



P7 Sommersemester 2023

Interactive Media Design

BACHELORPROJEKT SANDKASTEN

Kevin Liu (765272)

Phuong Quach (762221)

Inhaltsverzeichnis

Danksagung	4		
Abstract	5		
Team	6		
Genderhinweis	6		
1 Einleitung	7		
Unser Einsamkeitsproblem	7		
Einsamkeit verstehen	8		
Formen der Einsamkeit	10		
Die einsame Stadt	11		
Das SOCIAL Modell	12		
Korrektiv und Präventiv	13		
Weiteres Vorgehen	13		
Ansätze / Strategien	14		
Schwierigkeit bei der Ideengenerierung	15		
2. Idee	17		
Öffentlicher Raum	18		
Der Dritte Ort	18		
Virtueller Dritter Ort	18		
Ein sozialer Katalysator	20		
Inklusiv oder Illusion?	21		
Einflüsse auf den Aufenthalt	22		
Die drei Aktivitätstypen	23		
Triangulation	24		
Project for Public Places	25		
Was macht einen Ort erfolgreich?	26		
		Sozialer Zusammenhalt & Co-Design	30
		Gemeinsam für ein besseres Miteinander	30
		Sense of Belonging	30
		3. Love-centred Design	31
		Unsere Agenda	31
		What is Love?	32
		4. Konzeption	33
		Fokusgruppe	33
		Nutzer*innen Eigenschaften	34
		Zielsetzung	35
		How might we	36
		Pitchdeck	37
		Interaktionsmodell	38
		Andere Akteure	40
		User Journey	41
		Soll Handlungsablauf	42
		Der Sandkasten Charakter	43
		Atmosphäre	44
		Brand Identity	44
		Sozialbewusstsein	46
		Sandkasten - Wir machen (mit)einander	47
		Pop-up on tour!	47

Inhaltsverzeichnis

Gestalten, wie wir leben wollen	47		
Für alles gewappnet	48		
Wir machen Platz!	49		
Wenn es sich ausgespielt hat	49		
Beschreibung der Elemente	51		
Hub	51		
Events und Eventplanung	53		
Spaces	56		
Module	56		
Kopf(nicht) in den Sand stecken	62		
5. Gestaltungsprozess	63		
Module	63		
Pop-up	64		
Hub	65		
Gestalten von sozialer Interaktion	66		
Eventplanung (Webapp)	67		
6. Technisches Konzept	69		
AR Produkt Demo / PoC	69		
Funktionalitäten der Anwendung	69		
Entwicklungsprozess	69		
Technologische Entscheidungen	69		
Begrenzungen des PoC	69		
		7. Sandkasten Management	70
		Business Model Canvas	70
		SWOT	71
		Inspiration / Konkurrenz	72
		Ansätze für Finanzplanung	73
		Marketingstrategie	74
		8. Zukunft des Sandkastens	76
		9. Anhang	78
		DoR & NVS	78
		Abbildungsverzeichnis	79
		Quellenverzeichnis	79
		Briefing	81

Danksagung

Wir bedanken uns herzlich bei all denjenigen, die uns während unserer Bachelorarbeit bei Seite standen, kontinuierlich motiviert und uns immer unterstützt haben. Wir danken herzlich unseren Professor*innen, besonders Prof. Andrea Krajewski und Prof. Tsunemitsu Tanaka, die uns anregende Impulse lieferten und uns immer wertvolles Feedback gegeben haben. Wir danken ebenso unseren Kommiliton*innen, insbesondere unserem Semester, unseren Alumni Ali Reza (Bobby) Haidari und Han Quynh Tran, die uns stets mit ihren professionellen Perspektiven und Inspirationen unterstützt haben und Vincent Engel, welcher als technischer Unterstützer unsere Vision etwas nahbarer gemacht hat. Ein besonderer Dank geht an unsere Freunde, ohne die wir dieses Semester wahrscheinlich nicht geschafft hätten. Einen großen Dank an die Geduld, die aufgebracht wurde, an die Kreativität, die inspiriert hat und an die Unterstützung und Liebe, die wir erfahren durften. Als Letztes danken wir der Hessischen Film- und Medienakademie für die Förderung unseres Projekts „Love-centred Design“. (KL+PQ)

The topic of our rising loneliness epidemic has been increasingly called to the public awareness. Researchers and politicians have been looking more into the impact of being socially disconnected on communities and cities worldwide. The conversation on the decline of friendships, also known as the friendship recession, has resonated with a lot of young adults, revealing their struggles of lacking close friends to confide in and rely on to be a prevailing problem among a whole generation. While loneliness was already on the rise before the COVID-19, the pandemic has only made it worse.

This project therefore aims to explore how to use design to support human connection and combat loneliness. For this project, our goal is to shed light on the topic of urban loneliness and delve into the subject of the built environment and how public spaces can be used to provide opportunities for social engagement. We strive to reshape cities to make them more vibrant, inclusive and to enforce social cohesion. „Sandkasten“'s mission is to demonstrate how future urban co-living could look like when urban spaces are being reclaimed by the community. Its aim is to inspire city dwellers to engage in the city's planning and serve as a type of loneliness intervention. (KL+PQ)

Team

Wir sind das Bachelorteam KK, ein kleines Akronym für große Kichererbsen, bestehend aus Kevin 'Kev' Liu (KL) und Phuong 'Kitty' Quach (PQ). Wir sind ein studentisches Team des Studiengangs „Interactive Media Design“ der Hochschule Darmstadt. Dieses Projekt ist im achten Fachsemester 2023 entstanden.

Genderhinweis

In der vorliegenden Arbeit wird die geschlechtsunabhängige Form (z.B. Studierende) oder das Gendersternchen (z.B. Besucher*innen) verwendet.

1. Einleitung

Unser Einsamkeitsproblem

Einsamkeit ist ein universeller, unfreiwilliger und unangenehmer Zustand, der viele Menschen besonders in der heutigen modernen Zeit betrifft. In den Vereinigten Staaten gibt jede zweite Person an, sich einsam zu fühlen. Es handelt sich um ein Problem, was weder greifbar noch sichtbar, jedoch eindeutig fühlbar ist. Dieser Zustand lässt sich als eine Art „sozialen Hunger“ beschreiben, der sogar schmerzhaft werden kann.

Laut Forschungen sind die Auswirkungen von chronischer Einsamkeit auf den menschlichen Körper vergleichbar mit 15 Zigaretten am Tag und kann das Risiko eines vorzeitigen Todes um 30 % erhöhen.

Spricht man von „der neuen Einsamkeit“, ist von der kollektiven Vereinsamung im 21. Jahrhundert die Rede, die von digitalen Medien und der individualistischen Gesellschaft befeuert wird. In Zeiten der Globalisierung und Digitalisierung fühlen sich Menschen trotz zunehmender Vernetzung immer mehr einsam. „We are increasingly connected, but oddly more alone.“ Digitalen Medien und Technologien übernehmen zunehmend die Rolle des einzigen Anschlusses zu anderen Menschen. Konversationen und soziale Interaktionen finden vermehrt online statt, diese sind jedoch im Vergleich zu realen Face-to-Face Interaktionen in ihrer Qualität und Möglichkeiten wesentlich beschränkt. In Kombination mit der

„Attention Economy“ der sozialen Medien und Schein-Intimität der parasozialen Beziehungen mit Internetpersönlichkeiten bilden sich traurige Zukunftsperspektiven. Sherry Turkle spricht von einer „Furcht vor Intimität“. Menschen würden von Technologie mehr erwarten, aber voneinander selbst weniger. Technologie solle eine Illusion von Nähe und Verbundenheit bieten, ohne dass sie selbst die eigentlichen Anforderungen von echter Intimität und Empathie gerecht werden müssen, die in realen Beziehung gefordert sind.

Während vor der Pandemie ältere Menschen über 75 Jahren am meisten von der Einsamkeit betroffen waren, sind es nun vor allem die jüngeren Generationen zwischen 16 und 24. In diesen Phasen der Selbstfindung, Persönlichkeitsentwicklung und Karriereumschwungs ist es umso wichtiger sozialen Anschluss zu finden und ein soziales Auffangnetzwerk aufzubauen. Die veränderten Lebensbedingungen durch den Umzug in eine andere Stadt oder den Start eines neuen Studiums können jedoch den Anfang einer Phase der Einsamkeit auslösen. In einer neuen Umgebung Anschluss zu finden, vor allem unter dem allgegenwärtigen Gefühl der Anonymität durch den bloßen Umfang der Großstadt kann für viele junge Menschen überwältigend sein.

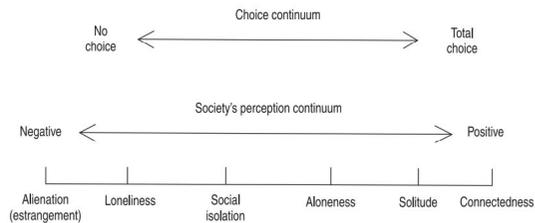
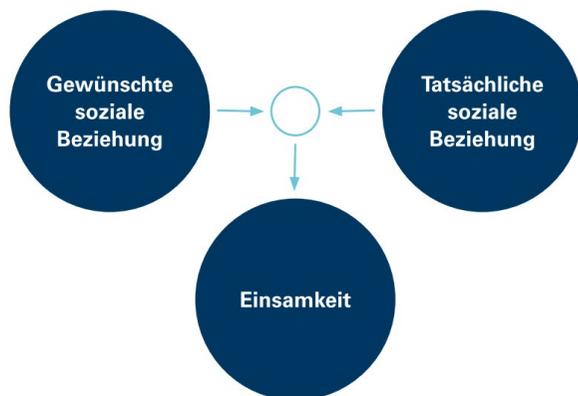


Abbildung 1 - Kontinuum der Entfremdung und Verbundenheit

Einsamkeit diskriminiert nicht und kann jeden betreffen, denn eine vorübergehende Vereinsamung kann während Übergangssituationen wie einem Umzug, Berufswechsel oder Schicksalsschläge wie der Verlust einer geliebten Person ausgelöst werden.

Zudem wird die Idee der Einsamkeit oft mit der sozialen Isolation, dem Alleinsein, verwechselt. Häufig wird angenommen, dass einsam zu sein bedeutet, keinen Kontakt zu anderen zu haben. Dies ist jedoch nicht der Fall, denn Menschen können sich in riesigen Städten aufhalten, umgeben von Millionen von Menschen und sich dennoch isoliert fühlen.

Abbildung 2 - Schaubild über Einsamkeit



Einsamkeit ist ein subjektives Gefühl, das durch die individuell empfundene Diskrepanz entsteht zwischen den sozialen Beziehungen, die man hat und die, die man gerne hätte. Sie ist eine gefühlsmäßige Reaktion darauf, dass das eigene Bedürfnis nach Verbundenheit nicht befriedigt ist. Diese wahrgenommene negative Diskrepanz zwischen gewünschten und vorhandenen Beziehungen geht von den menschlichen Grundbedürfnissen nach sozialer Bindung aus.

Die Menge und die Art der sozialen Beziehungen, die jemand braucht und sich wünscht, ist von Person zu Person unterschiedlich. Je nach Lebensabschnitt kann sich dies auch verändern. Während

im Jugendalter und im jungen Erwachsenenalter die Größe des sozialen Netzwerks mehr zählt, wird im Laufe des Lebens die Qualität der sozialen Beziehungen statt der Quantität wichtiger. Selbst innerhalb der Altersgruppen kann es zu erheblichen individuellen Unterschieden in den sozialen Bedürfnissen kommen. Extravertierte Individuen haben beispielsweise stärkeren Bedarf nach sozialen Kontakten als introvertierte. Die sozialen Erwartungen sind außerdem durch die Umwelt geprägt, wie zum Beispiel durch den kulturellen Kontext. (PQ)

DUNBAR'S NUMBER

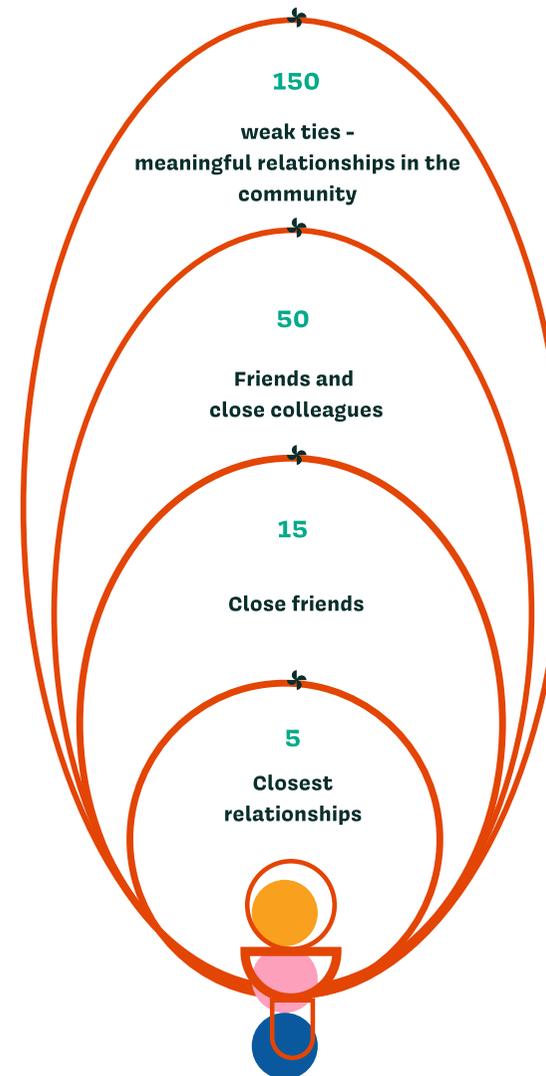


Abbildung 3 - Schaubild über Anzahl der menschlichen sozialen Kontakte nach Dunbar

Formen der Einsamkeit

Tabelle 1. Unterscheidung verschiedener Formen der Einsamkeit nach Beziehungsformen

Form der Einsamkeit	Beschreibung
Emotionale/intime Einsamkeit	Fehlen einer engen, intimen Bindung bzw. einer Person, der man vertrauen kann und die einen als Person bestätigt. Wird manchmal weiter aufgeteilt in romantische und familienbezogene Einsamkeit.
Soziale/relationale Einsamkeit	Fehlen von guten Beziehungen zu Freunden oder Familie bzw. Fehlen eines größeren sozialen Netzwerkes
Kollektive Einsamkeit	Fehlende Zugehörigkeit zu einer größeren Gruppe oder Gemeinschaft
Kulturelle Einsamkeit	Fehlen des bevorzugten kulturellen oder sprachlichen Umfelds
Physische Einsamkeit	Fehlen von körperlicher Nähe

Abbildung 4 - Formen der Einsamkeit tabellarisch dargestellt

Tabelle 2. Unterscheidung verschiedener Formen der Einsamkeit nach zeitlicher Dauer

Form der Einsamkeit	Beschreibung
Vorübergehende Einsamkeit	Kurze Einsamkeits-Episode
Situationale Einsamkeit	Durch soziale Umbrüche ausgelöste Einsamkeit, bei der vorher gute soziale Beziehungen existierten
Chronische Einsamkeit	Über längere Zeiträume (z. B. min. 2 Jahre) anhaltende Einsamkeit
State-Einsamkeit	In einem bestimmten Moment empfundene Einsamkeit
Trait-Einsamkeit	Über längere Zeit hinweg durchschnittlich empfundene Einsamkeit

Abbildung 5 - Formen der Einsamkeit nach zeitlicher Dauer tabellarisch dargestellt

Die einsame Stadt

Das Gefühl der Nicht-Verbundenheit kann vor allem im Stadtleben zum Vorschein kommen. Die urbane Einsamkeit ist eng verbunden mit der Bevölkerungsmobilität und dem Wachstum des Einpersonenhaushalt sowie dem Rückgang des sozialen Engagements der Gemeinschaft.

Soziale Beziehungen sind jedoch ein wesentlicher Faktor für die Gesundheit und das Wohlergehen der Gemeinschaft.

Nach Vorhersagen der UN wird 2/3 der Weltbevölkerung bis 2050 in Großstädten leben, mittlerweile sind es schon mehr als die Hälfte. Dementsprechend ist es eine umso wichtigere Aufgabe, sich für die Gestaltung des Stadtraums zu engagieren, um Einsamkeit dort zu reduzieren. So stellen wir uns die Frage: Wie können wir unsere physikalische Umgebung gestalten, um soziale Verbundenheit zu fördern?

Die Schwelle zur sozialen Interaktion kann durch individuelle Faktoren wie persönliche Charakterstärke, aber auch durch äußere Faktoren der gebauten Umwelt beeinflusst werden. Wie gut kommt die Stadt den Bedürfnissen ihrer Bürger entgegen? Zu oft wurde bei der Gestaltung von Städten zugunsten von Profit, Autobahnen und Privateigentümer die sozialen Aspekte wie Orte der Gemeinschaft,

die historisch gesehen zum Gemeinschaftsgefühl beitragen, vernachlässigt. Es sind die Strukturen der Stadt, die neben der Individualisierung zum Auseinanderleben der Bürger*innen in erster Linie beitragen. Die Nicht-Zugänglichkeit sozialer Orte ist ebenfalls ein großer Treiber für die Einsamkeit. Es bietet sich hier an zu hinterfragen, wie Städte uns in diese Hinsicht im Stich lassen, indem sie die Menschen ungewollt isolieren. Nach dem Rückgang dieser sozialen dritten Orte (siehe Abschnitt „Der Dritte Ort“) wandelten die Konversationen und der soziale Austausch ins Digitale. Social-Media-Plattformen sind nun die Marktplätze von heute.

Um der Einsamkeit entgegenzuwirken, ist es daher wichtig, die Diskussion auf mögliche Maßnahmen in der gebauten Umwelt zu verlagern. Die Verkehrsmöglichkeiten, der Wohnraum und der öffentliche Raum sind Aspekte, die verbessert werden können, sodass die Bürger ein stärkeres Gefühl der Verbundenheit und der Zugehörigkeit entwickeln können. Beispielsweise bei dem Konzept der 15-Minuten Stadt steht bei der Stadtplanung der Mensch im Zentrum. Um zukünftig lebenswerte Räume in der Stadt zu konzipieren, sollen „Grünflächen, Sportflächen, Kinos oder Geschäfte eher dorthin kommen, wo die Menschen leben, nicht

andersherum". Bürger*innen sollen alle wichtigen Orte durch eine Kombination von Laufen und öffentlichen Verkehrsmitteln innerhalb von 15 Minuten erreichen können, da dies nicht nur besser für das Klima ist, sondern auch die Lebensqualität steigert. (PQ)

Das SOCIAL Modell

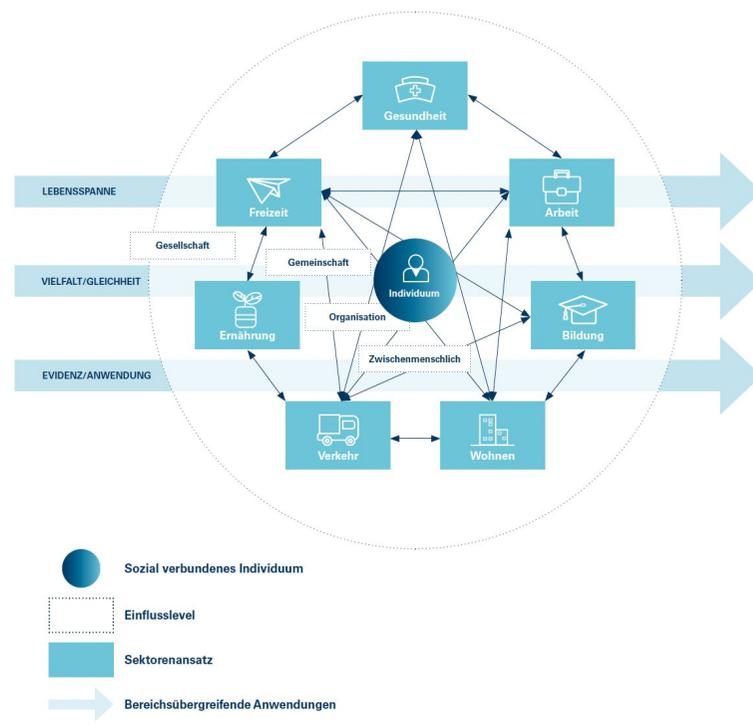


Abbildung 6 - SOCIAL Framework nach Holt-Lundstad

SOCIAL ist ein Akronym für Systemic Framework of Cross-Sector Integration and Action Across the Life Span. Das Modell ist eine Kombination verschiedener Modelle, dabei bilden das sozioökologische Modell und das Sektorenmodell aus dem „Social in All Policies Framework“ das Fundament.

Aus dem sozioökologischen Modell die unterschiedlichen Ebenen Individuum, zwischenmenschliche Beziehungen, Organisationen und Institutionen, Nachbarschaft und Gemeinschaft sowie Gesellschaft miteinbezogen. Diese verschiedenen Ebenen sind Systeme, welche in Wechselwirkung zueinander stehen und letztendlich einen Einfluss auf das Individuum haben. Individuen sind eingebettet in zwischenmenschliche Beziehungen zu anderen Menschen, in Nachbarschaften und Gemeinschaften, Organisationen und Institutionen und in die breitere Gesellschaft mit spezifischen kulturellen Werten.

Das „Social in All Policies Framework“ beschreibt gesellschaftliche Sektoren, welche einen potenziellen Einfluss auf das Einsamkeitsempfinden haben, dort werden die Sektoren Gesundheit, Arbeit, Bildung, Wohnen, Verkehr, Ernährung und Freizeit beschrieben.

