebracht werden. Es ist weniger frontal, sondern ein dynamisches Format, welches einen Wissensdialog ermöglicht.

Es wurde schnell ersichtlich, dass der Bedarf unter den Eltern enorm war und viele selbst die grundlegenden Einsatzmöglichkeiten digitaler Medien erst noch lernen mussten. Um die Sprachbarrieren so gering wie möglich zu halten, starteten wir zunächst einen Kurs für arabischsprachige Eltern und setzten diesen weiter fort für türkischsprachige Teilnehmer*innen.

Ein weiteres Projekt in Phase 2 war der „Gaardener Wegweiser“ in der Sozialkirche, auf dem mittels übersichtlicher Infotafeln über soziale Einrichtungen und deren Hilfsangebote informiert wurde. Des Weiteren gab es als Erweiterung des Wegweisers die Idee eines „Schwarzen Bretts“, um auf Nachbarschafts- und Transporthilfen aufmerksam zu machen und den Besucher*innen der Sozialkirche die Möglichkeit zu bieten, Gesuche und Angebot dort transparent zu machen.

Aus Fehlern lernt man

Einen weiteren Prototypen gab es zudem für den Sport- und Begegnungspark. Die Infotafel „Blaupark info“ sollte als kommunikative Schnittstelle zwischen Strukturengelber*innen, selbstorganisierten Gruppen, Vereinen und Nutzer*innen des Sport- und Begegnungsparks dienen. Ergänzt wurde sie später durch



einen digitalen Veranstaltungskalender, in den genannte Gruppen eigenhändig Veranstaltungen, die im Park stattfinden, eintragen können. Moderiert werden sollte dieser Kalender zunächst durch Smart Gaarden. Uns war die Anfälligkeit dieser Installation einer Infotafel für Vandalismus oder Diebstahl durchaus bewusst, jedoch entschieden wir uns dennoch für eine Durchführung. Wie befürchtet war die Tafel recht schnell mit Graffiti beschmierd und einzelne Buchstaben der Installation wurden gestohlen. Ein Learning für uns ist daraus, zukünftig in Schwerpunkträumen mit hoher Jugendkonzentration auf Installationen wie die Infotafel zu verzichten.

Auch in Phase 2 war die Chillbox wieder ein zentraler Punkt unserer Aktivitäten, so wurde unter anderem der Minecraft-Workshop fortgesetzt. Dazu fand Ende Juli 2022 ein Workshop statt, der die Jugendlichen danach fragte: „Wie sieht eure Chillbox der Zukunft aus und was bedeutet Digital für euch?“.

Beim Workshop im Rahmen des „Baetz im Park“ Festivals konnte man mit Graffiti zum Thema Digitalisierung Motive sprühen und die eigene Traum-Chillbox sowohl mit Legosteinen als auch mit Minecraft nachbauen. Der Ansturm war riesig, was teilweise auch auf das niedrige Alter der Teilnehmer*innen (zahlreiche waren sogar unter 10 Jahre) zurückzuführen war. Hier würden wir für ähnliche Projekte raten, die Fragestellungen etwas zu präzisieren und die Teilnehmerzahlen zu begrenzen. Dank der hohen Nachfrage konnten wir ein moderiertes Minecraft-Treffen in der Chillbox veranstalten, bei dem zeitlich begrenzt vier bis fünf Kinder und Jugendliche zusammen die Chillbox der Zukunft bauten.



Workshop im Sport- und Begegnungspark



Ein Hingucker auf dem Vinetaplatz: unser Tiny Rathaus

Phase 3 – Analyse & Reflektion

Was wir aus den Aktionen gelernt haben

Den Abschluss von Phase 2, gleichzeitig aber auch Startschuss für Phase 3 unseres Projekts, bildete Mitte September die viertägige Aktion „Tiny Rathaus – Gaarden in Bewegung“ auf dem Vinetaplatz in Gaarden. Dabei wurde ein Tiny Rathaus – ähnlich einem Rathaus, bloß in kleiner und mobiler Form – Ort für eine Zwischenpräsentation der Arbeit des Projekts Smart Gaarden.

Anhand von Gesprächsrunden und Präsentationen wurde ein Überblick über die bisherigen Aktionen gegeben und Impulse und Anregungen für kommende Schritte eingeholt. Auch der Vinetaplatz selbst wurde als zentraler Ort für kommende Aktionen, insbesondere für die umliegenden Gewerbetreibenden, beleuchtet und es wurde ersichtlich, dass hier noch deutlicher Verbesserungsbedarf herrscht.

Phase 3 diente grundsätzlich der Analyse und Reflektion der vorangegangenen Phasen und ihrer Ergebnisse, um die gewonnenen Erkenntnisse als Beitrag für die Entwicklung einer Strategie der Smarten KielRegion einfließen zu lassen und als Grundlage für weitere Aktivitäten in den nächsten Jahren zu nutzen.

So trafen wir uns mit den Veranstaltern des Digitalcafés der Hans-Christian-Andersen-Stadtteilschule, um den Erfolg der Workshop-Reihe zu diskutieren. Um hier bestmöglich auf die Wünsche der Eltern eingehen zu können, wurde den Teilnehmenden in der letzten Sitzung ein Fragebogen zur Bewertung des Digitalcafés im Allgemeinen, seiner Organisation und des Inhalts ausgehändigt. Außerdem erhielten die Teilnehmenden hier die Möglichkeit, Wünsche für mögliche weitere Workshops aufzuschreiben.

