



Innovationen für
urbane Lebensqualität

Open Innovation und Living Lab Ansätze in der Praxis der Stadtentwicklung

Barbara HAMMERL

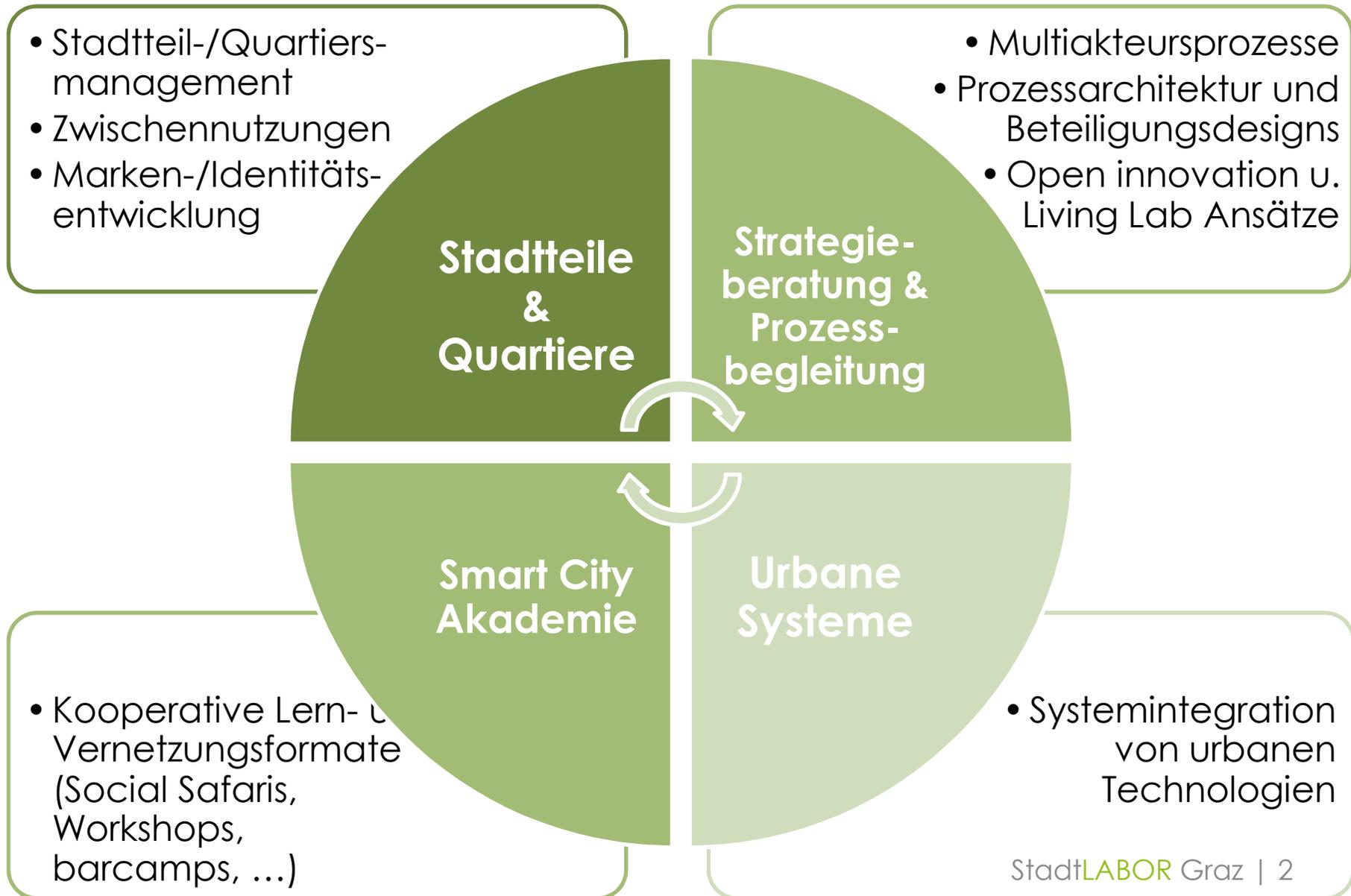
Elisabeth OSWALD

Remko BERKHOUT

REAL CORP 2016

23. Juni 2016, Hamburg

StadtLABOR Graz



- 📍 **Open Innovation und Living Labs**
- 📍 Casestudy 1: Quartiersentwicklung
„Brauquartier Puntigam“
- 📍 Casestudy 2: Stadtteilmanagement Smart
City Graz Waagner-Biro
- 📍 Lessons learnt

