FUTURE URBAN TRADE

NEW TYPOLOGIES
LOGISTICS AND
FOOD CHAINS

2018

IMPRESSUM

Technische Universität Berlin
Institut für Stadt und Regionalplanung (ISR)
Fachgebiet Städtebau und Siedlungswesen
Master-Auftragsprojekt SoSe 2018
„FUTURE URBAN TRADE – NEW TYPOLOGIES, LOGISTICS AND FOOD CHAINS“

Projektleitung: Dr. Grit Bürgow

Projektteilnehmer*innen:
Julia Gräbel
Andreas Horn
Miao Hu
Vanessa Junge
Tion Kudlek
Johannes Martin
Jonathan Nissen
Juliane Orgis
Robert Ritzel
Joana Schirmer
Sihui Wu
Anne-Marie Wulff

Alle Darstellungen und Fotografien sind, soweit nicht anderweitig gekennzeichnet, eigens erstellt und aufgenommen.

INHALTSVERZEICHNIS

Impressum 2
Inhaltsverzeichnis 3
Urbane Handelslagen der Zukunft 4
Projektaufbau 5
Impulsorte 6

Schwarmort - Alle schwärmen vom Wedding 13
Frisch aus dem Quartier - Urbane Stoffkreisläufe schließen 23
Connect & Collect - Vernetzung eines Stadtteils 31
Plastikgarten - Modular-vertikales Gartengerüst aus recyceltem HDPE-Kunststoff 41
Luise tischt auf - Urbane Landwirtschaft und regionale Erzeugnisse im Quartier erlebbar machen 49

Projektabschluss 57

URBANE HANDELSLAGEN DER ZUKUNFT

Lebensmittel sind buchstäblich ein essentieller Mittelpunkt des alltäglichen Lebens. Je frischer, desto besser; je regionaler, desto nachhaltiger sagen sich vor allem bewusste Großstadtbewohner*innen. Der weltweit wachsende Trend des Urban Farmings in seinen unterschiedlichen Facetten zeigt, dass heutige Stadtbewohner*innen frische Nahrungsmittelprodukte vom Fisch bis zur Gurke direkt aus der städtischen Nachbarschaft zunehmend nachfragen. Aber wie können diese Lebensmittel effektiv und gesund in der Stadt produziert sowie intelligent und attraktiv gehandelt werden?

Das Studienprojekt FUTURE URBAN TRADE – NEW TYPOLOGIES, LOGISTICS AND FOOD CHAINS bot Anlass, neue Formen urbaner Lebensmittelproduktion sowie Wege der Konsumption und Verteilung zu visionieren und in baulich-gestalterische Entwürfe zu übersetzen. Eingebettet in den dies- jährigen studentischen Ideenwettbewerb URBANE HANDELSLAGEN DER ZUKUNFT des Wissensnetzwerks Stadt und Handel und mit besonderen Blick auf die alltäglich nachgefragten und gehandelten Produkte „Lebensmittel“ wurden zeitgenössische Strategien und Typologien für „essbare Stadtquartiere“ entworfen.
Die in der Broschüre präsentierten Projektergebnisse der Master-Studierenden aus den Studiengängen Stadt- und Regionalplanung, Humangeographie und Urban Design zeigen für fünf Berliner Impulsorte zeitgenössische Konzepte für Urban Food Production und Urban Food Commerce auf.

Vanessa Junge und Jonathan Nissen entwickeln das Konzept SCHWARMORT. Der Umzug des Gemeinschaftsgartens himmelbeet in Berlin-Wedding in ein ehemaliges Parkhaus des stillzulegenden Flughafens Tegel eröffnet neue Möglichkeitsräume für gebäudeintegrierte Landwirtschaftsformen. Neben der urbanen Nahrungsmittelproduktion entstehen digitale Lebensmittelmarktplätze, sogenannte Schwärmereien, die den Food eCommerce im Quartier ankurbeln und gleichzeitig Impuls für neue Bildungsorte im Quartier sind.
Den innerstädtischen Standort der Roof Water-Farm, unweit des Potsdamer Platzes, profilieren Andreas Horn, Miao Hu und Robert Ritzel mit ihrem Ansatz FRISCH AUS DEM QUARTIER. Kern ihres Businessmodells bildet das Schließen urbaner Stoffkreisläufe. Über ein UpCycling in den drei Kreisläufen Roof Water-Farm, Insektenfarm und Pilzzucht entstehen aus urbanen Abfällen und Abwässern quartiersbezogene Ressourcen und Nahrungsnetze.
Für den Stadtrand und am Beispiel der Stadtfarm in Berlin-Lichtenberg entwickeln Joana Schirmer, Anne-Marie Wulff und Juliane Orgis die Strategie CONNECT & COLLECT. Kernbestandteil ist das innovative Logistikkonzept, bei dem Frischeprodukte aus der AquaTerraPonik-Stadtfarm per CityFreezer zwischengelagert und über bestehende BVG-Tram-Verbindungen oder per Lastenrad kostengünstig und CO2-neutral zu den städtischen Konsument*innenen transportiert werden.
Für den Standort des Circular Economy House in Berlin-Neukölln entwerfen Tion Kudlek und Johannes Martin den Prototyp PLASTIKGARTEN mit digital gesteuerten Produktions- und Vertriebstechnologien als modulares Stecksystem für städtische Räume.
Last but not least visionieren Julia Gräbel und Sihui Wu anknüpfend an den Impulsort Markthalle IX in der Kreuzberger Luisenstadt einen „essbaren Quartierswandel“ vom Land bis zum Wasser. Mit ihrem Konzept LUISE TISCHT AUF werden Schulstandorte mit professionell gemanagten Farming-Standorten verknüpft, stationäre und temporäre Marktplätze als „Luisenbox“, Pop-Up Markt und Kiez-App digital und physisch erlebbar.

Die Projektergebnisse bieten somit wertvolle Inputs und Impulse auf dem Weg zur essbaren Stadt und zu neuen Formen und Formaten urbanen Lebensmittelhandels. Die fünf Berliner Entwürfe sind frisch, pragmatisch und allemal wert, in die Praxis umgesetzt zu werden!
Die Konzeption und Betreuung dieses Projektes hat großen Spaß gemacht!
Danke an alle Teilnehmenden und Gastdozent*innen!

Dr. Grit Bürgow

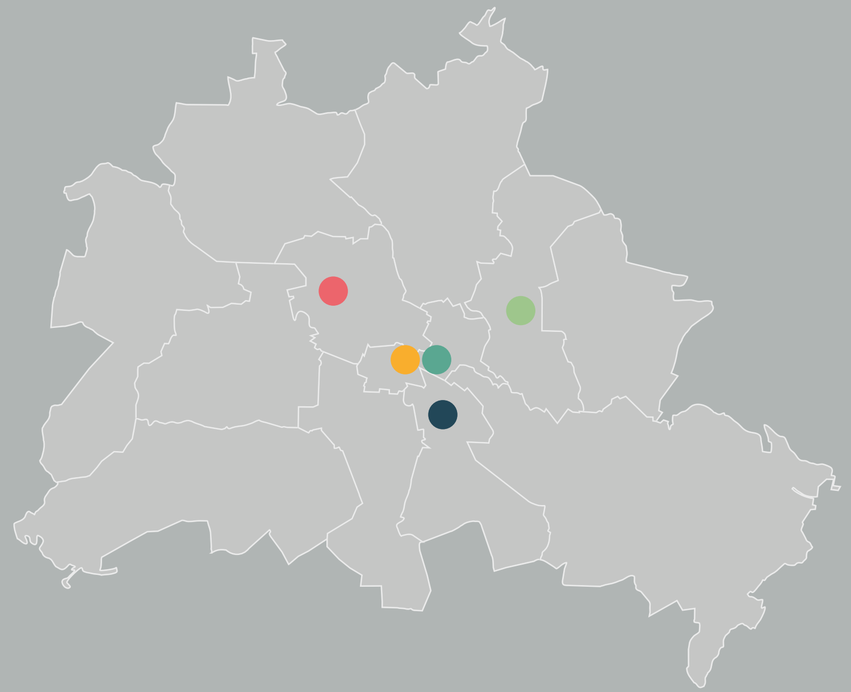
Institut für Stadt- und Regionalplanung (ISR)
Fachgebiet Städtebau und Siedlungswesen

PROJEKTAUFBAU

Das Projekt „Future Urban Trade – New Typologies, Logistics and Food Chains“ fand als Auftragsprojekt im zweiten Fachsemester des Masters im Sommersemester 2018 am Lehrstuhl Städtebau und Siedlungswesen von Prof. Angela Million statt. Der konkrete Anlass und damit die „Beauftragung“ erfolgte auf Grundlage einer Einladung des Wissensnetzwerkes Stadt und Handel, welches den Ideenwettbewerb „Urbane Handelslagen der Zukunft“ im Frühjahr 2018 ausgelobt hatte.
Betreut durch Dr. Grit Bürgow war es das Ziel, das Auftragsprojekt als einen städtebaulichen Entwurf mit der Konzeptentwicklung als maßgeblichen Anteil zu verstehen und dabei das übergeordnete Thema der zukünftigen Handelslagen, damit eingeschlossen die Entwicklung des E-Commerce, mit dem Aspekt der Lebensmittelproduktion zu verknüpfen.

Nach einer ersten Erschließung der Thematik durch ein Brainstorming sowie die Entwicklung und Gestaltung eines Kaleidoskops, folgte die Aufteilung der insgesamt 13 Studierenden anhand fünf verschiedener Impulsorte in Kleingruppen á zwei bis drei Studierende. Diese Orte wurden basierend auf bereits bestehenden Entwicklungen, Initiativen und thematischen Überschneidungen mit den Themen der Lebensmittelproduktion und urbaner Handelslagen durch die Betreuerin vorgeschlagen und von den Studierenden ausgewählt.
Davon ausgehend wurde das Semester durch drei thematisch verschiedene Stegreife gegliedert. Hierbei war die Aufgabe, nicht nur den Impulsort anhand unterschiedlicher Fragestellungen zu analysieren und darauf aufbauend ein individuelles Konzept zu entwickeln, sondern weiterführend dieses auch städtebaulich einzuordnen und darzustellen sowie neue Typologien zu entwerfen. Aspekte wie innovative Vertriebsmodelle, Kombinationen mit dem E-Commerce und schließlich auch alternative Betriebsmodelle waren dabei ein wesentlicher Bestandteil der Konzeptideen. Jene drei Stegreife wurden jeweils mit einer kurzen Präsentation der Ergebnisse diskursiv vorgestellt und durch Gastkommentator*innen ergänzend begleitet.
Nach einer Zwischenpräsentation im Juni 2018 folgte Mitte Juli die Endpräsentation und Anfang August die Abgabe der Ergebnisse in Form eines A0 Plakates, das zugleich auch dem Abgabeformat für den Ideenwettbewerb entsprach.

IMPULSORTE



Eigene Aufnahme

HIMMELBEET

Als einer der fünf verschiedenen Impulsorte für das Masterprojekt Future Urban Trade und seine Entwurfsaufgabe diente der Gemeinschaftsgarten Himmelbeet im Wedding, Bezirk Mitte. Ausschlaggebender Grund für die Auswahl dieses Ortes sind die verschiedenen Themen, die dieses soziale Projekt angeht bzw. anschneidet und somit zu einem Vorreiter und Impulsgeber für weitere Entwicklungen macht.

So lässt sich nicht nur das Thema des Urban Gardenings hier wiederfinden, das für viele auch stellvertretend für eine bewusstere Auseinandersetzung mit lokalem Gemüseanbau, Ernährung etc. steht, sondern darüber hinaus auch andere Themen wie Umweltbildung und Lebensmittelproduktion sowie die Nutzung als sozialer Treffpunkt vor diesem Hintergrund betrachten.
Das Gärtnern, das neben dem sozialen Treffpunkt als eines von zwei Hauptthemenfeldern gesehen werden kann, steht im Mittelpunkt der Betrachtung.