Ebenso nutzt das SOCIAL Modell einen Lebensspannenansatz. Hier unterscheidet es die Lebensspanne in sechs Abschnitte: frühe Kindheit, mittlere Kindheit, Adoleszenz, junges Erwachsenenalter, mittleres Erwachsenenalter, hohes Erwachsenenalter. Diese Lebensabschnitte haben alle unterschiedliche Bedingungen, Bedürfnisse und Gründe wieso Einsamkeit vermehrt auftritt. Soziale Beziehungen sind in jeder Altersspanne relevant, jedoch unterscheiden sich die Interventionen in den unterschiedlichen Altersgruppen, in den unterschiedlichen Ebenen und Sektoren (Bücker & Beckers, 2023, S. 25–26). (KL)

Korrektiv und Präventiv

Während unserer Recherche über Interventionen haben wir gemerkt, dass eine Vielzahl von Interventionen auf korrektiven Wege stattfindet. Im Folgenden definieren wir nochmal kurz korrektive und präventive Maßnahmen.

Korrektiv:

Fokus dieser Maßnahmen liegt also auf der Veränderung eines bestehenden negativen Zustands

Präventiv:

Fokus der Maßnahme liegt darin, mögliche unerwünschte Zustände (wie z. B. Einsamkeit) anzugehen und zeitlich vor deren

Eintreten ansetzen

(Bücker & Beckers, 2023, S. 13) (KL)

Weiteres Vorgehen

Aus unserer weitergehenden wissenschaftlichen Forschung über Einsamkeit wurden verschiedene potenzielle mögliche Präventions- und Interventionsmaßnahmen für vielversprechende Projektrichtungen herausgearbeitet und in einer Mindmap gebrainstormt. Dabei wurden verschiedene Aspekte der Ursachen und Indikatoren von Einsamkeit untersucht und auf mögliche Vorgehensweisen erforscht. Die Ideen zu Einsamkeitsinterventionen breiteten sich von der Introspektion und dem individuellen Umgang und Verständnis mit dem eigenen Einsamkeitsempfinden zu nach außen geleiteten grundstrukturellen Interventionen wie der gebauten Umgebung und wie sich diese auf soziale Interaktionen auswirken können. Darunter finden sich die Themenfelder der Resilienz, der Reflexion und im Allgemeinen beschrieben die Verbesserung der Qualität von Interaktionen und das Schaffen von besseren Bedingungen für Interaktionen. Im Folgenden werden die einzelnen Themen nochmal grob geschildert und die jeweiligen Ideen vorgestellt und diskutiert.

Ansätze/Strategien

Resilienz als Ziel für die Verbundenheit/ Widerstand gegen äußere Einflüsse

Einsamkeitsprävention und -widerstandsfähigkeit

- Soziale Kompetenzen stärken
- Empathie & Verständnis fördern
- Soziale Ressourcen / Netzwerk aufbauen
- Selbstbewusstsein, Selbstliebe fördern
- Die Resiliente Gesellschaft

Reflexion

- Erkennung und Überwindung von Einsamkeit
- Die eigenen emotionalen Bedürfnisse erkennen und nachzugehen (mit anderen Menschen in Kontakt zu treten)

Sozialen Lebensraum gestalten/ Gegenkulturen gegen individualistische Lebenskonzepte

Begegnungsmöglichkeiten schaffen

Qualität von Interaktionen)

- Bsp. Fisch sucht Fahrrad, soziale Situationen (Events)

Begegnungsräume schaffen

- Bsp. Playground for adults
- Nachbarschaften, Stadtgestaltung (Autofreie Zonen und walkable cities)
- Bsp. Martin macht Platz

Alternative Lebensweisen, alternatives Zusammenleben gestalten

- Bsp. Mehrgenerationenhäuser
- Unverbindliches Zusammenleben (vlt. Nomadisch?)
- Neo-Tribalismus und die Kollektive der postmodernen Nomaden
- Global vs. lokal

Entscheidungskriterien

- Unvoreingenommenheit
- Natürlichkeit der Situation
- Nachhaltigkeit der Beziehungen
- Beurteilung Grad an Direktheit / Radikale Maßnahmen / Intervention

Schwierigkeit bei der Ideengenerierung

Einsamkeit ist ein komplexes, vielschichtiges Themengebiet, welches mit Vorsicht und Bedacht in der Gestaltung angegangen werden muss. Es gibt hierbei nicht die richtige Intervention oder Lösung. Einsamkeit als universelles Empfinden entwickelt sich dennoch bei jedem individuell und kann somit nicht durch einen allgemeinen Ansatz gelöst werden.

Wie im Abschnitt „Einsamkeit verstehen“ und „Formen der Einsamkeit“ erklärt, sind es viele Faktoren, die in das Problem einspielen. Zu behaupten, es gäbe eine einzige richtige Lösung, die all die Einsamkeitsgefühle löst, wäre unrealistisch und realitätsfern.

Als Gestalter*innen müssen wir uns dessen bewusst machen,

dass es normal ist, Einsamkeit zu verspüren und es nicht darum geht, Einsamkeit abzuschaffen, sondern Wege zu finden, wie wir Menschen nachhaltiger mit ihr umgehen können.

Oftmals landet man bei kleinen, isolierten Ideen und Ansätzen, welche die Art der Einsamkeit durch einen sehr bestimmten Weg anzugehen versucht. Das reicht jedoch nicht aus, denn dabei behandelt man das Phänomen der Einsamkeit nicht auf nachhaltigem Wege. Es können Services oder Produkte entstehen, die nur einen einzelnen Aspekt der Einsamkeit decken und daher nicht das Problem im Ganzen lösen. Wichtig ist hier auch, dass viele Ideen darauf beruhen, auf Einsamkeit aufmerksam zu machen und die Erfahrung von Einsamkeit hervorzurufen, und anderen nicht-einsamen Leuten auf die potenziellen Probleme und die Gefahren hinzuweisen. Dadurch sollen sie animiert werden, andere dabei zu unterstützen. Jedoch liegt das Problem der Einsamkeit meist im Individuum und kann nur bedingt durch den Einfluss von außen geholfen werden.

Die Schwierigkeit bestand darin, Ideen zu generieren, welche in ihrer Umsetzung nicht zu klein ausfallen. Man könnte behaupten, dass jeder kleine Schritt zählt und wichtig ist. Wenn viele kleine Projekte zusammenkommen, können sie eine große Wirkung haben.

Idealerweise würden wir Ansätze und Interventionen vom kleinen bis zum großen Ausmaß so kombinieren, damit so viele Aspekte wie möglich gedeckt werden und als System im Ganzen zusammen das Problem der Einsamkeit angehen. Dies würde jedoch unseren Projektrahmen sprengen, denn dies wäre die Aufgabe nicht eines kleinen Studententeams, sondern die einer Regierung, der Politik und schließlich der Gesellschaft als Ganzes.

Wir haben jedoch versucht, die Nachhaltigkeit all dieser Interventionen abzuwägen und sind zum Entschluss gekommen, dass soziale Begegnungsmöglichkeiten vital sind, damit Veränderung einher kommt. Darum haben wir uns für die Idee entschieden, die auf der strukturellen Ebene einen größeren Umfang einnimmt.
(KL+PQ)

DRIVERS OF CONNECTION

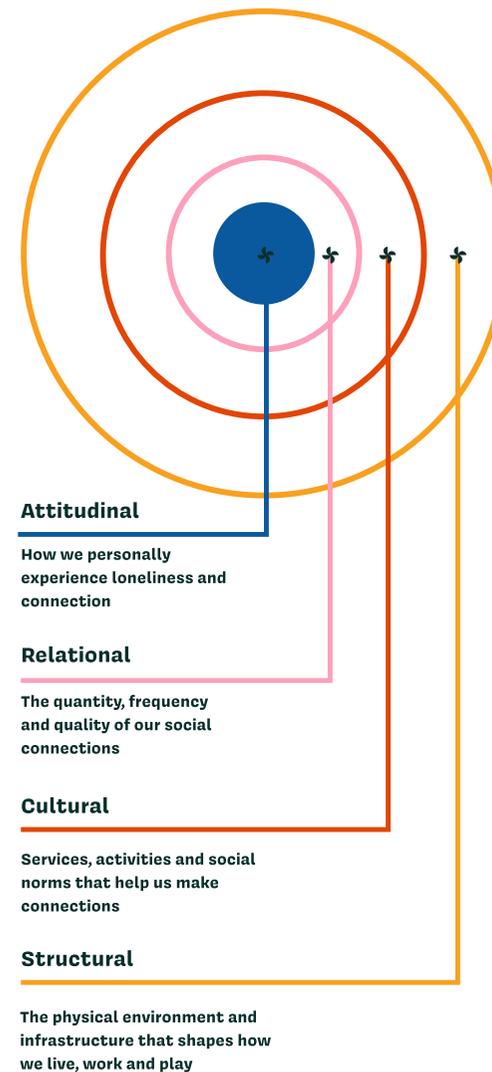


Abbildung 7 - Drivers of Connection, Schaubild über Systemische Einflüsse auf Einsamkeit

Für welche Idee haben wir uns entschieden?

Für die weitere Ausarbeitung im Bachelorprojekt entschieden wir uns für die letzteren beiden Themenfelder, welche wir ausführlicher untersuchen wollten. Hierbei entsprang die Idee eines „Spielplatzes für Erwachsene“, welcher als sozialer öffentlicher Raum einen neuen Begegnungsort bietet, der durch spielerische Elemente dazu anregen könnte, miteinander zu interagieren. Geselligkeit ist hier das Stichwort, dabei sind Aspekte wie gemeinsame Aktivitäten und geteilte Interessen ebenso wichtige Fokuspunkte innerhalb der Idee. Durch das Abbauen von Barrieren und dem Schaffen einer zwanglosen und offenen Atmosphäre soll versucht werden, eine lebenswerte Umgebung zu schaffen. Diese soll auch einsame Leute ansprechen und anregen, in Interaktion zu treten und herauszufinden, was es für sie bedeutet, nicht einsam zu sein.

Als inhärent positiv geprägte Idee stellt sie nicht die Einsamkeit als Problem in den Vordergrund, sondern das Potenzial, was in der zwischenmenschlichen Interaktion schlummert. Sie fokussiert sich auf Gemeinsamkeiten, anstatt Differenzen von Menschen und versucht Bewohner*innen im urbanen Raum zusammenzubringen und ihnen dabei helfen, durch eigene Teilhabe ihr Zusammenleben selbst zu gestalten. (KL+PQ)

Öffentlicher Raum

Die Rolle des öffentlichen Raumes

Wir alle begegnen uns im öffentlichen Raum unserer Städte und Gemeinden. Der öffentliche Raum ist eine Voraussetzung für das urbane Lebensmodell. Er spiegelt das Verhältnis von Individuum zu der Gesellschaft wider, die Stadt ist keine Stadt ohne einen öffentlichen Raum. Denn dieser ermöglicht uns, anonym zu sein, gleichzeitig repräsentiert er aber auch die Möglichkeit, Geselligkeit und Gemeinschaft zu fördern.

Der Philosoph und Soziologe Richard Sennett (1986) sah den öffentlichen Raum als Bühne, einen Raum, in dem man sich den Blicken anderer aussetzt. Ein Akt vom Sehen und Gesehen werden, ein Raum, in dem man Beobachter und Beobachteter zugleich ist.

In einem zeitgemäßen Verständnis des öffentlichen Raumes wird dieser als Prozess wahrgenommen, denn seine Bedeutung, Nutzung und Funktion ist gekoppelt an den Wandel der gesellschaftlichen Werte, welcher Einfluss auf Wahrnehmung und Gebrauch des Raumes nimmt. Ein öffentlicher Raum entsteht erst figurativ aus dem Verhalten der Menschen, er wird nicht mehr reduziert auf die Bühne oder den Behälter für das soziale Leben, sondern das Bild des öffentlichen Raumes bildet sich erst durch die

Begegnung, das Aufeinandertreffen von verschiedenen Menschen, welche in Interaktion treten (Reicher und Kemme, 2009).

Die Definition des öffentlichen Raumes ist somit nicht mehr gebunden an die strukturellen Qualitäten der gebauten Umwelt, sondern wird durch die gelebte Umwelt erweitert. (KL)

Der Dritte Ort

Dritte Orte sind Orte der Begegnung, sie sind ein Zufluchtsort außerhalb der eigenen vier Wände oder des Arbeitsplatzes, den Menschen regelmäßig aufsuchen können, um mit Freunden, Nachbarn, Kollegen oder gar mit Fremden zu interagieren. Sie dienen oft als Treffpunkt für Menschen mit gemeinsamen Interessen und/oder Lebenserfahrungen, ebenso sind sie für Stadtbewohner*innen Orte der Erholung und Entspannung.

Der Soziologe Ray Oldenburg definiert sie in seinem Buch 1989 „The Great Good Place“ als elementaren Sozialraum, welcher neben Zuhause („Erster Ort“) und dem Arbeitsplatz („Zweiter Ort“) die Identität von Menschen und ihre lokale Community stiftet.

Indem sie Menschen in einer informellen, entspannten und gemütlichen Umgebung zusammenbringen, sind dritte Orte als sozialer Klebstoff zu sehen, der für den sozialen Zusammenhalt, die Entwicklung und Aufrechterhaltung einer funktionalen sowie nachhaltigen Gesellschaft wichtig ist (Kviat, 2020).

Die Bedeutung und die soziologischen Auswirkungen von Dritten Orten zeigt sich in ihrer Funktion als Plattform, welche Menschen mit unterschiedlichen Hintergründen ermöglicht, zusammenzukommen, interagieren und Beziehungen einzugehen. Diese Orte sind als Katalysatoren für die soziale Integration zu sehen. Sie erleichtern und fördern das Entstehen gemeinsamer Erfahrungen, gemeinsamer Interessen und kollektiver Identitäten, die allesamt für die Stärkung des Zusammenhalts einer Gemeinschaft unerlässlich sind. Durch die Förderung von Inklusivität kann das Gefühl von Zugehörigkeit innerhalb der Gesellschaft und Gemeinschaft kultiviert werden.

Dritte Orte sind ein Sonderfall des öffentlichen Raumes, normalerweise werden im öffentlichen Raum Begegnungen nicht vorbestimmt. Im Rahmen von dritten Orten finden mehr oder weniger vorstrukturierte Aktivitäten statt, die teilweise den Grundstein für weitere Begegnungen und das Schaffen von

Zugang zu anderen gesellschaftlichen Teilsystemen ermöglichen. Sie helfen dabei, ein Gefühl der Gemeinschaft auf eine kleine, nahbare Dimension zu schaffen - eine Erleichterung von der überwältigenden Erfahrung innerhalb einer (Groß)stadt. Durch ihren kleinen Maßstab sind dritte Orte wie Oasen, sie lindern die Angst davor, neue soziale Erfahrungen einzugehen und schaffen es, eine Wohlfühlfaktor zu generieren (Coughlan, 2021).

Oldenburg behauptet sogar, dass regelmäßige soziale Interaktionen innerhalb eines Dritten Ortes das soziale Kapital stärken können und dies wiederum zu mehr sozialem Engagement und Zusammenhalt innerhalb eines Quartiers oder der Gemeinde führt.

Sie werden also zu Quellen sozialer Resilienz. (KL)

Virtuelle dritte Orte?

Die Entwicklung von virtuellen sozialen Räumen wirft die Frage auf, ob diese medialen Systeme die Kriterien von dritten Orten erfüllen. Während wir uns heutzutage auf X (ehemalig Twitter), Facebook, Instagram und Co. begegnen, verändert sich das Gleichgewicht des privaten und öffentlichen Raumes. Diese Plattformen sind allesamt kostenfrei nutzbar, benötigen lediglich einen Internetzugang und sind auch ohne Account begrenzt in ihrer Funktion verfügbar, somit sind sie relativ niederschwellig angelegt. Sie sind unentbehrlich

in unserer heutigen Zeit und erfüllen viele soziale Funktionen. Ein „Raum“, der uns immer vernetzt und trotzdem fühlen wir uns nicht immer verbunden. Man könnte meinen, dass diese sozialen Medien zu dritten Orten zählen, wenn man sie hinsichtlich ihrer sozialen Funktion betrachtet. Ein wichtiges Kriterium Oldenburgs erfüllen sie jedoch nicht, für ihn ist es unabdinglich, dass dritte Orte eine reale, dreidimensionale Begegnung schaffen, das Face-to-face-Phänomen. Wichtig ist also, durch dritte Orte die Konversation wieder in die reale Umgebung zu bringen und damit echte, fassbare Räume zu gestalten (Bangert, 2020). (KL)

Ein sozialer Katalysator

Um die Atmosphäre eines sozialen Katalysators zu bestimmen, müssen die Merkmale und Eigenschaften, die einem dritten Ort innewohnen, verstanden werden. Oldenburg beschreibt in seinem Werk acht universelle Merkmale, die dazu beitragen, ein gewisses soziales Klima herzustellen, welches die dritten Orte als Orte der Zugehörigkeit fungieren lässt. Diese Eigenschaften fordern nichts von den Individuen, sondern schaffen ein Gefühl der Wertschätzung und des Komforts, sodass der dritte Ort eine angenehme Umgebung für sie bildet, in dem jeder sich willkommen fühlt, egal ob man jemanden kennt oder neu ist (Coughlan, 2021). (KL)

Diese werden im Folgenden kurz umschrieben.

1. Neutralität

Dritte Orte sollten zugänglich sein für jede*n, innerhalb von dritten Orten herrscht ein neutraler Boden, somit hat keiner Vorränge gegenüber dem anderen.

2. Inklusiver Charakter

Jeder ist dazu eingeladen, den dritten Ort aufzusuchen und zu nutzen, egal aus welcher sozialen Lage man stammt. Es gilt die Gleichheit der Versammelten innerhalb eines dritten Ortes, somit ist keiner dem anderen bevorzugt.

3. Austausch und Konversation

Der dritte Ort schafft die Bedingungen für mögliche Interaktionen. Es herrscht eine informelle, spielerische Atmosphäre, welche die Teilnahme an freundlichen, ungezwungenen Gesprächen fördert.

4. Zugänglichkeit und Erreichbarkeit

Eine Schwellenlosigkeit schafft es zum Zufluchtsort für Menschen zu werden, in denen sie von ihren Pflichten im Alltag entbunden werden und sich entspannen können. Der dritte Ort ist für sie leicht erreichbar und ebenso zu fast jeder Tageszeit besuchbar.

5. Anwesenheit von Stammgästen

Die Anwesenheit von Stammgästen belebt den Ort und trägt

zu einer geselligen Stimmung bei. Sie tragen zur Formung der eigenen Atmosphäre des dritten Ortes bei, geben ihm einen eigenen Stil oder schaffen eine gewisse Tonalität.

6. Unprätentiösität

Dritte Orte sollten schlicht gestaltet werden, nicht zu gestylt oder zu pompös, sondern einfacher, damit sie aufgeschlossen wirken.

7. Verspieltheit

Ein charakteristisches Merkmal ist, dass die Verbindungen und Interaktionen sehr informell ablaufen. Der Aufenthalt selbst hat kein bestimmtes Ziel oder Zweck, sondern fokussiert sich eher auf ein „spielerisches“ Miteinander-Zeit-Verbringen.

8. „Zuhause außerhalb von zu Hause“ (home away from home)

Eine komfortable Atmosphäre, gemixt mit einem Gefühl der Zugehörigkeit und Familiarität, mit dem sich Menschen identifizieren können. Dritte Orte geben Menschen die Möglichkeit, „sie selbst zu sein“ und Gleichgesinnte zu treffen.

Inklusiv oder Illusion?

Viele der Beispiele, welche Quellen und unter anderem Oldenburg selbst als dritte Orte nennt, sind in ihrer Funktion auch kommerziell angelehnt. Oldenburg spricht hier von zum Beispiel typisch

europäischen Beispielen wie Pubs, Kaffeehäusern oder Biergärten.

Hierbei wollen wir hinterfragen, ob diese Orte wirklich so inklusiv sind, wie sie beschrieben werden, da sie monetär angesetzt sind. Sind diese Orte zugänglich für Menschen, denen es an finanziellen Mitteln mangelt? Oder kann garantiert werden, dass voraussetzungslos diverse Menschengruppen aus verschiedenen sozialen Schichten, Menschen aller Geschlechter, Migrant*innen oder Benachteiligte ebenso Zugang zu diesen Orten haben?

Der öffentliche Raum ist von jeher kein komplett inklusiver Raum. Walter Siebel hält fest, dass dieser immer eine exklusive Note hatte, so waren es früher Frauen und das Proletariat, welche von den Räumen ausgeschlossen wurden, heute sind es Obdachlose oder Drogenabhängige. Die Zusammensetzung der Menschen, welche den öffentlichen Raum nutzen können, kann sehr unterschiedlich sein, jedoch sind nie wirklich alle daran gleichermaßen beteiligt. Weshalb einige von einer Teilöffentlichkeit sprechen, denn der öffentliche Raum wirkt gleichzeitig wie ein Werkzeug der Verdrängung, da nur manche beteiligt sind und andere ausgegrenzt werden.

Ebenso muss kritisch betrachtet werden, wie divers ein dritter Ort ist und welche Personengruppen sie frequentieren. Will ein

dritter Ort mehr sein als eine Ansammlung von nur einer Art von Gleichgesinnten, das heißt eine weitere „Bubble“, so muss er sozial inklusiv sein, damit er so attraktiv wie möglich für diverse Personengruppen ist. Vielfalt kann erst kultiviert werden durch unterschiedliche Menschen und deren Austausch miteinander.

Zudem sehen wir hier eine Diskrepanz der Inklusion in dem Aspekt, dass kommerzielle Versammlungsorte einen bestimmten Kontext der Nutzung wiedergeben, welcher einschränkend sein kann.

So bieten Cafés, Biergärten und Büchereien nur einen geringen Spielraum in der eigenen Ausgestaltung des sozialen Raumes.

Andere Orte hingegen, wie Parks oder öffentliche Flächen, sind zu offen gestaltet. Sie bieten kaum Kontext, wofür sie genutzt werden könnten und stiften somit nur gering zur spontanen sozialen Interaktion an. Es ist ein Maß an Kontext zu finden, in dem sich die Menschen, welche den Dritten Ort nutzen, ihre Bedürfnisse und ihre Wünsche widerspiegelt sehen. (KL)

Einflüsse auf den Aufenthalt

Die drei Aktivitätstypen

Der renommierte dänische Architekt und Stadtplaner Jan Gehl prägt in seinem Buch *Life Between Buildings: Using Public Spaces* drei Kategorien von Outdoor-Aktivitäten.