Open Innovation & Living Labs

Handlungsleitende Prinzipien

- 📍 Öffnung von Innovationsprozessen und inklusive Beteiligung
- 📍 Design neuer Dialog-, Lern- und Kooperationsformate und -räume
- 📍 Ko-Kreation, Prototyping, Experimentieren

INHALT

- 📍 Open Innovation und Living Labs
- 📍 **Casestudy 1: Quartiersentwicklung
„Brauquartier Puntigam“**
- 📍 Casestudy 2: Stadtteilmanagement Smart
City Graz Waagner-Biro
- 📍 Lessons learnt

Brauquartier Puntigam

von district branding zu kooperativer Quartiersentwicklung

- 📍 Quartier mit 800 Wohnungen für ca. 2500 Menschen, urbaner Nutzungs-Mix
- 📍 4,2 ha, Randbezirk, entlang zentraler Einfahrts-strasse
- 📍 heterogene Struktur



Prozessablauf



Ergebnisse der Analysephase



Gesunder Mix an Wohnen,
Gastronomie und Gewerbe

Zentraler Platz /Dorfplatz als
Zentrumsfunktion

Bezirksamt und Polizeistation

Hoch qualitativer
Baumbestand entlang der
Böschung

fußläufige Erschließung der
Sportanlagen in der Planung
mitdenken

Nähe zur Straßenbahn/S-
Bahn

Mangel an praktischen
Ärzten

Wenig Kinderbetreuung,
Angebote für SeniorInnen

Bedarf an kleinen
Wohnungen (Jungfamilien)

Lärm, Verkehrszunahme /
Barriere durch Einfahrtsstrasse

Es gibt genug Events
(Partybezirk) => Stille!

Wenig Tagesgastronomie
(Cafes)

Markenoptionen-Workshop

Ko-Kreation



NEUEN STADTEIL

NATUR ≠ MARKE

NATURNÄHE

MEHRWERT

'GEMEINSCHAFTS-

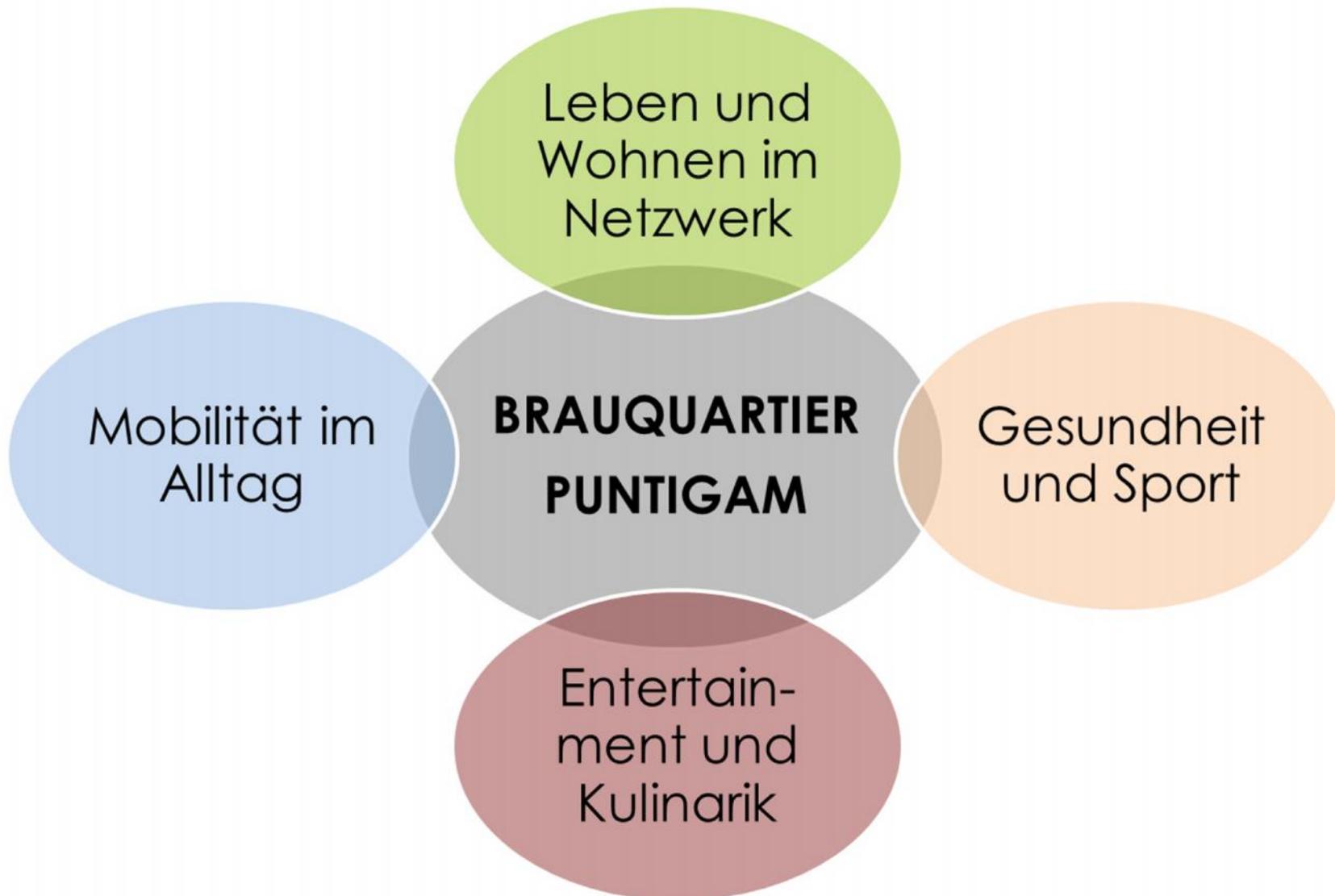
GÄRTEN'