Hierbei gilt es zwischen Gemeinschaftsbeeten und Pachtbeeten, die für einen bestimmten Zeitraum von Einzelpersonen genutzt werden können, zu differenzieren.
Weiterführend ist das Himmelbeet ein sozialer Treffpunkt für die Bewohner*innen des umliegenden Quartiers und dem Wedding im Allgemeinen. Hier finden Veranstaltungen statt und als Begegnungsstätte für verschiedene Nutzergruppen galt das Himmelbeet in der jüngsten Vergangenheit zunehmend auch als Plattform zur Integration von Migrant*innen.
Hieran anknüpfend ist das Thema der Umweltbildung zu nennen, welches anfangs noch einen höheren Stellenwert im Himmelbeet hatte. So ist es das Ziel, durch das gemeinsame Gärtnern und verschiedene Veranstaltungsformen die Akteure im Quartier für ökologische Entwicklungen, gesunde Ernährung und lokale Anbauweise (auch für den Eigenanbau) zu sensibilisieren.
Die Lebensmittelproduktion im kommerziellen Sinne war ebenfalls ein Thema früherer Tage. In Verbindung damit kann jedoch das Angebot der Marktschwärmerei genannt werden, welches im Himmelbeet einen Verteilerort gefunden hat.
Die Marktschwärmerei ist eine Online-Plattform, auf welcher regionale Produzent*innen ihre Erzeugnisse anbieten können und diese einmal in der Woche bedarfsgerecht an zentrale Orte wie dem Himmelbeet liefern. Die Vorteile hierbei sind vor allem die Unterstützung regional erzeugter, fair, ökologisch und nachhaltig angebauter Produkte sowie der direkte Kontakt zu den Erzeuger*innen und somit auch die Schaffung einer Austauschmöglichkeit, welche unter anderem der Bewusstseinsschaffung dient.

Im Konzept „Schwarmort“ gilt es die genannten Themen und Grundsätze des Himmelbeets und der Marktschwärmerei fortzusetzen, weiterzuentwickeln und im Kontext des Projektthemas zu spezifizieren. Es werden weitere, aus der Bestandsanalyse heraus identifizierte Aspekte ergänzt und miteinander verknüpft.

©ROOF WATER-FARM Foto: Marc Brinkmeier

ROOF WATER-FARM

Als Ausgangsort für die Konzeption und den Entwurf „Frisch aus dem Quartier – Pilze für Alle“ diente die so genannte Roof Water-Farm. Die Roof Water-Farm ist ein urbanes Gewächshaus kombiniert mit einer Abwasseraufbereitungsanlage. Durch Aqua- und Hydroponiksysteme werden mit aufbereitetem Abwasser der umliegenden Wohngebäude Fische gezüchtet und Gemüse angebaut.

Das interdisziplinäre Verbundprojekt wurde vom Lehrstuhl Städtebau und Siedlungswesen der TU Berlin als Forschungsprojekt geleitet und koordiniert. Gefördert durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung und unterstützt durch verschiedene Partner *innen konnte das Projekt innerhalb von vier Jahren umgesetzt werden.
Ziel des Projektes ist es lokal und dezentral Abwasser so aufzubereiten, dass es in produktive Kreisläufe rückgeführt werden kann. Das aufbereitete Grauwasser wird sowohl für die Fischzucht und den Gemüseanbau verwendet als auch in die Gebäude rückgeführt, beispielsweise für die Toilettenspülung. Schwarzwasser wird zu NPK Flüssigdünger aufbereitet, welcher als Nährstofflieferant für die angebauten Pflanzen dient.

Der Grundstein für das Projekt der Roof Water-Farm wurde mit der Internationalen Bauausstellung bereits 1987 gelegt. Die im Zuge der IBA konstruierten Gebäude des sogenannten Blocks 6 wurden mit zwei getrennten Abwasserleitungen ausgestattet. Das Grauwasser wurde in eine Pflanzenkläranlage geleitet, welche zusätzlich als Regenrückhaltebecken fungierte. An dieser Stelle steht heute das Gewächshaus und das Wasserhaus, in welchem die Abwässer aufbereitet werden.

Das Projekt gilt als Pilotprojekt, um die Realisierbarkeit einer Roof Water-Farm auf einem Gebäudeflachdach zu prüfen. In den nächsten Jahren wird weiter versucht die Abläufe zu optimieren und das aufbereitete Abwasser sowie die produzierten Lebensmittel zertifizieren zu lassen.

Eigene Aufnahme

STADTFARM

Der Impulsort für das Konzept „Connect & Collect“ ist die Stadtfarm im Landschaftspark Herzberge in Lichtenberg. Seit 2017 werden in Gewächshäusern aus den 80er Jahren Gemüse, Kräuter und Afrikanischer Wels auf einer Fläche von ca. 2500 m^2 lokal, ressourceneffizient und nachhaltig in naturnahen Kreisläufen mit dem AquaTerraPonik®-Verfahren produziert.
In dem geschlossenen Kreislaufsystem wird das Wasser der Fische in mehreren Schritten durch Bakterien und Regenwürmer gefiltert, wobei die Ausscheidungen in Dünger umgewandelt und zur Bewässerung der Pflanzen genutzt werden. Diese nehmen die Nährstoffe auf und reinigen das Wasser, welches wiederum den Fischen zugeführt wird.

Das Ziel der Stadtfarm ist es, die Stadtbevölkerung mit gesunden, frischen sowie gleichzeitig lokal und nachhaltig produzierten Lebensmitteln zu versorgen. Die jährliche Produktionsmenge von 50 Tonnen Fisch und 30 Tonnen Salat und Gemüse kann jedoch nur ein kleines Einzugsgebiet versorgen. Daher ist geplant, zehn weitere Stadtfarm-Standorte in Berlin zu realisieren.

Neben den Fischprdoukten sowie frischem Gemüse und Kräuter, werden die StadtSalate angeboten. Sie werden aus den Erzeugnissen der Stadtfarm und anderen Höfen im Umland zusammengestellt und über die Homepage verkauft. Die Auslieferung findet in der Regel mit dem Lastenfahrrad und daher auch nur innerhalb eines festgelegten Einzugsbereiches statt. Der nachhaltigen Produktionsweise wird somit auch im Rahmen der Auslieferung Rechnung getragen.

Im Hofladen werden frisches Gemüse, Kräuter und die Fischprodukte verkauft. Dort befindet sich auch das Besucherzentrum, wo sich Besucher*innen über die Stadtfarm und AquaTerraPonik informieren können. Außerdem werden regelmäßig Führungen für die Öffentlichkeit und individuell für Schulen und weitere Bildungseinrichtungen angeboten. Desweiteren werden regelmäßig Markttage veranstaltet, wo die kooperierenden Höfe und Produzent*innen ihre Ware verkaufen sowie Führungen und Aktionen angeboten werden.

©CRCLR

CIRCULAR HOUSE

Inmitten der chaotisch anmutenden und vibrierenden Straßenzüge der Karl-Marx-Straße und der Herrmannstraße, wirkt das Areal der ehemaligen Kindl-Brauerei wie ein Zufluchtsort, wie eine Oase im Kiez. Hier haben sich im letzten Jahrzehnt einige spannende Entwicklungen aufgetan und viele sind in einer ständigen Findungsphase verblieben, so wie das Circular Economy House (CRLCR), was sich immer wieder mehr oder weniger neu erfindet.

Das Konzept ist einfach: es soll der sogenannte Suffizienzgedanke, also das Wirtschaften und Produzieren mit kleinstmöglichem Aufwand und Energieimpuls, auf der stadtregionalen Ebene angewandt werden. Hier werden ausschließlich recycelte Materialien für den Innenausbau verwandt - ob Kunstinstallationen oder die shared offices, alles ist der Wiederverwertbarkeit angedacht. In einer Vielzahl an Veranstaltungen, die vom CRLCR initiiert sind, wird auf dem Gelände und in der Nachbarschaft sichtbar, inwieweit der Gedanke der Nachhaltigkeit seine Sporen trägt und auf offene Ohren stößt.

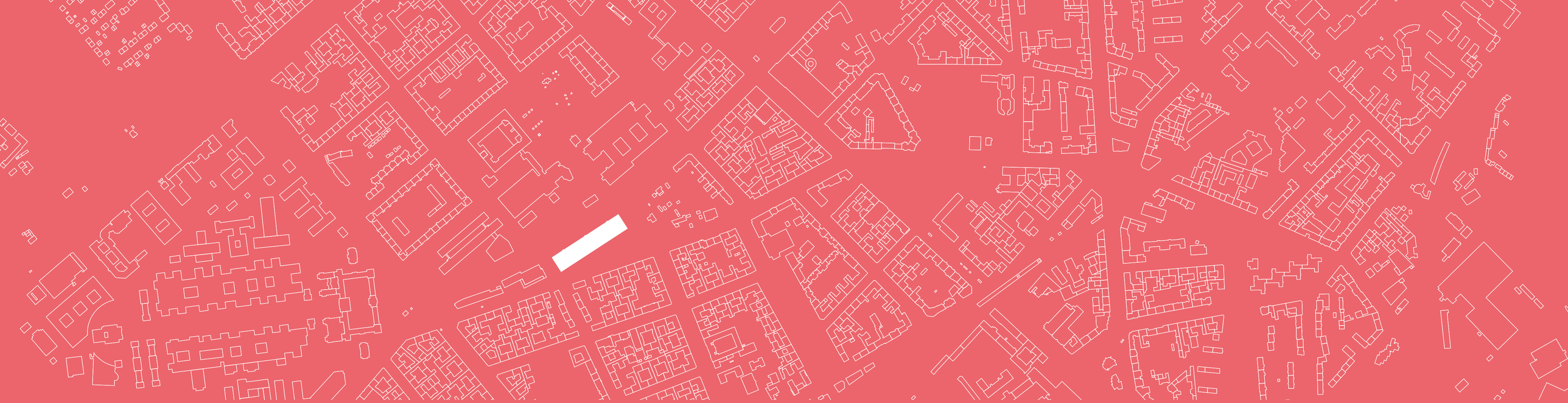
Ziel ist es, besonders eben auch die Anwohner*innen und den Ort mit in die Aktionen am Rollbergkiez einzubinden. Es gibt teils sehr spezifische Entwicklungspläne des Kollektivs, die eine Expansion der nutzbaren Flächen vorsehen. In einem Verfahren wird die Haupthalle um weitere Stockwerke erhöht und um attraktiven und genossenschaftlichen Wohnraum erweitert, aber auch weitere Atelierräume sowie Gewerbe sollen hier ihren Platz finden. In den weniger durchplanten Gebieten rund um das Haupthaus ist mehr Platz für Spontanität vorhanden und hier soll dieser Charakter auch weitergetragen werden.

©Gertrud K. 2018: flickr.com/photos/gertrudk/43357426561

MARKTHALLE NEUN

Die „Markthalle IX“ wurde am 01. Oktober 1891 in Berlin-Kreuzberg eröffnet. Sie war eine von vierzehn Markthallen, zwei Zentralmarkthallen und zwölf Bezirksmarkthallen, die alle von dem damaligen Stadtbaurat für Hochbau Hermann Blanksten (1829-1910) konzeptioniert wurden. Heute gibt es neben der „Markthalle IX“ noch zwei weitere Markthallen, die Arminiusmarkthalle in Moabit und die Ackerhalle in Mitte. Während die Ackerhalle heute einen REWE-Supermarkt beherbergt, wird die Arminiushalle seit 2010 wieder als wohnortnahe Markthalle genutzt.
Auch die Markthalle Neun sollte zu einem Supermarktcenter umgewandelt werden. Gemeinsam mit der Anwohnerschaft konnten die heutigen Betreiber*innen der Markthalle dies jedoch abwenden. Stattdessen versuchen sie der Markthalle Neun aufzuzeigen, wie Anders-Essen und Anders-Einkaufen in der Stadt möglich sein kann. Kleinteilige Lebensmittelhändler*innen, welche ihre Ware teilweise sogar vor Ort produzieren, sollen einen großflächigen Supermarkt ersetzen. Dadurch soll die Herstellung von Lebensmitteln aus der Anonymität heraus und zurück in das städtische Umfeld gebracht werden.

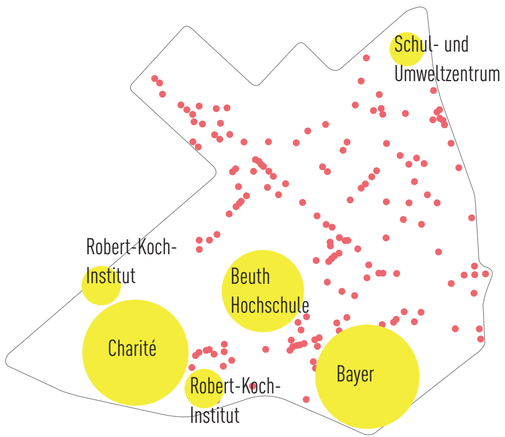
Heute ist die Markthalle Neun beliebtes Ziel für Tourist*innen, aber auch für viele Berliner*innen. Trotz vieler verschiedener Angebote bleiben die Anwohner*innen der Markthalle fern. Grund dafür ist wahrscheinlich das sehr spezielle Angebot und die hohen Preise. Die meisten erledigen ihren Großeinkauf weiterhin in dem integrierten ALDI Discounter. Das Ziel, die Produktion von Lebensmitteln im alltäglichen Leben der Kreuzberger Bevölkerung zu integrieren, konnte allein durch das Angebot der Markthalle Neun noch nicht erreicht werden. Auch fehlt es in und um die Markhalle an Platz, um in größeren Mengen zu produzieren oder urbane Landwirtschaft zu betreiben.