Er unterscheidet hierbei zwischen notwendigen Aktivitäten, optionalen Aktivitäten und sozialen Aktivitäten. In Räumen mit vielen negativen Einflüssen beobachtete Gehl, wie primär notwendige Aktivitäten aufgekommen sind, während attraktive Räume auch optionale und soziale Aktivitäten beinhalteten. Das Gestalten und der Nachweis von optionalen sowie sozialen Aktivitäten ist ein guter Messapparat für die Qualität öffentlicher Räume, je höher die Zahl der Aktivitäten, desto höher die Qualität der Stadt laut Gehl.

Notwendige Aktivitäten - unter allen Bedingungen

Die Kategorie der notwendigen Aktivitäten zeichnet sich durch alltägliche Bedarfsaktivitäten aus. In der Regel handelt es sich hierbei um beispielsweise das Zurücklegen von Arbeits- oder Schulwegen, der regelmäßige Einkauf oder das Warten an Mobilitätspunkten. Diese Aktivitäten sind unerlässlich, weshalb die physische Umgebung nur bedingt Einfluss auf ihr Auftreten haben, sie sollen meist möglichst effizient erledigt werden. Gehl behauptet, dass diese Aktivitäten unabhängig von Jahreszeit und Wetterlage stattfinden, da Menschen keine andere Wahl hätten, als sich mit diesen Aktivitäten zu beschäftigen.

Optionale Aktivitäten - nur bei günstigen äußeren Bedingungen

Optionale Aktivitäten stehen für Aktivitäten, zu denen Menschen neigen, wenn die Bedingungen stimmen, dazu zählt Gehl die

klimatischen Bedingungen, wie einladend und attraktiv die Umgebung und der Ort im Allgemeinen sind. Außerdem müssen Menschen Lust und Zeit dafür haben. Sie sind auch weitgehend mit Freizeitaktivitäten verbunden, wie z.B. das Verweilen und Genießen der Umgebung. Diese Aktivitäten sind gekoppelt an die Attraktivität von Orten, je höher die Qualität des Ortes, desto mehr optionale Aktivitäten finden statt.

Soziale Aktivitäten

Gehl beschreibt soziale Aktivitäten als eine Entwicklung aus der Qualität und Dauer der anderen Arten von Aktivitäten. Wenn sich verschiedene Menschen in denselben Räumen bewegen oder aufhalten, finden soziale Aktivitäten spontan statt. Sie sind Interaktionen zwischen Menschen, dazu gehören auch Diskussionen, kommunale Aktivitäten oder einfach das Spielen von Kindern. Das bedeutet, dass die Verbesserung der Bedingungen der anderen Aktivitäten indirekt förderlich für soziale Aktivitäten sein können. Obwohl die physische Umgebung nur einen bedingten Einfluss auf die Qualität, den Inhalt und die Intensität sozialer Aktivitäten hat, kann gute Planung die Möglichkeiten der Begegnung und Interaktion positiv beeinflussen.

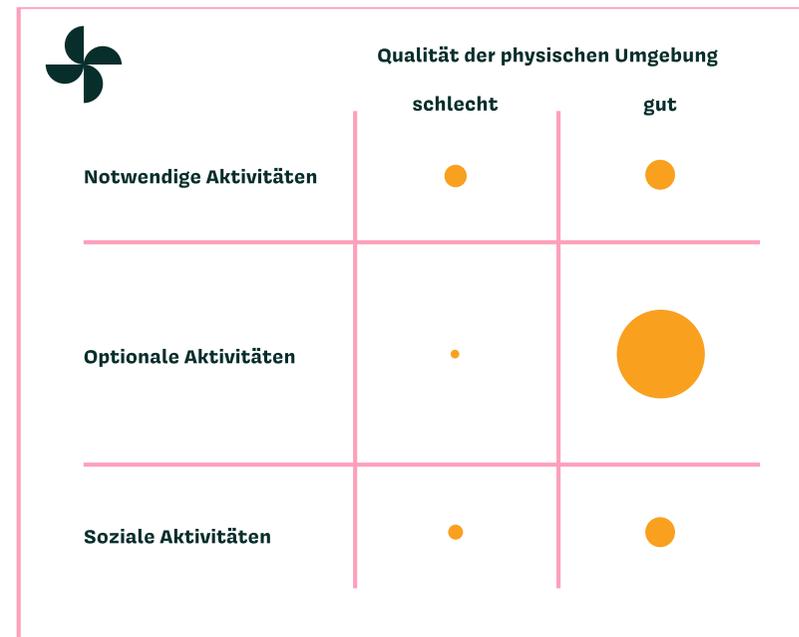


Abbildung 8 - Qualität des sozialen Raumes und ihr Bezug zu Aktivitäten nach Gehl

Gehl zeigt in der folgenden Abbildung die Beziehung zwischen der Qualität eines öffentlichen Platzes und dem Aufkommen von Aktivitäten. Bei guten Bedingungen erhöht sich die Anzahl an optionalen Aktivitäten, welche auch einen Einfluss auf die Häufigkeit von sozialen Aktivitäten hat. Wir können sehen, dass diese drei Arten von Aktivitäten in der Regel miteinander verbunden sind und nicht unabhängig voneinander. (PQ)

Triangulation

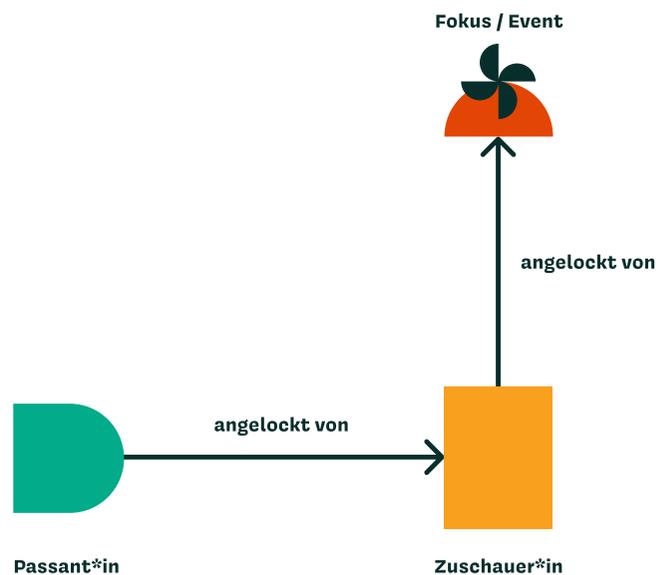
„What attracts people most, it would appear, is other people“
Whyte (1960)

Der Soziologe und Stadtplaner William H. Whyte untersuchte die Nutzung von öffentlichen Plätzen und bewertete die darin befindlichen Straßenelemente, worunter sich unter anderem Stühle und Bänke wiederfanden. Dabei war der Fokus auf die Interaktion im öffentlichen Raum gelegt. Diese versuchte er durch die Analyse von Straßenelementen und Möbeln sowie deren Positionierung in der Umgebung und zueinander zu erörtern. Seine Studien im urbanen Raum führten schließlich zur Entwicklung und Definition des Konzeptes der Triangulation.

Er definierte das Konzept der Triangulation als „that characteristic of a public space that can bring people together, strangers. It's usually an external stimulus of some kind“. Das Konzept beschreibt die Möglichkeit, durch einen Katalysator für Konversationen die Möglichkeiten der Interaktion zwischen Bürger*innen zu verbessern. Er definierte Triangulationselemente als unerwartete Dinge, die Fremde von außen zur Interaktion anregen, indem sie eine gemeinsame Basis für die Kontaktaufnahme bieten. Es könnten zum Beispiel Musiker sein, Straßenkünstler, eine Skulptur oder ein nutzbares Element wie ein Klavier im öffentlichen Raum (Whyte,

1980).

Die Gestaltung von Triangulationselementen in öffentlichen Räumen kann die Interaktionsdynamik vor Ort verändern und formen (Waal, 2014). Dies kann das Entstehen sozialer Interaktionen mit Fremden entweder erleichtern oder behindern und ist somit ein Akteur bei der Gestaltung der Dynamik zwischenmenschlicher Interaktionen im öffentlichen Raum.



Whyte wird aufgrund seiner Analyse und langjährigen Forschung bezüglich des menschlichen Verhaltens im öffentlichen Raum als Urvater der Theorie der erfolgreichen Platzgestaltung gesehen. Einige seiner weiteren Kriterien werden in einer Tabelle wie folgt dargestellt:

(KL)

DESIGN ELEMENT	DESCRIPTION
People	A strong flow of them needed. They will draw other people into the space. "It is difficult to design a place that does not attract other people but it is remarkable how often this has been accomplished" (Whyte: 1988: Pg 10)
Aspect	Sun was an important factor (evidence from the time-lapse camera suggested people used the space with the sun)
Water, Wind, Trees, and Light	A successful place should be designed to incorporate water and trees, to protect from elements such as wind and capture maximum light made for the most successful places.
Aesthetic consideration	A visually appealing site was more popular.
"Seatability"	The amount type orientation and availability of seating in the site had a huge impact on the way it was used.
Relationship with street	The relationship the space had with the street – it needed to be visible from the street yet still provide mystery and intrigue.
Management of spaces	Successful spaces need to be well managed to incorporate a range of activities and provide safety for occupants.
Safety	The 'undesirables' where not necessarily seen as a negative or problem in spaces to Whyte. It was more the actions taken to combat them that led to a place becoming undesirable for example crime prevention techniques, cameras, sharp steel on walls, the lack of seating for homeless people to sleep.

Abbildung 9 - Tabellarische Darstellung von Erfolgskriterien für urbane Räume nach Whyte

Project for Public Spaces

Das „Project for Public Spaces“ (kurz PPS) ernannte vier essenzielle Qualitäten für soziale Räume: Zugänglichkeit, Menschen verrichten Aktivitäten dort, die Räume sind komfortabel und in ihrer Natur sozial, sie sind ein sozialer Treffpunkt.

Das PPS hat das nachstehende Diagramm entwickelt, das dabei helfen soll zu evaluieren, ob ein Ort gut oder schlecht ist. (KL)

What Makes a Great Place?

Project
for Public
Spaces

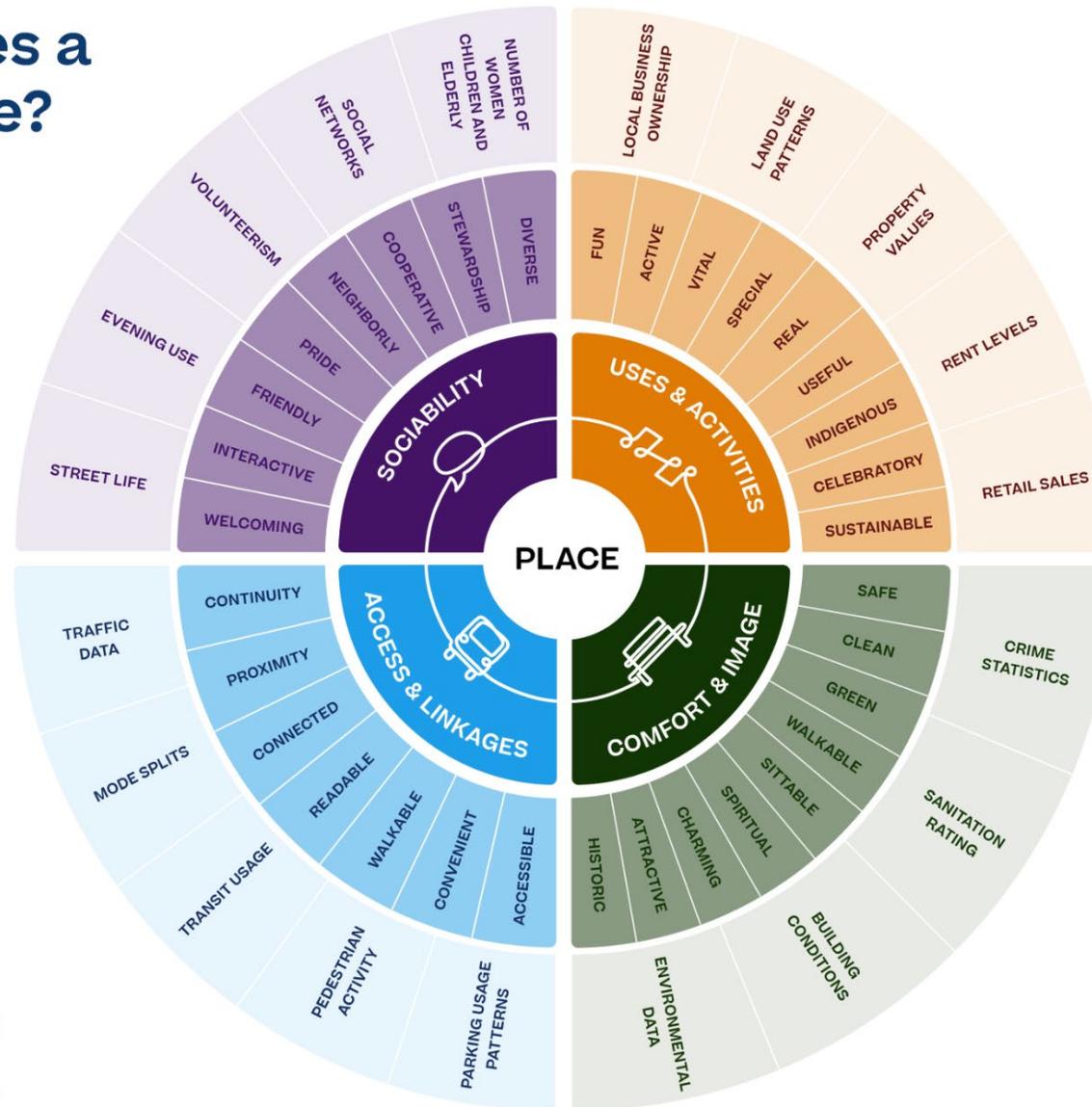


Abbildung 9 - Schaubild mit Kriterien für erfolgreiche städtische Räume von Project for Public Spaces

Was macht einen Ort erfolgreich?

Mittlerweile gibt es eine Vielzahl an etablierten Kriterien und Aspekten des Designs, welche von Architekten und Designern erforscht wurden, die genutzt werden um einschätzen, ob und wie ein Ort erfolgreich ist. In diesem Abschnitt werden die Kernaspekte von Theoretikern untersucht und überschneidende relevante Elemente herausgearbeitet (Moore, 2012; Xu, o. J.).

Aktivitäten

Ein Ort muss für eine Vielzahl an Aktivitäten geeignet sein, dies inkludiert die drei Aktivitätstypen nach Gehl. Somit spielt Multifunktionalität eine wichtige Rolle und ist zentral verankert im Erfolg eines Ortes. Aktivitäten selbst müssen jedoch nicht immer auf ein eigentliches „Tun“ bezogen sein, können aber laut Thwaites et al. (2005) auch als Rückzugs- und Erholungsort dienen.

Anpassungsfähigkeit

Die Anpassungsfähigkeit ist ein wichtiges Kriterium für einen dritten Ort, da die Möglichkeiten für eine Vielzahl an Aktivitäten vorhanden sind. Damit muss der Ort in der Lage sein, sich den Bedürfnissen der Nutzer*innen anzupassen, egal ob sie sich zum Beispiel in kultureller, ästhetischer oder funktionaler Form äußern. Ebenso wird beschrieben, dass es nicht nötig ist, den öffentlichen Raum in jeglicher Form komplett zu gestalten. Die Freiheit des

unvollständigen Raumes wird durch die Nutzung der Menschen immer „vervollständigt“, indem sie ihn für sich reinterpreten.

Komfort und Personalisierung

Die Menschen müssen sich an einem Ort wohlfühlen, Komfort ist daher unerlässlich.

Der öffentliche Raum muss die Möglichkeit der Partizipation bieten, damit der Mensch sich zu eigen machen kann. Dabei sollten Menschen nicht das Gefühl haben, etwas kommerziell erwerben zu müssen, damit sie das Recht erhalten, sich an einem öffentlichen Ort aufhalten zu können. Er muss den Raum durch Gefühle und Handlungen für sich beanspruchen können, denn der öffentliche Raum zeichnet sich dadurch aus, dass Menschen ihn nutzen und formen.

Erlebnis

Ein Ort wird auch zunehmend nach der Qualität des Erlebnisses beurteilt und nicht nur auf den Aspekt der Nutzung reduziert. Thwaites beschäftigte sich zunehmend mit der Beziehung zwischen Mensch und Ort, welche den Ort als Erlebnislandschaft sieht. Sie soll durch die Beziehungen zwischen den Menschen, sowie die Beziehung zum Ort und die Erfahrungen, die der Ort ermöglicht, einen positiven Einfluss auf die Lebensqualität der Menschen haben.

Der größte gemeinsame Nenner der Theoretiker und ihrer Kriterien ist relativ offensichtlich. Es sind Menschen. Sie sehen Menschen als Erfolgsfaktor, denn mit Menschen kommen Aktivitäten und diese beleben jeden Ort.

Es ist also nicht verwunderlich, dass Landschaftsarchitekten in vielen ihrer Entwürfe Menschen integrieren. Die Landschaftsarchitektur lebt von Menschen, ohne sie sind sie erfolglos. Sie nutzen das Element der Menschen in ihren Skizzen nicht nur für Maßstäbe, sondern zeigen damit, wie sich der Raum erst durch die Integration von Menschen gestaltet und lebendig wird.

Die zuvor genannten Aspekte sind auf ihre Art und Weise relevant dafür, wie viele Menschen den Raum nutzen können und werden. Dennoch spielen natürlich die Bedürfnisse von Menschen eine zentrale Rolle in der Gestaltung dieser Orte. Neben den Aspekten wie Größe, Sitzgelegenheiten, Schutz vor Wetterbedingungen, Verbindungen und Aktivitäten müssen wir als Gestalter*innen fragen, was die Wünsche und Hoffnungen der lokalen Gemeinschaft sind. Denn sie sind die Expert*innen, welche letztlich diesen Ort nutzen und sich zu eigen machen werden. (KL)

Sozialer Zusammenhalt & Co-Design

Gemeinsam für ein besseres Miteinander

Für die Entwicklung einer von gegenseitigem Respekt geprägten Gesellschaft müssen Themenfelder wie Inklusion, soziale Teilhabe und Chancengleichheit ein zentrales Handlungsfeld der Stadtentwicklung werden. Es spricht für die Werte des Zusammenhalts, der Solidarität und der Verantwortung gegenüber unserer Gesellschaft, insbesondere für marginalisierte Gruppen. Die Stadt ist ein kontrastreicher Ballungsraum von Menschen mit unterschiedlichen Ressourcen, Lebenslagen und Bedarf nach Hilfe, ebenso verweben sich wichtige Problemlagen wie Arbeitslosigkeit, Armut, gesundheitliche Probleme und geringe Teilhabe am sozialen und politischen Geschehen. Sie alle können zu mehr Einsamkeit führen und der Aufrechterhaltung von unseren freien, sozialen Strukturen schaden.

Sense of belonging

Der Verlust von sozialen Interaktionen ist heute zum Normalzustand geworden. Bereits 1982 beschäftigten sich Oldenburg und Brissett mit dieser Entwicklung und schrieben es dem Verfall der Gemeinschaft zu. Oldenburg fokussierte sich im Laufe der Zeit auf die dritten Orte, die er als Eckpfeiler des Aufbaus von Gemeinschaften verfolgte. Putnam (2000) hingegen äußerte sich

über die Notwendigkeit, wieder zu den Grundlagen der Interaktion zurückzukehren. Dies sei der Schlüssel, um Gemeinschaften zu schaffen.

Er behauptet, dass es uns und dem Zustand um den Verlust der sozialen Interaktion schlechter geht, weil wir uns nicht ausreichend in unsere Gemeinschaften einbringen. Durch Beteiligung/ Interaktion schaffen wir ein Gefühl der Zugehörigkeit. Wir erwarten immer mehr von unserer Gesellschaft, tun jedoch immer weniger für sie. Die Wechselbeziehung ist somit aus dem Gleichgewicht gekommen, die Enttäuschung, welche dabei mitzieht, drängt uns immer mehr in eine individualistische Lebensweise. (PQ)

3. Love Centred Design

Unsere Agenda

Heutzutage sprechen Experten von der Verbundenheitskrise, ein wachsendes Problem der modernen Kultur. Einsamkeit als Trend der Moderne wird unter anderem auf verschiedene Faktoren zurückgeführt, darunter Veränderungen in der Struktur, wie wir als Menschengruppen leben und zunehmende Urbanisierung. Unser Verhalten hat sich über die Jahrzehnte dermaßen verändert, dass wir als Menschen kaum mithalten können. Unabhängig von der Ursache sind die Auswirkungen der Einsamkeit auf den Einzelnen und die Gesellschaft jedoch erheblich.

Wir sehen in Design eine Chance, um der Einsamkeit entgegenzuwirken und schlagen daher Liebe als Designmotiv vor. Wir untersuchen die Rolle von interaktiven Medien in der Entwicklung von Einsamkeit. Ziel ist es, Erfahrungen zu schaffen, die das Bild von Liebe nachhaltig prägen.

Designende müssen sich also nicht fragen, wie wir in Zukunft lieben werden, sondern wie wir in Zukunft lieben wollen.

(KL+PQ)



What is Love?

„Hell is other people“

„Love is other people“

Für unsere Definition von Liebe distanzieren wir uns von dem traditionellen Bild des herkömmlichen romantischen Paares. Wir erkennen die Mystifizierung und die Kommerzialisierung von Liebe als einer der Grundprobleme, warum sich Liebe für die meisten Menschen so unnahbar anfühlt. Daher möchten wir unseren eigenen Vorstellungen von Liebe vorantreiben, damit die wohltuenden Aspekte der Liebe durch verschiedenen Arten und Weisen in den unterschiedlichsten Sektoren und Disziplinen durchsickern können.

