

Unsere Stadt nachhaltig bewegen

Ein Konzept für die Agora Köln

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|-------|
| 1. Agora Köln | S. 1 |
| 1.1 Was ist die Agora Köln? | |
| 1.2 Nachhaltigkeit als Wert und als Ziel | |
| 2. Strategie | S. 5 |
| 2.1 Tag des guten Lebens und Nachbarschaften | |
| 2.2 Netzwerk | |
| 2.3 Struktur und Planung | |
| 2.4 Interne Kommunikation und Personalmanagement | |
| 2.5 Inhaltliche Arbeit und Stadttransformation | |
| 3. Maßnahmen | S. 15 |
| 3.1 Corporate Identity und Corporate Design der Agora Köln | |
| 3.2 Website der Agora Köln (Internet-Tool) | |
| 3.3 Agora Akademie | |
| 3.4 Agorabar (Vernetzungsparties) | |
| 3.5 Katalysatorenteam | |
| 3.6 Agorist des Semesters | |
| 4. Auflösung des Arbeitskreises Bewegung | S. 21 |
| 5. Plan 2015 | S. 22 |
| 6. Finanzen | S. 22 |

2. Entwurf

Stand: 14.01.2015

verfasst von Davide Brocchi, AK Bewegung,

bewegung@agorakoeln.de

1. Agora Köln

Im Jahr 2012 haben fast 50 Organisationen das Konzept "Kölner Sonntag der Nachhaltigkeit"¹ unterzeichnet und ein gemeinsames Bündnis gegründet: die Agora Köln.²

Die Agora war der zentrale Platz in der Mitte der altgriechischen Polis (Stadt), auf dem die direkte Demokratie entstand und Politik, regionaler Markt, Kultur und Gemeinschaft eine symbolische Einheit fanden, da sie hier gleichzeitig stattfanden und gepflegt wurden. Auch die Agora Köln setzt sich für eine stärkere Gestaltung von unten des urbanen Raums und für lokale unkonventionelle bereichsübergreifende Allianzen ein: Es geht dabei um unsere Stadt; um die Stadt als Gemeingut.

Die Agora Köln fördert eine schrittweise Transformation der Domstadt in Richtung Nachhaltigkeit.

1.1 Was ist die Agora Köln?

Diese Frage kann aus drei unterschiedlichen Perspektiven beantwortet werden:

- **ein unkonventionelles Bündnis** zu dem Anfang 2015 130 Organisationen gehören. Das Bündnis vernetzt Kölner Akteure aus den Bereichen Umwelt, Zivilgesellschaft, Kultur und lokale Ökonomie miteinander – und bildet dadurch ein trans- und interdisziplinäres Forum als bunte lokale Bewegung für die nachhaltige Transformation der Stadt. Das Bündnis bestimmt jährlich ein gemeinsames Schwerpunktthema, worauf die Kräfte konzentriert werden. Zu diesem Thema wird eine stadtübergreifende Kampagne realisiert, die ihren Höhepunkt am Tag des guten Lebens hat. Die Agora Köln bemüht sich jedes Jahr um eine zum Schwerpunktthema passende konkrete Veränderung der Stadt (2013 war das Schwerpunktthema Mobilität; das Bündnis setzte in diesem Jahr den größten autofreien Sonntag seit den 1970ern in Köln durch).
- **ein gemeinsames Dach für Nachbarschaften**, die sich in verschiedenen Stadtvierteln der Stadt durch den Tag des guten Lebens bilden und gebildet haben. In der Agora findet ein Wissens- und Erfahrungstransfer zwischen ihnen statt. Die Veedel nutzen die Agora Köln als gemeinsame Infrastruktur, u.a. um den Tag des guten Lebens zu realisieren. Die Kommunikation nach außen (z.B. mit der Stadtverwaltung, mit den Medien) wird gemeinsam koordiniert. Die Zeitpläne (z.B. wo und wann findet der Tag des guten Lebens statt?) sowie die Prioritäten (z.B. wie investiert man die verfügbaren Ressourcen?) werden gemeinsam definiert.
- **eine Bürgerplattform** für bereits organisierte und für noch nicht organisierte Menschen, die gemeinsam bewegen wollen und einen alternativen politischen/kulturellen Raum in der Agora Köln sehen. Anhand ihrer Kompetenzen und Interessen engagieren sie sich hier in Arbeitskreisen und Themengruppen.

Die Herausforderung besteht nun in der Zusammenführung dieser drei Perspektiven.

¹ Das Konzept "[Kölner Sonntag der Nachhaltigkeit](#)" wurde von Davide Brocchi verfasst und erhielt im Dezember 2011 die Auszeichnung "Dialog Kölner Klimawandel". Davide Brocchi lud Kölner Organisationen ein, das Konzept zu unterzeichnen. Die Unterzeichner kamen am 8.9.2012 zu einem ersten gemeinsamen Treffen in der ecosign/Akademie für Gestaltung, bei dem das Bündnis offiziell gegründet und einen gemeinsamen Beirat gewählt wurde.

² Diese Entscheidung über den Namen fiel nach einer umfassenden Befragung und einem öffentlichen Wettbewerb zwischen mehreren Vorschlägen.

Allein die Agora Köln besitzt die Rechte für den „Tag des guten Lebens: Kölner Sonntag der Nachhaltigkeit“ und darf über die Verwendung dieses Titels entscheiden.

Juristisch wird die Plattform von einem gemeinnützigen eingetragenen Verein getragen (momentan der Institut Cultura 21 e.V.).

1.2 Nachhaltigkeit als Wert und als Ziel

Bei der Klausurtagung am 19.-21. April 2013 wurde die folgende Liste der gemeinsamen Werte beschlossen:

- Vielfalt (Themen, Herkunft, Kompetenzen...)
- Transparenz
- Demokratische Bewegung von unten
- Interkulturell
- Überkonfessionell
- Partei ungebunden
- Lokal mit globalem Hintergrund
- Sozial-ökologisch-kulturelle Ausrichtung
- Toleranz/gegen intolerante Gruppierungen
- Wachstumskritisch
- Faires Wirtschaften
- Verbindung von Theorie und Praxis
- Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit ist das wichtigste Leitbild der Agora Köln. Allgemein geht es dabei um zwei Fragen:

- a) die Stärkung der Resilienz bzw. der Widerstandsfähigkeit der Stadt und der Region in einer Zeit der multiplen Krisen (Peak Oil, Klimawandel, Finanzkrise, Krieg, Nahrungssicherheit, soziale Polarisierungen...). Wie können wir damit umgehen? Wie bleibt eine Stadt trotz knapper Kassen beweglich?
- b) das Ermöglichen eines „guten Leben“ (Buen Vivir) für alle Menschen in der Stadt. In was für einer Stadt wollen wir leben? Wie sieht ein lebenswertes Viertel aus? Wie können wir diese Vorstellungen gemeinsam umsetzen?

Die Agora Köln reduziert Nachhaltigkeit nicht auf seine ökologische Dimension, sondern versteht den Begriff multidimensional.³ Die Gleichberechtigung und die Mischung der verschiedenen Dimensionen

³ Dimensionen der Nachhaltigkeit:

- Ökologische Dimension : u.a. Naturschutz, gesunde Umwelt, Dematerialisierung der Lebensstile...;
- Soziale und politische Dimension: u.a. globale Verantwortung, Frieden, soziale Gerechtigkeit, direkte Demokratie, Stärkung der lokalen Selbstbestimmung, Bürgerbeteiligung, Zusammenleben...;
- Kulturelle Dimension: u.a. Kulturwandel, Kulturkritik, Toleranz, kulturelle Vielfalt, freie Presse, Bildung...;

der Nachhaltigkeit spiegelt sich in der Vielfalt der Organisationen und der Menschen innerhalb der Agora Köln, im Rotieren der Jahresschwerpunktthemen sowie in dem Themenmix innerhalb der internen und der externen Kommunikation (z.B. auf der Facebook-Seite) wider.