SCHWARMORT

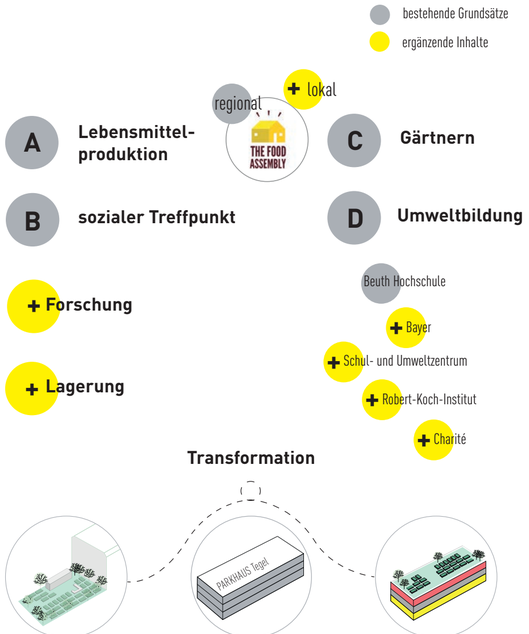
ALLE SCHWÄRMEN VOM WEDDING

ANALYSE & AUSGANGSSITUATION



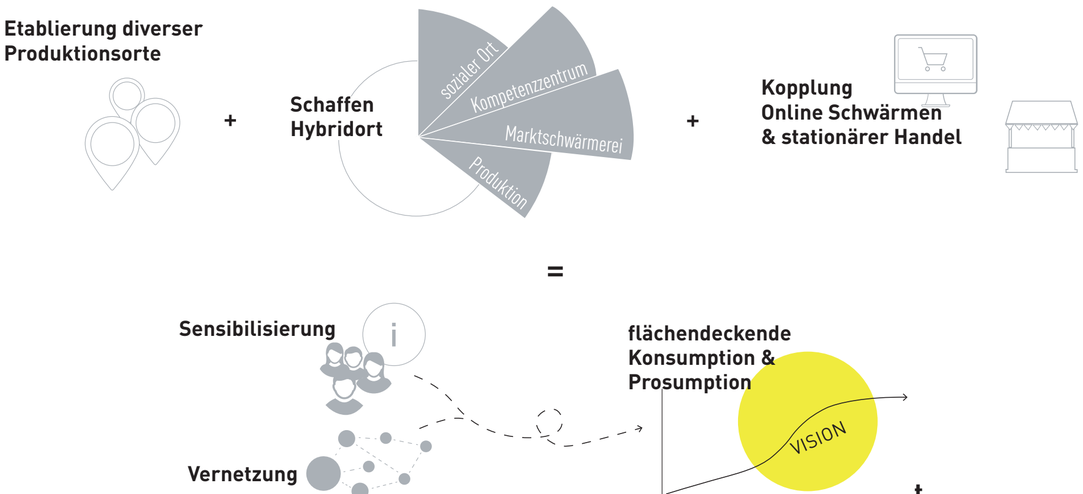
Wissens- und Handelsschwärme

Nach einer intensiven Bestandsanalyse des Quartiers haben sich verschiedene Themenfelder aufgetan, die intensiver betrachtet wurden. Hierbei stellte vor allem die konzentrierte Ansammlung verschiedener Wissensakteure - quasi ein Schwarm von Inteligenz - einen ähnlich vielversprechenden Baustein dar, wie auch die Verteilung des Einzelhandels und der Bildungsorte. In Ergänzung zu den Themenfeldern des Himmelbeets wurde hier die Grundlage für die weiterführende Entwurfsaufgabe gefunden.



Themen und Grundsätze des Himmelbeets & Transformation des Himmelbeets

KONZEPT

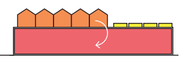


Konzeptbausteine

Im Berliner Ortsteil Wedding soll durch das Konzept des Schwarmortes eine Transformation des Himmelbeets als bestehender Prosumptionsort vorgenommen werden. Im Wedding gibt es bislang wenig Produktionsorte und ein überwiegend mangelndes Bewusstsein der Konsumption lokaler Lebensmittel. Das Himmelbeet als primär sozialer Ort, der zum Gärtnern und zur Lebensmittelproduktion sowie zur Vermittlung von Umweltwissen diente, bot darüber hinaus Platz für das Netzwerk der Marktschwärmerei. Jene Entwicklungspotenziale in der Verknüpfung von e-Commerce und regionalen Konsumprodukten sollen weitergedacht und lokal verankert werden.

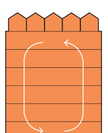
PRODUKTIONSSTANDORTE

1 Eigenbedarf
Pacht



2 Produktion
Gemeinschaft

3 Produktion

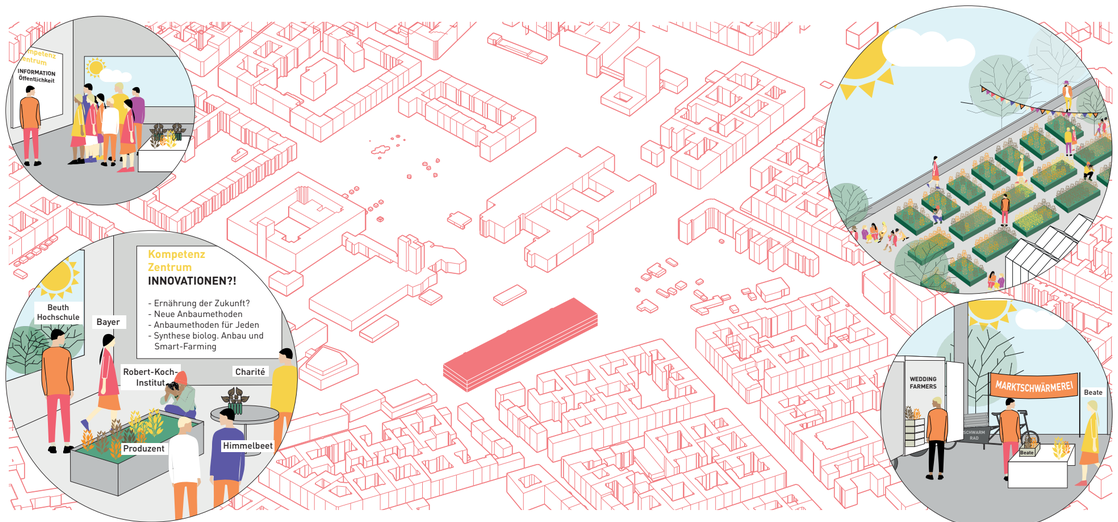


Diverse Produktionstypologien

Produktionstypologien im Quartier

Um der Vision einer flächendeckenden Konsumption und Prosumption näherzukommen, sollen Produktionsorte mit unterschiedlichen Typologien, angepasst an deren Bestimmung, für die lokale Versorgung mit Lebensmitteln im Quartier etabliert werden. Es sollen von Produktionsorten mit Eigenanbau und Vertrieb (Supermarkt, der auf dem Dach Produkte des Verkaufs anbaut), über Orte der kommerziellen Produktion bis hin zu gemeinschaftlich geprägte Produktionsorte geschaffen werden.

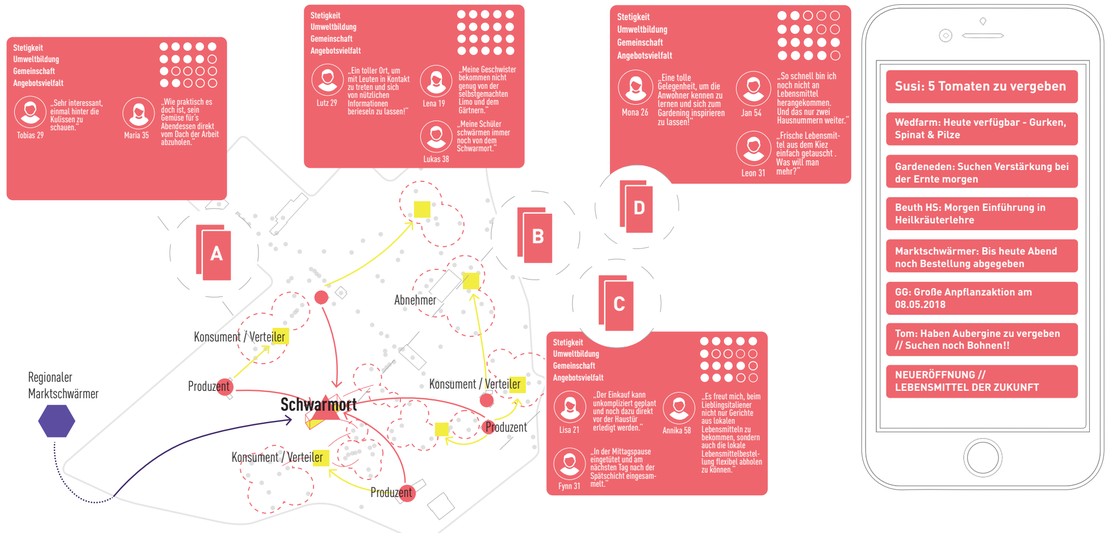
HYBRIDORT / SCHWARMORT



Schwarmort und seine Nutzungen im Quartierskontext

Als einer von vielen vorgesehenen Produktionsorten soll der Schwarmort im Quartier integriert werden. Der Schwarmort, der als Folgenutzung in einem untergenutzten, zentral gelegenen Parkhaus entstehen soll, bietet als Hybridort Flächen zur Produktion. Darüber hinaus sollen die Potenziale der lokalen Wissensakteur*innen wie u.a. Bayer und die Charité, ausgeschöpft werden. Dafür ist im Schwarmort ein Kompetenzzentrum vorgesehen. Dieses soll die großen Wissensakteur*innen, die lokalen Produzent*innen und das Kernteam des Schwarmortes zusammenbringen, die Schwarmintelligenz gezielt fördern und zugunsten einer nachhaltigen, fairen Lebensmittelproduktion mögliche Innovationsansätze erforschen. Eine Zusammenführung von Akteur*innen mit klar monetären Zielen und jenen, die sich vielmehr um soziale Inklusion und Gemeinschaftsbildung bemühen, bleibt jedoch nicht ohne Konflikte. Diese gilt es konstruktiv, diskursiv gemeinsam zu lösen.

INNOVATIVER VERTRIEB

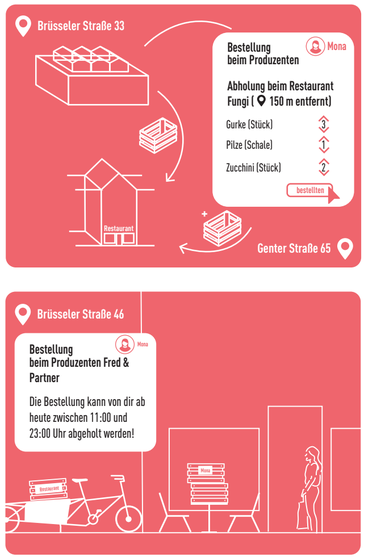


Vertriebskonzept und seine Vorteile im Quartierskontext

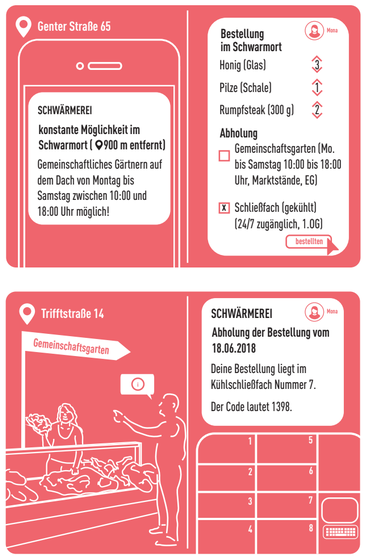
Der Vertrieb der lokal produzierten und dazu regional eingebundenen Produkte durch das Modell der Marktschwärmerei soll abgestimmt auf die Gegebenheiten und Bedarfe im Quartier gestaltet werden. Bestehende Lieferketten sollen hierdurch so ausgeschöpft werden, dass Gastronomie- und Einzelhandelsstandorte, die ohnehin Lebensmittel beziehen, als Mikro-Verteiler fungieren. Anwohner*innen können somit nahegelegene stationäre Händler*innen aufsuchen, ihre frischen Lebensmittel beziehen und sich dabei gleichzeitig von der Verarbeitung unmittelbar im Quartier überzeugen. Weitere Verteilerorte sollen die angesiedelten Produktionsorte darstellen, die sich einer hohen Transparenz bezüglich der Anbautechniken verpflichten. Der Schwarmort selbst, der zum einen als Logistikverteilerort fungiert, bringt zum anderen vor allem einen wichtigen Beitrag zur Umweltbildung mit sich. >

SZENARIEN DES SCHWÄRMENS

A1 Bezug über den Mikroverteiler



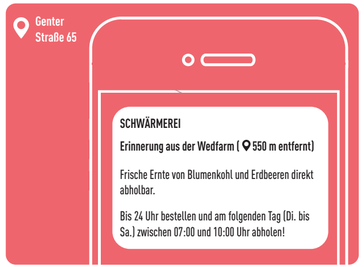
B1 Schwarmort mit Marktschwärmerei

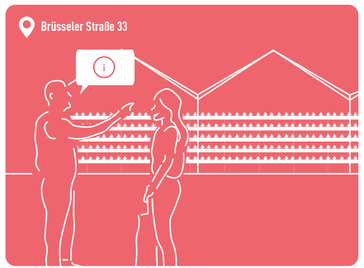


Jene Möglichkeiten des Vertriebs werden auf einer Online-Plattform zusammengeführt, die neben dem Bezug von lokalen Lebensmitteln auch einen Informationszugang zu aktuellen Forschungsständen und Veranstaltungen sowie die Vernetzung der Anwohner*innen unter einander anbietet und so u.a. auch ein vernetztes Foodsharing ermöglicht.
Übergeordnet soll durch die Online-Plattform und die stationären, miteinander vernetzten Handelsorte eine flächendeckende Sensibilisierung bezüglich der Produktion und Konsumption lokaler Lebensmittel initiiert werden.

