

Mémoire interne de stage individuel,
IUP 3, Juin-Septembre 2006

"Raumentwicklung" & Ateliers de perception de l'espace.



Clémence Doutreleau



Mémoire interne de stage individuel,
IUP 3, Juin-Septembre 2006

"Raumentwicklung" & Ateliers de perception de l'espace.



Cémence Doutreleau

Enseignant référant: Jean Paul Carrière

Je tiens à remercier Messieurs Rainer Düvell, Karsten Feucht et leurs "Mitarbeiter" pour leur accueil et leur confiance.

Je souhaite exprimer également toute ma reconnaissance à Monsieur Jean-Paul Carrière, enseignant référent de ce travail.

Enfin, j'adresse un merci tout particulier à Cathy Savourey et Jeanine Marchand pour avoir glissé du sensible et du jeu dans notre formation d'IUP!

Sommaire

LA STRUCTURE D'ACCUEIL:

AGENCE POUR L'ART ET L'ARCHITECTURE – RAINER DÜVELL p.7

- > **PRESENTATION GENERALE DE LA STRUCTURE** p.8
- > **UNE PHILOSOPHIE PARTICULIERE: LA RAUMENTWICKLUNG.** p.9
- > **LES ACTIVITES DE L'AGENCE POUR L'ART ET L'ARCHITECTURE** p.12
 - I. Raumentwicklung, de A à Z. P.12
 - II. Les ateliers de perception de l'espace. P.17

DEROULEMENT DU STAGE ET METHODES DE TRAVAIL P.20

- > **JUIN – JUILLET: OBSERVATION** p.22
- > **JUILLET-AOUT: WORKSHOPS** p.23
 - I. Les thèmes p.23
 - II. Méthode et animation p.25
 - III. Bilan P.25
- > **AOUT – SEPTEMBRE: RECHERCHE & REDACTION** p.26

SUJET DE REFLEXION: p.28

"La prise en compte du sensible et de la participation des citoyens dans les projets d'aménagement : Quel potentiel pour les ateliers de perception?"

- > **DIX ANS D'EXPERIMENTATION DES ATELIERS DE PERCEPTION** p.30
 - I. Naissance du concept: entre tourisme et Raumentwicklung p.30
 - II. Développement des voyages en perception comme produit touristique p.31
 - III. Utilisation des voyages en perception pour la Raumentwicklung p.36
 - IV. Vers un outil pour l'aménagement. P.38
 - V. Bilan de ces dix ans d'expérimentation p.40
- > **OUVERTURE SUR D'AUTRES EXPERIENCES** p.43
 - I. Mission Repérage(s) p.45
 - II. Bruit du Frigo p.48
 - III. La médiation paysagère p.50
 - IV. On-line Dialogue p.52
- > **PROPOSITION D'ORIENTATIONS: COMMENT DEVELOPPER LE POTENTIEL DES ATELIERS DE PERCEPTION EN AMENAGEMENT?** p.56

Introduction

Je vous propose, en guise d'introduction, de commencer par le tout début du stage individuel: la lettre de motivation. En février 2006, j'envoyais une lettre au siège de l'association Ortkultur (La Fabrik, Frankfurter Allee 53, à Berlin), dans le but d'y décrocher un stage...

Madame, monsieur

Actuellement en dernière année d'études d'aménagement du territoire, je recherche un stage de fin d'études, qui débutera en mai, pour un minimum de trois mois.

J'ai découvert L'association Ortkultur grâce à un article de la revue *Urbanisme* ("Berlin, ville ouverte", n° 310 janv-févr 2000), puis par le biais d'Internet. J'ai été très intéressée par les expériences et la philosophie de l'association. J'apprécie en particulier le lien que vous faites entre la création artistique et la conception de projets d'aménagement de l'espace. En découvrant le concept "La Fabrik", j'ai aimé l'association des valeurs fortes d'échange, de solidarité, aux notions d'autonomie économique et d'encrage dans le quartier "Friedrichshain". Ce qui me plaît à travers cela, c'est l'inscription d'un concept innovant et alternatif dans un territoire, dans la réalité. De "l'utopie réalisée"...

Par ailleurs, les expérimentations de Rainer Düvell et Karsten Feucht pour le recueil des perceptions de l'espace par les gens (comme les "ateliers de perception") sont très proches des sujets qui m'intéresseraient dans le cadre d'un stage.

Ma formation et mes expériences personnelles me permettent aujourd'hui d'avoir une approche relativement complète des problématiques d'aménagement de l'espace. J'ai acquis des connaissances variées en sciences humaines et en sciences de la terre; qui ont d'ailleurs éveillé ma curiosité dans ces domaines. J'ai pu expérimenter également différentes méthodes de travail et d'analyses. Toutefois les approches et les méthodes que j'ai appris à utiliser me semblent parfois figées par rapport aux fortes mutations actuelles de la société. J'ai été marquée par le travail d'associations françaises qui mêlent, dans le même esprit que Ortkultur, les champs de l'architecture, des arts de rue et de l'urbanisme (par exemple: "La Compagnie Off", à Tours, ou "Bruit du Frigo", à Bordeaux).

Je voudrais profiter du stage pour expérimenter ce type de démarche, et élargir ma perception du champ des possibles. C'est-à-dire aller vers des projets où l'imagination et l'innovation prennent plus de libertés. L'approche par l'art, la culture et le jeu me paraît particulièrement riche, car elle permet d'associer les gens, de prendre en compte le "sensible" dans les projets d'aménagement, et de leur donner ainsi du sens. Je pense que lors d'un stage au sein d'Ortkultur je pourrai progresser dans cette direction.

Mon projet professionnel s'articule autour de la découverte de différentes cultures, et la recherche de solutions innovantes en matière d'aménagement, dans l'idée de participer à mon niveau à la construction d'un monde plus durable et solidaire. Cela me motive à faire un stage hors de France. J'ai choisi l'Allemagne car je parle l'allemand, et parce que j'y suis attachée de part mes expériences antérieures. Berlin me fascine par ses mutations: L'histoire l'a faite riche de diversité, et la ville synthétise de nombreux enjeux. Par ailleurs la vie culturelle et artistique de Berlin me paraît riche et innovante.

Ainsi, vous savez tout pour ce qui m'a amené à choisir ce stage. La structure qui m'a accueillie est adhérente à l'association Ortkultur auprès de laquelle je me suis manifestée: il s'agit de l'Agence pour l'Art et l'Architecture ("Agentur für Kunst und Architektur"), fondée par Rainer Düvell.

Je vais dans un premier temps vous présenter cette agence plus en détails, puis ma mission en tant que stagiaire, le déroulement de mon stage et mes méthodes de travail. Dans un second temps j'approfondirai comme sujet de recherche : "La prise en compte du sensible et de la participation des citoyens dans les projets d'aménagement : Quel potentiel pour les ateliers de perception?"

LA STRUCTURE D'ACCUEIL: AGENCE POUR L'ART ET L'ARCHITECTURE – RAINER DÜVELL –

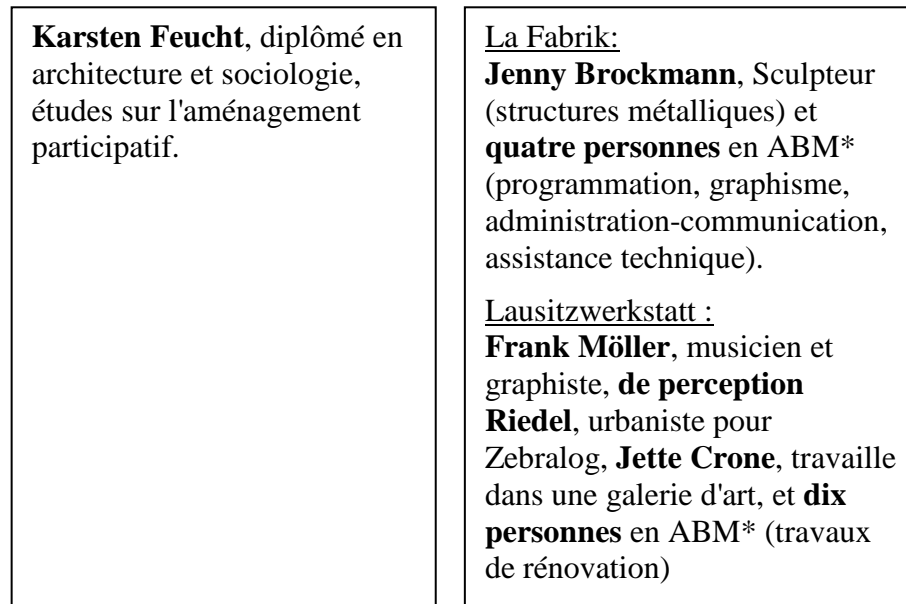
- > PRESENTATION GENERALE DE LA STRUCTURE**
- > UNE PHILOSOPHIE PARTICULIERE: LA
RAUMENTWICKLUNG.**
- > LES ACTIVITES DE L'AGENCE POUR L'ART ET
L'ARCHITECTURE**

PRESENTATION GENERALE DE LA STRUCTURE

L'agence pour l'Art et l'Architecture a été créée récemment par Rainer Düvell afin de pouvoir rassembler ses différentes activités sous un seul nom. Elle est encore très jeune et en phase de structuration. Rainer Düvell travaillait auparavant en créant pour chaque nouveau projet une nouvelle structure (l'association "Ortkultur e.V", le "Bureau de Raumentwicklung", l'association "Lausitzwerkstatt e.V", "La Fabrik"...). L'accumulation des structures compliquant la gestion et la lisibilité de ses projets, il a créé l'Agence pour l'Art et l'Architecture comme chapeau commun à toutes ces têtes. Concrètement, "l'équipe" de l'Agence n'est constituée aujourd'hui que de Rainer Düvell, les collaborateurs de chaque projet y étant toutefois indirectement rattachés.



Collaborateurs:



*ABM= "Arbeitsbeschäftigungsmaßnahme", en français: "mesure d'insertion par le travail". Il s'agit d'emplois aidés par l'état, pour lequel les personnes ne sont payées qu'un euro par heure, mais reçoivent toujours des aides au chômage.

Ma mission en tant que stagiaire consistait au départ en une comparaison des projets "La Fabrik" et "Lausitzwerkstatt". Le sujet a évolué au cours des trois premières semaines du stage, car les perspectives d'avenir du projet Lausitzwerkstatt ont été brusquement réduites, ce qui remettait en cause l'intérêt de l'étude. Mon rôle s'est alors défini progressivement et l'objet de ma mission est devenu la réalisation d'une **expertise des activités de l'Agence pour l'Art et l'Architecture**.

UNE PHILOSOPHIE PARTICULIERE: LA RAUMENTWICKLUNG¹.

La philosophie de l'agence est assez particulière, et influence considérablement les projets concrets. Elle s'est forgée il y a dix ans, par le travail commun de Rainer Duvell et Karsten Feucht sur le "Kulturforum". Le Kulturforum est une place, situé en plein cœur de Berlin (près de la Potsdamer Platz). C'est une ancienne zone de frontière entre Berlin-Est et Berlin-Ouest, qui est curieusement resté place libre (ou vide) après la chute du Mur. Tout autour, ont poussés de grands-imposants-importants bâtiments, mais sur la place elle-même, aucun aménagement adéquat n'a été défini.

Il y a dix ans, Rainer Duvell et son ami Karsten Feucht ont réalisé leurs mémoires de fin études en architecture sur le Kulturforum : Karsten sur le thème "intervention architectonique sur le Kulturforum" (1996), et Rainer sur le thème "Raumentwicklung Kulturforum - création d'un Temple des sens" (1997). Ils ont pris le parti d'aménager le Kulturforum: non pas en le construisant physiquement, mais en l'animant, en le mettant en scène, en lui construisant une autre image dans la perception de l'observateur... de ce travail expérimental est née leur théorie la "Raumentwicklung", qu'ils comprennent comme un concept architectural.

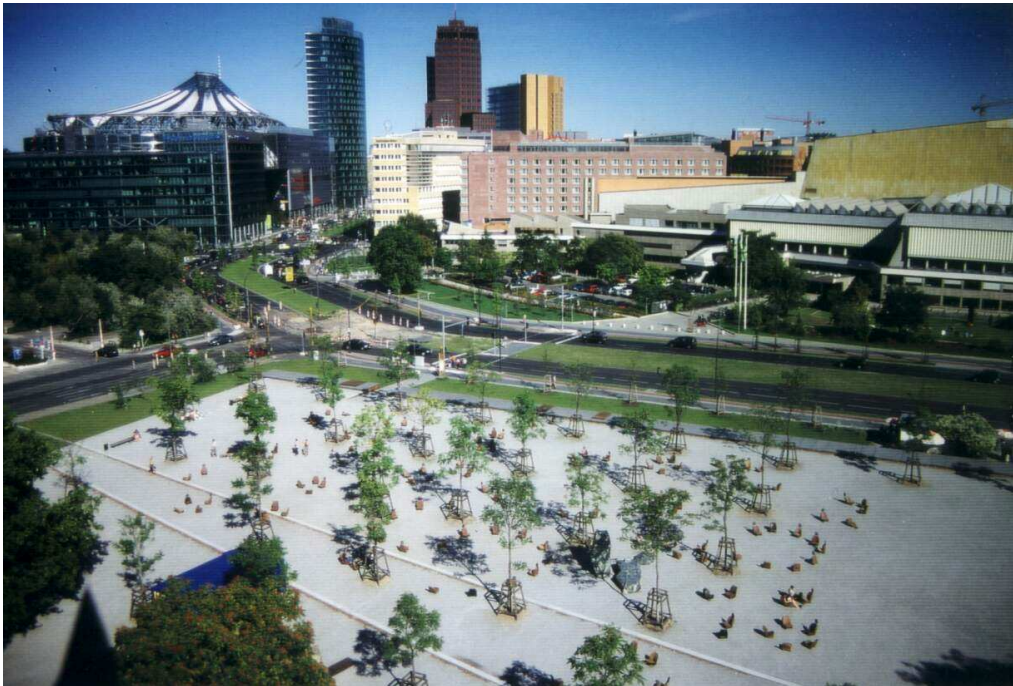


Photo 1. Kulturforum

¹ "Raumentwicklung" se traduit littéralement par "développement de l'espace". Nous allons cependant conserver le terme "Raumentwicklung" (prononcer : "Raom aintvikloun" ;-)) afin de ne pas se laisser influencer par la connotation des mots, qui n'est pas la même en Français et en Allemand. Par ailleurs "Raumentwicklung" est un mot composé par Rainer Duvell et Karsten Feucht pour nommer leur théorie et qui nécessite aussi en allemand une explication pour que son sens soit compris.

Voici la définition que Rainer écrivait dans son mémoire de fin d'étude en 1996 :

« *Raumentwicklung signifie : se rendre à un lieu avec une vision pour ce lieu, et la vivre. La méthode que je propose est "le processus permanent". J'initie, impulse et enchante un processus conscient d'évolution et réalise ainsi pas à pas le projet d'un forum vivant* ».

En d'autres termes et plus en détails, voici quelques explications:

Domaine d'action

Le concept de Raumentwicklung se situe au croisement entre : d'une part l'architecture – ou l'art de donner une forme à l'espace – et d'autre part la culture (avec et sans grand C) et l'art (avec et sans grand A).

Lieux

La Raumentwicklung vise des lieux ayant un potentiel intrinsèque, mais non valorisé. Par exemple une place vide et austère en centre ville ou un bâtiment industriel désaffecté ayant une qualité architecturale et historique intéressante, étant situé sur une route touristique...

Objectif

L'objectif du processus de Raumentwicklung est de redonner vie au lieu, de développer son potentiel. Le Raumentwickler va agir sur l'espace et sur la manière dont il est perçu ; il va le construire et l'animer. Le résultat visé dépend pour son contenu du lieu et des besoins locaux, mais est constant dans sa forme : on veut créer un forum d'échanges, de vie culturelle et de créativité.

Méthode

On peut artificiellement découper ce processus en étapes afin d'en faciliter la compréhension:

Première étape: percevoir "l'esprit du lieu".

Le Raumentwickler considère que l'histoire d'un lieu, son ambiance, l'empreinte qu'il laisse dans l'esprit des gens qui y vivent ou qui y ont vécu... lui donnent un caractère particulier, un esprit: Le "*Genius Loci*". La découverte, l'énonciation et la description de ce caractère particulier est la première étape du processus de Raumentwicklung. On peut réaliser des recherches historiques ou autres concernant le lieu, mais il s'agit surtout ici d'un travail de perception sensorielle, corporelle.

Deuxième étape: Etre soit même le premier souffle de vie du lieu.

Comme énoncé ci-dessus, le processus de Raumentwicklung vise à redonner vie au lieu. Cette seconde étape consiste à lui donner vie *au sens propre*, par la présence sur place du Raumentwickler lui-même. Il y installe son lieu de vie, ou son lieu de travail, ou les deux... et y passe beaucoup de temps.

Troisième étape: Elaborer une "Vision"

Il s'agit d'élaborer un projet, une vision idéale, un objectif à long terme où il est permis de fantasmer. Y sont décrits les éléments qui pourraient prendre place sur le lieu, et la manière dont ils pourraient fonctionner ensemble. Le ou les Raumentwickler construisent cette vision sur la base du caractère qui a été préalablement défini pour le lieu.

Quatrième étape: Le "processus permanent".

Une fois la vision établie, s'entame la phase active du projet "le processus permanent" comme le nomme Rainer. Le Raumentwickler et son équipe commencent à leur échelle la réalisation de l'objectif. Ils construisent / aménagent avec les moyens du bord – et leur créativité –

pour rendre l'espace utilisable ; ils communiquent le projet ; ils organisent des événements culturels (expositions artistiques, concerts, fêtes, colloques...) ; ils invitent les gens du quartier à prendre part au projet. On peut raconter l'histoire du lieu, utiliser l'espace créé pour des réunions, des cours, voir même y installer son entreprise... du moment que l'action respecte l'esprit du lieu, et donc s'intègre dans la vision.

Au début de cette phase, tout est petit, car on n'injecte pas de grosses sommes financières dans le projet. L'espace n'est encore que partiellement aménagé, les manifestations culturelles sont le fait d'artistes bénévoles, le public encore peu nombreux... La méthode du "processus permanent", nommée aussi "du pas à pas" se base sur le principe que l'énergie investie se fructifie et attire d'autres énergies dans une dynamique qui ne doit plus s'arrêter. La vie amène la vie. La créativité attire les créatifs. Le public attire le public qui attire les exposants qui attirent le public...

« Un lieu émerge par le fait que les gens s'y rendent. Un lieu aimé émerge lorsque que les hommes commencent à l'aimer. En tant que Raumentwickler, je commence cela moi-même. Un élément fondamental de la Raumentwicklung est ma propre présence sur place. Avec mes faits et gestes, je suscite consciemment la découverte, la perception et l'action. En offrant occasions et services, je permets l'adoption, l'utilisation et la revitalisation de cet espace urbain. »

La Raumentwicklung est comprise par Rainer Düvell et Karsten Feucht comme une forme d'architecture. Il m'a été difficile de vraiment cerner cette relation. Ces extraits du mémoire d'étude de Rainer Düvell "Raumentwicklung Kulturforum" permettent de mieux la saisir:

"50 % de mon travail d'architecte consiste à développer l'amour pour le lieu, et pour les humains."

"Je travail en proportions changeantes entre architecture et événements. Je construis l'espace et m'occupe en même temps de son ressenti et de son appropriation."

"La Raumentwicklung se nourrit autant de la construction concrète d'espace et d'installations utilisables, que de l'espace urbain, tel qu'il existe dans les vécus ou les descriptions."

Note: Je pense que les enjeux de la théorie de la Raumentwicklung font résonance au contexte de Berlin, et plus largement d'Allemagne de l'est. Le déclin des activités industrielles a laissé de très nombreuses usines à l'abandon. Leur mise en valeur est un enjeu d'urbanisme et patrimonial important. Par ailleurs, il me semble que les bouleversements liés à la période socialiste entraînent un fort besoin d'identification à l'espace, notamment pour les allemands de l'est.

LES ACTIVITES DE L'AGENCE POUR L'ART ET L'ARCHITECTURE

Comme le montre le schéma page 8, l'Agence pour l'Art et l'Architecture développe trois types d'activités: la création artistique, que nous ne développerons pas car elles ne concernent pas notre sujet, la Raumentwicklung et la Raumwahrnehmung (perception de l'espace). Les activités que je nomme de Raumentwicklung correspondent à l'application concrète de la théorie décrite ci-dessus, de A jusqu'à Z. Il s'agit aujourd'hui des projets La Fabrik et Lausitzwerkstatt. Ils occupent la plus grande partie du temps et de l'énergie de l'agence. Les activités de Raumwahrnehmung (perception de l'espace) sont également issues de la théorie de Raumentwicklung (elles correspondent plus particulièrement à la première étape), mais Karsten Feucht et Rainer Düvell ont développé à ce sujet une méthode de travail particulière, intéressante également hors du contexte de la Raumentwicklung.

I. RAUMENTWICKLUNG, DE A À Z.

1. La Fabrik : "Maison pour l'art, la culture et les rencontres".

La Fabrik est un ancien bâtiment industriel de 7 niveaux dont un sous sol, situé dans le quartier Friedrichshain à Berlin. En 1996, Rainer Düvell a investi le bâtiment alors en ruine car il avait besoin d'un vaste atelier pour assembler des toiles de grandes tailles. Petit à petit, d'autres artistes se sont joints à lui, et le projet d'animer et faire vivre le bâtiment est né. L'idée de cette "maison pour l'art, la culture et les rencontres" est de rassembler sous le même toit différentes natures d'activités artistiques et culturelles, et de favoriser les échanges entre elles.



Photo 2. Peinture de La Fabrik, avant la restauration

Le développement du projet depuis dix ans se scinde en trois grandes périodes:

De 1996 à 2002, avant la restauration :

Le loyer est insignifiant, mais le bâtiment est insalubre. Pas de toilettes, pas d'électricité... Le bâtiment n'est pas utilisé l'hiver car il n'y a pas de chauffage. Il n'y a pas de confort, mais pas non plus de contraintes. Les différents étages du bâtiment sont conquis petit à petit par des artistes ayant peu de moyen mais beaucoup d'imagination...

De 2002 à 2004, la restauration :

Le bâtiment est acheté par une société immobilière, et rénové. Rainer Düvell et Jenny Brockmann négocie avec le nouveau propriétaire pour que le projet se poursuive. La situation est réellement critique, mais un accord est trouvé, et la rénovation du bâtiment se fait selon le souhait des artistes: salles claires, vastes et modulables, toit terrasse...

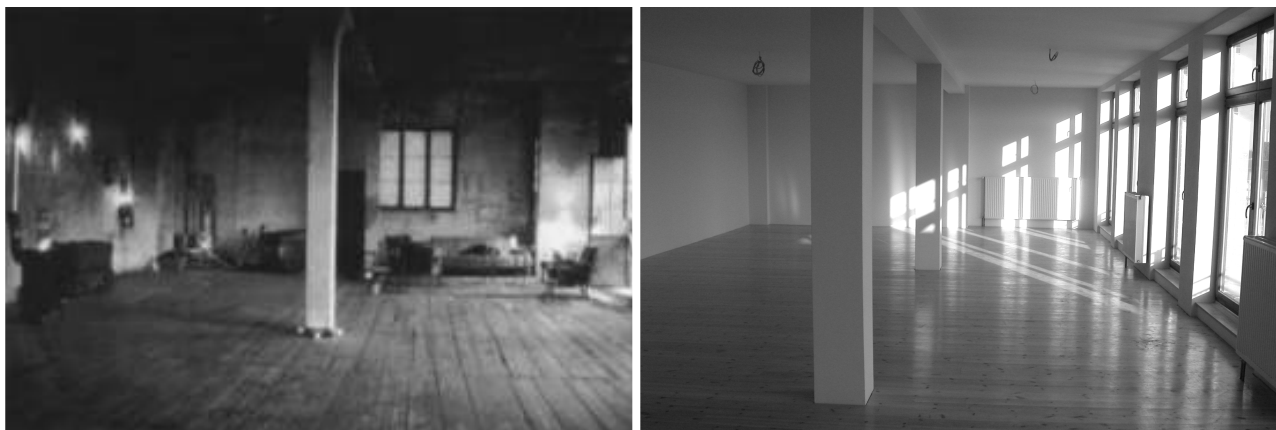


Photo 3. Intérieur de La Fabrik: avant/après restauration

Depuis 2004, après la restauration :

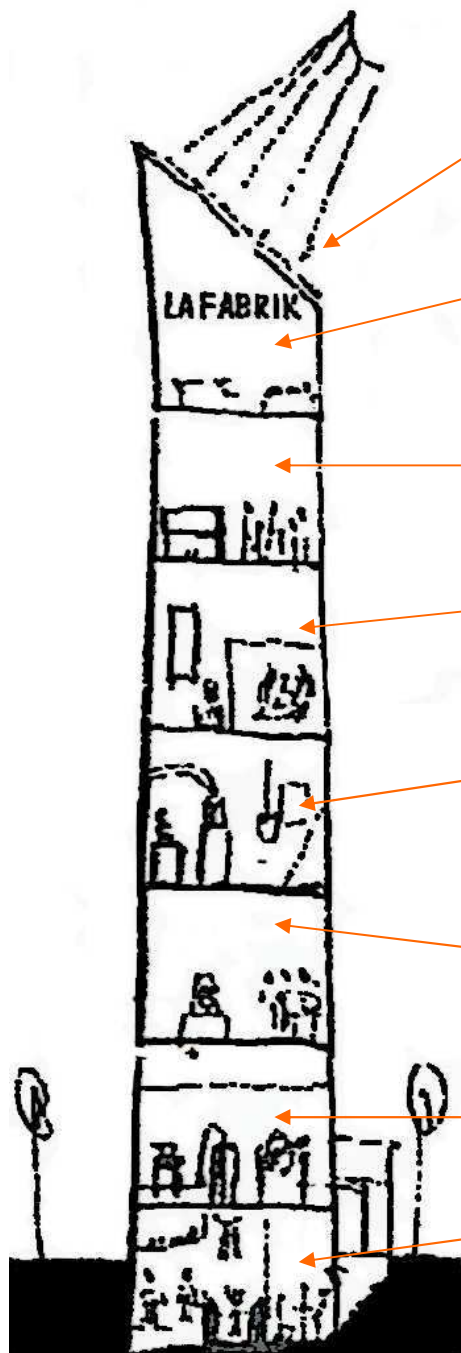
Depuis la rénovation, le projet a dû s'adapter à la lourde contrainte financière due aux loyers élevés. Pour poursuivre leur projet, Rainer Düvell et Jenny Brockmann occupent le rôle d'intermédiaires entre le propriétaire et les locataires: ils recherchent eux-mêmes des locataires dont les activités s'accordent au projet, et négocient les contrats avec le propriétaire. Ce travail est conséquent et son succès a un effet direct sur la situation financière de la structure car celle-ci doit compenser si les étages restent vides. Pour cette raison, on recherche des locataires à long terme. Des solutions ont été trouvées pour maintenir tout de même une alternance dynamique des activités dans le bâtiment, et éviter de ne devoir louer qu'à des artistes fortunés :

- L'équipe de La Fabrik loue les deux étages supérieurs, qui sont mis à disposition pour des utilisations ponctuelles par un système de sous-location dont le prix est entièrement négociable.
- L'accueil de "Residenz Atelier": des organismes publics (villes, états) louent un atelier-résidence à Berlin afin de pouvoir envoyer leurs artistes dans cette capitale culturelle. Les artistes sont envoyés pour trois à six mois, puis remplacés. Ils travaillent dans des domaines artistiques et des genres différents, sont connus ou pas... Le contrat de location est signé à long terme, mais l'atelier change régulièrement d'occupant.

Outre ce travail d'intermédiaire, l'équipe de La Fabrik organise la communication sur la maison et ses locataires et favorise les échanges entre les différents étages et activités. En contrepartie de ce management particulier, les locataires payent une contribution en plus annexée au loyer.

Une vision qui prend forme...

La page suivante présente l'occupation actuelle du bâtiment en image.



Logo de La Fabrik

Toit terrasse : à la disposition de tous les locataires. Espace de rencontre et de détente, vue sur Berlin.

Seminar Etage : Etage loué par Rainer Düvell. Il sous-loue à des groupes intéressés. Beaucoup de demandes pour travail avec corps comme yoga, biodanse...

Tanz-theatre Etage: Etage loué depuis peu par Helmut Domsch. Danse (tango), théâtre, fêtes privées, expositions...

À louer

Residenz Atelier Stadt Thun: La ville de Thun en Suisse loue cet étage pour y envoyer des artistes en résidence. Ils y habitent et travaillent pendant 3 ou 6 mois, puis sont remplacés par quelqu'un d'autre.

Residenz Atelier Lichtenstein: Idem, depuis tout récemment, par le Lichtenstein.

Atelier Christopher Lehmpfuhl : Peintre Berlinoise loue le rez-de-chaussée comme atelier. Il paie son loyer avec ses toiles.

Oxydent Event Bar : Ce bar concert est ouvert le soir et propose un programme musical orienté jazz, musique du monde et expérimentale.



On trouve à Berlin de très nombreuses anciennes usines valorisées comme lieux culturels. La Fabrik présente, en comparaison, quelques originalités:

- Le projet fonctionne en autonomie financière, sans être propriétaire du bâtiment et sans bénéficier d'aide publique directe (la possibilité d'engager des travailleurs en emplois aidés correspond à une aide publique indirecte).
- La nature de son offre culturelle, aux tonalités de Jazz, Tango, Yoga, biodanse... diffère de celle de nombreuses autres "fabriques culturelles" à Berlin, ayant des programmes orientés vers un public disons plus... "bruyant", plus jeune.
- La valeur ajoutée "culture" n'est pas tant recherchée dans une programmation de spectacles, expositions ou concerts que dans l'occupation continue du bâtiment et des échanges qui s'y créent. A long terme, l'idée est toutefois de développer l'ouverture au public, avec une galerie d'art par exemple.