Angelehnt an die Nächstenliebe möchten wir das Bild der Liebe füreinander, miteinander in Form von Fürsorge, Partizipation, Achtsamkeit und Voraussicht bzw. Nachhaltigkeit erweitern. Dazu ist natürlich die Basis von gegenseitigem Respekt und Anerkennung unter anderem eine Voraussetzung.

Der Akt des Designens ist ein Akt der Liebe per unserer Defintion. Design aus Liebe für die Liebe.

Wie lässt sich dieses Konzept auf unser Designprozess übertragen?

- Wir gestalten stets mit sozialer Verbundenheit und gesellschaftlichen Zusammenhalt im Kopf.
- Wir beachten die wahren Bedürfnisse der Menschen und was sie wirklich brauchen, um als Individuen zu gedeihen.
- Wir setzen Fokus auf das Potenzial zwischenmenschlicher Interaktion und bringen die positiven Aspekte hervor.
- Wir sehen Menschen nicht als Mittel zum Zweck, sondern achten auf die nachhaltigen Beziehungen, die miteinander geführt werden.

(KL+PQ)

4. Konzeption

Fokusgruppe

Immer mehr junge Erwachsene treibt es in die Großstadt, mit den Erwartungen, ihren Leidenschaften und Wünschen nachgehen zu können. Ein neuer Lebensabschnitt beginnt und sie werden mit der Frage konfrontiert: Wie finde ich neue Freunde? Die Lebenswelt der jungen Erwachsenen befindet sich heutzutage größtenteils online. Anschluss zu anderen bezüglich neuen Hobbies, Interessen oder Aktivitäten findet man oft nur dort, denn in ihrer unmittelbaren Nähe schwindet das Angebot.

Die Generation Z zeichnet sich unter anderem durch die Nutzung von Smartphones und Social Media, legen mehr Wert auf die persönliche Selbstentfaltung und sind vergleichsweise mit ihren Vorgängern mehr individualistisch.

Unsere Fokusgruppe sind demnach „city dwellers“ bzw. „solo dwellers“, also Einzelgänger der Stadt. Sie sind neu zugezogene Studenten in ihren Zwanzigern, die ihren eigenen Weg gehen und ihre eigenen Ziele verfolgen. Neben dem Zuhause und dem Arbeitsplatz sind sie jedoch mit den sozialen Angeboten der Stadt frustriert. Sie finden kaum Gelegenheiten auf natürliche Weise neue Leute kennenzulernen und haben Probleme offline Bekanntschaften zu machen oder zu pflegen. Entfernt von der Familie und alte Freunde wollen sie sich ein neues soziales

Netzwerk aufbauen und sich in ihrer neuen Stadt wohlfühlen. Ab und zu halten sie sich in Cafés oder andere öffentlich Räume auf oder betreiben „Window Shopping“, um das Gefühl unter Menschen zu sein zu bekommen. Dennoch fühlen sie sich unerfüllt in ihren sozialen Bedürfnissen und leben ein relativ ereignisloses soziales Leben. Diese sozialen Interaktionen fühlen sich für sie eher transaktional und oberflächlich an und sind auf Dauer zu teuer.

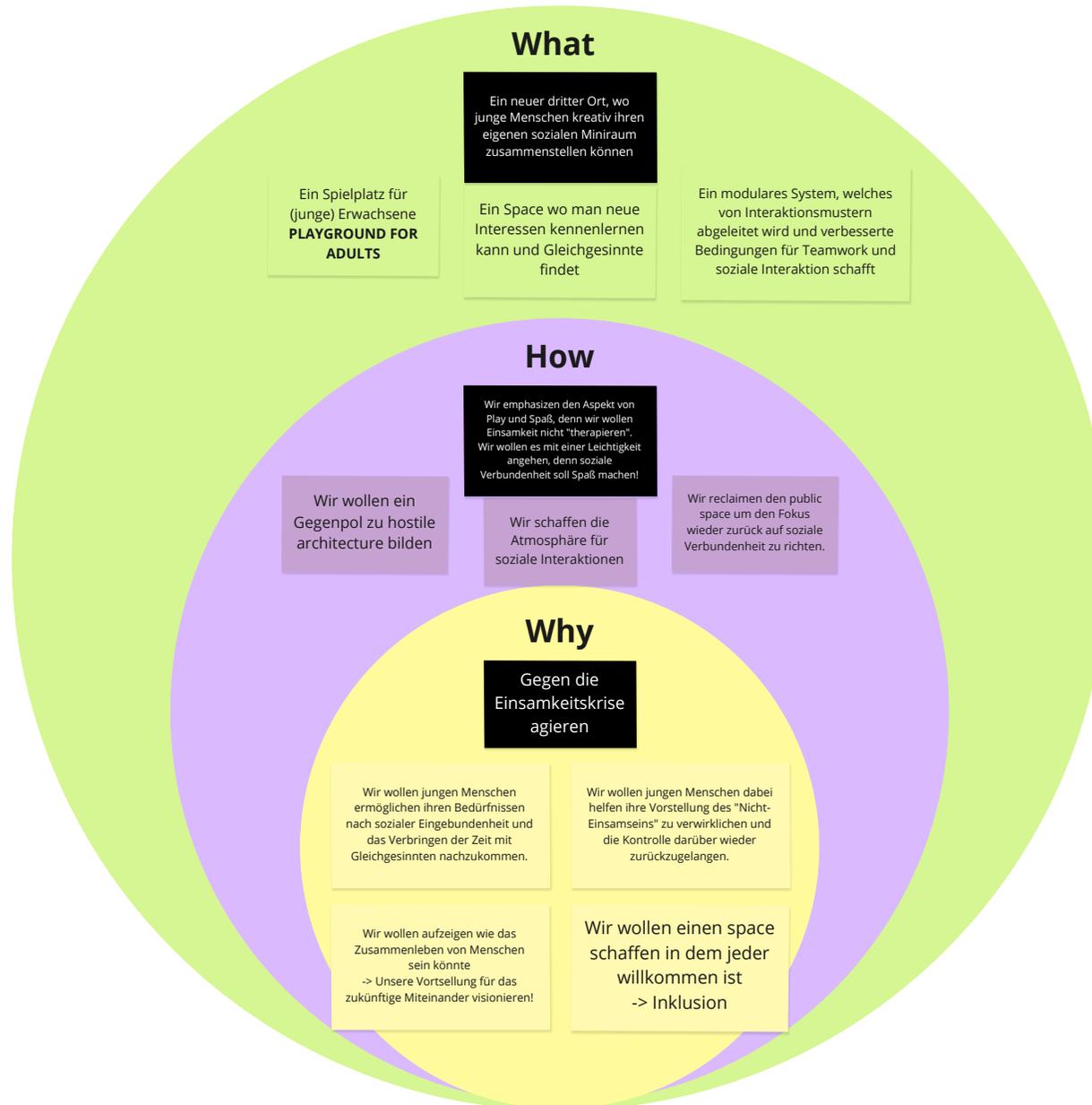
Weil sie nach außen hin nicht zugeben möchten, dass sie einsam sind und mit dem Gefühl der Unzugehörigkeit und der Entfremdung zu kämpfen haben, sprechen sie nicht mit anderen darüber und verbringen ihre private Zeit auf online Plattformen. Sie kennen ihre Mitbürger und Nachbarn nicht und gehen davon aus, dass die eigenen Unterschiede zu anderen größer sind als die Gemeinsamkeiten. Die Stadt bieten ihnen keinen Platz oder Angebote an, ihre Interessen auszuleben. Die Hürde etwas selbst auf die Beine zu bringen und zu planen ist zu hoch und ihre Energie zu wenig. Sie suchen nicht immer unbedingt allein einen bestimmten Ort, sondern manchmal einfach einen Vorwand, wohin zu gehen und sich mit anderen dort zu treffen.

(PQ)

Nutzer*innen Eigenschaften



Zielsetzung



How Might We?



Wie können wir einen sozialen (Begegnungs-)raum für junge Menschen gestalten, damit sie ihrem Bedürfnis nach sozialer Eingebundenheit nachgehen und mit Gleichgesinnten Zeit verbringen können?

Pitchdeck / Value Proposition

PLAYGROUND FOR ADULTS PLAYGROUND FOR ADULTS

Was ist Einsamkeit?

Einsamkeit ist das unangenehme Gefühl, wenn einem erfüllende Beziehungen zu bestimmten Personen fehlen oder die existierenden sozialen Beziehungen nicht den eigenen Erwartungen entsprechen.

Barrieren/Probleme?

Immer mehr junge Erwachsene treibt es in die Großstadt, lassen sich dort auf ein neues Leben ein und werden mit der Frage konfrontiert: *Wie finde ich neue Freunde?* Vor allem Jugendliche und junge Erwachsene sind heute von der Einsamkeit betroffen und die Aspekte des modernen urbanen Lebens verstärken nur ihre Präsenz.

Heutzutage fehlt es an Strukturen, um das Potenzial von sozialen Interaktionen auszuschöpfen. Unsere gebaute Umwelt wurde vorwiegend für den individualisierten Lebensstil gestaltet, bei dem Autos, Privateigentümer und Profit priorisiert werden. Jedoch sind öffentliche Räume, die Menschen zusammenbringen, insbesondere für junge Menschen wichtig, denn sie bilden soziale Treffpunkte, Bühnen der Repräsentation, Rückzugs- oder Erkundungsräume, Orte des Ausprobierens und der Auseinandersetzung mit sich selbst und ihrer Umwelt.

Motto

Make yourself at home.

Idee

Mit unserem Projekt verfolgen wir die Vision eines neuen sozialen Raums, ein neuer Begegnungsraum, der sich auf die Wünsche und Nutzen der Community anpasst und sich mit verändert. Die platzierten Grundstrukturen sollen durch das Ergänzen von Elementen ein Eigenleben entwickeln und somit zugeschnitten auf die Bedürfnisse der Menschen reagieren.

Neben dem Zuhause und dem Arbeitsplatz sollen diese dritten Orte einen Ausgleich bieten, um in der Öffentlichkeit zu entspannen, bestehende soziale Beziehungen zu pflegen und neue Bekanntschaften zu machen.

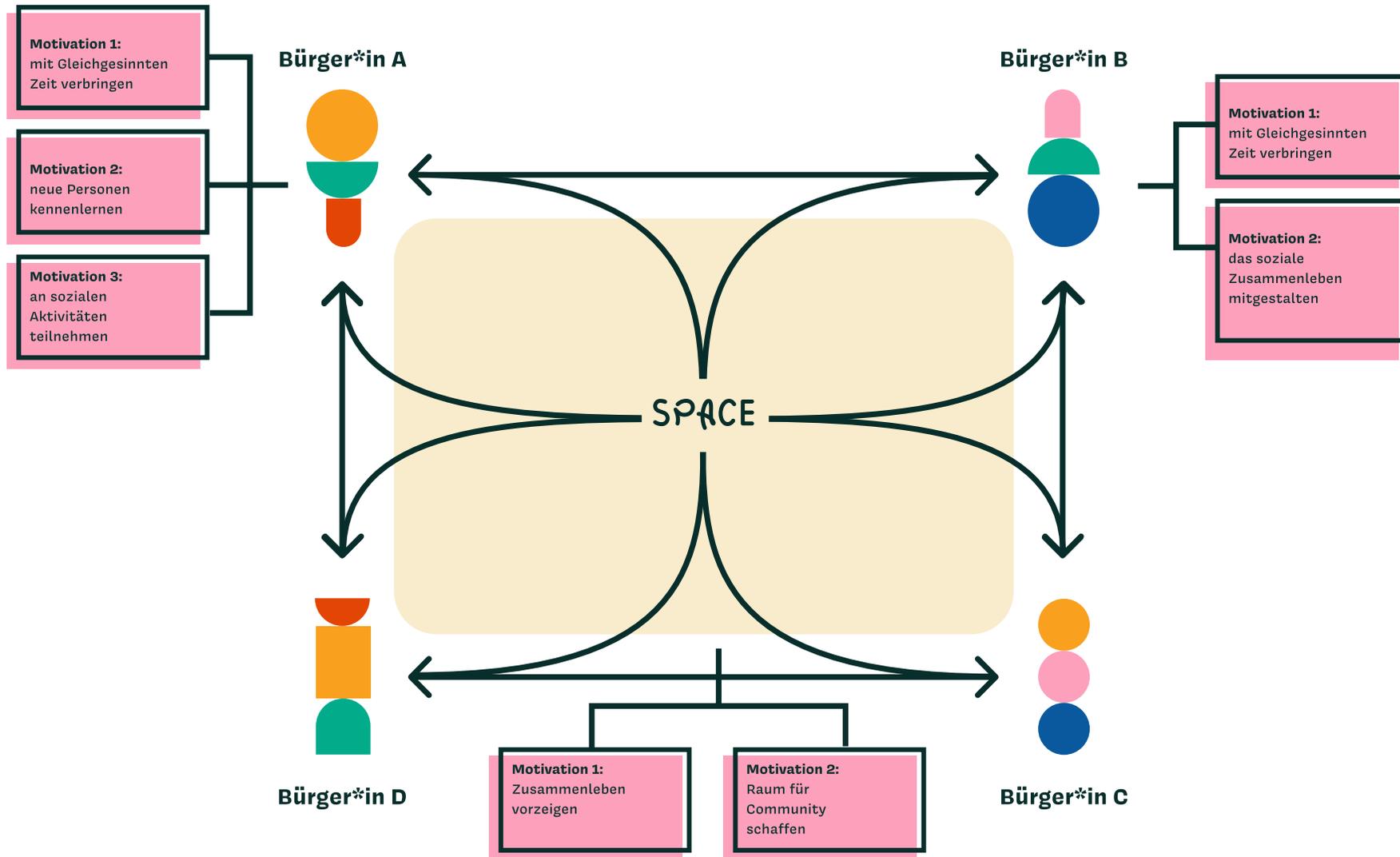
Als Pop-Up aufgezogen, verfolgt unsere Idee das Prinzip einer Wanderausstellung, die junge Menschen inspirieren soll, wie sie in Zukunft das Miteinander im öffentlichen Raum ihrer Stadt mitgestalten können. Die Bürger*innen sollen zur Partizipation angeregt werden, indem sie sich mit dem Konzept der gemeinsamen Gestaltung des urbanen Zusammenlebens auseinandersetzen und einen lebenswerten neuen Raum formen, der durch die Interaktion der Menschen lebt und sich stets weiterentwickelt.

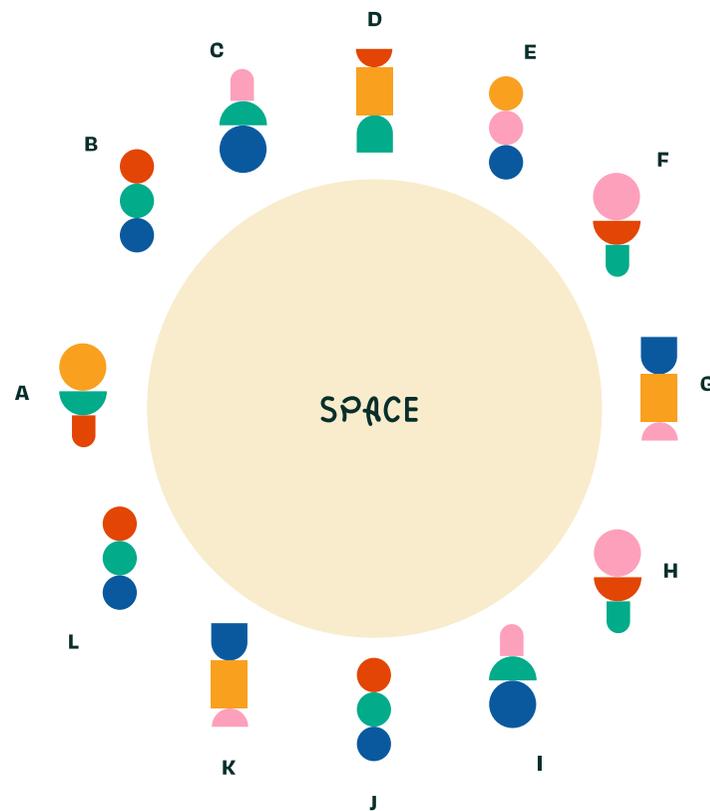
Die offene, zwanglose Natur des Pop-Ups lädt dazu ein, zu verweilen und die modularen Komponenten bieten einen spielerischen Ansatz, sich auszuprobieren, den Platz für bestimmte Aktivitäten anzupassen und den eigenen, kleinen Platz in der Stadt zu gestalten.

Interaktionsmodell

Das Interaktionsmodell stellt eine beispielhafte Konstellation von wechselseitigen Beziehungen zwischen verschiedenen Besucher*innen und Gastgeber*innen von Events der Wanderausstellung dar. Sie zeigt, wie eine junge Einzelperson mit verschiedenen weiteren Nutzer*innen des Spaces interagiert, entweder einzeln oder in einer Gruppe.

Die einzelnen Interaktionen zwischen den Entitäten sind entscheidend für die Entstehung und Aufrechterhaltung der Atmosphäre. Sie prägen, wie sich die Umgebung anfühlt und ebenso wie sie sich physisch entwickelt. Das Modell stellt somit die Interaktion und die Beziehungen zwischen den Menschen in den Mittelpunkt, denn erst sie bilden den Ort figurativ. Denn ohne die Anwesenheit von sozialen Akteuren ist der Raum nur eine leere Hülle ohne Eigenschaften. Nur durch ihre Handlungen schaffen die Menschen einen lebendigen und realen Ort. Je diverser und häufiger die Interaktionen zwischen den Entitäten, desto mehr verändert sich der Ort. Dieser wird sich zu eigen gemacht und auf die Bedürfnisse der Nutzer*innen abgestimmt, a home away from home. (KL+PQ)





Andere Akteure

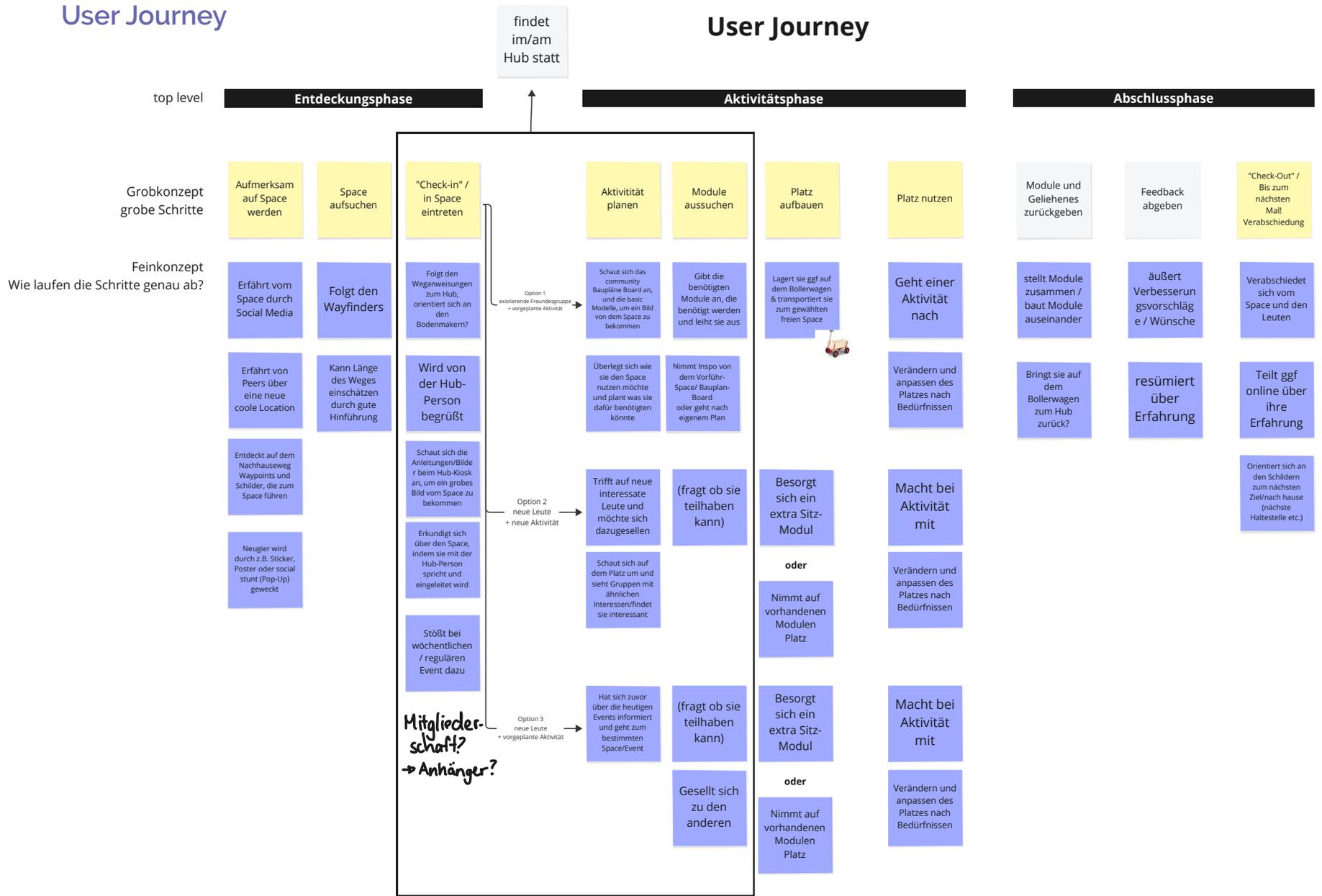
Es ist wichtig neben Bewohner*innen und Besucher*innen auch andere lokale Akteure aktiv einzubinden. Es wird somit ermutigt, dass lokale Institutionen wie Schulen, Organisationen, Stadtämter, aber auch Künstler und andere Figuren der Gemeinden teilnehmen und mitorganisieren. Sie sind willkommen und bilden somit auch einen Teil der anderen Besucher*innen oder Teilnehmer*innen des Projektes. Dabei können sie ihre Anliegen näher bringen, ihre Interessen teilen oder sich einfach innerhalb der Community noch fester verankern und vernetzen, schließlich sind sie vertraut damit, wie das lokale Leben abläuft und bieten wertvolle Eindrücke in soziale Strukturen, Verständnis für kritische Themen und die Bedürfnisse der Menschen.