SZENARIEN DES SCHWÄRMENS

C1 Direktbezug beim Produzenten

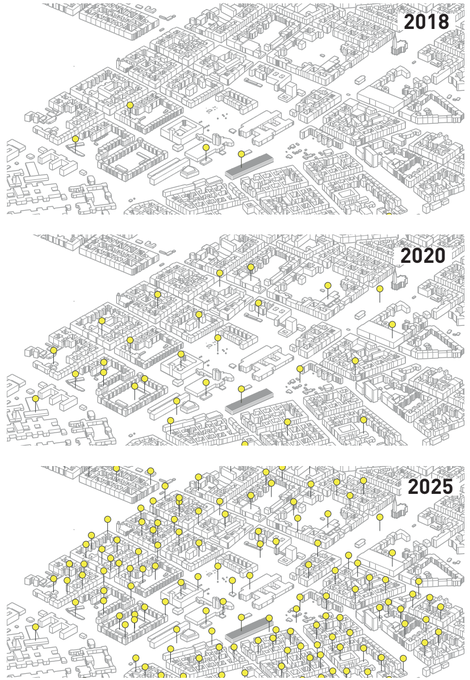


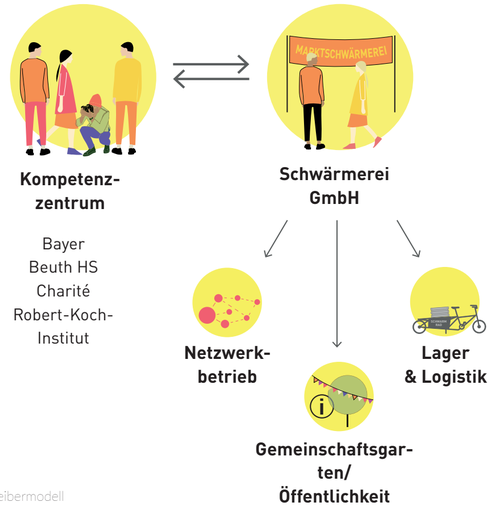


D1 Lokale Tauschbörse

Szenarien des Vertriebs & Prosumption

ENTWICKLUNG & BETREIBERMODELL





Betreibermodell

Das Konzept ist insgesamt darauf ausgelegt, Anreize für die Konsumenten und Produzenten im Zusammenhang der lokalen Konsumption und Prosumption zu schaffen. Das Schwärmen, das durch jene Konzeptansätze erzielt wird, soll letztlich Synergien zwischen den Akteur*innen im Quartier hervorbringen und die Lebensmittelproduktion eng verzahnt mit dem Vertrieb im Wedding etablieren.

FRISCH AUS DEM QUARTIER

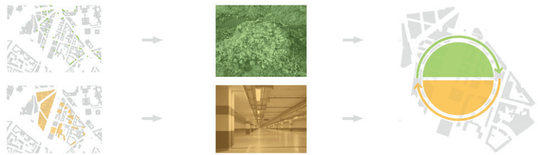
URBANE STOFFKREISLÄUFE SCHLIESSEN

FRISCH AUS DEM QUARTIER

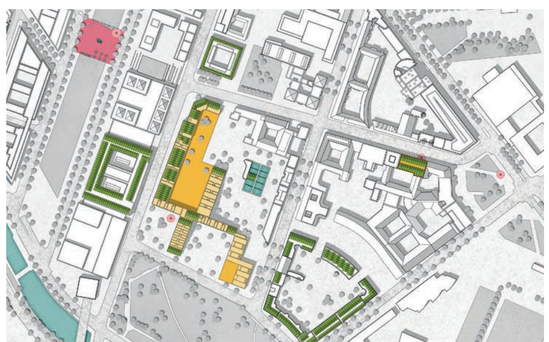
IDEE - Vom Abfall zur Ressource

Das Projektgebiet, welches sich südlich des Potsdamer Platzes bis zum Landwehrkanal erstreckt, ist von einem breiten gastronomischen Angebot, diversem Einzelhandel, großen Hotels und Unternehmensstandorten geprägt. Die gastronomischen Einrichtungen produzieren naturgemäß eine große Menge an biologischem Abfall.

Die Analyse zeigt zudem, dass die großräumig angelegten Tiefgaragen im Quartier wenig ausgelastet sind. Bio-Gut, Kaffeesatz und leerstehende Tiefgaragen dienen in unserem Konzept als Ressource, um produktive Stoffkreisläufe zu generieren.

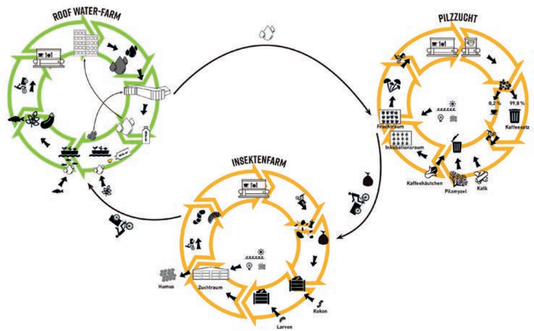


Idee und Leitbild



Lageplan - Produktionsflächen im Quartier

Versorgung Großraum Berlin



Interaktive Stoffkreisläufe

INTERAKTIVE STOFFKREISLÄUFE

Bio-Gut, Kaffeesatz und schlecht ausgelastete Tiefgaragen dienen in unserem Konzept als Ressource, um produktive Stoffkreisläufe innerhalb des Quartiers zu generieren.

Es entstehen drei Kreisläufe, welche jeweils von einem eigenständig wirtschaftlich agierenden Unternehmen betrieben werden und miteinander kooperieren.

Im Kreislauf der **Roof Water-Farm** wird Grauwasser lokal aufbereitet und für Hydro- sowie Aquaponiksysteme genutzt. Durch die Aufbereitung von Schwarzwasser zu NPK-Flüssigdünger werden Nährstoffe für Pflanzen gewonnen. Durch die flächenextensive und nachhaltige Anbau- und Zuchtmethode werden lokal verschiedene Gemüsesorten sowie Fische produziert.

Die **Pilzzucht** nutzt die Abfallprodukte Kaffeesatz und Kaffeehäutchen, ein Restprodukt des Röstverfahrens, als Nährstoff-Ressource. Zusätzlich kann aufbereitetes Grauwasser verwendet werden. Ungenutzte Tiefgaragen bieten optimale Anbaubedingungen.

Das Restsubstrat der Pilzzucht wird zusammen mit Bio-Gut in der **Insektenfarm** für die Zucht von Larven und Würmern verwendet, welche als Fischfutter für die Roof Water-Farms dienen. Das dabei entstehende Restprodukt (Humuserde) kann für Gemeinschaftsgärten genutzt werden.

Die Stoffkreisläufe nutzen Abfallprodukte als Ressource, um Nahrungsmittel zu produzieren. Dabei interagieren die einzelnen Stoffkreisläufe miteinander, indem Restprodukte wieder als Ressource in Wert gesetzt werden.

FRISCH AUS DEM QUARTIER

SAMMELN - vom Konsumenten zum Produzenten

Da das Konzept auf der Verwendung von Abfällen als Ressource basiert, müssen benannte Rohstoffe zunächst gesammelt und zu den Produzent*innen gebracht werden.

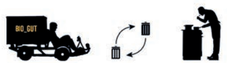
Hierfür fahren die so genannten Pilzkuriere vier Mal die Woche mit einem Schwerlastenrad sämtliche im Quartier ansässigen größeren Kaffeesatzproduzenten, Cafés und Hotels an und tauschen die Sammelboxen aus. Insektenzüchter*innen tauschen bei einigen wenigen Restaurants mit einem Schwerlastenrad die mit Bio-Gut gefüllten Sammelboxen aus.

Grau- und Schwarzwasser werden über getrennte Leitungssysteme gesammelt und zur Aufbereitungsanlage der Roof Water-Farm geleitet.

Für den Einwurf von Kaffeesatz in den Inwertsetzer erhalten engagierte Konsument*innen einen Gutschein für den Kauf von Pilzen.

Sammelt man den Kaffeesatz von sämtlichen gastronomischen Einrichtungen im Quartier und dem Inwertsetzer, erreicht man eine Menge von ca. 80 kg pro Tag. Das Bio-Gut wird lediglich von den Hotelrestaurants gesammelt, wodurch pro Tag ca. 800 kg gesammelt werden.

Pilzkuriere tauschen vier Mal die Woche mit einem Schwerlastenrad die mit Kaffeesatz gefüllten Sammelboxen aus.



Insektenzüchter*innen tauschen drei Mal die Woche mit einem Schwerlastenrad die mit Bio-Gut gefüllten Sammelboxen aus.

Grau- und Schwarzwasser werden über getrennte Leitungssysteme gesammelt und zur Aufbereitungsanlage der RWF geleitet.

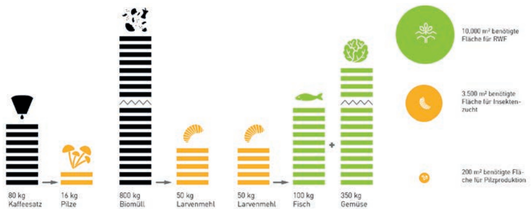
Für den Einwurf von Kaffeesatz in den Inwertsetzer erhalten engagierte Konsument*innen einen Pilz-Gutschein.

PRODUZIEREN - Inwertsetzung der Ressource

Ausgehend von den gesammelten Ressoucen wird errechnet, wie viel Pilze, Fischfutter (Insekten), Gemüse und Fisch produziert werden können. Diese Mengen determinieren wiederum die benötigten Anbauflächen im Quartier, welche im Lageplan verortet werden.

Pro Tag können aus 80 kg Kaffeesatz 6 kg Pilze gezüchtet werden. Aus den 800 kg Bio-Gut können täglich 50 kg Larven produziert werden. Da Aquaponik-Zuchtfische mit lediglich 50 % tierischem Eiweiß gefüttert werden können, können mit durch die Larvenzucht täglich 100 kg Zuchtfisch sichergestellt werden.

Für die Produktion von Fisch und Gemüse in Aqua- sowie Hydroponik wird eine Fläche von ca. 10 000 m² auf Flachdächern in Anspruch genommen. 3 500 m² in Tiefgaragen werden für die Insektenzucht genutzt und lediglich 200 m² sind für die Produktion der Pilze notwendig.



Produzieren - Inwertsetzung der Ressource

HANDELN - Tradition und Innovation

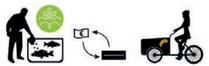
Pilzkuriere liefern mit Lastenrädern nach Onlinebestellung Pilze an Restaurants.

Insektenzüchter*innen liefern regelmäßig Fischfutter an die Roof Water-Farms.

Die Roof Water-Farms liefern regelmäßig oder auf Bestellung an Restaurants.

Im Quartier verteilte Pilzautomaten bieten rund um die Uhr Zugang zu Pilzen.

Pilzkuriere liefern mit Lastenrädern nach Onlinebestellung Pilze an Restaurants.



Insektenzüchter*innen liefern regelmäßig Fischfutter an die Roof Water-Farms.