Viele positive Erkenntnisse

Die abschließende Bewertung des Digitalcafés fiel außerordentlich positiv aus. Themenwünsche für die Zukunft wurden allerdings nur wenige ausgesprochen, was wahrscheinlich vor allem am geringen Grundwissen über weitere Chancen und Möglichkeiten der Digitalisierung lag. Es wurde jedoch erwähnt, dass es Bedarf an Kenntnissen in Word und Excel zur Unterstützung für den schulischen Bereich geben würde.

Zur Evaluation des Gaardener Fensters haben wir an mehreren Tagen exemplarische Umfragen in unmittelbarer Umgebung des Schaufensters auf dem Vinetaplatz durchgeführt.

- Ist Ihnen das #sh_wlan-Netz bekannt und nutzen Sie es?
- Wenn nein, warum nicht?
- Nehmen Sie die Informationen, die Ihnen beim Kontakt mit dem WLAN angezeigt werden, wahr?
- Wenn nein, warum nicht?

Überraschenderweise zeigte sich, dass lediglich fünf der Befragten das digitale Schaufenster bekannt war, während 23 keine Kenntnis davon genommen hatten. Bei einer gemeinsamen Besichtigung des digitalen Schaufensters wurde die Initiative jedoch grundsätzlich als sinnvoll angesehen und hat das Interesse der Teilnehmenden an einer Weiterentwicklung geweckt. Sie äußerten sich, dass sie sich mehr aktuelle Informationen zum Geschehen im Stadtteil und in Kiel wünschen, wie beispielsweise auch zu Beschränkungen in der Corona-Pandemie oder zu Ankündigungen von Veranstaltungen.

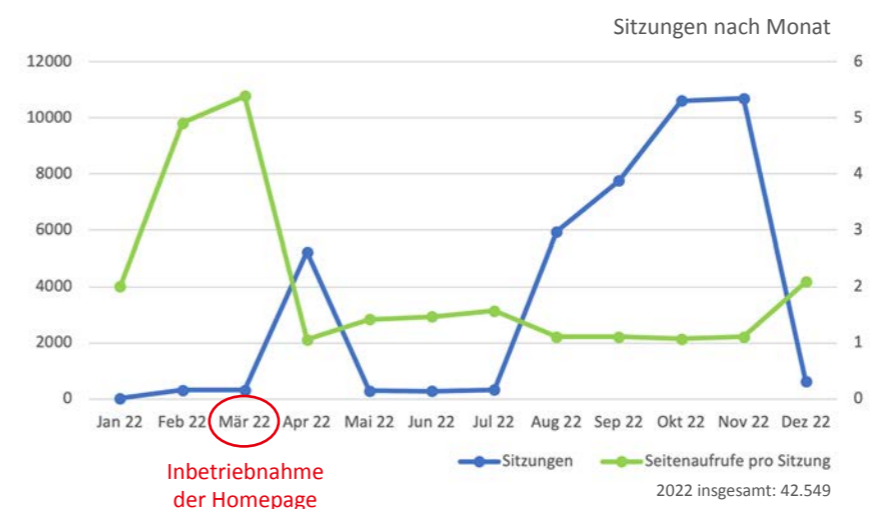
Auch die Nutzung der Website smartgaarden.de wurde von uns umfassend untersucht. Es zeigte sich, dass die Website kurz nach Bekanntmachung der Inbetriebnahme im April am häufigsten aufgerufen wurde. Anschließend wurde sie vor allem ab August, also seitdem

sie beim Verbinden mit dem #sh_wlan automatisch aufgerufen wurde, besonders häufig geöffnet. Tatsächlich wurde smartgaarden.de in 97% aller Fälle über das #sh_wlan aufgerufen.

Eine der letzten Aktionen vor dem Ablauf der Projektphasen stellte die Rallye „Verbraucherchaos“ im Mehrgenerationenhaus am Vinetaplatz dar. Sie diente als Testlauf für zukünftige Rallies mit digitaler Unterstützung. Zusammen mit der Ernährungsberatung, dem Projekt „Verbraucher stärken im Quartier“ (beides Initiativen der Verbraucherberatung SH) sowie der Digitalen Hilfe, dem Vinetazentrum und Smart Gaarden wurde das Spiel „Verbraucherchaos“ initiiert. Dabei mussten Fragen zu verschiedenen Bereichen wie Energie, Verbraucherschutz, Ernährung und Digitalisierung beantwortet werden. Die Pilotaktion diente dazu, Erfahrungen für den Einsatz von QR-Codes und mit dem Schwierigkeitsgrad für Fragen zu sammeln. Diese Erfahrungen sollten für die Entwicklung der nächsten Rallye genutzt werden, die im Mai 2023 geplant war.

Das Projekt Smart Gaarden, das ursprünglich bis Ende Februar angelegt war, wurde schlussendlich, auch von offizieller Seite, noch um einen Zeitraum von drei Monaten bis Ende April verlängert. Dies diente vor allem dem Abschluss noch laufender Aktionen wie dem „Digitalcafé“, dem Minecraft-Workshop sowie dem „Gaardener Wegweiser“.