Indem Orte gemeinsam mit Nachbarschaften und Nutzer*innen entwickelt und gestaltet werden, sollen sie in ihren Nutzungen sowie räumlichen und gestalterischen Qualitäten den Wünschen und Bedürfnissen entsprechen und somit zu einem lebenswerten Quartier / Gemeinde beitragen.

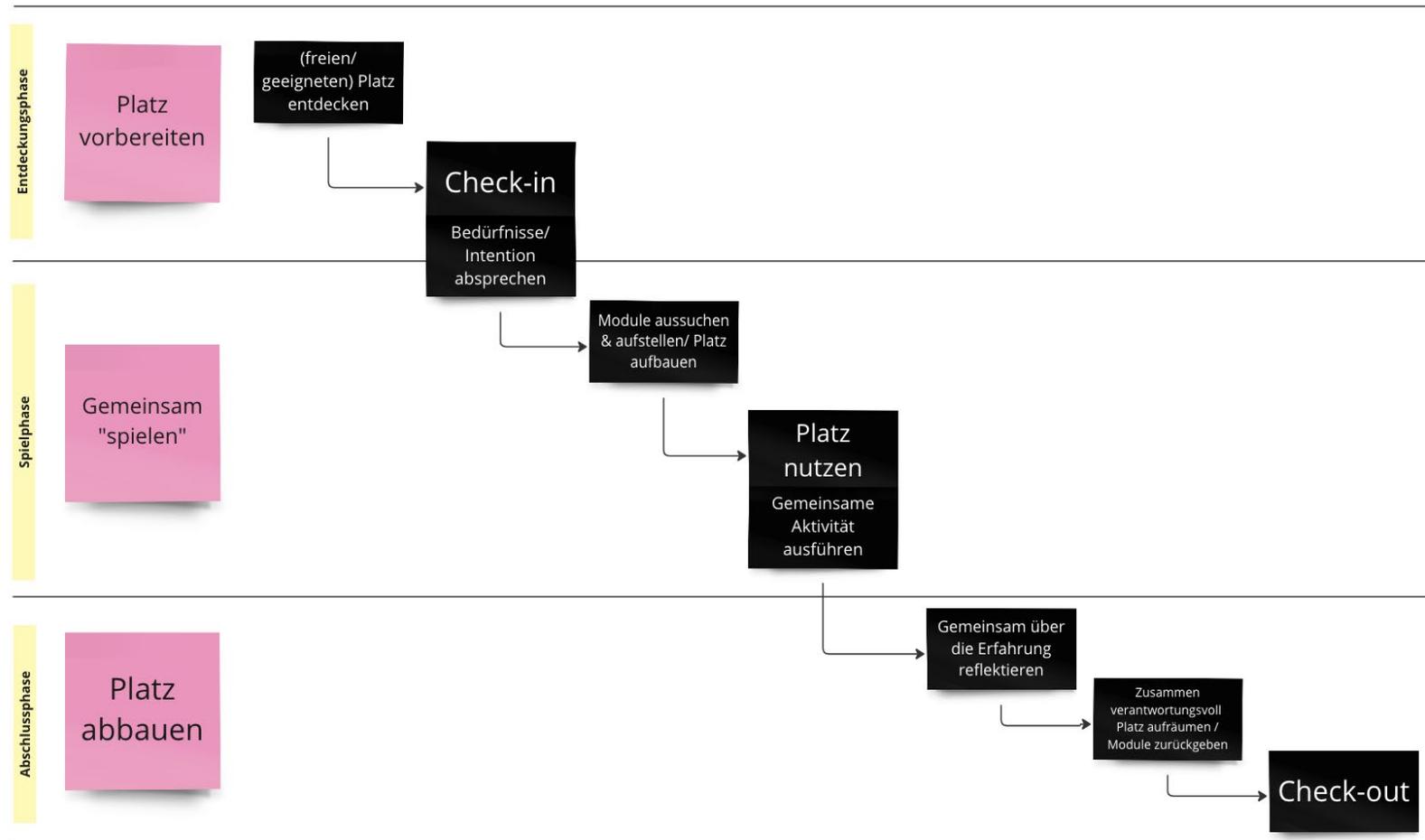
(KL+PQ)

User Journey

User Journey



Soll-Handlungsablauf



Der Sandkasten Charakter

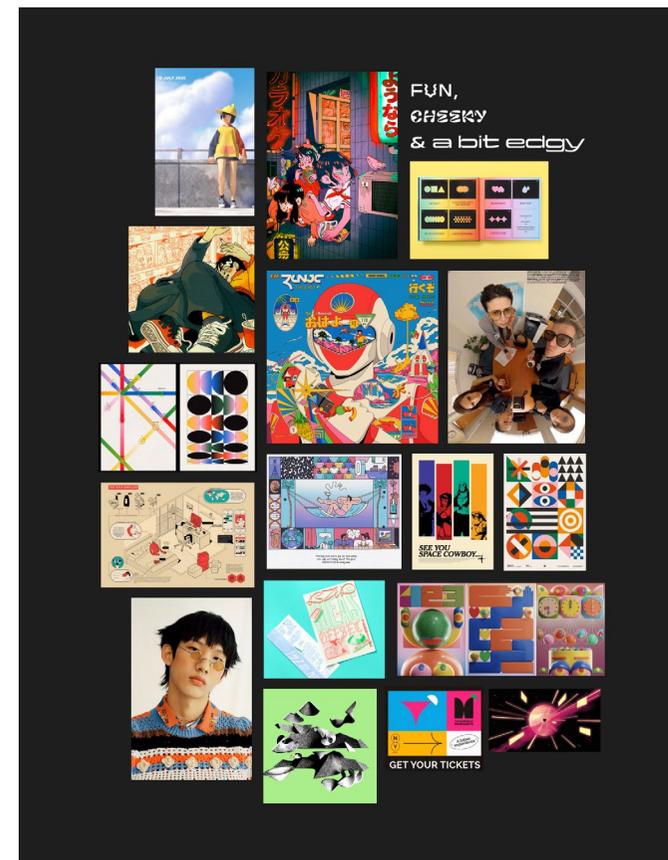
Da die Zielgruppe von „Sandkasten“ junge Erwachsene der Generation Z ist, sollte der Charakter der Anwendung genauso verspielt, frech, wild und kunterbunt sein. Die Generation der sozialen Medien und der Interkonnektivität ist sich dem katastrophalen Zustand der Welt bewusst und reagiert mit Ironie, Sarkasmus aber auch Spaß und Witz auf die Dinge. Sie nimmt nichts zu ernst, nicht mal sich selbst. Sie ist in Kontakt mit dem inneren Kind und weiß, dass am Ende nichts anderes zählt als der Moment, in dem sie gerade leben.

Mit der richtigen Energie, den passenden „Vibes“, können sie loslassen und die wahre Essenz ihrer individuellen, persönlichen Andersartigkeit preisgeben. In dieser Umgebung, wo sie sich sicher und wohlfühlen sollen, hat jeder eine Stimme und einen Platz. Offenheit und Inklusion stehen hier an erster Stelle. Hier lautet das Motto: „Strangers are not strange. You just don't know them yet!“. Die einzige geltende Ausnahme ist, dass es hier keinen Platz gibt für Hass und Diskriminierung.

Der Sandkasten ist der Ort, wo das soziale Miteinander so vorgelebt wird, wie die Bürger*innen sich das vorstellen. Das Prinzip, das der Sandkasten folgt, ist eins: Neudenken. Du findest keine Band, die zu dir passt? Gründe deine eigene. Du hast in deiner Wohnung zu wenig Platz, um ein Dinner mit Freunden zu halten? Mach's

im Park. Mach dein Wohnzimmer zum Büro und deine Stadt zum Wohnzimmer, warum nicht?

Durch das moderne, bunte und verspielte Branding erhoffen wir uns kreative Personen anzulocken wie Künstler, Musiker und Gestalter*innen verschiedenster Medien. Diese locken wiederum mehr kreative, neugierige Leute an, die voraussichtlich in Austausch kommen. (PQ)



Atmosphäre

Jeder ist unverbindlich, aber verbindet sich mit anderen durch die geteilten Interessen wieder zusammen. Daher ist es wichtig, eine zwanglose Atmosphäre zu schaffen, um die Schwelle und Barrieren zur sozialen Interaktion so niedrig zu halten wie möglich. Die offene Struktur des Platzes soll einladend sein und Interesse wecken. Es handelt sich hier um offene Räume im öffentlichen Raum, wo jeder beieinander die eigenen Aktivitäten ausleben kann, aber jederzeit auch miteinander interagieren kann. Es soll einem ermöglicht werden, in Präsenz anderer Menschen sich wohlfühlen, gesehen zu werden und jederzeit mitmachen zu können. (PQ)



Brand Identity

BRAND IDENTITY CONCEPT

SANDKASTEN
Wir machen mit(einander)!

What we stand for - Covik Sans

FUN & PLAYFUL YET CHEEKY with A BIT OF EDGE. Retro vibes with a modern twist. Encapsulates the colorful and diverse nature of personalities and identities, clashing and mixing when in the same room. unified by conversation and knowledge. unified by conversation and shared activity, ones own borders blurring as one comes together as a unity, as an urban entity, as a whole community. bigger and better together. under The cities blanket of anonymity one turns to another, facing each other, acknowledging the other. being seen and heard, that is what is crucial to our flourishing, motivating us to contribute to the whole, working together to build a more resilient city.

What we stand for - Balto

FUN & PLAYFUL YET CHEEKY with A BIT OF EDGE. Retro vibes with a modern twist. Encapsulates the colorful and diverse nature of personalities and identities, clashing and mixing when in the same room. exchange of cultures and knowledge. unified by conversation and shared activity, ones own borders blurring as one comes together as a unity, as an urban entity, as a whole community. bigger and better together. under The cities blanket of anonymity one turns to another, facing each other, acknowledging the other. being seen and heard, that is what is crucial to our flourishing, motivating us to contribute to the whole, working together to build a more resilient city.





BEING SEEN AND HEARD,
THAT IS WHAT IS CRUCIAL
TO OUR

FLOURISHING,
MOTIVATING US TO
CONTRIBUTE TO THE

WHOLE, WORKING
TOGETHER TO BUILD A
MORE RESILIENT CITY

**miteln
ander
machen**

BEING SEEN AND HEARD,
THAT IS WHAT IS
CRUCIAL TO OUR
FLOURISHING,
MOTIVATING US TO
CONTRIBUTE TO THE
WHOLE, WORKING
TOGETHER TO BUILD

A MORE RESILIENT CITY ✨

*PLAYERS
and for
adults*

Sozialbewusstsein und Verantwortung

Ausgehend von unserem Charakter und unseren Werten haben wir einen Verhaltenskodex für unser Projekt definiert. Für die Gestaltung eines gemeinschaftlich nutzbaren sozialen Raumes müssen wir als Gestalter*innen uns gegenüber negativ auffälligem Verhalten positionieren. Wir versuchen dies durch Werte und Regeln zu vermitteln und damit ein harmonisches Miteinander zu fördern.

Festgelegte Regeln und Richtlinien helfen dabei, den Frieden und die Harmonie innerhalb eines Ortes zu bewahren. Durch die Teilhabe und Teilnahme verpflichten sich die Besucher*innen, ihr Verhalten danach auszurichten. Wir appellieren an das menschliche Sozialbewusstsein und hoffen, dass jede*r den Respekt erhält, welcher ihnen zusteht.

Unser Projekt bietet keinen Raum für Hass und Diskriminierung, es herrscht eine Null Toleranz Haltung gegenüber radikalen Themen, Fremdenfeindlichkeit, Queerfeindlichkeit, Rassismus und Sexismus. Menschen, die sich in ihrem Verhalten oder Werten diesen Themen nahe sind, sind im Mikrokosmos des Sandkastens nicht willkommen. Der Sandkasten symbolisiert eine offene Haltung gegenüber allen Menschen, solange sie nicht die Atmosphäre und

das Erlebnis der anderen Besucher*innen stört oder einschränkt.

Regeln im Sandkasten:

- Erweist euren Mitmenschen Respekt und Toleranz, jeder ist anders, aber anders ist nicht schlecht.
- Bitte beachtet, dass wir hier nicht alleine sind, ab 22 Uhr macht der Sandkasten zu, da steht die Nachtruhe an. Bitte haltet euch daran und verlasst zeitnah den Sandkasten.
- Geht rücksichtsvoll mit den Materialien um, verlasst den Platz besser, als ihr ihn vorgefunden habt! Wenn wir gemeinsam daran arbeiten, den Platz zu pflegen, dann bleibt er uns länger erhalten.

(KL+PQ)

Sandkasten - Wir machen mit(einander)!

Pop-up on tour!

Inspiziert von der modernen Foodtruck-Kultur dient der Sandkasten als temporärer, lebendiger öffentlicher Raum, der Interaktion, Neugier, Kreativität und Teilhabe kultivieren soll. Noch wichtiger ist, dass er durch seinen mobilen Charakter das Projekt und die weitere Diskussion über lebenswerte Umgebungen und die Gestaltung des inklusiven Zusammenlebens an den Orten ermöglicht, wo sie auch umgesetzt werden sollen.

In verschiedenen Städten lädt unser temporärer Pop-up innerhalb von Quartieren oder lokalen Gemeinden im urbanen Raum zu einem breit gefächerten, selbstorganisierten Programm ein, welches sich an die Interessen und Bedürfnisse der jeweiligen Bewohner*innen der Örtlichkeit versucht anzupassen.

Als Wanderausstellung und Veranstaltung konzipiert, reist der Sandkasten durch das Land. Auf seiner Tour befährt er mittelgroße bis große Städte, welche er über einen längeren Zeitraum von 3 bis 4 Monaten besucht. Die Wanderveranstaltung fusioniert vor Ort mit lokalen Akteur*innen, sowie ehrenamtlichen Helfer*innen (zum Beispiel Designstudent*innen) oder kulturellen Vereinen, die uns beim Betrieb des Sandkastens unterstützen.

Dieses Projekt ist ein Angebot zur Entwicklung von sozialräumlicher

Resilienz, die Verstärkung der Teilhabe am Gestalten neuer Wege der Koexistenz und der Ansatz gegen den Fortschritt der modernen Einsamkeit durch die Stärkung sozialer Begegnungen.

Der Sandkasten versucht als temporärer urbanes Reallabor neu zu definieren, wie wir miteinander koexistieren und wie Teilhabe am sozialen Geschehen aussehen kann. In einer entspannten, komfortablen Umgebung liegt der Fokus auf potenziellen sozialen Begegnungen, aber ebenso auf einer nachhaltigen Schaffung und Aufrechterhaltung von lokalen Dritten Orten.

(KL+PQ)

Gestalten, wie wir leben wollen

Partizipative Designprozesse müssen hierbei einfach bei der Zielgruppe vor Ort umgesetzt werden können, insbesondere in der Gestaltung unserer sozialen Lebensräume werden im Designfeld partizipative und gemeinschaftliche Designprozesse immer wichtiger. Wir müssen Menschen animieren und motivieren, selbst aktiv zu werden und sie mit Handlungsmöglichkeiten und Werkzeugen befähigen, selbst Gestaltung umzusetzen. Primär die Verbindung / die Beziehung zu den jeweiligen lokalen Akteur*innen ist hierbei wichtig herzustellen, damit sie gemeinsam Gestaltungsentscheidungen treffen können, welche direkter auf die Bedürfnisse der Menschen ausgerichtet sind.

Ebenso gilt es jedoch einen Anfang zu bieten, einen Ort, in dem sich jeder willkommen fühlt und damit auch wohl genug fühlt, an diesem Geschehen teilzunehmen. Es muss somit eine gemütliche, gesellige und offene Atmosphäre geschaffen werden, die einlädt, zu verweilen, zu beteiligen, aber ganz entscheidend auch zu begegnen. (KL+PQ)

Für alles gewappnet

Die Sicherheit und der Komfort von Besucher*innen des Sandkastens steht die oberste Priorität zu. Dabei betrachten wir das Erlebnis, welches Besucher*innen mit dem Sandkasten haben, als eine ganzheitliche Reise. Wir wollen ihnen neben einer optimalen Erfahrung während ihres Aufenthalts auch die Unterstützung bieten, zum Sandkasten hinzufinden und nach ihrer Erfahrung auch an weitere Punkte auf ihrer Reise verwiesen zu werden. Dadurch wollen wir eine möglichst nahtlose Erfahrung schaffen, die es einfacher machen soll, den Ort aufzusuchen.

Ebenso versuchen wir in die Auswahl unserer Orte mit einzubeziehen, wie resistent sie gegen Wettereinflüsse sind. Um den Komfort der Besucher*innen zu garantieren sind Elemente wie Bäume wichtig, falls diese nicht vorhanden sind, sind wir als Sandkasten aufgefordert, ihnen Alternativen wie Überdachungen anzubieten. Ein Ort sollte so gestaltet sein, dass er Licht einfangen kann, aber ebenso Schutz davor bietet und vor Elementen wie

Wind schützt.

Für weitere Annehmlichkeiten wie der Zugang zu Strom und frei verfügbares Internet sind in der Nähe des Hubs verankerte Zugänge verortet. Für den Zugang zu öffentlichen Toiletten streben wir Kooperationen mit Unternehmen wie dem Kompotoi an, diese mietbaren „heimeligen“ Holz Toiletten sind ideal für öffentliche Orte und sind als umweltfreundliche Alternative eine gern gesehene Ergänzung des Stadtraumes.

Als mobiler dritter Ort streben wir bisher eine Betriebszeit in der Frühjahrs- und Sommersaison an, dies bietet uns die Möglichkeit, den meisten unvorhersehbaren und anstrengenden Wetterbedingungen aus dem Weg zu gehen. Die Wetterbedingungen in den Sommermonaten bieten sich für Outdoor Aktivitäten an, sie laden Menschen förmlich ein, herauszutreten. Das Leben im öffentlichen Raum ist jedoch nicht beschränkt auf die warmen Monate, denn kältere Monate bieten ihre ganz eigenen Stimmungen und Atmosphären und die dazu geeigneten und passenden Aktivitäten.

Bisher ist das Konzept des Sandkastens noch nicht auf diese Bedingungen ausgelegt, das heißt, es geht für uns in die Winterpause.

Wir machen Platz!

Für die Sicherung potenzieller zukünftiger Tour-Städte muss der Sandkasten sich als Wanderveranstaltung und -ausstellung bei den jeweiligen städtischen Behörden anmelden.

Dabei ist natürlich nicht immer garantiert, dass der Sandkasten überall seine Wurzeln schlagen kann, es hängt von möglichen Plätzen, dem Interesse an unserem Projekt und der Dauer unseres Verbleibs ab.

Zur Verfügung stehende Plätze sind dabei unterschiedlich und dadurch kann der Sandkasten in jeder Stadt ein individuelles Erlebnis schaffen. Er integriert sich somit in die urbane Gestalt der jeweiligen Stadt und nimmt einen Teil ihres Charakters ein.

Ebenso würden wir uns natürlich freuen, wenn Städte auf uns zukommen würden und es zu einer direkten Kooperation kommt. Dies erleichtert die Schaffung und Aufrechterhaltung der Beziehung zwischen Sandkasten und der jeweiligen Stadt. (KL+PQ)

Wenn es sich ausgespielt hat

Bei der Abreise des Sandkastens versuchen wir den Besucher*innen bereits verschiedene Möglichkeiten an die Hand gegeben zu haben ihre soziale Teilhabe selbst mitzugestalten. Diese Art der Partizipation teilen wir in drei Stufen ein

Die indirekte Partizipation:

Während und nach unseres Besuches bieten wir die Möglichkeit für Besucher*innen und Teilhabenden ihre Meinung und Wünsche gegenüber der Stadt und dem Sandkasten zu äußern. Dies tun wir in Form von Feedbackschleifen, welche in relativ einfacher Form während des Besuches beim Hub geäußert werden können, in verbaler oder schriftlicher Form. Diese Wünsche wollen wir festhalten indem wir sie in die Strukturen des Hubs mit einflechten. Dies ist eine relativ indirekte Form, wie sie ihren Space gestalten können, da sie keine Garantie haben, in welcher Form und Grad ihre Meinung in die Weiterentwicklung einfließt.

Die Partizipation im Sandkasten:

Als aktiven Teil sehen wir die Nutzung des Spaces, sei es Eventgestaltung oder Teilnahme an Veranstaltungen. Sie tragen zur Formung und Prägung des Platzes bei und können durch Werkzeuge wie Module ihren eigenen Platz schaffen. Jede*r Besucher*in trägt zum Projekt des Sandkastens bei und hilft bei der Formung einer gewissen Atmosphäre. Ihre Eigenständigkeit wird hier angetrieben, die auch im Nachhinein noch bestehen bleiben soll.

Das gemeinsame Handeln mit und für die Stadt:

Für die weitere Entwicklung eines lokalen sozialen Raumes sind im Endeffekt die Bewohner*innen und die jeweilige Stadt verantwortlich, wir schaffen durch den Sandkasten die ersten Berührungspunkte und versuchen eine Beziehung zwischen beiden Parteien aufzubauen. Dies ist die stärkste Teilhabe, da sie gemeinsam ihre Zukunft weiter bestimmen.

Planting a seed:

Wir wollen in Kollaboration mit der Stadt an unseren Standorten Informationsausstellungen sowie einzelne Module hinterlassen. Dies ist ein Andenken an das, was einst war und was noch werden könnte. Hier halten wir unseren Fortschritt fest und verankern einen Startpunkt, um einen neuen lokalen dritten Ort aufzuziehen.