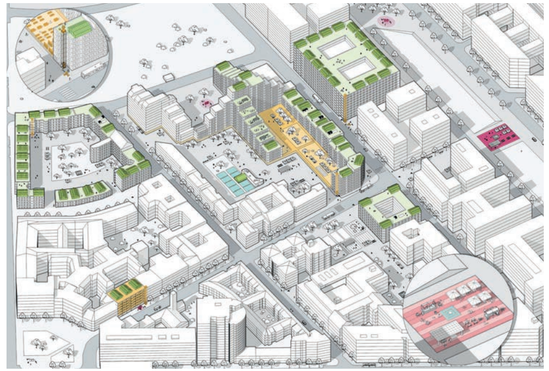
Die Roof Water-Farms liefern regelmäßig oder auf Bestellung an Restaurants.

Im Quartier verteilte Pilzautomaten bieten rund um die Uhr Zugang zu Pilzen.

Auf dem Wochenmarkt können Stadtbewohner*innen die Waren kaufen.

GESAMTKONZEPT - One Mile Prosuming

Das Wimmelbild verdeutlicht, wie im Quartier der kurzen Wege das Sammeln, die Produktion sowie das Handeln im Radius einer symbolischen Meile stattfinden und das Quartier beleben. Das Prosuming aktiviert die Straßen, Plätze, Dächer sowie Tiefgaragen und lässt ein produktives Quartier entstehen.



Wimmelbild - Produktion und Handel beleben das Quartier

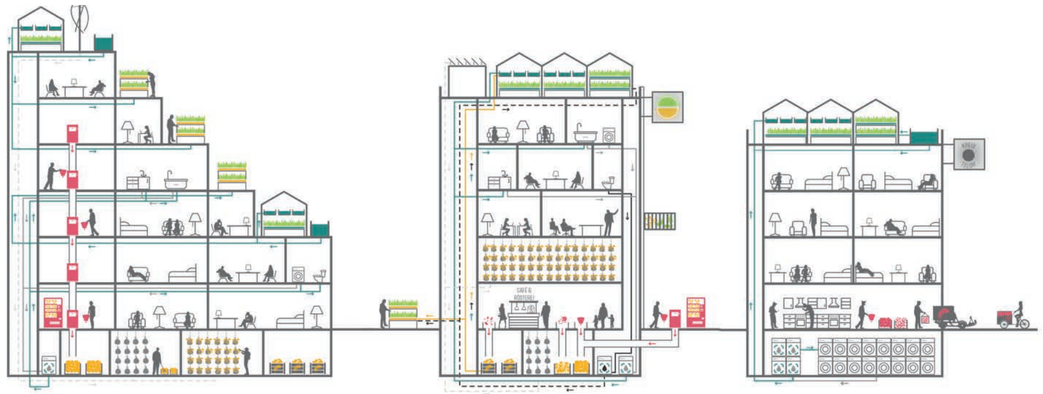
FRISCH AUS DEM QUARTIER

GESAMTKONZEPT - One Mile Prosuming

Die drei schematischen Schnitte zeigen, wie das Konzept in unterschiedlichen Gebäudetypologien integriert wird.

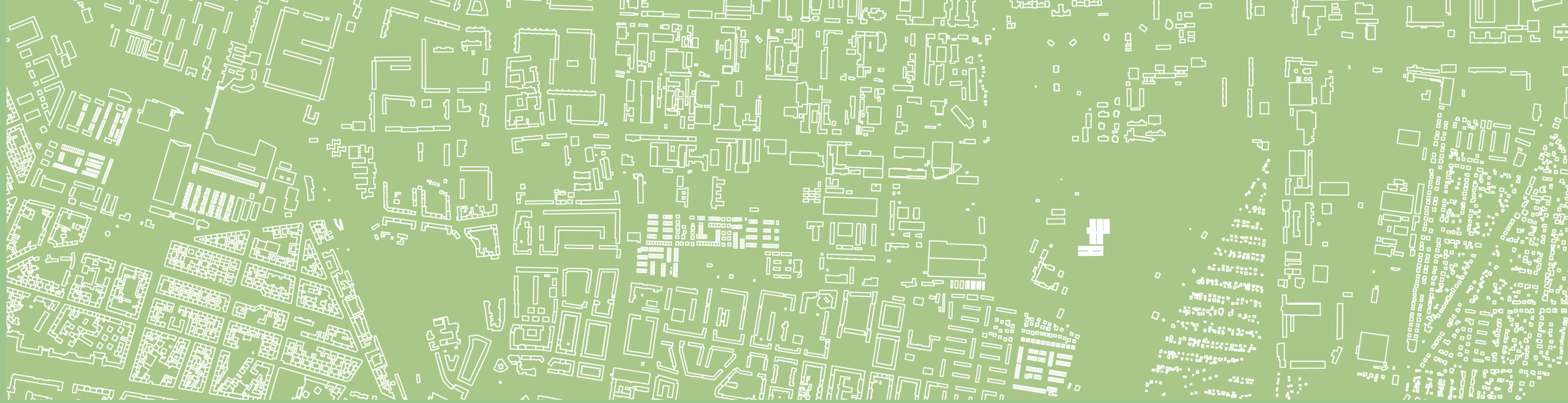
Im baufälligen Studierendenwohnheim können im Zuge von nötigen Sanierungsmaßnahmen getrennte Leitungssysteme eingebaut werden, um eine Wasseraufbereitung zu ermöglichen. Im Hotelbau ist eine Versorgung der Roof Water-Farms mit Regenwassersammelanlagen sowie aufbereitetem Waschmaschinenabwasser möglich.

Das neu errichtete Kreislaufhaus beherbergt alle Produktionsformen und ein Café sowie eine Rösterei. Es dient als Lern- und Informationsort, wo die Kreisläufe erlebbar gemacht werden. Im Bereich des Erdgeschosses interagiert das Gebäude durch die Anlieferungszone, den Lastenaufzug, den Automaten sowie dem Inwertsetzer und dem Außenbereich des Cafés mit dem Straßenraum.
Durch das Konzept können Lebensmittel lokal, flächenextensiv und nachhaltig produziert werden, um sie vor Ort im Quartier wieder zu konsumieren. Dadurch können lange Vertriebswege, etwa durch Nahrungsmittelimporte aus dem Ausland, vermieden werden. Des Weiteren wird das Bewusstsein für die Produktion von Nahrungsmitteln in der Bevölkerung gesteigert.



Kreisläufe auf Gebäudeebene

Perspektive - Blick auf das Kreislaufhaus



CONNECT & COLLECT

VERNETZUNG EINES STADTTEILS

DAS LOGISTIKKONZEPT - CONNECT & COLLECT

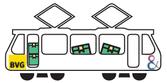
Logo des Logistikkonzeptes „Connect & Collect"

Kernelement des Entwurfes stellt das Logistikkonzept dar, welches zur Vernetzung der Stadtfarm an ihrem aktuellen Standort mit dem umliegenden Quartier dient.
Durch die Bereitstellung einer App-Anwendung und digitalen Marktplätzen an zentralen Orten des Quartiers, sollen die Produkte der Stadtfarm möglichst einfach bestellt und durch die verschiedenen Liefermöglichkeiten flexibel zugestellt werden können. Die Einbindung der BVG in das Logistiksystem stellt dabei eine nachhaltige und effiziente Möglichkeit der Zustellung dar, da bereits bestehende Transportwege für die Auslieferung genutzt werden, ohne dass zusätzliche Emissionen entstehen.
Die BVG unterstützt somit aktiv die Verteilung von Produkten eines lokalen Lebensmittelproduzenten. Dabei profitiert nicht nur die Stadtfarm von der öffentlichen Werbung wie beispielsweise an und in den Straßenbahnwagen, sondern auch die Kunden der Stadtfarm, die die Zustellung mit der BVG an einen CityFreezer wählen, von dem Angebot. Diese erhalten einen Rabattgutschein für den kooperierenden Markt und können somit ausgewählte Produkte vergünstigt erwerben.

Die Kund*innen bestellen über die kostenfreie CC-App die Produkte bei der StadtFarm oder nutzen die zentral installierten digitalen Marktplätze.

Funktionsweise des Logistikkonzeptes

Am Betriebsbahnhof werden die Produkte in einem separaten Freezer zwischengelagert, bevor der*die Straßenbahnfahrer*in diese verlädt und sie anschließend auf seinem Weg an die CityFreezer ausliefert.



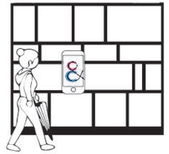
€ Lieferoption:
Die Bestellungen des Vortages werden mit der BVG zu den gewünschten CityFreezer-Standorten geliefert, an denen ein*e Mitarbeiter*in der kooperrierenden Märkte diese entgegennimmt und in den CityFreezer einlagert.

Mit jeder Lieferung erhalten die Kunden einen Rabatt-Gutschein, mit dem sie vergünstigt im Kooperations-Markt einkaufen können.

Ein*e Mitarbeiter*in der StadtFarm stellt die Bestellungen für die Auslieferung zusammen.

Der Transport der Produkte erfolgt über Lastenräder zum Zielort.

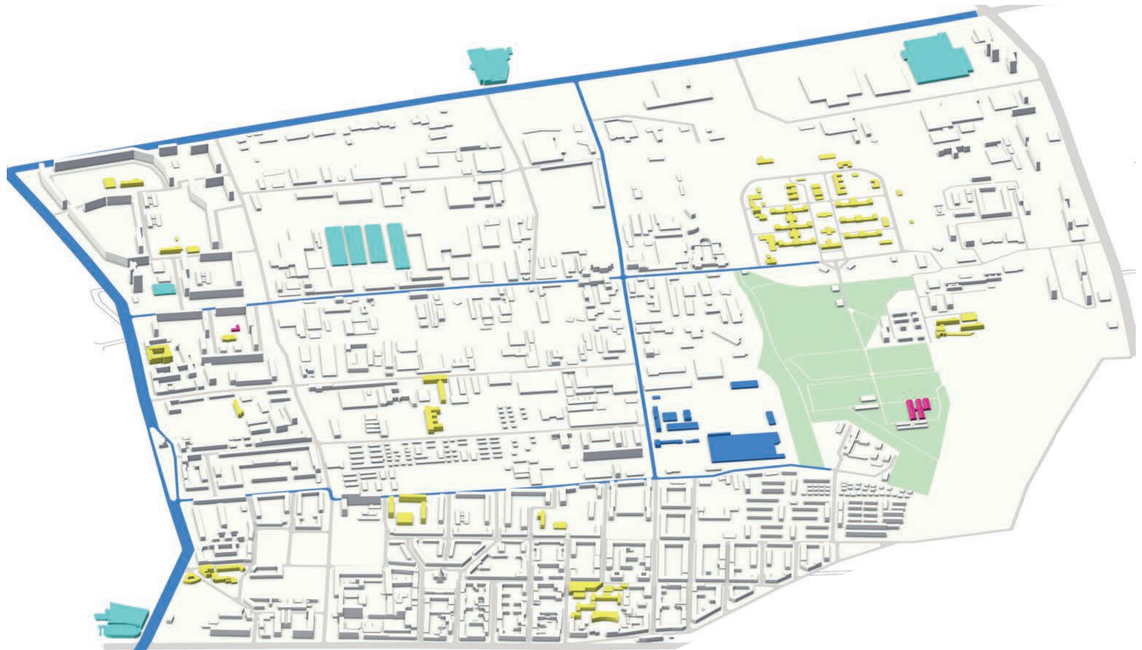
€€ Lieferoption:
Die Bestellung wird individuell an einen gewünschten City-Freezer geliefert.



Mit der App entriegeln die Kund*innen auch die City-Freezer, um die Bestellung in Empfang nehmen zu können.

€€€ Lieferoption:
Ein Kurier bringt die Bestellung direkt zu den Kund*innen an den gewünschten Lieferort.

DIE VERNETZUNG EINES STADTTEILS



Plangebiet

PRODUKTIONSSTANDORT

Die Stadtfarm baut als kommerzieller, innerstädtischer Produktionsstandort frische Lebensmittel im AquaTerraPonik-Verfahren an und verarbeitet diese zu StadtSalaten und die gezüchteten Fische weiter. Mit Hilfe eines intelligenten Logistikkonzeptes kann das gesamte Plangebiet mit frischen Produkten versorgt werden.
Mit dem SocialHub im Westen des Plangebiets wird ein neuer sozialer Treffpunkt im Quartier geschaffen.

RELEVANTE ORTE

Relevante Orte sind wichtige Orte der Konsumption im Quartier wie Einkaufszentren, Supermärkte und andere Märkte wie IKEA oder das Dong Xuan Center. Aufgrund ihrer kommerziellen Funktion sowie ihrer günstigen Lage und Anbindung sind die relevanten Orte hoch frequentiert und daher geeignete Standorte für die CityFreezer und KiezFarmen.

