



Dokumentation der drei Ideenworkshops zur Entwicklung des
Toitenwinkler Sternplatzes

00. INHALT

- 01. Unser Sternplatz – Ideenworkshop für Toitenwinkel
- 02. Das BIWAQ Programm und der Unternehmerverband
- 03. Strahlender Stern – Grundlagenarbeit für den Sternplatz von morgen
 - 3.1. Recherchephase: Probleme und Potentiale des Sternplatzes
 - 3.2. Potenziale & Hemmnisse
- 04. Drei Ideen für den Sternplatz
 - Idee 1: Die Achtsamkeits-Kampagne
 - Idee 2: Die Markthalle als Gravitationszentrum
 - Idee 3: Die grüne Oase
- 05. Ausblick

01. Unser Sternplatz – Ideenworkshop für Toitenwinkel

Das Friedensforum in Toitenwinkel, auch bekannt als Sternplatz, ist ein ehemaliges Einkaufs- (und Regional-) Zentrum in Rostock. Rings um eine leerstehende Kaufhalle finden sich einige wenige lokale Geschäfte - mit dem Auszug des Discounters aus der Halle leiden aber auch die wenigen Gewerbetreibenden vor Ort. Möglichkeiten zur Wiederbelebung des Standortes gibt es viele, jedoch mangelt es den Eigentümern und Ansässigen an Umsetzungskraft für einen breiter und kreativ angelegten Entwicklungsprozess. Statt dem klassischen Discounter als Magnetpunkt erfordert der Platz für seine Wiederbelebung neuartige



Ideen und ganzheitliche Konzepte, die die Bedarfe der ansässigen Gewerbe, möglicher neu an zu siedelnder Gewerbe und der Anwohnerschaft in der Region zusammenführen. Die in unmittelbarer Nähe zum Sternplatz neu angesiedelten Discounter haben zudem für schwindende Besucherzahlen des Sternplatzes gesorgt.

Im Rahmen des BIWAQ Projektes hat es sich der Unternehmerverband zur Aufgabe gemacht, die lokalen Wirtschaftsstrukturen in weniger wirtschaftsintensiven Teilen der Hansestadt Rostock zu stärken.

Im Zeitraum zwischen dem 28. April und 16. Juni 2018 fanden drei Gemeinschaftsworkshops zur Erstellung eines zukünftigen Nutzungskonzeptes statt. Dies beinhaltet die Nachnutzung der Halle, sowie eine generelle Erarbeitung von konkret umsetzbaren Maßnahmen zur Reaktivierung des Platzes und zur Verbesserung der

Aufenthaltsqualität. In den bis Ende 2018 laufenden Prozess sind alle relevanten Akteure in dem Quartier integriert: Anwohner*innen, Gewerbetreibende, kommunal Verantwortliche und Funktionsträger*innen, die ansässige Wohnungswirtschaft, Raumsuchende aus dem Zentrum und anderen Stadtteilen, Vereine, Initiativen und Schulen aus dem Stadtteil, sowie der Quartiersmanager.

02. Das BIWAQ Programm und der Unternehmerverband

Der Beteiligungsprozess wurde vom Unternehmerverband angestoßen und durchgeführt. Der Unternehmerverband agiert mit dem BIWAQ-Projekt zur „Stärkung der lokalen Ökonomie“ in den vier Soziale-Stadt-Quartieren Rostocks. Der gesellschaftliche Umbruch seit 1989 hat dort deutliche Spuren bis in die heutige Zeit hinterlassen. Ein Bündel an Entwicklungen (u.a. hohe Bevölkerungsverluste, Anstieg an Erwerbslosigkeit, Leerstände) führten zur Erosion der lokalen Geschäfts- und Gewerbestrukturen und bilden die gegenwärtigen Rahmenbedingungen für die aktuelle Situation der Unternehmen vor Ort.

Wirtschaftsförderung vor Ort zu betreiben heißt, die Potentiale, Kenntnisse und Fähigkeiten, der vor Ort aktiven Unternehmen, Dienstleistungen und Menschen im Blick zu haben. So können eigendynamische Prozesse in Gang gesetzt und ökonomische Abwärtsspiralen durchbrochen werden.

Die Aufgabe des Unternehmerverbandes im Rahmen des Projektes besteht darin, den Austausch und die Vernetzung zwischen dem gewerblichen, kommunalen und dem informellen Sektor zu fördern, anzustoßen und zu begleiten.