Nutzung der Homepage smartgaarden.de



Erkenntnisse

Fünf Grundsätze – neue Denkanstöße

Wo wir bei der Digitalisierung ansetzen müssen

Basierend auf unseren Erfahrungen aus der Strategiephase haben wir von Smart Gaarden die sich in der Entwicklung befindenden Leitlinien der Smarten KielRegion diskutiert. Insbesondere in der Umsetzungsphase haben wir diese immer wieder herangezogen, um sie zum einen für unser Projekt auf den Prüfstand zu stellen und zum anderen mit unseren Erkenntnissen anzureichern. Im Folgenden haben wir jeweils einen übergeordneten Grundsatz zu jeder der vier Leitlinien formuliert und abschließend noch einen fünften Grundsatz als Vorschlag zur Diskussion gestellt.

Grundsatz 1: Beteiligung der Menschen vor Ort

- Unsere Erkenntnis: Die Menschen in den Quartieren müssen aktiv, aufsuchend und fortlaufend miteinbezogen werden. Als Expert*innen ihrer Lebensräume, Lebensrealitäten und Bedürfnisse für ihre Quartiere in ländlichen und städtischen Räumen der KielRegion haben sie eine große ungenutzte Expertise. So können wir Synergien nutzen, um gemeinsam eine smarte Vision zu entwickeln, die genau auf den jeweiligen Stadtteil passt.

Grundsatz 2: Nahversorgung/Daseinsfürsorge

- Unsere Erkenntnis: Die Menschen im ländlichen Raum sowie in der Stadt müssen gleichwertig mit grundlegender Infrastruktur und Dingen des täglichen Bedarfs versorgt werden. Da dies gerade in infrastrukturschwachen Regionen nicht immer der Fall ist, müssen hier Kompetenzen gebildet und Ressourcen eingesetzt werden, um diese bereitzustellen.

Grundsatz 3: Datenbasierte Planung

- Unsere Erkenntnis: Sowohl ländliche als auch städtische Quartiere müssen nutzungsorientiert und resilient vernetzt werden. Dabei helfen definitiv quantitative, aber vor allem auch qualitative Daten und Informationen über die jeweilige Region und ihre Bewohner*innen. Sind diese noch nicht in ausreichender Form vorhanden, sollten sie eigens für neue Projekte erstellt werden.

Grundsatz 4: Ressourcenmanagement

- Unsere Erkenntnis: Die KielRegion ist eine der nachhaltigsten Regionen in Deutschland und geht sowohl in ländlichen als auch in städtischen Bereichen sehr effizient mit Ressourcen um. Dies liegt vor allem an gut strukturierten Quartieren, die von Anfang an Energie, Wasser, Rohstoffe aber auch die Flächennutzung im Blick haben. Dennoch muss immer darauf geachtet werden, dass vorhandene personelle sowie materielle und räumliche Strukturen synergetisch genutzt werden.

Grundsatz 5: Open Source

- Unser Vorschlag: Die vier Grundsätze der KielRegion decken bereits einen großen Teil der Bereiche ab, auf die bei Projekten wie einer Smart City geachtet werden muss. Was jedoch noch fehlt, ist eine Open Source, bei der Erfahrungen und Erkenntnisse von bisherigen Projekten oder von Menschen, die einen Wissensvorsprung in einem Bereich besitzen, für alle einsehbar sind. Diese Open Source könnte an zentraler Stelle verwaltet werden und jederzeit von unterschiedlichen Quartieren oder Regionen bei Projekten als Unterstützung hinzugezogen werden.



Präsentation Smart Gaarden bei einer Veranstaltung der Smarten KielRegion

Besondere Rahmenbedingungen in Gaarden

Andere Stadt – andere Bedingungen

Warum jede Region ihre eigenen Herausforderungen hat

1. Spezielle kulturelle Rahmenbedingungen

Wie bereits in der Projektbeschreibung erwähnt, gab es für unser Projekt in Gaarden ganz spezielle und schwierige Herausforderungen zu meistern. Einer der größten Punkte war dabei der „Clash der Kulturen“, da im Quartier ein Migrationsanteil von 41,6 % vorhanden ist und der Anteil der Menschen mit Migrationsgeschichte sogar bei 61,8 % liegt.

Auch während unserer Projektphase kamen wir so mit Menschen aus den unterschiedlichsten Kulturkreisen in Berührung und haben auch deren differenzierte Herangehensweise in Sachen Medien, Internetkonsum oder Kommunikationswege festgestellt. Diese Komponente sollte bei kommenden Projekten zur Stadtentwicklung definitiv in Betracht gezogen werden.

2. Spezielle soziale Rahmenbedingungen

Neben den kulturellen Auswirkungen dieser Mischkultur, sind natürlich auch die sozialen Voraussetzungen ein Punkt, der beachtet werden muss. Eine Arbeitslosenquote von 12,8% und die höchste Quote an arbeitslosen Jugendlichen (4,4% zwischen 15 und 25 Jahren) in ganz Kiel lassen auf einen sozial schwachen Stadtteil schließen. Damit fehlen auch die finanziellen Mittel für teure elektronische Geräte oder Hilfen – sowohl in Privathaushalten als auch bei Gewerbetreibenden. Hier gilt es anzusetzen und diese entweder von offizieller Seite zur Verfügung zu stellen oder eine Infrastruktur zu entwickeln, die diese leichter verfügbar macht.