2. Lausitzwerkstatt : "Atelier du Lausitz"

Contexte du projet: La région du Lausitz et l'IBA

Lausitzwerkstatt s'est développé dans le prolongement de la logique de l'IBA Fürst-Pückler-Land, à la demande du maire de Großräschen (ville de 7000 habitants, siège de l'IBA). IBA signifie "Internationale concert", c'est-à-dire "Exposition Internationale de Constructions". Il s'agit d'un programme d'aménagement "itinérant", qui se concentre durant 10 ans sur une région, puis les dix années suivantes sur une autre... De 1989 à 1999, l'IBA travaillait dans la Ruhr ("IBA Emser Park"). Depuis 2000, le programme se développe dans le Lausitz ("IBA Fürst-Pückler-Land"). L'IBA agit en concentrant durant dix années des moyens, des énergies et des innovations afin d'impulser une nouvelle dynamique de développement dans des régions en crise. Ce travail étant développé en partenariat étroit avec les collectivités locales.

La région du Lausitz a vécu pendant 150 ans de l'extraction du charbon en exploitations à ciel ouvert. L'exploitation minière a profondément marqué l'ensemble de la région: son paysage, ses infrastructures, ses hommes, sa culture... La production a rapidement déclinée dans les années 90 pour devenir aujourd'hui relictuel, ce qui a fortement déstructuré la société. Aujourd'hui, près de la moitié de la population est au chômage ou occupe un emploi précaire. Les perspectives de développement pour la région se trouvent à présent dans le domaine touristique : dans les années à venir, l'ensemble des carrières va être mis en eau et créer ainsi dans le Lausitz un réseau de lacs.



Photo 4. Mine à ciel ouvert, en cours de remplissage.

Le Lausitz subit actuellement un mouvement "d'exode": Des entreprises, des jeunes à la recherche de meilleures perspectives... On y trouve beaucoup de bâtiments et usines inutilisés. Nombre d'entre eux présentent des qualités architecturales intéressantes, mais se dégradent rapidement. Leur préservation représente un enjeu d'aménagement important dans la région, en tant que patrimoine culturel et identitaire.



Photo 5. Ledigenheim

Le Ledigenheim ("Foyer de célibataires") à Großräschen est l'un de ces bâtiments. Cette belle bâtisse, à quelques dizaines de mètres de la mine, a abrité au temps de l'exploitation minière des familles de travailleurs, l'administration... puis est restée vide. La proximité du futur lac donne au bâtiment un nouveau potentiel, à condition qu'il soit rapidement occupé et que le toit et les fondations soient rénovés. Le bâtiment appartient à la commune, qui aimerait le valoriser mais n'a pas les financements nécessaires. En 2003, le maire de Großräschen propose à Rainer Düvell de développer pour le Ledigenheim un projet tel que "La Fabrik".

Le développement du projet entre 2003 et 2006

Un processus de Raumentwicklung pour le Ledigenheim est développé depuis 2003 par Rainer Düvell, en partenariat avec Daniela Riedel (urbaniste) et Frank Möller (musicien-graphiste). Le projet vise à créer un lieu où le domaine touristique/économique peut fusionner avec le domaine artistique/créatif. Il s'agit de rendre le bâtiment petit à petit utilisable et d'y favoriser l'installation d'entreprises à vocation touristiques (location de vélo, auberge de jeunesse...) et d'y animer un programme culturel (expositions, concerts...). Depuis 2003, le projet Lausitzwerkstatt :

- s'est créé une **Structure** (élaboration du projet, création de l'association "Lausitzwerkstatt e.V", élaboration d'un site Internet);
- a permis l'**Acquisition de financements publics** pour la valorisation du Ledigenheim (financements par la région de la rénovation du toit et des caves, bourse "Kulturland Brandenburg" pour l'animation de la saison culturelle 2006, financements de près de 20 contrats ABM au total).
- a engagé des **Travaux** : Une aile du bâtiment a été remise en état par des travailleurs en AMB (peinture, ouverture des fenêtres, électricité, nettoyage,...).
- a entamé l'**animation culturelle**, par l'animation de la saison culturelle 2006 (2 expositions historiques et 1 exposition artistiques ont pris place dans le Ledigenheim de juillet à Octobre, les samedis ont accueilli des concerts, séminaires, ou autres manifestations).

Mais au cours de l'été 2006, la commune a trouvé un acheteur pour le Ledigenheim. L'investisseur en question propose l'aménagement d'un hôtel quatre étoiles. Cette fois-ci, aucun compromis n'a été trouvé permettant que le projet Lausitzwerkstatt continue malgré le changement de propriétaire. Ainsi le processus de Raumentwicklung engagé n'a pas eu le temps de porter ses fruits et le projet prend fin dans des conditions relativement amères, car l'association Lausitzwerkstatt a le sentiment d'avoir été utilisée et trompée par la commune. Aujourd'hui, l'association réfléchit au développement de son concept dans un autre bâtiment de la région du Lausitz.

II. LES ATELIERS DE PERCEPTION DE L'ESPACE.

Les ateliers de perception sont une manière particulière d'appréhender l'espace. Il s'agit d'un travail de groupe, où une ambiance particulière est instaurée. On vise à favoriser la créativité, la confiance en soi et dans le groupe, la concentration. Grâce à cette ambiance, au jeu avec des instruments de perception, et à l'expression et l'échange du ressenti au sein du groupe, on développe le potentiel de perception. L'objectif étant la découverte du caractère spécifique du lieu.

1. Le déroulement d'un atelier de perception

Les ateliers de perception sont une manière particulière d'appréhender l'espace. Il s'agit d'un travail de groupe, où une ambiance particulière est instaurée. On vise à favoriser la créativité, la confiance en soi et dans le groupe, la concentration. Grâce à cette ambiance, au jeu avec des instruments de perception, et à l'expression et l'échange du ressenti au sein du groupe, on développe le potentiel de perception. L'objectif étant la découverte du caractère spécifique du lieu.

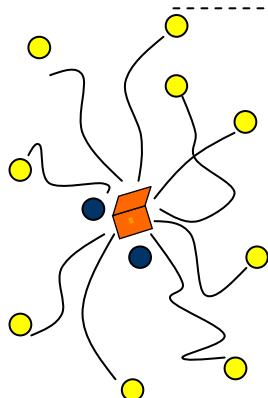
Les étapes, déroulement.

Ils se déroulent sous forme de "réunion", en trois phases:

1^{ère} heure: "**Préparation**"

Les participants sont assis en ronde. La préparation a pour but:

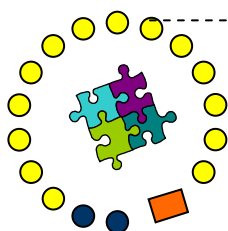
- D'exprimer les préjugés, connaissances ou impression antérieures ou spontanées des participants, afin de s'en libérer et pouvoir s'ouvrir à de nouvelles perceptions.
- D'installer dans le groupe un climat de confiance, de curiosité et de concentration.



La transition vers la seconde heure est marquée par l'ouverture de la mystérieuse "malle à perception", qui était dans le cercle depuis le début. A l'intérieur, les participants découvrent d'étranges instruments, qui vont les guider dans leur exploration sensorielle.

2^{ème} heure : "**Exploration**"

Les participants choisissent chacun un instrument. Ils sont invités à se balader seul pendant une heure, et se laisser guider par leurs sens. Ainsi, ils perçoivent autrement.



3^{ème} heure : "**Echange et résultat**"

On s'assoit à nouveau en ronde. On partage les perceptions, et formule le caractère du lieu.

● Participants

● animateurs

■ Malle à perception

2. Les "ingrédients" spécifiques

"En fait, un atelier de perception est une simple réunion"... à laquelle on ajoute tout de même quelques ingrédients.

L'ambiance d'un moment unique

Lors d'un atelier de perception, le plus important est l'énergie qui se crée dans le groupe. On fait attention de supprimer toutes les irritations possibles. Il est important que les participants aient le sentiment qu'ils vivent un moment unique, afin qu'il s'y concentrent pleinement. La perception de chacun compte, s'il on veut découvrir ensemble le "Genius Loci".

La ronde

La ronde permet la concentration au sein du groupe, et les somme des perceptions individuelles.

La malle

La malle à perception a une histoire. Elle fut achetée en Inde, et a déjà beaucoup voyagé. Elle porte les marques du temps. La malle incarne le voyage, l'exploration. Elle dégage une atmosphère particulière. On la place dès le départ dans la ronde, et elle aiguise la curiosité du groupe.



Photo 6. Ronde devant le Ledigenheim

Les instruments

Dans la malle, il y a deux types d'instruments:



Photo 7. Instrument de perception

- Des objets, que l'on peut prendre et qui vont modifier les sens (Loupe, boules kiès...)
- Des cartes actions. Comme par exemple : "trouve trois points de vue", "marche une fois autour du site"...

Ces instruments jouent d'une part un rôle d'animation: Le jeu aide les participants à s'impliquer et à ne pas se sentir désemparés. Ils donnent des idées : dans quelle direction aller, sur quoi se concentrer... D'autre part ils modifient les perceptions elles-mêmes. La perception par un ou plusieurs sens peut être supprimée, amplifiée, déformée. Mais les instruments n'agissent pas nécessairement sur les perceptions sensorielles. On perçoit par exemple Alexanderplatz bien différemment, lorsque l'on arbore une casquette "taxi": on se retrouve tout à coup abordé, questionné de toutes parts...

Laisser de la place au ressenti individuel.

Durant la seconde heure, les participants explorent en solitaires. Ainsi, la perception n'est pas polluée par les stimulations ou images qui nous viennent en tête lorsque l'on discute avec quelqu'un. Chacun essaie de se concentrer sur sa perception intérieure, intuitive. Pourquoi est-ce que je vais dans cette direction? Quel aspect particulier du lieu m'attire là-bas?

Ensuite, lorsque le temps est venu d'échanger ses impressions, il est clairement établi que "dans le domaine des perceptions, chacun a raison pour lui-même."

Les ateliers de perception sont l'objet de mon sujet de réflexion. C'est pourquoi je vous propose de ne pas développer plus en avant leur présentation ici.

Conclusion

Les activités de l'agence sont donc trois types: Raumentwicklung, perception de l'espace et création artistique.

Les activités de Raumentwicklung sont très coûteuses en temps et en énergie. Personnellement, je pense que la méthode de Raumentwicklung a un intérêt dans ce contexte de déprise industrielle, ou de nombreux bâtiments demandent à être valorisés. Toutefois, je dois dire que je ne suis pas tout à fait conquise. Si je devais résumer la méthode de Raumentwicklung, je dirais : "C'est aménager avec ses tripes". Le Raumentwickler a un rôle si central, qu'il s'investit tout entier et le projet devient son œuvre: le reflet de ce qui l'anime. La formule a un côté séduisant, mais on se retrouve alors dans l'impossibilité de prendre du recul, de s'intéresser à d'autres projet et s'en enrichir, dans l'impossibilité de transmettre le projet, déléguer des tâches est difficile, l'échec d'un projet est une réelle épreuve... Le Raumentwickler que j'ai rencontré était épuisé par ses projets. Enfin la Raumentwicklung, qui demande tant de temps et d'énergie, rapporte peu d'argent, ce qui nuit sérieusement à la motivation.

Les activités de perception de l'espace nécessitent beaucoup moins d'investissement. Comme prestation de service, ce sont des activités ponctuelle et plus lucrative, en comparaison de la Raumentwicklung.

Il reste très peu de temps pour la création artistique, dans les faits elle est en suspens.

DEROULEMENT DU STAGE ET METHODES DE TRAVAIL

> JUIN – JUILLET: OBSERVATION

> JUILLET-AOUT: WORKSHOPS

> AOUT – SEPTEMBRE: RECHERCHE & REDACTION

Introduction

Ma mission de stage s'est définie au cours des trois premières semaines comme la réalisation d'une "expertise des activités de l'Agence pour l'Art et l'Architecture – Rainer Düvell". Soit, cet énoncé veut tout et rien dire... Voici donc plus précisément comment j'ai compris ma mission pour ces seize semaines :

Les expériences de Rainer Düvell l'amènent aujourd'hui à plusieurs questionnements. Des questionnements qui lui sont importants et récurrents, mais pour lesquels il a trop peu de temps à consacrer et ressent le besoin d'une prise de recul. Par sa demande "d'expertise", il me demande de lui livrer un regard extérieur sur ses activités, avec à l'esprit les questionnements suivants:

- Comment rendre intelligible le fait que les différents projets menés par l'agence sont pensés dans la même logique, et qu'il s'agit d'architecture?
- Comment améliorer la crédibilité des projets, afin d'être considéré comme un professionnel qui vend un produit et non comme un artiste fantaisiste qui mendie un terrain d'expérimentation?
- Comment gagner plus d'argent en investissant moins de temps?

Mon stage s'est divisé en trois périodes d'environ cinq semaines : une première d'observation, une seconde où j'ai organisé des "workshops" et une dernière consacrée à la recherche et à la rédaction.

Avant d'approfondir le contenu de ces périodes, je souhaite préciser qu'elles ne sont pas étanches les unes aux autres et qu'elles ont été ponctuées de divers événements, dont voici les principaux :

24 juin et 2 juillet: "Mauerdialog".

L'agence a participé en tant que prestataire de service à l'organisation d'une consultation des citoyens pour l'aménagement de l'une des dernières zones frontières entre Berlin Est et Ouest non reconstruites, rue Bernauer. Deux week-ends d'animation sur l'espace public ont été organisés afin de susciter l'intérêt des habitants. A cette occasion, j'ai participé aux réunions de préparation, à la constitution des supports de présentation, à la tenue de stand et réalisé des interviews filmées.

1^{er} juillet: Ouverture de la saison culturelle 2006 de Lausitzwerkstatt

Lors de la semaine précédent l'ouverture, j'ai participé à l'aménagement du Ledigenheim: Nettoyage, mise en place des expositions, aménagement de cheminements pour les visiteurs... Puis lors des jours d'ouverture, j'ai participé à l'accueil, à la documentation photographique, à la tenue de visites guidées dans les expositions...

Du 25 août au 2 septembre : anniversaire de La Fabrik.

Les dix ans de La Fabrik ont été fêtés pendant dix jours, où le bâtiment a été ouvert au public qui y a trouvé de nombreuses prestations artistiques. J'ai été chargée pour ces dix jours de l'accueil ainsi que de la documentation photographique.



JUIN – JUILLET: OBSERVATION

Lors de cette phase d'observation, j'ai bénéficié d'une place intéressante dans la structure, du fait de mes différentes "casquettes". J'ai réalisé des interviews et de nombreux "entretiens" informels, j'ai participé aux travaux concrets avec les différentes équipes, assisté aux rendez-vous et aux réunions de travail. En le suivant dans ses différentes activités, j'ai passé beaucoup de temps avec Rainer Düvell ce qui a permis beaucoup de discussions. Ainsi, une relation de confiance s'est installée avec Rainer Düvell autant qu'avec ses collaborateurs.

Après cinq semaines, il m'a semblé avoir un bon aperçu de l'ensemble des projets et de leurs multiples facettes. Pourtant je n'ai pas été en mesure de rédiger un diagnostic. Il m'a été donné d'observer de nombreuses difficultés dans la réalisation des projets liées à l'organisation du travail, à la communication interne, au manque de bases écrites et d'études préalables, à la tenue des délais... Les collaborateurs de Rainer Düvell me sont apparus plutôt pessimistes et démotivés, voire sérieusement agacés. Or ces difficultés sont fortement liées à la personnalité de Rainer Düvell lui-même, en tant qu'initiateur et directeur des projets.

Le défi a donc été pour moi de présenter mes observations et une analyse des activités de l'agence de manière constructive. Il s'agissait dans un premier temps de trouver des vecteurs efficaces pour communiquer mes avis². La rédaction d'un rapport, par exemple, est apparue à ce stade absurde, car Rainer Düvell accorde peu d'intérêts aux textes. Il valorise la communication spontanée, l'inspiration du moment. Lui-même élabore souvent ses concepts en direct lors de discussions, sous forme de rapides croquis qu'il réutilise volontiers tels quels ensuite. Par ailleurs, il lui est difficile de suivre des conseils qu'il n'a pas formulés lui-même. Il s'agissait dans un second temps de trouver la "bonne mesure". Je suis partie du principe que mon "expertise" devrait mettre en lumière les problèmes sur lesquels l'agence peut et souhaite agir, et devrait éviter de remettre en cause ce qui touche à la philosophie même de l'agence, quel que soit mon avis à son sujet.

Ainsi, j'ai abandonné l'idée de rédiger un diagnostic que l'on "boucle" avant de présenter. Je me suis attachée à formuler la philosophie de l'agence sur la base de mes observations, du mémoire de fin d'étude de Rainer Düvell, et des documents actuels réalisés pour la publicité des projets (en effet malgré leur forte originalité, les fondements philosophiques des projets n'avaient jusqu'alors pas été clairement formulés par l'agence). Avec cette base, j'ai pu distinguer et hiérarchiser les problématiques sur lesquelles il me semblerait intéressant de se concentrer. Enfin, j'ai proposé à Rainer Düvell une série de quatre "workshops", chacun ayant pour thème l'une des problématiques que j'avais définies.

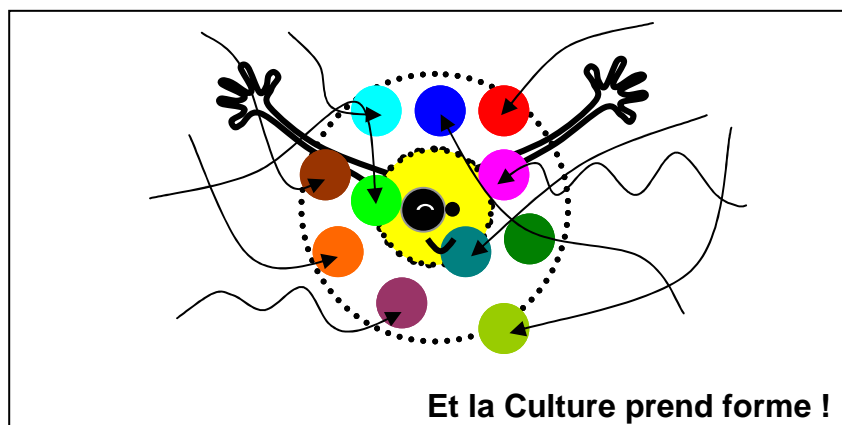
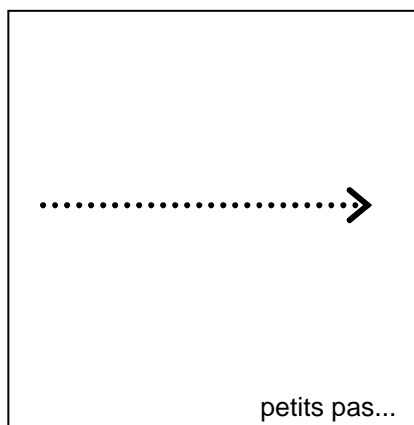
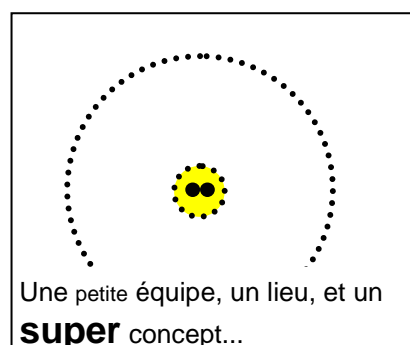
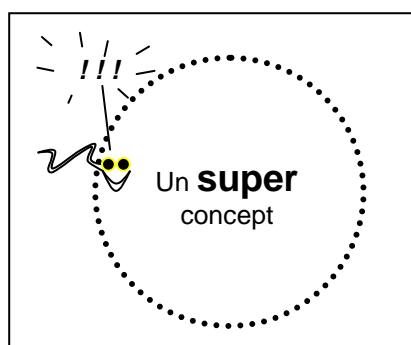
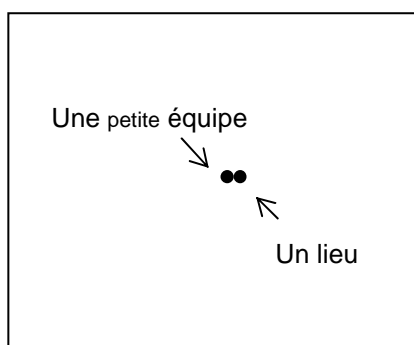
² Je tiens ici à remercier les cours de management de Mr Faugoin, qui m'ont été d'une aide inestimable!



JUILLET-AOUT: WORKSHOPS

I. LES THEMES

Je vous ai présenté la théorie de la Raumentwicklung en début de rapport. Il est vrai que c'est un peu loin à présent, aussi en voici un résumé imagé, que j'avais présenté lors d'un Workshop à l'équipe Lausitzwerkstatt.



Dans le cadre de cette méthode, j'estime que les points suivants doivent faire l'objet d'une attention appuyée pour garantir l'aboutissement des projets:

- **La communication du projet.** Dans la mesure où pour grandir, un projet de Raumentwicklung a besoin que de nombreux acteurs différents s'y investissent et y croient, que les acteurs du territoire se l'approprient et l'utilisent... la communication du projet est un point fondamental pour sa réussite.

- **Le suivi et l'évaluation du projet.** Durant la phase de croissance du projet, estimée de 10 à 20 ans, la réalité paraît à l'observateur ou au collaborateur relativement éloignée de la vision érigée en objectif. Afin qu'il puisse garder confiance dans le projet, il est important de mesurer les acquis au fur et à mesure : quels pas ont été franchis, quels sont les prochains... et de rendre ces acquis palpables.
- **Sécuriser les perspectives.** Les premiers pas d'un processus de Raumentwicklung beaucoup d'énergie, de valeur personnelle ; les fruits de ces efforts ne pouvant être cueillis que un, deux, trois ans plus tard. Une incertitude quand à l'avenir du projet freine fortement la motivation de l'équipe. Une rupture du processus en cours de son développement est une lourde perte pour ceux qui s'y sont investis. Comment élaborer un contexte le plus sûr possible, afin que le projet puisse se développer sans risquer d'être subitement annulé?
- **Le partage des tâches, la délégation de responsabilités.** Au fur et à mesure que le projet grandit, se multiplient les tâches à effectuer, les potentiels à exploiter, les responsabilités à porter etc. Pour permettre au projet de s'épanouir sans entraves, l'équipe qui le gère doit grandir et s'organiser, repérer les tâches à venir et se partager le travail.

Les trois premiers thèmes ont fait effectivement l'objet d'un workshop tel que je l'avais proposé. Le dernier thème n'a pas été jugé pertinent, car il visait une rétrospective sur le projet Lausitzwerkstatt développé depuis deux ans dans le Ledigenheim, projet qui ne pourra pas se développer plus en avant. Il me semblait intéressant de faire un bilan concernant l'organisation du travail d'équipe car elle a causé bien des soucis. Mais il a été décidé que le workshop porterait sur la définition de la future offre de l'association Lausitzwerkstatt.

Voici le programme tel qu'il a été réalisé:

Thème	Date	Structure concernée	Participants
<u>La communication du projet</u> "Comment améliorer la communication?"	17 Juillet	Agence pour l'Art et l'Architecture	Rainer
<u>sécuriser les perspectives</u> " Comment mettre en place un contexte le plus sûr possible, pour le développement des projets?"	20 juillet	Lausitzwerkstatt	Rainer, Frank, Jette, Daniela
<u>Le suivi et l'évaluation du projet</u> "Quel stade a atteint le projet La Fabrik dans son développement: Quels sont les pas franchis et les pas encore à franchir?"	7 août	La Fabrik	Rainer, Jenny, Bettina, Helmut
Quelle est notre offre?*	27 août	Lausitzwerkstatt	Rainer, Frank, Daniela

II. METHODE ET ANIMATION

Chaque Workshop a duré environ trois heures. Une question précise en rapport au thème a été choisie avec chaque groupe en début de Workshop. J'ai structuré le déroulement en trois phases (inspirées par celles des Ateliers de perception ;-)

- La première question posée vise à permettre aux participants d'exprimer leurs frustrations ou inquiétudes vis-à-vis du thème du workshop, afin qu'ils s'en libèrent et puissent ouvrir plus facilement ensuite leur esprit aux avis exprimés par les autres.
- La seconde question vise à élargir le champ des réflexions. Pour cette seconde phase, j'ai expérimenté diverses méthodes de stimulation des idées issues du "guide méthodologique du travail en commun" de l'Institut Atlantique d'aménagement des territoires: libèrent, brainstorming, "les cinq pourquoi", arbres à problèmes; méthodes que je me suis amusée à adapter.
- La troisième phase vise à produire une réponse concrète à la question posée en début de workshop : un plan de travail, des propositions...

III. BILAN

Positif

- A l'issue des réunions, les participants étaient chaque fois enthousiastes, ce qui me semble un bon indicateur. Les participants m'ont en outre indiqué que j'avais bien su gérer les situations de crise lorsqu'il y avait lieu.
- Je n'étais pas très au point quant à la maîtrise du temps lors des deux premiers workshops, mais les deux derniers étaient mieux cadrés.
- L'utilisation des instruments de stimulation des idées et des techniques d'animation de réunion s'est révélée très intéressante.
- La difficulté linguistique m'est paradoxalement apparue comme une aide: lorsque je ne comprenais plus rien, il était clair que le groupe s'éloignait du sujet...

Critique

- Je n'ai pas toujours su recadrer suffisamment les réflexions afin d'empêcher les participants de dévier de l'objectif initial. En conséquence, les résultats ne sont pas aussi concrets que je l'aurais espéré.
- Lors de la première phase de la réunion (qui vise à ce que chacun des participants exprime ses frustrations et inquiétudes quant au sujet), je n'ai pas toujours osé poser la question la plus pertinente, de peur des situations de tension qui pouvaient en résulter. Cela s'est particulièrement ressenti lors du workshop "sécuriser les perspectives", où les solutions proposées ont reflété les frustrations et inquiétudes qui n'avaient pas été exprimées. Les solutions proposées m'ont semblé par conséquent peu innovantes et malgré la satisfaction des participants, le workshop n'a de mon point de vue pas apporté beaucoup d'éléments de réponses à la question posée.



AOUT – SEPTEMBRE: RECHERCHE & REDACTION

Lors des cinq dernières semaines de stage je me suis concentrée sur la rédaction des rapports. Deux tomes répondent à la commande d'expertise de l'Agence pour l'Art et l'Architecture, un troisième constitue le rapport interne que vous avez entre les mains.

- Le premier tome de réponse à l'expertise s'appelle "L'agence comme Raumentwickler". Il contient une partie de présentation concernant la philosophie, la méthode et les projets de Raumentwicklung (La Fabrik et Lausitzwerkstatt); puis une partie d'analyse, constituée entre autre des comptes rendus des workshops, auxquels j'ajoute mon analyse personnelle et mes propositions d'orientation.
- Le second s'appelle "L'agence comme Raumwahrnehmer". Il présente en premier lieu les ateliers de perceptions et leur développement depuis dix ans. En second lieu, je me suis interrogée sur les perspectives de développement de cet outil dans le domaine de l'aménagement. Ce tome constitue également le sujet de réflexion du rapport interne.

La plus grosse difficulté que j'ai rencontrée lors de la rédaction et la recherche concerne naturellement la langue. La lecture de l'allemand ne m'est pas encore tout à fait naturelle et rédiger/corriger les rapports m'a pris énormément de temps. En contrepartie, cela m'a permis de faire des progrès conséquents... et d'apprendre à être concise!

Une autre grande difficulté a été l'absence de bases écrites et de structure au sein du travail de Rainer Düvell. Mon travail est en grande partie descriptif, et peu sembler manquer d'apport en analyse personnelle. Je souhaite souligner ici que la description des activités de l'agence, de ses fondements théoriques et du développement des concepts a demandé en soit un gros travail d'analyse, de recoupement des informations et de structuration.

CONCLUSION

Les travaux de formulation et de structuration des théories et méthodes de R.Düvell, de description des projets, de mise en valeur de leurs filiations... sont une réponse au premier des questionnements: "comment rendre intelligible le fait que ses différents projets sont pensés dans la même logique, et qu'il s'agit d'architecture?" Je pense avoir rédigé des documents courts et clairs, illustrés, qui retracent son raisonnement et grâce auxquels il peut plus facilement expliquer ses idées, par exemple à ses collaborateurs. Par l'organisation des Workshops, j'ai travaillé à faire émerger des éléments de réponses pour les deux autres questionnements: "comment améliorer la crédibilité des projets" et "comment gagner plus d'argent en investissant moins de temps?". Cette dernière question trouvant également des éléments de réponse dans le travail sur les ateliers de perception, qui pourraient rapporter plus d'argent pour moins d'investissement de temps et d'énergie que la Raumentwicklung.

J'ai apprécié dans ce travail de pouvoir observer de nombreux projets différents dans les domaines de la participation des citoyens et du travail sur la matière sensible des lieux notamment la Raumentwicklung, les ateliers de perception, les travaux du bureau d'étude Zebralog et de l'IBA Fürst-Pückler-Land. J'ai eu la chance de bénéficier de confiance et de marge d'initiative dans ma structure d'accueil, ce qui m'a permis d'expérimenter des méthodes de travail nouvelles pour moi tels que les workshops.

SUJET DE REFLEXION:

"La prise en compte du sensible et de la participation des citoyens dans les projets d'aménagement : Quel potentiel pour les ateliers de perception?"