GRÜNES
RÜCKGRAT
= BÖSCHUNG

QUALITÄT
BÖSCHUNG
+ ALLEEN
GRÜNES NETZ?

Markenstrategie

Kernthemen



Leben und Wohnen im Netzwerk

Markenattribute nach Zielgruppen

Zielgruppe	Inhaltliche Markenattribute	Emotionale Markenattribute
Singles (20-30 Jahre) Erst-Wohnung	<ul style="list-style-type: none"> • Quartiersmanagement Vernetzung, Unterstützung, Betreuung, Beratung d. Bewohner u. Unternehmen 	Individueller Wohnraum - großer Lebensraum; Begegnungsorte / Treffpunkt im Quartier (Platz)
Familien mit Kindern	<ul style="list-style-type: none"> • W-LAN im gesamten Quartier • Gemeinschaftlich nutzbare Flächen, Räume und Produkte (Veranstaltungssaal, Kinderspielraum, Werkstätten mit Werkzeugausstattung, Paketboxen...) 	Unterstützung im Alltag mit Kindern (Babysitterbörse, Spielangebote, Flohmarkt, Tauschbörsen,...)
Singles / Paare ohne Kinder		Individualität und Wahlmöglichkeiten
Ältere Menschen		Unterstützung und Nachbarschaftshilfe (Einkaufshilfe, Seniorentreffs,)

Mobilität im Alltag

Markenattribute nach Zielgruppen

Zielgruppe	Inhaltliche Markenattribute	Emotionale Markenattribute
Singles (20-30 Jahre) Erst-Wohnung	<ul style="list-style-type: none">• Optimale Lage (schnell und bequem ins Zentrum und Umland)• Vielfältige Mobilitätsangebote (ÖV,• Fußläufige Durchwegung im Quartier• Alles rund ums Fahrrad (Abstellplätze, Verleih, Servicestationen, Servicetage, ...)• Willkommenspaket „Mobilität“ (ÖV-Jahreskarte, Mobilitätsberatung und -information ...)	Mobil sein ohne eigenes Auto; leistbare Mobilität
Familien mit Kindern		sicheres Unterwegs-Sein im Quartier; Sicherheit durch autofreie Zonen; Mobilität für jede Situation
Singles / Paare ohne Kinder		Freiheit und Unabhängigkeit durch vielfältige Mobilitätsformen
Ältere Menschen		Perfekt an ÖV angebunden, bequem, sicher, leistbar, entschleunigt