Ziele der Agora Köln sind:

- a) **Bürgerbeteiligung und direkte Demokratie:** Die Agora Köln setzt sich für eine stärkere Rolle der Bürgergesellschaft in der Gestaltung der Stadtentwicklung ein. Dies geht Hand in Hand mit der Stärkung von Veedeln, Kommunen und Regionen in der Hierarchie der Institutionen.
- b) **Die Stadt als Gemeingut.** Die Voraussetzung für die nachhaltige Bewirtschaftung von Gemeingütern ist die Kooperation unter ihren "Nutzern", in diesem Fall unter den Anwohnern. Die Agora Köln unterstützt die **Bildung und die Pflege von Nachbarschaften** und schafft für sie Gestaltungsmöglichkeiten. Die kleinsten/unteren nachbarschaftlichen Einheiten sind die „Straßennachbarschaften“ (je kleiner die Gruppen sind, desto höher die Identifikation des Einzelnen damit). In diesem Prozess wird eine Identifikation zwischen Gemeinschaft und Raum sowie zwischen Individuum und Verantwortung gefördert.
- c) **Das Teilen** der Verantwortung in einer Demokratie und in einer Gemeinschaft, von Auto oder Bohrmaschine in einer sharing economy, wird **als Bestandteil des „guten Lebens“** gefördert. Vertrauen kann vor allem dort entstehen, wo sich Menschen im Alltag real begegnen, nämlich im Lokalen.
- d) **Stärkung der Selbstversorgung und von regionalen Wirtschaftskreisläufen.** In einem regionalen Markt pflegen Konsumenten und Produzenten eine engere Beziehung – und dies ist die beste Garantie für Qualität und für einen respektvolleren Umgang mit der Umwelt.
- e) **Zwischen den verschiedenen Akteuren der Stadt vermitteln und unkonventionelle Verbindungen praktizieren,** z.B. zwischen Bürgergesellschaft und Universität, Kunst und Wissenschaft, kommunalen Institutionen und Zivilgesellschaft. Wissens- und Erfahrungstransfer zwischen Pionieren und Zivilgesellschaft ermöglichen. Best-Practice-Beispiele hervorheben.
- f) **Offene Gesellschaft:** Die Auseinandersetzung mit dem Fremden und mit Lebensalternativen. Freiräume für Kreativität, Selbstentfaltung, Subkulturen und soziale Experimente, Vielfalt, Biodiversität fördern, schaffen oder schützen. Toleranz, Kulturkritik, Reflexion, Lernfähigkeit und Auseinandersetzung mit dem Fremden und mit Alternativen fördern.

-
- Ökonomische Dimension: u.a. zukunftsfähige ressourcensparende Ökonomie, nachhaltige Bewirtschaftung der Gemeingüter, regionale Wirtschaftskreisläufe.

2. Strategie

2.1 Tag des guten Lebens und Nachbarschaften

Der „Tag des guten Lebens“ findet vor jeder Haustür statt. Dadurch wird jeder Bürger in einem bestimmten Gebiet angesprochen und bekommt die Möglichkeit, selbst kreativ bzw. aktiv zu werden. Gemeinsam mit den Nachbarn kann jeder Anwohner die eigene Straße lebenswerter gestalten.

In dieser Kapillarität der Mobilisierung liegt das größte Potential für die Agora Köln als Bewegung: Sie kann jeden Bürger der Stadt erreichen, aktivieren und zum Gestalter des guten Lebens machen.

Hier unterscheidet sich die Agora Köln sowohl von einer institutionalisierten lokalen Agenda 21 oder von einem Netzwerk von Bürgerinitiativen wie „Köln mitgestalten“ (www.koelnmitgestalten.de).

Die Agora Köln ist eine Plattform, die die aktivierten Bürger über den Tag des guten Lebens hinaus binden kann. Wie können sie dazu motiviert werden?

- a) Die Agora Köln ist die große Vision hinter dem Tag des guten Lebens. Durch die Agora Köln wird der Tag des guten Lebens zum Schrittmacher in einem übergreifenden Prozess der Transformation und verkommt nicht zu einem „größeren Straßenfest“. Die Agora Köln steht für die Inhalte und den qualitativen Anspruch hinter dem Tag des guten Lebens.
- b) Die Agora Köln ist eine Plattform von Bürgern „wie Du und ich“, die ihre Stadt gemeinsam mitgestalten wollen. Die Agora Köln ist kein „Oben“ oder kein „Zentrum“, das engagierte Anwohner im Veedel fremdbestimmt: Als Teil davon darf man nämlich mitentscheiden und mitgestalten. Die Hemmschwelle zur Mitgliedschaft ist äußerst niedrig, da sie kostenlos ist und nur eine ideale Zustimmung von gemeinsamen Zielen voraussetzt.
- c) Je größer die Bewegung wird, desto mehr können wir erreichen und ändern. Ohne die Agora Köln hätte man politische Institutionen nicht dazu gebracht, den Tag des guten Lebens zu beschließen.
- d) Die Agora Köln bildet die gemeinsame Infrastruktur, die den Tag des guten Lebens so wie die der Nachbarschaften ermöglicht. Durch diese Plattform spricht man mit einer Stimme mit der Stadtverwaltung und mit Stiftungen. Die Agora Köln bildet eine Art „Kissen“ zwischen Zivilgesellschaft und Institutionen und entlastet die Anwohner von der Auseinandersetzung mit den vielen bürokratischen Vorschriften.
- e) Die Agora Köln steht bzw. garantiert die Gemeinnützigkeit des Vorhabens und des Prozesses.
- f) Durch diese gemeinsame Plattform ist ein Wissens- und Erfahrungstransfer zwischen den verschiedenen Nachbarschaften und den verschiedenen Akteuren der Stadt möglich. Durch die Medien der Agora (z.B. Newsletter) kann man sich einen ständigen Überblick über die Aktivitäten verschaffen und sich als Teil eines Zusammenhangs fühlen, der über die eigene Straße und den Tag des guten Lebens hinausgeht.

Unter welchen Voraussetzungen würde der Tag des guten Lebens zu einer qualitativ und quantitativ wachsenden Gemeinsamkeit (Bewegung) führen? Welche Strategie ist notwendig?

- a) Nachbarschaften bzw. Veedel, die sich durch den Tag des guten Lebens gebildet haben, sollten sich als Teil einer stadtübergreifenden Gemeinsamkeit (z.Z. wird sie "Agora Köln" genannt) verstehen bzw. sich dazu bekennen.
- b) Die Koordinierungskreise der Veedel sollten als Schnittstellen zwischen der Agora Köln und der Anwohnerschaft fungieren. Sie vertreten nicht nur die Nachbarschaft bei der Agora, sondern auch die Agora als gemeinsame stadtübergreifende Plattform in der Nachbarschaft. Zum jetzigen Beirat gehören auch Vertreter der Nachbarschaften, die hier Entscheidungen zustimmen oder ablehnen können. Doch wenn die Entscheidungen im Konsens getroffen werden, dann sollten sie auch von ihren Teilen (d.h. auch von den Veedeln) getragen oder von diesen wieder zur Diskussion gestellt werden.
- c) Auch in der Kommunikation (und nicht nur im finanziellen Bereich) sollte es eine gemeinsame Infrastruktur geben, zum Beispiel einen gemeinsamen Newsletter statt einen für die Agora und einen für den Veedel XY. In den Medien der Agora (Websites, Newsletter, Facebook...) sollten die Veedel eigene virtuelle Räume erhalten und selbst verwalten/gestalten dürfen. Anstatt eigene oft schwach besetzte Arbeitskreise zu bilden (Ökonomie, interne Kommunikation usw.) sollten die Veedel in den gemeinsamen Arbeitskreisen der Agora vertreten sein und dort von einer Einheit der Ressourcen und Kompetenzen profitieren. Themengruppen und AKs sollten mit der eigenen Kompetenz und Präsenz nachbarschaftliche Prozesse unterstützen (z.B. Nachbarschaften als Labor einer alternativen Mobilität verstehen).
- d) Überwindung der „wir-sie-Logik“ in dem Verhältnis Nachbarschaft-Agora und Förderung eines „wir“. Bei der Pionierarbeit in neuen Stadtteilen wäre es ratsam, dass das erste Kernteam (Pioniersteam) zur Hälfte aus legitimiertem Agora-Personal und zur Hälfte aus Vertretern/Multiplikatoren aus der lokalen Anwohnerschaft besteht.
- e) Veedel-Kreise sollten sich darum bemühen, lokale Institutionen, Schulen, Initiativen, Unternehmen usw. als Mitglieder der Agora Köln zu gewinnen bzw. sie am Netzwerk zu binden. Die Gegenleistung ist, dass die Ressourcen aus dem Netzwerk ihnen selbst zur Verfügung stehen (z.B. wenn es darum geht, die Politik zu bewegen, Fördergelder zu erhalten oder Räume zu verwenden).

2.2 Netzwerk

Zur Agora Köln gehören aktuell 130 Organisationen aus den verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen. Dieses Netzwerk war/ist sehr wichtig, um Vertrauen in der städtischen Politik, in der Zivilgesellschaft oder bei Stiftungen zu erzeugen.

Einige Mitglieder nehmen aktiv und mitgestaltend an den Aktivitäten der Agora teil, zum Beispiel Colabor (Martin Herrndorf, Katharina Schwarz), die Initiative „wie leben wir?“ (Elise Scheibler, Hannes Wöhrle) oder das Allerweltshaus (Sabrina Cali, Christian Nehl).

Einige Institutionen stellen punktuell eigene Räume für Treffen zur Verfügung, u.a. die Malzfabrik, Allerweltshaus, Alte Feuerwache, das Atelier Colonia und JuZI. Die StadtRevue berichtet häufig über den Tag des guten Lebens.

Andere Organisationen haben 2013 die Absperrung einer Straße am Tag des guten Lebens übernommen (z.B. dasselbe in grün).

Alle Organisationen haben gemeinsame Positionen getragen. Sie stehen politisch nicht nur hinter dem „Tag des guten Lebens“, sondern auch hinter gemeinsamen Zielen (Nachhaltigkeit, etc), hinter gemeinsamen Werten (beschlossen bei der Klausurtagung im April 2013) und nun hinter einem gemeinsamen Mobilitätskonzept für Köln.

