



MIT WEBBASIERTEN MEDIEN DIE STADTGESELLSCHAFT MOBILISIEREN

Das Beispiel der urbanauten in München

Mit webbasierten Medien motivieren die urbanauten Bürger und Besucher, sich spontan an politischen Aktionen im öffentlichen Raum zu beteiligen. Aus einem ehrenamtlichen Debattierclub wird ein professionalisierter Akteur der Stadtpolitik.

Prof. Dr. Claus-C. Wiegandt

ist Professor für Stadt- und Regionalgeographie an der Universität in Bonn. Seine Forschungsschwerpunkte liegen in der Zukunft des öffentlichen Raums und der Produktion der baulichen Umwelt. Veränderte Akteurskonstellationen für das Bau- und Planungsgeschehen in Deutschland, aber auch in vielen anderen europäischen Staaten, und veränderte Planungsprozesse sind für diese Herangehensweise leitend. Gleichzeitig bestimmt das Handeln von Nutzern und Bürgern in Städten seine Forschungstätigkeit.
wiegandt@uni-bonn.de

Die urbanauten sind eine zivilgesellschaftliche Gruppe in München, die sich seit 15 Jahren mit öffentlichen Räumen in der Landeshauptstadt beschäftigt. Sie sensibilisieren die Stadtgesellschaft auf unkonventionellen Wegen für die Bedeutung, Nutzung und Gestaltung öffentlicher Räume.

Als ein interdisziplinärer studentischer Debattierclub gegründet, um die stadtentwicklungspolitische Debatte Mün-

chens aufzumischen, hat sich aus dem ehrenamtlichen Engagement der urbanauten im Laufe der Jahre ein eigenes Unternehmen entwickelt, das zunehmend auf die Organisation und Durchführung temporärer Feste und Proteste im öffentlichen Raum zielt. Zudem wird der Diskurs über öffentliche Räume durch Tagungen und Forschungsprojekte vorangebracht. Ohne den Einsatz der webbasierten Medien wäre der Erfolg der urbanauten nicht denkbar.

Phantasievolle Aktionen zur Belebung öffentlicher Räume in München

Den urbanauten geht es sowohl bei den politisch motivierten Aktionen als auch den geschäftlichen Aktivitäten der Festivals im öffentlichen Raum immer in einer konstruktiven Weise um die Nutzung der öffentlichen Räume durch die Bürger und Besucher der Stadt.

Heute sind der „Kulturstrand“, der „Corso Leopold“ und „Play me, I'm Yours“ die drei bekanntesten Projekte der urbanauten, die inzwischen regelmäßig stattfinden. Dies sind gleichzeitig kulturelle und politische wie auch kommerzielle Projekte, die mittlerweile die Haupteinnahmequelle für die urbanauten darstellen.

Auch wenn für die Organisation der Veranstaltungen zwei Tochter-GmbHs und zwei assoziierte gemeinnützige Vereine gegründet wurden, verstehen die urbanauten ihre Projekte als „nicht kommerziell und nicht gewinnorientiert“. Alle „Gewinne“ werden in den Folgejahren in Kunst- und Kulturprojekte im öffentlichen Raum, aber auch in die inhaltliche Arbeit („Tutzinger Erklärung“; Tagung zum Bodenrecht usw.) reinvestiert.

- Der „Kulturstrand“ fand im Sommer temporär an immer wieder neuen Orten in der Stadt statt. An verschiedenen Orten wurde Sand im öffentlichen Raum ausgekippt, zum Beispiel vor der Ludwig-Maximilian-Universität an der Leopoldstraße, in einem Park am Ufer der Isar oder an anderen prominenten Orten in München, um dort eine Kulturbühne einzurichten, Ausstellungen zu zeigen, Angebote für Kinder oder Sportangebote zu machen, aber auch Getränke zu verkaufen und verwaiste öffentliche Räume zu beleben. Die webbasierten Medien dienen in erster Linie der Organisation der Veranstaltungen und der Mobilisierung der Besucher.