- > **DIX ANS D'EXPERIMENTATION DES ATELIERS DE PERCEPTION**
- > **OUVERTURE SUR D'AUTRES EXPERIENCES**
- > **PROPOSITION D'ORIENTATIONS: COMMENT DEVELOPPER LE POTENTIEL DES ATELIERS DE PERCEPTION EN AMENAGEMENT?**

Introduction

La prise en compte du sensible et de la participation des citoyens représente pour moi un défi important dans le métier d'aménageurs que je m'apprête à exercer. Je considère que c'est un des aspects nécessaires à l'inscription des pratiques d'aménagement dans une logique de "développement durable".

Parce que ainsi, on donne du sens aux projets d'aménagement. Prendre le temps d'organiser la participation des citoyens et d'explorer la matière sensible du lieu permet de faire émerger des projets qui dépassent les modèles normalisés. Cela favorise la créativité, et amène à oser les projets qui ont le plus de sens... Ce qui peut vouloir dire laisser l'espace libre ou en désordre. Ce qui peut vouloir dire aussi tout simplement valoriser les ressources locales. Parce que dans "projet d'aménagement", "projet" devrait être aussi important que "aménagement". Parce que cela investit les gens dans le modelage de leur espace de vie, leur donne l'occasion de s'interroger, de critiquer, de se forger un avis et de le défendre... d'être acteur de leur environnement et non seulement consommateur. Ce qui peut vouloir dire passer beaucoup de temps, mais ce qui veut dire surtout réveiller la citoyenneté.

Mais intégrer réellement de la matière sensible et les avis des citoyens dans les projets d'aménagement est loin d'être simple. Même si l'on se projette dans la situation d'une réelle volonté politique à ce sujet (ce qui dans les faits est trop peu souvent le cas), même si on dispose du temps nécessaire (ce qui se compte en années), il s'agit d'un travail que l'on ne sais pas (encore) vraiment mener: Comment intéresser les gens aux débats d'aménagement, quand rien n'est décidé? Comment faire émerger un projet commun des opinions divergentes des citoyens? Comment recueillir la matière sensible d'un lieu? Comment une analyse sensible peut-elle être objective? Comment traduire une matière sensible, émotionnelle, en orientations pour l'aménagement de l'espace?

Le travail de K.Feucht et R.Düvell avec les ateliers de perception avance des solutions à certaines de ces questions. C'est pourquoi j'ai voulu l'observer. Mais il se heurte aussi à certaines de ces questions. C'est pourquoi K.Feucht et R.Düvell ont été intéressés pour que je l'analyse... Dans un premier temps, je dresserai un bilan des expériences menées avec l'outil depuis dix ans, afin de voir justement quelles réponses il avance et quelles limites il connaît. Dans un second temps, je présenterai les expériences d'autres organismes qui travaillent sur ces thématiques, parce que chacun d'entre eux connaît également des solutions et des limites, et que le croisement des expériences élargie le champ de réflexion. Enfin, je proposerai des pistes qui me semblent pertinentes pour l'amélioration de l'outil "atelier de perception".

I. NAISSANCE DU CONCEPT: ENTRE TOURISME ET RAUMENTWICKLUNG

Le concept de "Wahrnehmungsreise", que l'on peut traduire comme "voyage en perceptions" est né en 1995, à l'initiative de K.Feucht. A cette époque, K.Feucht et R.Düvell travaillaient en parallèle sur leur mémoire de fin d'étude en architecture sur le Kulturforum, et développaient leur théorie de "Raumentwicklung". En outre, pour financer ses études, K.Feucht menait depuis plusieurs années des visites guidées dans la ville de Berlin. Ces visites "classiques" ne lui convenaient pas et lui ont donné envie de développer un concept où le touriste est acteur, où ses perceptions comptent. Les voyages en perceptions sont nés dans ce contexte. Ils s'inspirent de la même logique, des mêmes questionnements vis-à-vis de l'architecture, et visent à leur manière les mêmes objectifs que la Raumentwicklung: donner plus de place à l'émotion, au regard humain et à l'humain lui-même dans l'espace urbain. K.Feucht et R.Düvell ont expérimenté les Wahrnehmungsreise sous différentes formes et à différents effets. Le terme de "Ateliers de perception" ("ateliers de perception") a été rapidement utilisé, pour certaines variantes de la méthode.

K.Feucht et R.Düvell ont développé les voyages en perceptions sur le plan touristique en les intégrant aux visites guidées berlinoises par le biais de l'association "StattReisen Berlin e.V". De cette manière ils en ont fait un **produit économique**. Ils ont également utilisé et intégré ces voyages à leurs travaux de Raumentwicklung, comme **outils d'expertise**: parce que le croisement des différentes perceptions exprimées produit une analyse riche et sensible de l'espace. Des ateliers de perceptions ont parfois aussi pris la forme d'**outils de médiation**, rassemblant les différentes personnes concernées par l'aménagement du Kulturforum (décideurs, touristes, voisins, aménageurs ou professeur en architecture...) pour un débat original sur l'avenir du lieu. Enfin, K.Feucht et R.Düvell ont constaté le potentiel des jeux avec la perception comme "**stimulateur d'intérêt**" vis-à-vis du lieu. En effet les participants aux voyages/ateliers de perceptions ont à l'issue des trois heures d'exploration un tout nouveau regard sur le lieu, regard souvent engagé. Autrement dit ils se forgent un avis concernant la manière dont le lieu devrait être mis en valeur, le type d'aménagement qui devrait y être mis en place...



Photo 8. Exploration sensorielle,
Potsdamer Platz

Ainsi, les voyages/ateliers de perception présentent un fort potentiel et plusieurs finalités. Depuis dix ans, K.Feucht a développé le potentiel des voyages en perception dans le tourisme. R.Düvell a quant à lui développé des projets de Raumentwicklung, pour lesquelles il a continué d'utiliser des ateliers de perception, de manière plus ou moins formelle. Ces expériences ont par conséquent exploité des potentiels et rencontré des limites très différentes de l'outil.

II. DEVELOPPEMENT DES VOYAGES EN PERCEPTION COMME PRODUIT TOURISTIQUE

1. "La clairière dans la jungle de la grande ville" (1997)



Photo 9. Prospectus de StattReisen Berlin e.V

"La clairière dans la jungle de la grande ville:

Un jeu d'exploration sur le Kulturforum. Un lieu pour des visions, au milieu de Berlin? Près de Potsdamer Platz, l'ombre du mur a laissé place à un fort potentiel pour l'art et la culture. Aujourd'hui, cet espace présente l'aspect d'une zone négligée. Un architecte et un artiste vous escortent pour une expédition de 3 heures, pendant laquelle vous pourrez faire des découvertes. Place à l'expérimentation!"

Cette première formule touristique des voyages en perception a été intégrée pendant l'été 1997 au programme de l'association "StattReisen Berlin e.V.". Pour l'association comme pour K.Feucht et R.Düvell, il s'agissait d'une expérimentation. La "visite" a été proposée tous les samedis après-midi pour un tarif de 22DM, soit 11€ environ. Le nombre d'inscrits a varié entre 1 et 15 personnes par prestation.

L'expérience représente pour K.Feucht et R.Düvell une réussite, car ils ont pu proposer leur approche de manière conventionnelle. L'appréciation des participants a été variable : parfois négative, pour celui qui espérait recevoir des données historiques, architecturales...; parfois au contraire enthousiaste, voir émue. Economiquement, StattReisen Berlin e.V a rémunéré K.Feucht et R.Düvell de manière fixe pour leur prestation. Le bilan de l'expérience revient à peu près à 0 : entre les salaires et les entrées, elle n'a ni perdu ni gagné d'argent.

L'expérience n'a pas été reconduite l'année suivante, parce que des travaux ont été entrepris sur la place Kulturforum, parce que K.Feucht et R.Düvell ayant terminé leurs mémoires, ils se sont moins investis sur cet espace, et parce que le bilan économique n'était pas suffisamment concluant.

2. "Exploration sensorielle de l'exploitation minière *Meuro* à *Großräschen*" (2002-2005)

Contexte : l'IBA Fürst-Pückler-Land³.

Ce concept s'est développé à Großräschen, dans le cadre de l'IBA Fürst-Pückler-Land. Dans les années à venir, l'ensemble des carrières du Lausitz va être mis en eau et créer un réseau de lacs. L'IBA accompagne cette mutation avec l'objectif de **"faire passer le Lausitz de puissante région industrielle à puissante région touristique"**.

En terme de méthode, le travail en commun avec les collectivités locales et l'implication de la population sont les maîtres mots. Le défi étant d'assurer le maintien du dynamisme lorsque l'IBA s'en ira, en 2010.

En terme d'action l'IBA soutient une vingtaine de projets innovants, portant sur :

- La valorisation du patrimoine architectural industriel (bâtiments, machines – certaines sont réellement gigantesques): aménagement des bâtiments en infrastructures culturelles; mise en valeur par la restauration, la transformation, la mise en lumière...
- L'accompagnement de la mutation paysagère: créer le vocabulaire balnéaire (maisons flottantes, ports, plages...); valoriser les richesses naturelles liées au milieu particulier des carrières...

Poser les bases d'une économie touristique signifie développer des infrastructures d'accueil, des circuits, des attractions; former des professionnels du tourisme et valoriser l'image du Lausitz (vers l'extérieur, mais aussi et en fait surtout au sein du Lausitz même). Pour atteindre ces objectifs en l'espace de dix ans, l'IBA a besoin de faire venir dès les premières années de nombreux touristes. La demande touristique et les moyens financiers qui l'accompagnent permettant localement d'enclencher un processus pour l'étoffement de l'offre. Comment faire venir de nombreux touristes alors que les carrières ne sont encore que de vastes trous poussiéreux, que les projets innovants d'aménagement ne sont pas encore réalisés?

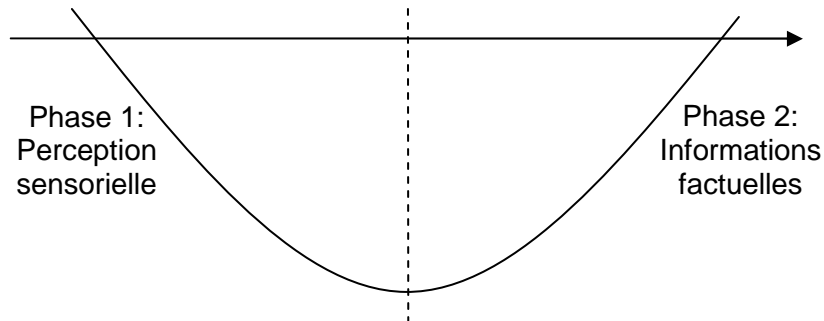
K.Feucht a intégré IBA en 2001, avec pour mission de travailler avec une équipe de travailleurs en ABM, chargée par l'IBA de l'organisation de visites guidées, à l'enrichissement de leurs concepts. Un atelier de perception a permis d'amener l'équipe à poser les bases d'un produit touristique original... quoi que trop conventionnel encore, pour K.Feucht! Celui-ci a poursuivi, avec R.Düvell, ses explorations de la mine à ciel ouvert. Ils sont arrivés à la conclusion que la mine est en soit une attraction suffisante et qu'il n'est pas nécessaire de mettre autre chose en place, à condition que les visites soient orientées sur la perception du public plus que sur les informations factuelles (historiques, sociales, économiques...). Ils ont élaboré un concept d'exploration sensorielle de la mine, que K.Feucht a proposé à l'IBA, qui a été mis en place et dont voici un aperçu.

Exploration sensorielle de la mine

La forme proposée s'inspire des voyages en perceptions initiaux, mais est adaptée pour qu'il y ait un cheminement, et enrichie d'éléments nouveaux. La visite dure au total 3h30.

³ IBA = Internationale BauAusstellung = "Exposition Internationale de Construction". IBA est un programme d'aménagement "itinérant". Il se concentre durant 10 ans sur une région, puis les dix années suivantes sur une autre... De 1989 à 1999, IBA travaillait dans la Ruhr ("IBA Emser Park"). Depuis 2000, le programme se développe dans le Lausitz ("IBA Fürst-Pückler-Land"). L'IBA agit en concentrant durant dix années des moyens, des énergies et des innovations afin d'impulser une nouvelle dynamique de développement dans des régions en crise. Ce travail étant développé en partenariat étroit avec les collectivités locales.

L'accueil est travaillé et vise la "préparation" des participants à cette visite inhabituelle. On s'attache à établir la confiance et l'échange au sein du groupe, on aiguise la curiosité, on prépare l'esprit au jeu avec les perceptions... Ensuite, la ballade en elle-même est structurée en deux phases. La première vise à "guider les voyageurs dans leur propres perceptions". Dans cette phase, on ne donne pas aux visiteurs d'informations factuelles. Celles-ci n'entrent en scène que dans la deuxième phase, après une bonne heure de marche et de jeux avec les perceptions.



La dramaturgie est élaborée de manière à maintenir une ambiance surréaliste et captivante tout au long du "voyage":

- On joue avec les perspectives : un minibar, planté dans ce désert, apparaît au détour d'un relief ; un panorama spectaculaire s'étend sous les yeux après une montée difficile... ;
- On met en scène le paysage : Un buffet, flottant sur une nappe blanche, contraste avec le sable noir de la mine; des ballons de baudruche bleus, gonflés à l'hélium montent jusqu'au niveau d'eau futur du lac : 38m au dessus des têtes...,
- On amène les participants à ouvrir leurs perceptions : marcher en silence, se coucher sur le sol, bander ses yeux et se laisser guider...



Photo 10. Minibar dans les steppes

Tout au long de la visite, des temps sont consacrés à l'échange des ressentis. Les participants expriment leurs impressions, et écoutent celle des autres. L'un se sent comme projeté dans un monde imaginaire ; un autre compare ce paysage à celui d'autres continents; l'ancien mineur, lui, se trouve dans la carrière n°244, où il travaillait autrefois; Celui qui a habité Bückgen se souvient de son chez-lui disparu pour toujours... (Bückgen est un village qui se tenait autrefois à la surface et fut détruit pour fouiller le sous-sol). C'est par l'échange de toutes ces perceptions que la construit la réalité du lieu prend forme. Les visiteurs deviennent acteurs, et ce qui n'était qu'une mine poussiéreuse devient un terrain d'aventure grandeur nature... Où se construit une nouvelle forme d'identification au pays.

La formule a été proposée pendant quatre saisons estivales (d'avril à octobre) de 2002 à 2005. La plupart du temps, elle a été conduite par K.Feucht et R.Düvell ensemble, ou au moins l'un des deux. Leurs tentatives pour former des guides capable de mener la visite ont été plutôt infructueuses. En effet, avec de grands groupes, garantir la communication, l'échange, la concentration, la bonne humeur... tout en "guidant le public dans ses perceptions" est une mission difficile.

L'exploration sensorielle de la mine Meuro a eu un succès considérable, rassemblant jusqu'à cent personnes par visite. Au total en 2005, 20 000 visiteurs y ont participé. La première année, la ballade a attiré en majorité des visiteurs venus de Berlin ou de plus loin. A partir de la 2ème année, les gens du Lausitz ont commencé à s'y intéresser, et à participer. Ensuite la proportion de visiteurs issus de la région a été toujours plus importante. Finalement, globalement sur les 4 ans, la moitié des visiteurs venaient du Lausitz, l'autre de Berlin et plus loin. On peut donc dire que "l'exploration sensorielle de la mine" a accompli sa mission vis-à-vis de l'IBA: Elle a drainé de nombreux touristes et fait naître un nouveau regard sur le paysage et sur la région, pour les touristes comme pour les locaux.



Photo 11. File d'explorateurs, dans la mine de Großräschen

Bilan par K.Feucht: plus qu'un produit touristique, un moyen d'aménagement du territoire:

Grâce à la mise en scène, à l'aventure et à la discussion, naît un nouveau paysage. La carrière elle-même ne s'est quasiment pas transformée depuis le l'inauguration de la ballade. Pourtant elle n'est la même que par l'apparence : La transformation de la perception du public et la communication à ce sujet l'on "rénovée". Aujourd'hui lorsque l'on dit "Paysage de Tagebau (mine à ciel ouvert)", on n'entend pas la même chose qu'il y a trois ans. Autrefois cela connotait: "dévasté, détruit, laid". Aujourd'hui on pense "extraordinaire, tourné vers l'avenir, intéressant". Dans cette perspective, les circuits et animations dans la mine doivent aussi être compris comme un moyen d'aménagement du territoire.

Aujourd'hui, K.Feucht est responsable du service d'animations et des visiteurs de l'IBA. Il organise l'ensemble des circuits touristiques au sein de l'IBA, ainsi que l'animation sur les "IBA-Terrassen" (base d'accueil, centre d'expositions et de manifestations culturelle pour l'IBA, construit à Großräschen en rive de la mine).

Potentiels et limites

K.Feucht a développé le potentiel des voyages en perception dans le tourisme: comme outil d'analyse permettant d'élaborer des produits touristiques et comme produit touristique en soit.

Potentiels

Comme outil d'analyse:

- Permet la définition de thématiques pertinentes pour la mise en valeur touristique d'un lieu.
- Enrichi les idées, stimule la créativité.

Comme produit touristique:

- Le touriste fait l'expérience du paysage par ses propres émotions, "rien n'est aussi intensif que la propre expérience".
- Valorise l'image du lieu: aux yeux des touristes et pour les habitants de la région. Transforme le lieu sans aménagements coûteux.
- Le produit convient au mieux aux lieux justement difficiles à valoriser: étranges, bouleversés...

Limites

- Nécessite des compétences et aptitudes d'animation particulières, difficiles à transmettre.
- Visite non conventionnelle parfois difficile à admettre, par le commanditaire comme par le touriste.
- Ne convient pas à tous les lieux.

III. UTILISATION DES VOYAGES EN PERCEPTION POUR LA RAUMENTWICKLUNG

Pendant que K.Feucht développait son concept sur le plan touristique, R.Düvell, lui, développait ses activités de Raumentwicklung. De la même manière que K.Feucht considère son travail sur la perception que les gens ont de l'espace comme une forme d'aménagement de l'espace lui-même; R.Düvell en tant qu'architecte-Raumentwickler considère qu'il s'agit autant, dans son travail, d'aménager concrètement la forme du lieu que la perception et l'appréciation du lieu par les gens.

Que cela se manifeste par la réalisation *formelle* d'atelier de perception ou non, le travail sur la perception est omniprésent dans les projets de Raumentwicklung de R.Düvell. Le Raumentwickler et son équipe sont présents sur les lieux. Ils explorent leurs propres perceptions, recueillent celles des visiteurs, des partenaires, et s'en imprègnent. Le résultat se manifeste dans l'orientation qu'ils donnent à leurs projets, à leurs "visions".

L'exemple de Lausitzwerkstatt

Voici comment fut défini, lors d'ateliers de perception, le caractère du Ledigenheim (le bâtiment où s'est développé Lausitzwerkstatt):

- Lieu qui permet de souffler, la méditation, le rétablissement.
- Lieu Inspirant
- Lieu qui relie les générations
- Lieu public, à la fois collectif et individuel
- Lieu représentatif de la région, qui renforce le sentiment d'appartenance au pays.

On peut observer que ces points dans le projet au stade où il est développé aujourd'hui: Pour l'été 2006, le projet Lausitzwerkstatt ouvre les portes du Ledigenheim pour une saison culturelle. Des jeunes de Großräschen en emploi ABM ont travaillé à la rénovation d'une partie du bâtiment. Les pièces rénovées, accueille de Juillet à Octobre quatre expositions sur deux étages.

- Au premier, les anciens habitants de Bückgen⁴ et ceux du Ledigenheim lui-même ont chacun aménagé une exposition. On y trouve des photos d'enfance, des plans, des noms, des films... qui racontent ces lieux de vie disparus. Ces expositions attirent de nombreux anciens habitants pour des échanges émouvants de souvenirs, d'histoires...
- Au rez-de-chaussée, une exposition rassemble des œuvres de 10 artistes sur le thème : "Stadtflucht, Landflucht" (= "fuite de la ville, fuite de la campagne") et attire des visiteurs de Berlin et des curieux de Großräschen.
- Une pièce du rez-de-chaussée présente les dessins des enfants de l'école de Großräschen, sur le thème : "la maison de mes rêves". Cette exposition attire comme visiteurs plutôt les enfants eux-mêmes et leurs familles.

Le lien entre les générations

Ce lien est réalisé d'une part grâce aux thèmes des différentes expositions, et aux visiteurs de différentes générations qu'elles attirent et qui s'y rencontrent. D'autre part du fait que le travail des jeunes de Großräschen est pivot dans l'ensemble du projet : ils ont rénové les pièces qui abritent les expositions. Ils accueillent les visiteurs et effectuent les visites guidées des expositions, ils préparent et vendent cafés et pâtisseries aux visiteurs...

⁴ Bückgen était un village au sud de Großräschen, détruit dans les années 1990 pour l'exploitation minière. Le Ledigenheim est aujourd'hui à l'exception des IBA-Terrassen le bâtiment le plus proche de l'ancien quartier.

Lieu représentatif de la région, qui renforce le sentiment d'appartenance au pays.

Les expositions des anciens habitants ont été mises en place à leur propre initiative. Le mouvement créé dans le Ledigenheim par le projet Lausitzwerkstatt a intéressé ses anciens habitants, qui ont demandé à participer.

Le thème de l'exposition artistique "fuite de la ville, fuite de la campagne" correspond aux problématiques et enjeux de la région. "Fuite de la campagne" : Le Lausitz est victime aujourd'hui d'un exode soutenu de sa population, des jeunes en particulier, car ils n'y trouvent pas de travail. "Fuite de la ville" : Großräschen se situe à deux heures du centre de Berlin en TER. La région, par ses paysages actuels et plus encore par ses paysages futurs, correspond à ce que recherchent les berlinois lorsqu'ils veulent fuir la ville... Il s'agit d'un fort potentiel pour le développement de la région, auquel les locaux ont malheureusement du mal à croire.

Lieu qui permet de souffler, la méditation, le rétablissement, lieu Inspirant

Les concerts et animations organisés pour la saison culturelle correspondent dans cette ambiance. Certains musiciens profitent en outre de l'occasion pour s'organiser une semaine de retraite et de répétitions "au calme".

Le Raumentwickler joue un rôle central pour la réinjection, dans le projet et dans les actions concrètes sur le lieu, de la matière sensible et sensitive récoltée. Les ateliers de perceptions utilisés en Raumentwicklung ne donnent pas lieu à un résultat formel que l'on peut transmettre à quelqu'un qui ne les a pas vécus.

Potentiels et limites

Potentiels

- Suscite un intérêt durable pour le lieu parmi les participants
- Permet la définition d'orientations à long terme sur la base du Genius Loci.
- Permet de donner du sens pertinent au projet et de favoriser ainsi la participation spontanée des habitants des environs.

Limites

- La traduction du résultat dans le projet se fait uniquement par le biais du Raumentwickler.
- Le rôle central du Raumentwickler entraîne un risque conséquent de "non-objectivité", autrement dit le meneur du projet risque d'écouter d'abord ses propres perceptions.
- Les apports des ateliers de perception sont peu lisibles dans le projet: il est difficile de déterminer si le projet aurait été différent sans eux.

IV. VERS UN OUTILS POUR L'AMENAGEMENT.

Aujourd'hui, K.Feucht et R.Düvell aimeraient développer l'atelier de perception pour pouvoir le proposer comme service aux collectivités, sous la forme d'une "expertise sensorielle" du lieu permettant d'orienter les projets d'aménagement. Depuis 2000, quelques expériences ont été menées dans ce sens: des ateliers de perception ont été organisés en réponse à des commandes émanant d'organismes publics, et concernant des problématiques d'aménagement. Ces commandes concernaient des questions précises, et contrairement aux cas exposés ci-dessus, R.Düvell et K.Feucht n'avaient pas vocation à mener ensuite de projets concrets. Ci suit le résumé de deux de ces expériences, les plus significatives.

1. Le Mont du Château à Böblingen

Commanditaire	Galerie municipale de Böblingen
Date	Juin 2000
Contexte	Le mont du château de Böblingen est un espace non construit mais central, dominant la ville. Le château qui occupait l'espace auparavant a été détruit par les bombes pendant la guerre. En 2000, le maire réfléchissait à la construction d'un bâtiment pour l'installation de la galerie municipale sur cet espace, idée qui donnait lieu à des controverses.
Commande	L'atelier de perception a été commandé par la galerie municipale de Böblingen comme accompagnement d'une exposition concernant l'espace urbain. L'idée était de susciter le débat au sujet de l'idée du maire de construire le mont du château.
Participants	17 personnes, invitée par la galerie ou venu en réaction à une annonce passée dans le journal.
Caractère défini pour le lieu	"Lieu de silence, de calme" Le groupe a exprimé le sentiment, que ce lieu ne devrait pas être construit.
Forme du rendu	Pas de rendu formel
Bilan	Dans un premier temps, les commanditaires ont été très satisfaits, voire enthousiastes. Pourtant, quelques jours plus tard, ils sont devenus sceptiques. Le résultat de l'atelier de perception ne leur paraissait plus si évident. K.Feucht: "Je crois que nous avons vécu ce phénomène, qui veut que d'un côté, on guide les gens dans un espace de perceptions, qui ouvre et qui enchante; Mais que comme c'est si court, comme lorsque nous partons les gens retournent à leur vie de tous les jours avec tous ses cadres et contraintes, ça leur paraisse presque même honteux, combien hier encore ils étaient ouverts. Ainsi s'enfuit à nouveau tout ce qui avait pris forme."

2. Cottbus

L'atelier de perception réalisé à Cottbus visait l'expertise d'un chemin de 5 kilomètres... Difficile dans ce cas d'organiser le travail selon le schéma habituel (1h.ronde, 1h.exploration dans toutes les directions, 1h.ronde). Le paysage se divisait clairement le long du tracé en trois parties. Il a été proposé de définir un caractère différent pour chacune des parties. Une courte ronde de préparation a été organisée au départ, puis le groupe a suivi le chemin, en faisant plusieurs haltes. Lors de ces haltes, chacun partait seul en exploration pour 15-20 minutes.

Commanditaire	Ville de Cottbus.
Date	Novembre 2005
Contexte	L'ancienne carrière de Cottbus va devenir un lac d'ici 20 ans. Pour relier ce futur lac au centre-ville éloigné de quelques 5km, Cottbus a choisi le tracé de la voie de chemin de fer utilisée autrefois pour l'exportation du charbon. La ville réfléchit dès aujourd'hui aux moyens de rendre ce lien présent à l'esprit des habitants, afin que ceux-ci puissent s'identifier progressivement à leur futur lac.
Commande	La ville de Cottbus fêtait en 2006 ses 850 ans, et la municipalité a souhaité profiter de l'occasion pour engager des actions festives le long du futur axe. Elle a commandé à K.Feucht et R.Düvell un atelier de perception afin de stimuler des idées concernant ces actions.
Participants	9 personnes. Les participants ont été invités par la municipalité. Il s'agissait d'élus, d'aménageurs du cabinet d'urbanisme, d'universitaires, de travailleurs à IBA Fürst-Pückler-Land, de représentants du Bundesland ou du Landkreis. K.Feucht und R.Düvell assuraient l'animation et Frank Möller la documentation photographique
Caractère défini pour le lieu	1ère partie: De la mélancolie à la promesse. 2ème partie: De l'étroitesse à l'ouverture. 3ème partie: à travers les dunes de la Baltique.
Forme du rendu	L'atelier de perception a fait l'objet d'un document relatant son déroulement, la perception des participants et les idées émises. Le document présente l'originalité d'être presque entièrement constitué de citations (les dires des gens ayant été enregistrés lors de la prestation).
Bilan	La ville est satisfaite de la prestation, qui a répondu à ses attentes. Des idées exprimées lors de l'atelier ont été concrétisées en actions lors de la fête de Cottbus. Le résultat est donc tout à fait satisfaisant au regard de la commande. R.Düvell et K.Feucht notent toutefois que cette expérience n'a pas encore permis de valoriser pleinement le potentiel des ateliers de perception, du fait que la commande visait des orientations à court terme.

A travers ces exemples, on constate que le résultat immédiat des ateliers de perception est difficile à inscrire dans la durée lorsque. La difficulté réside dans le fait que si l'atelier de perception permet, le temps d'un moment, de saisir avec justesse la qualité sensible du lieu, le résultat est lui-même émotionnel. Or la matière fluide de l'émotion est difficile à conserver ou à traduire sous la forme de projets concrets. Les ateliers de perception tels qu'ils sont menés actuellement ne fournissent pas encore véritablement de résultat transposable en projet

Par ailleurs, il semble que les ateliers de perception soient perçus par les commanditaires comme un "petit" instrument. Ils les sollicitent avec des objectifs de relativement faible envergure. Dans tous les cas avec des perspectives nettement plus limitées que ce que souhaiteraient R.Düvell et K.Feucht: la définition d'orientation à long terme pour les projets d'aménagement.

V. BILAN DE CES DIX ANS D'EXPERIMENTATION

1. Potentiels

On observe que les ateliers de perception ont effectivement des potentiels qui correspondent à des besoins spécifiques en aménagement:

Outils d'expertise sensible.

Exploration de la matière sensible

Par le jeu, la mise en scène et l'animation, les ateliers de perception amènent les participants à dépasser leurs préjugés vis-à-vis du lieu, à ouvrir leur sens et percevoir autrement. Ils explorent et formulent ce que le lieu provoque chez eux comme émotions, comme impressions, comment ils ressentent son ambiance.

Diagnostic objectif

Un atelier de perception est un travail de groupe qui aboutit à la définition collective du caractère du lieu. Lorsqu'ils ont multiplié les ateliers de perception sur un même lieu, R.Düvell et K.Feucht ont constaté que quelques soient les personnes présentes dans le groupe, les qualités exprimées pour le lieu sont similaires. C'est pourquoi ils affirment que chaque lieu a son "Genius Loci", et qu'on peut le définir de manière objective.