3. Spezielle sprachliche Rahmenbedingungen

Abschließend ist uns auch noch der Aspekt der sprachlichen Herausforderungen eine Erwähnung wert. Auch wenn wir dank der Ostufer-Elternlots*innen der DAA Kiel oder der Sozialarbeiter*innen hier eine große Unterstützung erfahren konnten, so ist es für kommende Projekte wichtig, sich dieser Aufgabe frühzeitig zu stellen. Vor allem in älteren Generationen ist die deutsche Sprache nicht in allen Stadtteilen unbedingt vorauszusetzen.



Aktionen auf dem Gaardener Brunnenfest und beim Digitaltag

Unsere Handlungsempfehlungen

Einfache Maßnahmen – sinnvolle Instrumente Welche Vorschläge wir für die gesamte Region haben

Basierend auf unseren Erfahrungen mit allen bisherigen Maßnahmen und den daraus resultierenden Erkenntnissen, haben wir vier Handlungsempfehlungen zusammengestellt, die ein guter Leitfaden für zukünftige Smart City Projekte in der KielRegion darstellen können. Diese fokussieren sich auf die Entwicklung und Nutzung von digitalen, gemeinwohlorientierten Instrumenten auf Grundlage der bisherigen Vorarbeiten im Rahmen der Strategiephase. Zudem sind diese stark auf ein Miteinander, d.h. eine Beteiligung der Bevölkerung im jeweiligen Quartier ausgerichtet. Die Handlungsempfehlungen sollen dazu beitragen, die Smarte KielRegion als nachhaltige Beteiligungsregion in der räumlichen Gestaltung einer nutzerorientierten Digitalisierung zu positionieren.

Unsere 4 Handlungsempfehlungen:

1. Kompetenzen entwickeln

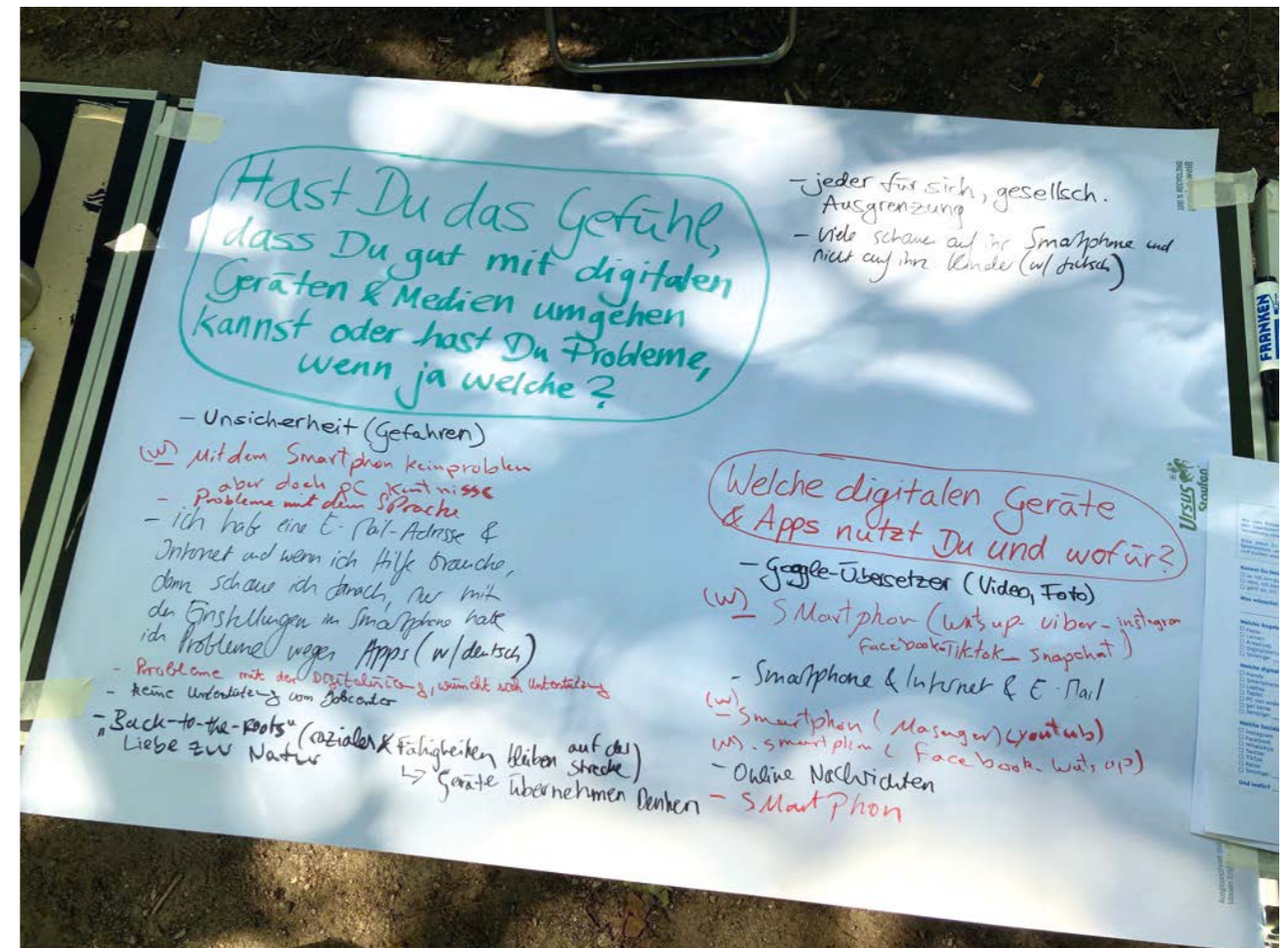
Digitale Kompetenzen sind heutzutage oftmals Voraussetzung, Medien und Vehikel der Beteiligung nutzen zu können. Um Teilhabe zu ermöglichen, ist eine digitale Kompetenzentwicklung also unabdingbar.