Kurzbeschreibung

Projekt:

München – die urbanauten

Initiator:

Privatpersonen (Benjamin David, Ulrike Bührlen, Stefan Zöller u. a.)

Ort:

München

Laufzeit:

Beginn Herbst 2001

Zeitliche Strukturierung:

immer wieder neue temporäre (Groß-)Projekte, aber auch Fachworkshops und -tagungen

Thema:

Nutzung öffentlicher Räume

Ziel und Zweck:

Anfangs Sensibilisierung für eine alternative Nutzung öffentlicher Räume durch phantasievolle Aktionen; Adressat sind die Münchner Bürger und die Kommunalpolitik; heute verdienen ein knappes Dutzend Mitarbeiter bei den urbanauten ihren Lebensunterhalt durch die Organisation von Veranstaltungen zur temporären Nutzung öffentlicher Räume in München.

Beteiligungsgrad:

Hoch, Information und Mobilisierung von Teilen der Münchner Bevölkerung

Webbasierte Medien:

Mehrere Webseiten; Facebook-Auftritt, Twitter, Newsletter

Link zur Webseite:

<http://www.urbanaut.org/>

Link zum Facebook-Auftritt:

<https://www.facebook.com/dieurbanauten/>

- Der „Corso Leopold“ ist ein riesiges Straßenfest, das zweimal im Jahr stattfindet. Dazu wird die Leopoldstraße, eine der bekanntesten Münchner Prachtstraßen nördlich des Siegestors, an zwei Wochenenden im Jahr für jeweils zwei Tage komplett gesperrt. Über 300.000 Besucher kommen zu diesem Straßenfest. Es wird in geringem Umfang durch die Stadt und inzwischen vor allem durch private Sponsoren wie etwa die Flughafen München GmbH bezuschusst und durch gastronomische Aktivitäten refinanziert. Hier haben die webbasierten Medien eine vergleichbare Funktion wie beim „Kulturstrand“.
- 2017 haben die urbanauten zum vierten Mal das Projekt „Play me, I’m Yours“ gemeinsam mit dem Isarlust e.V. und dem britischen Künstler Luke Jerram über zwei Wochen durchgeführt. 18 gebrauchte Klaviere wurden im öffentlichen Raum in München aufgestellt, die spontan von Bürgern und Besuchern öffentlich bespielt wurden. Dadurch wurden die Orte über 14 Tage bei schönem Wetter in lebendiger und ungewohnter Form genutzt. Die Organisation des Projekts lief vollständig über Facebook als Organisations- und Verbreitungsmedium. Dazu gehören etwa das Akquirieren der Klaviere, die künstlerische Aufbereitung der Klaviere über einen Wettbewerb mit einer eigenen Jury und die Ankündigung der Aktion mit Bekanntmachung der Orte für Interessierte über Facebook. Die Debatte auf Facebook ersetzt die Pressearbeit weitgehend. Das Projekt ist zeitgleich im physischen und virtuellen öffentlichen Raum präsent und zeigt, wie Aufmerksamkeit erreicht werden kann.

Die anderen Aktionen der urbanauten sind mehr oder weniger einmalige Events, die für die öffentlichen Räume sensibilisieren sollen und bei denen der Einsatz der webbasierten Medien im Laufe der Jahre immer wesentlicher wurde. Dazu gehören u.a.