Créativité

Les Ateliers de perception créent un contexte particulier, au stade du projet où il est encore permis de rêver et fantasmer. Ils font émerger l'émotion que le lieu inspire à chacun. De cette émotion naît l'inspiration, la poésie, la fantaisie. Partagées au sein du groupe, les idées se fécondent entre elles...

Outils d'implication des citoyens

Participation

Un ateliers de perception rassemble citoyens, entrepreneurs, investisseurs, élus, observateurs... mais dans le domaine des perceptions sensorielles, il n'y a pas de spécialiste : chacun est capable de percevoir le lieu et d'exprimer son ressenti. L'expression de chacun a la même valeur. Le diagnostic sensible et sensitif d'un lieu est une étape d'un projet où la participation des citoyens peut prendre toute sa dimension.

Effet d'impulsion

Les Ateliers de perception sont un moment fort et productif. A l'issue de la séance, l'ambiance est enthousiaste. Le groupe a le sentiment d'avoir entre les mains quelque chose d'important, qu'il ne faut pas abandonner.

Mais on observe également des limites qui rendent les ateliers de perception dans les fait difficilement valorisables par d'autres acteurs que K.Feucht et R.Düvell. Je recense deux principales thématiques à améliorer: la lisibilité de l'offre et la traduction de la matière sensible en résultats utilisables.

2. Limites

La lisibilité de l'offre:

Les différentes utilisations possibles des ateliers de perception présentées ci-dessus ne sont pas clairement énoncées dans les documents qui présentent les ateliers de perception. Au contraire, elles s'y mélangent et sont à l'origine de confusions. Voici un extrait du site Internet www.ateliers.de/perception.de, où le concept est présenté en direction de commanditaires potentiels :

<p>L' Atelier de Perception rend palpable aussi bien les potentiels cachés d'un lieu, que les souhaits et attentes existants vis-à-vis de son développement. Espaces aimés ou négligés, lieux morts ou vivants... Tous, sont le miroir de la pensée collective, et du ressenti de leurs utilisateurs. L'atelier de perception permet de saisir cette corrélation, et de découvrir pour chaque lieu son « Genius Loci », son Esprit. Ce travail est particulièrement intéressant au début d'un processus d'aménagement.</p>	Diagnostic sensitif et sensible
<p>Le produit que nous vous proposons est une expertise psycho-géographique du lieu, permettant de définir une orientation à long terme des décisions d'aménagement. Sur la base de la perception collective, un consensus sur les objectifs d'aménagement sera dégagé, et des orientations pour l'utilisation future du lieu seront proposées.</p>	
<p>Sur ces fondations, nous construisons des concepts architecturaux complets, qui intègrent le temps, l'action et la participation comme moyen d'aménagement. Actions, Installations et animations font vivre et aménagent les lieux.</p>	Raumentwicklung
<p>Ces savoirs trouvent aujourd'hui par exemple une application dans les expéditions de reconnaissance sensibles en mine à ciel ouvert, avec IBA Lausitz.</p>	Produit touristique

On voit dans cet exemple que les potentiels de *participation*, *d'effet d'impulsion* et de *créativité* ne sont pas présentés. En revanche, après avoir expliqué que le Ateliers de perception permet un diagnostic sensible du lieu, on présente comme résultat possible à la fois le processus de Raumentwicklung et le produit touristique. De mon point de vue, cela reflète deux principales confusions :

L'atelier de perception est-il un outil ou un produit ?

Autrement dit est-il un *diagnostic* (sensitif et sensible) ou un *médicament* (Raumentwicklung ou valorisation touristique)? Les expériences de R.Düvell et K.Feucht montre qu'il peut être l'un ou l'autre, ou les deux. Mais dans les textes de présentation, tout s'imbrique et il est difficile de comprendre précisément ce qui est offert.

Un Ateliers de perception ne peut-il donner lieu qu'à un processus de Raumentwicklung, ou peut-on l'utiliser dans un projet classique ?

R.Düvell et K.Feucht conçoivent l'aménagement dans leur cadre de pensée de la Raumentwicklung. Ils se représentent donc les suites potentielles des ateliers de perception selon leur théorie, qui place au centre du projet un animateur réalisant le relais entre les perceptions recueillies et le projet à long terme. Ce cadre de pensée étant plus ou moins conscient, il leur est difficile de s'en extraire et d'envisager d'autres manières de développer des projets. Cet aspect rend également l'utilisation possible des ateliers de perception très floue: il est difficile de saisir à quels résultats ils peuvent aboutir.

La traduction de la matière sensible en résultats utilisables.

Les ateliers de perception ne produisent la plupart du temps pas de document permettant de communiquer leur résultat à quelqu'un qui n'y aurait pas participé. C'est un choix conscient lié à la philosophie du concept : Pour R.Düvell et K.Feucht, la production de traces va à l'encontre de l'intensité du moment. Lorsque l'on essaye de fixer ce qui est exprimé par des notes, des photos... cela gêne la concentration sur le moment et l'échange au sein du groupe. En notant, on crée déjà un lien vers l'extérieur, en dehors du moment et ça fait comme une fuite dans la bulle d'énergie créée par le groupe. Mais cette absence de traces rend difficile l'utilisation du résultat dans un projet.

Le travail très court (3h) permet difficilement de s'imaginer qu'il puisse produire un résultat de grande envergure. Le potentiel identifié par R.Düvell et K.Feucht concernant la définition d'orientations à long terme s'appuie dans leur cas sur une base nettement plus conséquente que trois heures de voyages en perceptions, à savoir de profonds fondements théoriques, une grande expérience... Un porteur de projet quidam, même sensible, ne sera pas en mesure d'extraire autant de vertus d'un atelier de perception.

OUVERTURE SUR D'AUTRES EXPERIENCES

Dans un premier temps, les différentes actions sont présentées dans un tableau afin d'avoir une vue d'ensemble et pouvoir les situer les unes par rapport aux autres. Ensuite, chacune des actions est détaillée. Enfin, je propose une comparaison de chaque expérience avec les ateliers de perception. Il serait intéressant de pouvoir évaluer pour chaque expérience ses potentiels et ses limites, mais ce travail nécessite pour être pertinent une connaissance approfondie des projets et des méthodes.

	Sensible	Sensible et Participatif			Participatif
Nom	Mission repérage(s)	Ateliers de perception	Médiation paysagère	...	On-line Dialog
Auteurs, initiateurs	Maud Le Floc'h	K.Feucht R.Düvell	Yves Michelin	Collectif "Bruit du Frigo" Yvan Detraze Gabi Farage	Bureau d'étude "Zebralog" Hans Hagedorn Daniela Riedel Matthias Trénel
Qui	Une équipe technique, un artiste, un élu.	Un architecte, un artiste	Un aménageur	Une équipe pluridisciplinaire	Aménageurs, Informaticiens
Où	Villes moyennes, France	Berlin et au delà	Auvergne, milieu rural.	Bordeaux et alentours	Berlin, Hambourg
Période	2002-2005	Depuis 1996	Depuis – <i>non connu.</i>	Depuis 1996	Depuis 2004
Quoi	<ul style="list-style-type: none"> Echanges de regard sur la ville entre artiste et élu. Recherche pour l'évolution des pratiques en urbanisme 	<ul style="list-style-type: none"> Exploration collective de la matière sensible d'un lieu. Définition du "caractère" spécifique d'un lieu. 	<ul style="list-style-type: none"> Organisation de concertations avec comme base de dialogue la perception paysagère. 	<ul style="list-style-type: none"> Stimulation de débats et de regards critiques sur la ville. Animation de processus de participation citoyenne 	<ul style="list-style-type: none"> Animation de consultations des citoyens par le biais d'Internet
Pourquoi	Initier de nouvelles manières de faire la ville, faire évoluer la manière d'envisager l'urbain et ses transformations.	Définir des orientations pour l'utilisation du lieu à long terme.	Créer une base commune de dialogue, éveiller l'intérêt pour la concertation.	Renouveler constamment le regard porté sur la ville, mettre le projet dans les mains des habitants... et amener ceux-ci à le prendre en main.	Permettre une consultation efficace et sincère, relativement rapide.
Comment	<ul style="list-style-type: none"> Balade sans témoin d'un artiste et d'un politique. Production de traces. Jeu, mise en scène. 	<ul style="list-style-type: none"> Travail sur les perceptions sensorielles Expression, Echange des perceptions individuelles au sein du groupe Jeu, mise en scène. 	<ul style="list-style-type: none"> Recueil des perceptions du paysage grâce à des supports visuels appropriés au "langage" de la personne interrogée. Animation d'une concertation sur la base de la matière recueillie. 	<ul style="list-style-type: none"> Interventions diverses questionnant l'espace public et ses habitants. Institution d'une relation d'interconnaissance et de confiance avec les citoyens concernés. Travail sur le long terme. 	<ul style="list-style-type: none"> Animation de dialogue en ligne. Actions de sensibilisation sur le terrain. Rendu d'une étude au commanditaire.
Principales difficultés	<ul style="list-style-type: none"> <i>Non connues</i> 	<ul style="list-style-type: none"> Traduction de la matière sensible dans les projets Compréhension difficile avec les élus. 	<ul style="list-style-type: none"> <i>Non connues</i> 	<ul style="list-style-type: none"> Compréhension difficile avec les élus. Mener le processus de participation à son terme 	<ul style="list-style-type: none"> Susciter l'intérêt des citoyens pour le dialogue. Amener les élus à prendre réellement en compte les avis recueillis

I. MISSION REPERAGE(S), UN ELU, UN ARTISTE, PARCOURS CROISES POUR UNE APPROCHE SENSIBLE DE LA VILLE.

Mission repérage est un concept de "recherche-action" élaboré par Maud Le Floc'h (auteure-urbaniste) et mis en place entre 2002 et 2005. L'objectif de cette recherche-action est d'initier une vision sensible sur des sujets d'aménagement et de prospective urbaine. Le dispositif global de la recherche-action s'inscrit sur une durée de 4 ans au cours de laquelle il est prévu de concrétiser environ 14 Missions Repérage(s). A l'échelle locale, il s'agit d'élargir les visions et perspectives des élus et aménageurs ("action"). Dans la globalité, il s'agit d'inventer de nouveaux outils pour l'urbanisme, et d'apporter de nouvelles idées aux débats sur l'avenir de la ville.

Pourquoi les élus ?

Les élus incarnent le centre de la décision et de la stratégie. Ils se confrontent tous les jours à la Ville. Ils ont mission de l'inventer et de l'administrer, de la rendre plus humaine, plus vivante. Ils ont tissé avec elle, avec leurs concitoyens, une relation intense, parfois intime. Même s'ils ressentent la difficulté à la transformer, ils en ont une vision singulière.

Pourquoi les artistes ?

Les créateurs inspirés par l'espace public se confrontent à la Ville, à ses richesses, à ses contraintes. Ils y repèrent les émotions, les sensibilités. Ils se nourrissent de l'environnement urbain, y décryptent la mémoire, la beauté, la topographie... Ils lisent la cité comme un puissant gisement symbolique. Ils en ont une vision singulière.

Les règles du jeu

Pour réussir la mise en contact de ces deux univers - le symbolique et le politique- s'est imposée l'idée qu'une traversée en commun d'un territoire, à deux sans témoins, serait le mode le plus opérant pour favoriser la perception et l'expression personnelle de chacun et laisser la liberté d'un échange créatif.

La production de traces.

L'artiste et l'élue auront pour mission de collecter au fil de la traversée une série d'éléments. Équipés d'un appareil photo numérique, ils feront 10 arrêts sur image, photos qu'ils devront légender. Ils consigneront dans leurs Carnets de bord :

- **>10 impressions** - sentiments, découvertes, remarques, questions...
- **>10 hypothèses** - idées, projets, fantasmes...

Cette somme d'instantanés, sans ordre, ni logique apparente, constituera la matière sensible de la rencontre, de ce qu'elle a fait apparaître, et de ce qu'elle permet d'entrevoir.

En amont

- L'équipe effectue un pré-repérage dans la ville.
- Elle rencontre l'élue ainsi que l'artiste.
- Enquête du documentaliste-éditorialiste pour un brief de 5 feuillets sur la ville et ses enjeux.
- Envoi à l'artiste de son contrat et du matériel (plan de la ville, carnet de bord vierge, appareil photo jetable) L'enquête du documentaliste est également mise à sa disposition, il est libre de s'en saisir ou pas.

Le scénario

Sur le terrain, Mission Repérages(s) prend forme sur 5 jours, un temps volontairement court, vif, actif et intensif.

Jour J-3

Au soir : L'artiste arrive avant l'équipe, livré à lui même, à la ville, à ses visions, les informations ne lui arrivent qu'après

Jour J-2

1^{ère} Journée de repérages pour l'artiste: Vision solitaire et/ou accompagnée, rencontres avec des personnes ressources pré-identifiées - un vieux photographe, un stratège local émérite, une patronne de bistro, ... pour une rencontre mentale et sensuelle de la ville, mais avec le plan. Il prend des notes, des photos, fait des croquis, consigne ses impressions et ses fantasmes sur son carnet de bord. Autant de choses qui vont nourrir la dramaturgie du parcours qu'il proposera à l'élus.

Au soir : arrivée de l'équipe (il leur a été communiqué un plan et le brief de l'éditorialiste). Grille de questions ouvertes à élaborer : en quoi la ville X est-elle contemporaine? Si la ville X disparaissait que faudrait-il sauver? Portrait chinois pour approche symbolique...

Jour J-1

2^{ème} Journée de repérages en solo pour l'artiste, tout en sachant que l'équipe est là, qu'il peut la solliciter (notamment sur les aspects nécessaires à la scénarisation de son parcours).

Pour l'équipe : Repérages dans la ville, interviews de personnalités locales, préparation logistique et technique.

JOUR J

Le matin:

10h00 : L'artiste ouvre le bal. Il a choisi le lieu de rendez-vous : un lieu qu'il aime, un lieu qu'il trouve symbolique, une porte de la ville, un point de vue... Rencontre de l'élus et de l'artiste, chacun remet un cadeau à l'autre.

L'équipe remet à l'élus son carnet de bord et l'appareil jetable panoramique et rappelle aux deux protagonistes les règles du jeu.

10h00 -13h00 : Parcours de l'artiste – FICTION. Il a le choix du mode de déplacement, vélo, mobylette, taxi, carriole, il n'a pas droit à l'hélicoptère.

13h00 -15h00 : C'est l'artiste qui a choisi le restaurant, ils commencent à rédiger ensemble leurs carnets de bords. Chacun a réalisé 5 photos, écrit 5 constats et formulé 5 hypothèses ou fantasmes.

L'après-midi :

C'est l'élus qui prend la main, et guide l'artiste sur son propre parcours. Chacun réalise à nouveau 5 photos, écrit 5 constats et formule 5 hypothèses ou fantasmes.

Jour J+1

Mise à plat de l'expérience : Débriefing séparé de l'élus, puis de l'artiste, puis des deux ensembles.

L'élus remet son carnet ce jour là, il doit être rempli, il aura fait tirer les photos et les aura légendées, il a pu le compléter chez lui, ou le matin avant de venir, ou encore sur place et commente à l'équipe et aux graphistes ses photos, ainsi que le trajet de la ville sur le plan de la ville (fourni par l'équipe au départ)

Suites

Après deux mois, Les traces doivent avoir été mises en forme. Après un an, on rassemble les élus, l'artiste et les partenaires du projet pour un bilan.

Mission repérage(s) // ateliers de perception :

Points communs

- Rencontre entre la vision artistique et la vision politique.
- Scénario, rituel.
- Ambiance d'un moment unique, "sans témoin".
- Vise à saisir des impressions, du sensible vis-à-vis d'un lieu

Différences (sur le fond)

- Le territoire d'exploration de mission repérage est la ville entière tandis que les ateliers de perception concernent un site donné.
- Mission Repérage vise à produire des traces.
- Mission repérage organise un suivi/bilan.
- Mission repérage est intégré dans un programme de recherche.
- Les ateliers de perception sont un travail de groupe.
- Les ateliers de perception visent à définir des orientations pour un projet précis.

II. BRUIT DU FRIGO

Bruit du frigo est un collectif pluridisciplinaire regroupant 8 professionnels. (Champs de compétences : architecture, urbanisme, arts plastiques, cinéma, communication, animation, géographie, graphisme, histoire, paysage, sociologie, théâtre, vidéo...). Le collectif a pour ressources, moitié de subventions (Emplois, DRAC, Conseil Général...), moitié de prestations (Ateliers Pédagogiques, Communes, Centres d'art, associations...).

Son activité est hybride entre bureau d'étude (prestataire de services aux collectivités) et médiateur urbain (agissant de sa propre initiative sur les thèmes qui lui sont chers). Les actions et expériences de Bruit du Frigo peuvent prendre de nombreuses formes. Mais elles s'inscrivent toutes dans le même objectif : Associer ceux qui transforment une situation (les politiques, les aménageurs) et ceux qui la vivent (les habitants, les passants, les citoyens...) afin d'explorer, critiquer et relier les différents points de vue sur l'espace. Ainsi l'association travaille à réinventer sans cesse les formes d'aménagement de l'espace et éviter le monotone, le consumériste.

Certaines des actions de Bruit du Frigo sont ponctuelles. Elles prennent la forme d'intervention sur l'espace public (mêlant création artistique, animation culturelle, jeux d'exploration de l'espace...) et visant à créer le débat en invitant les citoyens à aiguïser leur regard, leur esprit critique sur une situation ou un lieu donné.

D'autres actions s'organisent sur le long terme. Elles sont réalisées à la commande des élus et s'intègrent dans des projets d'aménagement urbain conséquents. Par exemple : la restructuration de cités HLM, ou de quartiers difficiles. Le travail du Bruit du frigo vise à réaliser la participation réelle des citoyens dans ces projets. Il travaille en étant présent dans le quartier en question et en y rencontrant les habitants. Soit directement sur leurs lieux de vie (bistros, places publiques...), soit par l'intermédiaire des comités de quartiers, associations... Il s'agit dans un premier temps de tisser des liens de confiance entre l'association et les habitants, d'intéresser ces derniers au projet d'aménagement, de recueillir les avis pour former un état des lieux "collectif et partagé". Ce travail est réalisé grâce à une palette variée d'outils artistiques et culturels, grâce à des jeux sur/avec l'espace public, à des aménagements éphémères... L'association considère que plusieurs années (4 ans par exemple) sont nécessaires pour amener les gens jusqu'aux projets de terrain.

Le Bruit du Frigo rencontre jusqu'à aujourd'hui de grosses difficultés pour mener à termes ces processus de participation. En effet, les élus acceptent difficilement cette méthode, ainsi que le temps nécessaire avant qu'elle aboutisse à un résultat concret. Bruit du Frigo se sent victime d'incompréhensions, parfois de manipulation de la part des élus. En effet ceux-ci les engagent pour initier le processus, mais se rétractent au cours du jeu et "récupèrent" le travail réalisé à leur compte, tout en écartant volontairement l'association du processus de concertation.

A travers ses expériences, le Bruit du Frigo constate un formidable attachement des gens à leur territoire. Il note une forte sensibilité des gens sur les thématiques de l'environnement (espaces verts notamment), et peu d'évocations des problèmes de sécurité. Ils constatent que les élus confondent *participation* et *communication* : L'intérêt de la participation dans la "politique de la ville" est sous-estimée, ainsi que les interventions, les compétences et la quantité de travail nécessaire à sa réussite. Les élus ne sont pas prêts à consacrer des moyens pour la participation, tandis qu'ils accordent de gros budgets à la communication (publicité, affichages...).

Bruit du frigo // ateliers de perception

Points communs

- Utilise l'art et la culture comme moyen de médiation, de sensibilisation, de diagnostic... d'aménagement.
- Des architectes sont à la base des concepts.
- Problèmes de vision divergente avec les politiques (Court / long terme, pragmatisme / poésie).
- Manque de financements, de reconnaissance du travail, de prise au sérieux.
- Difficulté d'obtenir une commande sûre, d'être assuré de pouvoir modeler les projets à long terme.
- Difficulté de transformer le diagnostic sensible et participatif en projets concrets.
- S'intéressent aux lieux délaissés de l'espace urbain.

Différences (sur le fond)

- Les ateliers de perception sont une méthode d'intervention définie et répétée, tandis que Bruit du frigo invente chaque fois un nouveau mode d'intervention ou d'exploration sensible du lieu.
- Bruit du frigo s'intéresse plus à l'aspect participation, les ateliers de perception plus à l'aspect perception.
- Equipe de Bruit du frigo est pluridisciplinaire et plus nombreuse.

III. LA MEDIATION PAYSAGERE

Contrairement aux expériences présentées ci-dessus, la "médiation paysagère" n'utilise pas le biais de l'art ou de la culture. Cette méthode est en outre pensée pour le milieu rural (elle a été développée par Yves Michelin, géographe et aménageur au Parc Naturel Régional des Volcans d'Auvergne). Elle peut donc paraître éloignée des précédentes par sa philosophie. Pourtant, il s'agit également d'organiser un dialogue à partir de l'espace *perçu*, dans le but de construire des *projets de territoires partagés et plus riches de sens*. Il me semble donc intéressant de la présenter.

1. Paysage et médiation

Pour Yves Michelin, le paysage est une image ambivalente :

A la fois objective : "Le paysage est une image qui fait la synthèse d'un tas de choses".

Un territoire, c'est un contexte physique (un relief, un climat, un sol...), où pousse de la végétation, vivent des animaux, et s'agitent des hommes. Ces différents éléments du paysage interagissent entre eux, et forme un "système territorial" complexe, dont le fonctionnement et l'évolution sont difficiles à comprendre. Le paysage donne une image de ce système complexe et permet de mieux l'appréhender.

A la fois subjective : "Le paysage est perçu par l'observateur"

L'observateur perçoit le paysage selon ses connaissances (avant que les hommes comprennent que les collines d'Auvergne sont en fait de furieux volcans endormis, le paysage de la région leur paraissait ennuyeux), son attachement au territoire (La terre qui m'appartient a une autre valeur que celle qui m'accueille pour les vacances), son utilisation du territoire (l'agriculteur et le banquier n'ont pas le même regard), sa sensibilité esthétique... Chaque individu a une image différente de son espace vécu. Elle reflète chaque fois la réalité, mais une réalité interprétée par un biais différents.

La médiation paysagère vise à faire émerger des projets de territoire concertés. Elle utilise l'image objective du paysage comme porte d'entrée pour appréhender le système territorial, et ses représentations subjectives comme base de dialogue entre les différents acteurs. En effet, lorsque l'on cherche à mettre en place une démarche de concertation, le premier défi consiste à amener les différents acteurs à s'écouter et à se comprendre. Bien souvent les différences dans l'interprétation du paysage provoquent des incompréhensions que les acteurs n'arrivent pas à dépasser et qui les amènent à s'opposer (par exemple, l'opposition entre un agriculteur qui apprécie le paysage propre et ordonné de vastes champs cultivés – car celui-ci reflète un travail efficace et bien fait – et un "néo-rural" qui trouve ces champs ennuyeux et y voit une atteinte au paysage naturel qu'il recherche). Enoncer et expliquer les perceptions de chacun permet de nommer ces différences sans qu'il s'agisse de juger qui a raison ou pas. On peut alors travailler à la compréhension mutuelle et engager une réflexion commune pour le projet du territoire.

2. Outils d'appréhension du paysage

Ce que je souhaite plus particulièrement évoquer ici sont les outils qu'Yves Michelin et son équipe ont expérimentés et affinés pour recueillir la perception du paysage des différents acteurs. Pour en faciliter et enrichir l'expression, Ils ont mis au point différents supports visuels, adaptés à la sensibilité, au "langage" de chacun. La juxtaposition des commentaires et des images permet de découvrir un regard paysager beaucoup plus complexe et élaboré que celui que l'on perçoit par le simple discours.

Par exemple :

A un groupe d'élus, ils demandent de répondre par des photos à une série de question du type: Quelle image emporteriez vous si vous deviez quitter du jour au lendemain votre région? Quel aspect du paysage appartient selon vous au passé? Quelle image devrait-on montrer pour promouvoir le territoire?... Chaque participant commente ensuite ses clichés lors d'entretiens individuels.

Avec les agriculteurs, ils utilisent plutôt un "bloc diagramme" – c'ad. un dessin en 3D schématisant le territoire. Cet outil correspond mieux à la perception fonctionnelle de celui qui façonne le paysage. Il permet à l'agriculteur de corriger, préciser le dessin, et ainsi montrer sa propre représentation du paysage, les éléments qui sont pour lui importants, structurants...

Médiation paysagère // ateliers de perception

Points communs

- Utilise la perception de l'espace comme moyen de médiation, comme stimulateur d'intérêt pour un territoire.
- Considère que la perception fait partie intégrante du paysage, et qu'agir sur la perception revient à agir sur le paysage lui-même.
- Se base sur le principe que "dans le domaine des perceptions, chacun a raison pour lui-même".
- Considère que c'est par l'échange des perceptions individuelles que se dessine la réalité du paysage, de l'espace

Différences (sur le fond)

- La médiation paysagère sépare la phase de recueil des perceptions de la phase de médiation.
- La médiation paysagère produit des traces.
- La médiation paysagère varie les formes de recueil de la perception en fonction de l'individu interrogé. Les ateliers de perception sont un travail de groupe.
- La médiation paysagère est intégrée dans un processus complet d'aménagement.
- Les ateliers de perception visent à évacuer les perceptions existantes pour "percevoir autrement" et faire apparaître un consensus sur le "Genius Loci". La médiation paysagère vise à mettre en lumière les perceptions existantes, afin de distinguer ce qui oppose les points de vue et créer une base de discussion.

IV. ON-LINE DIALOGUE

"Zebalog" a pour but de renforcer les relations et l'échange de savoir entre les élus et les citoyens, entre les représentants et les représentés... et ce par l'utilisation du potentiel interactif d'Internet.

La méthode de Zebalog se partage en trois phases :

La préparation du dialogue :

Analyser et comprendre la situation, définir les objectifs en commun avec les partenaires, planifier le dialogue en fonction du processus de décision, adapter les aspects la forme technique du dialogue à l'échelle du projet.

L'animation du débat

Le débat en lui-même est ouvert pour une durée limitée (15 jours par exemple). L'animation du débat s'appuie sur deux types d'actions :

- La modération du débat en ligne : Structurer les thèmes de discussion, mettre en relation les intervenants, détendre les conflits, rechercher des informations complémentaires pour répondre aux questions posées...
- L'organisation de manifestations sur le terrain : pour faire connaître l'existence du débat aux habitants, éveiller leur curiosité et leur donner envie de participer.

La communication des résultats.

A l'issue du débat, Zebalog produit un document présentant les apports et idées exprimées aux décideurs. Zebalog s'attache également à informer les participants des décisions des élus et de leurs fondements.

Exemple : le "Mauerdiallog" ("dialogue sur Le Mur"):

Lors de mon stage, j'ai pu participer avec l'Agence à l'animation d'un dialogue au sujet du mur de Berlin organisé Zebalog.

La concertation était commandée par le Sénat berlinois. Le projet en discussion étant la mise en valeur de la dernière grande zone de frontière encore non construite depuis la chute du mur : le long de l'emblématique rue Bernauer. Il existe depuis 1998 un lieu commémoratif pour le souvenir du mur, de ses victimes et de ses conséquences. Mais en dehors de ce point, l'ex "no man's land", côté est de la rue Bernauer est aujourd'hui un terrain vague. Le sénat souhaite "faire parler" ce lieu d'histoire, et a chargé Zebalog d'organiser une concertation à ce sujet.

Le dialogue en ligne a été ouvert du 20 juin au 5 juillet 2006. Les thèmes de discussion proposés étaient par exemple :

- Qu'est-ce qui vous vient à l'esprit lorsque vous pensez au mur?
- Le mur n'est plus... A quoi ressemblaient les zones de frontières? Comment les gens ont-ils vécus ce mur, d'un côté et de l'autre?
- Le quartier Mitte (Berlin-Est) et Wedding (Berlin-Ouest) restent séparés. Qu'est-ce qui me retient d'aller dans le quartier d'en face? Qu'est-ce qui sépare, qu'est-ce qui relie les deux côtés de cette rue?
- Profiter de l'occasion... Comment donner une place à l'histoire de la partition dans le futur de la ville?

Afin de susciter la participation des citoyens, des actions de terrain ont été organisée par Zebalog en coopération avec le "centre de documentation sur le mur de Berlin", et l'Agence pour l'art et l'architecture - R.Düvell. Un circuit a été mis en place le long du "Kolonnweg", entre le Parc

du Mur et la Gare Nord (le "chemin des colonnes" est un chemin en dalles de béton. Il longeait le mur côté est, et les patrouilles des gardes du mur y circulaient "en colonnes"). Ce circuit a proposé une découverte de l'aire concernée par le projet, lors des week-ends de la période de dialogue. Il se composait de 6 stands où les visiteurs et les passants pouvaient trouver des informations et des photos historiques, ainsi que des éclairages sur le projet du sénat. Ils étaient invités à discuter avec les animateurs et incités à prendre part au dialogue sur Internet.

Zebralog // Ateliers de perception

Zebralog se concentre exclusivement sur le recueil des avis des citoyens en réaction à un projet d'aménagement donné, et ce par le biais d'Internet. Ses actions sont par conséquent relativement éloignées du lieu lui-même et de sa perception sensible. Comparer ses actions aux ateliers de perception en terme de points communs / différences recouvre peu de sens.