03. Strahlender Stern - Grundlagenarbeit für den Sternplatz von morgen

Wie schaffen wir es, den Sternplatz wieder zu einem gemeinschaftlichen qualitativen Aufenthaltsort für ganz Toitenwinkel und darüber hinaus zu machen?

Zwischen dem 28. April und dem 16. Juni fanden drei gemeinsame Arbeitstreffen in der Halle des ehemaligen Skymarktes statt, bei denen sich mit obenstehender Leitfrage auseinandergesetzt wurde.

3.1. Recherchephase: Probleme und Potentiale des Sternplatzes

Das erste gemeinsame Treffen zielte darauf ab, ein gemeinsames Problemverständnis zu entwickeln und die Potentiale des Ortes aufzudecken. In drei Arbeitsgruppen wurde dabei zunächst intern über Probleme und Potenziale des Ortes gesprochen und persönliche Perspektiven geteilt. Dadurch konnte zunächst ein gemeinsames Situationsverständnis hergestellt werden. In einem zweiten Schritt wurden Kurzinterviews mit Passant*innen auf und um den Sternplatz geführt. Dies war wichtig, um die eigene Perspektive zu verlassen und Einblicke von anderen Menschen zu gewinnen, die sich an dem Ort aufhalten. Dadurch werden heterogene Einblicke gewonnen, auf Basis derer im weiteren Prozess Lösungsideen entwickelt werden können. Aus den gesammelten Einblicken haben die verschiedenen Gruppen im Anschluss eine Persona erarbeitet - eine fiktive Person, die die in den Interviews gewonnen Einblicke zusammenführt und für deren Bedürfnisse eine Lösung entwickelt wird.

In verschiedenen Gesprächen ergaben sich viele positive Aspekte für Toitenwinkel. Beispielsweise wurde die zentrale Lage in der Stadt und der gute Anschluss an den Öffentlichen Personennahverkehr wiederholt als positiv hervorgehoben. Ebenso lobten viele der Anwesenden die Architektur und Grünraumgestaltung der gesamten Anlage mit Teich, Grünanlagen, Wald und Wiesen und den großen Platz mit dem Springbrunnen als möglichen Treffpunkt. Die Zusammensetzung der Nachbarschaft und die Infrastruktur mit Ärzt*innen, Apotheke, kleinen Läden und der Sparkasse wird ebenfalls sehr geschätzt.

Kernerkenntnisse aus den Gesprächen

- #1 Anwohnende haben ein persönliches Verhältnis zu den Einzelhändler*innen vor Ort
- #2 Der Wochen-Markt ist beliebt und wichtig, aber nimmt vom Angebot her stetig ab. Das wird bedauert.
- #3 Die einzige Bar am Platz hat Außenschankflächen verloren.
- #4 Fehlendes Angebot für jung und alt.
- #5 Die günstige Miete am Stemplatz ist ein wichtiges Plus für Gewerbetreibende
- #6 Ein Laden vor Ort ist ein wichtiger Begegnungs- und Austauschort für Klatsch, Tratsch und Ratschläge.
- #7 Mehr Läden beleben das Geschäft, aber durch das Angebot von speziellen Waren / Dienstleistungen, für die es wenig Konkurrenz gibt, kann man am Stemplatz auch in der jetzigen Form Erfolg haben.
- #8 Die Gewerbetreibenden fühlen sich wohl in Toitenwinkel und wollen dort nicht weg.
- #9 Ruhe nimmt einen großen Stellenwert für den Standort ein.
- #11 Menschen sind stolz auf Toitenwinkel und suchen Orte der Begegnung.

3.2. Potenziale & Hemmnisse

Grundsätzlich ließen sich sechs große Bedürfnisse für Veränderung definieren: Alle Beteiligten wünschten sich weniger Autoverkehr auf dem Sternplatz, der eine Fußgängerzone ist, sowie mehr Möglichkeiten zum Sitzen und Treffen in Form eines Cafés. Sie bemängelten die fehlende Pflege und Instandhaltung der gesamten Anlage durch deren Nutzer*innen. Insbesondere die bereits stattfindende Diskussion um die Integration einer Zufahrtsbeschränkung in Form eines Pollers fand wiederholt in den verschiedenen Gesprächsrunden statt und machte das verstärkte Bedürfnis nach der Verkehrsberuhigung auf dem Platz erneut deutlich. Im Folgenden werden die Bedürfnisse an den Platz ausführlich dargestellt:

Angebote vor Ort

Viele der Anwesenden beklagten fehlende Angebote nach Feierabend in der Gegend. Der wöchentlich angebotene Kegelaabend und die örtliche Kneipe "zum Hessen" erschienen als nicht ausreichend. Zudem fehlten Angebote und Treffpunkte für Frauen (Sportstudio), junge Leute und insbesondere ein kulturelles Programm wie Kino, Theater, Konzerte im Viertel. Der wöchentlich donnerstags stattfindende Wochenmarkt wird sehr geschätzt, jedoch ist hier ein Rückgang teilnehmender Anbieter*innen zu beobachten, auch Kleingewerbe des täglichen Bedarfs fehlen.

Verkehrssituation am Sternplatz

Die Aufenthaltsqualität am Sternplatz ist stark eingeschränkt. Obwohl er eine ausgewiesene Fußgängerzone ist, wird er wild und rücksichtslos befahren und beparkt. Menschen, die sich am Platz aufhalten, müssen zur Seite springen, die Tagesmütter am Platz können die Kinder nicht mehr auf dem Platz spielen lassen, Kinder und ältere Menschen aus der Wohnumgebung fühlen sich unsicher. Die Fußgängerzone wurde früher durch einen Poller abgesichert. Mehrere Versuche, neue Poller zu setzen, scheiterten. Die Absicherung der Fußgängerzone ist ein wesentlicher Moment, um die Lebensqualität am Platz wiederherzustellen und ist entscheidend für die Entwicklung des Platzes.

Hausverwaltung

Der gesamte Wohnkomplex rund um den Sternplatz wird von einer einzigen Hausverwaltung betreut. Nach Einschätzung einiger Anwesenden setzen sich Mieter*innen und Eigentümer*innen der Wohnungen für einen Wechsel der Hausverwaltung ein, da sie unzufrieden sind. Auf Nachfrage stellt sich heraus, dass die momentan eingesetzte Hausverwaltung gerichtlich zusichern ließ, keinerlei Rechte und Pflichten in der Anlage erfüllen zu müssen. Die fehlende Sorgfalt führt zu einer Abwärtsspirale aus fehlender Verantwortung für die Ordnung auf dem Platz. Fehlende Mülltonnen führen zu verstärktem Müllaufkommen, was in der Vergangenheit wiederum zu einem ernstzunehmenden Rattenproblem in der Wohnanlage geführt hat.

Randgruppen

Die Grünfläche unterhalb des Sternplatzes rund um den Teich ist in den letzten Jahren zu einem informellen Treffpunkt vieler Randgruppen geworden. Der verstärkte Konsum von Alkohol führt zu Pöbeleien und Randalen, was wiederum andere Nutzer*innen des Parks abschreckt. Als Antwort wurden vom Parkmanagement der Großteil der vorhandenen Sitzbänke abmontiert.

Bauliche Situation der Halle

Bevor die Halle des alten Skymarktes wieder in Betrieb genommen werden kann, sollten bauliche Eingriffe vorgenommen werden. Das Eisendach sorgt für enormen Hall und eine fehlende Heizung macht die Halle im Winter fast nicht nutzbar.

Pflege und Instandhaltung

Generell lässt sich in der gesamten Außenanlage ein fehlendes Verantwortungsgefühl der Nutzer*innen beobachten. Hundehalter*innen lassen Hinterlassenschaften der Hunde zurück. Die Spender für die Hundetüten werden seit 10-12 Jahren nicht mehr nachgefüllt. Nicht angemeldeter Sperrmüll wird regelmäßig vor der Halle abgeladen und verunreinigt den Platz und auch die Flächen rund um den Teich werden aufgrund der fehlenden Papierkörbe mehr und mehr zugemüllt. Auch wildes urinieren ist zu beobachten.

Das Bestandsgrün auf dem Sternplatz wird nicht optimal gepflegt. Kann hier das Amt für Stadtgrün stärker in die Pflicht genommen werden?

04. Drei Ideen für den Sternplatz

Aus den gemeinsam gewonnenen Erkenntnissen wurden in drei Gruppen drei thematische Stoßrichtungen erarbeitet. Als Ausgangslage für die Ideenfindung diente dabei die gemeinsam entwickelte Fragestellung, die basierend auf der Einstiegs-Fragestellung in jeder Gruppe geschärft wurde. Die Ideen wurden mit Hilfe eines Prototypen in Kurzinterviews mit Passant*innen getestet und auf Basis der verschiedenen Anmerkungen geschärft.