- Flashmobs wie das erste spontane Konzert mit einem Sommerpicknick auf der viel befahrenen Hackerbrücke im Berufsverkehr, bei denen die Normen und Regeln des Aufenthalts im öffentlichen Raum bewusst gebrochen wurden. Für dieses Projekt wurden 2005 erstmals die neuen Medien eingesetzt, um über private E-Mail-Listen Besucher für das Konzert zu aktivieren. Flashmobs sind heute ein gängiges Format für die urbanauten. Sie werden dazu auch von der öffentlichen Hand – etwa als „urbanes Happening“ zu den Münchner Opernfestspielen – oder von Industrieunternehmen beauftragt.
- Kunstaktionen wie die Weiterentwicklung der Flashmobs im Projekt „urbane Schwärme“ („moment of starlings“), die im Kontext des experimentellen Theaterfestivals SPIELART entstanden. In diesem Projekt wurden zehn Flashmobs hintereinander geschaltet, an denen 100 bis 300 Personen teilgenommen haben. Dieses Projekt lebte von SMS, Facebook, Twitter und E-Mail, weil die Teilnehmer über diese Medien eingeladen und von den urbanauten durch den öffentlichen Raum an die zehn Punkte in der Stadt gesteuert wurden. An allen Stellen wurden sie per SMS aufgefordert, jeweils „unmögliche Dinge“ am Rande der üblichen Normen zu machen. Teilnehmer



Foto: Wolfgang Roucka

Corso Leopold



Foto: die urbanauten/Alexandra Müller

Play Me, I’m Yours, Klavier „Metui“ am Wiener Platz



Foto: die urbanauten/Matthias Singer

Moment of Starlings 2009

mussten sich anmelden und wussten bei der Anmeldung nur, dass die Aktion zwei bis drei Stunden dauern würde. Bei Facebook konnte man das Projekt liken, um sich anzumelden. Dort entstanden „wilde Kunsthappenings“, bei

Twitter ein eigener Sender. Für die urbanauten war es bei der Durchführung faszinierend, dass sich über Twitter die Teilnehmer des urbanen Schwarms teilweise selbständig machten und die „Steuerung“ durch die urbanauten modifizierten und unterwanderten. Das „Happening“ fand real und virtuell gleichzeitig statt. Mit dem Smartphone war man in beiden Welten präsent; man konnte es durch die „Teilen-Funktion“ oder das Retweeten auch von zu Hause mitbekommen. Das Projekt zeichnet sich durch eine Verschmelzung von realem Handeln im öffentlichen Raum und gleichzeitigem Reflektieren im virtuellen Raum aus.

Über die Veranstaltungen hinaus versuchen die urbanauten, in generellen Fragen der Münchner Stadtentwicklungspolitik eine Diskussion auszulösen und sich selbst zu positionieren. So haben sie es vor drei Jahren geschafft, überparteilich alle wesentlichen Entscheidungsträger aus München und Experten aus anderen Städten Deutschlands nach Tutzing zu einer Tagung zum Thema öffentlicher Raum einzuladen. Daraus ist die „Tutzingener Erklärung“ zum öffentlichen Raum hervorgegangen, die im Münchner Stadtentwicklungsdiskurs Beachtung gefunden hat und in städtische Dokumente eingegangen ist.

Zum Selbstverständnis der urbanauten

Die urbanauten selbst verstehen sich als „Stadtlabor“ bzw. „Denkfabrik“ zum Thema öffentliche Räume in München und sind nach eigener Einschätzung in keine Schublade einzuordnen. Im Laufe der Jahre haben sie sich allerdings professionalisiert. Sie haben sich zu einer mittelständischen Agentur für Veranstaltungen im öffentlichen Raum mit der Idee entwickelt, öffentliche Räume temporär in ungewöhnlicher Weise zu bespielen und zu nutzen. Sie erscheinen deshalb heute als eine Mischung aus zivilgesellschaftlichem Engagement für eine Politik des öffentlichen Raums in München und aus einem mittelständischen Unternehmen zur Belebung des öffentlichen Raums. Die Unternehmens- und Vereinsziele sind aus den Zielen des zivilgesellschaftlichen Engagements hervorgegangen und werden hier ständig rückgekoppelt. Die Bürger Münchens können den urbanauten nicht direkt beitreten. Es gibt allerdings zwei Vereine,

mit denen eng kooperiert wird, den Corso Leopold e.V. und den Isarlust e.V., die mitgliederschaftlich und basisdemokratisch organisiert sind.