Gesundheit und Sport

Markenattribute nach Zielgruppen

Zielgruppe	Inhaltliche Markenattribute	Emotionale Markenattribute
Singles (20-30 Jahre) Erst-Wohnung	<ul style="list-style-type: none"> • Attraktiver Outdoorbereich für alle Bedürfnisse (Erholung/ Ruhe u. Kontemplation, Bewegung und Action) 	Leistbare Sportangebote vor der Haustür, Relaxen auf der Dachterasse
Familien mit Kindern	<ul style="list-style-type: none"> • PSV als Nachbar • Willkommenspaket „Sport und Gesundheit“ (Ermäßigungen PSV, ...) 	Die Natur für Kinder erlebbar machen (urban gardening, Obstbäume); Action, Spass und Abenteuer
Singles / Paare ohne Kinder	<ul style="list-style-type: none"> • Organisation bedürfnisgerechter Sportprogramme durch das Quartiersmanagement 	Vielfältige Wahlmöglichkeiten,
Ältere Menschen	<ul style="list-style-type: none"> • Fachärzte im Quartier 	Miteinander fit und gesund bleiben - Bocciabahn, Wirbelsäulengymnastik, Fitness im Alter, Schach,...

Entertainment & Kulinarik

Markenattribute nach Zielgruppen

Zielgruppe	Inhaltliche Markenattribute	Emotionale Markenattribute
Singles (20-30 Jahre) Erst-Wohnung	<ul style="list-style-type: none">• Vielfältige Gastronomie (vom Quartiersbäcker bis zum Wirtshaus)• Regionaler Bauernmarkt• Organisation von Festen und Veranstaltungen durch das Quartiersmanagement• Angebote aus dem Umfeld ins Quartier holen	Chillen & Grillen auf der Dachterasse
Familien mit Kindern		Spiel&Spass für die Familie // in- & outdoor (Drachensteigen, Räuber & Gendarm, Theater, ...)
Singles / Paare ohne Kinder		Vom Brunchen im Brauquartier zum Kino
Ältere Menschen		Unterhaltung in Gemeinschaft (Tanzkurse, Bridge-Nachmittag, ...)

INHALT

- 📍 Open Innovation und Living Labs
- 📍 Casestudy 1: Quartiersentwicklung
„Brauquartier Puntigam“
- 📍 **Casestudy 2: Stadtteilmanagement Smart
City Graz Waagner-Biro**
- 📍 Lessons learnt

Stadtteilmanagement **vor.ort**

SMART CITY GRAZ Waagner-Biro



Stadtteilmanagement **vor.ort**

SMART CITY GRAZ Waagner-Biro

- 📍 Regelmäßige Öffnungszeiten
vor.ort.café
- 📍 Sammelstelle für **Ideen und Anregungen**
- 📍 Ausgangspunkt für **aufsuchende Beteiligung**
- 📍 Treffpunkt für **gemeinsame Begehungen**
- 📍 **Veranstaltungsort**



Stadtteilmanagement **vor.ort**

THEMEN



Stadtteilmanagement **vor.ort**

ORTE

- 📍 Verschiedene Orte bespielen
- 📍 Diskussionen an den Ort des Geschehens bringen
- 📍 Die Komfortzone verlassen



Stadtteilmanagement **vor.ort**

Konkrete Beispiele

- 📍 Mobilität
- 📍 Flächennutzungen

Stadtteilmanagement **vor.ort**

MOBILITÄT

📍 Aktionstag MOBILITÄT

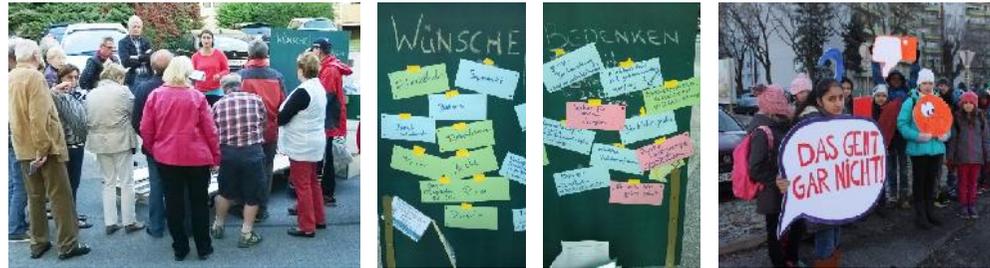


MOBILITÄT

Stadtteilmanagement **vor.ort**

MOBILITÄT

- 📍 Aktionstag MOBILITÄT
- 📍 Newsletter Aussendung
- 📍 Postkarten im Stadtteil
- 📍 Gemeinsame Begehungen
- 📍 Rücklauf und Bearbeitung