Idee 1: Die Achtsamkeits-Kampagne

„Als ich einzog dachte ich: Toll, ein Ort zum alt werden, mit Läden, Leben und Fahrstuhl im Haus. Davon ist nicht mehr viel übriggeblieben.“

- Workshopteilnehmer

Wie schaffen wir es das Verantwortungsgefühl von Kuno und allen anderen Nutzer*innen für den Platz und das Viertel zu steigern und somit einen rücksichtsvollen Umgang mit der eigenen Nachbarschaft zu fördern?

Die Idee: Eine aktivierende Kampagne für mehr Sauberkeit und Achtsamkeit im Viertel

Eine Plakatkampagne soll dabei helfen, die Achtsamkeit und das Bewusstsein für das eigene Lebensumfeld in Toitenwinkel zu stärken. Ziel ist es, die Anwohner*innen durch subtile, positive bisweilen mit einem Augenzwinkern versehene Texte in ansprechend gestalteten Postern zu mehr Achtsamkeit und Sauberkeit zu motivieren. Denn mehr Achtsamkeit und mehr Pflege ziehen mehr Achtsamkeit nach sich. Um von Beginn an möglichst viele Anwohner*innen in das Projekt zu integrieren, werden in den Schulen des Viertels Ideenwettbewerbe in den Bereichen Text und Gestaltung initiiert. So werden die jungen Menschen zu den Botschafter*innen für Toitenwinkel. Die Posterkampagne könnte durch regelmäßig durchgeführte Kleinstaktionen auf dem Platz begleitet werden, die wiederum den Kontakt zwischen den einzelnen Anwohner*innen fördern und so ebenfalls zu mehr Achtsamkeit führen und „dem Lärm ein Gesicht geben“.

Medien

- Posterwände an Laternen und Hauseingänge der Wohnungsgesellschaft
- Balkone (Fahnen)
- Stromkästen
- Toitenwinkler Augenzeuge als Medienpartner
- Citylight Kampagne

Kommunikativer Aspekt

- Orientierung/ Andocken an bereits bestehendem Stadtteil-Marketing („Toitenwinkel. Bei uns ist alles drin.“)
- Möglicher Slogan: „Toitenwinkel. Mit DIR ist alles drin.“

Inhalte

Achtsamkeit für

- Müll
- Lärm
- Leerstände
- Hundekot
- Autos auf dem Platz vs. Kinder
- Pöbeleien
- Den Mehrwert des Wohngebietes

Aktivierungsmaßnahmen

- Kooperationen mit Schulen (Projektwochen)
- Kinder als Umweltscouts
- Sperrmüll Baufest
- Stadtteilbegegnungszentrum als Partner

Testphase: Die Idee auf den Prüfstand gestellt



Es braucht eine federführende Organisation zur Schärfung und Umsetzung der Konzeptidee, sowie eine konstante Mittlerperson („Projektleitung“). In einem ersten Schritt wird die Aufgabenstellung für die Schulen erarbeitet. Dabei wäre es möglich, ein einheitliches grafisches Erscheinungsbild (i.e. Corporate Identity) zu entwickeln, welches auf die Integration der Designs der Schüler*innen eingeht. So wird ein höherer Wiedererkennungswert gewährleistet.

Als Startpunkt der Kampagne bzw. des Aufrufs wäre der Termin von „Toitenwinkel räumt auf“ denkbar. Parallel zur laufenden Kampagne finden regelmäßige Nachbarschaftsstammtische als attraktive Freizeitaktionen (im Sommer auf dem Platz, im Winter in der Halle) bei Speis und Trank statt. Diese Informalität bringt eine weitere Vernetzung der verschiedenen Stakeholder mit sich. Im zweiten Jahr können Verfügungsfonds an den Schulen ausgerufen werden: Die Schüler*innen können selbst Nachbarschaftsaktionen für „mein

Toitenwinkel“ konzipieren und durchführen.