Ce qu'il m'intéresse de mettre en valeur ici, concerne plutôt la complémentarité des deux approches, très claire dans l'exemple du Mauerdialog puisqu'un partenariat a été mis en place. Le défi pour Zebralog est d'amener les gens à prendre part à la concertation, et la méthode choisie pour le relever consiste en l'organisation d'actions de terrain. Pour que ces actions soient créatives et intéressent, Zebralog a fait appel à L'Agence pour l'Art et l'Architecture et ses voyages en perception.

Conclusion

Que ce soit à travers les ateliers de perception de K.Feucht et R.Düvell ou les autres expériences que je viens de présenter, on observe qu'il manque des ponts entre la matière sensible, la participation et le projet. Il y en a qui savent très bien recueillir le sensible, comme les ateliers de perception, il y en a d'autres qui sont spécialistes de la consultation, comme ZebraLog, et il y en a bien sûr qui décident des projets. Mais il est rare d'observer une expérience où tous les éléments se retrouvent.

	Qui est spécialiste?	De quoi il s'agit?	Quelles sont les difficultés?
La matière sensible	<ul style="list-style-type: none">▪ Des artistes	<ul style="list-style-type: none">▪ De l'émotion▪ Le caractère intrinsèque du lieu	<ul style="list-style-type: none">▪ Donner une forme à l'émotion qui permette de la transmettre▪ Traduire en réalisations
La participation	<ul style="list-style-type: none">▪ Des acteurs engagés▪ Des animateurs	<ul style="list-style-type: none">▪ Des avis▪ De l'énergie qui peut faire vivre un projet	<ul style="list-style-type: none">▪ Susciter l'intérêt des gens▪ Obtenir du temps▪ Formuler des projets communs
Les décisions	<ul style="list-style-type: none">▪ Des politiques▪ Des investisseurs	<ul style="list-style-type: none">▪ Programme▪ Délais▪ Budget	<ul style="list-style-type: none">▪ Donner du sens aux projets▪ S'inscrire dans le développement durable

Qui et Quoi sont dans un bateau...

La colonne Qui et la colonne Quoi montrent assez clairement pour quelles raisons il est difficile de rassembler tous ces éléments dans un même projet. Dans la colonne Qui, il y a un problème de méconnaissance et de reconnaissance. Les artistes et les militants pour la participation connaissent souvent mal les besoins et les contraintes des politiques. Ils sous-estiment le bien fondé de leurs exigences par exemple de rigueur et de clarté. En retour, les politiques sous-estiment les apports que peuvent leur offrir le travail avec le sensible et de la participation. Ils considèrent parfois ces artistes ou ces animateurs comme des fantaisistes, ayant peu de notion de la réalité.

En effet la réalité des décideurs s'appelle programme, délais et budget. C'est une réalité extrêmement complexe, faite d'enjeux financiers, de jeux d'intérêts, de négociations, de programmes économiques et sociaux élaborés, de responsabilités... C'est une réalité qui fait que mener un projet à terme est une partie stratégique longue et périlleuse. Dans ce processus, les mots "émotion", "jeu", "sensibilité" ont peu de résonance. Dans cette complexité, passer trois ou quatre années à faire émerger un projet des citoyens paraît démesuré, voir ingérable.

Des solutions mutuelles

Mais la dernière colonne me laisse penser que malgré ces difficultés de compréhension et de coopération, ces différents champs ont besoin les uns des autres. Les décideurs, et les aménageurs, sous la complexité, les enjeux, les contraintes... ont de vraies difficultés à garder du sens dans leurs projets et à mettre en œuvre les moyens souvent pourtant simples (peut-être trop) d'un développement durable, ce que la participation et le sensible pourraient favoriser. Mais comment construire un pont entre des mondes si distants? On rejoint là les objectifs de mission repérage(s)...

J'observe en outre que les expériences qui combinent l'exploration sensible avec la participation citoyenne, comme celles de la médiation paysagère ou de Bruit du Frigo, sont porteuses de résultats intéressants. L'exploration sensible permet de susciter l'intérêt des gens pour la participation, et favorise le dialogue et l'émergence de consensus. La matière sensible sera alors relayée dans les projets par les souhaits des habitants.

PROPOSITION D'ORIENTATIONS: COMMENT DEVELOPPER LE POTENTIEL DES ATELIERS DE PERCEPTION EN AMENAGEMENT?

Je dois préciser ici que mon stage n'est en ce 15 septembre pas encore terminé et que la formulation d'orientations est en cours par une réflexion commune avec R.Düvell et K.Feucht. Je m'excuse donc de devoir être relativement brève dans cette partie du mémoire interne, afin de pouvoir consacrer plus de temps au travail collectif. Les propositions plus élaborées seront intégrées au tome "L'agence comme Raumwahrnehmer", rédigé pour la structure.

Clarifier la communication et structurer l'offre en rapport aux besoins des aménageurs

Dans le bilan que j'ai dressé pour les ateliers de perception, j'ai observé que si l'outil répond bel et bien à certains besoins des aménageurs, il est peu lisible et encore peu maniable. Le premier pas à effectuer serait donc un pas de clarification et de structuration de l'outil. Le travail que j'ai réalisé devrait pouvoir servir de base à cet effet.

Mais plus que l'adaptation du site Internet ou de la plaquette de publicité, c'est à l'adaptation de l'outil lui-même qu'il faut travailler. Je pense que cela nécessite pour les initiateurs des ateliers de perception d'approfondir leurs connaissances et leur compréhension du travail des aménageurs et des politiques, afin de cerner plus précisément leurs besoins et leurs contraintes. La poursuite de coopérations avec des bureaux d'études, ou l'intégration dans l'équipe de personnes issues d'autres domaines de compétences peuvent être de bons moyens d'y parvenir.

Viser des objectifs concrets

Dans leur forme actuelle, les ateliers de perception ont montré leur intérêt par exemple dans l'expérience avec Cottbus. L'objectif de Cottbus était de relativement faible envergure mais concret: faire émerger des idées originales pour mettre en valeur un espace le temps d'un événement. La ville a été entièrement satisfaite par la prestation. Je pense que l'un des moyens de développer les ateliers de perception peut être de cibler des objectifs de plus faible envergure que "découvrir l'esprit du lieu et définir des orientations à long terme pour son utilisation", du type favoriser la créativité. Alors, l'efficacité des ateliers de perception apparaît évidente.

Produire des traces

Parfois, lors des ateliers de perception, un participant produit pendant l'heure d'exploration en solitaire un "traces" de qualité, comme un croquis ou un poème. La documentation de l'expérience de Cottbus, presque entièrement constituée de citations, est elle aussi une trace étonnamment riche. Malgré le principe de qui dit que "la production de traces va à l'encontre de l'intensité du moment", je constate que les traces, lorsqu'il y en a malgré tout, représentent beaucoup d'importance pour K.Feucht et R.Düvell, et leur servent énormément à communiquer sur leur travail.

Aussi, pourquoi ne pas les encourager? On peut imaginer par exemple un travail sur une journée: on réalise dans un premier temps un atelier de perception "pur". Dans un deuxième temps, les participants s'attachent à donner une forme à leur ressenti: texte, musiques, délires d'aménagement, théâtre, photo, peinture, plan architectural, historiques, archive, danse.... cette production serait directement issue de l'inspiration favorisée par les ateliers de perception. Les traces produites seraient ensemble comme le portrait du "Genius Loci", et permettraient de le présenter.

Intégrer les ateliers de perception comme outil de médiation dans processus de participation

Nous avons constaté que les ateliers de perception ont un potentiel intéressant pour la médiation et la stimulation de l'intérêt pour un lieu. Le succès colossal de "l'exploration sensorielle de la mine" en est une expression. Pour valoriser pleinement ce potentiel, il s'agirait d'utiliser l'outil dans un processus complet de participation, en partenariat étroit avec une collectivité. Pour aller dans ce sens, il paraît essentiel d'envisager de collaborer avec d'autres bureaux d'études, ou d'étoffer l'équipe de professionnels pluridisciplinaires.

Conclusion

L'Agence pour l'Art et l'Architecture est une structure atypique. Elle développe des théories, et méthodes très créatives et passionnantes, au croisement de l'art, de l'architecture et de l'aménagement de l'espace. Dans la pratique, elle engage des projets étonnamment ambitieux et complexes en comparaison de ses ressources humaines et matérielles. Les projets sont pour la plupart très fragiles, et c'est par l'investissement d'énormément de temps et d'énergie personnelle qu'ils sont maintenus et poursuivis. Les résultats sont donc mitigés. Grâce à ces projets, de très beaux moments d'échange, de poésie prennent forme; Certains traits d'unions se créent "entre la Culture et la culture populaire, entre l'Art et l'artisanat"; des bâtiments prennent tout doucement vie... Mais ce, au prix d'énormes difficultés et beaucoup de frustrations, échecs et déceptions.

En travaillant dans cette structure, j'ai effectivement pu questionner mes propres démarches, les enrichir et les élargir. J'ai vérifié qu'avec un peu de culot et beaucoup d'imagination, il est possible d'expérimenter, et d'adopter d'autres manières de faire... de passer à l'action et donner forme à ses idées. En terme de pratique, j'ai travaillé mes capacités d'adaptation et d'initiative, de communication et d'animation.

Ce stage m'a permis de confirmer mon intérêt pour les questions de participation des citoyens et du jeu avec la matière sensible. Mon objectif, pour mes premiers pas sur la planète professionnelle, est de poursuivre la recherche de ce pont entre les décisions, les émotions et la participation. J'ai choisi de ne pas continuer de master après l'IUP, car j'ai depuis longtemps déjà envie d'expérimenter. En outre, je vois dans le master l'opportunité de m'offrir d'ici quelques années les moyens de faire un bilan. De prendre le temps, le temps d'un master recherche par exemple, pour revenir sur mes expériences, et m'ouvrir sur celle des autres. Pour prendre du recul, et mieux se ré-élancer!

Gutachten über die Aktivitäten
der Agentur für Kunst und Architektur:
Raumentwicklung & Wahrnehmungswerkstätten

ERSTER TEIL: PRÄSENTATION DER AGENTUR FÜR KUNST UND ARCHITEKTUR



Praktikumsbericht,
Clémence Doutreleau, Juni-September 2006

Einführung

Als Studentin der Raumentwicklung an der "Ecole Polytechnique" in Tours in Frankreich¹, habe ich mein Abschlusspraktikum in der Agentur für Kunst und Architektur von Rainer Düvell gemacht. Ich interessiere mich im Bezug auf die Raumplanung besonders für die Bürgerbeteiligung und die "sensible Gutachtung"² des Ortes. Ich habe dieses Praktikum gewählt, weil ich die besondere Methode der Agentur einem Ort zu gestalten und zu begutachten (die "Raumentwicklung" und die "Wahrnehmungswerkstatt") untersuchen wollte.

Ich wurde von R.Düvell beauftragt, eine "Gutachtung" der Aktivitäten seiner Agentur zu machen. Meine Arbeit hat sich in drei Perioden von je fünf Wochen gegliedert: erst eine Beobachtungsperiode, dann fünf Wochen, in denen ich Workshops mit den verschiedenen Teams organisiert habe und die letzten fünf Wochen wurden der Zusammenfassung und der Bearbeitung gewidmet. Während der Beobachtungsphase habe ich an Handwerksarbeiten mit den verschiedenen Teams teilgenommen, viele "interviews" und Unterhaltungen geführt und war auf Terminen und Arbeitsversammlungen dabei. Auf diese Weise habe ich die Arbeit von R.Düvell und seinen Mitarbeitern teilen können und es hat sich eine vertraute Beziehung entwickelt. Ich habe also die verschiedenen Ansichten kennenlernen und verstehen können. Die Agentur habe ich durch diese vielen unterschiedlichen Augen, als auch die meinen, sehen können.

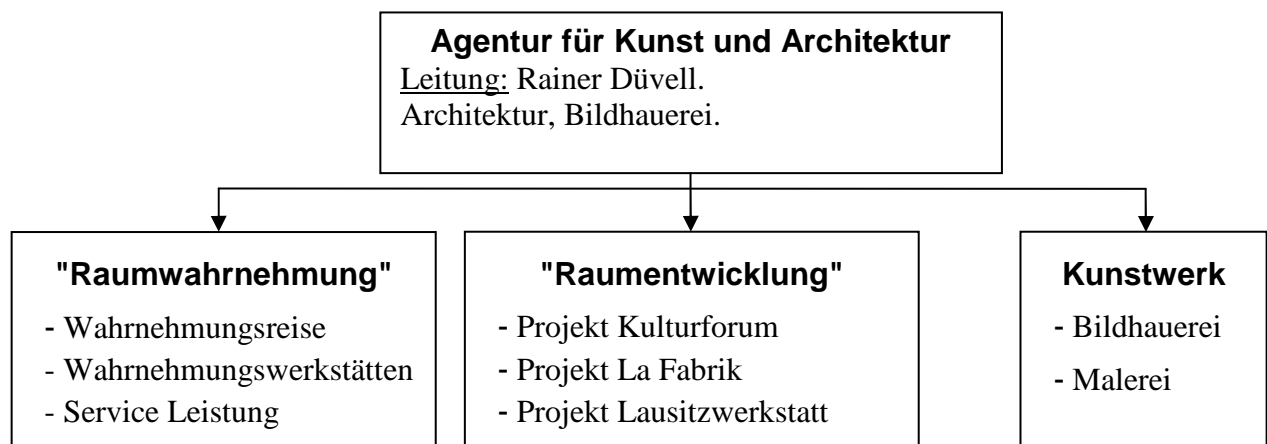
Dieser Bericht gliedert sich in drei Teile. Der erste (dieser) präsentiert die Agentur, ihre Teams, Methoden und Projekte. Die Aktivitäten der Agentur entwickeln sich in zwei Richtungen: die Raumentwicklung und die Wahrnehmungswerkstätten. Der zweite Bericht behandelt die "Agentur als Raumentwickler", und der dritte die "Agentur als Raumwahrnehmer". Alles drei Teile zusammen sind ein komplettes Gutachten über die Aktivitäten der Agentur für Kunst und Architektur.

¹ Ich habe nämlich Französisch als Muttersprache. Diese Arbeit habe ich selbst auf Deutsch geschrieben und den größten Teil dann von Freunden korrigieren lassen... einige Abschnitte sind nicht korrigiert worden, also gibt es sicherlich noch Sprachfehler oder Sonderheiten. Ich bitte sie mir zu vergeben.

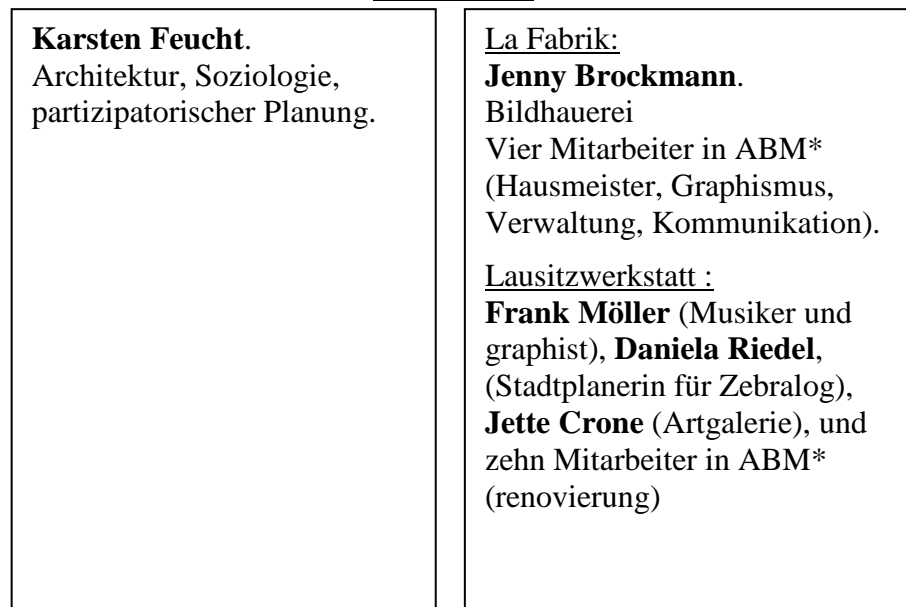
² Um einen Ort zu gestalten, kann man mit Stein, Holz, Plastik, Beton usw. bauen. Nun ist der Ort nicht nur aus diesen festen Materialien gemacht, sondern auch aus Empfindungen, Sinneseindrücken und Erinnerungen. Diese werden wir "sensible Materie" nennen. Die sensible Materie "hängt in der Luft", sie ist schwierig zu begreifen.

DIE AGENTUR FÜR KUNST UND ARCHITEKTUR : STRUKTUR UND TEAM

Die Agentur für Kunst und Architektur wurde vor Kurzem von R.Düvell begründet, um seine verschiedenen Aktivitäten einen einzigen Namen zu geben. Die Agentur ist noch sehr jung, und in der Strukturierungsphase. Sie hat nämlich noch kein festes Sitz, oder Büro. Früher gründete R.Düvell eine neue Struktur für jedes neue Projekt ("Ortkultur e.V", "Büro für Raumentwicklung", "Lausitzwerkstatt e.V..."). Weil die Ansammlung von Strukturen die Verwaltung und die Lesbarkeit seiner Arbeit verwickelt, hat er die Agentur für Kunst und Architektur als gemeinsames Hut für alle Köpfe geschaffen. Konkret ist das Team der Agentur nur von R.Düvell selbst ausgemacht, aber seine Mitarbeiter aus den verschiedenen Projekten gehören indirekt dazu.



Mitarbeiter:



*ABM= Arbeitsbeschäftigungsmaßnahme

THEORETISCHE GRUNDLAGEN: DIE "RAUMENTWICKLUNG"

Eine besondere Philosophie prägt die Projekte der Agentur. Sie wurde vor zehn Jahre begründet, durch R.Düvells und K.Feuchts Zusammenarbeit auf der "Kulturforum". Der Kulturforum ist eine Platz neben der Potsdamer Platz in, auf die ehemalige Grenze zwischen West und Ost Berlin. Nach die Wende ist diese Platz ungebaut geblieben, Während gro   beeindruckende-wichtige Gebäude um ihr gewachsen sind. Die Frage bleibt bis jetzt offen, wie sollte man diese Platz gestalten?

In dieser Zeit arbeiteten K.Feucht und sein Freund R.Düvell auf dem Kulturforum in Berlin für ihre Diplomarbeit. K.Feucht zum Thema "architektonische Interventionen am Kulturforum" (1996) und R.Düvell zum Thema "Raumentwicklung Kulturforum" (1997). Sie haben beschlossen, der Kulturforum zu gestalten. Zwar nicht durch Bauen, sondern durch Belegung. Sie haben mit dem Raum gespielt, Veranstaltungen organisiert und mit den Wahrnehmungen der Beobachter gearbeitet. Aus diese experimentelle Arbeit ist die Theorie der Raumentwicklung entstanden, welche R.Düvell und K.Feucht als Architekturisches Konzept verstehen.

So wurde "Raumentwicklung" in der Diplomarbeit Rainer Düvells definiert, als er mit seinem Freund und Kollegen Karsten Feucht 1996 das Konzept begründete :

„Raumentwicklung heißt, mit der Vision für den Ort an den Ort zu gehen und sie zu leben. Mein Gestaltungsvorschlag ist der dauernde Prozess. Ich initiere, impulsiere und magiere einen Bewu  twerdungsprozess, und bringe die Vorstellung eines lebendigen Forums schrittweise in Realität.“

Mit anderen Worten und ausführlicher, finden Sie hier weitere Erklärungen :

Bereich

Das Konzept Raumentwicklung ist eine Kreuzung zwischen einerseits : Architektur, oder die Art und Weise dem Raum Form zu geben und andererseits Kultur und Kunst (Hoch- sowie Volks-Kultur und Kunst).

Orte

Die Raumentwicklung zielt auf Orte, die in sich ein Potential haben, welches nicht benutzt wurde. Zum Beispiel ein leerer, schmuckloser aber zentraler Platz, oder eine ehemalige Fabrik, die architektonische oder historische Vorteile hat und die sich auf einem touristischen Weg befindet...

Ziele

Die Raumentwicklung zielt darauf, den Ort wieder zu beleben, sein Potential zu entwickeln. Der Raumentwickler wirkt auf den Raum selbst ein und auf die Weise wie der Raum wahrgenommen wurde. Er baut und regt an. Das Ergebnis, das man dabei erreichen will ist Inhaltlich abhängig vom Ort und den Lokalen Gegebenheiten. Im Prinzip bleibt es aber ein Forum wo Begegnung, Kultur und Kreativität stattfinden können.

Methode

Damit man die Methode leicht verstehen kann, wollen wir den Prozess in Etappen gliedern. In der Praxis ist der Prozess aber flüssig und die Etappen können sich überschneiden.

Erste Etappe : "Genius Loci" Wahrnehmen.

Der Raumentwickler nimmt an, dass die Geschichte eines Ortes, seine Stimmung, die Empfindungen der Leute, die dort leben oder gelebt haben... dem Ort einen besonderen Charakter geben. Sie geben ihm einen Geist : Der "*Genius Loci*". Die Entdeckung, Nennung und Beschreibung dieses besonderen Charakters ist die erste Etappe des Raumentwicklungsprozesses. Dafür kann man historische oder andere Recherchen über den Ort machen, aber am wichtigsten ist die sinnliche, körperliche Wahrnehmung.

Zweite Etappe : sich selbst als ersten lebendigen Atemzug darstellen.

Wie gesagt, zielt der Raumentwicklungsprozess darauf, den Ort zu beleben. Diese zweite Etappe besteht darin, den Ort *im eigentlichen Sinn* zu beleben. Das heisst, durch die Präsenz des Raumentwicklers selbst vor Ort. Er kann seinen Lebensort, oder Arbeitsort, oder beides dort einrichten... Und verbringt viel Zeit vor Ort.

Dritte Etappe : Eine Vision entwickeln

Es handelt sich hierbei darum, ein Projekt, eine ideale Vision oder ein langfristiges Ziel zu entwickeln – es ist erlaubt zu träumen. Es werden Möglichkeiten, die dort stattfinden könnten, beschrieben. Der (oder die) Raumentwickler richten diese Vision auf der Basis des Charakters des Ortes ein, der früher benannt worden ist.

Der dauernde Prozess.

Sobald die Vision erdacht wurde, fängt die Aktivphase an, welche Rainer Düvell "den dauernden Prozess" nennt. Der Raumentwickler und sein Team fangen mit ihren vorhandenen Mitteln an, die Vision kreativ durchzuführen. Sie bauen, gestalten auf eigene Faust und, damit der Raum benützt werden kann. Sie kommunizieren über ihrem Projekt. Sie organisieren kulturelle Events (Kunstaussstellung, Konzerte, Feste, Seminare...). Sie fordern die Leute aus der Umgebung auf, an dem Projekte teilzunehmen. Man kann die Geschichte des Ortes erzählen, den Raum für Versammlungen benützen, oder für Kurse, vielleicht sogar unter Beteiligung örtlicher Unternehmen... Alles ist möglich, solange der Geist des Ortes respektiert wird.

Am Anfang dieser Phase ist alles ganz klein, weil man keine grosse Finanzmittel in das Projekt einbringt. Der Raum wird erst nur partiell gestaltet, die Veranstaltungen werden nicht finanziert, es gibt noch wenig Publikum... Die Methode des "dauernden Prozesses", auch "Schritt für Schritt" genannt, stützt sich auf dem Prinzip, dass die angelegte Energie bringt Früchte beim Ziehen andere Energie zum Projekt an ; in einem Prozess, der sich theoretisch nicht mehr aufhören wird. Leben zieht Leben nach sich. Kreativität zieht Kreativer an, Publikum bringt Publikum, welcher zieht Veranstalter nach sich, welche bringen wieder Publikum mit...

Ein Ort entsteht dadurch, daß Leute hingehen. Ein beliebter Ort entsteht dadurch, daß Menschen anfangen, ihn zu lieben. Als Raumentwickler beginne ich selbst damit. Wesentliches Element der Raumentwicklung ist meine persönliche Präsenz vor Ort. Mit meiner Haltung und meinem Tun rege ich bewußt zum Entdecken, Wahrnehmen und Handeln an. Mit den Anlässen und dem Service ermögliche ich die Annahme und die Nutzung und Verlebendigung dieses Stadtraumes.

RAUMENTWICKLUNGSPROJEKTE (LA FABRIK & LAUSITZWERKSTATT)

I. LA FABRIK : "HAUS FÜR KUNST, KULTUR UND BEGEGNUNG"

La Fabrik ist ein ehemaliges Industriegebäude mit sieben Niveau, das in Friedrichshain in Berlin steht. 1996 entdeckte R.Düvell das Gebäude, als er große Räume für seine künstlerische Arbeit suchte. Andere Künstler sind dann dazu gekommen und so entstand das Projekt, das Gebäude zu beleben. Die Idee dieses "Haus für Kunst, Kultur und Begegnung" ist: unterschiedliche künstlerische/kulturelle Aktivitäten unter einem Dach zu sammeln, und zwischen sie das Austausch zu fördern.



Foto 1. La Fabrik, Malerei vor der Sanierung

1. Die seit 10 jährige Entwicklung des Projektes gliedert sich in drei Periode

1996 – 2002, vor der Sanierung :

Die Miete ist extrem billig, aber das Gebäude ist hat keine sanitären Einrichtungen. Das Gebäude wird im Winter nicht benutzt, weil es keine Heizung gibt. Also kein Komfort, aber auch keine Gezwungenheit. Die verschiedene Etagen werden langsam von Künstler (wie Jenny Brockmann und K.Feucht) erobert, die wenig Geld, aber viel Phantasie haben.

2002 – 2004, die Sanierung :

Das Gebäude wird gekauft und saniert. R.Düvell und J.Brockmann verhandeln mit dem neuen Eigentümer, damit das Projekt fort gehen kann. Die Situation ist kritisch, aber ein Eintracht wird gefunden. Die Sanierung des Gebäudes respektiert die Wünsche der Künstler: Helle, grosse, modulierbare Räume, Dachterasse...



Foto 2. In La Fabrik: vor/nach der Sanierung

Seit 2004, nach der Sanierung :

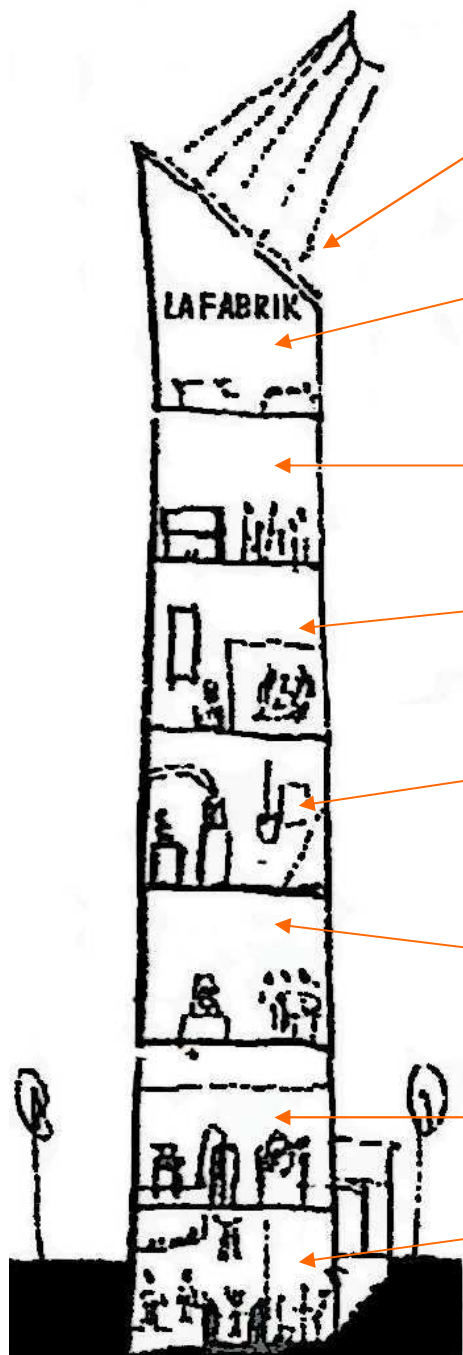
Seit der Sanierung musste sich das Projekt auf den hoch Miete anpassen. R.Düvell und J.Brockmann führen das Projekt weiter, als Vermittler zwischen dem Eigentümer und den Mieter: sie suchen die Mieter, deren Aktivität dem Projekt entsprechen, und verhandeln dann die Verträge mit dem Eigentümer. Diese Arbeit bedeutet viel Aufwand, und ihr Gelingen wirkt unmittelbar auf die Einkünfte des Teams, weil es ausgleichen muss, wenn die Etage leer bleibt. Daher suchen sie jetzt langfristige Mieter. Sie haben Lösungen gefunden, damit es doch eine dynamische Abwechslung der Aktivitäten im Haus gibt und damit nicht nur reiche Künstler mieten können.

- R.Düvell und Helmut Domsch, beide von dem Team *La Fabrik*, mieten selbst die zwei höchsten Etagen, und stellen sie zur Verfügung, für gezielte Nutzung. Die Preise für diese Untermietung sind völlig begebbar.
- System von "Residenz Atelier": öffentliche Strukturen (Stadt, Staat) vom Ausland mieten ein Atelier in Berlin, damit sie ihre Künstler in diese kulturelle Kapital senden können. Die Künstler bleiben zwischen drei und sechs Monate, bevor sie abgelöst werden. Sie arbeiten in verschiedenen künstlerischen Bereichen, sind berühmt oder nicht... Der Vertrag ist langfristig beschlossen, aber der Mieter wechselt!

Außer diese Vermittlung organisiert das Team La Fabrik die Kommunikation über das Haus und ihre Mieter und sie fördert Austausch zwischen den verschiedenen Etagen und Aktivitäten. Als Ersatz diesen besonderen Managements bezahlen die Mieter dem Team eine Auflage, an die Miete angehängt.