Die Finanzierung der Arbeit setzt sich für die eher politischen Aktionen aus öffentlichen Förderungen sowie Einnahmen aus der Gastronomie bei Straßenfesten und dem Sponsoring zusammen. Seit einigen Jahren hat sich mit der Organisation der Straßenfeste die Arbeit zunehmend zu einer wirtschaftlichen Aktivität entwickelt. Die temporäre Gastronomie im öffentlichen Raum sorgt zwar für eine Belebung des öffentlichen Raums und rechtfertigt dies als wesentliche Einnahmequelle, doch wird selbstkritisch reflektiert, dass sich das „Bier verkaufen“ nicht immer mit den Zielen des bürgerschaftlichen Engagements deckt.

Die Nutzung webbasierter Formate

Die urbanauten nutzen eine eigene Webseite, Facebook, Twitter, YouTube und Instagram. Sie betreiben zudem zahlreiche eigene Newsletter. Im Laufe der Jahre haben sie sich in den sozialen Netzwerken eingerichtet, weil es schnelle Instrumente sind und die Reichweite groß ist. Die Aktivitäten der urbanauten leben heute vor allem von der Mitgliedschaft auf Facebook. Berücksichtigt man alle Teilprojekte, gibt es auf Facebook rund 20.000 Freunde. Das „urbanauten-Mutterschiff“ allein hat rund 8.000 „Likes“ auf Facebook. Die urbanauten selbst verstehen dies als eine moderne und zeitgemäße Form ähnlich einer „Mitgliedschaft“ in einem Verein. Zudem gibt es 16.000 E-Mail-Adressen, die in 92 Gruppen unterteilt sind. Damit kann etwa für die Helfer beim Straßenfest Corso die Arbeit organisiert werden, aber auch direkte Öffentlichkeitsarbeit betrieben werden. Außerdem gibt es einen über die Jahre aufgebauten Presseverteiler mit rund 1.000 E-Mail-Adressen.

Die webbasierten Medien haben für die urbanauten vor allem eine Informations- und Mobilisierungsfunktion für die Mitwirkung der Bürgerschaft an den vielfältigen Aktionen, aber auch eine Organisationsfunktion für die eigene Arbeit und eine Diskursfunktion in der Interaktion mit der Öffentlichkeit. Sie haben für die urbanauten im Laufe der Jahre schleichend an Bedeutung gewonnen. Facebook bringt ihnen nach eigener Einschätzung eine starke Position in der Kommunikation in München. Zur Bekanntmachung ihrer Aktionen und zur Einwerbung von „Sympathisanten“ sind die webbasierten Medien sehr wichtig.

Die Bedeutung der webbasierten Medien unterscheidet sich nach Einschätzung der urbanauten zwischen den einzelnen Projekten erheblich. Vor allem für die Ankündigung von neuen Aktionen sind Facebook und neuerdings auch Instagram zentrale Instrumente zur Information und Aktivierung der Münchner Bürger. Twitter hat für die urbanauten wieder an Bedeutung verloren. Die webbasierten Medien spielen für die Mobilisierung eine wichtige Rolle. Über die neuen Projekte wird auf Facebook geredet, sodass auf diese Weise eine hohe Aufmerksamkeit für die Projekte erzeugt wird. Je innovativer und ungewöhnlicher sich die Projekte darstellen, desto mehr führt dies dazu, dass sich immer mehr Leute für die Interventionen im öffentlichen Raum interessieren. Facebook und die fünf Blogs werden so zu Plattformen, die interessante und ungewöhnliche Geschichten verbreiten.