(KL+PQ)

Beschreibung der Elemente / MVP

Hub

Der Hub ist die Zentrale für Operationen des Sandkastens. Er zeichnet sich als Grundstruktur aus, welcher den Ort als objekthaften „Raum im Raum“ markiert.

Er kennzeichnet sich durch seine auffällige Form als Aktionsmobil oder Werkstattwagens, ein umgestalteter Van, der als Designmobil für den einfachen Transport der Module und anderen relevanten Strukturen für den Ort genutzt wird. Gleichzeitig verwandelt er sich durch seine Umgestaltung von einem herkömmlichen Van in eine halboffene Struktur, welche sich seitlich öffnen lässt. Sie bildet eine experimentelle physische Schnittstelle für soziale Teilhabe und Verbindungen und schafft eine Bühne für gemeinschaftliches Miteinander. Die Idee besteht darin, diese Bühne als Ort zu etablieren, wo sich Menschen ansiedeln können, um einen echten Treffpunkt zu schaffen und neue zusätzliche Räume herum zu generieren.

Verleih:

Neben dem Transport der Module und Strukturen ist er ebenso wichtig für deren Ausgabe und Verleih. Diese sind eine maßgebliche Funktion des Hubs, dadurch können sich Besucher*innen erst ihren eigenen Platz gestalten. Dabei sind neben unseren Modulen, welche sich hauptsächlich auf Sitz- und Arbeitsflächen beziehen, auch der Verleih von bestimmten Strukturen für Events oder andere

Anlässe möglich. Diese werden im Folgenden noch weiter beschrieben, als Beispiel nennen wir hier Leinwände, Projektoren, Kochplatten aber auch Angebote für Sport und Freizeitaktivitäten.

Verpflegung:

Um den Hub herum befindet sich auch das Angebot für die Verpflegung. Durch den Ausbau kann der Hub auch als Getränkestand dienen oder durch eine ausgelagerte Bar für eine kühle Erfrischung während des Aufenthalts sorgen. Für weitere Verpflegungsangebote sind Kooperationen mit lokalen gastronomischen Betrieben geplant, welche durch eine Zusammenarbeit mit uns ihre Reichweite erhöhen können und die gastronomische Vielfalt im lokalen Raum vertreten. Wichtig ist zu nennen, dass der Sandkasten keinen Erwerb eines Getränkes oder Sonstiges voraussetzt, dies würde gegen die zwanglose, freie Natur des dritten Ortes gehen. Der Gedanke bei dem Angebot der Verpflegung ist hierbei, dass diese auch als attraktives Element dienen können, aber zugleich eine Möglichkeit für Besucher*innen darstellt, uns finanziell zu unterstützen. Ebenso erhoffen wir uns natürlich, dass Besucher*innen im Verlauf ihres Aufenthalts unser Angebot wahrnehmen.

Inspiration:

Der Hub ist ein essenzieller Touchpoint für Besucher*innen, Gastgeber*innen. Außerdem halten sich vor allem hier unsere Helfer*innen auf, die die Rolle der ersten Ansprechpartner für neue Gäste über-

nehmen und sie nach Bedarf einweisen und ggf. Fragen aufklären können. Die Sandkasten-Helfer können zudem nochmal auf unsere Web-App hinweisen und den Prozess der Eventplanung erläutern, falls sie diese Informationen noch nicht bereits von QR-Codes der naheliegenden Plakate haben. Weiterhin sollen die Gäste hier auf das Programm der anstehenden Events aufmerksam gemacht werden, um den nächsten Besuch zu inspirieren.

Gleichzeitig zeigt der Hub durch seine Struktur bereits auf, wie ein solcher Ort aufgebaut sein kann und dient als Inspiration für die weitere Ausgestaltung des Platzes. Dafür ist besonders ein vorgefertigter Platz wichtig, dieser schafft nicht nur ein konkretes Nutzungsszenario darzustellen, sondern wirkt inklusiv und barrierefrei für Menschen, die ihren eigenen Platz nicht aufbauen können.

Durch das Teilen von einfachen Strukturen als Bauanleitung erhoffen wir einen Startpunkt für die Gestaltung des Platzes zu geben und die Inspiration von Besucher*innen anzuregen. Sie sollen diese rudimentären Szenen mit ihrer eigenen Kreativität ergänzen. Besonders tolle Zusammenstellungen der Community sollten gesammelt und geteilt werden, alles unter dem Motto: Wir machen (mit) einander!

(KL+PQ)

Events & Eventplanung

Events sind ein unerlässlicher Bestandteil des Sandkastens. Als Raum für frei organisierte soziale Interaktion bilden sie einen Kernaspekt für die Kontextualisierung der Besuche. Durch sie kommen Menschen mit dem Sandkasten in Berührung und können sich darauf einstellen, was sie vor Ort erwartet. Sie sind der Versuch, die Bedürfnisse der Bewohner*innen aus ihren digitalen Communities in die reale Welt zu bringen und im lokalen Raum Gleichgesinnte zu finden.

Durch das Angebot eines realen Raumes können Besucher*innen oder andere lokale Akteure ihre Anliegen und Interessen im Rahmen einer Veranstaltung öffentlich zugänglich machen. Sie werden animiert von ihrer Rolle als Besucher*innen zu Teilhabenden beziehungsweise Gastgeber*innen und Gestalter*innen ihrer sozialen Koexistenz zu werden.

Zeit / Öffnungszeiten:

Aufgrund unserer Zielgruppe legen wir besonderen Wert auf After-Work-Events, dadurch wollen wir ermöglichen, dass so viele wie möglich teilnehmen können. Natürlich bleibt der Sandkasten tagsüber auch erreichbar, hier können auch Events veranstaltet werden. Im Falle einer leeren Tagesordnung steht der Sandkasten immer zur freien Nutzung und als Platz der Erholung zur Verfügung.

Um Rücksicht auf die Umwelt und Nachbarschaften zu nehmen, schließt der Sandkasten um 22 Uhr, da ist nämlich Nachtruhe angesagt.

Offene Tagesordnung:

Welche Events im Sandkasten ablaufen ist hauptsächlich eine Aufgabe der Bewohner*innen, lokalen Akteur*innen und Besucher*innen. Eine offene Agenda und die Bereitstellung des Sandkastens als potenziellen Raum für soziale Interaktionen bieten ihnen die Möglichkeit selbst zu bestimmen, was sie unternehmen wollen und wie der Sandkasten genutzt wird. Sie werden motiviert, aktive Gastgeber*innen und Veranstalter*innen zu werden.

Für die Planung von Events nutzen wir eine Webapp, als niederschwelliger, leicht zugänglicher digitaler Touchpoint garantiert er, dass es auf diversen mobilen Endgeräten möglich ist, die offene Agenda mitzubestimmen.

Eventplanung (Webapp):

Die Eventplanung erfolgt mittels der geplanten Webapp. Hierbei werden neben Bürger*innen auch lokale Akteure wie Schulen, Organisationen, Künstler*innen oder die Stadt selbst animiert, ihre frei geplanten und spontanen Veranstaltungen in der Öffentlichkeit anzubieten. Sie in den öffentlichen Raum zu tragen, soll Grenzen

überwinden, dabei helfen, Kontakte zu knüpfen und die Hürde für spontane oder geplante soziale Interaktionen senken.

Hierbei wollen wir die Planung so einfach wie möglich gestalten, dafür geben wir einige Informationen vor, welche wir als Plattform benötigen. Es ist wichtig zu wissen, wer ein Ansprechpartner für das Event ist und wie man diesen erreichen kann, dazu sollte man die Art des Events, Motivation und/oder Hintergrund für die Veranstaltung angeben. Dadurch können Interessierte näher in die Thematik oder den Anlass eintauchen und sich mental darauf vorbereiten, was sie erwartet.

Ein prägnanter Titel und ein Visual helfen dabei, die Vorstellung stärker auszumalen und geben einen ersten Eindruck, bevor man die Beschreibung liest. Um die Hürde der Erstellung zu verringern, bieten wir eine automatisierte Generierung eines Posters an, welche von Veranstalter*innen heruntergeladen werden kann und gegebenenfalls in Printformat oder digital zum Teilen verwendet werden kann. Zurzeit gibt es noch keine konkreten Vorgaben, in welcher Ausführlichkeit die Beschreibung ausfallen muss. (KL)

Online Agenda:

Für Besucher*innen oder potenzielle Interessierte gibt die Webapp

einen Überblick über unseren derzeitigen Standort, weitere geplante Stopps und zeigt die Tagesordnung im Sandkasten.

Durch eine offene online Agenda wird der Zugang zu Events erleichtert, man ist eher verbunden mit dem Geschehen. Die zugänglichen Informationen sind für potenzielle Besucher*innen wichtig und helfen ihnen, ein Gefühl für die Aktivitäten zu bekommen, welche im Sandkasten stattfinden.

Mit dem Fokus, das Programm so einfach wie möglich zugänglich zu machen, schaffen wir innerhalb der Webapp eine einfache Terminansicht, welche die anstehenden Events in kompakter Form darstellt. Sie soll auf den ersten Blick ermöglichen, eine Vorstellung vom Event zu geben, in dem sie die Art des Events markiert, Titel und natürlich Datum und Zeit. QR-Codes auf Postern, Flyern und anderen medialen Touchpoints sollen eine direkte Verbindung zur Übersicht der Events herstellen.

Gleichzeitig bietet sie für Veranstalter*innen die Möglichkeit, ihr Event oder ihre Anliegen und Interessen vorzustellen. Wir als Sandkasten werden zur Plattform des Sehens und Gesehenwerdens.

Kategorien:

Durch die mögliche Vielfalt von Events entschieden wir, Kategorien für Events vorzugeben. Diese sind in ihrer Thematik breit aufgestellt, damit sich die meisten potenziellen Events in diesen Kategorien wiederfinden. Kategorien helfen uns dabei, einen besseren und schnelleren Überblick über anstehende Events zu geben.

Wir entschieden uns für sechs Kategorien, welche wir unterschiedlich farblich kennzeichnen:

- Workshop
- Performance
- Cultural
- Sport
- Play
- Discussion

Reguläre Events

Das Pop-up Modell stellt uns bei jedem Ort vor die Herausforderung eine neue komfortable Atmosphäre für die Besucher*innen zu schaffen. Da wir nur bedingt an einem Ort bleiben können, wollen wir durch regelmäßige, von uns angestrebte Events dazu anregen, vorbeizuschauen und spontan am Sandkasten teilzunehmen. Innerhalb dieser kurzen Zeit soll ein Gefühl der Familiarität entstehen, sodass der Sandkasten ein bekannter temporärer Ort wird, der bei

Lust und Laune aufgesucht werden kann.

Dabei wollen wir in einem wöchentlichen Rhythmus zum gemeinsamen Austausch in Form eines „Playdates“ einladen. Ohne eine spezifische Agenda wollen wir ein informales Event etablieren, welches sich für Experimente, kulturellen Austausch und andere Formen von Kultur, Musik, Design und des zukünftigen Zusammenlebens zur Verfügung stellt. Hierbei können Besucher*innen natürlich den Tag mit ihren eigenen Vorschlägen füllen, jedoch sollte dieses Event auch ohne gefüllte Tagesordnung ein fester Bestandteil des Sandkastens sein. Es bietet somit immer einen gewissen Kontext für den Besuch des Sandkastens und kann als regelmäßiges, routinisiertes Event Routine die Beziehung zwischen Besucher*innen und dem Ort verstärken.

(PQ)

Spaces

Spaces sind frei gestaltete Räume im öffentlichen Raum, welche sich um unseren Hub ansiedeln. Besucher*innen sowie Event Veranstalter*innen sind dazu angeregt, den Platz sich zu eigen zu machen. Sie heben sich insofern von dem Hub ab, da sie von den Menschen selbst gestaltet werden und sich der Space selbst erst durch die Nutzung der Menschen bildet.

Im Rahmen von Events bieten wir als Sandkasten gewisse Vorstellungen und Eindrücke von Spaces an, die zu den jeweiligen Events passend gestaltet werden. Sei es Workshop oder Musik-Auftritt, Events bieten verschiedene Kontexte für die Ausgestaltungen eines Spaces. Diese Vorschläge von unsererseits sind jedoch anpassbar an die Wünsche der jeweiligen Besucher*innen oder Gastgeber*innen, ein wichtiger Aspekt der Modularität und Wandelbarkeit unserer Module. Dieser Punkt wird im Folgenden unter Module - Sets / Pakete näher umschrieben. Diese Räume zeichnen sich durch ihren kleinen Maßstab aus, sie symbolisieren aufregende, intensive, warme Orte, welche als Gegenbewegung zu großen Parkplätzen und den riesigen Flächen der Stadt dienen.

Inspiration für die Gestaltung der Spaces finden Besucher*innen beim Hub in Form von Anleitungen, von der Community gestalteten Spaces oder dem vorgestellten Vorzeige-Platz.

Bevor der Sandkasten geschlossen ist, steht der Abbau der Spaces an, dabei sollen Module wieder zurück zum Hub gebracht werden. Wir appellieren hier an das Verantwortungsbewusstsein der Gäste. Falls dies nicht geschieht, sammeln unsere Helfer*innen als Aufräumservice des Sandkastens die Module ein. Hierbei ist es uns wichtig, dass Menschen, die teilnehmen und teilhaben, sich ebenso verantwortlich für den Space fühlen wie wir, denn es soll ihnen als Erweiterung ihres Zuhauses dienen.

Module

Unsere Module lassen sich einfach in der Öffentlichkeit wie auf Wiesenflächen oder Parks positionieren. Sie fungieren als eine Art Räumlichkeit im Öffentlichen, durch ihre Form oder ihre Zusammenstellung kreieren sie einen Bereich, der einem öffentlichen Raum ähnelt. Innerhalb dessen laden die Module dazu ein, zu verweilen, zu modifizieren und die Zeit während des Besuchs zu genießen, für die Erholung zu nutzen, Aktivitäten nachzugehen oder zu interagieren.

Durch ihre einfache Handhabung verfolgen sie die Idee der gemeinschaftlichen Bestuhlung für verschiedene Arten von Veranstaltungen. Letztlich geht es bei der gemeinschaftlichen Bestuhlung darum, die Möglichkeit zu bieten, zu einem bestimmten Zweck (einer Veranstaltung oder einem Erlebnis) zusammenzukommen, aber auch darum, in einem gemeinsamen Raum Intimität zu finden.

Sie sind dem Prinzip eines Fächers oder Akkordeons nachempfunden, eine Verbindung von Ästhetik und Funktion. Aufgefächert entfalten die einfachen Module ihr Potenzial, sich durch Räume zu schlängeln und endlos neu arrangiert zu werden.

Unsere Module sind flexible Bausteine, die aus stabilen Papierbögen hergestellt werden. Ausgestattet mit magnetischen Endplatten, lassen sich die Elemente mit sich selbst verbinden und einen zylindrischen Hocker oder sich variabel mit anderen Elementen zusammenfügen. So entstehen neben isolierten Sitzmöglichkeiten wie Hockern, Liegen und Bänken auch skulpturale Sitztopografien, wie zum Beispiel lange gewundene Modul Kompositionen. Die Form der Module zeichnet sich durch organisch geprägte, skulpturale und abstrakte Art aus. Ihre Modularität erlaubt es sie austauschbar als Sitzmöbel oder niedrige Tische zu verwenden, sie können so in Kombination kontextbezogen eingesetzt werden und schaffen Möglichkeiten für individuelle Anpassungen.

(KL+PQ)

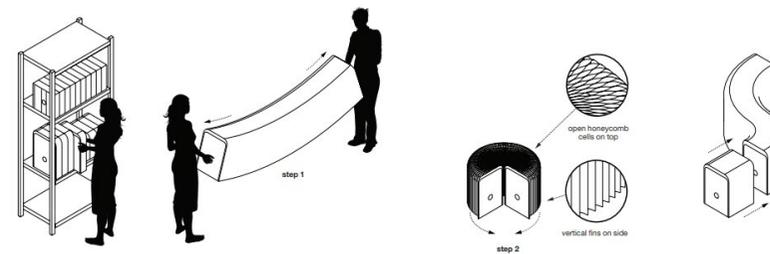


Abbildung 10 - Nutzung der Module nach molo design

a form that fosters intimacy:

Das modulare System soll ein nachhaltiges Mittel zur Umgestaltung des Raums für unterschiedliche Nutzungen sein, ein System, das sich verändern, wachsen und sich mit Ihren wechselnden Bedürfnissen bewegen kann.

Die Möglichkeit der Module sich zu krümmen und biegen erlaubt es uns gerade Konstruktionen zu schaffen, aber ebenso verspielte, dynamische, schlangenartige Strukturen zu verwirklichen. Anmutige, dynamische Kurven schaffen ein interessantes Gesamtbild in der Landschaft. Sie repräsentieren im Gegensatz zu harten, kantigen Strukturen einen lockeren, gemütlichen und natürlichen Platz.

Bei der Verbindung von Modulen können demokratische oder gemeinschaftliche Kompositionen geschaffen werden, diese orientieren sich an klassischen, für Interaktionen geeignete Formen, wie einem Amphitheater oder Treppen, ebenso offene rundliche Formationen, welche das Face-to-face Phänomen fördern und eine Begegnung auf Augenhöhe schaffen. Sie schaffen Inseln für Interaktionen und bilden eine wichtige Grundlage für die Kultivierung des sozialen Raumes.

Für Veranstaltungen sind Sitzgelegenheiten mehr als nur ein funktionaler Ort. Sie können ein Rückzugsort sein, ein Ort für die Gesprächskultur, und wenn sie zielgerichtet aufgestellt werden,

können sie sicherstellen, dass die Teilnehmer sich auf die Events konzentrieren können. (KL)



Abbildung 11 - Nutzungsszenarien der Module nach molo design

Materialität und Struktur:

Die innovative Waben-Geometrie des gefalteten Materials sind der Grund für die Flexibilität der Module, dadurch können sie sich biegen, krümmen und gerade oder gewundene Strukturen schaffen.

Die Module lassen sich flach verpacken oder einfach zusammenfalten, sie sind leicht portabel und für einen schnellen und einfachen Auf- und Abbau geeignet.

Durch die Nutzung von Kraft-Pappe als Material gewährleisten wir, dass die Module nicht zu schwer sind, jedoch trotzdem wetterfest und insbesondere wasserabweisend sind.

Das Prinzip der Auffächerung erlaubt es ihnen, sich bis zu fast drei Metern oder jeder beliebigen Länge dazwischen zu erstrecken.

Die Ausdehnung ist daher variabel und kann je nach Nutzungskontext angepasst werden. Die Papiermöbel lassen sich kompakt zusammenfalten, dabei sind die meisten Module nicht größer als ein Buch. Somit finden sie ihren Platz im Stauraum des mobilen Aktionsmobils.

Durch ihre Materialität bieten die Papiermöbelstücke eine leichte Tragbarkeit, je nach Größe der Module können sie so einzeln, in Paaren oder kleinen Gruppen transportiert werden.

Die Wabenstruktur verleiht den Modulen neben der Flexibilität ihre starke, robuste Struktur, ebenso bildet das Muster ein ansehnliches

Merkmal. Die sich wiederholenden Akkordeon-artigen Falten an den Seiten erzeugen eine gefütterte Textur, welche sich bei dynamischen, kurvenartigen Anordnungen der Module besonders hervorhebt. (KL)

Wiederverwertbare/verantwortungsvolle Materialien:

Durch die Nutzung von flexiblen, nachhaltigen Alternativen wie Pappe versucht der Sandkasten eine nachhaltige Wirkung auf das Ökosystem zu haben. Dabei sollte darauf geachtet werden, dass die Produktion des Papiers aus nachhaltigen Quellen stammt und die Module so lange wie möglich genutzt werden. Ihre beständige Natur und Resistenz gegenüber Nutzung und Wetter tragen zu ihrer Langlebigkeit bei.

(KL)

Kategorien:

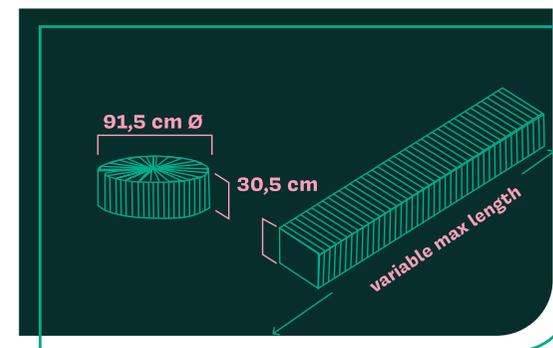
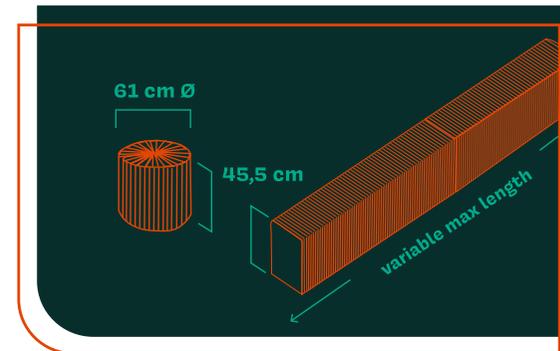
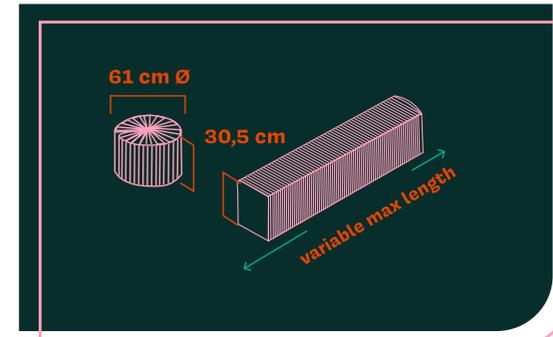
Abgeleitet von den Bedürfnissen der Menschen und angepasst an die Nutzungsszenarien, entwickelten wir Kategorien für unsere Module. Diese dienen uns zur systematischen Strukturierung der Module in ihrer Funktion und für den Aufbau eines verständlichen Systems für die Kommunikation. Ein Modulkatalog schafft eine strukturierte Darstellung für das interne Team und Nutzer*innen.

