

# Ein Haus mit Garten, mitten in München

---



Wir bauen uns ein Haus mit Garten, mitten in München – mit diesem Bild machte Workshopleiter Hanno Langfelder beim zweiten Community Thinktank deutlich, was wir erreichen wollen. Eine Online-Plattform soll die vier Wände schaffen, in denen sich die Gemeinschaft für ein zukunftsfähigeres München vertreten fühlt – alle unter einem Dach. Ein Zuhause, in dem jeder zu jeder Zeit willkommen ist. Ab und an wollen wir unser Haus aber auch verlassen, raus aus dem Netz und rein in unseren Garten. Den sollen reale Orte zum Blühen bringen, an denen wir in Zukunft zusammen kommen wollen.

Das Grundgerüst für unser Haus steht bereits – beim zweiten Thinktank hat die Münchner Szene eine Skizze für die Community-Plattform entworfen. „Das ist ein Leuchtturmprojekt“, sagte Grün&Gloria-Gründer Marco Eisenack zuversichtlich. „Wenn wir von der Community die Signale bekommen, dass wir diese Plattform wirklich brauchen und auch nutzen, wird diese auch finanziert. Daran glaube ich fest.“ Seiner Einladung ins [HUB Munich](#) folgten wieder rund 40 Stadtverbesserer, darunter viele bekannte, aber auch neue Gesichter – für Eisenack ein deutliches Signal, dass der Bedarf groß ist.



Was braucht ein Portal, damit es die Akteure einerseits nutzen wollen und sich andererseits darauf vertreten fühlen? Diese Frage hat sich die Community zu Herzen genommen und gemeinsam ganz konkrete Ansprüche an das Design und die wichtigsten Tools entwickelt. Auch jetzt lassen wir die Ergebnisse für sich sprechen, ohne lange drum herum zu reden:

### *Matching*

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? Ähnlich wie ein Dating-Portal soll sie den User mithilfe von verschiedenen Tools zu Personen (siehe auch *Personen*) und Themen (siehe auch *Börse* und *Ideen*) bringen, die zu seinem Interesse passen. Der Clou wird es sein, Profile mit Tags und Schlagworten von möglichst vielen wichtigen Personen anzulegen, die für München eine Rolle spielen.

### *Karte*

Ebenso viel Potenzial haben Online-Maps für die lokale Community, die sich über ganz München verteilt. Eisenack und Bernhard Hering, Informatiker vom Startup [Blogbox](#), lieferten Beispiele, an denen sich eine lokale Plattform orientieren könnte. Besonders hilfreich und schön gestaltet sind die freien Karten [Wheelmap](#) und [Mundraub](#) mit übersichtlichen Kategorien.

Alle Mitglieder des losen Bündnisses sollten die Karte bearbeiten und mit der Map der eigenen Initiative verknüpfen können. „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*

Nicht suchen, sondern finden – nach diesem Motto hat sich die Community Gedanken über eine benutzerfreundliche Aufbereitung der Inhalte gemacht. Die Relevanz eines schlüssigen Designs betont [lifeguide](#)-Mitglied 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. Aktuelle Ereignisse sollen auf einen Blick präsentiert werden.

### *Kalender*

Wie sieht ein Kalender aus, der das Leben einfacher macht? Diese Frage halten die Thinktank-Teilnehmer für essentiell, um bei all den Terminen und Kalendern der verschiedenen Organisationen. Das Zusammenführen von unterschiedlichen Kalendern ist für die Community deswegen die Vollständigkeit: Jeder soll Veranstaltungen nach einem einheitlichen Beschreibungsmuster eintragen 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 Nettiquette – und sichtbaren Teilnehmerlisten für die Events.

### *Personen*

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*

Ein weiteres Muss für eine Website mit Matching-Prinzip ist die Aufbereitung der unterschiedlichen Initiativen und Aktionen. „Uns geht es zum einen darum, das eigene Projekt zu präsentieren, 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*

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](#) und hakt ein: „Entstehen soll aber kein neues [Verschenks](#).“ Wert legen die Münchner auf eine übersichtliche Aufbereitung und die Verknüpfung mit der Karte verknüpft – schließlich wollen wir unsere Gartenschaufel ja nicht am anderen Ende der Stadt abholen.

## *Ideen*

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*

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.“ Gleichzeitig soll die technische Gestaltung so viele Funktionen wie möglich bieten: Von der Projektentwicklung und Entscheidungsfindungen über die Datenbankerstellung bis hin zur Terminfindung und Onlinekommunikation.



Nun liegt es an uns von Grün&Gloria, an dem Gerüst der Community weiterzubauen. Gemeinsam mit Profis in Sachen IT diskutieren wir die Skizze unserer Online-Plattform und klären offene Fragen. Wir freuen uns darauf, mit euch beim nächsten Thinktank am 5.12. weiter zu planen. Dann wird es vorrangig um die Bedeutung der Offline-Vernetzung gehen.