Die neuen Medien dienen darüber hinaus der Kommunikation und Organisation der eigenen Arbeit. Durch die sozialen Medien, aber auch interne webbasierte Tools wie Slack, Google-Drive und Dropbox ist kein Büro mehr erforderlich, um den Mitarbeitern einen Arbeitsplatz zu stellen. Die neuen Medien ermöglichen schlanke Organisationsstrukturen, weil nur Personalkosten und quasi keine Bürokosten entstehen. Dies eröffnet eine größere Freiheit und Unabhängigkeit bei den Aktivitäten. Dazu gehört seit etwa drei Jahren auch die Akquisition von Finanzmitteln zur Durchführung der Projekte in Form des Crowdfunding. Hier werden Sponser, aber auch private Sponsoren gesucht und gefunden, um von einer staatlichen bzw. städtischen Förderung unabhängig zu sein und kreativ-kritisch bleiben zu können. Interessant ist, dass die urbanauten neuerdings ihr „Büro“ zeitweise in den öffentlichen Raum verlegen. So treffen sich die Aktivisten wöchentlich mehrfach am Kulturstrand, um dort ad hoc mithilfe von Highspeed-WLAN ein „Open-Air-Büro“ einzurichten. Demnächst wird dieses Highspeed-WLAN in Kooperation mit der Münchner „Freifunk“-Initiative auch kostenlos für die Öffentlichkeit nutzbar. Die webbasierten Medien dienen des Weiteren der konkreten Durchführung einzelner Projekte. Ein professionelles SMS-System aus dem Katastrophenschutz, Facebook, Instagram und Twitter werden etwa eingesetzt, um die Flashmobs bzw. „urbanen Schwärme“ überhaupt durchführen zu können. Bei den großen und bereits bekannten Projekten wie dem Corso Leopold spielen die eigenen Aktivitäten in den neuen Medien keine so große Rolle mehr, weil die vielen Besucher zu diesen Straßenfesten selbst bereits posten. Sobald der Aufbau der Straßenfeste beginnt, beginnen die Aktivitäten der Besucher im Netz. Für diese Aktivitäten ist nur noch wenig Werbung erforderlich. Die ersten Besucher werden oft innerhalb weniger Stunden zu Multiplikatoren, die weitere Besucher aktivieren und so ein virales Einladungsformat darstellen. Die urbanauten nutzen nach eigener Einschätzung die Verbreitungsmöglichkeiten, die Schnelligkeit, aber auch die Interaktivität der sozialen Medien. Sie hoffen, dass für ihre Aktionen etwas Gutes entsteht und das Medium nicht missbraucht wird, sehen aber auch selbstkritisch, dass der Einsatz der neuen Medien allgemein in der Politik zu negativen Entwicklungen führen kann. Für die urbanauten gibt es unterschiedliche Adressatenkreise in München. Bei Adressaten wie der allgemeinen Öffentlichkeit wirken die neuen Medien, aber auch die bereits etablierten Blogs

und Newsletter zentral und stark. Bei anderen Adressaten – und dazu gehört die Verwaltung, auch mit kleinen Abstrichen die Stadtpolitik – ist der Einsatz der neuen Medien gar nicht mehr nötig, weil sie sich durch spektakuläre Aktionen bereits etabliert haben. In der Verwaltung sind sie für ihre

ungewöhnlichen Aktionen bekannt, schon weil es formale Genehmigungsverfahren beim Kreisverwaltungsreferat für einige Aktionen gibt. Ihren Ruf in München haben sie sich so nicht über die neuen Medien erarbeitet.

Digitale Teilhabe und Governance

Die urbanauten werden in der Münchner Stadtpolitik wahrgenommen und haben auch in einigen Teilen der Münchner Bevölkerung mittlerweile einen hohen Bekanntheitsgrad. Nach über 15 Jahren der Einmischung in die Stadtentwicklung, aber auch in die Kulturlandschaft gelten sie inzwischen als ein etablierter und professionalisierter Akteur in der städtischen Politik. Die Berichterstattung in den lokalen Medien, aber auch die Kommunikation in den sozialen Netzwerken und in der lokalen Politik sind hierfür Belege.