2. Eine Vision, die Gestalt annimmt

Die nächste Seite präsentiert die aktuelle Nutzung des Hauses.



Logo de La Fabrik

Dachterrasse: Zur Verfügung aller Mieter. Raum für Begegnung und Entspannung, Malen...Schöne Sicht auf Berlin.

"Seminar Etage" : von R.Düvell gemietet. Oft für seminar oder Körperlicherarbeit untermietet, wie yoga, biodanse...

"Tanz-Theatre Etage": vor kurz von H.Domsch gemietet. Er lass sie untermietet für Tanzkurze (Tango), Theatre, privat Partys...

Zu vermieten

"Residenz Atelier Stadt Thun": Die Stadt Thun, in der deutscher Schweiz, mietet diese Etage um ihre Künstler nach Berlin schicken zu können.

"Residenz Atelier Lichtenstein": Der Lichtenstein mietet ab Oktober 2006 diese Etage um ihre Künstler nach Berlin schicken zu können.

"Atelier Christopher Lehmppfuhl" : Die Erdschoss ist von ein Maler aus Berlin als Atelier gemietet. Der Künstler bezahlt seine Miete mit seiner Bilder.

"Oxydent Event Bar": Im Keller gibt es ein Bar, der Konzerte und Malerei Ausstellungen organisiert. Der Bar ist Abends offen, sein musikalisches Programm klingt Jazz, experimentelle und afrikanische Musik.



In Berlin findet man viele alte Fabriken, die mit Kultur aufgewertet werden. Im Vergleich zu den anderen hat *La Fabrik* einige Eigenartigkeiten:

- Das Team ist von dem Gebäude nicht Eigentümer und trotzdem ist das Projekt unabhängig von öffentliche Zuschuss. Eine Art öffentliche Hilfe kriegt es doch durch die Mitarbeiter in ABM.
- Die Natur ihrer kulturelle Angebot mit Jazz, Tango, Yoga, biodanse... unterscheidet sich von anderen kulturellen Fabriken in Berlin, deren Programm zu einem jüngere, "lauter" Publikum orientiert sind.
- Der Wert "Kunst, Kultur und Begegnung" ist eher in die langfristige Nutzung des Gebäudes und in den Austausch, die zwischen den verschiedenen Nutzungen entstehen, gesucht, als durch eine kulturelle Programmsteuerung mit Konzerte, Veranstaltungen oder Ausstellungen.

II. LAUSITZWERKSTATT

1. Zusammenhang des Projektes: Die Lausitz und die Internationale Bauausstellung (IBA)

Das Projekt Lausitzwerkstatt hat sich in die Bewegung der IBA Fürst-Pückler-Land, nach dem Auftrag des Bürgermeisters von Großräschen entwickelt (Großräschen: 7000 Einwohner, Sitz der IBA). Die IBA (Internationale Bauausstellung) ist ein zeitlich begrenztes Programm für innovative Raumplanung in Deutschland. Es wird 10 Jahre lang in einem Gebiet durchgeführt bis es zu einem anderen wechselt. Zwischen 1989 und 1999 war die IBA im Ruhrgebiet ("IBA Emser Park"). Seit 2000 wird ein IBA Programm in der Lausitz entwickelt ("IBA Fürst-Pückler-Land"). Die IBA konzentriert in diesen 10 Jahren Mittel, Energie und Innovationen, mit dem Ziel eine neue Entwicklungskraft in Regionen mit großen Entwicklungsschwierigkeiten voranzutreiben. Die IBA wurde auf Initiative der lokalen Politiker in diesem Gebiet eingerichtet, und das Programm wurde in Zusammenarbeit mit dem Land, der Landkreise, der lokalen Städte und der IBA erstellt.

Die Lausitz war 150 Jahre lang ein Braunkohlebergbauindustriegbiet. Die Lausitz, ihre Landschaft, ihre Siedlung- und Infrastruktur, ihre Kultur und ihre Menschen wurden von der Bergbauindustrie stark geprägt. Im Laufe der neunziger Jahre wurden fast alle Bergbauaktivitäten eingestellt. Seitdem leidet die Lausitz unter großen wirtschaftlichen und sozialen Probleme. Fast die Hälfte der Menschen ist arbeitslos oder in ABM-Programmen. Neuen Entwicklungsperspektiven findet heute das Gebiet im Bereich Tourismus: die ehemaligen Tagebaue werden in den nächsten 20 Jahren alle geflutet werden, wodurch die Lausitz eine große Seelandschaft werden wird.



Foto 3. Ein Tagebau, der im Moment mit Wasser gefüllt wird

Die Lausitz leidet im Moment eine Abwanderung ihre Unternehmen und ihre junge Leute, die wo anders   ffener Perpektiven suchen gehen... Dort findet man viele Gebäude und Fabriken, die jetzt leer stehen. Viele von den haben interessante architektonische Vorteile aber lassensich schnell beschädigen. Ihre Sch  tzen ist für die Raumplanung des Gebietes wichtig, weil sie seine Kultur und identität darstellen.

Das Ledigenheim in Großräschen gehört dazu. Dieses schöne Gebäude, etwa fünfzig meter von dem Tagebaurestloch entfernen, hat in der Zeit der Bergbauindustrie Familien von Arbeiter oder Verwaltungen beherbergt, dann ist es Leer geblieben. Die Nähe von der zukünftigen See gibt dem Gebäude ein neues Potential, aber das, nur wenn es schnell wieder



Foto 4. Ledigenheim

besetzt wird und wenn mindestens der Dach und der Keller saniert werden.

Das Gebäude gehört der Stadt, welche ihn gerne aufwerten möchte aber die notwendige Finanzierung dafür nicht hat. 2003 hat der Bürgermeister R.Düvell vorgeschlagt, für das Ledigenheim ein Prozess wie in La Fabrik zu entwickeln.

2. Projektentwicklung zwischen 2003 und 2006

Seit 2003 wird also ein Raumentwicklungsprozess von R.Düvell, in Partnerschaft mit Frank M  ller und Daniela Riedel im Ledigenheim entwickelt. Das Projekt zielt darauf, einen Ort erschaffen, wo touristisch-wirtschaftlichen Kräften mit künstlerisch-kreativen Kräften fusionieren können. Konkret heißt das, das Gebäude nach und nach nutzbar zu machen, und dann sein Nutzen fördern. In der Richtung Tourismus: Unternehmen können sich dort einsetzen (Fahrrad verleih, Jugendherberge, Internet Kaffee...) und in der Richtung Kultur: ein kulturelles Programm wird geführt (Ausstellungen, Konzerte...). Seit 2003, hat das Projekt Lausitzwerkstatt :

- sich strukturiert (Projektsherstellung, Gründung der Lausitzwerkstatt e.V, Aufbau des Webseite)
- die Akquise von öffentliche Finanzierung für das Ledigenheim ermöglicht (die Sanierung von Dach und Keller ist von dem Land finanziert worden; das Verein hat eine Förderung "Kulturland Brandenburg" gekriegt, um die kulturelle Saison 2006 anzuregen; insgesamt etwa zwanzig ABM haben für das Verein gearbeitet.
- eine Fl  gel des Gebäudes mit den ABM Arbeiter vorbereitet, damit sie Ausstellungen und Veranstaltungen Empfangen kann.
- zwischen Juli und Oktober 2006 ein kulturelles Programm geführt (Historische und künstlerische Ausstellungen, Konzerte, Seminaren...)

Leider hat die Stadt diesen Sommer (2006) ein Käufer für das Ledigenheim gefunden. Der Investor schlägt ein vier-Sterne Hotel vor. Dieses mal konnte kein Kompromi  f bereitet werden, und das Projekt Lausitzwerkstatt musste sich aufhören. Diese Raumentwicklungsprozess hat nicht genug Zeit gehabt, um seine Fr  uchte tragen zu können. Das Ende ist für das Team Bitter, weil es

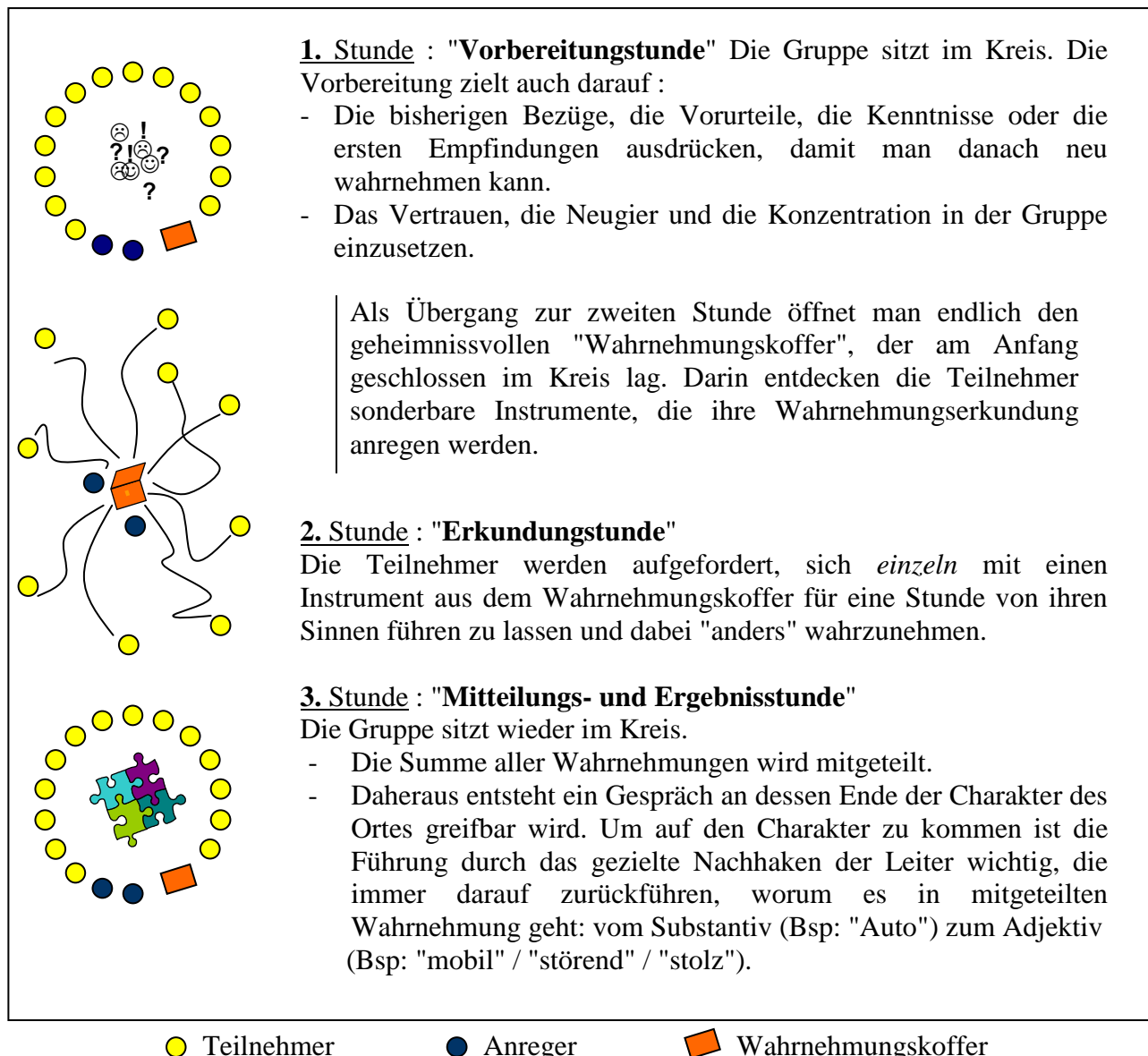
das Gefühl hat, dass es manipuliert worden ist. Heute überlegt sich die Lausitzwerkstatt e.V, in ein anderes Gebäude der Lausitz ein Konzept zu entwickeln.

RAUMWAHRNEHMUNGS: WAHRNEHMUNGSWERKSTATT (ODER "WAHRNEHMUNGSREISE")

Die Wahrnehmungswerkstätten sind eine Art einen Ort erfassen. Es handelt sich um eine Gruppenarbeit, wo die Stimmung gefördert wurde, damit sie kreativ, vertraut und konzentriert wird. Dabei, und durch ein Spiel mit Wahrnehmungsinstrumenten wurde die Wahrnehmungsfähigkeit erhöht. Ziel ist ein sinnliches Erlebnis : *die Entdeckung von dem Charakter des Ortes.*

I. ABLAUF

Eine Wahrnehmungswerkstatt gliedert sich in 3 Stunden :



II. ZUTATEN DER WAHRNEHMUNGSWERKSTATT.

Eine Wahrnehmungswerkstatt ist eigentlich eine ganz normale Versammlung... in die man noch ein paar extra Zutaten einfügt...

Stimmung eines einzelnen Momentes.

In der Wahrnehmungswerkstatt ist die Energie, die in der Gruppe entsteht, am wichtigsten. Alles wird gemacht, damit jede mögliche Irritation gelöscht wird. Es ist wichtig, dass die Teilnehmer fühlen, dass sie einen besonderen Moment erleben, und sich dabei völlig konzentrieren. Die Wahrnehmung eines jeden zählt, um den "Genius Loci" des Ortes gemeinsam zu entdecken.

Die Runde:



Foto 1: Die Runde, vor dem Ledigenheim

Die Runde ermöglicht das Konzentrieren miteinander und das Summieren der einzelnen Wahrnehmungen. In einem Kreis zu sitzen hilft, eine gemeinsame Energie zu produzieren.

Der Koffer :

Der Wahrnehmungskoffer hat eine Geschichte. Er ist schon in den 30-er Jahren nach Indien gereist. Er trägt Zeitspuren. Der Koffer verkörpert die Reise, die Erkundung und strahlt eine besondere Atmosphäre aus. Er steht von Anfang an sichtbar am Rand oder in der Mitte der Runde und lässt die Gruppe neugierig werden.

Die Instrumente

Es gibt drei Arten von Instrumenten :

- Objekte, die man nimmt und damit seine Sinneswahrnehmung zu verändern(Lupe, Ohropax...)
- Handlungskarte, wie zum Beispiel : "Hüpfe auf einem Bein", "gehe 100 Schritte, wähle eine neue Richtung, gehe erneut 100 Schritte, usw."
- Intellektuelle, pragmatische, informative, philosophische Anregungen zum Ort oder seinem Thema (Zitate, Pläne, Fotos), um auch diejenigen zu erreichen, die eher vom Kopf her an die Dinge der Welt herantreten

Die Instrumente haben zwei Funktionen : Einerseits spielen sie eine anregende Rolle und helfen die Teilnehmer einzubeziehen und Ideen zu bekommen (wohin laufen, worauf konzentrieren...). Andererseits wirken sie auf die Wahrnehmung selbst ein : die Sinne werden entweder abgeschaltet, oder erweitert, oder auch verändert... Es hilft den Teilnehmern überhaupt in die Wahrnehmung zu gehen bzw. *anders* wahrzunehmen.



Foto 2: Wahrnehmungsinstrument "die Blindflecke"

Raum lassen für die eigene Empfindung

Während der zweiten Stunde laufen die Teilnehmer allein durch den Raum. Auf diese Weise wird die Wahrnehmung von Bildern (die man beim Unterhalten im Kopf unvermeidlich kriegt) nicht verunreinigt. Die Teilnehmer versuchen auf ihre innere (Intuitive) Wahrnehmung zu achten : Warum habe ich spontan Lust dahin zu gehen? Welcher besondere Aspekt des Ortes zieht mich in diese Richtung?

Ausserdem wurde, wenn Zeit gekommen ist, die eigene Wahrnehmungen mitzuteilen, festgestellt, dass "bei der Wahrnehmung jeder für sich recht hat ".

Die Struktur

- Die Wahrnehmungswerkstätten werden immer in drei ausgeglichene Teile gliedert, am besten dreimal eine Stunde.
- Während des Ablaufs der Wahrnehmungswerkstatt bleibt immer der Stuhlkreis stehen. In der Erkundungstunde wissen die Teilnehmer, das sie dorthin zurückkommen, Fragen stellen oder ihre Instrument wechseln können.

Die Leiter

Am Besten gelingt die Wahrnehmungswerkstatt, wenn sie von zwei sehr verschiedenen Leitern geleitet wird, die sich ergänzen und in ihrer Verschiedenheit schon zeigen, dass es nicht um das Rechthaben geht. Außerdem gelingt es zweien eher, 3 Stunden lang für den Moment und jeden einzelnen Teilnehmer wach zu bleiben (Arbeitsteilung: der eine schaut mal eher auf die Uhr, der andere konzentriert sich mal eben eher auf eine Mitteilung)

Dokumentation

Theoretisch ergibt sich aus der Wahrnehmungswerkstatt kein Dokument oder Abdruck von dem, was währenddessen erarbeitet worden ist. Diese bewusste Wahl leitet sich aus der Konzeptphilosophie ab: das Dokumentieren beschädigt die Intensität des Momentes. Wenn man während der Wahrnehmungswerkstatt versucht, Notizen oder Fotos zu machen, stört das die Konzentration und den Austausch innerhalb der Gruppe. Jeder Abdruck ist wie eine Verbindung nach draußen – ausserhalb des Momentes – und es verursacht eine Störung der Energie, die in der Gruppe entsteht. Deswegen bietet sich an einen dritten dazuzunehmen, der mit Fotos oder Mikrofon die wertvollen Mitteilungen dokumentiert.

Meine Mission während des Praktikums war also ein Gutachten der Aktivitäten der Agentur für Kunst und Architektur zu erarbeiten. Ihre Raumentwicklungsaktivitäten sind komplexe langfristige Projekte, die viele Leute beschäftigen. Um sie besser begreifen und analysieren zu können, habe ich Workshops mit den verschiedenen Teams organisiert. Die Raumwahrnehmungsaktivitäten der Agentur sind mehr punktuell. In der Wahrnehmungswerkstatt wurde seit zehn Jahren in verschiedene Richtungen und verschiedenen Zusammenhängen experimentiert worden. Um sie zu analysieren, habe ich eine Recherche gemacht. Dafür habe ich die Methode formuliert, ihre zehnjährige Entwicklung analysiert und sie mit ähnlichen Erfahrungen verglichen. Sie können diese Arbeit in den Teilen "Die Agentur als Raumentwickler" und "Die Agentur als Raumwahrnehmer" lesen.



Gutachten über die Aktivitäten
der Agentur für Kunst und Architektur:
Raumentwicklung & Wahrnehmungswerkstätten

ZWEITER TEIL: DIE AGENTUR ALS RAUMENTWICKLER



Praktikumsbericht
Clémence Doutreleau, Juni-September 2006

Einführung

Der Auftrag, eine "Gutachtung" der Aktivitäten der Agentur für Kunst und Architektur zu erstellen heißt konkret: eine Analyse der Aktivitäten der Agentur mit meiner Außenansicht, dabei die folgenden Fragen im Auge zu behalten:

- Wie kann man greifbar machen, dass die verschiedenen Projekte der Agentur zur selben Philosophie gehören, und dass es dabei um Architektur geht?
- Wie kann man die Kreditibilität der Projekte erhöhen? Wie kann man als Professionelle, die ein Produkt anbieten, gesehen werden - anstelle von als Künstler, welche um Experimentraum bitten?
- Wie kann man mehr Geld mit weniger Aufwand an Zeit und Energie verdienen?

Als ich die Raumentwicklungsprojekte La Fabrik und Lausitzwerkstatt zuerst beobachtet habe, habe ich zwei Feststellungen gemacht. Zunächst, dass die Raumentwicklung als Arbeitsmethode reiche und interessante Projekte ermöglicht, aber dass sie nicht immer leicht zu verstehen und anzunehmen ist. Dann, dass das Alltagsleben der Projekte oft schwierig ist. Für die Projektträger einerseits, weil sie sehr viel Energie für wenig Einkommen einbringen. Zudem sind die Projekte zerbrechlich und werden immer wieder in Frage gestellt, weshalb die Projektträger ihre Projekte immer wieder berechtigen und verteidigen müssen. Für die Mitarbeiter andererseits: viele sind über die Projekte skeptisch, und wegen ihren "chaotischen" Seiten verärgert.

Ich glaube, dass diese Schwierigkeiten zum Teil aus der Verkennung und dem fehlenden Verständnis der Projektmethode resultieren: Sowohl innerhalb des Teams, als auch auf Seite der Partner oder "Kunden". Tatsächlich ist die Projektmethode "Raumentwicklung" nicht richtig erklärt, obwohl sie für Viele ungewöhnlich ist. Zum anderen sehe ich in der Arbeitsstrukturierung und Arbeitsverteilung eine andere Quelle von Schwierigkeiten, weil sie nicht sehr effektiv ist. Dieser Punkt ist besonders Schwierig für solche, die wenig Eigeninitiative übernehmen, oder die nicht zu viel von sich selbst in ihre Arbeit einbringen möchten.

Auf diese Feststellung hin habe ich dann in zwei Richtungen gearbeitet.

- Die theoretischen Grundlagen der Projekte zu verstehen und eine einfache Zusammenfassung zu erarbeiten
- Workshops zu den Themen, die mir am wichtigsten vorkommen, mit den verschiedenen Teams zu organisieren

Als Startpunkt dieser Überlegung schlage ich jetzt eine Vorlage der Projektmethode vor, wie ich sie nach fünf Beobachtungswochen sah. Auf dieser Basis sind die Workshops organisiert worden.

Es war einmal eine ungewöhnliche Methode, Projekte zu machen ...

Insérer BD

Dies ist eine besondere Methode. Wenn das "tolle Konzept" eingerichtet wird, verspricht man sich ein Ergebnis, dass das Team selbst nicht durch eigene Kraft an dem gewählten Ort realisieren kann. Vielmehr bedarf es des Engagements der Ortsanässigen. Die Wahl dieses tollen Konzeptes als Methode beruft sich auf die Überzeugung, dass der Glaube an ein Ziel ausreicht, dieses in der Wirklichkeit wahr werden zu lassen. Die Agentur stellt sich dann als Projektsanregerin dar, die mit einer zentripetalen Fliehkraft andere Leute und Energien zusammenführt, damit der Ort bereichert und belebt wird. In dieser Weise soll, Schritt für Schritt, die Realität näher an das tolle Konzept herangeführt werden.

> DIE METHODE ZIELT DARAUF

Den Ort und das Konzept zu verbinden. Die Raummorphologie und die Stimmung des Ortes beeinflussen das Konzept stark.

Die Leistungsfähigkeiten des Ortes zu entwickeln. Mit der Methode der kleinen Schritte entwickelt man die Leistungsfähigkeiten des Ortes: hochfliegende Projekte werden entwickelt, obwohl es schwer vorstellbar ist, große Mitteln zu investieren.

Das Projekt im Gebiet zu verankern. Beim Wachsen knüpft das Projekt langsam Verbindungen mit dem Gebiet : Die Einwohner und lokale Projektleiter sind eingeladen, am Projekt teilzunehmen oder es zu benützen, um sich auszudrücken.

Begegnungen zu ermöglichen. Zum Wachsen sammelt das Projekt Leute und Ideen aus verschiedenen Umkreisen zusammen. Dabei ermöglicht es Begegnungen und den Austausch zwischen dem Lokalen und dem Internationalen; Handwerkern und Künstlern...

Geschmeidig zu sein. Das errichtete Konzept ist wie ein Rahmen und ein Thema für ein Kunstwerk, dessen Farben, Werkstoffe und Formen noch nicht bestimmt sind. Jeder kann also teilnehmen, sein eigenes Gemisch machen und seine eigene Duftmarke hinterlassen. Das Projekt läßt der eigenen Initiativ Platz, und ermutigt es, sich auszudrücken.

> SCHWERPUNKTE, AUF DIE MAN AUFFASSEN SOLL, DAMIT DIE METHODE EFFEKTIV IST

Die Kommunikation des Projektes. Zum Existieren braucht das Konzept, dass viele verschiedene Leute es verstehen, ihm vertrauen und mitspielen, dass Einwohner und Projektleiter der Umgebung es sich aneignen und benutzen. Hier wird die Kommunikation im Projekt Schwerpunkt um ein gemeinsames Ziel zu erreichen.

Die Abschätzung des Projektes. Während der Wachstumsphase des Projektes, die 10 bis 20 Jahre dauern kann, scheint dem Beobachter die Realität entfernt von dem gezielten Ergebnis. Damit er dem Projekt weiter vertraut, ist es wichtig allmählich das Erworbene abzumessen und es sich greifbar zu machen: Welche Schritte wurden schon geschafft ? Welche sind die nächsten?

Die Perspektiven sichern. Die ersten Schritte verlangen von dem Team viel Energie und Eigenmotivation. Die Früchte dieser Bemühungen können frühestens nach ein, zwei, drei Jahren geerntet werden. Die Unsicherheit gegenüber der Zukunft hemmt die Motivation des Teams. Wenn der Entwicklungsprozess in eine Sackgasse gerät schadet dies all denjenigen sehr stark die darin investiert haben. Eine sichere Grundlage um dem vorzubeugen muss im Vorfeld erarbeitet und im Entwicklungsprozess gestärkt werden.

Voraussehen und begleiten des Projektwachstums. Je mehr das Projekt aufwächst, vermehren sich auch die Aufgaben, Potentiale, Verantwortungen usw. Damit sich das Projekt unbehindert entfalten kann, muss sich das Anregerteam gleichzeitig entwickeln und organisieren, um anfallende Aufgaben zu erkennen und zu verteilen.

Auf der Basis dieser vier "Schwerpunkte" habe ich R.Düvell vier Workshops vorgeschlagen. Die drei ersten Themen haben tatsächlich je zu einem Workshop Anlass gegeben. Der Workshop für das letzte Thema hätte einen Rückblick auf dem Projekt Lausitzwerkstatt behandelt. Weil das Projekt nicht weitergeführt werden kann, schien dieser Workshop nicht mehr sinnvoll. Ein anderes Thema ist gewählt worden, welches das zukünftige Projekt der Lausitzwerkstatt e.V behandelt. Hier finden Sie das Programm:

Thema	Datum	betroffene Struktur	Teilnehmer
Die Kommunikation des Projektes.	17 Juli	Agentur für Kunst und Architektur	Rainer
Die Perspektiven sichern.	20 Juli	Lausitzwerkstatt	Rainer, Frank, Jette, Daniela
Die Abschätzung des Projektes.	7 August	La Fabrik	Rainer, Jenny, Bettina, Helmut
Was bieten wir*	27 August	Lausitzwerkstatt	Rainer, Frank, Daniela

Die Anregung

Jeder Workshop hat ungefähr drei Stunden gedauert. Am Anfang wählte sich die Gruppe eine bestimmte Frage zu dem Thema. Ich habe den Ablauf dann meistens in drei Phasen strukturiert (welche sich von der Wahrnehmungswerkstatt inspirieren ;-)

- Die erste Phase zielt darauf ab, dass die Teilnehmer ihre Frustration oder Sorgen gegenüber dem Thema ausdrücken, damit sie ihre Meinung dann leichter für die Meinungen anderer öffnen können. Man stellt in dieser Phase fest, wie die Situation von den einzelnen Teilnehmern verstanden wurde.
- Die zweite Phase soll das Überlegungsfeld erweitern. Damit habe ich mehrere Gruppenarbeitsmethoden getestet.
- Die dritte Phase soll die Frage, die am Anfang des Workshops gestellt worden ist, konkret beantworten: mit Vorschlägen, einem Arbeitsplan...

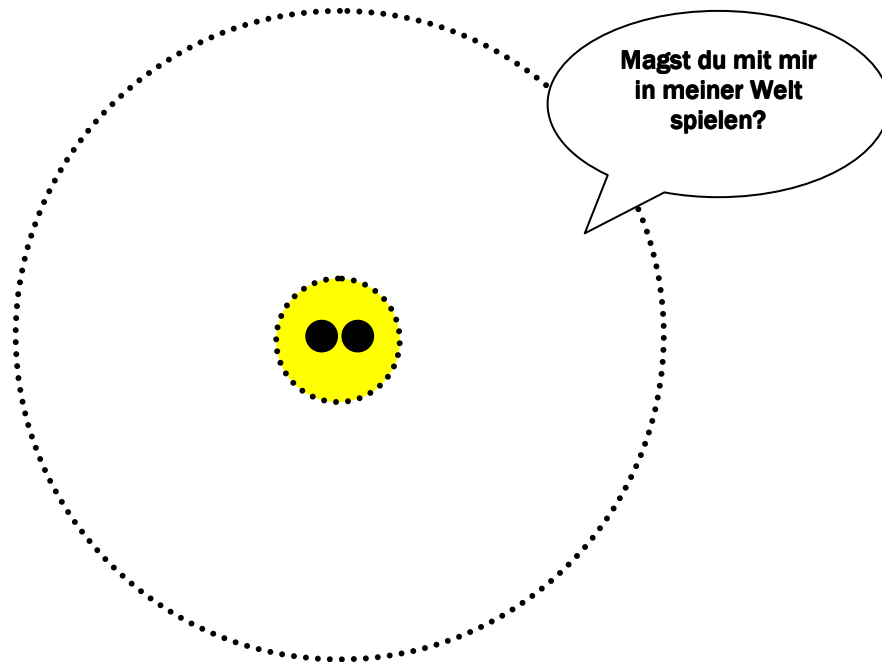
Auf den folgenden Seiten finden Sie die Ergebnisse der Workshops.