Stadtteilmanagement **vor.ort**

MOBILITÄT

- 📍 Aktionstag MOBILITÄT
- 📍 Newsletter Aussendung
- 📍 Postkarten im Stadtteil
- 📍 Gemeinsame Begehungen
- 📍 Rücklauf und Bearbeitung

- 📍 Stammtisch
 - Impulsvorträge „Mobilität“
 - Konkrete Situationen
 - Stadtteil / Stadt / Land / Welt
 - Diskussionen und Workshops



MOBILITÄT

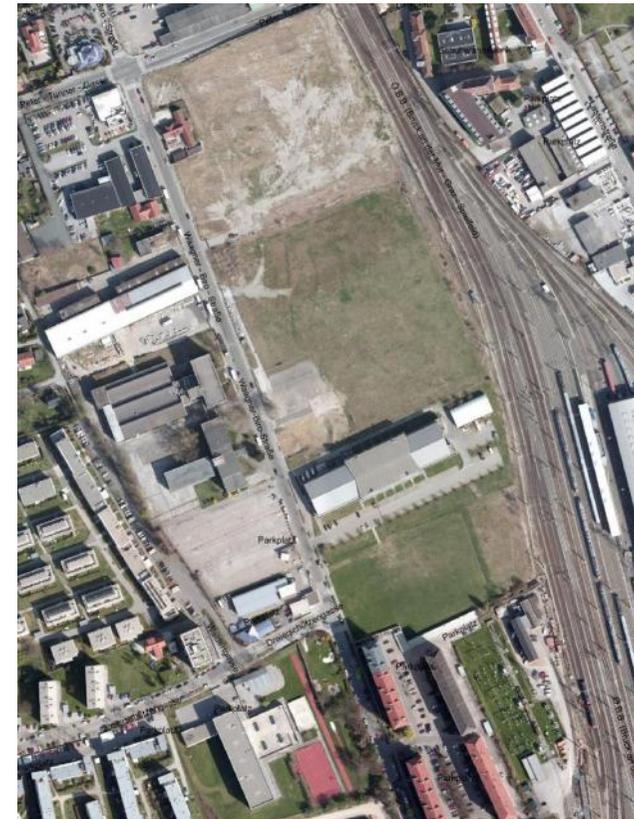
Stadtteilmanagement **vor.ort**

FLÄCHENNUTZUNGEN

- 📍 Bedarf eruieren
- 📍 Rahmenbedingungen herstellen



VERÄNDERUNGEN
Die dynamische Stadt



Stadtteilmanagement **vor.ort**

FLÄCHENNUTZUNGEN

- 📍 Nutzungen ermöglichen
- 📍 Wissen in Auslobungsunterlagen integrieren
- 📍 kooperative Planungen ermöglichen



Flächennutzungen im Rahmen des LENDWIRBELS 2016



© Lichtbildmanufaktur

INHALT

- 📍 Open Innovation und Living Labs
- 📍 Casestudy 1: Quartiersentwicklung
„Brauquartier Puntigam“
- 📍 Casestudy 2: Stadtteilmanagement Smart
City Graz Waagner-Biro
- 📍 **Lessons learnt**

Lessons learnt

Kooperative Stadtentwicklung

- 📍 Vertrauen
- 📍 Konstruktive Haltung
- 📍 Politisches Commitment und finanzielle Ressourcen
- 📍 Kontinuität
- 📍 Ergebnisoffenheit und Gestaltungsspielraum
- 📍 Methodenkompetenz
- 📍 Ausprobieren, Prototyping, (temporäre) Experimente.
Lernen im Tun

**DANKE
FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT !**

barbara.hammerl@stadtlaborgraz.at

elisabeth.oswald@stadtlaborgraz.at

www.stadtlaborgraz.at

www.facebook.com/stadtlaborgraz