Der Umsetzungsplan

1. Projektleitung finden, Arbeitsgruppe bilden
2. Konzept ausarbeiten
3. Kernslogans entwickeln (als Startpunkt)

4. Entwicklung eines groben Erscheinungsbildes mit zwei möglichen Kommunikationssträngen
Erstens: Ansprache der Kinder/Jugendlichen, um Poster zu entwickeln.
Zweitens: Poster der Kinder/Jugendlichen als Ansprache für Toitenwinkler*innen
5. Partner*innen (Nachbarschaft, Quartiersmanagement) finden und mögliche Schulen ausfindig machen
6. Ansprache von Lehrer*innen als Verbündete. Auslobung des Wettbewerbs an Schulen in Verknüpfung mit Projekttag „Mein Viertel wird sauber“ durch die Lehrer*innen (Workshopstruktur, Lehr-Materialien und Inhalte im Vorfeld durch Projektleitung vorbereitet)
7. Auslobung des Ideenwettbewerbs parallel zum Aufräumtag und in Schulen (kleiner kreativer Infostand am Aufräumtag, ggf. Aufräumutensilien gelabelt mit Slogan)
8. Zwei Monate nach Aufräumtag: Einweihung der Poster begleitet von 4 - 6 wöchigen Nachbarschaftstreffs/ Grillen / Mini-Räumfesten. (z.B.: Unkrautjäten am Amphitheater mit Musik und BBQ)
9. Im folgenden Sommer: Auslobung von Nachbarschaftsgeldern für verschiedene Gemeinschaftsaktionen, welche mittels eines Ideenpapiers beim Quartiersmanagment beantragt werden können.

Idee 2: Die Markthalle als Gravitationszentrum

„Mehr Laufkundschaft könnte dabei helfen, mein Gewerbe in Toitenwinkel zu sichern.“

- Ladenbesitzer im Sternplatz

Wie schaffen wir es die Halle auf dem Sternplatz durch attraktive Angebote so zu beleben, dass sie zu einen zentralen Aufenthaltsort für die verschiedenen Gruppierungen aus dem Viertel wird und auch Gewerbetreibende wie Brigitte von dem neuen Ort profitieren?

Die Idee: Die Sternhalle - eine Mischung aus permanenten gastronomischen und Einzelhandels-Angeboten, sowie einer wechselnden Bespielung durch Kunst/Kultur und Bildungs-Angeboten

Die „Sternhalle“ wird zum neuen Gravitationszentrum der Nachbarschaft. Um bei verschiedensten Gruppierungen Anklang zu finden, entsteht eine Mischung von permanenten und wechselnden Angeboten. Zu den dauerhaften Angeboten zählen kleine Einzelhandelsbetriebe des Alltagsbedarfs - etwa ein Kiosk, ein Bäcker und ein Blumenladen -, sowie eine Gastronomie, die sowohl das Bedürfnis nach einem Café, als auch das nach einer Gaststätte erfüllt. Regelmäßige Kulturangebote wie Kino, Theater und Kunst, Freizeitangebote wie verschiedene Sportarten oder Mitmach-Werkstätten und Kurse ergänzen das Angebot.

Ein möglicher Bestandteil der Idee ist es, die Außenwände der Halle auf einer oder mehreren Seiten zu entfernen und diese zu öffnen, um den ‚Stern in die Halle zu holen‘. Hiermit soll bewusst das Zeichen gesetzt werden, dass die Halle für die Nutzung verschiedenster ansässiger Gruppierungen zugänglich ist. Dabei soll die Halle sukzessive von innen heraus durch den Bau kleiner, individueller Einheiten für verschiedene Nutzungsformen erschlossen werden. Hintergrund dabei ist auch, dass die Halle als Ganzes für eine sinnvolle Nutzung zu groß ist.

Dauerhafte Angebote

- Kiosk
- Bäcker
- Blumenladen
- Post Einkaufsgelegenheit
- Friseur
- Handwerkliche Betriebe
- Gaststätte
- Café

Nächste Schritte

- Konzept Entwurf formulieren und Informations-Kampagne in Toitenwinkel starten
- Fachkompetenz zusammensuchen
- Betreiberform aufbauen -> Genossenschaft / Verein?
- Finanzierung für hauptamtliche Stellen organisieren

Wechselndes Angebot

Kunst / Kultur:

- Kino: Programm-Kino, Open-Air Kino, Wunschfilm-Vorstellungen
- Bühne
- Galeriefäche für Kunst innen+außen

Freizeit / Bildung:

- Mitmach Foto-/Filmstudio
- Mitmach-Werkstatt
- Foto/Film-Kurse
- Nachbarschaftsschule, Betreuungsangebote
- Sporthalle / Fußballflächen