WORKSHOP ZUM THEMA: KOMMUNIKATION

AGENTUR FÜR KUNST UND ARCHITEKTUR

DATUM: 17.07.2006

TEILNEHMER: Rainer Düvell, Clémence Doutreleau



Am Anfang des Workshops drückte R. Düvell das Gefühl aus, das er in seiner Agentur die Kommunikation "sehr schlecht macht", "sporadisch". Die Projektpartner, mit denen er kommunizieren muss, kommen ihm wie "eine ganze Menge" vor, um so mehr weil die Organisation im Team jetzt noch nicht ermöglicht, die Kommunikationsaufgabe effektiv zu teilen. Deswegen haben wir am Anfang des Workshops die Frage gewählt,

"Wie kann man die Kommunikation verbessern?"

GLIEDERUNG

1. DIE AKTUELLE KOMMUNIKATIONSTRATEGIE REPRÄSENTIEREN.

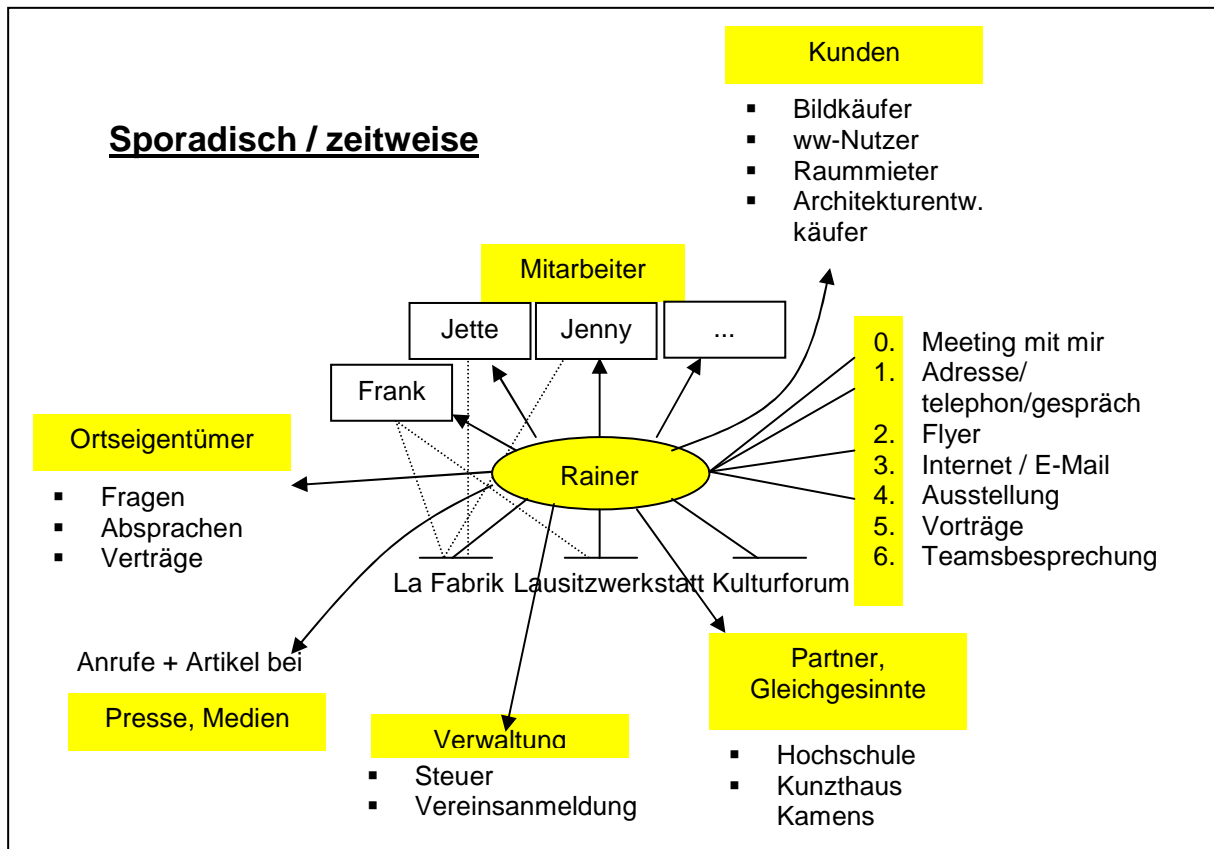
2. ZUM THEMA "KOMMUNIKATION"...

- Begriff Kommunikation erweitern
- Projektpartner identifizieren
- Beziehungen mit Projektpartner analysieren

3. KOMMUNIKATIONSTRATEGIE BEARBEITEN

4. MEINE ANALYSE

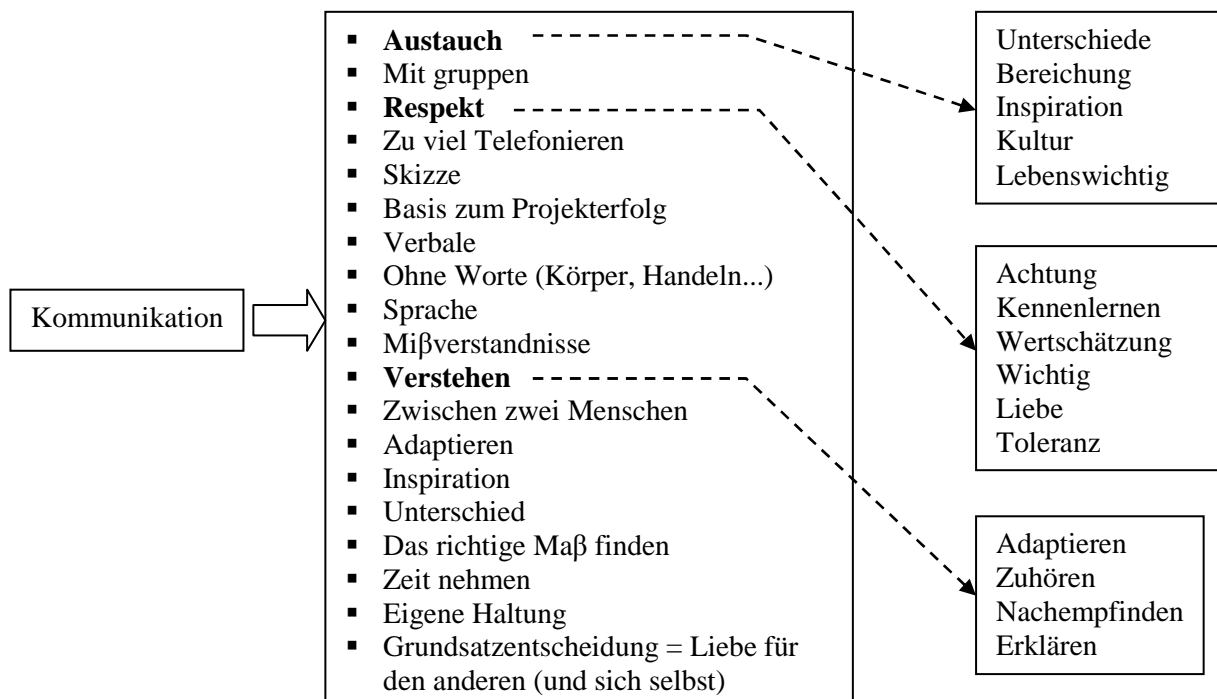
1. DIE AKTUELLE KOMMUNIKATIONSTRATEGIE REPRÄSENTIEREN



2. ZUM THEMA KOMMUNIKATION

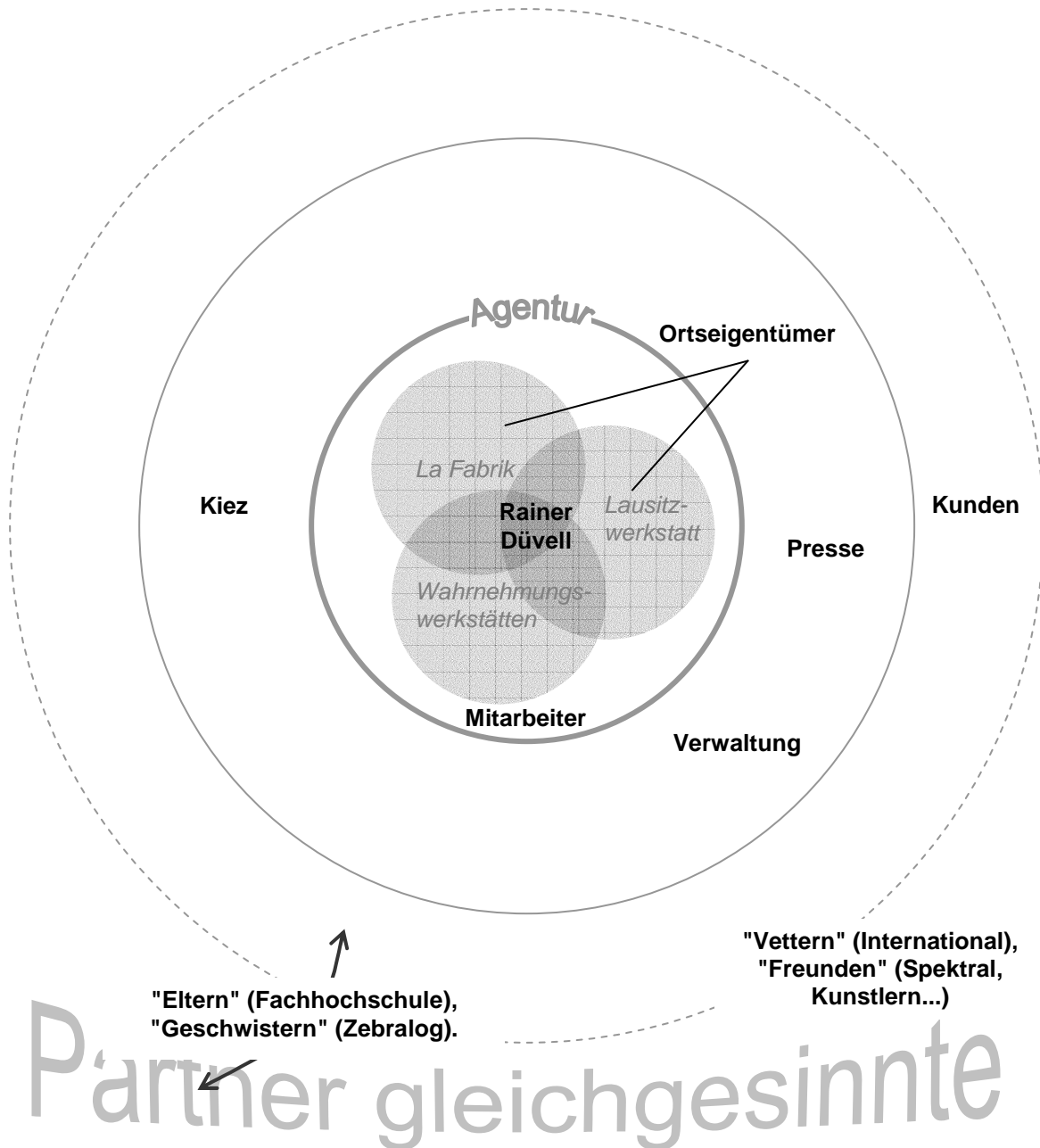
• Begriff Kommunikation erweitern

Um den Begriff Kommunikation zu erweitern, arbeiteten wir mit dem Wort. Wir schrieben jeder der Reihe nach auf einen gemeinsamen Zettel andere Worte, die wir mit "Kommunikation" verbinden. Der Spiel wurde dann mit drei in der Liste ausgewählten Worte wiederholt.



- **Projektpartner identifizieren**

Mit wem muss die Agentur kommunizieren? Welche Art von Beziehung will die Agentur mit den Partnern herstellen? Die Beziehungen mit den verschiedenen Projektpartnern wurden auf einem Schema nachgebildet. Der Schema hilft die Art von jeder Beziehung zu identifizieren : je näher der Partner in Zentrum der Skizze steht, desto wichtiger ist die Kommunikation für die Agentur.



• Beziehungen mit Projektpartner Analysieren

Hier verwendeten wir die Ergebnisse aus den ersten beiden Schritten ("Begriff Kommunikation erweitern" und "Projektpartner identifizieren"). Gibt es Worte die wir gesammelt haben, welche uns helfen können die Beziehungen mit den verschiedenen Partner zu analysieren?

	Objectiv der Kommunikation	Treffende Art von Kommunikation
Mitarbeiter	Begeisterung Delegieren können	Erklären Zeit nehmen Zu hören Organisieren
Ortseigentümer	Vertrau haben = Auftrag	Adaptieren
Presse		Eigene Haltung
Verwaltung	"muß" funktionieren	Erklären
Kiez	Lebenswichtig	Aktiv beleben Sichtbar sein/werden
Kunden	Erfolg = Honorierung Geld	
"Familie" und "Freunden"	Bereicherung Bestärkung	

3. KOMMUNIKATIONSTRATEGIE BEARBEITEN

Wir wählten vier der Partner aus und untersuchten für jeden :

- **WAS** sollte mit dem Partner Kommuniziert werden?
- **WIE** wäre die effektivste Weise dies zu erreichen?
- **WER** könnte die bestimmte Kommunikation übernehmen?

Kommunikation mit Mitarbeiter	Kommunikation mit Ortseigentümer
<p>WAS Abschätzen Ziel + Realität des Projektes Rollen überprüfung + Zusammenspielen Motivation (Begeistert Projekt + genug Honorar) 1 mal monatlich Arbeitsplanung (+ Rückblick) : wer leitet was ? delegieren?</p> <p>WIE Runder Tisch, Telefon, e-Mail... Schriftlich Sichtbar Auf den Zeitaufwand aufpassen</p> <p>WER Regelmäßig delegiert Zeitweise selbst</p>	<p>WAS Direkte Gespräche Sicherheiten : Geld, Verträge, Zusagen Schrittverkehr Benennung der Partnerschaft (Projektinfo)</p> <p>WIE So viel wie nötig, so wenig wie möglich Per E-mail an Alle Büromitarbeiter? In der Ortseigentümer sprache</p> <p>WER Grundsatznehmen : Projektleitung selbst Pflege, Nachhaben : Büromitarbeiter, Rechtsanwalt</p>
Kommunikation mit Kunden als Agentur	Kommunikation mit "Familie"
<p>WAS Produkt (= Methode) Zeiträume Kosten</p> <p>WIE Internet seite Agentur Direktes Ausprechen Broschüre Referenzmappe, Artikel Feste Adresse, "Kundenbüro"</p> <p>WER "ich selbst" Frank (Grafiker) Jette für Kontakten</p>	<p>WAS Mitteilen Aktuelles (z.B Jubiläum), Angebot zur zusammenarbeit (&mal im Jahr oder je ½ Jahr) Besuche bei ihnen vor Ort 1 mal im Jahr</p> <p>WIE Post (1mal im Jahr Veranstaltungsliniweise regelmäßig Sich Informieren über Themen der "Familie"</p> <p>WER Projektleitungselbts vor Ort (und Mitarbeiter) Mitarbeiter per Brief oder E-mail</p>

4. MEINE ANALYSE

Während des Workshops wurde festgestellt, dass die Kommunikation in der Agentur nicht effektiv ist. Alle Kommunikationsaufgaben hängen von R.Düvell ab, welcher nicht alles kontrollieren kann. Es wird heute in die Richtung der Presse und der Kunden viel und gut kommuniziert. Dies muss allerdings auch in Richtung der Orteigentümer und der Verwaltung geschehen. Die Agentur macht es aber so wenig wie möglich, weil sie dahingehend schon mehrere schlechte Erfahrungen hatte. Für die übrigen Richtungen gibt es kaum Zeit mehr, um richtig zu kommunizieren. Mit den Mitarbeitern ist die Kommunikation "sporadisch". Dennoch steht in der Skizze Seite ..., dass gerade die Kommunikation mit den Mitarbeitern die wichtigste ist. Deshalb ist meiner Meinung nach die "interne Kommunikation" als erstes für die Agentur zu verbessern.

Die Kommunikation mit den Mitarbeitern

Die Ziele, welche während des Workshops identifiziert wurden, Begeisterung für das Projekt und die Arbeit effektiv organisieren und delegieren zu können kommen mir treffend vor.

Hier möchte ich anmerken, dass es besonders schwierig ist, in solchen experimentellen Projekten für den Projektleiter Verantwortung zu delegieren. Tatsächlich verändern sich diese Projekte fortwährend beim Wachsen; der Leiter muss aufpassen, dass die Seele des Projektes beibehalten wird... Diese Schwierigkeit ist in der Struktur von R.Düvells Skizzen ersichtlich, welche beständig konzentrisch sind, mit dem Projektleiter als einzigen Punkt in der Mitte. Damit seine Mitarbeiter Eigeninitiative zeigen und Verantwortungen übernehmen, muss sich der Projektleiter erst vorstellen können, seine Kontrolle über seine Projekte zu lockern. Wichtig wäre es auch, die Methode und die Projektsphilosophie für die Mitarbeiter zu klären. Wenn sie diese besser kennen und verstehen würden, könnten sie diesen auch besser vertrauen, vielleicht begeistert werden, und in ihre Richtung arbeiten.

Die Kommunikation mit den Ortseigentümer

Öffentliche Ortseigentümer:

Es fehlt das Vertrauen zueinander, sowie gegenseitiges Verständnis in der Kommunikation zwischen der Agentur und den Politikern. Für die Agentur ist es problematisch, wenn sie Projekte in öffentlichem Raum führt, wie auf dem Kulturforum und in Großbräsen.

Die Agentur unterschätzt manchmal die Richtigkeit von der Forderungen der Politiker für die Schärfe und die Klarheit einer Beweisführung. Tatsächlich sind die Politiker ihren Bürgern gegenüber verantwortlich. Sie müssen ihre Entscheidungen rechtfertigen können, und sind daher bemüht, die langfristigen Wirkungen ihrer Entscheidungen abschätzen zu können. Um ein Projekt zu unterstützen brauchen sie daher, dass es schriftlich beschrieben und dafür argumentiert wird.

Andererseits unterschätzen die Politiker sicherlich auch, wie viel Kunst, Kultur und sich schrittweise entwickelnde Projekte zu ihnen beitragen könnten. Sie nehmen leider die künstlerische Arbeit im Bereich Raumgestaltung nicht ernst genug. Aus diesem Grund ist es notwendig, dass die Agentur ihre Projekte sehr gut erklärt und argumentativ unterlegt.

Privateigentümer:

Jeder Privateigentümer ist eine eigene Persönlichkeit... Und diese Welt kenne ich nicht genug, um irgendetwas zu raten. Sicherlich brauchen sie aber auch schriftliche Dokumente und eine regelmäßige Bilanz des Projektes.

Die Kommunikation mit den Kunden

Die Kommunikation mit den Kunden (Untermieter, Veranstaltungsträger...) wird meiner Meinung nach gut geführt. Die Website, Postkarte und Flyer präsentieren die Projekte auf eine attraktive Weise. Außerdem gibt es viele direkte Begegnungen und Projektbesichtigungen.

Nun könnte die Sichtbarkeit der Agentur nach Außen geklärt werden: was hat die Agentur für Beziehungen mit Ortskultur, La Fabrik oder Lausitzwerkstatt e.V?... Es wäre natürlich auch sehr gut, wenn sie eine feste eigene Adresse und Website hätte.

Die Kommunikation mit der "Familie" und den "Freunden"

Die Beziehungen mit "Familie" und "Freunden" sind für die Agentur gleichzeitig Unterstützung und Bereicherung. Oftmals stoßen die anderen Strukturen, die im selben Bereich arbeiten, auf ähnliche Problemen und deshalb ist der Austausch von Ideen und Erfahrungen hilfreich. Die Beziehungen und Partnerschaften mit gleichgesinnten Strukturen aus der Umgebung sind auch sehr wichtig, um Verbindungen mit dem Kiez zu entwickeln.

Die Agentur sollte dabei aufpassen, dass die anderen nicht das Gefühl haben, dass sie sich nur bei Bedarf meldet: wenn sie Hilfe braucht, oder etwas verkaufen will. Ich finde das wichtig, sich Zeit zu frei zu lassen, um einfach von seinen eigenen Projekte Abstand zu nehmen, und sich für etwas anderes zu interessieren.

WORKSHOP ZUM THEMA: ABSCHÄTZUNG DES PROJEKTES

LA FABRIK

DATUM: 7.08.2006

TEILNEHMER : Rainer Düvell, Jenny Brockmann, Helmut Domsch, Betina Döbereiner, Frank Möller.



"La Fabrik ist Haus und Konzept zugleich"... Ein Haus *in* und *für* das ein Team arbeitet, damit Kunst, Kultur und Begegnung dort stattfinden können. Diese Vision hat sich das Team zum Ziel gesetzt und arbeitet Schritt für Schritt daran.

"Wie weit ist das Projekt La Fabrik vorangekommen auf seinem Weg in Richtung der Vision, die es sich als Ziel gegeben hat?"

GLIEDERUNG

1. JEDER SEINEN EINDRUCK AUSDRUCKEN.

2. DIE VISION GEMEINSAM DEFINIEREN

- Ein gemeinsames Haus für Kunst, Kultur und individuelle Entfaltung
- Suche nach neuen Formen der Begegnung
- "Verbindung mit dem Kiez"

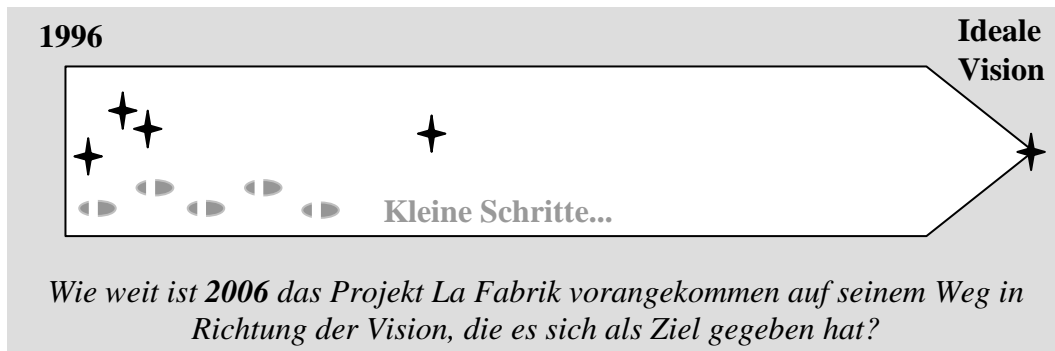
3. ABSCHÄTZEN: WELCHE SCHRITTE SIND GESCHAFFT? WELCHE SIND DIE NÄCHSTE?

4. MEINE ANALYSE

1. JEDER SEINEN EINDRUCK AUSDRUCKEN.

Am Anfang des Workshops wurde jeder Projektteilnehmer dazu aufgefordert, diese Frage zu beantworten, indem er einen Punkt auf einen Zeitstreifen setzen sollte. An einem Ende des Zeitstreifens war der Zeitpunkt des Projektbeginns eingetragen. Das andere Ende des Zeitstreifens stellte den Zeitpunkt der Fertigstellung des Projektes dar.

Auf diese Art konnte man den persönlichen Eindruck der Projektteilnehmer visuell anschaulich darstellen.



2. DIE VISION GEMEINSAM DEFINIEREN

Dann wurde die Vision gemeinsam dargestellt, damit jeder Teilnehmer das selbe Verständnis vom Ziel hat. Drei von den wichtigsten Themen, welche man in der Projektsbeschreibung La Fabrik finden kann, wurden präsentiert. Die Teilnehmer wurden gebeten, das Projekt La Fabrik bei ihren Überlegungen beiseite zu lassen. Folgende Frage wurde allen Teilnehmern gestellt:

„Wenn ich Ihnen ein Projekt, das Sie nicht kennen, vorstelle, welches sich folgende Objektivum zum Ziel setzt :

- *Ein gemeinschaftliches Haus, für die künstlerische und persönliche Entfaltung, für Kultur,*
- *Suche nach neuen Formen des Miteinanders und des Austausches,*
- *Die Anbindung an den Kiez, die Beteiligung des Anwohners,*

Welches Bild erwarten Sie, wie sollte das Projekt aussehen?“

Die Teilnehmer haben ihre Ideen auf Zettel geschrieben. Für jeden Punkt hatten sie 5 Minuten Zeit. Dann wurden die Ergebnisse vorgelesen, erklärt und kommentiert. Sie können die groben Antworten auf den nächsten Seiten finden.

• Ein gemeinsames Haus für Kunst, Kultur und individuelle Entfaltung

« Atmosphere von einem besetzten (eventuel auch ehemals) Haus oder große Hausgemeinschaft (dh. starke Vernetzung der Hausbewohner also Mieter; gemeinsam initiierte Projekte : aus Eigeninitiative der Bewohner/ Mieter heraus).

- Therapeutisch
- Im Haus sind/ arbeiten/ leben bildende und darstellende Künstler (im weitest Sinne)
- Es werden Podiumsdiskussionen zu gesellschaftspolitischen Fragen gestellt
- Konzerte; Filmvorf  hge mit anschließender Diskussion
- Sozial
- Vielzahl von unterschiedlichen Menschen an einen Ort binden.
- Eine gemeinsame Vision entwickeln
- Erfüllungen von eigenen Vorstellungen...
- Ausstrahlung auf andere
- Es werden Kurse und Workshop angeboten, an denen alle möglichen Interessierten teilnehmen können
- Verkn  pfend

- Für Alle
- Aktuell
- Bunt
- International
- Bekannt
- Interdisziplinär
- "Bildungsinhalte"? : emotionale-, handwerkliche-, geistige Bildung
- Viele verschiedene Menschen
- Ateliers, Künstler
- Präsentationsformen für alle : Kunst = Galerie, Tag der offenen Tür...
- Raum für kreative Entfaltung
- Raum, Zeit, Anregungen zum Suchen, Experimentieren und Finden
- Positioniert
- Ein Haus das erschwingliche Angebote für die Öffentlichkeit macht.
- Förderung (Bezahlung, günstiger oder kostenloser Räume) für Künstler.
-   ffentlicher Raum der ohne Konsumzwang zugänglich ist

»

• Suche nach neuen Formen der Begegnung

« Außergewöhnliche gemeinsame Aktivitäten (Phantasie schweifen lassen...)

- Neue Formen der Organisation ausprobieren (durchaus mit Regeln, aber immer wieder ausprobieren + Evaluation)
-   kologisch bewusst
- Forum : Raum (reell, virtuell); Begegnung; jung, alt, Verrückt, normal, arm, reich
- Sozial offen
- Ich kann mit dem Begriff "Neue Formen der Begegnung" nichts anfangen. Zu hochtrabend.
- Gespräch
- Seminare

- Zielsetzung aller bei Problemlösungen finden
- Gruppenarbeiten : Yoga; Meditation; Körperarbeit
- Neue Partner antworten
- Medien nutzen
- Offen sein für andere Veranstaltungsorte (Ausstellungen, Workshops, besuchen...)
- Spaß und Spiel
- Menschen zusammen bringen, die sonst nicht zusammenkommen (oder in der Regel nicht). ZB : Senioren (Altersheim) + Kinder (Kindergarten); Körperbehinderte + Sportler; Geistigbehinderte + Pubertierende; Studenten + Friseur.....

»

• "Verbindung mit dem Kiez"

« "Kiez" kennenlernen

- dem "Kiez" Angebote also das Profil des Hauses zeigen, einladen ins Haus
- Zusammenarbeit an gemeinsamen Themen Anlässen
- Intensive Kooperation mit Partnern (Theater, kulturelle Projekte...)
- Ein Café ohne Konsumzwang mit kulturellen Informationen + Angeboten etc.
- Verbindungen mit KMUs in Umgebung
- Kurse wie Yoga, Malen, Tanzen etc
- Eventuell Beratungen einleiten (wie Mieterberatung o. ä.)
- Café/Restaurant (Treffpunkt)
- Lesungen
- Konzerte (hören + selber spielen)
- Evt. Auch politische Gruppen, die sich vorstellen...

- Vorhandene Strukturen nutzen. (Spektral, Fr. Allee e.V, Anwohner, Gewerbetreibende)
- Künstler individuell ansprechen
- Räume für Ausstellungen, Feste, Konzerte anbieten.
- Öffentliches Café
- Verbindungen zu NROs in der Umgebung
- Regelmäßig Veranstaltungen, die die Kiez bewohner direkt ansprechen + an denen sie problemlos teilnehmen können. ZB: Filmvorführung mit anschließender Diskussion, 1x im Monat. Podiumsdiskussion zu Kiez oder Stadt politik
- Kiez → Region → Nation → Welt
- Mitgestaltung aus der Umgebung
- Ein Büro dass 8-20h ansprechbar ist für Leute "von der Strasse" + aus dem Kiez.
- Informationzentrum

»

Der Austausch den Ergebnisse gab Anlass zu Diskussionen:

- Jeder Teilnehmer fand es wichtig, dass das Haus für Leute "von der Straße", oder "aus dem Kiez" geöffnet wird. Die Vorstellungen über *wie, wie viel, wie lang...* waren aber unterschiedlich. Es gab die Überlegung, ein Café ohne Konsumzwang in dem Haus einzurichten und/oder ein Büro mit kulturellen Infos. Es wurde auch die Möglichkeit von Ausstellungen und öffentlichen Räumen diskutiert.
- Es wurde die Frage aufgeworfen, ob der Begriff "Suche nach *neuen* Formen der *Begegnung*" nicht zu hochtrabend sei, da es die vorgeschlagenen Formen bereits seit langer Zeit gibt (z.B.: Gruppenarbeiten, Yoga, Meditation...)
- "Öffentlichen Raum anbieten". Einerseits scheint der durch die Miete vorgegebene Druck, Geld einzunehmen, bremsend für das Projekt, der Ideologie fremd. Andererseits gehört diese wirtschaftliche Struktur zu dem Projekt : Die Miete soll dem Eigentümer bezahlt werden, und das Team will mit seiner Arbeit auch Geld verdienen.