Die Kategorien sind wie folgt:

- Sitzmöglichkeiten
- Nutzflächen
- Schutz vor Umwelteinflüssen
- Atmosphärische Elemente

(PQ)

Modulliste



Sets / Pakete

Vorgefertigte Pakete von Modulen erleichtern die Vorstellung von Spaces und sind eine Hilfestellung für Gastgeber*innen. Sie erhalten dadurch eine konkrete Vision des Platzes, indem sie bestimmte passende Module für Handlungen und Funktionalitäten, welche in einem Event inkludiert sind, an die Hand bekommen. Dabei sind diese Vorschläge bereits ausgestaltete Formationen von Modulen, die für bestimmte Events vorteilhaft oder passend sind.

Im Laufe der Konzeption erkannten wir, dass die Skalierung von Plätzen eine wichtige Rolle für die Nutzung und den Aufbau der Spaces spielt. Hierbei konzipierten wir drei verschiedene Größen, die an bestimmte Gruppengrößen angelehnt sind. In Kombination mit den vorgefertigten Paketen oder Sets schaffen wir es damit nicht nur Vorschläge für die Gestaltung des Platzes anhand des Kontextes zu bieten, sondern auch an der vorgestellten Dimension des Ganzen. Wie groß Eventplätze sein können, hängt maßgeblich vom Standort innerhalb der Stadt ab, welchen der Sandkasten besucht.

S / M / L

- S = 5-10 Personen
- M = 10-25 Personen
- L = 25+ Personen

(PQ)

Kopf (nicht) in den Sand stecken

Der Sandkasten ist in seiner Essenz immer noch ein Ansatz gegen die Einsamkeitskrise. Während wir in unserer Arbeit viel von der Gestaltung des öffentlichen Raumes gesprochen haben, wollen wir unsere konkreten Gedanken und Ideen bezüglich der Wirkung des Sandkastens gegenüber dem Phänomen der Einsamkeit erläutern.

In der Konzeption haben wir hierbei direkte und indirekte Aspekte bedacht, die im Folgenden aufgezeigt werden.

Direkte Aspekte gegen Einsamkeit

Gegenbewegung zu individuellen Lebensweisen der Moderne

Realer Raum für Interessen und Begegnung

- Offene Agenda
- Einfacher Zugang zu Events und einen Raum dafür
- Vernetzung vor Ort im Kontext eines Events

Importance of Play

- Spielerische Elemente einbauen

Teilhabe und Selbstbestimmt handeln

- Eigene Gestaltung des Ortes
- Teilhabe am Geschehen, Mitgestalten der Zukunft des Ortes

Indirekte Aspekte gegen Einsamkeit

Bedingungen verbessern

- Atmosphäre schaffen, die locker, zwanglos, einladend ist
- Die urbane Identität einbeziehen oder stärken
- Niedrige Hemmschwelle durch physische Eigenschaften sowie psychische Verunsicherungen versuchen indirekt zu lindern
- Naturverbundenheit bestärken
- Fokus auf soziale Beziehungen und Begegnungen legen

Bedürfnisse der Menschen mit einbeziehen

- Ansprechendes, an sie angepasstes Programm schaffen
- Teilhabe am sozialen Geschehen einplanen und sichern

Inklusivität mitgestalten

- Diversität schaffen, indem versucht ansprechend für verschiedene Gruppen interessant zu sein
- Den Fokus nicht nur auf Einsamkeit und einsame Menschen legen, damit soziale Mischung entstehen kann zwischen einsamen und nicht einsamen Menschen

(KL+PQ)

5. Gestaltungsprozess

Module

Attribute

Um ein Gefühl für die Module zu bekommen, starteten wir bei der Gestaltung der Module mit gewissen Attributen für die Produktentwicklung. Dabei haben wir uns die drei Attribute, einladend, komfortabel und gemütlich, als Ziel gesetzt.

Hierfür probierten wir abstrakte Formen aus, die sich besonders durch ihre organischen Eigenschaften kennzeichneten. Sie waren sehr oft abgerundet und eingedellt, wodurch die den Eindruck erwecken, dass die Formen anschmiegsam für den Körper sind. Mir merkten schnell, dass die bohnen- oder wolkenförmigen Sitzpartien zwar einladend wirken, jedoch im weiteren Verlauf der Gestaltung anderer Anforderungen für unser Projekt nicht gerecht wurden.

Mit dem Aspekt der Modularität und Flexibilität haben sich diese Formen nur als bedingt erweiterbar erwiesen. Sie sind oft als isolierte Sitzgelegenheiten nutzbar, weshalb wir weiter iterieren mussten.

Modularität

Dabei haben wir gemerkt, dass ein Konflikt zwischen der Eigenschaft der Funktionalität und der Modularität gegenüber

der Formalästhetik unserer Module besteht. Sie sollten weich, einladend, warm und gemütlich wirken, konnten sich jedoch oftmals nicht zu einer großen Komposition entwickeln.

Organisch versus Kubisch / Rechteckig

Im weiteren Verlauf der Gestaltung haben wir einen Kompromiss gesucht zwischen organischen, einladenden Formen und rechteckigen, harten Formen. Die rechteckigen oder kubischen Formen finden viel Anklang, da sie besonders durch ihre geradlinigen Seiten leicht kombinierbar und zusammengestellt werden können. Wir empfanden die Form als zu hart und kantig, sie wirkte nicht gemütlich, erfüllte jedoch ihre Funktionalität.

Dynamische, schlangenartige Kurven

Als Kompromiss zwischen diesen zwei extremen Richtungen empfanden wir die Form einer Kurve. Sie spielte dynamisch mit den Aspekten der Weichheit, Freiheit und Verspieltheit, welcher in den rechteckigen Strukturen nicht möglich war.

Prinzip der Module

Nachdem wir einen geeigneten Ansatz für unsere Form gefunden hatten, mussten wir ein Prinzip für unser modulares Möbelsystem

entwickeln, welches diese Form mit einbeziehen konnte. Dabei entwickelten wir anhand von Inspirationen verschiedene Prinzipien, wie unser Modul sich verhalten könnte. Insbesondere der Baukasten, welches einzelne Modul Kissen in eine vorgefertigte Struktur packe und ein auffächerndes Modul haben uns überzeugen können. Das auffächernde Modul schafft es in seiner kompakten Art, sich in seiner Länge und Größe zu erstrecken und einen Platz zu transformieren. In Kombination mit den dynamischen Kurven eröffneten sich eine Vielzahl an Konstellationen der Ausrichtung. Vor allem demokratische, gemeinschaftliche Strukturen waren hier von Interesse. Die kurvigen, schlangenartigen Formationen erinnern an organische Strukturen, welche sich weniger in der Natur hervorheben.

Der Baukasten hingegen benötigt viele einzelne kleine Module, um seine Struktur aufbauen zu können, dabei ist er in seiner Flexibilität limitiert, da die Struktur selbst nicht veränderbar ist. Das Gehäuse konnte jedoch umfunktioniert werden und neben der Sitzmöglichkeit auch ein Tischmodul darstellen.

Einer unserer wichtigen Überlegungen hier ist, dass einzelne Module zusammen eine Insel bilden können sollten, durch ihre Zusammensetzung sollen sie einen neuen Raum schaffen und die Atmosphäre transformieren. Ebenso sollten sie multifunktional

nutzbar sein, so könnten Sitzgelegenheiten in Arbeitsflächen umgewandelt werden.

Wir entschieden uns letztlich für das modulare System bestehend aus auffächernden Modulen, da sie unseren Werten und Kriterien am besten entsprachen. Angelehnt an das Designstudio molo, welches ähnlich auffächernde Sitzgelegenheiten anbietet. Sie zeichnen sich durch ihre flexible Form aus, welche sich in endlosen Kombinationen und interessanten Sitztopologien zusammensetzen können.

(KL+PQ)

Pop-up

Die Gestaltung des Sandkastens warf die Frage auf, ob es einen festen oder temporären Standort gibt. Eine Prinzipienfrage, welche nach weiterer Diskussion beides legitime und vorteilhafte Konzepte sein können.

Die Schwierigkeit, die damit einhergeht, dass Konzepte fest an eine Örtlichkeit gebunden sind, ist, dass die Wirkung in ihrer Reichweite limitiert ist. Es geht darum, die Werkzeuge und Möglichkeiten den Bewohner*innen in die Hand zu geben und in einem lokalen Rahmen möglich zu machen. Der Gedanke, dass man viel mehr

Menschen erreichen und es ermöglichen könnte, ein solches Zusammenleben zu fördern, inspirierte uns an ein mobiles Konzept zu denken, welches an verschiedenen Orten sein könnte.

Neben diesen zwei extremen Gegensätzen an festen und temporären Orten existiert ein weiteres Modell, welches wir besprochen haben. Man könnte meinen, es ist ein Kompromiss von beiden Ansätzen, welcher davon ausgeht, dass an bestimmten Örtlichkeiten der Sandkasten etabliert ist und als feste Struktur dort bleibt. Dies würde sich über die Zeit erweitern, indem in vielen verschiedenen Städten weitere Standorte des Sandkastens aufgezogen werden und somit skalierbar sind.

Um jedoch so viele Menschen, Städte und Gemeinschaften für diese Art des Zusammenlebens zu begeistern und zu inspirieren, entschieden wir uns letzten Endes für einen temporären Pop-up, welcher immer weiter zieht. Wir wollen die lokalen Bewohner*innen selbst animieren, ihren eigenen Ort zu schaffen, der unabhängig von den präexistenten Strukturen des Sandkastens entwickelt wird. Dadurch können sie ihren lokalen Charakter fördern und ihr eigenes urbanes „Wir“ kultivieren. Wir lassen somit die Bewohner*innen nicht im Stich, erhoffen uns aber, dass unsere temporäre Präsenz sie animiert, mit Akteuren der Stadt zusammenzuarbeiten und ihre Idee eines home away from home weiterzuentwickeln. Der

Sandkasten ist ein Raumkonzept, welches zu einer temporären Aneignung von Orten motivieren soll und die Bürger*innen aktiv in die Gestaltung mit einbezieht. Es wird dort angesetzt, wo es am nötigsten ist. Damit reagiert das Konzept auf den Verlust von sozialen Interaktionen und versucht, attraktive Orte zu schaffen, die durch Mitwirkung zur lebenswerten und sozialen Stadt beitragen.

Durch den Fokus auf der Reise und Inspiration für andere gefährden wir die Nachhaltigkeit unserer Intervention, lokale feste Standorte sind beständige Erholungsoasen. Um diesen Aspekt entgegenzuwirken, hoffen wir durch die Herstellung der Verbindung zwischen Bürger*innen und Stadt eine Möglichkeit zu schaffen, wie sie in zukünftiger Kollaboration gemeinsam an nachhaltigen Lösungen arbeiten. Ebenso versuchen wir die Eigenständigkeit der Bewohner*innen zu stärken, denn es bedarf nicht des Konzeptes des Sandkastens, um den öffentlichen Raum zurückzufordern und neu zu definieren.

(KL)

Hub

Bei der Gestaltung des Hubs war die primäre Fragestellung: wie sieht er aus?

Wir waren uns einig, dass der Hub als Zentrale eine auffällige

Struktur braucht, damit er unmissverständlich auch als diese erkannt wird. Der Hub sollte die Eigenschaft besitzen, unpräzise und einfach zu wirken, damit er immer noch nahbar wirkt. Hierbei wurde über den provisorischen, unfertigen Charakter einer Struktur gesprochen, welche als halboffenes Gebilde einen Raum im öffentlichen Raum bilden könnte. Dabei wurden insbesondere Konstruktionen aus Holz und Metallstäben bedacht, um durch die Materialität einen schnell aufgelegten, DIY Charakter zu erzeugen.

Im Laufe des Projektes entschieden wir uns für ein Pop-Up Modell, welches auf Tour geht. Dabei wandelte sich der Fokus von uns und wir entschieden uns für ein Tourmobil, welches sich durch seinen transformativen Aspekt in eine halboffene Bühne verwandeln kann. Neben seinen funktionalen Vorteilen, wie einfacher Transport der Module und dem Mobilitätsfaktor, ist das Aktionsmobil in sich bereits ein sehr auffälliger Charakter in der urbanen Landschaft. Er unterstreicht förmlich die unverbindliche, schnell aufgelegte Natur des Pop-ups. Gekoppelt mit dem Branding des Sandkastens schaffen wir eine starke Repräsentation innerhalb der Stadt.

Des Weiteren konzipierten wir angemessene Services um den Hub herum. Dabei war es uns wichtig, Aspekte wie Verpflegung und Spaces um den Hub herum anzusiedeln, damit dieser eine

dorfähnliche Atmosphäre annimmt.
(PQ)

Gestalten von sozialer Interaktion

Der Sandkasten priorisiert in seinem Vorhaben die Entstehung natürlicher sozialer Interaktion, dies sehen wir als Notwendigkeit, um den Anfang für nachhaltige Beziehungen zu bilden. Wir entschieden uns bewusst gegen die Gestaltung vielfältiger, auf Einsamkeit fokussierter Ideen, welche nur bedingt hilfreich für einsame Menschen sind. Sie stellen die Einsamkeit und die betroffenen Menschen zu sehr in den Mittelpunkt, was für unser Vorhaben negativ ist.

Unser Vorgehen hier ist darauf bezogen, dass wir versuchen, Menschen über ihre wirklichen Interessen zu verbinden. Wir sind dadurch lediglich eine Plattform, worüber Menschen sich begegnen. Interaktion entwickelt sich dort, wo Menschen aufeinandertreffen. Wir schöpfen das Potenzial von besseren Bedingungen für soziale Interaktion aus, solange die Atmosphäre gegeben ist und der Raum existiert, kann Interaktion aufblühen.

Die Entscheidung, keine interaktiven Konzepte der spielerischen Stadt in diesem Schritt des Konzeptes zu inkludieren, begründen

wir damit, dass nicht das interaktive Medium die soziale Funktion haben und den Kontext bilden sollte, damit Menschen interagieren, sondern sie selbst.

(KL)

Eventplanung (Webapp)

Die Gestaltung der Webapp wurde auf die Konzipierung der wichtigsten Aspekte ausgelegt. Sie ist für Nutzer*innen eine digitale Verbindung zum Geschehen im Sandkasten, daher lag der Fokus im Konzept auf der Konzeption von Event Agenda Ansicht für potenzielle Besucher*innen und Eventerstellung. Diese sollten so einfach und übersichtlich wie möglich gehalten werden, aber dennoch zu unserem Charakter passen.

Event Agenda:

Hierbei lag der Fokus darauf, Information so effizient wie möglich für die Nutzenden aufzubereiten. Auf den ersten Blick sollten sie sehen, an welchen Ort wir uns befinden, sowie den derzeitigen Programmpunkt als ersten Punkt. Die Gestaltung folgt dieser Idee, innerhalb des ersten Viewports sollen so die Karte unseren Standort kennzeichnen und ebenso eine Eventagenda für den heutigen Tag darstellen. Bei näherem Ausklappen der Event Agenda werden die einzelnen Programmpunkte aufgelistet,

diese können nach Belieben durch ein einfaches Ziehen in einer seitlichen Liste durchgeschaut werden. Dabei kennzeichnen wir Eventkategorien farblich. Auf Anhieb sieht man den Titel, ein Key Visual und das Datum und die Uhrzeit für das Event.

Wir setzen hier bewusst keine Filter oder ein Filtersystem an, damit Menschen dazu angeregt werden, die ganze Agenda durchzuschauen. Dadurch wollen wir spontane Entscheidungen befürworten und die Nutzenden dazu zwingen, sich mit dem Programm des Sandkastens auseinanderzusetzen und eventuell interessante Programmpunkte zu entdecken, die sie vorher nicht aufgesucht hätten.

Durch die Etablierung von regelmäßigen Events, welche von uns ausgehen, schaffen wir es immer keine komplett leere Agenda zu haben. Dadurch wollen wir den Nutzenden die Angst nehmen, dass am Sandkasten nichts stattfindet.

Eventplanung:

Um das Erstellen von Events so niederschwellig wie möglich zu halten, entschieden wir uns, die Informationen, die gebraucht werden, auf ein Minimum zu reduzieren. Da wir davon ausgehen, dass auch viele Nutzer*innen ihre mobilen Endgeräte für die Erstellung von Events nutzen, ließen wir davon ab, in den

auszufüllenden Feldern Beispieltex te einblenden, um eine visuelle Überladung zu verhindern. Diese hätten dabei helfen können, dass Nutzende, welche nicht die Erfahrung und Struktur haben, um Events einzutragen, eine Hilfestellung diesbezüglich erhalten.

Damit die Erstellung so einfach wie möglich zugänglich ist, gibt es einen permanenten CTA-Button, welcher im unteren Bereich des Viewports angesetzt ist, dadurch sichern wir die einfache Handhabung mit dem Daumen. Als Hauptfunktion der Webapp wird ein besonderer Fokus auf die Eventerstellung gelegt.

Ebenso unterstützen wir in vielen Menüfeldern bezüglich der benötigten Module für ein Event die Nutzer*innen durch visuell aufbereitete Buttons. Diese sollen dabei helfen, ein grobes Bild für Module zu erhalten und bei der Auswahl der passenden Module für das Event zu helfen. Dies ist mit Abstand einer der schwierigeren Aspekte der Webapp, da die Informationen vielseitig sind und auf kleine Elemente komprimiert werden.

(KL+PQ)

6. Technisches Konzept

AR Produkt Demo / PoC

Funktionalitäten der Anwendung

Um das Gestaltungskonzept unserer Projektarbeit erlebbar zu machen, haben wir einen Proof of Concept (PoC) erstellt. Dieser soll unsere Module durch Augmented Reality (AR) in urbanen Räumen zum Leben erwecken und einen räumlichen Eindruck erschaffen. Nutzer*innen haben die Möglichkeit, aus verschiedenen Module auszuwählen und virtuell in der realen Welt zu platzieren. Es wird zusätzlich eine Reihe von vorgefertigten Modulkonstellationen für verschiedene Situationen wie Workshops und Entspannungsbereiche geben. Diese können ebenfalls von den Nutzer*innen platziert werden.

Entwicklungsprozess

Zu Beginn haben wir den Umfang des PoC definiert und Wireframes mit den Grundfunktionen dazu entworfen. Dies wurde als kleines Briefing für die/den Entwickler*in zusammengefasst (siehe Anhang). Nachdem wir das geeignete AR-Framework für die Anwendung ausgewählt hatten, haben wir mit der 3D-Modellierung der Sandkasten-Module begonnen. Parallel dazu haben wir nach eine*r freiberufliche*n Entwickler*in gesucht, die Erfahrung mit Unity und AR hat. Der ausgewählte Freelancer hatte dann ein Briefing bezüglich des Funktionsumfangs bekommen. Dabei hatten wir seinen Stundensatz sowie die Deadline für das

Projekt und die verschiedenen Meilensteine besprochen. Durch geplante regelmäßige Treffen und das gemeinsame Testen der verschiedenen Versionen sichern wir die Qualität. Am vereinbarten Termin zur Abgabe prüfen wir die Funktionalität des PoC erneut und erhalten den dazugehörigen Code.

Technologische Entscheidungen

Da wir bei dem PoC auf Plattformunabhängigkeit Wert legen, haben wir uns für Unity als Framework für unsere Applikation entschieden. Unity ist eine weit verbreitete Plattform für die Entwicklung von individuellen 2D- und 3D-Anwendungen. Für die Integration von AR greift Unity auf die Fähigkeiten der jeweiligen Plattform zurück (AR Kit bei iOS und AR Core bei Android), was jeweils für die bestmögliche Erfahrung bei den Nutzer*innen sorgt.

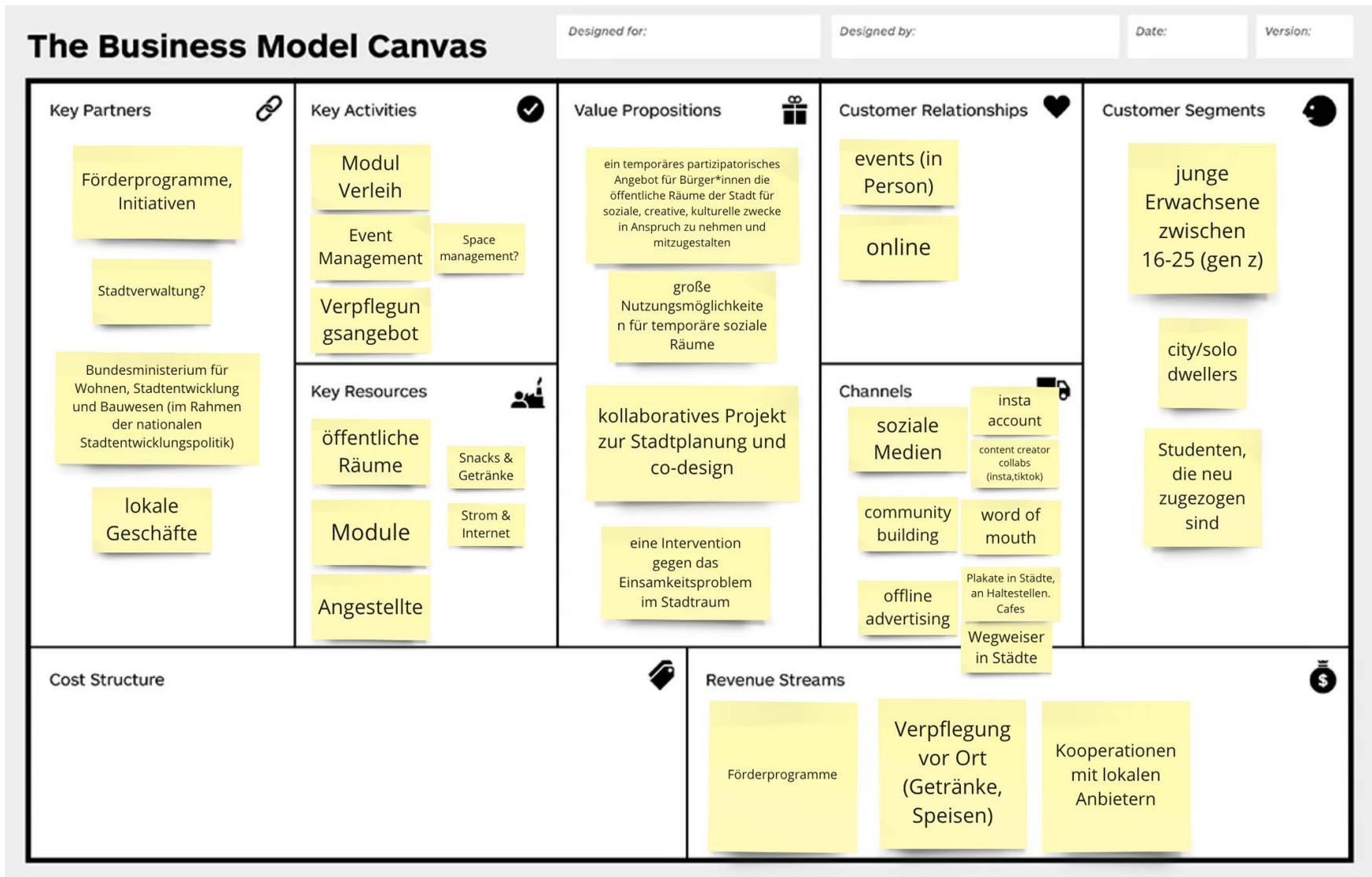
Begrenzungen des PoC

Um den Umfang des PoC aus zeitlichen Gründen zu begrenzen, mussten wir gewisse Abstriche in der User-Experience (UX) machen. Statt intuitive Gesten für die Rotation und Vergrößerung/Verkleinerung der Module zu verwenden, haben wir stattdessen Bedienelemente in der Benutzeroberfläche eingebaut. Ebenfalls hätten wir idealerweise den Nutzer*innen noch weitere Leitfäden bezüglich der Benutzung der Applikation gegeben.