Weitere Funktionen

- Die Sternhalle als ‚Markthalle‘
- Sukzessive, kleinteilige Füllung der Halle von innen mit einer Mischung von Nutzungen darstellen
- Einen eigenen für Gruppen nutzbaren Raum integrieren
- Betreuungs-Angebote
- Auf Angebote, die bis jetzt in Toitenwinkel noch nicht bedient werden, fokussieren

Testphase: Die Idee auf den Prüfstand gestellt



Die Rückmeldungen der Nutzer*innen ergaben, dass die primäre Erwartung an die Halle die des Einkaufs von Alltagsgütern ist. Darüber hinaus bestand der einmütige Wunsch nach einem Café als Verweilort mit Außenfläche und angegliederten Angeboten wie einer Eisdiele, einem Kiosk und einer Bewirtung, die sich auch auf die Abendstunden ausdehnt. Generell stellte sich die Frage, welche Läden des täglichen Bedarfs angesichts des bestehenden Angebots in Toitenwinkel für eine sinnvolle Nutzung in Frage kommen und eine nachhaltige Perspektive in der Halle haben. Die vom Team angestrebte gemischte Nutzung der Halle mit Einzelhandels- und Freizeit-, sowie Kulturangeboten wurde nur zum Teil nachvollzogen. Diese müsste besser kommuniziert oder

mit speziell zugeschnittenen Angeboten als Alleinstellungsmerkmal der Halle attraktiver gemacht werden. Hier würden etwa die Möglichkeit der Vormittagsnutzung bzw. von Vormittagskursen, die Miete eigener Räume für Gruppen, sowie einer Kinderbetreuung während Sportkursen / Freizeitangeboten am Abend ein starkes Plus darstellen, das sich aktuell in Toitenwinkel nicht verwirklichen lässt. Weiterhin wurde angemerkt, dass ein besonderes Augenmerk auf niedrigschwellige Begegnungs-Möglichkeiten wie z. B. ein Indoor-Spielplatz gelegt werden könnte, um die Kommunikation zu fördern.

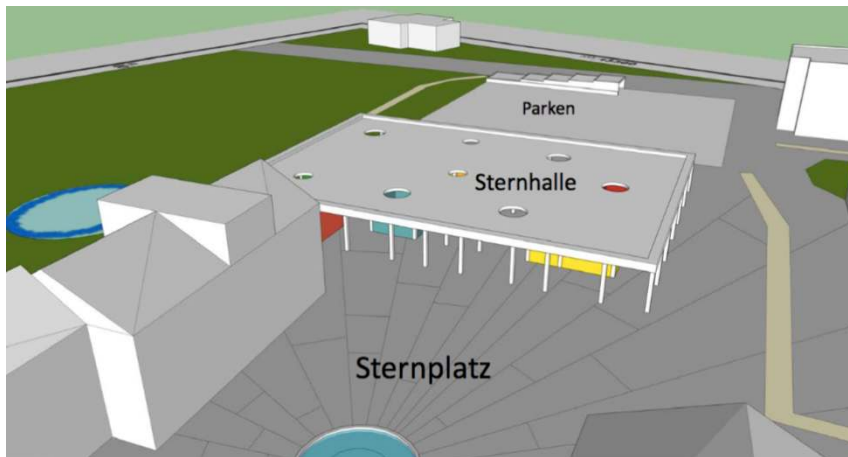
Der Umsetzungsplan

1. Halle für Veranstaltungen öffnen: „Hier passiert etwas / die Halle mit Leben füllen.“
2. Wochenmarkt in der Halle abhalten
3. Architektur-Büro erarbeitet in Zusammenarbeit mit: BIWAQ, Stadtteil-Büro, Stadtplanung, Ortsamt ein Konzept* für die Halle

4. Gewerbe für Halle akquirieren
5. Business-Plan verfassen
6. Eigentümer, Wirtschaftsförderung und Verwaltung an einen Tisch holen, um Konzept zu besprechen

Benötigte Ressourcen:

- Eine motivierende Person, die die Leute zusammen holt und das Projekt auf den Weg bringt
- Fachleute, die ähnliche Projekte gemacht haben
- Netzwerker*innen, die die verschiedenen Akteure zusammenbringen können
- Business-Plan Expertise



Konzept*-Skizze der matrix Architektur GmbH

Entwicklungsziele:

Autofreier Sternplatz

Verbindung durch die Halle

Öffnung der Fassaden, insbesondere der Sternplatzfassade

Halle = Multifunktionsfläche

- Handel, Dienstleistung, Soziales, Sport, Kultur

Idee 3: Die grüne Oase

“Wenn der Platz gepflegt ist, ist es hier schön. Ich bin stolz auf Toitenwinkel, wünsche mir aber mehr Begegnungsorte”

- Passantin

Wie schaffen wir es, den Sternplatz in eine Flaniermeile für Jung und Alt zu verwandeln, damit Thomas seinen Hobbies und Ritualen auch im eigenen Stadtteil nachgehen kann?