Unsere Empfehlungen zur Kompetenzentwicklung:

- Aufbau einer Zentrale für digitales Wissen im Quartier. Auch wenn gerade jüngere Zielgruppen als „Digital Natives“ bereits ein großes Grundwissen mitbringen, ist das aufgrund von Kulturunterschieden und bei älteren Gruppen nicht allgemein vorauszusetzen.
- Vernetzung, Recherche und aktives Aufsuchen von lokalen Akteur*innen und Expert*innen im Bereich digitaler Kompetenzen. Dies können aktive Lehrer*innen aus dem IT-Bereich sein oder lokale Anbieter von digitalen Dienstleistungen. Jedes

Quartier hat eine digitale Expertise, diese muss nur gefunden und effizient eingesetzt werden.

- Aufbau und Pflege eines lokalen Netzwerks mit lokalen Akteur*innen im Bereich des digitalen Wissens. Dieser Punkt schließt direkt an die Vernetzung an. Sind die Digital-Expert*innen gefunden, müssen diese eingebunden werden. So können beispielsweise auch Win-Win-Situationen entstehen: Ein IT-Startup entwickelt eine Website für das Quartier, bekommt dadurch neue Aufträge und hat zudem ein deutlich besseres lokales Wissen als externe Firmen. Grundsätzlich ist es wichtig, öffentlichkeitswirksame Medien einzuplanen, zu entwickeln und umzusetzen.
- Planung und Durchführung von Formaten des digitalen Lernens und der digitalen Wissensvermittlung. Hier bietet sich ein Blick auf unser Beispiel des Digitalcafés an, das durchgehend gut aufgenommen und zahlreichen Eltern ein digitales Grundwissen vermitteln konnte.



Fragen und Antworten bei unserer Bürgersteigaktion

Kooperationsmöglichkeiten:

Die Stadtverwaltung sollte bei jeglichen Vorhaben in Hinblick auf Förderungen (monetär, materiell und auch personell) direkt mit einbezogen werden. Die leitende Gruppe/Person sollte grundsätzlich mit einem Stadtteilbüro in Kontakt treten und bzgl. Information und Kommunikation weitere Schwerpunkträume des Quartiers mit einbeziehen. Nur so entsteht ein Gemeinschaftsgefühl im Stadtteil, das unabdingbar ist für eine bestmögliche Vernetzung.

Passende Projektbeispiele:

- Das Digitalcafé (siehe Seite 16)
- Fragebogenaktion der Hans-Christian-Andersen-Stadteilschule (siehe Seite 12)

2. Informationen zusammenführen

Die gebündelte und differenzierte Bereitstellung von Informationen über das Geschehen im Quartier, der Stadt und letztlich der gesamten KielRegion ist erforderlich, um Zielgruppen eine Teilhabe an diesem zu ermöglichen. Denn wie sagte bereits der englische Philosoph Francis Bacon: Wissen ist Macht.

Unsere Empfehlungen zur Informationszusammenführung:

- Herausarbeitung der wichtigsten Informationen über das Geschehen im Quartier bzw. im Stadtteil, um den verschiedenen Zielgruppen die Teilhabe zu ermöglichen. Nicht jeder Schwerpunktraum hat dieselben Wünsche oder Anforderungen. Dennoch ist es wichtig, dass jede Zielgruppe auch über das Bescheid weiß, was bei anderen Zielgruppen oder in anderen Schwerpunkträumen gerade vor sich geht. Ansonsten wird es nie ein stringentes Miteinander geben und jeder Raum wird immer für sich bleiben.
- Bündelung der Informationen für eine differenzierte Bereitstellung über das Geschehen. Hier gilt es ähnlich wie bei den Kompetenzen auch eine zentrale Anlaufstelle zu schaffen, die sich für diesen Schritt verantwortlich fühlt.
- Entwicklung einer geeigneten digitalen Informationsplattform zur Bereitstellung dieser Informationen. Hier kann es unterschiedlich ausgestaltete Plattformen für die Zielgruppen bilden. Diese sollten perspektivisch als Grundlage eine Quartiers- bzw. Stadtteilplattform haben, die verschiedene Zielgruppen abdecken kann, aber auch Schnittstellen zu einer überregionalen Plattform auf Stadt bzw. Regionsebene ermöglicht. Dies kann durch verschiedene Werkzeuge wie eine Website, digitale Informations-Fenster oder durch eine App erreicht werden.