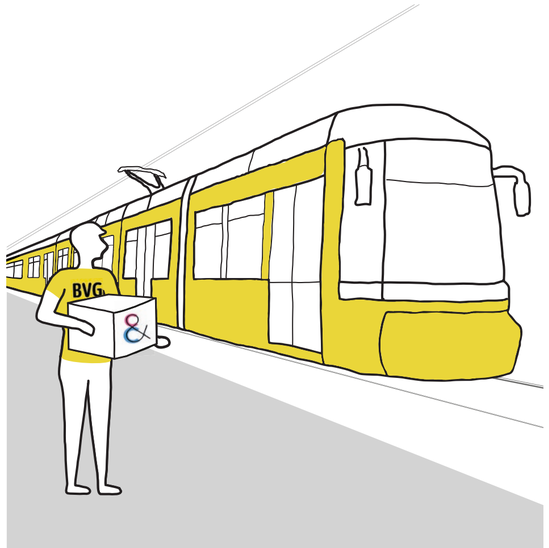
LOGISTIK

Essentieller Bestandteil des Logistikkonzeptes sind die Transportwege: die Fahrradschnellstraßen und vorhandenen Straßenbahnlinien der BVG. Der Betriebsbahnhof der BVG westlich des Landschaftsparks Herzberge ist dabei wichtiger Umschlagsort in der Lieferkette und Ausgangspunkt für die zum Transport genutzten Straßenbahnen, welche die CityFreezer beliefern und somit die Produkte den Konsument*innen bereitstellen.

KOOPERATIONSPARTNER

Die Stadtfarm hat viele Kooperationspartner*innen, wie Bildungseinrichtungen, Krankenhäuser und öffentliche Verwaltungseinrichtungen. Beispielsweise bezieht das Krankenhaus nördlich des Landschaftsparks Herzberge einen Teil der Frischeprodukte, um die Genesung der Patient*innen mit einem gesunden, regionalen Mittagessen zu unterstützen. Da es sich bei dem Krankenhaus um einen zentralen Kooperationspartner handelt, werden spontane Bestellungen auch kostenlos geliefert.

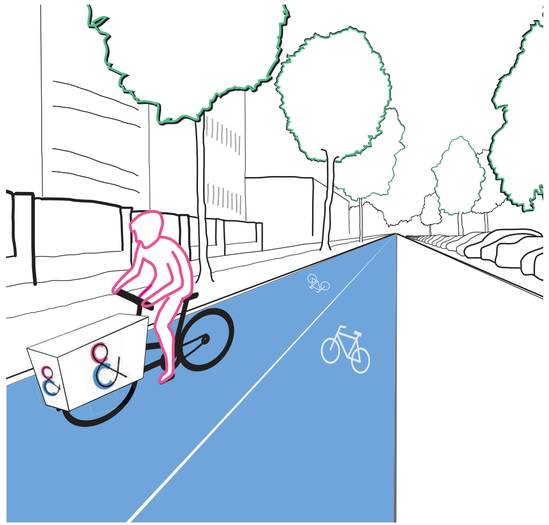
BESTANDTEILE DES KONZEPTES



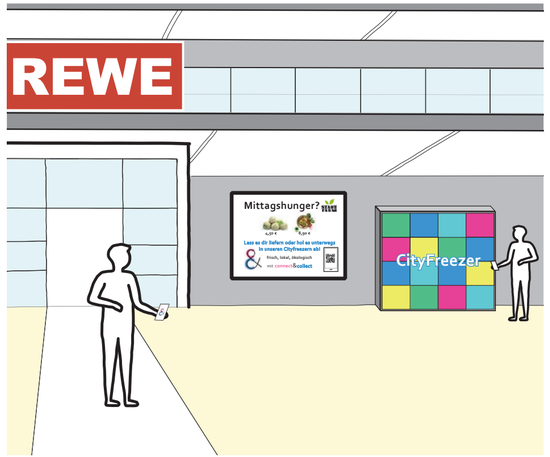
Die BVG als Logistikpartner

Die BVG ist der Logistikpartner der StadtFarm. Die vorhandenen Straßenbahnlinien fahren regelmäßig die CityFreezer an und verteilen die Produkte der Lieferoption „Sammelbestellung". So wird die vorhandene Infrastruktur zur Belieferung des Quartiers genutzt.

Die Fahrradschnellstraße ist eine Maßnahme, um die CO^2-neutrale Auslieferung der Produkte zu garantieren. Die Wege sind für den Lastenrad-Verkehr ausgebaut und Radfahrer*innen haben Vorrang vor dem Autoverkehr. Diese Wege schaffen eine optimale Verbindung zwischen der StadtFarm und den relevanten Orten.



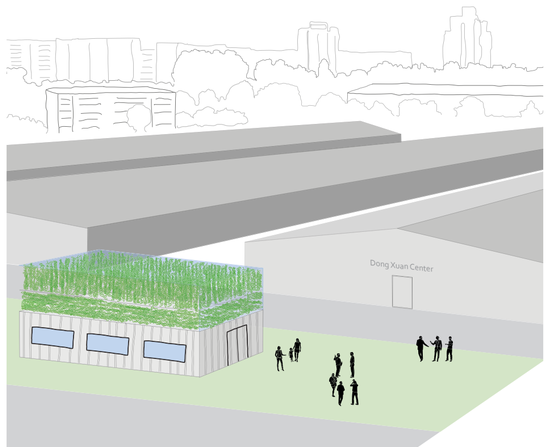
Fahrradschnellstraßen zur besseren Vernetzung des Quartiers



REWE als Standort mit CityFreezer und digitalem Marktplatz

Rewe hat als relvanter Ort einen CityFreezer installiert, an dem Kund*innen ihre bestellten Lebensmittel abholen können. Bei jeder Lieferung in den CityFreezer am Rewe erhält der Kunde einen Rabattgutschein, um einen Anreiz zu schaffen auch den Supermarkt zu besuchen.
Zusätzlich ist ein digitaler Marktplatz installiert, an dem man per Touchscreen rund um die Uhr Bestellungen bei der StadtFarm aufgeben kann.

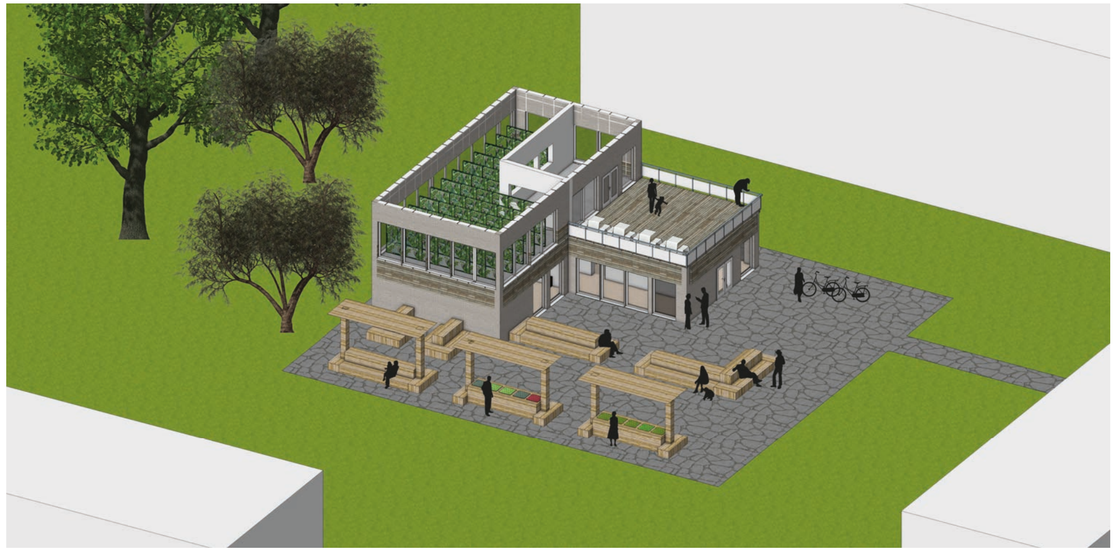
Das Dong Xuan Center als Handelszentrum für asiatische Waren möchte sich im Quartier besser integrieren und betreut eine KiezFarm.
Das angebaute asiatische Gemüse wie Sojasprossen oder Pak Choi wird vor Ort teilweise verarbeitet, aber regelmäßig auf dem FarmBasar am SocialHub verkauft. Außerdem bietet das Dong Xuan Center asiatische Kochkurse im SocialHub an.



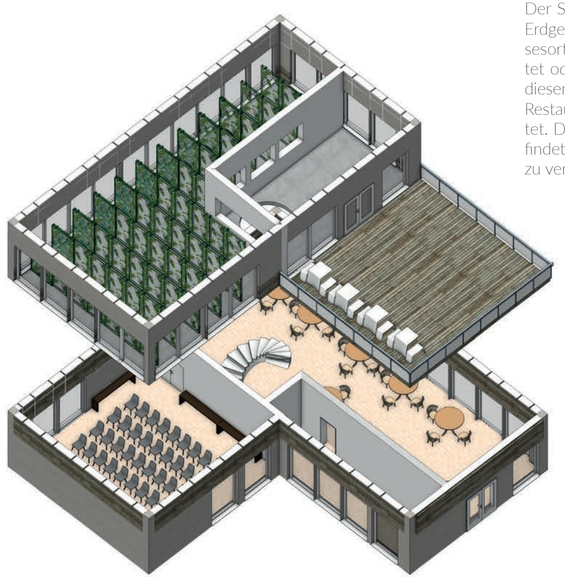
Dong Xuan Center mit KiezFarm

DER SOCIALHUB

Der SocialHub ist der neue Marktplatz und Treffpunkt im Quartier. Neben einem Restaurant und dem Seminarraum gibt es den Salat-O-Mat, der nach Küchenschluss mit den übrig gebliebenen Produkten befüllt wird. So können Hungrige rund um die Uhr frische Produkte erwerben.



SocialHub als Treffpunkt mit FarmBasar



SocialHub mit integrierter KiezFarm und Seminarraum

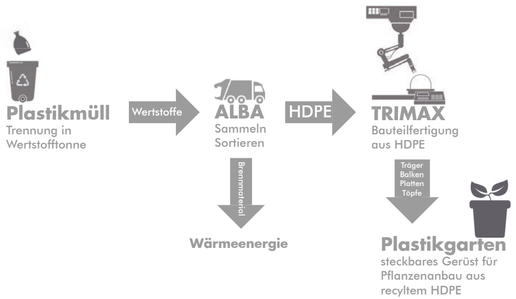
Der SocialHub ist ein Gebäude mit Restaurant und einem Seminarraum im Erdgeschoss. Im 1. Obergeschoss werden Kräuter und verschiedene Gemüsesorten im AquaTerraPonik-Verfahren angebaut, die im Restaurant verarbeitet oder auf dem FarmBasar verkauft werden. Interessierte können sich an diesem hybriden Standort über die StadtFarm informieren. Werktags wird im Restaurant frisches Mittagessen mit den Produkten der StadtFarm zubereitet. Der gestaltete Außenbereich lädt zum Verweilen ein. Alle zwei Wochen findet hier zudem der FarmBasar der KiezFarmen statt, um die Akteur*innen zu vernetzen und den Wissensaustausch zu fördern.

PLASTIKGARTEN

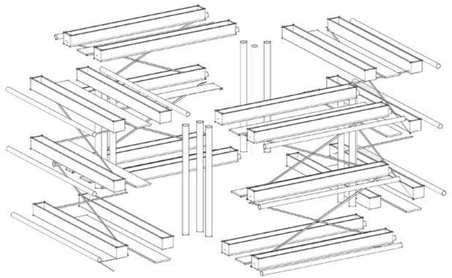
MODULAR-VERTIKALES GARTENGERÜST AUS RECYCELTEM HDPE-KUNSTSTOFF

PLASTIKMÜLL WIRD ZUR TYPOLOGIE

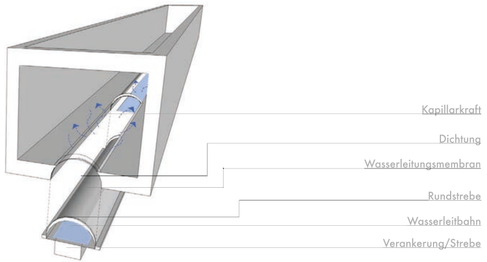
Aus dem beständigen und formbaren HDPE Kunststoff, welcher zunächst als ein Abfallprodukt beim alltäglichen Konsumieren von beispielsweise einer Vielzahl an Aufbewahrungsgefäßen und hauptsächlich Verpackungen anfällt, kann nach dem Recyceln des sortenreinen Kunstoffs in einem weiteren Schritt mit Hilfe einer Verarbeitungsmethode das HDPE zu einem mit bauaufsichtlicher Zulassung versehenem Bauträger formiert werden. In einem möglichst simplen Stecksystemverfahren sollen die entstandenen einzelnen upgecycelten Träger und Pflanzbeckenteile miteinander für einen flexiblen Auf-und Abbau verbunden werden, um somit eine hohe Wiederholbarkeit zu erfahren und auch weniger fruchtbaren Standorten dieser Welt Anbaufläche zur Verfügung zu stellen. In dieser Erscheinung eines Plastikgartens ist die Typologie sehr anspruchsarm einsetzbar und von großer Durabilität.



