

HEARTzog – HERZogenried, Home is where the heart is

Städte sind ein hoch dynamischer Raum, der ständig im Wandel ist und sich neu erfindet. Das hat große Vorteile, da hier innovative Ideen entstehen und umgesetzt werden. Viele Menschen können sich verwirklichen und ein Teil der bunten urbanen Gesellschaft sein.

Aber diese teilweise sehr rasante Entwicklung bringt auch Schattenseiten mit sich. Quartiere, die einst modern und innovativ waren, können ihren Einwohnern in einer moderneren Zeit nicht mehr das geben, was diese erwarten. Oder sie verkommen, weil der persönliche Bezug, den die ersten Pioniere zu einem Stadtteil hatten, mit einem gesellschaftlichen Wandel verloren geht. Grund hierfür sind häufig zunehmende sozio-ökonomische Herausforderungen der Einwohner, starke ethnische und kulturelle Unterschiede, die viel zu häufig in einer Distanzierung zur Nachbarschaft, einer mangelnden Identifizierung mit dem eigenen Stadtteil und letztendlich einer Abnahme der mentalen Gesundheit der Quartiersbewohner endet.

Die Verbesserung der mentalen Gesundheit der Einwohner und damit der Lebensqualität eines Bezirkes ist das oberste Ziel von Quartiermanagement, welches sich verschiedener Theorien und Möglichkeiten bedient, diese Aufgabe zu erfüllen. Doch welche Möglichkeiten gibt es hierfür und wie verbessern sie die sozialen Strukturen und die mentale Gesundheit von Bewohnern in betroffenen Quartieren?

Hier knüpft die zentrale Fragestellung der Urban Health Case Challenge 2021 an, die im Rahmen der 4EU+ European University Alliance ausgerichtet wurde. Studierende verschiedener europäischer Universitäten und verschiedener Fachbereiche fanden sich im Rahmen eines Seminars zusammen und bearbeiteten über ein Wochenende eine „*Case Challenge*“ in kleinen Teams. Zuvor wurden mehrere Vorbereitungssitzungen angeboten, bei denen Gastvorträge einen thematischen Einstieg boten. Die Besonderheit an dem Seminar und der Challenge war, dass die Teams jeweils aus Studierenden unterschiedlicher Universitäten bestanden, wodurch diese in einen inter-universitären Austausch treten konnten. Während dieses Seminars entwickelten die Studierenden Lucrezia Castiglioni, Amalia Shaliha, Oluwatobi Shekoni, Adam Matinek und Rouven Seibert das Projekt „*HEARTzog*“, eine online Plattform und Applikation, mit der die allgemeine mentale Gesundheit der Einwohner urbaner Quartiere verbessert werden soll. Der Name dieses Projektes ist eine Anspielung auf das Beispielquartier der Case Challenge, Herzogenried in Mannheim, allerdings lässt sich dieses Format auch auf andere urbane Quartiere übertragen und, wenn notwendig, umbenennen.



HERZogenried – HOME is, where the HEART is

Abbildung 1: Logo und Slogan des Projektes „HEARTzog“.

„HEARTzog“ bietet gleich mehrere Lösungswege, die in Form einer einzigen Anwendung vorliegen. Die Bewohner sollen nicht nur untereinander durch eine „social media Komponente“ vernetzt werden und sich austauschen können, sondern auch über eine große Bandbreite sozialer, kultureller und sportlicher Freizeitaktivitäten informiert werden. Die Idee dahinter ist, die guten Aspekte von „social media“ zu übernehmen, mit Augenmerk auf das schnelle Vernetzen, sowie den Austausch mit anderen Menschen und das Entdecken von Aktivitäten, die man vorher vielleicht nicht unbedingt in Erwägung gezogen hat oder schon immer einmal ausprobieren wollte. Ein Vorteil hierbei wiederum ist, dass die Stadt bzw. das Quartiermanagement diese Plattform verwaltet und schnell agieren kann, wenn es zu einer unangemessenen Nutzung der Plattform kommt. Neben diesem verwaltenden Aspekt kann das Quartiersmanagement allerdings hervorragend offizielle Informationen z.B. zu Wahlen oder Stadtfesten teilen und sehr viele Menschen erreichen. Wichtig ist hierbei, dass vor allem lokale Events promotet werden und dadurch vor allem lokale Organisation bekannt gemacht und unterstützt werden können.