- Verknüpfung mit einem öffentlich zugänglichen WLAN-Netz in stark frequentierten öffentlichen Bereichen des Stadtteils. So können schnell und effizient Kurzinformationen bereit gestellt und zugänglich gemacht werden, z.B. in einer Einkaufsstraße oder in öffentlichen Einrichtungen.

Kooperationsmöglichkeiten:

Als Kooperationspartner*innen kommt z.B. Kiel-Marketing in Frage oder Vereine, die ihre Informationen auf den Plattformen verbreiten wollen. Allerdings sind auch andere Bereiche der LH Kiel, die öffentliche Informationen digital bereitstellen wollen hier mit einzubinden. Ein weiterer Vorteil, der sich daraus ergibt: Die Kosten können geteilt werden.

Passende Projektbeispiele:

- Digitales Schaufenster über Geschäfte und Dienstleistungen im Gaardener Zentrum (siehe Seite 14)
- Bereitstellung wichtiger Informationen über ein öffentlich zugängliches WLAN-Netz, wie z.B. das #sh_wlan-Netz im Gaardener Zentrum (siehe Seite 19)
- Der Prototyp „Gaardener Fenster“, eine Informationstafel in der Sozialkirche, die über soziale Einrichtungen im näheren Umkreis und ihre Hilfs-Angebote informiert (siehe Seite 14)

3. Teilhabe begleiten

Um an der digitalen Welt teilhaben zu können, sind Kompetenzen im Umgang mit Informationen und der Anwendung digitaler Instrumente erforderlich. Entsprechend sind zielgruppen-orientierte Angebote zu entwickeln, die an dem jeweiligen digitalen Bildungsstand der Zielgruppen ansetzen. Hierfür sind sowohl Vertrauenspersonen der Zielgruppen, z. B. mit interkultureller Kompetenz, aber auch „Kümmerer“, die immer wieder neue Vermittlungsansätze für die Unterstützung der Teilhabe leisten können, von Bedeutung.

Unsere Empfehlungen zur begleiteten Teilhabe:

- Zielgruppen aktiv aufsuchen und deren jeweiligen digitalen Bildungsstand ergründen. Die Evaluierung kann dabei auch über die Zielgruppen hinaus deren Bezugspersonen umfassen (Eltern, Kollegen, usw.).
- Entwicklung zielgruppenspezifischer Angebote, die niederschwellig ansetzen und die Teilnehmer*innen perspektivisch zu Standardmodulen führen, wenn ein sicherer Umgang mit dem jeweiligen digitalen Instrument (Smartphone, Laptop, PC etc.) erreicht ist.
- Für die Begleitung ist eine Anlaufstelle, die von den Zielgruppen genutzt wird, hilfreich, z.B. Nachbarschaftstreff, Vereinsheim, Treffpunkte, öffentliche Bibliotheken etc. Zudem sind gesonderte personelle Ressourcen vorausschauend einzuplanen.

Kooperationsmöglichkeiten:

Kooperationen sind hier nicht nur wünschenswert, sondern absolut unabdingbar. So ist eine Umsetzung mit Ansprechpartner*innen bei den Zielgruppen, z.B. Stadtteilschule, Jugendtreff Chillbox, Gewerbeverein, Sozialkirche, Koordinationsstelle Sport- und Begegnungspark oder auch mit dem Nachbarschaftstreff, Stadtteilbüchereien, Volkshochschulen etc. in Betracht zu ziehen.

Passende Projektbeispiele:

- Die enge Zusammenarbeit mit den Ostufer-Elternlots*innen der DAA Kiel für zahlreiche Projekte an der Hans-Christian-Andersen-Stadtteilschule (siehe Seite 11)
- Einrichtung einer zentralen smarten Anlauf- und Koordinierungsstelle, die den Prozess der Umsetzung der Einzelmaßnahmen mit verschiedenen Kooperationspartner*innen im Stadtteil gestaltet und begleitet (in Planung)
- Einbindung zweier Sozialpädagoginnen und einer Erzieherin bei sämtlichen Projekten mit der Chillbox (siehe Seite 12)



Infotafel „Blaupark info“ im Sport- und Begegnungspark

4. Selbstorganisation ermöglichen

Selbstorganisation, als Form der Teilhabe braucht räumliche, infrastrukturelle und kompetenzbezogene Ressourcen. Die verschiedenen Zielgruppen im Quartier bedürfen bei der Nutzung von digitalen Instrumenten und der Nutzung von Informationen einer Unterstützung mit dem Ziel, sich die notwendigen Kenntnisse zunehmend selbstständig anzueignen, entsprechende Kurse zu belegen und die Informationen zu bewerten.

Kooperationsmöglichkeiten:

Eine Zusammenarbeit mit Einrichtungen, die auf ein selbständiges Agieren der Zielgruppen angewiesen sind bzw. dies fördern wollen, ist sinnvoll. Dies können Jugendtreffs mit selbstorganisierten Gruppen sein sowie Sport und Begegnungseinrichtungen, die von den Besucher*innen selbstorganisiert für sportliche oder freizeitleiche Aktivitäten genutzt werden. Auch Gewerbetreibende, die eigenständig Informationen bereitstellen wollen oder Kulturschaffende, die für eine gemeinsame kulturelle Bewegung werben wollen, können hier jederzeit eingebunden werden.