Die Idee: Der Sternplatz als kollektiv verwalteter Gemeinschaftsgarten “Oase”

Um die Aufenthaltsqualität auf dem Sternplatz zu steigern, gilt es, den Sternplatz nachhaltig aufzuwerten. Dies wird durch die Gestaltung von Sitzbänken, Stühlen und Tischen, Bepflanzungen, die Verschönerung von Mülleimern und des Brunnens erreicht. Durch Subbotnik-Einsätze mit den Toitenwinkler*innen und Interessierten entsteht eine grüne Oase. Gemeinschaftsgärten stärken den Zusammenhalt im Stadtteil, schaffen Begegnungspunkte am Platz. Durch Patenschaften für Bänke, Bäume und Weiteres wird der Platz auch über den Aufbau hinweg instandgehalten. Eine Zusammenarbeit zwischen Anwohner*innen, Schulen und Kitas in Form von Projekttagen und Aktionen ermöglichen eine nachhaltige Pflege und Nutzung des Ortes.

Gestaltungsinhalte

- Platzgrün, Strandoase
- Hochbeete in Bahnkisten (mobil)
- Kunst im öffentlichen Raum (Graffitiwand, Fassadengestaltung)
- Neue Straßennamen (Unser Stadtteil)
- Beschilderungen: es werden sich z. B. Spielflächen für Kinder gewünscht, gleichzeitig gibt es in unmittelbarer Nähe bereits einen Spielplatz.

Kreativ gestaltete Straßen- und Wegweisschilder sollen solche Orte präserter machen.

- Nutzpflanzen
- Schallschlucker -> Tatanboden
- Kunststoff-Segel
- Schöne Stadtmöbel
- Federtiere, Aktionsflächen für Kinder
- Gastro im Freien
- Bepflasterung zu grünen Inseln

Aktivierungs- und Umsetzungsmaßnahmen

- Patenschaften
- Wettbewerb als Anreiz
- Schulprojekte, Workshops
- Projekte mit Arbeitslosen
- Spaßmachende Gestaltungs-Subbotniks
- Stadtteilstreifzüge (Toitenwinkler*innen zeigen ihren Stadtteil, ihre Oase)
- Regionalmarkt/ Wochenmarkt
- Quartalsweise Stadtteilbrunch in der Oase
- Freilichtkino/Konzert am Teich oder der Oase

Infrastruktur

- Schöne Mülleimer
- Hundetüten, "Hundeklobereich"
- Öffentliche Toiletten
- Fahrradplätze
- Sitzmöglichkeiten, Tische
- Outdoor-Freizeitangebote (Tischtennisplatte, Schach,...)
- Schild „Zum Sternplatz“

Testphase: Die Idee auf den Prüfstand gestellt

In der Testphase ging es vor allem darum, herauszufinden, ob die Menschen die Veränderungen am Sternplatz auch selbst aktiv mitgestalten und nutzen würden und welche der Bausteine des Modelles nicht fehlen dürfen oder ggf. ergänzt werden sollten. Die Testphase hat deutlich gemacht, dass eine Umsetzung der Idee sehr gut bei den Menschen ankäme. Sie konnten sich das Modell sehr gut vorstellen und fingen immer sofort an, sich vorzustellen, was alles am Platz möglich wäre. Die Menschen freuen sich über jede Veränderung, brauchen aber auch weitere Beteiligungsanstöße, um selbst aktiv dabei zu sein. So haben einige der Befragten

geäußert, im Rahmen ihrer Möglichkeiten gerne dabei zu sein. Dies setzt voraus, dass die Menschen frühzeitig über Subbotniks, Workshops o.ä. informiert werden, sodass sie sich solche Aktivitäten einplanen können. In den meisten Fällen wird dann jedoch ganz kurzfristig geschaut, ob eine Teilhabe möglich ist. Je mehr Menschen für eine Beteiligung aktiviert werden können, desto mehr Bewusstsein wird auch für den Standort und den Umgang mit Selbigem geschaffen.