Wie kann die Identifikation der Mitglieder mit der Agora Köln gesteigert und die Bindungskraft der Bewegung gestärkt werden?

- a) Die Agora Köln soll sich als Lautsprecher einer Vielfalt in der Stadt profilieren. Gemeinsame Aktionen und gemeinsame Stellungnahmen, die von 130 Organisationen + mehreren Nachbarschaften getragen und unterzeichnet werden, entfalten eine starke politische Kraft.
- b) Die Agora Köln verbindet verschiedene gesellschaftliche Stadtbereiche und will ihrer Selbstreferentialität/Selbstbezogenheit entgegenwirken. Sie fördert einen inter- und intrakulturellen Dialog und stellt entsprechende Vermittler, Räume und Formate dafür zur Verfügung. Die Agora Köln ist eine Schnittstelle zwischen organisierten Bürgern/Multiplikatoren und nicht organisierten Anwohnern sowie zwischen kommunalen Institutionen und Bürgern. Sie ist eine Plattform für Wissens- und Erfahrungstransfer zwischen den verschiedenen Akteuren. Hier können sie voneinander lernen.
- c) Vor allem auf die Einbeziehung der Künste wird großen Wert gelegt. Die Mitwirkung von Malern, Fotografen, Musikern, Theaterschaffenden usw. fördert die Mobilisierung der Stadtgesellschaft und schafft eine offene und inspirierende Atmosphäre.
- d) Bestandsaufnahme der Ressourcen, die im Netzwerk geteilt werden können. Einige Mitglieder (z.B. Bürgerzentren, Unternehmen, Theater) haben zum Beispiel Räume, die von Anwohnern für Treffen in der Nachbarschaft oder von Themengruppen verwendet werden können. Bestimmte Projekte der Agora brauchen Kompetenzen, die bei bestimmten Mitgliedern des Netzwerkes vorhanden sind, usw.
- e) Bereitstellung von Ressourcen. Ein Online-Tool kann die o.g. Ressourcen bekannt machen und Vermittler könnten für die Verwaltung der Nutzung, Buchungen usw. sorgen. Das Online-Tool könnte das Wissensmanagement und die interne Kommunikation (z.B. in der Nachbarschaft) fördern bzw. ermöglichen.

Wie kann man neue Mitglieder für die Agora Köln gewinnen?

- a) Einfacherer Zugang zur Agora-Mitgliedschaft (z.B. Online-Formular statt Word-Formular).
- b) Systematische Anwerbung/Bindung von Besuchern bei Nachbarschaftstreffen und am Tag des guten Lebens, zum Beispiel durch Flugblätter mit einem Fragebogen (nach dem Vorbild

des Sülzer Nachbarschaftstreffens im März 2013). Die Agora wird auch an jeder Straßenabspernung vertreten und von jeder Hilfskraft. Die Schulung der Hilfskräfte vor dem Tag des guten Lebens sollte inhaltlich entsprechend erweitert werden und nicht nur „Sicherheitsaspekte“ beinhalten.

- c) Als Vertreter der Agora Köln sollten die Ko-Kreise in den Veedeln oder die Themengruppen in einem bestimmten gesellschaftlichen Bereich stärker für die gemeinsame Bewegung werben und den Bürgern bzw. den Organisationen vor Ort den Weg zur Mitgliedschaft erleichtern.
- d) Interessenten, die noch keine Mitglieder sind, sollten an gemeinsame Veranstaltungen eingeladen werden (z.B. Netzwerktreffen der Agora, Themengruppen, Vernetzungsparties). Durch das Erfahren der Agora wird die Motivation erhöht, sich an der Plattform formell zu binden.
- e) Der AK Externe Kommunikation sollte die Erweiterung und Stärkung der Agora Köln zu den Kommunikationszielen zählen und eine Strategie dafür entwickeln.

2.3 Struktur und Planung

- a) **Arbeitsteilung zwischen Veedel- und Agora-Ebene klar definieren.** Bisher haben die Veedel die Strukturen der Agora im Groben reproduziert. In Sülz wurden Arbeitskreise gebildet, die es bereits in Ehrenfeld so wie auf gesamtstädtischer Ebene gibt (interne Kommunikation, Pressearbeit, Finanzen, usw.). So wurden Kräfte und Kompetenzen getrennt, die eigentlich zusammengebracht werden sollten. Es fehlt eine Gesamtkoordination der Aufgaben so wie eine echte gemeinsame Struktur.

Folgende Arbeitsteilung zwischen Veedel- und Agora-Ebene wäre künftig sinnvoll:

- Die Veedel sollten sich auf die Mobilisierung der Anwohnerschaft, die Bildung von Straßennachbarschaften und entsprechenden legitimierten (von unten gewählten) Straßenkoordinationen konzentrieren. Im Sinne der ursprünglichen Agora sollte jede Straße von der jeweiligen Nachbarschaft „regiert“ werden. Am Tag des guten Lebens sollte möglichst viel Verantwortung auf die Straßennachbarschaften übertragen werden. Neben der Organisation/Umsetzung des Straßenprogramms nach bestimmten Kriterien (z.B. kein Kommerz bei Aktionen) sollten die Straßennachbarschaften die nötigen Ordnungskräfte zur Verfügung stellen, die Straßenabspernungen und die Straßenreinigung übernehmen. Die Straßennachbarschaften sollten idealerweise auch nach dem Tag weiter aktiv bleiben, zu einer neuen Dynamik im Veedel beitragen, sich an Entscheidungen im Rahmen der Agora beteiligen und hier gemeinsame Schritte hin zu einer nachhaltigen Stadtentwicklung unterstützen.
- Alle andere Aufgabenbereiche (interne Kommunikation, externe Kommunikation, Ökonomie, Logistik, Jahresschwerpunktthema & Zentralprogramm des Tag des guten Lebens) sollten im Rahmen der Agora gemeinsam koordiniert werden. In diesen Arbeitskreisen sollten kompetente und engagierte Anwohner aus allen Stadtteilen aktiv werden und eine gemeinsame Infrastruktur bilden, die von Jahr zu Jahr durch sie Stadt

mit dem Tag des guten Lebens wandert. Auch die Ebene der Inhalte (Themengruppen) sollte eine gemeinsame sein und jedes Jahr in den Gebieten, in dem der Tag des guten Lebens stattfindet, besonders aktiv sein.

Diese Aufgabeteilung wurde die Beteiligung der Veedel an einer gemeinsamen Struktur stärken, den Wissens- und Erfahrungstransfer zwischen den Veedel ermöglichen und Energien und Ressourcen sparen, die zur Zeit durch die Redundanzen verloren gehen (z.B. es gibt zur Zeit einen Newsletter für Sülz und einen für die Agora). Dafür könnten im Veedel viel mehr Kräfte auf eine entscheidende Aufgabe wie die Mobilisierung der Anwohnerschaft angesetzt werden und die Nachbarschaften von weiteren operativen Aufgaben entlastet werden, so dass ihr Engagement in der Agora, die Beziehungspflege, das Teilen vor Ort oder die Diskussion über die Stadtteilentwicklung mehr Raum bekommen.

b) **Wer sich in den Veedel engagiert, sollte fast automatisch in die Agora aufgenommen werden.** Der Vorteil: Im Moment wissen viele engagierte Anwohner nicht, was die Agora ist und was in der Agora passiert. Diese Informationen werden von den Veedel-Vertretern im Beirat nicht immer weitergegeben. Durch die Zusammenlegung der Mitgliedschaften von Veedel und Agora können deutlich mehr Anwohner mit dem Agora-Newsletter erreicht und dadurch an gemeinsame Veranstaltungen eingeladen werden. Hierarchien werden abgebaut, da jeder Anwohner mehr Möglichkeiten der Mitgestaltung bei der Agora bekommt und nicht auf die Informationen der eigenen Koordinatoren im Veedel angewiesen ist.

c) **Strukturelle Aufwertung der Bewegung und der Inhalte neben dem Tag des guten Lebens.** Die letzten Jahre haben gezeigt, dass ein Event allein (der Tag des guten Lebens) nicht ausreicht, um die Anwohnerschaft an einem gemeinsamen Prozess dauerhaft zu binden. In Ehrenfeld haben die Anwohner beim letzten Tag Inhalte vermisst. Sie empfinden den Tag des guten Lebens inzwischen vor allem als eine Anstrengung und sind nicht bereit, 2015 einen weiteren zu organisieren. Es wird eine gemeinsame dauerhafte Infrastruktur benötigt, die Nachbarschaften bei der Organisation entlastet.

In Sülz sind viele Anwohner durch die Verschiebung des Tag des guten Lebens 2014 demotiviert worden: Beginnt und endet die Nachbarschaft mit dem einen Tag?