Städtische Verwaltung

Die Planungsverwaltung ist den Aktivitäten der urbanauten gegenüber aufgeschlossen und nutzt die Ideen der Initiative stellenweise für ihr eigenes städtisches Handeln. Die urbanauten haben sich im städtischen Diskurs über die Jahre eine Position erarbeitet. Sie eröffnen der Planungsverwaltung Zugänge zu bestimmten Szenen in der Stadt. Nach eigener Aussage begegnet die Planungsverwaltung – und hier insbesondere die Stadtbaurätin – den urbanauten, aber auch den anderen zivilgesellschaftlichen Initiativen in München, häufig auf Augenhöhe. Dabei spielen die webbasierten Medien keine zentrale Rolle. Vielmehr gibt es persönliche Begegnungen, die im Laufe der Jahre zu einem gegenseitigen Respekt und Vertrauensverhältnis geführt haben. Dennoch werden die urbanauten von einigen Akteuren der Verwaltung und Politik aber auch als Querulanten wahrgenommen, weil sie nicht in gewohnten Bahnen denken, kommunizieren und handeln. Sie haben aber vom Ansatz eine konstruktive Haltung zur städtischen Kultur- und Stadtentwicklungspolitik und keine auf Verhinderung gerichtete Einstellung.

Die meisten Initiativen in München – wie auch die urbanauten – werden politisch zugeordnet, was Koalitionen und Kooperationen mit der Planungsverwaltung einschränkt. So sind gemeinsame Aktivitäten manchmal schwierig. Wie gegenüber Eigentümern oder Bauträgern muss die Stadt auch gegenüber den zivilgesellschaftlichen Gruppen „neutrale“

Distanz wahren. Dies erschwert teilweise ein gemeinsames Handeln mit den urbanauten.

Sinnvoll wäre es, wenn die städtische Verwaltung die zahlreichen Aktivitäten von zivilgesellschaftlichen Gruppen im Netz permanent beobachten würde. So könnten sie von den vielen Ideen profitieren. Stellenweise nehmen – nach Auskunft der Planungsverwaltung – die Initiativen der Verwaltung sogar Arbeit ab. So streuen die urbanauten Themen, die auch für die Stadtverwaltung strategische Bedeutung haben. In der Münchner Planungsverwaltung gibt es die Überzeugung, dass es richtig ist, nicht zu eng mit bürgerschaftlichen Initiativen zusammenzuarbeiten, weil eine enge Kooperation mit der Stadt die Initiativen in ihrer Phantasie und ihren Aktivitäten einengen würde.

Politik

In der kommunalen Politik gibt es ein ambivalentes Verhältnis zu den Aktivitäten der urbanauten. Bei den Grünen finden die Aktionen viel Sympathie und Zustimmung. Parteipolitisch werden sie als grün gesehen, was u.a. damit zusammenhängt, dass einer der Initiatoren den Wahlkampf für die grüne Kandidatin zum Amt des Oberbürgermeisters mitorganisiert hat. Bei dem Fraktionsvorsitzenden der SPD im Münchner Stadtrat gibt es gegenüber den urbanauten größere Skepsis, die sich – nach Ansicht der urbanauten – auch in einer Behinderung ihrer Arbeit widerspiegelt.

Politisch haben sich die urbanauten so auch eine Gegnerschaft im Laufe der Jahre erarbeitet. Ihre Positionierungen schaffen nicht nur Allianzen, sondern gelegentlich auch Widersacher. Der alte Oberbürgermeister Christian Ude (SPD) und der neue Oberbürgermeister Dieter Reiter (SPD), wie auch der zweite Bürgermeister Josef Schmid (CSU) unterstützen jedoch immer wieder die urbanauten, beispielsweise durch die Schirmherrschaft einzelner Aktionen, aber auch hinter den Kulissen. Zu den Fraktionen und Parteien der CSU bzw. der FDP bestehen ebenfalls enge und gute Kon-

takte, die insgesamt aus Sicht der urbanauten „geschickter mit neuen Medien agieren“ und hier auch die in Zeiten der sozialen Medien geforderte „Kultur der Offenheit“ gegenüber den Initiativen aus der Zivilgesellschaft pflegen.