Der Weg des Plastiks



Das Stecksystem



Bewässerung der Pflanzbecken

ARBEIT IM PLASTIKGARTEN

Der geformte und transportable Garten ist in Ebenen unterteilt, welche alle jeweils vertikal über Leitern und Flaschenzüge sowie horizontal über Durchbrüche für Material und Erntevorgänge zugänglich sind. Die entweder Jungpflanzen oder Erntegüter werden dann über die Flaschenzüge über die Ebenen transportiert. Das Erntegut wird anschließend mit Bollerwagen zum Lager oder Verkaufsstandort gebracht. Das Nährstoff-Substrat gelangt über ein Saugrüssel-Verfahren in und aus den Pflanzbecken, während die Bewässerung speziell auf die schnelle Wiederholbarkeit der Anlage ausgerichtet ist.

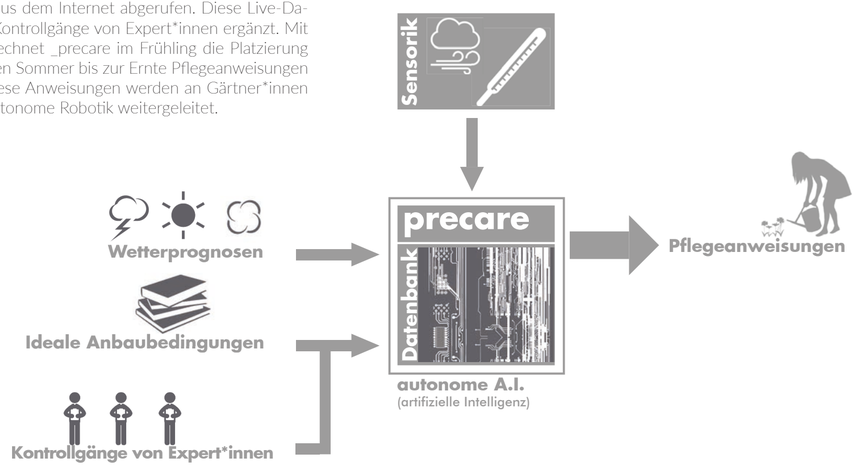
Das Bewässern funktioniert generell über die miteinander verbundenen Pflanzbecken und die wasserleitenden Vertikalstützen und kann somit an die bestehende Wasserleitung angeschlossen werden oder über einen Wasserturm über Gravitationskraft versorgt werden. Das spezielle Bewässerungssystem innerhalb der Pflanzbecken beruht auf dem Prinzip der Kapillarkraft, die Pflanze kann sich somit direkt über den Nährboden selbst mit dem notwendigen Wasser versorgen.

Beispielhaftes Arbeiten im Plastikgarten

DER DIGITALE GARTEN - PRECARE

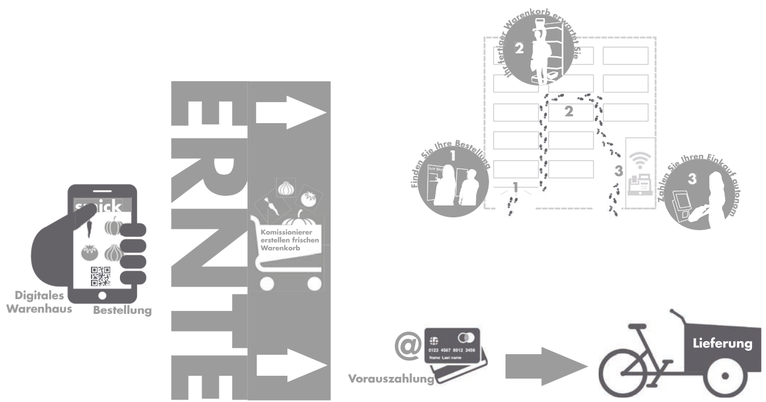
Die artifizielle Intelligenz _precare ermittelt aus der Zusammenarbeit einer Datenbank, einer Klimasensorik und Live-Daten die optimale Pflege für die Pflanzen im Plastikgarten. Die Datenbank besteht aus agrarwirtschaftlich relevanten Daten zu Saat, Pflege, Ernte, usw. und wird, nachdem _precare einmal in Betrieb ist, vom System eigenständig durch gesammelte Erfahrungen erweitert. _precare lernt also.

Mikroklimatische Daten werden durch Sensoren direkt am Garten gesammelt und Wetterprognosen werden aus dem Internet abgerufen. Diese Live-Daten werden durch sporadische Kontrollgänge von Expert*innen ergänzt. Mit Datenbank und Live-Daten berechnet _precare im Frühling die Platzierung der Pflanzen und erstellt über den Sommer bis zur Ernte Pflegeanweisungen (Gießmenge, Beschnitt, etc.). Diese Anweisungen werden an Gärtner*innen oder -perspektivisch- an eine autonome Robotik weitergeleitet.



DAS DIGITALE WARENHAUS - SMICK

Mit der Smartphone App _smick können Kund*innen bequem den aktuellen Fruchtbestand des Plastikgartens einsehen und ihre Bestellung aufgeben. Die Bestellung wird dann in eine Kommissionsreihe eines Ernters (auch hier Robotik denkbar) eingearbeitet. Der Warenkorb kann entweder geliefert oder selbst in vollautomatisierten Verkaufszonen abgeholt werden. Nach Eintritt in die Verkaufszone erfahren der/die Kunde*in die genaue Platzierung seines Warenkorbs im übersichtlichen Lager und kann ihn abholen. An der autonomen Kasse vor dem Ausgang bezahlt der/die Kunde*in und verifiziert sich durch Kreditkarte oder Personalausweis.



DER PLASTIKGARTEN IN DER STADT

Flexibilität ist eine der Kerneigenschaften des Plastikgartens. Die Konstruktion erlaubt eine Verwendung in unterschiedlichsten Kombinationen. Denkbar ist ein Einsatz als Dachaufsatz - beispielsweise auf Mehrgeschosswohnungsbau oder auch direkt auf Supermärkten - als temporärer Lückenfüller im baulichen Kontext oder aber freistehend.

Insbesondere die temporäre Platzierung eines Gartens auf einem brachliegenden Grundstück ohne unmittelbares Bauvorhaben bildet einen erfolgversprechenden Anwendungsbereich, da die Fläche somit effektiv im Stadtgefüge nutzbar ist, während eine langfristige Perspektive strukturiert entwickelt werden kann. Als Dachaufsatz auf einem bestehenden Supermarkt oder in Kombination mit der von uns entworfenen Verkaufszone bietet der Plastikgarten den Verbraucher*innen eine unmittelbare Einsicht in die Produktionsweise.

Deren Kenntnis ist ein großes Bedürfnis einer immer bedeutsamer werdenden Bewegung mit nachhaltigem Lebensstil und stellt einen hohen Qualitätszuwachs für den Handel von morgen dar.

Dach

Baulücke

freistehend

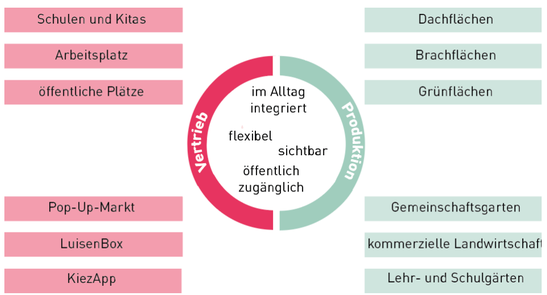
Szenario im Plastikgarten

LUISE TISCHT AUF

URBANE LANDWIRTSCHAFT UND REGIONALE ERZEUGNISSE IM QUARTIER ERLEBBAR MACHEN

DAS KONZEPT

Ziel des Projekts LUISE TISCHT AUF ist es, urbane Landwirtschaft und regionale Erzeugnisse im Quartier erlebbar zu machen. Dabei knüpft das Konzept an bestehende Strukturen an und versucht diese durch neue Elemente zu stärken. Dafür wurden unterschiedliche Maßnahmen in unterschiedlichen Maßstäben entwickelt. Es wurde darauf Wert gelegt, ein überwiegend kostengünstiges und niedrigschwelliges Angebot zu schaffen, welches sich in den Alltag der Kiezbewohner*innen integriert.



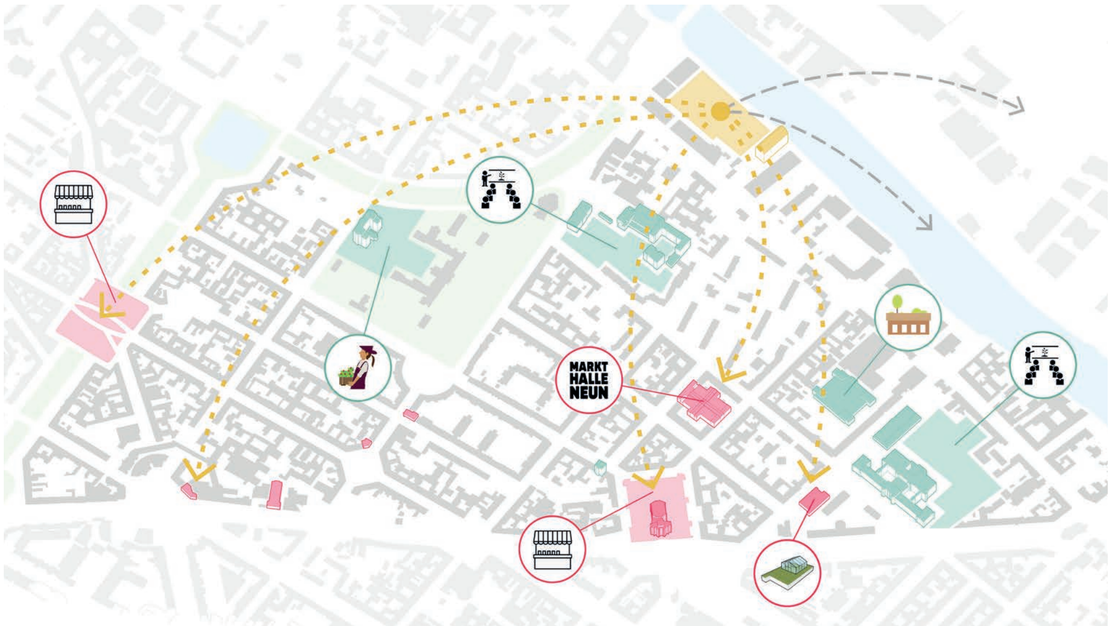
Schematische Darstellung des Konzepts: Produktion und Vertrieb

KiezKalender

Die Anbieter*innen der Markthalle Neun verkaufen neben lokalen Produkten auch verschiedene Feinkostprodukte aus Europa. Mit einem eigenen Lieferdienst beliefern sie ausgezeichnete Restaurants in Berlin.

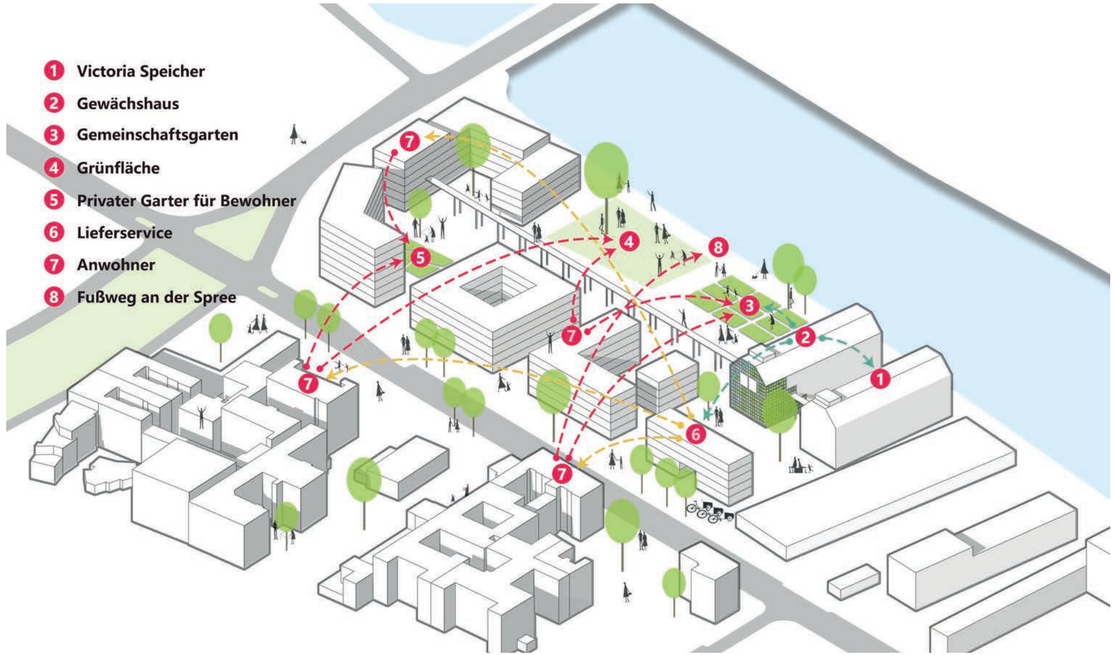
In der nördlichen Luisenstadt leben circa 22.300 Menschen. Sie umfasst eine Fläche von 130 Hektar.
1.000 Schüler*innen verteilen sich auf zwei Grundschulen. Dazu kommen 1.300 Kinder in 31 Kindergärten.