Deshalb empfiehlt sich eine starke Aufwertung der Agora Köln als gemeinsame Plattform/Infrastruktur und der Inhalte neben dem Tag des guten Lebens. Diese Aufwertung sollte auf folgenden Ebenen erkennbar sein:

- die Verteilung der Finanzressourcen (bisher sind mind. 90 Prozent der finanziellen Mitteln für den Tag des guten Lebens verwendet worden).
- in den Agenda der Straßennachbarschaften, der Veedel und der Agora selbst.
- in der Personalpolitik und Zusammensetzung der wichtigsten Organe.

d) **Entlastung der Agenda von Beirat und Veedel-Koordinationen.** Zur Zeit müssen sich einerseits Personen in ihrer Freizeit mit operativen Fragen beschäftigen, die sie nicht interessieren oder einen hohen Kenntnisstand benötigen; andererseits fehlt der Raum für inhaltliche und strategische Diskussionen so wie für die Beziehungspflege. Gleichzeitig finden Absprachen zwischen Verantwortlichen auf der operativen Ebene nicht mit der nötigen

Intensität und Regelmäßigkeit statt. **Deshalb sollten operative Aufgaben vom Beirat und von den Veedel-Ko-Kreisen abgekoppelt und in einem Ko-Kreis der Agora gebündelt werden.**

e) **Im Rahmen einer Strukturreform sollten folgende Organe vorgesehen werden:**

- **Netzwerktreffen:** Treffpunkt aller Mitglieder und aktiver Anwohner. Dabei wird ein Teil des Beirats gewählt (z.B. 10 VertreterInnen, wobei die Interessenbereiche Kultur, lokale Ökonomie, Umwelt, Soziales so wie Trans- und Interdisziplinärität gleich vertreten sein sollten). Beim Netzwerktreffen sollten die Tage des guten Lebens (wo und wann) und die gemeinsamen Jahresschwerpunktthemen definiert werden. Das Jahresschwerpunktthema sollte hier gemeinsam diskutiert werden und die entsprechende Kampagne in der Stadt gemeinsam vorangetrieben werden. Gesamtstrukturen müssen hier legitimiert und die Organe entlastet werden (z.B. Kassenprüfung und Finanzbericht).
- **Koordinierungskreis der Agora Köln:** Dazu könnten 6-8 Personen gehören (zwei Personen pro Arbeitskreis bzw. jene, die mind. einen sechsmonatigen Honorarvertrag mit der Agora haben). Die Verantwortliche auf operativer Ebene benötigen einen intensiveren und konzentrierten Identifikationsmoment als der jetzige Beirat, um ihre Aufgaben abzustimmen und sich gemeinsam zu koordinieren. Im Ko-Kreis sollten Entscheidungen getroffen werden dürfen bzw. wichtige Entscheidungen des Beirats vorbereitet werden. Der Koordinierungskreis der Agora sollte sich 1-2 Mal pro Monat treffen. Der Ko-Kreis versteht sich als Vorreiter einer möglichen Agentur.
- **Beirat:** hier sollten VertreterInnen des Netzwerkes (s.o.), der Veedel und der Themengruppen sitzen und stimmberechtigt sein. Die Mitglieder des Koordinierungskreises sollten anwesend sein, aber bei bestimmten Entscheidungen nicht stimmberechtigt sein. Der Beirat sollte als Aufsichtsrat der operativen Ebene dienen (Ko-Kreis in diesem Fall nicht stimmberechtigt) und sich sonst vor allem mit strategischen und inhaltlichen/politischen Fragen befassen. Er sollte die Integration/Synergiebildung zwischen den verschiedenen Instanzen (Netzwerk, Veedel, Themengruppen) fördern, das Netzwerk ausbauen und positionieren (z.B. in der Debatte über den Umgang der Stadt mit Flüchtlingen). Es empfiehlt sich eine Umbenennung des Beirats (z.B. in Stadtparlament) und eine klare Regelung für die Zusammensetzung und die Neuwahl seiner Mitglieder. Der Beirat könnte sich alle zwei Monate treffen, wenn der Ko-Kreis operative Entscheidungen treffen darf. Um die Identifikation der verschiedenen Teile mit dem Ganzen zu stärken und um starre Hierarchien zu vermeiden, könnte eine Rotation an der Spitze des Beirats stattfinden, wobei alle vier Monate (zwei Beiratstreffen) ein weiteres Veedel oder eine weitere Themengruppe die Koordination, Organisation und Moderation des Beirats übernimmt (Vorbild Europäische Union: alle sechs Monate übernimmt ein weiteres Mitgliedsstaat die EU-Präsidentschaft).
- **Arbeitskreise der Agora Köln:** In der Koordination der Arbeitskreise sollten VertreterInnen von Teams sitzen so wie Beauftragte für spezielle Aufgaben, die vom

Beirat oder beim Netzwerktreffen gewählt werden. Teams und Beauftragte verantworten eigene Arbeitsbereiche relativ eigenständig, kooperieren und stimmen sich aber gemeinsam ab durch ihre gemeinsame Vertretung an der Spitze des jeweiligen AKs.

- *AK Externe Kommunikation.* Dazu gehören folgende Teams bzw. Beauftragte: (a) Pressearbeit, externer Newsletter, strategische Koordination; (b) Öffentlichkeitsarbeit; (c) Online-Kommunikation (Website des Tag des guten Lebens, Facebook). Dieser AK könnte im Ko-Kreis durch eine einzige Person vertreten sein, die den AK insgesamt koordiniert und strategisch/konzeptionell gut vorantreiben und vertreten kann.
 - *AK Interne Kommunikation und Nachbarschaftsarbeit:* (a) Sekretariat (Geschäftsstelle, Netzwerkarbeit, Organisation der internen Veranstaltungen, Agora Akademie); (a1) interne Redaktion (Agora-Website, interner Newsletter); (b) Personalmanagement & Mitgliederverwaltung; (c) Team Supervision; (d) Team Strukturen (e) Nachbarschaftsarbeit.
 - *AK Ökonomie & Logistik (Betrieb und Ressourcen):* (a) Einnahmen (Fundraising, Sponsoring, Spenden...); (b) Ausgaben (Buchhaltung, Kassenprüfung, Verträge und Honorare); (c) nachhaltige Ökonomie, nachhaltiger Einkauf; (d) Organisation und Logistik des Tag des guten Lebens.
 - *AK Jahresschwerpunktthema:* (a) Organisation des entsprechenden Symposiums, Durchführung einer gesamtstädtischen Kampagne und Sensibilisierung der Bevölkerung, Bildung und Integration der Themengruppen; (b) Organisation des Zentralprogramms des Tag des guten Lebens. Dieser AK könnte im Beirat durch eine einzige Person vertreten sein.
 - **Themengruppen der Agora Köln:** Um eine inhaltliche Verzettelung zu vermeiden und um eine hohe Qualität in der politischen Arbeit zu ermöglichen, sollten nur Themengruppen gebildet werden bzw. existieren, die ein beschlossenes Jahresschwerpunktthema vorbereiten, durchführen oder realisiert haben. Auch wenn beim Tag des guten Lebens ein einziges Jahresschwerpunktthema eine besondere Sichtbarkeit bekommt, sollten alle existierende Themengruppen Akzente setzen und die Nachbarschaften sensibilisieren, so dass der Tag möglichst nachhaltig wird und Zeichen in der Stadtentwicklung setzt. Die Koordinationen der Themengruppen könnten das erste Mal bei einem ad-hoc Symposium gewählt werden, zu dem alle für das Thema relevante Akteure der Stadt eingeladen werden. Danach sollte die Koordination von der Basis der Themengruppe gewählt werden und durch zwei Mitglieder im Beirat vertreten sein.
- f) **Legitimierte kompetente Koordinatoren und VertreterInnen.** Die Qualität, die Motivation und die Sozialkompetenz des Personals sind entscheidend für den Erfolg einer Bewegung und des Prozesses. Deshalb sollten Koordinationen und legitimierte Organe sehr sorgfältig und durch Geheimwahl besetzt werden. Gruppenbildungsprozesse sollten durch die Teams Personalmanagement und Supervision unterstützt werden. Das Personal sollte einmal pro Jahr oder spätestens alle zwei Jahre per Geheimwahl bestätigt oder neu gewählt werden. Die

Besetzung der Koordinationen durch mehrere Personen erhöht die Legitimation und die Qualität ihrer Arbeit, macht sie offener für die Kommunikation nach innen und nach außen und baut mögliche Überforderungen ab.

- g) **Strukturelle Förderung der Vielfalt.** Gleich und Gleich gesellt sich gern. Konsensmechanismen tendieren dazu, die Zusammensetzung von Gruppen zu uniformieren. Ein Drittel der Kölner Anwohnerschaft hat einen Migrationshintergrund, aber dieser Teil ist in vielen Organen der Agora und in den Veedel-Organen stark unterrepräsentiert. Deshalb werden Regeln gebraucht, die dem „Unter sich“ entgegenwirken und eine gewisse Vielfalt (Gleichberechtigung der Geschlechter, der Generationen, der Kulturen, der Disziplinen, der sozialen Milieus) garantieren. Vielfalt kann für die Bewegung am besten gewonnen werden, wenn sie von einer Vielfalt angesprochen wird.
- h) **Fest geschriebene Strukturen und Regeln. Eine verständliche und vollständige Satzung, die für alle zugänglich ist** (klare legitimierte Regeln dienen als Vorbeugung von Konflikten). **Protokollierung und Veröffentlichung der Entscheidungen der wichtigsten Organen** (Protokolle sind offizielle Dokumente), so dass sich Neuen schneller einarbeiten können und die gleichen Entscheidungen nicht wiederholt getroffen werden müssen.
- i) **Langfristige Planung der Tage des guten Lebens und der Jahresschwerpunktthemen (zwei Jahre-Takt). Stellenplan für sechs Monate bzw. für ein Jahr.** Bisher hat die Agora Köln kurzfristig geplant. Finanzielle Mittel werden für Aktivitäten in den nächsten Monate beantragt, Honorare werden nur für 1-3 Monate beschlossen. Aber nachbarschaftliche Prozesse, Vertrauen oder gute Kampagnen zu den Jahresschwerpunktthemen benötigen Zeit. Deswegen sollen für bestimmte Aufgaben auch längerfristig stabile Finanzmittel akquiriert und verplant werden.