Bei einigen stadtentwicklungspolitischen Themen decken sich die Interessen der Stadt mit den Interessen der Zivilgesellschaft, was das Verhältnis zwischen den bürger-schaftlichen Gruppen und der kommunalen Politik entspannt. Das gilt etwa für die Einzelhandelsstrategie der Stadt, die keine größeren Shopping-Center oder Großkinos in München zulässt. Auch für das stadtentwicklungspolitische Ziel der urbanauten, alternative Nutzungen für die öffentlichen (Verkehrs-)Räume zu finden, gibt es in der Stadtpolitik – nicht zuletzt durch die hohe Siedlungs- und Bevölkerungsdichte in München – ein hohes Maß an Zustimmung. Gleichzeitig gibt es durchaus eine eigene Lobby für das Auto. Interessant sind derzeit neue Allianzen, die sich bei den Themen „bezahlbarer Wohnraum“ und „bezahlbare Kinderbetreuung“ zwischen öffentlicher Hand und Zivilgesellschaft bilden.

Andere zivilgesellschaftliche Gruppen

In München gibt es seit den 1960er-Jahren das Münchner Forum. Der damalige Oberbürgermeister und spätere Bundesbauminister Hans-Jochen Vogel hatte dieses zivilgesellschaftliche Engagement nach anfänglicher Gegnerschaft später dann ermöglicht. So wird das Münchner Forum zwar durch die Stadt mit einer Stelle finanziert, ist aber in der Themenfindung und der Ausgestaltung der Inhalte völlig frei. So ist in München schon sehr früh zivilgesellschaftliches Engagement gefördert worden. In dieser Tradition bzw. in diesem stadtpolitischen Klima haben sich in den vergangenen Jahren neue Gruppen wie die urbanauten bilden können, auch durch große Sympathien und Unterstützung bei der „Vätergeneration der Münchner Zivilgesellschaft“. Das Münchner Forum selbst besteht heute aus eher älteren engagierten Bürgern, die weniger Affinität zu den neuen Medien aufweisen. Deshalb sind die urbanauten – nach eigener Aussage des Münchner Forums – die jüngere und dem Internet aufgeschlossener Gruppe, die phantasievoll diese Medien einsetzt.

Fazit: Webbasierte Medien helfen bei stadtentwicklungspolitischen Aktivitäten

Webbasierte Medien werden von den urbanauten zwar intensiv, aber doch eingeschränkt als ein Medium eingesetzt, um Informationen für ihre stadtentwicklungspolitischen Ziele zu verbreiten und die Münchner Bevölkerung für ihre Aktionen zu mobilisieren. Die neuen Medien ermöglichen es, schnell zu agieren und eine große Zahl an Adressaten zu erreichen. Immer stärker werden auch interaktive Aspekte der sozialen Medien in Denken, Handeln und Kommunikation der urbanauten eingearbeitet. Einige Aktionen der urbanauten sind ohne die webbasierten Medien nicht denkbar. Der Anspruch einer tiefer gehenden Debatte wird aber

weder auf der Homepage noch auf Facebook eingelöst. Gegenüber der kommunalen Stadtentwicklungspolitik können zivilgesellschaftliche Gruppen webbasierte Medien jedoch wesentlich unbeschwerter einsetzen und sind in ihrem Wirkungskreis breiter. Die Münchner Stadtplanung kann aus technischen und organisatorischen Gründen nicht die Geschwindigkeit im Netz erreichen, die zivilgesellschaftliche Gruppen wie die urbanauten vorgeben. Die hierarchische Struktur einer kommunalen Verwaltung mit ihren langwierigen Abstimmungsprozessen erschweren der öffentlichen Verwaltung den Umgang mit webbasierten Medien.