(KL+PQ)

7. Sandkasten Management

Business Model Canvas



SWOT Inspiration / Konkurrenz



Inspiration / Konkurrenz

Der Sandkasten sieht die folgenden Projekte und Initiativen nicht direkt als Konkurrenz. Als sozialräumliches Experiment versuchen wir die Projekte als Mitstreiter zu sehen, welche ähnliche, wenn nicht die gleichen Ziele verfolgen. Unabhängig davon, wie sie diesen nachgehen, bieten sie viel Inspiration für weiteres Vorgehen.

Stadträumlicher Fokus:

Kulturvereine

Kulturvereine sind bereits etablierte, kulturprägende Orte, die Raum bieten für diverse Veranstaltungen in ihrer lokalen Örtlichkeit.

- Kreativfabrik (Wiesbaden)
- OHA - Osthang (Darmstadt)

Lokale Initiativen

- Martin macht Platz (in Kooperation mit Design for Democracy)
- Heinerblocks

- Summer of Main
- Wohnzimmer Hauptwache
- Zukunft Innenstadt

Regional bis Bundesweit

openstairs

Design for Democracy

Projekt Post-Corona Stadt

Bundesministerium für Wohnen, Stadtwesen und Bauwesen
(BMWSB)

Einsamkeitsfokus:

- Kompetenznetz Einsamkeit
- Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend
- GEM(EINSAM) - Strategie gegen Einsamkeit

- EU-weite Interventionen gegen Einsamkeit

https://joint-research-centre.ec.europa.eu/loneliness/mapping-loneliness-interventions_en

(KL+PQ)

Ansätze für Finanzplanung

Die Realisierung des Sandkastens erfordert ein gutes finanzielles Konzept. Als frei zugänglicher, temporärer, urbaner Raum für soziale Interaktionen ist unser finanzielles Konzept und unsere finanziellen Einnahmen nur bedingt.

Wir haben in diesem Rahmen eine grobe Ansammlung an wichtigen Ausgabequellen aufgezeichnet, welche für die Inbetriebnahme des Sandkastens entstehen würden:

Kosten für Hub

- Erwerb eines kleinen LKWs
- Umbau des Mobils zur halboffenen Struktur
- Ausbau des Stauraums und Innenlebens des Aktionsmobils
- Fahrtkosten (Ressource/Benzin) (wiederkehrende Kosten)
- Kosten für Verweildauer am jeweiligen Standort (wiederkehrende Kosten)

Kosten für Bereitstellung von Annehmlichkeiten und Versorgung (wiederkehrende Kosten)

- Getränke
- Internetzugang
- Stromzugang
- Zugang zu sanitären Anlagen

Kosten für Module

- Erwerb von gewisser Anzahl der Module
- Erwerb von anderen relevanten Strukturen
- Erwerb von Equipment für Events wie Beamer, Verstärker und Boxen
- Instandhaltung der Module
- Instandhaltung des Equipments

Kosten für Webapp und AR Anwendung (wiederkehrende Kosten)

- Kosten der Webapp
- Updates für AR Anwendung

Gleichzeitig zeigen wir auf, dass der Sandkasten auch die Möglichkeit von finanziellen Einnahmen besitzt. Zwar weit entfernt von finanzieller Unabhängigkeit haben wir uns Möglichkeiten für gewisse Einnahmequellen überlegt.

Verkauf von Getränken

- Angebot für Besucher*innen, welches zwanglos sein soll, sie können, aber müssen kein Getränk erwerben

Kooperation mit lokalen gastronomischen Betrieben

- Einen Standort am Sandkasten teilen

Fördermittel

- Erwerb von Fördermitteln von Städteplanungsinitiativen oder Einsamkeitsinitiativen
- Projekt Post Corona Stadt: Das Bundesministerium für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen (BMWSB) fördert im Rahmen der Nationalen Stadtentwicklungspolitik 17 Pilotprojekte, die angesichts der Covid-19-Pandemie innovative und beispielgebende Lösungen für krisenfeste Stadt- und Quartiersstrukturen erproben sollen. Für die im Projektauftrag „Post-Corona-Stadt: Ideen und Konzepte für die resiliente Stadtentwicklung“ ausgewählten Projekte stehen bis 2024 insgesamt 5 Millionen Euro zur Verfügung
- Initiativen und Projekte gegen Einsamkeit fördern: Die Europäische Union und das Bundesministerium für Senioren haben deshalb das Programm „Stärkung der Teilhabe älterer Menschen - gegen Einsamkeit und soziale Isolation“ (STäM) ins Leben gerufen. Mehr als 70 regionale Projektträger bundesweit erhalten dafür bis 2027 rund 50 Millionen Euro aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds Plus (ESF Plus), 12 Millionen Euro kommen aus Eigenmitteln der Träger. Das Förderprogramm ist zentraler Teil der Strategie gegen Einsamkeit, mit der das Bundesministerium dieser gesamtgesellschaftlichen Herausforderung begegnet.

(KL)

Marketingstrategie

Über Flyer, Hinführungs-Poster in der Stadt, Social Media und einem starken Erscheinungsbild vor Ort und auf allen Medien soll Aufmerksamkeit generiert und auf den Stand verwiesen werden. (PQ)



DER SAND KASTEN

UNSER SAND KASTEN

SAVE THE DATE
 as a unity, as an urban entity, as a whole community
 a more resilient city community.

- create event
- join event
- share event
- see whats up

Come Join Us

PLAYGROUND FOR ADULTS

SAND KASTEN

playground for adults

SAVE THE DATE
 as a unity, as an urban entity, as a whole community

- create event
- join event
- share event
- see whats up

SAND KASTEN

AS A UNITY, AS AN URBAN ENTITY, AS A WHOLE COMMUNITY

FOR A MORE RESILIENT CITY.

8. Zukunft des Sandkastens - Ausblick

Für die weitere Zukunft des Sandkastens sind Interviews mit der Fokusgruppe essenziell. Im Rahmen des Projektes konnten wir leider keine Personen akquirieren, welche sich selbst als einsam bezeichnen würden und bereit für ein Interview bezüglich ihrer Erfahrung mit dem Phänomen sind. Somit sind unsere fundierten Annahmen basierend auf der Literaturrecherche, welche nicht zwingend die gleichen Aspekte beleuchtet wie die gelebte Erfahrung von Menschen. Wir hoffen, die Lücke in Zukunft überbrücken zu können und somit das Konzept des Sandkastens adäquat erweitern und iterieren zu können. Es ist wichtig Raum zu schaffen, um über Themen wie Einsamkeit zu sprechen und sie zu de-stigmatisieren. Sie sind kein Tabu-Thema, sondern etwas Menschliches. So hoffen wir, dass wir in Zukunft mehr Menschen erreichen können, die sich bereit fühlen, mit uns zu sprechen und ihre Eindrücke in unser Konzept einfließen zu lassen.

Des Weiteren ist ein nachhaltiges Finanzkonzept wichtig für die Aufrechterhaltung des Betriebs, dadurch dass wir als offener, nicht kommerzieller Raum kaum Möglichkeiten haben uns selbst zu finanzieren, haben wir über eine Möglichkeit der Mitgliedschaft oder eines Supporter Programms gedacht. Dieser soll neben Förderungen und Einnahmen durch Kollaborationen oder Getränken ebenso den Erhalt des Sandkastens sichern.

Dies könnte jedoch ein gewisses Bild von Exklusivität schaffen, wofür wir eigentlich nicht stehen. Wir wollen, dass jeder auf Augenhöhe in unseren Space eintritt, jedoch scheint es wenig

attraktiv Menschen ein Modell anzubieten ohne gewisse Vorzüge.

Bei weiterer Überlegung haben wir uns auch viele Gedanken über Erwartungshaltungen gegenüber realen Begegnungen gemacht, die wir mittlerweile durch den digitalen Raum haben. So haben wir auch unterstützend wirkende Konzepte besprochen, die zum Beispiel wie Status-Symbole fungieren könnten, die darbieten können, wie offen man für soziale Interaktion ist oder welche Interessen man hat. Wir kennen diese Features aus dem digitalen Raum. Ein „Einsamkeitsbändchen“, die ähnlich wie einer Statusangabe dazu dient, gegenüber anderen zu kommunizieren, wie bereit und offen man an diesem Tag ist für soziale Begegnung. Des Weiteren könnten andere Konzepte und Ideen in diesem Gebiet entwickelt werden, diese würden wir kritisch unter den Aspekten der Direktheit der Intervention, Nachhaltigkeit und Bereitwilligkeit der Menschen untersuchen und beurteilt werden.

Wir sehen im Sandkasten das Potenzial, als urbanes Raumlabor interaktive Konzepte zu testen, solange sie nicht die Aspekte des Sandkastens in den Hintergrund stellen und als Attraktion selbst die Interaktion zu stark prägen.

Durch den Gewinn von Feedback und Datensätzen erhoffen wir

uns stets unser Konzept weiterentwickeln zu können und ein Bild davon zu schaffen, was Menschen eigentlich von einem sozialen städtischen Raum, ihren Mitmenschen und sozialer Interaktion erwarten. Dabei hoffen wir, dass sie durch das Projekt ebenso ihre eigene Art und Weise, mit Einsamkeit umzugehen, näher kennenzulernen.

Als Letztes wünschen wir uns, dass lokale dritte Orte entstehen, trotz der Abreise des Sandkastens. Für die weitere Zukunft könnte hier eine stärkere Bindung zwischen Stadt und Bewohner*innen herstellen, indem man innerhalb des Sandkastens bereits Werkzeuge, Workshops und andere Ratschläge während des Aufenthalts mitgibt und eine Struktur schafft, in der regelmäßig an diesem Projekte gearbeitet wird.

(KL+PQ)

DoR & NVS

This project was developed in the framework of the study course Interactive Media Design of Hochschule Darmstadt - Faculty of Media, during the Summer Term 23. It is a group work of: Kevin Liu and Phuong Quach. It was mentored by: Prof. Andrea Krajewski and Prof. Tsunemitsu Tanaka. We herewith delegate the non-exclusive and timewise non-restricted rights to publish and present the results of this project to the professors of Hochschule Darmstadt and to the coaches directly connected to the academic supervision of this project. At the same time, the student project team declares that with the project, no intellectual properties rights of third parties have been harmed.



Kevin Liu



Phuong Quach

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 -

Abbildung 2 - Luhman, Dr. Prof. Maike (2022) Definitionen und Formen der Einsamkeit

Abbildung 3 -

Abbildung 4 - Luhman, Dr. Prof. Maike (2022) Definitionen und Formen der Einsamkeit

Abbildung 5 - Luhman, Dr. Prof. Maike (2022) Definitionen und Formen der Einsamkeit

Abbildung 6 - Bücken, S., & Beckers, A. (2023). Evaluation von Interventionen gegen Einsamkeit.

Abbildung 7 -

Abbildung 8 - https://fussverkehr.ch/fileadmin/redaktion/publikationen/20150909_Dokumentation-Aufenthaltsqualitaet_2015.pdf

Abbildung 9 - <https://www.pps.org/article/grplacefeat>

Abbildung 10 - <https://molodesign.com/app/uploads/2023/06/softseating-use-guide.pdf>

Abbildung 11 - <https://molodesign.com/app/uploads/2022/06/softseating-specifications.pdf>

Quellensverzeichnis

Bangert, H. (2020). Soziokultur und »Dritte Orte«. In Soziokultur und »Dritte Orte« (S. 373–378). transcript Verlag. <https://doi.org/10.1515/9783839444917-052>

Bücken, S., & Beckers, A. (2023). Evaluation von Interventionen gegen Einsamkeit.

Coughlan, G. (2021). Reconnecting in the Third Place: Social Catalysts to Counter Loneliness and Social Isolation in Urban Environments. <https://DalSpace.library.dal.ca/handle/10222/80356>

Flükiger, S., & Leuba, J. (o. J.). Qualität von öffentlichen Räumen. Methoden zur Beurteilung der Aufenthaltsqualität. September 2015.

Kviat, A. (2020). Connected and Sociable: Third Places in the Post-Digital City. CAMEo Cuts No.14.

Moore, J. (2012). Riccarton—The art of a third place in a first suburb [Thesis, Lincoln University]. <https://hdl.handle.net/10182/5251>

Putnam, R. D. (2000). Bowling alone: The collapse and revival of American community. Proceedings of the 2000 ACM conference on Computer supported cooperative work, 357. <https://doi.org/10.1145/358916.361990>

Reicher, C., & Kemme, T. (2009). Der öffentliche Raum: Ideen - Konzepte - Projekte. Jovis.

Reikowski, K. (2023, März 19). 15-Minuten-Städte: Was dahinter steckt – und was Verschwörungsgläubige befürchten. <https://www.fr.de/panorama/15-minuten-stadt-konzept-klima-auto-gesundheit-verschwörungstheorie-moreno-news-92155483.html>

Thwaites, K., Helleur, E., & Simkins, I. (2005). Restorative urban open space: Exploring the spatial configuration of human emotional fulfilment in urban open space. Landscape Research - LANDSC RES, 30, 525–547. <https://doi.org/10.1080/01426390500273346>

Xu, L. (o. J.). Creating a pleasing outdoor public space of a city.

Briefing



SANDKASTEN

AR Produkt Demo
Development Briefing

Projekt Konzept

“Sandkasten” ist eine **Pop-up Wanderveranstaltung**, die für Bürger*innen der Großstadt einen temporären **neuen sozialen Begegnungsraum** darbieten soll.

Die **Großstadt soll zum eigenen Wohnzimmer gemacht werden**, wo sie sich entspannen, kochen, mit Freunden Filme anschauen können, aber auch Workshops halten und co-worken können. Die Bürger*innen sollen dort an der Gestaltung des öffentlichen Raums teilhaben, indem sie sich dort unsere modulare Möbelstücke ausleihen und diese passend zur vorgenommenen Aktivität in bestimmten Bereichen anordnen können.

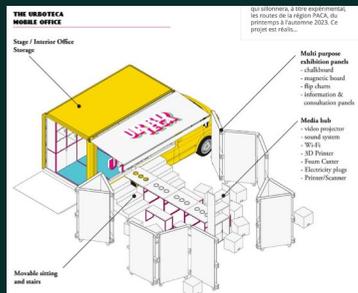
Unsere Vision ist es alternative Möglichkeiten für die Nutzung öffentlicher Plätze in Städten für das soziale urbane Miteinander aufzuzeigen. Bürger*innen sollen von dem Sandkasten-Erlebnis dazu inspiriert werden, mehr selbst in der Stadtentwicklung mitzuwirken.



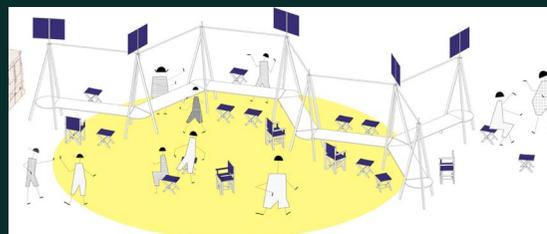
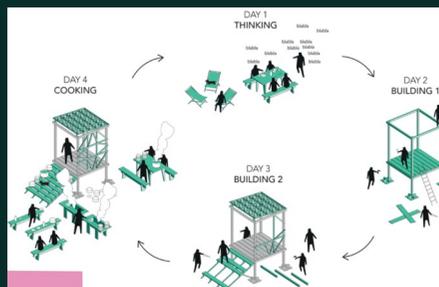
Projekt Konzept

Der Sandkasten besteht aus drei Grundstrukturen:

Hub



Spaces



Module



Key Aspekte

Was sind die wesentlichen Aspekte, die die AR Anwendung können muss?



Spaces projizieren

Um sich einen räumlichen Eindruck zu verschaffen, sollen Nutzende vorgefertigte Spaces an selbstgewählten Orten hinprojizieren können. Sie können bei der Auswahl der Spaces zwischen den Größenpaketen S/M/L entscheiden.



Module platzieren

Die kreative Auseinandersetzung mit den Modulen soll Spaß machen. Daher sollen Nutzende die Module auch selbst zusammensetzen und je nach Bedarf umstellen und anordnen können. (Module sollen life-sized sein.)



Plakat generieren

Nach dem Platzieren der Module und der Zusammenstellung des Spaces sollen Nutzende davon ein Foto machen können. Dies wird zu einem virtuellen Plakat umgewandelt, was Nutzende als Social Media Post teilen können.

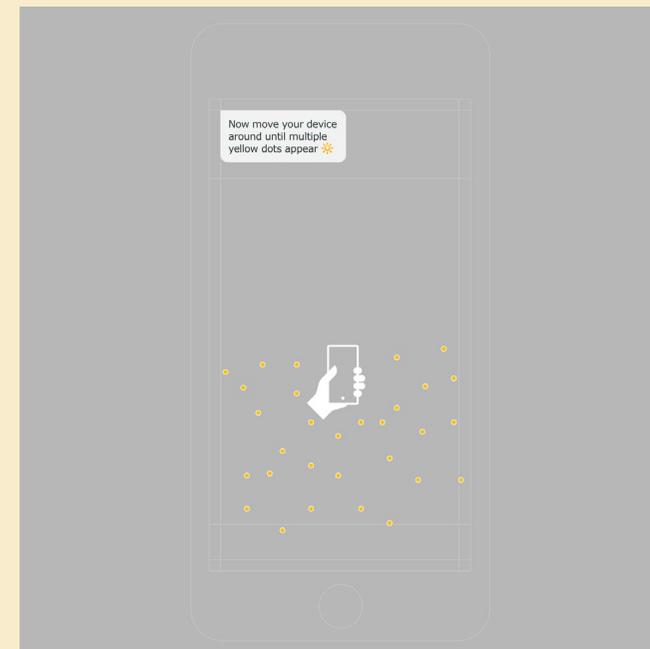




Tutorial Screen

How to:

- Platz scannen
- Set selektieren
- Selektiertes im Raum bewegen/rotieren
- Selektiertes platzieren





Main AR Screen

Funktionsliste

creative mode:

- Set / Modul auswählen
- Set / Modul platzieren
- Set / Modul anpassen (rotieren, löschen, neuplatzieren)

play mode:

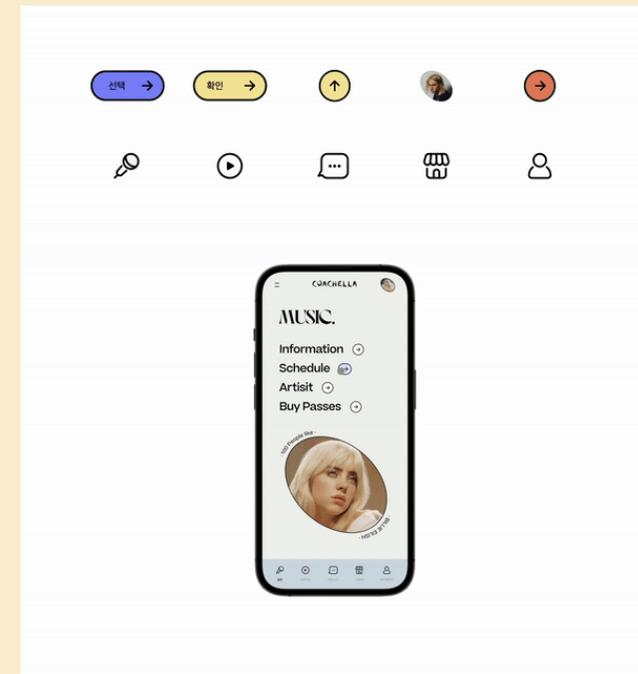
- Platzierte Szene 360° anschauen können
- Foto machen (weiter zum Plakat)





About Us Screen

- Über uns: Grob wer wir sind, was wir machen, unsere Vision
- Neugierig? Link zur Tour Liste
- Link zum Projekt





Plakat Screen

Nachdem Nutzende ein Foto gemacht haben, soll damit ein Plakat generiert werden, was sie auf Social Media teilen können.

- optional: Gebautes mit anderen teilen?