2.4 Interne Kommunikation und Personalmanagement

Man kann Menschen an die Bewegung binden, wenn man sich für sie interessiert und Möglichkeiten für die Entfaltung ihres Potentials schafft. Für eine gute Zusammenarbeit ist eine Beachtung sowohl der sachlichen als auch der emotionalen Ebene wichtig. Je größer und vielfältiger eine Gruppe ist, desto mehr benötigt sie (neben gemeinsamen Regeln) gute Vermittler, Moderatoren und Konfliktmanager.

Die Interne Kommunikation betrifft auch das Strukturieren der internen Informationsflüsse: jeder sollte die Informationen bekommen, die er braucht; Überforderung/Belastung durch Hyperinformation sollte womöglich vermieden werden. Manche Personen benötigen eine intensive Kommunikation; andere Personen steigen aus dem Kommunikationsfluss aus, wenn die Emails zu viele werden.

Die Strategie:

- a) **Team Supervision.** Zu dem entsprechenden Team sollten Personen gehören, die eine gewisse Kompetenz in den Bereichen Psychologie, Kommunikation, Gruppendynamik,

Coaching und/oder Moderation vorzuweisen haben – und eine breite Akzeptanz in der Agora Köln genießen.

Aufgaben des Teams:

- Konfliktmanagement (Schweigepflicht beachten).
 - Teilnehmende Beobachtung bei Nachbarschaftstreffen, Ko-Kreis-Treffen, Beiratstreffen oder punktuell bei wichtigen Email-Verteilern. Danach Feedback und Beratung, um Kommunikationsprozesse zu verbessern.
 - Beratung bei der Gruppenbildung und der Besetzung von Positionen. Die Atmosphäre in den Gruppen hängt auch davon ab.
 - Durchführung von Befragungen zur Motivation und Erstellung von Soziogrammen. Sehr viel wird bei Treffen nicht unbedingt laut angesprochen.
- b) **Team Mitgliederverwaltung/Personalmanagement.** Die "Verwaltung" der Mitglieder soll der Entfaltung des menschlichen Potenzials in der Agora dienen und entsprechend gestaltet werden. Die Erfassung neuer Mitglieder soll ihre Kompetenzen, ihre Interessen und ihre Motivation beinhalten, so dass sie persönlich angesprochen werden und „Räume“ und „Aufgaben“ in der Agora auf die Person zugeschnitten werden können. Die Mitgliederverwaltung soll im Sinne einer aktiven Personalpolitik ausgebaut werden. Zu dieser Aufgabe sollte auch das oben genannte Internet-Tool der Agora dienen.
- c) **Weiterbildung** (im Rahmen einer Agora Akademie). Schulungen für die Verantwortlichen der internen Kommunikation in den Nachbarschaften, Workshops zum Thema Koordination.
- d) **Vernetzung, Veranstaltungen und Rituale.** Neben Netzwerktreffen mit einer vordefinierten Agenda sollten andere Formate angeboten werden (z.B. Vernetzungsparties, ungewöhnliche Städteführungen), die Kommunikation und Zusammenhalt stärker fördern.
- e) **Interne Medien.** Der Agora-Newsletter und die Agora-Website sollten sich als gemeinsames Medium etablieren, auch für die Kommunikation in den Veedel. Jede Gruppe sollte Beiträge liefern.

2.5 Inhaltliche Arbeit und Stadttransformation

In vielen Organisationen, Verbänden oder Parteien gibt es Arbeitsgruppen zu den verschiedensten Themen: Mobilität, Wirtschaft, Soziales usw. Diese Spezialisierung entspricht zwar den Partikularinteressen der Teilnehmer, führt aber zu einer Parzellierung der Kräfte und zu einem Nebeneinander von Aktionen, die in der gleichen Organisation um Aufmerksamkeit und Ressourcen konkurrieren. Die Vielfalt allein dient der schrittweisen Stadttransformation nicht. Nur wenn sie eine Einheit bildet, kann eine Bewegung wirklich bewegen. Deshalb sollten jedes Jahr die Kräfte auf einen bestimmten Schritt in der Stadttransformation konzentriert werden. Die Zusammenarbeit sollte dazu führen, dass das gemeinsame *Jahresschwerpunktthema* aus mehreren Blickwinkeln ausgearbeitet wird, so dass die Inhalte breitere Teile der Bevölkerung ansprechen und keine „Expertenlyrik“ bleiben. Was passiert, wenn nicht nur Wissenschaftler, sondern auch Künstler und Anwohner an

einem Leitbild für nachhaltige Mobilität mitwirken? Was passiert, wenn die Künstler und die Anwohner selbst Aktionen in den Veedeln gestalten, um eine „andere Mobilität“ erlebbar zu machen? Was passiert, wenn die Anwohner die eigene Straße dauerhaft zu einem Labor alternativer Verkehrspolitik umwandeln?

Durch die Reihenfolge der Schwerpunktthemen sollte die Bewegung die eigene inhaltliche Kompetenz ausbauen und progressiv erweitern, wobei jedes Jahr der Tag des guten Lebens nachhaltiger gestaltet wird.

Trotzdem sollte am Tag des guten Lebens das Jahresschwerpunktthema eine besondere Visibilität bekommen. Dieser Tag ist der Höhepunkt einer stadtübergreifenden Kampagne dazu.

Zur Strategie:

- a) **Zwei Jahre-Planung.** Jedes Jahr sollte das Jahresschwerpunktthema für das übernächste Jahr bei einem Netzwerktreffen beschlossen werden. Eine entsprechende kompetente Themengruppe sollte bei einem gesamtstädtischen Symposium mit allen relevanten Akteuren gebildet werden, das vom AK Kampagnen und Zentralprogramm gemeinsam mit dem AK Interne Kommunikation organisiert wird. Dabei sollte ein Grundkonzept des Jahresschwerpunktthemas verfasst und eine gemeinsame Kampagne vorbereitet werden. An der Verfassung des Konzeptes sollten sich auch bereits existierende Themengruppen beteiligen. Diese Zusammenarbeit würde einem Wissens- und Erfahrungstransfer über die Organisation des Jahresschwerpunktthemas dienen, aber auch inhaltliche Zusammenhänge bewusst machen (z.B. zwischen Mobilität und Freiraum) und entsprechende Synergien schaffen. Ein Workshop oder Symposium mit allen relevanten Akteuren der Stadt könnte als Auftakt genutzt werden, um das Konzept zu verfassen und die Themengruppe zu bilden.
- b) **Ideenwettbewerb** zu zwei Aspekten des geplanten Jahresschwerpunktthemas :
 - (1) Konkrete Schritte der Transformation in der Stadt Köln (z.B. beim Schwerpunktthema Mobilität 2013: die Straße XY soll dauerhaft autofrei sein). Die ausgezeichnete Idee wird zum konkreten Ziel der Agora Köln, die sich für seine Umsetzung einsetzt. Nur so bleibt die Kampagne nicht allein eine theoretische Aufklärung, sondern führt zu mindestens einer konkreten Änderung in der Stadt. Die Bürger und die Nachbarschaften spüren, dass man gemeinsam tatsächlich etwas bewegen kann.
 - (2) Aktionen zum Jahresschwerpunktthema. Die ersten drei/fünf Aktionen, die von der Jury gewählt worden sind, sollen in die Finanzierungspläne der Agora Köln aufgenommen werden, sprich selbst durch die Agora finanziert werden. Sie werden am Tag des guten Lebens realisiert bzw. umgesetzt.
Eine Jury von Persönlichkeiten aus dem öffentlichen Lebens soll eine Auszeichnung vergeben.
- c) **Zusammenarbeit mit den Veedeln.** Die Veedeln, in denen der Tag des guten Lebens stattfindet, sind Labore für das bessere Leben. Hier kann die Agora Köln gemeinsam mit den Anwohnern inhaltliche Akzente setzen und das Jahresschwerpunktthema erlebbar/sichtbar

machen. Durch die Verbindung mit dem Tag bekommt die Kampagne eine besondere Medienwirksamkeit.

Deshalb sollen die Themengruppen mit den betroffenen Veedeln eng zusammenarbeiten und die Anwohner zu den eigenen Treffen einladen, so dass Ziele und Aktionen gemeinsam definiert und nicht als Fremdbestimmung erlebt werden.