Unsere Empfehlungen zur Selbstorganisation:

- Für selbstorganisierte Gruppen sind die infrastrukturellen Voraussetzung durch digitale Instrumente – sowohl Soft- als auch Hardware – bereitzustellen, damit sie die digitalen Möglichkeiten für ihre Zwecke eigenständig nutzen können.
- Die digitalen Instrumente müssen an den jeweiligen Zielgruppen orientiert sein. Hierfür ist der Prozess der Phasen 0-3 sinnvoll, um zu zielgerichteten Ergebnissen zu kommen und zu eruieren, wo welche digitalen Instrumente angebracht sind.
- Jegliche digitale Ressourcen müssen dann über eine begleitende Öffentlichkeitsarbeit bekannt gemacht werden, durch Schulungen unterstützt und öffentlich (oder durch Gruppen/Vereine) zugänglich gemacht werden.

Passende Projektbeispiele:

- Prototyp „Deine Chillbox der Zukunft“: Ein Workshop, bei dem Kinder und Jugendliche an bereitgestellten Tablets direkt im Videospiel Minecraft ihre Vorstellungen für den Jugendtreff Chillbox entwickeln und festhalten konnten (siehe Seite 17)
- #sh_wlan: Ein öffentlich zugängliches WLAN mit Möglichkeiten zur Kurzinformationsverbreitung durch eine Anmeldefunktion (siehe Seite 19)
- Die Infotafel „Blaupark info“ im Sport- und Begegnungspark, die selbstorganisierte Gruppen eine Infrastruktur bieten sollte, um beispielsweise eigene Veranstaltungen zu bewerben und sich zu organisieren (siehe Seite 16)

Smart City – große Herausforderungen

Warum Digitalisierung dennoch alternativlos ist

Mit der Sofortmaßnahme Smart Gaarden haben wir uns den Herausforderungen einer Quartiersentwicklung im Stadtteil Kiel Gaarden im Rahmen einer Smarten Region gestellt, um gegen eine digitale Spaltung der Gesellschaft zu arbeiten und eine digitale Teilhabe der Bewohner*innen zu ermöglichen. Diese Ergebnisse sind Bestandteil der Strategie der Smarten KielRegion geworden.

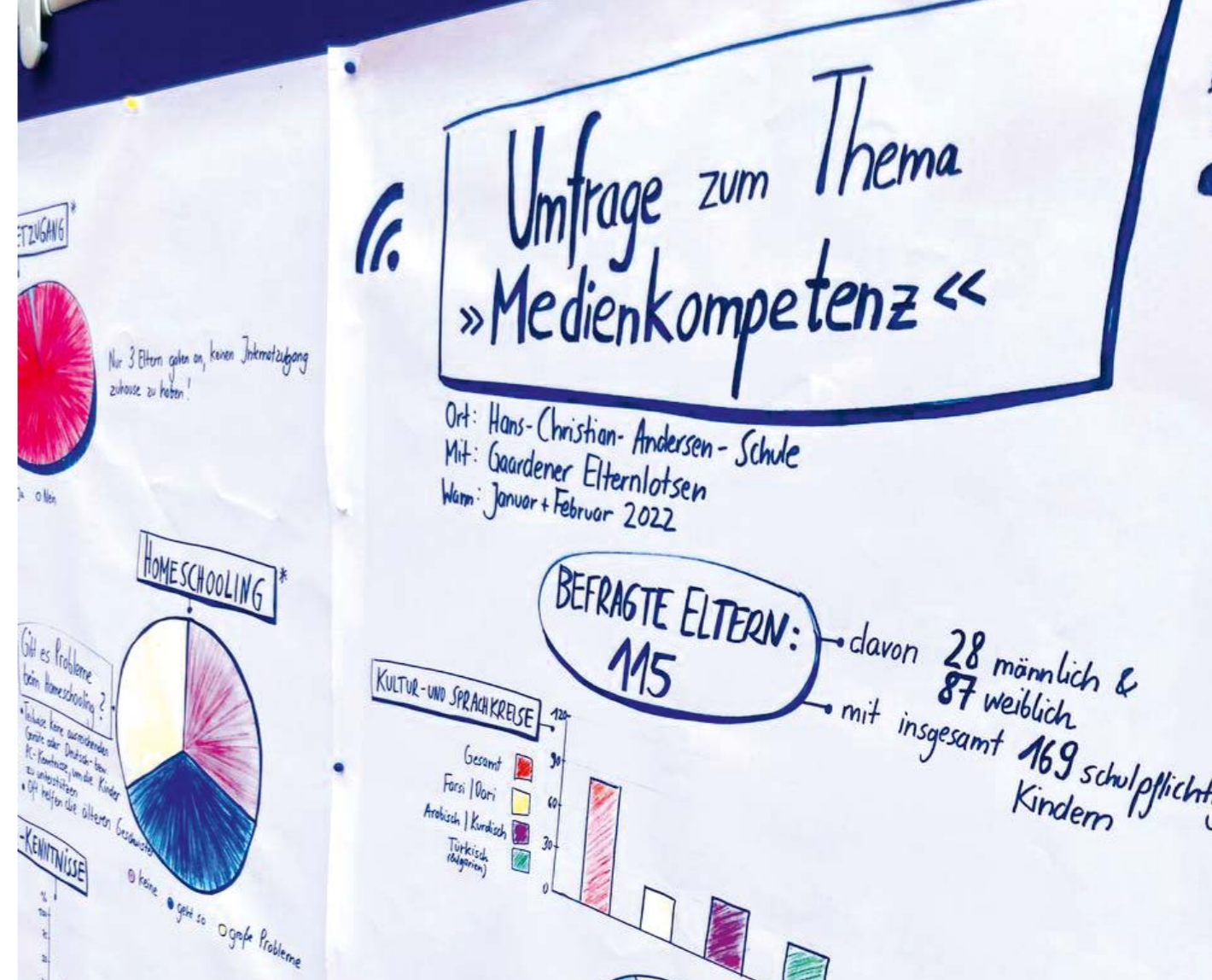
Dabei haben wir uns als Team auf eine Vorgehensweise in Phasen von 0-3 verständigt, um schrittweise Vertrauen aufzubauen, Erkenntnisse zu gewinnen und erste prototypische Erfahrungen mit digitalen Instrumenten zu sammeln, aber auch die Notwendigkeit einer analogen Vorgehensweise und somit der Grenzen der digitalen Welt kennen zu lernen.