Verkaufsstand auf dem Wochenmarkt in der Markthalle Neun



Übersichtskarte zur Konzeptidee: Gelb: Vetriebszentrum; Rot: Verkauf, Grün: Bildung

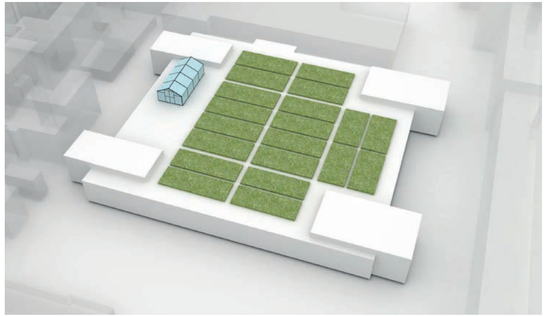
NEUE PRODUKTIONSORTE



Neue Produktions- und Vetriebsorte am Viktoriaspeicher

Die Nördliche Luisenstadt bietet einige Potenzialflächen, um urbane Landwirtschaft zu integrieren.

Die größte Fläche liegt direkt an der Spree, an dem denkmalgeschützten Viktoriaspeicher. Hier kann ein neues Produktions- und Vertriebszentrum für urbane Landwirtschaft entstehen. Der Viktoriaspeicher dient dabei als Lager und Vertriebsort. Zusätzlich wird ein mehrgeschossiges Gewächshaus nach dem Vorbild von vertical harvest errichtet. Auf dem Grundstück bleibt genug Platz, um Wohnraum sowie Gemeinschaftsgärten zu realisieren. (siehe linke Seite)

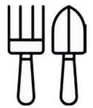


3D-Darstellung des Dachgartens auf dem Zeughof

Des Weiteren gibt es auch einige Dachflächen, auf denen zukünftig urbane Landwirtschaft betrieben werden kann. Auf dem Dach des Zeughofes Kreuzberg entsteht ein Lehr- und Gemeinschaftsgarten. Hier können die Mitarbeiter*innen ihre Pausen verbringen oder nach Feierabend gemeinsam gärtnern.

Zukünftiger Gemeinschaftsgarten in unmittelbarer Nähe zum Freiluftkino Kreuzberg

Zusätzlich gibt es auch viele frei zugängliche Grünflächen im Quartier. Besonders rund um das Bethanien, ein ehemaliges Stiftskrankenhaus, sind viele (ungenutzte) Freiflächen. Diese bieten ein großes Potenzial für die Realisierung/Entstehung öffentlicher Gemeinschaftsgärten.



Auf den frei zugänglichen Gemeinschaftsgärten kann an festgelegten Tagen (siehe KiezKalender) unter Anleitung gegärtnert werden. Das Gemüse kann eigenstänidg und gegen Spende selbst geerntet werden.

Zusätzlich gibt es auch viele frei zugängliche Grünflächen im Quartier. Gemeinschaftsgärten sind immer auch Lehrgärten. Lehrgärten gibt es Schulen, Kindergärten aber auch am Arbeitsplatz.

NEUE VERTRIEBSWEGE

Der Vertrieb der lokalen und regionalen Produkte soll sich bestmöglich in das alltägliche Leben der Quartiersbewohner*innen integrieren.

Karte zu einer möglichen Verteilung der Pop-up-Märkte in der nördlichen Luisenstadt

Durch die Pop-Up-Märkte können an verschiedenen Orten im Quartier regionale Erzeugnisse angeboten werden.

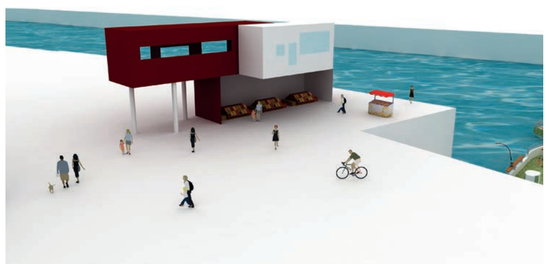
Sie sind beweglich und können je nach Bedarf aufgebaut werden. Pop-Up-Märkte gibt es überwiegend in der Nähe von Schulen und Kindergärten sowie auf öffentlichen Plätzen.

Mobiler Schulgarten mit Verkaufsfläche

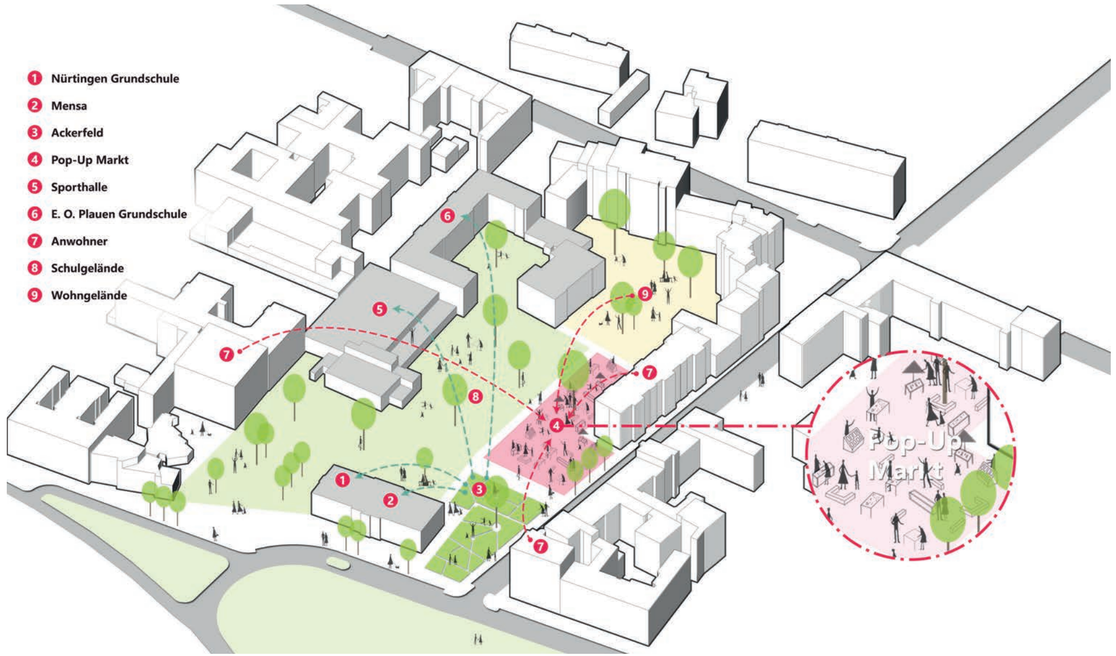
Die verschiedenen Angebote der lokalen Händler*innen werden in einer gemeinsamen App gebündelt. Die Bestellungen werden per Lastenrad im Quartier verteilt. Es wird entweder nach Hause oder an den Arbeitsplatz bzw. an die Kita oder Schule geliefert.

Die Bestellungen werden per Lastenrad im Quartier verteilt. Es wird entweder nach Hause oder an den Arbeitsplatz bzw. an die Kita oder Schule geliefert.

Zusätzlich wird einmal pro Woche die LuisenBox angeboten. Zusammen mit der Markthalle Neun und dem Schulcatering werden drei verschiedene Boxen entwickelt: die SchülerBox, die MarkthallenBox und die MitarbeiterBox. Diese enthalten jede Woche ein anderes saisonales Rezept zuzüglich der benötigten Zutaten und sollen verschiedene Zielgruppen ansprechen.



3D-Darstellung eines Pop-up-Marktes



Beispiel für die Funktionsweise eines Pop-up-Markts an Schulen

PROJEKTABSCHLUSS

Der traditionelle stationäre Handel ist seit geraumer Zeit nicht mehr alleiniger Bezugspunkt für den Konsum von Gütern und Produkten. Mit wachsender Digitalisierung entwickelten sich bereits in den 1980er Jahren erste Ansätze und Formen des inzwischen stark ausgeprägten E-Commerce. Heute sind die Anteile digitaler Handelsumsätze etwa von Bekleidung, Elektroartikeln, Büchern oder Haushaltswaren bezeichnend. Jener Trend im Nonfood-Einzelhandel setzt sich mittlerweile auch im Lebensmittelsektor durch. Auch hier ist ein signifikanter Anstieg der Angebote deutlich erkennbar und es wird spannend zu beobachten, ob dieser Bereich eine ähnliche Entwicklung erfährt.

Unter anderem am Beispiel von Berlin ist zu beobachten, dass Discounter, Super- und Biomärkte versuchen, die Kund*innen mit entsprechenden Lieferangeboten im Online-Markt abzuholen. Im Bereich des Urban Farmings ist beispielsweise die Biokiste zu nennen, die inzwischen per Click & Collect online bestellbar ist und Verbraucher*innen somit bequem lokal angebaute Lebensmittel beziehen können. Zwar zeigen sich die Konsument*innen bei dem E-Commerce von frischen Lebensmitteln – im Verhältnis zu anderen Verbrauchersektoren – noch recht zurückhaltend, gleichwohl deuten die Innovationen und Entwicklungen von gebäudeintegrierten Anbautechnologien wie Aqua- und Hydroponik und die steigende Zahl solcher Projekte, dass auch die Online-Nachfrage an frischen Lebensmitteln aus und in der Stadt zukünftig steigen kann.

Im Kontext des studentischen Ideenwettbewerbs „Urbane Handelslagen der Zukunft", der vom Wissensnetzwerk Stadt und Handel ausgelobt wurde, haben sich die auf den vorangegangenen Seiten vorgestellten Entwurfsgruppen differenziert und vielseitig mit dem oben genannten Thema auseinandergesetzt. Aus dem offen gestalteten Projekt „Future Urban Trade – New Typologies, Logistics and food Chains " konnten somit fünf konkrete Ansätze und individuelle Konzepte entwickelt werden.
Die Konzepte zeigen dabei nicht nur auf, wie sich der zunehmend größer werdende Online-Handel in Kombination mit einer urbanen Lebensmittelproduktion gestalten lässt, sondern auch wie umfangreich und vielseitig dieses Thema ist.

Die vorangestellten Beiträge stellen unter Beweis, dass sich die räumlichen Auswirkungen sowie die Gestaltung urbaner Lebensmittelproduktion und digitalen Handels in Zukunft auf unterschiedlichste Weise entwickeln können. Der jeweilige städtebauliche Kontext und die bereits agierenden Initiativen und Akteur*innen sind maßgebliche Einflussfaktoren, die es zu analysieren und angemessen in das Konzept zu integrieren gilt.
Zusammenfassend ist es gelungen, innerhalb eines (kurzen) akademischen Sommers, mit verschiedener Ausgangslagen und Rahmenbedingungen Strategien und Entwürfe zu entwickeln, die allesamt ein konkretes Potenzial auf eine Realisierung mit sich bringen. Ein nächster Schritt wäre die Kontaktaufnahme mit experimentierfreudigen Partner*innen und ein Austausch über die erarbeiteten Konzepte mit den Akteur*innen vor Ort. Nicht zu vergessen ist die allgemein entstandene Gewissheit, dass Planer*innen in ihrer Rolle letztlich auch Impulse setzen können und von dieser Möglichkeit Gebrauch machen sollten. Es ist jedoch nicht von der Hand zu weisen, dass zur weiteren Sensibilisierung insbesondere die Wissensvermittlung und Aufklärung als essentiell erachtet wird. Hier besteht weiterhin ein hoher Handlungsbedarf.

Es bleibt abschließend zu sagen, dass wir als Studierende durch die Teilnahme an dem Projekt „Future Urban Trade – New Typologies, Logistics and Food Chains" viel über das Thema der urbanen Lebensmittelproduktion, der aktuellen und künftigen Entwicklungen im Bereich des E-Commerce und den damit einhergehenden Auswirkungen auf den städtischen Raum gelernt haben und es uns eine große Freude war, zusammen mit unserer Dozentin und dem Lehrstuhl das Projekt zu gestalten. Ein großer Dank gilt daher Dr. Grit Bürgow!