Vor dem Tag des guten Lebens sollte eine Informationskampagne im betroffenen Veedel stattfinden, so dass sich jeder Anwohner das Jahresschwerpunktthema zu eigen macht und sich Inhalte am Tag selbst im Programm auswirken.

Die Transformation sollte aber auch über den Tag des guten Lebens hinaus stattfinden. Die mobilisierten Nachbarschaften sollten ein „Handbuch der Transformation“ in die Hand bekommen (es kann auch ein Online-Format haben), z.B. mit Best-Practice-Beispielen: Wie kann ich meine Straße und mein Veedel lebenswerter und nachhaltiger gestalten?

Die Agora Köln soll diese Prozesse dauerhaft unterstützen, zum Beispiel durch Kompetenz, durch entsprechende Förderanträge oder Foren für den Wissens- und Erfahrungstransfer.

d) Beobachtung der Stadtentwicklung. Förderung der Diskussion. Gemeinsame Stellungnahmen zum aktuellen politischen Geschehen. Pressearbeit. Einflussnahme.

Die Agora Köln braucht eine Art „Stadtparlament“, das effizient politische und inhaltliche Fragen behandeln kann – und doch mit einer gewissen Legitimation und Repräsentativität. Der jetzige Beirat kann diese Funktion übernehmen, wenn ein anderes Organ geschaffen wird, das die operativen Aufgaben übernimmt.

3. Maßnahmen

3.1 Corporate Identity und Corporate Design der Agora Köln

Der Tag der guten Lebens verfügt über eine visuelle Wiedererkennbarkeit, die Agora Köln (d.h. die Gemeinsamkeit, die darüber hinaus geht) noch nicht. In der öffentlichen Wahrnehmung bleibt die Agora im Schatten des Tag des guten Lebens. Es ist der Tag des guten Lebens, der auch intern als gemeinsames Identifikationsmoment gilt – und nicht die eigentliche gemeinsame Plattform, die gemeinsamen Ziele, das gemeinsame Selbstverständnis.

Deshalb:

- a) die Agora Köln benötigt eine eigene Corporate Identity (CI) und ein eigenes Corporate Design (CD), um intern und extern aufgewertet zu werden.
- b) der Prozess zur Definition einer CI/eines CD der Agora Köln soll partizipatorisch gestaltet werden, um selbst zu einer Klärung/Stärkung des gemeinsamen Rahmens (des Wir) beizutragen. In der CI/im CD soll sowohl die Vielfalt als auch die Einheit erkennbar sein.

c) Der partizipatorische Prozess soll dazu führen, dass man sich die Vielfalt (Themengruppen, AKs, Veedeln, Mitglieder der Agora) mit den Ergebnissen identifiziert. Nur dann wird das gemeinsame CD konsequent auf jeder Ebene angewendet werden.

Was wird benötigt?

a) Ein kleines Team von motivierten Designern, die eine Kompetenz im Bezug auf partizipativen Prozessen mitbringt. Dieses Team sollte ein Interesse haben, mittelfristig mit der oder in der Agora Köln zu arbeiten – ein fertiges CD, das danach von Laien angewendet wird, bringt nämlich nicht viel. Designer arbeiten ungerne mit einem CD, das von anderen entworfen worden ist. Gleichzeitig sollte das CI in einfachen Vorlagen aufbereitet werden, die auch Laien erlauben, Dokumente zu erstellen.

b) Der Auftrag an die Designer muss am Anfang klar definiert, die Vorgehensweise im Voraus gemeinsam abgestimmt und dann legitimiert werden. Nur so vermeidet man falsche Erwartungen und potenzielle Enttäuschungen.

Vorhandene Ressourcen:

a) Mitglieder des Agora-Netzwerkes: ecosign / Akademie für Gestaltung, Köln (www.ecosign.net), Agentur Dunckelfeld (www.dunckelfeld.de).

b) Zwei kompetente ecosign-Studenten (Aaron Wolber, Jonathan Schäper) haben schon 2012 versucht, einen partizipatorischen Prozess zur Entwicklung des CD der Agora Köln zu unterstützen. Inzwischen haben sie sich verstärkt mit „partizipatorischem Design“ auseinandergesetzt und erste Erfahrungen in diesem Feld gesammelt. Partizipatorisches Design wird Thema ihrer Diplomarbeit sein.

c) Die Designerin Sandra Vollbach hat ihren Schwerpunkt im Bereich Nachhaltigkeit und Partizipation. Sie wollte 2013 den Design-Bereich der Agora Köln mit Katharina Schwarz koordinieren. Dieser Kontakt könnte wieder aktiviert werden.

d) Mögliche Beratung durch Prof. Claudia Mareis (u.a. Autorin von „Wer gestaltet die Gestaltung?: Praxis, Theorie und Geschichte des partizipatorischen Designs“, 2013). Davide Brocchi hat immer wieder mit ihr zusammengearbeitet, zum Beispiel bei der Entwicklung des CD von Kulturattac, 2003.

3.2 Website der Agora Köln (Internet-Tool)

Während die Website www.tagdesgutenlebens.de in den letzten zwei Jahren relativ gut entwickelt und aktualisiert worden ist, gibt es bisher kein klares Konzept für die Website der Agora Köln (www.agorakoeln.de).

Sie könnte **ein Bündel wichtiger Funktionen** übernehmen:

- a) Presse- und Öffentlichkeitsarbeit: den Bekanntheitsgrad der Agora Köln steigern; die Öffentlichkeit über die Aktivitäten der Bewegung und die Möglichkeiten des Engagements informieren; einen Agorist (Individuum oder Organisation) pro Monat vorstellen...
- b) Politische Einflussnahme: Stellungnahmen, Artikel zum Jahresschwerpunktthema...
- c) Anwerbung neuer Mitglieder, Mitgliederverwaltung und Personalmanagement: Die psychologische Hemmschwelle ist in der virtuellen Kommunikation oft niedriger, sodass Anwohner auf dieser Art und Weise leichter zum Teil einer Straßennachbarschaft oder der Agora Köln werden können. Interessenten füllen einfach ein Internet-Formular aus und

schicken es ab. Dadurch würden sie ein eigenes Profil im Intranet-Bereich der Plattform einrichten, den gewählten Gruppen beitreten und sich hier für andere Mitglieder sichtbar machen. Die Informationen aus dem Formular würden dem Personalmanagement dienen und eine persönlichere Ansprache vereinfachen. Über die interne Suchmaschine würde man Personen mit den benötigten Kompetenzen finden können. Die Fähigkeiten und Talente der Mitglieder werden festgehalten und können so bei Bedarf abgefragt werden. Die zentrale Frage hier ist: Was können und wollen die Mitglieder für die Agora Köln leisten?

- d) Internes Informationsorgan: Aktivitäten, Termine, Gruppen, Ansprechpartner, Liste der Mitglieder intern bekannt machen.
- e) Wissensmanagement: alle wichtige offizielle Dokumente ordnen und zugänglich machen (Selbstverständnis, Stellungnahmen, Pressemitteilungen, Protokolle, Beschlüsse, Struktur der Agora Köln, Bilanzen, Ideen/Best-Practices für die Transformation in der Nachbarschaft...).
- f) Managementtool: Mitglieder, Termine, Aktivitäten, Gruppen verwalten und koordinieren.
- g) Kommunikationstool: für jede Gruppe (Straßennachbarschaft, Veedel, Themengruppe, Arbeitskreis, Beirat, Netzwerk) stünde einen eigenen Kommunikationsbereich zur Verfügung. Innerhalb dieses Bereichs können entsprechende Termine bekannt gemacht werden. Suchanfragen und Angebote in der Nachbarschaft können auf einem virtuellen schwarzen Brett veröffentlicht werden. Als Mitglied einer Straßennachbarschaft hätte man die Möglichkeit zu sehen, welche Nachbarn zur Gruppe gehören. Das Tool kann das Teilen in der Nachbarschaft ermöglichen oder zumindest unterstützen.
- h) Finanzierung: Die Agora Köln ist eine Plattform von Bürgern, die Köln stärker mitgestalten wollen. Sie könnten selbst die schrittweise Transformation der Stadt (Tag des guten Lebens inbegriffen) durch einen jährlichen finanziellen Beitrag fördern. Wenn 10.000 Bürger 2 Euro oder 10 Euro pro Jahr zahlen, stehen für gemeinsame Aktivitäten 20.000 bzw. 100.000 Euro zur Verfügung. Mögliche Botschaft: Steuer zahlt man um öffentliche Schulden zu begleichen; einen bescheidenen Beitrag bei der Agora, um die eigene Stadt lebenswerter zu gestalten. Über die Website kann man für Sponsoring und Spenden werben.
- i) Logistische Unterstützung von Gruppen: In welchen Raum können wir uns treffen? Das ist eine typische Frage, die man sich in Gruppen stellt. Nach einer Bestandaufnahme könnten solche Räume über das Tool bekannt gemacht werden.
- j) Online-Abstimmungen.