Mit dieser Bottom-up-Vorgehensweise knüpfen wir an die aktuelle Handhabung digitaler Medien, der im Stadtteil Gaarden typisch vorzufindenden interkulturell zusammengesetzten Zielgruppen, an. Dabei hat sich die Bedeutung von hauptamtlichen Bezugs- bzw. Vertrauenspersonen für die Zielgruppen und eine interkulturelle Vermittlerfähigkeit als hilfreich bzw. grundlegend für die Entwicklung von prototypischen Ansätzen herausgestellt.

Für diesen Prozess wird Geduld und Zeit benötigt. Auch ist es wichtig, Ideen und Umsetzungen auszuprobieren. Nur dadurch wird es möglich sein, dieser komplexen Herausforderung gerecht zu werden und die notwendigen Voraussetzungen für einen Zugang der Personengruppen zur digitalen Teilhabe zu schaffen. Allein der Besitz eines Smartphones garantiert nicht automatisch eine Teilhabe an der gesellschaftlichen Entwicklung. Erst durch Kompetenzentwicklung, fachliche Begleitung, unterstützende Infrastruktur und die Bereitstellung von hilfreichen Informationen wird eine digitale Teilhabe ermöglicht.

Dazu haben wir im Rahmen des Prozesses Erfahrungen sammeln dürfen und Erkenntnisse gewonnen, die in die Handlungsempfehlungen eingeflossen sind.

Es hat sich auch herausgestellt, dass eine quartiersbezogene Herangehensweise und eine Identifikation von Zielgruppen im Quartier für die Entwicklung von Maßnahmen von Bedeutung sind. Dabei ist zu berücksichtigen, dass jedes Quartier eine andere Zusammensetzung und andere Zielgruppen haben kann. Dennoch lässt sich unsere offene, kooperative und prozessorientierte Vorgehensweise grundsätzlich auf jedes Quartier im urbanen Kontext als auch auf Dörfer im ländlichen Raum der Smarten KielRegion übertragen.



Wichtiges Hilfsmittel: Umfragen zu einem größeren Verständnis der Zielgruppen

Für die Herausarbeitung der strategischen Ansätze in einem Quartier oder Dorf hat sich eine interdisziplinäre Zusammensetzung der Arbeitsgruppe, die den digital-technischen Sachverstand einbezieht, als sinnvoll herausgestellt. Dadurch kann das Phasenmodell besser umgesetzt werden.

Mit der Sofortmaßnahme Smart Gaarden haben wir einen strategischen Einstieg in eine digitale Transformation im Stadtteil Gaarden und erste Maßnahmen für eine Umsetzung herausgearbeitet. Diese ließen sich beliebig mit anderen Maßnahmen, z.B. aus dem Mobilitätssektor, ergänzen. Zudem haben wir potenzielle Kooperationspartner*innen, die bei den Zielgruppen Vertrauenspersonen sind, gewonnen und potenzielle Kooperationspartner*innen für die weitere Umsetzung identifiziert. Hierauf können wir aufbauen, um die notwendigen Infrastrukturen, Kompetenzentwicklung, Informationsbereitstellung und Eigenständigkeit/Souveränität im Umgang mit den digitalen Instrumenten im Quartier weiterzuentwickeln.

Für die Möglichkeiten, unseren strategischen Ansatz als Sofortmaßnahme Smart Gaarden im Rahmen der Strategiephase der Smarten KielRegion herausarbeiten zu können, bedanken wir uns bei der Träger*in der Sofortmaßnahme Gewerbeverein Die Gaardener e.V., bei den Fördermittelgeber*innen, dem Team der Smarten KielRegion und insbesondere bei Kim Strupp, Simon Radtke und Jonas Dageförde für die Impulse und Unterstützung.

Das Team der Sofortmaßnahme Smart Gaarden



KielRegion GmbH
Neufeldtstraße 6
Wissenschaftspark Kiel
24118 Kiel
www.smarte-kielregion.de
team@smarte-kielregion.de

Gewerbeverein Die Gaardener e.V.
Projekt Smart Gaarden
Elisabethstraße 50
24143 Kiel
www.smartgaarden.de
info@smartgaarden.de