Generell kann jeder Einwohner des Quartiers einen Account erstellen und sich somit mit seinen Nachbarn vernetzen. Selbstverständlich sollen auch Menschen, die weniger „medienaffin“ sind, die Möglichkeit haben an diesem Projekt teilzunehmen. Hierfür wird es „Promotion Events“ geben, bei denen Anwohner Fragen stellen können und im *Face-to-Face Kontakt* mit Ansprechpartnern Hilfe erhalten. Diese Ansprechpartner können ehrenamtliche aus der lokalen Bevölkerung sein, wodurch bereits der erste nachbarschaftliche Kontakt hergestellt werden kann.

Die Verbesserung der mentalen Gesundheit der Quartiersbewohner soll vor allem dadurch erreicht werden, dass die Menschen aus ihren Häusern kommen und sich bei Aktivitäten und Events vernetzen. Daher ist eine wichtige Funktion von „HEARTzog“, ein breites Angebot an Aktivitäten zu präsentieren. Man kann sich individuell zwischen unterschiedlichen Aktivitätskategorien, wie Sport, Kultur oder Soziales entscheiden und in den jeweiligen Kategorien unterschiedlichste Kurse und Events besuchen. Diese Kurse und Events sollen wiederum größtenteils von anderen Bewohnern des Quartiers organisiert werden. So kann jemand beispielsweise eine Laufgruppe gründen oder einen Kochkurs für Kinder anbieten. Das hat viele Vorteile, da die Mitarbeit in den meisten Fällen auf ehrenamtlicher Basis beruht und dadurch die Kosten relativ geringgehalten werden können. Auch das Problem der Örtlichkeiten lässt sich ziemlich einfach lösen. In dem genannten Beispiel Herzogenried existieren bereits einige öffentliche Orte, die bisher kaum genutzt wurden. Eben diese sollen für unterschiedliche Kursprogramme zur Verfügung gestellt werden, wodurch bisherige Verbesserungsversuche des Quartiermanagements integriert werden können und die Bewohner noch stärker einen Bezug zu ihrem Quartier aufbauen.

Ein weiteres Tool, um die Bewohner des Quartiers dazu zu bewegen an diesem Projekt teilzunehmen, ist ein Belohnungssystem. Durch die Teilnahme an Events, an Gruppenaktivitäten und Kursen, können Punkte gesammelt werden, die ab einer gewissen Höhe in Gutscheine für lokale Geschäfte und Supermärkte umgewandelt werden können. Dadurch kann man nicht nur die Motivation der Einwohner steigern, sondern auch den lokalen Einzelhandel unterstützen. Gleichzeitig kann man die lokalen Geschäfte, durch eine bessere Vermarktung, als Sponsoren des Projektes gewinnen, wodurch ein Teil der Kosten, für die Unterhaltung der Plattform gedeckt werden kann, wodurch es wiederum kostengünstig für das Quartiermanagement und die Stadt ist.

„*HEARTzog*“ bietet also eine Vielzahl an Möglichkeiten, wieder mehr Leben in städtische Quartiere zu bekommen und bedient sich dabei weitestgehend an bereits bestehenden Strukturen, wodurch ein sehr persönlicher Bezug zu seinem eigenen Stadtteil entsteht und die Bewohner ihren Stadtteil nicht nur neu entdecken können, sondern wieder in ihr Herz schließen. Daher auch der Slogan, den wir uns überlegt haben: „*Home is where the heart is*“.