Zielgruppen:

- a) Individuen, Organisationen (samt Mitglieder), die bereits zur Agora Köln gehören.
- b) Die Anwohner der Stadt (der Straßen und der Stadtteile) sowie die Besucher des Tag des guten Lebens. Die Adresse des Internet-Formulars für die Mitgliedschaft und für den Zugang zum Internet-Tool sollte relativ leicht zu merken sein, so dass man sie in der Presse, in Flyer und Broschüren veröffentlichen kann.
- c) „Organisationen“ (Initiativen, Gruppen, Schulen, Geschäfte...), die noch nicht Mitglied der Agora Köln sind – und es evtl. werden wollen.
- d) Hauptzielgruppe der virtuellen Plattform sind nicht unbedingt Menschen, die bereits Mitglied in vielen anderen social communities sind (s.g. Nerds ;-)). Der Vorteil einer Agora-Social Community wäre die enge Verbindung bzw. die enge Wechselwirkung mit „realen“ Kommunikationsprozessen.
- e) Presse.

Die Website (das mögliche Ergebnis, nur zur Orientierung):

- Öffentlicher Bereich: Blog (aktuelle Nachrichten aus Gruppen, Stellungnahmen, Berichte, Aktionen); die Agora Köln (Selbstverständnis, Chronik, Struktur und Ansprechpartner, Dokumente zum Download); Veedel (Ehrenfeld, Sülz...); Jahresschwerpunktthema; Agorist des Monats; Tag des guten Lebens (Link zur entsprechenden Website); Kalender mit den Terminen für die Öffentlichkeit; Presse (Pressemitteilungen, Pressespiegel, Bildmaterial); Spenden; Werde AgoristIn; Impressum.
- Button „Werde AgoristIn“. Schritte zur Mitgliedschaft: (a) Einleitung; (b) Option „Mitgliedschaft als Person oder als Organisation“; (c) die Ziele der Agora Köln (die Voraussetzung für die Mitgliedschaft ist ihre Unterzeichnung [Mitgliedschaft = sich zu einer Haltung]. Man kann aber Straßennachbarschaften beitreten, ohne die Ziele der Agora zu unterzeichnen); (d) Formular (persönliche Angaben, Foto, Motivation, Kompetenzen, Ressourcen, Ideen...); (e) Präferenzen (welche Informationen wünscht man, welche Gruppe/n will man beitreten [zum Beispiel Straßennachbarschaft], sonstige Wünsche); (f) finanzieller Jahresbeitrag für die Agora Köln (freiwillig).

Alle Informationen dürfen nur von bestimmten Verantwortlichen gesichtet werden (z.B. Personalmanagement, Veedel-Koordination). In den Gruppen, den die Person beigetreten ist, wird das Profil (ein Teil der Informationen) für die anderen Mitglieder sichtbar.

Wer Mitglied wird, bekommt einen Zugang zum Intranet-Bereich.

- Intranet-Bereich: Jedes Mitglied bekommt persönliche Zugangsdaten. Auf der eigenen automatisch personalisierten Seite im Intranet-Bereich findet man die Liste der Gruppen, zu denen man gehört. Gruppen sind zum Beispiel: Netzwerk der Agora Köln (die umfassendste Gruppe); Arbeitskreise; Themengruppen; Teams; Projekte; Veedel; Straßennachbarschaft. Durch ihr Anklicken kommt man in den entsprechenden Kommunikationsbereich. Auf der rechten Spalte findet man die Namen der Koordinatoren: Man kann sie persönlich kontaktieren oder ihr Profil besuchen. Unter den Namen der Koordinatoren findet man die Liste der nächsten Termine (von aller Gruppen, zu denen man gehört). In der zentralen Hauptspalte steht das schwarze Brett der Gruppe, mit den letzten Nachrichten der Mailingliste, Suchanzeigen, Angebote, Berichte... Im Bereich „Wissensmanagement“ findet man die wichtigsten Dokumente der Gruppe. Im Bereich „Agoristen“ die Liste aller Mitglieder der Gruppe. Persönlich können sie nur über die Koordinatoren kontaktiert werden.
- Intranet-Bereich für Koordinatoren: Sie verfügen über weitere Tools, zum Beispiel die Möglichkeit im Blog Texte oder im Kalender Termine zu veröffentlichen; sie können neue Mitglieder annehmen oder das virtuelle schwarze Brett moderieren; sie können Dokumente posten oder die Tabelle der verfügbaren Räume sichten.

Vorbilder (potenzielle Kooperationen):

- www.wirnachbarn.com: Das lokale Netzwerk für Nachbarn (sich vorstellen, austauschen, unterstützen)

Ressourcen:

- a) Die Webagentur Dunckelfeld (www.dunckelfeld.de) ist Mitglied der Agora Köln und hat Interesse an dem Vorhaben signalisiert.

- b) Ein Posten im Antrag „Zusammenleben in der Stadt“ an das Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung betrifft diese Maßnahme (20.000 Euro beantragt).
- c) Man findet viele bereits programmierte Webmodule kostenlos (z.B. buddypress) oder für wenig Geld.

3.3 Agora Akademie

Zur Agora Köln gehören Organisationen und Menschen, die teilweise über großes Know-how und eine langjährige Erfahrung verfügen. In Köln und Umgebung haben bereits kleine und große Versuche des gesellschaftlichen Wandels stattgefunden. Insbesondere mit der zweifachen Durchführung des Tag des guten Lebens und der vorlaufenden Netzwerkarbeit hat die Agora Köln ein einzigartiges Erfahrungswissen. Was können die neuen Pioniere des Wandels von den alten lernen? Weil Nachhaltigkeit ein Synonym von individueller und kollektiver Lernfähigkeit ist, stellt sich die Frage, wie gesellschaftsrelevantes Wissen in der Agora und in der Stadt verknüpft und verfügbar gemacht werden kann.

Die Agora Akademie ist kein fixer Ort, sondern ein Format für den Wissens- und Erfahrungstransfer unter den verschiedenen gesellschaftlichen Akteuren der Stadt und ein Forum über die verschiedenen Aspekte der Stadttransformation.

In diesem Rahmen konzipiert jedes Jahr der AK Bewegung eine Veranstaltungsreihe von 4-6 Terminen. Bei jedem Termin wird ein Thema behandelt (z.B. Motivation und Gruppendynamik; Bürgerinitiativen in Köln; Nachbarschaft in der globalisierten Stadt; Vertrauen und Misstrauen; Nachhaltigkeit im Veedel; wie koordiniert man eine Gruppe; wie arbeitet eine Stadtverwaltung; Nahrungssicherheit in der Stadt; Kunst und Politik).

Zu diesem Thema werden zwei/drei „Experten“ aus Köln eingeladen, die kurze Impulse liefern, um eine Diskussion unter den TeilnehmerInnen anzuregen. Der AK Bewegung moderiert den Abend. Wichtige Ergebnisse werden dokumentiert und über das Netzwerk bekannt gemacht.

Idealer Ort für eine solche Veranstaltungsreihe sind die Bürgerzentren in den verschiedenen Bezirken. Die Agora Köln konnte mit ihnen eine Kooperation eingehen (manche Bürgerzentren sind bereits Mitglied der Plattform).

Man kann aber auch ungewöhnlichere und zum Thema passendere Orte wählen (zum Beispiel das Comedia Theater oder das Kunsthaus Rhenania beim Thema Kunst).

3.4 Agorabar (Vernetzungsparties)

Zwei Mal pro Jahr sollten Vernetzungsparties der Agora Köln veranstaltet werden, wobei alle Mitglieder bzw. alle aktive und interessierte BürgerInnen aus den verschiedenen Stadtteilen eingeladen werden.

Durch die Veranstaltung sollten Motivation und Vernetzung gefördert werden. Die Atmosphäre wäre entsprechend informell und offen.

Bei jedem Termin soll ein DJ und/oder eine Band auftreten, die sich für eine lebenswerte Stadt stark machen möchte und mit Musik BürgerInnen motivieren will, sich dafür zu engagieren. Auch Performance oder Begrüßungen von Kölner Persönlichkeiten konnten dazu dienen. An diesen Abenden konnten Getränke verkauft und Spenden gesammelt werden.

Ressourcen:

- Sabine Röser (StadtWaldHolz, www.stadtwaldholz.de): "Ich habe mit Wilfried besprochen, dass wir doch ein guter Veranstaltungsort dafür sein könnten. Durch die Partyreihe 'Kulturkuss' haben wir mittlerweile das Know how und einen Teil des Equipments. "

3.5 Katalysatorenteam

Beim Netzwerktreffen am 15. November 2014 wurde beschlossen, dass die Anwohner der Stadt eingeladen werden, die Organisation des „Tag des guten Lebens“ im Mai 2015 in Sülz zu unterstützen. Für die Bündelung und die Kanalisierung dieser Kräfte ist der AK Bewegung zuständig. Vor diesem Hintergrund soll in diesem AK ein Team von s.g. „sozialen Katalysatoren“ bzw. von „Change Agents“ gebildet werden, deren Kompetenz durch eine Schulung und regelmäßige Supervisionstreffen ständig gesteigert wird.