Gleichzeitig hat die Testphase erneut gezeigt, dass Toitenwinkel gespalten ist und auf der einen Seite sehr achtsame, aktive Menschen dort leben, auf der anderen Seite aber auch solche, die ggf. mehr Bildungs- und Sensibilisierungsarbeit benötigen, um bewusster mit ihrem Umfeld umzugehen.

Ein weiterer kritischer Punkt ist das Angebot für Kinder: sehr häufig wird ein fehlendes Kinderangebot erwähnt; auf der anderen Seite werden Wünsche geäußert, nicht zu viele Kinderangebote am Platz selbst zu schaffen, da dies eine gewisse Geräuschkulisse am Platz mit sich führt.



Der Umsetzungsplan

1. Gespräche mit Grünfachleuten
2. Offene Fragen klären: Versicherungen und Sicherheit - wer haftet z. B. für Federtiere, die am Platz installiert würden?
3. Tatanboden als Schallschlucker und Federtier als erster Testballon (um nicht alle Maßnahmen auf einmal umzusetzen, will sich das Team zunächst kleine Testballons vornehmen)
4. Gezielte Formulierung an entsprechende Stellen (Stadt)

5. Kommunikation an Toitenwinkler*innen (TV, Radio, Presse, Infoschild, Halle nutzen)
6. Regelmäßige Planungstreffen zur Platzgestaltung (Empfehlung: beim nächsten offenen Treffen im August vereinbaren)
7. Teamfindung - Team Grünflächen, Team Kommunikation, Team Kinderangebote, etc...)

Benötigte Ressourcen

- Interessierte Mitgestalter*innen aus dem Stadtteil, Hausverwaltung (WG-Union, Wiro)
- Grönfingers, Veolia
- Interkulturelle Gärten

05. Ausblick

Der Prozess hat gezeigt, dass es nicht um eine reine Neuvermietung der Halle geht, sondern um die Schaffung eines identitätsstiftenden Quartierszentrums, um so das Verantwortungsgefühl für das eigene Lebensumfeld zu stärken und einen attraktiven Standort für neue Gewerbetreibende zu schaffen. Jede der drei entstandenen Ideen ist unterschiedlich skalierbar. Es gilt im nächsten Schritt, die verschiedenen Ideen auf Machbarkeit zu überprüfen und mögliche Partner*innen und Gelder für die Umsetzung zu generieren, bzw. mit den Aktiven vor Ort zu schauen, welche der Aspekte schon niederschwellig sofort umgesetzt werden können. Dafür können weiterführende Treffen im Stadtteil die Motivation der Menschen aufrechterhalten. Obwohl jede der Ideen in einem gemeinschaftlichen Prozess entstand, ist im weiteren Schritt zu empfehlen, mit einem/ einer Projektmanager*in zu arbeiten - im besten Fall aus dem Viertel.



Anhang: Das Durchführungsteam

Der Beteiligungsprozess „Unser Sternplatz“ wurde im Auftrag des Unternehmerverbandes Rostock von fint - Gemeinsam Wandel gestalten durchgeführt. fint initiiert und implementiert innovative, kreative und nachhaltige Veränderungsprozesse in Unternehmen, Kommunen, Ministerien, Vereinen und unterstützen dabei gesellschaftlichen Wandel in Wirtschaft, Politik und Zivilgesellschaft - durch Workshops, Kampagnen- und Kommunikationsarbeit sowie Veranstaltungs- und Beteiligungsformate.

fint – das sind Teresa Trabert, Veronika Schubring und der gemeinnützige Verein Kreativsaison e.V., sowie ein Team von festen und freien Projektmanager*innen, Grafiker*innen, Moderator*innen und Kreativ-Schaffenden aus unserem regionalen und überregionalen Netzwerk, welches wir projektbezogen involvieren. Die im Projekt mitwirkenden Coaches waren Edouard Barthen, Laura Bruns und Teresa Trabert.

Impressum:

fint – Gemeinsam Wandel gestalten

Text: Laura Bruns, Teresa Trabert

Fotos: fint – Gemeinsam Wandel gestalten, matrix Architektur GmbH,
Unternehmerverband Rostock-Mittleres Mecklenburg e.V.

Im Auftrag von: Unternehmerverband Rostock-Mittleres Mecklenburg e.V.