Die Aufgaben dieses Teams sind:

- Mobilisierung der Anwohnerschaft in neuen Stadtteilen;
- Unterstützung von nachbarschaftlichen und organisatorischen Prozessen, bis zum Tag des guten Lebens und über den Tag des guten Lebens hinaus;
- Verfassung eines „Handbuch zur Transition Neighbourhood“ (mit Best-Practice-Beispielen) und Betreuung/Beratung/Unterstützung von entsprechenden Prozessen;
- Realisierung bzw. Unterstützung der stadtübergreifenden Kampagnen zum Jahresschwerpunktthema der Agora Köln, auch mit kreativen Aktionen.

Hierbei sollen auch bestehenden Akteure, die eine ähnliche breite, partizipative und aktivierende Perspektive auf Veedelsarbeit haben, wie zum Beispiel "Deutz Dialog" in Deutz oder "Birlikte/Keupstraße ist überall" in Mülheim eingebunden werden.

3.6 Agorist des Semesters

Ein Netzwerk kann nur dann gut funktionieren, wenn die Beziehungen zwischen Teil und Ganzem auf einer Reziprozität basiert. Deshalb soll eine Mitgliederorganisation, ein Veedel oder eine Themengruppe, die sich durch die eigene Arbeit in der Agora Köln besonders ausgezeichnet hat, für ein Semester symbolisch den Schlüssel der Agora Köln in die Hand bekommen. Durch den Schlüssel bekommt die Unterstützerorganisation oder den Veedel eine besondere Unterstützung durch die verschiedenen Arbeitskreise bei eigenen Projekten, die auf mehr Nachhaltigkeit in der Stadt zielen.

Beispielsweise könnte die Agora Köln das Projekt Kasimir von "wielebenwir e.V." noch bekannter machen. Kasimir könnte auf der Agora-Webseite, auf Facebook und in dem Agora-Newsletter vorgestellt werden. Über die Agora Köln könnte die "Gartenwerkstadt Ehrenfeld e.V." zu Gartenfesten einladen oder das "Netzwerk Urbanes Grün Köln" für Saatgutbörsen werben.

Subkulturelle Zentren könnten durch eine Pressemeldung unterstützt werden. Das Supervisionsteam könnte dem AstA der Universität zu Köln helfen, eine Willkommenskultur aufzubauen.

Die Agora Köln bietet sehr viele Möglichkeiten. In ihr ist viel Wissen, sind Fähigkeiten und zahlreiche Talente vereinigt. Dieses Instrument würde den Mitgliedern etwas bringen und sie mit der Agora Köln verflechten. Insgesamt würde auch die Sichtbarkeit der Agora Köln verbessert.

4. Auflösung des AK Bewegung

Der Arbeitskreis Bewegung ergibt in der bisherigen Form keinen Sinn mehr und sollte aufgelöst werden. Die wichtigsten Gründe:

- a) Der AK hat sich schon 2014 praktisch aufgelöst und das Interesse an diesem Arbeitskreis war gering. Es ist sehr schwierig, den AK Bewegung in dieser Form neu zu beleben.
- b) Die Gemeinsamkeiten jenseits des Tag des guten Lebens und die Einheit der Bewegung (die Agora Köln) dürfen nicht auf einen AK allein reduziert und von wenige Personen vertreten werden, sondern müssen von allen Mitgliedern, allen Organen und Nachbarschaften mitgetragen und mitgestaltet werden. Die Agora Köln ist dort, wo Anwohner aktiv werden und sich zu den Zielen und Werten bekennen, die sowieso hinter dem Tag des guten Lebens sind.
- c) Das Strukturteam hat zu seiner ersten Priorität eine Zerschlagung des bisherigen Aufgabenbereichs des AK Bewegung und die Übernahme von Teilen davon durch neue Teams (Personalmanagement u.a.) vorgeschlagen. Ein Team Supervision hat sich bereits gegründet und arbeitet unabhängig vom AK Bewegung.
- d) Die Personen, die sich in den Veedel mit der Nachbarschaftsarbeit oder mit der internen Kommunikation beschäftigen, identifizieren sich mit dem AK Bewegung nicht.

Folgende Organe sollten die bisherigen Aufgaben des AK Bewegung übernehmen:

- a) Beirat (nach Umbenennung): Neben dem Netzwerktreffen ist er der eigentliche Integrationsmoment der Bewegung. Er sollte sich künftig stärker mit Strategien und einer politischen Positionierung der Bewegung beschäftigen und weniger mit operativen Aufgaben. Durch den Beirat sollte sich die Agora auch „politisch“ stärker einmischen.
- b) AK Interne Kommunikation & Nachbarschaftsarbeit: Dieser AK wäre für die Organisation der internen Veranstaltungen zuständig (Netzwerktreffen, Beiratstreffen, Agora Akademie, Agorabar-Parties...). Zusätzlich wurde der AK den Austausch, die Kooperation und eine Gesamtkoordination zwischen verschiedenen Teams und Beauftragten ermöglichen, dessen Aufgabenbereiche sich überschneiden oder stark kongruent sind (Sekretariat, Team Strukturen, Team Supervision, Team Personalmanagement & Mitgliederverwaltung, Nachbarschaftsarbeit). Diese Teams und Beauftragte wären in der AK Koordination vertreten und würden sich in diesem Rahmen immer wieder treffen.
- c) Die Kampagnenarbeit und die inhaltliche Arbeit würden im AK Kampagnen & Zentralprogramm bzw. in den Themengruppen stattfinden.

5. Plan 2015

| | 01 | 02 | 03 | 04 | 05 | 06 | 07 | 08 | 09 | 10 | 11 | 12 |
|--|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| Entwicklung CI/CD der Agora Köln | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | |
| Website Agora / Tool | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | |
| Netzwerktreffen | | ■ | | | | ■ | | | | ■ | | |
| Agora Akademie | | ■ | | ■ | | | | | ■ | | ■ | |
| Agorabar (Vernetzungsparties) | | | ■ | | | | | | | ■ | | |
| Kathalysatorenteam: Aufbau und Schulung | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | |
| Kathalysatorenteam: Einsatz in Sülz / TdGL | | | ■ | ■ | ■ | | | | | | | |

6. Finanzen

Allgemein:

- Bisher hat sich die Arbeit vom AK Ökonomie primär auf den Tag des guten Lebens konzentriert. Andere Aktivitäten, wie die Mobilitätsgipfel, waren relativ kostengünstig (Raummiete, etc.) und wurden aus den "Überschüssen" vom Tag des guten Lebens finanziert. Für die erste Entwicklungsphase der Agora Köln war diese Fokussierung geboten. Für eine stabile Infrastruktur oder (bezahlte) inhaltliche Arbeit waren bisher jedoch kaum Mittel verfügbar. Künftig sollte auf die gemeinsame Infrastruktur und auf eine verstärkte inhaltliche Arbeit mehr investiert werden: Dadurch würde die Agora Köln noch attraktiver werden und dadurch ihre Einnahmen steigern (z.B. durch mehr Spenden und Mitglieder).
- Die Kapazitäten des AK Ökonomie sollten gesteigert werden, so dass Fundraising und Sponsoring stärker und konsequenter durchgeführt werden.
- In einer Bewegung, die immer breiter und vielfältiger werden möchte, spielt Vertrauen eine zentrale Rolle – und gerade der Finanzbereich sollte so organisiert sein, dass dieses Vertrauen gestützt wird, zum Beispiel durch klare Regeln und Strukturen, die Transparenz, Legitimation und Kontrollmechanismen (Kassenprüfung) garantieren.

6.1 Einnahmen

Ein klareres Profil der Agora Köln, eine stärkere Einheit der und mit den Veedel, ein gemeinsames CI/CD würden sich auch auf die Spendenbereitschaft und auf die Fördermöglichkeiten positiv auswirken.

Für eine langfristige Finanzierung wäre aber wichtig, dass sich die Kölner BürgerInnen auch finanziell an der Mitgestaltung einer eigenen Plattform für eine zukunftsfähige und lebenswerte Stadt beteiligen und dass sie stärker durch den Tag des guten Lebens angebunden werden (s. Online-Portal der Agora Köln).

Die Motivation von Anwohnern, für die Agora Köln einen jährlichen Beitrag zu zahlen, steigt, wenn ein Teil des Betrags genau an die Gruppen geht, in denen sie sich engagieren möchten (z.B. die eigene Straßennachbarschaft, den eigenen Veedel oder die Themengruppe Mobilität). Es sollte deshalb einen Verteilungsschlüssel für solche Beiträge definiert werden (z.B. 50 % des Betrags geht an die gewählten Gruppen, 40 % an die Agora Köln und ggf. 5 % an die Agentur, die die Website programmiert hat). Die Buchhaltung sollte eine entsprechende Budgetierung beinhalten, so dass jede Gruppe immer erfahren darf, wie viel Geld für eigene Aktivitäten zur Verfügung steht.

6.2 Ausgaben

Für die Umsetzung des Konzeptes empfiehlt sich zuerst die Einrichtung folgender Stellen:

- Sekretariat
- Nachbarschaftsarbeit
- AK Kampagnen & Zentralprogramm

Ob die genannten Positionen Teilzeit (50%; ca. 1.200 Euro/Monat) oder Vollzeit sind, hängt von der finanziellen Lage der Agora Köln ab.