3. ABSCHÄTZEN: WELCHE SCHRITTE WURDEN SCHON GESCHAFFT? WELCHE SIND DIE NÄCHSTEN?

Auf der Basis dieser gemeinsamen Vision wurde das Team eingeladen, konkrete Schritte (im Bereich Netz, Arbeitsorganisationen und Arbeitskraft, Finanzierung/konkrete Mittel) zu überlegen, um diese zu erreichen.

Geschaffte Schritte	Nächste Schritte	Weitere Schritte
Netz Bezirk Botschaften Vereine im Kiez Eigentümer	<ul style="list-style-type: none"> - Bewohner in den Vorderh��usern - Oxident Bar - Bürgermeister - Sponsoren, Mäzene - Eigentümer - Freunde von La Fabrik - Schulen - Arbeitsämter (direkte Trägerschaft) 	Teamausflug Stipendiumsvergabe durch La Fabrik Partnerprojekte in jedem Land der Welt
Geschaffte Schritte	Nächste Schritte	Weitere Schritte
Arbeit- -organisation -kraft Ortkultur PR – Arbeit Büroarbeit Projektleitung (Inhalt)	<ul style="list-style-type: none"> - Reinigung - Verein La Fabrik - Sponsoring suchen - Graphiker - B��roperson (mehr) - Hausmeister - Kurator, Gastronomie - Geschäftsführung (Tages) - Volontäre (Hochschule, Europäisches Programm...) 	Langfristige Arbeitssicherung
Geschaffte Schritte	Nächste Schritte	Weitere Schritte
Konkrete Mittel Internet Sanierung Haupthaus	<ul style="list-style-type: none"> - Haus kaufen - Technik (Kamera, Videobeamer, Anlage...) - Transporter (8-9 Personen + Material) - Arbeitsplätze (z.B. Büros) vor Ort - Gestaltung, Hausdesign - Sanierung Vorderhaus (Fenster zur Straße) - Fax, Drucker, ISDN - Unterkunft (3-4 Leute) - Budget für wechselnde Ausstellung, Sozial Angebote, Arbeit, Hausgestaltung 	Eigenständiges, wirtschaftliches Funktionieren

4. MEINE ANALYSE

- **Die gemeinsame Vision**

Ich schlage hier ein Bild vor, dass die gemeinsame Vision des Teams zusammenfasst. In größerer Schrift stehen die Ziele des Projektes geschrieben, in kleinerer Schrift das, was diese Ziele in ihrer Wirkung für das Team bedeuten. Die Ziele sind miteinander verbunden.



Vom 26. August bis zum 3. September hat La Fabrik ihr 10. Jubiläum über einen Zeitraum von 10 Tagen gefeiert. Interessanterweise ist jeder Punkt dieser Vision während dieser Woche zur Wirklichkeit gebracht worden. Folgender Prospekt präsentiert das Programm, dass stattgefunden hat.

Bereits abgeschlossene Schritte

Das Projekt wurde mit dem Eigentümerwechsel und der Sanierung des Hauses stark umst  rzt. Darum ist es ziemlich schwierig die geschafften Schritte abzuschätzen. Außerdem hat sich das Team mehr auf die noch zu erledigenden Arbeitsschritte konzentriert. Daher ist die angegebene Liste der geschafften Arbeitsschritte sicherlich unvollständig.

Ein fast erreichtes Arbeitsziel...

Eine Öffnung des Hauses für das Publikum ist irgendwie durch die Oxident Bar schon erreicht worden. Tatsächlich wurden dort fast jeden Abend Konzerte organisiert (oft mit experimentaler, oder außereuropäischer Musik). Ebenso gibt es in regelmäßigen Abständen wechselnde Malereiausstellungen in der Bar.

Aber obwohl es theoretisch sehr gut in das Konzept La Fabrik passt, sind die Beziehungen zwischen der Bar und dem Team nicht fruchtbar. Beide schaffen es im Moment nicht, zusammenzuarbeiten und helfen einander nicht gerne.

Frisch geschaffte Schritte

Die Jubil  umswoche hat die Beziehungen mit den Partnern und dem Kiez bereichert und bestärkt. Der Aufbau eines Netzes von Beziehungen und Kontakten ist im Moment sehr dynamisch.

Zwei Etagen sind vor Kurzem vermietet worden: eine als ein Residenzatelier für Lichtenstein, die andere (Tanz-Theater Etage) von Helmut Domsch, dem das Team La Fabrik gehört. Die Tanz-Theater Etage wird also wieder belebt und als freier, schöner Raum zur Verfügung gestellt, um die Vernetzung mit dem Kiez bereichern.

Das Team wächst und strukturiert sich

La Fabrik scheint mir - nach großen Schwierigkeiten - wieder auf einem sehr guten Weg in Richtung der Verwirklichung ihrer Ziele zu sein!

WORKSHOP ZUM THEMA: DIE PERSPEKTIVEN SICHERN, LAUSITZWERKSTATT

DATUM: 20.07.2006

TEILNEHMER: Frank Möller, Rainer Düvell, Daniela Riedel, Jette Crone



Dieser Workshop handelte sich um das Projekt Lausitzwerkstatt in Großräschen. In dieser Zeit war es noch nicht entschlossen, ob das Projekt weiterlaufen würde oder nicht. Für den Fall einer Einstellung des Projektes war es noch unklar, ob das Team ein Projekt woanders entwickeln wollte: was und wo und ob überhaupt.

Als Einführung des Workshops habe ich die Projektmethode nach meinem Verständnis präsentiert. Erstens weil es mir nicht klar war, ob diese besondere Methode jedem im Team bekannt war, zweitens damit die Teilnehmer mich korrigieren konnten, falls mein Verständnis der Methode ihnen nicht richtig vorkam.

Im folgenden das, was präsentiert worden ist (inhaltlich):

Am Anfang treffen sich ein kleines Team und ein Ort. Der Ort inspiriert das kleine Team und sie richten ein tolles Konzept (oder „Vision“) ein, für die Entwicklung des Ortes durch belebende Kultur.

Diese Vision wird dann einem Ortseigentümer als langfristiges Projekt für Raumentwicklung vorgeschlagen. Auf diese Weise verspricht sich das Team „Lausitzwerkstatt“ ein Ergebnis, das es selbst nicht durch eigene Kraft realisieren kann. Die Wahl dieser großen Vision als Methode beruft sich auf die Überzeugung, dass der Glaube an ein Ziel ausreicht, dieses in der Wirklichkeit wahr werden zu lassen.

Das Team „Lausitzwerkstatt“ stellt sich dann als Projektanreger dar, der mit einer zentripetalen Fliehkraft andere Leute und Energien zusammenführt damit Schritt für Schritt die Realität näher an die grosse Vision herangeführt wird.

Die Gruppe hat debattiert, und die folgenden Änderungen vorgeschlagen. Die wichtigste Berichtigung war, dass es bei der Projektmethode nicht darum geht, sich eine große Vision zu geben, sondern Schritt für Schritt an einem offenen und dauernden Prozess zu arbeiten.

Am Anfang treffen sich ein kleines Team und ein Ort. Der Ort inspiriert das kleine Team und sie richten ein tolles Konzept (oder „Vision“) ein, für die Entwicklung des Ortes durch belebende Kultur.

Diese Vision wird einem "Ortseigentümer" (**hier die Stadt – der politische Aspekt spielt eine grosse Rolle**) als langfristiges Projekt für Raumentwicklung vorgeschlagen. Auf diese Weise verspricht sich das Team „Lausitzwerkstatt“ ein Ergebnis, dass es selbst nicht durch eigene Kraft realisieren kann. ~~Die Wahl dieser großen Vision als Methode beruft sich auf die Überzeugung, dass der Glaube an ein Ziel ausreicht, dieses in der Wirklichkeit wahr werden zu lassen.~~

Man gibt sich eine grosse Vision als Ziel, weil es motivierend ist. Das Team „Lausitzwerkstatt“ stellt sich dann als Projektanreger dar, der mit einer zentripetalen Fliehkraft andere Leute und Energien zusammenführt, damit Schritt für Schritt **durch einen offenen Prozess**, die Realität näher an die grosse Vision herangeführt wird. **Die Vision wird während des Prozesses immer wieder bearbeitet und die Vision sollte unerreichbar bleiben, damit das Projekt immer weiter geht.**

Während der Debatte habe ich festgestellt, dass das Team nicht wirklich das Gefühl hatte, eine besondere Methode zu benutzen. Wahrscheinlich ist die Projektmethode nie, oder vor langer Zeit, gemeinsam besprochen worden.

"Wie kann man die Perspektiven sichern?"

GLIEDERUNG

1. "WAS SIND DIE GRÜNDE FÜR DIE UNSICHERHEIT IN DEM PROJEKT LAUSITZWERKSTATT ?"

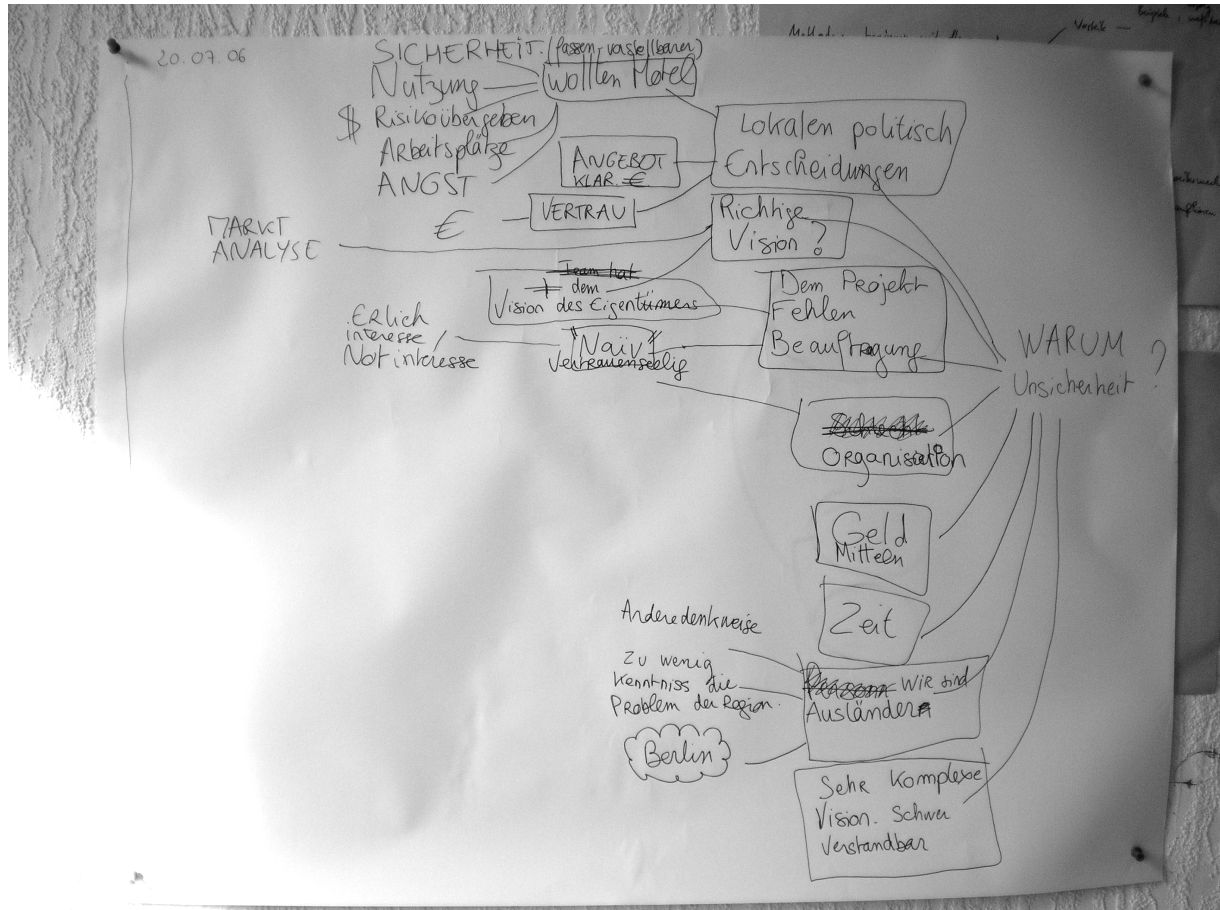
- Die Beziehung zwischen dem Team und dem Bürgermeister (als "Ortseigentümer"): Mißverständnisse, Manipulation, Mangel an vertraglichen Regelungen...
- Geld, Zeit und Organisation im Team.
- Kommunikation, regionale Verbindungen.

2. "WELCHE VORSICHTMASSNAHMEN KÖNNEN DIE UNSICHERHEITEN AUSGLEICHEN?"

3. MEINE ANALYSE

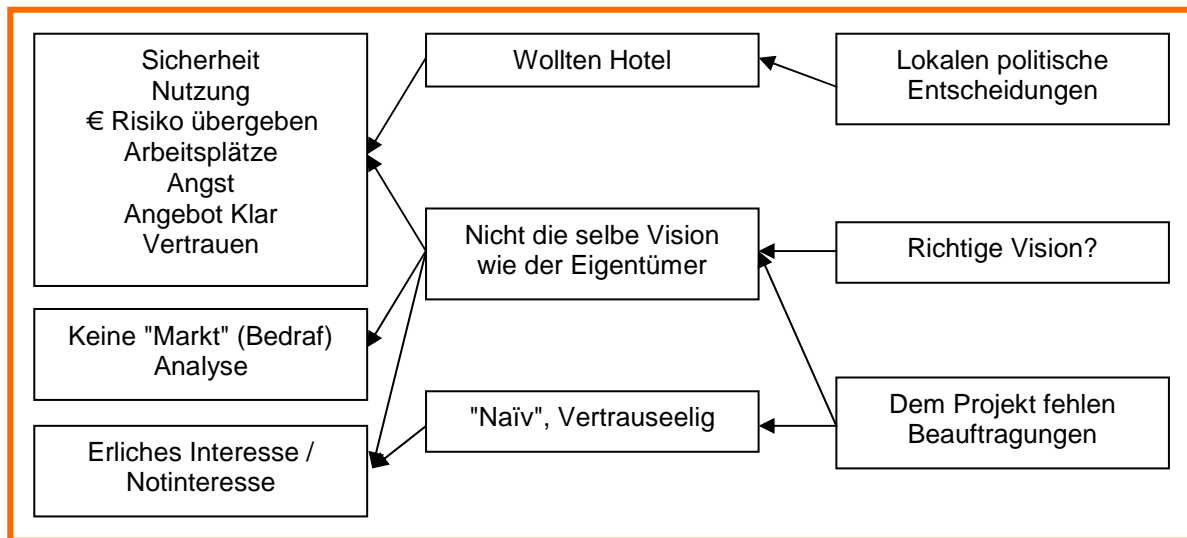
1. "WAS SIND DIE GRÜNDE FÜR DIE UNSICHERHEIT IN DEM PROJEKT LAUSITZWERKSTATT ?"

Die Teilnehmer sind eingeladen, ihre Meinung zu der Frage "Warum gibt es die Unsicherheit?" zu äußern. Bei allen angegebenen Gründen stellt man sich wieder die Frage "Warum?". Die Ideen werden gleichzeitig auf der Wand mitgeschrieben.



Aus diesem Schema können drei verschiedene Hauptthemen herausgearbeitet werden (cf. Nächste Seite)

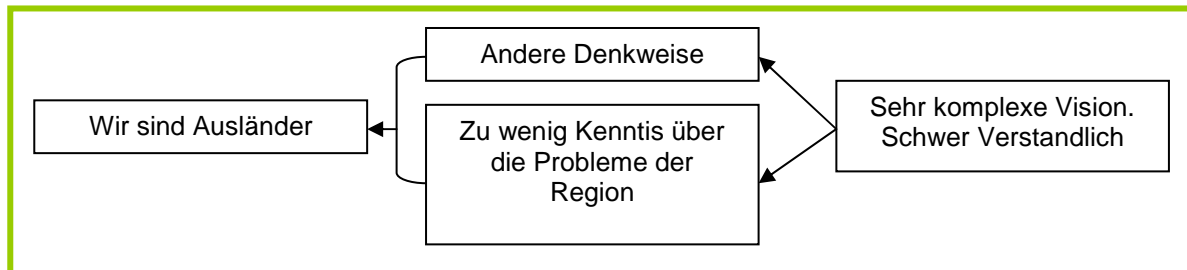
Die Beziehung zwischen dem Team und dem Bürgermeister (als "Ortseigentümer"):
 Mißverständnisse, Manipulation, Mangel an vertraglichen Regelungen



Geld, Zeit und Organisation im Team



Kommunikation, regionale Verbindungen



- Die Beziehung zwischen dem Team und dem Bürgermeister (als "Ortseigentümer"):
 Mißverständnisse, Manipulation, Mangel an vertraglichen Regelungen...

Dieser erste Punkt ist offensichtlich eine schwierige Erfahrung für das Team und wurde im Moment als erster Grund für die Unsicherheit identifiziert. Der Platz, den es im Schema einnimmt ist aufschlußreich.

Das Team hat das Gefühl, das es von dem Bürgermeister hereingelegt wurde. Die Gelegenheit, das Haus zu benutzen ist ihnen wie ein wirkliches Angebot mit reellem Interesse im Bereich Kultur präsentiert worden, aber schließlich hat man erfahren, dass es von "Notinteresse" geleitet wurde. Der Bürgermeister hat die Lage geschickt vorbereitet, damit das Team vertrauend viel Energie und Zeit in das Projekt hineinsteckt... obwohl sich die Stadt selbst zu nichts verpflichtet hat.

Die Geschmeidigkeit des Projektes und die Methode nur die ersten Schritte zu planen, sind für das Team der Reichtum des Projektes. Das wurde nicht auf diese Weise von dem Bürgermeister

verstanden, weil er lieber etwas Festes, mit klaren Investierungsmitteln und Arbeitsplatzmöglichkeiten sucht.

- Geld, Zeit und Organisation im Team.

Über diesen zweiten Punkt gab es im Team verschiedene Ansichten und es wurde der Gegenstand einer Kontroverse. Ist die Organisation richtig? Falsch?

Anmerkung : Geld- und Zeitmittel hängen auch von den Perspektiven ab : Wenn es diese nicht gibt, gibt es auch keine Motivation mehr.

- Kommunikation, regionale Verbindungen.

Das Team bemerkt ein Abstand, zwischen ihrer Denkweise und der von den Leuten vor Ort. Die Bewohner des Gebietes sind pragmatischer und begreifen besser konkrete Sachverhalte. Die große Vision, die von dem Team eingerichtet wurde, kommt ihnen zu komplex vor, als dass sie sie sich aneignen könnten. Auch merkt das Team, dass es zu wenig Kenntnisse über die Probleme der Region hat.

Dieser letzte Punkt wurde eher protokolliert, als als Problem aufgeführt, aus welchem sich Handlungsanweisungen ergeben. Es gehört zu einem Schritt, der zu einem späteren Zeitpunkt im Projekt in Angriff genommen werden sollte. Eine mögliche Verbindung zwischen diesem Punkt und dem ersten (schwierige Beziehung mit dem Bürgermeister) wurde von den Teilnehmern nicht zur Sprache gebracht. Wäre das Projekt dem Bürgermeister haltbarer vorgekommen, wenn die Vision von seiner Bevölkerung besser verstanden worden wäre?

2. "WELCHE VORSICHTMAßNAHMEN KÖNNEN DIE UNSICHERHEITEN AUSGLEICHEN?"

Die Teilnehmer sind eingeladen sich innerhalb von 5 Minuten Lösungen zu überlegen. Sie schreiben jede Idee auf einen Zettel, welche dann an der Wand gesammelt werden. Das Team ordnet die Zettel nach Themen und Themengruppe. (cf. Schema auf die Folgende Seite)

MOTIVATION

- Sich selbst hinter fragen, warum ich Projekt weiter will = sichern will
- Herausfinden: - Was macht Freude dran ; - Was gibt wirtschaftlich / Geld.

- Regelmäßige Event organisieren (festival, fest oder o.ä)
- Idee Musikakademie weiterdenken
- Künstlerisch Visionen mit Finanzierungsvisionen Ergänzen + Den Verein Dementsprechend organisieren
- Begrünung Bepflanzung des Tagebau

VERNETZUNG

- Aufmerksamkeit auf "Verbündete Region"
- Workshop mit Jugendliche / Alten zu Ideen für Region.
- Einbindung Lausitzwerkstatt - IBA?
- Brainstorming mit Bewohner in der Region?
- Druck durch Diplomatie + Vernetzung

WEITER FÜHRENDE IDEEN, KÜNFTIGE PROJEKTE

STANDORT

- Umzug nach Altdöbern
- Vision an anderen Ort (Forst)
- Andere Ort suchen !?
- Anderen Standort für Verein suchen / finden

- Klares Profil / Bild vom Lausitzwerkstatt
- Vision konkretisierend visualisieren & Projektideen mit anderen Künstlern entwickeln.
- Sozio + Kultur Konzept → Innovationen klar kommunizieren + Betonen

KONZEPT / PRODUKT BESCHREIBUNG

REALISIERUNG

- Projekt idee umsetzen mit Vertrag / Geld
- Beauftragung erreichen
- Solide Finanzierung – Akquise von Mitteln
- Standort langfristig Nutzungsvertrag (5 – 10 J)
- Kulturland Vollenden und "Seriose Doku. Methode zeigen, beweisen

Jede Gruppe wird dann benannt und priorisiert:

1. Motivation & weiterführende Ideen, künftige Projekte

Herausfinden, wer wofür motiviert ist oder überhaupt? (Ohne Motivation kann das Team natürlich nicht weitermachen).

2. Konzept, Produktbeschreibung

3. Standort wählen

4. Regionale und überregionale Vernetzung schaffen

5. Realisierung (Standort, langfristiger Nutzungsvertrag, Akquise von soliden Finanzierungen...)

3. MEINE ANALYSE

Das Projekt Lausitzwerkstatt befindet sich an einem schwierigen Punkt. Ein sich entwickelndes Projekt neu zu orientieren ist keine einfache Sache, vor allem unter Zeitdruck... Ich glaube, dass wichtige Punkte aus dem Workshop gekommen sind. Einige dieser Punkte möchte ich jetzt weiter untersuchen und zwar Punkte, die, obwohl sie extrem wichtig sind, aus Zeitgründen meiner Meinung nach zu schnell behandelt wurden.

Konzept, Produkt klären

Ich glaube, dass es richtig ist, wie das Team es in der Debatte über die Projektmethode Lausitzwerkstatt ausgedrückt hat ; die Projektmethode und die Vision klar zu unterscheiden. Sie sind jetzt vermengt, und das kann man schon an dem Namen des Projektes beobachten: "Lausitzwerkstatt".

Anfang Juni, als ich ihn interviewte, sagte Roland: "Wenn die Lausitzwerkstatt umziehen sollte, verliere ich die Verbindung mit der IBA und mit den Touristen, die da kommen und die mit den ehemaligen Bewohnern. Aber das Projekt kann woanders weitergehen."

Wenn die Lausitzwerkstatt umziehen sollte, verliert sie auch die Verbindung mit den Mitarbeitern, die alle aus Großräschen kommen und mit dem Ort Ledigenheim : dem Ort, der das Projekt Lausitzwerkstatt inspiriert hat... Die Méthode sagt: *"Am Anfang treffen sich ein kleines Team und ein Ort"...*

Ohne diese Verbindungen, was bleibt in den Projekt Lausitzwerkstatt, was die Lausitz betrifft? Was wäre in dem Projekt anders, wenn es nicht in der Lausitz entwickelt worden wäre, sondern woanders? Die Projektmethode "Schritt für Schritt" ist nicht extra für die Lausitz gedacht, sondern sie ist eine grundsätzliche Herangehensweise.

Weil das Produkt noch nicht klar ist, weil es noch unscharf und schwer greifbar ist, finde ich, dass ein Weitergehen ohne Klärung von innen und außerhalb des Teams Gefahr läuft, zu neuen Mißverständnissen zu führen.

Regionale Verbindungen

Wenn man – wie es in dem Arbeitsplan Seite 6 beschrieben ist – erst einmal die Vision einrichtet (z.B. Musikakademie), danach noch das Konzept klärt und dann nur den Ort und die regionale Verbindungen sucht... Bleibt da noch Platz in dem Projekt für die Inspiration durch den Ort und den Einfluß von dem Gebiet?

Ich glaube, es gibt jetzt ein Risiko für das Team, selbst mit "Notinteresse" neue Perspektiven zu suchen, und ohne es selber wahr zu nehmen die Projektidee zu verlieren. Entweder die Vision ist mit der Region verbunden oder nicht. Wenn nicht, kann sie trotzdem sehr gut sein und funktionieren, aber dann geht es nicht mehr um Raumentwicklung.

Wenn doch, schlage ich dem Team den folgenden Arbeitsplan vor :

1. Motivation.

Wie hoch ist die Motivation von dem Team, bleibt natürlich die erste Frage zu beantworten. Wichtig wird der Punkt : Wieviel Zeit ist jeder bereit, im Projekt zu verbringen? 1, 2, 3 Tage pro Woche? Und für welche Zeitdauer möchte sich jeder engagieren? Diese Antworten werden den Ehrgeiz des Projektes ebenso wie den Ehrgeiz des Projektleiters beeinflussen.

2. Konzept, Produkt Beschreibung.

Was bieten wir genau? Eine Projektmethode? Eine Vision? Die Realisierung? Was ist in unserem Produkt festgelegt und was kann von den Projektpartnern beeinflusst werden?

3. Standort wählen.

- Aufträge untersuchen

Einen realen Auftrag zu erhalten, ist die allernotwendigste Basis, um eine zusammen- und langfristige Arbeit mit einem Ort zu schaffen. Die Ernsthaftigkeit des Auftrages kann man überprüfen : wenn der Auftraggeber bereit ist, mit dem Team einen Vertrag zu schließen – zumindest einen Vertrag für die langfristige Benutzung des Ortes.

- Bedarf analysieren

4. Vertrag Schliessen... *es geht los!*

5. Ort kennenlernen, regionale Verbindungen bauen, Vision einrichten.

Was ist dort schon an Kultur entwickelt? Gibt es Möglichkeiten mit lokalen Projektleitern zusammenzuarbeiten? Die Vision selbst könnte ihre Wurzeln in den Problemen und Stärken der Region finden und mit Lokalpartnern zusammen eingerichtet werden.

6. Konkrete Ideen entwickeln, überregionale Verbindungen bauen.

WORKSHOP ZUM THEMA: "WAS BIETEN WIR?"

LAUSITZWERKSTATT

DATUM: 27.08.2006

TEILNEHMER: Rainer Düvell, Frank Möller und Daniela Riedel

Wie ich es in der Einführung erklärt habe, hat dieser Workshop nicht auf meine Initiative hin stattgefunden. Ich wurde von der Agentur beauftragt, den Workshop anzuregen, aber im Gegenteil zu den anderen habe ich den Inhalt nicht gewählt. Die Lausitzwerkstatt e.V war dabei, ihre Projekte neu zu strukturieren. In diesem Zusammenhang war der Austausch innerhalb des Teams manchmal schwierig und meine Rolle war es, als externe Person die Debatte zu fördern. Ich habe für diesen Workshop keinen richtigen Bericht gemacht. Im folgenden eine Zusammenfassung:

Der Workshop hatte es als Ziel, einen Termin in Großleuthen vorzubereiten, bei dem die Lausitzwerkstatt e.V einen möglichen Auftraggeber für einen neuen Standort treffen wollte. Der Workshop hat die zwei ersten Themen getroffen, welchen sich das Team während des Workshops "die Perspektiven sichern" zum Programm gemacht hatte:

1. Motivation, weiterführende Ideen und zukünftige Projekte im Frage zu stellen,
2. Konzept und Produkt zu beschreiben.

"Was bieten wir Mittwoch in Großleuthen?"

GLIEDERUNG

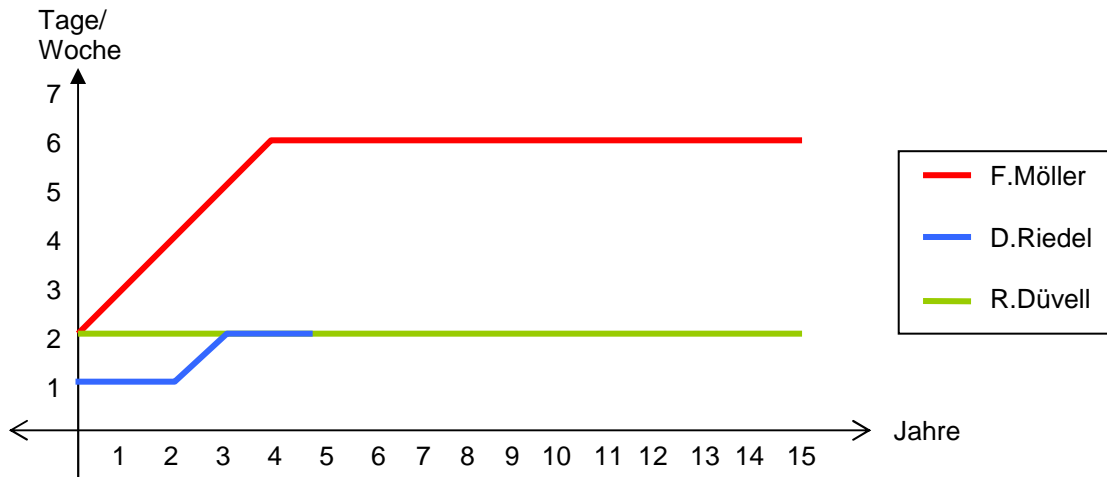
1. PRODUKTBESCHREIBUNG
 2. WAS IST UNSER POTENTIAL?
 3. MEINE ANALYSE

1. PRODUKTBESCHREIBUNG

Zur Beschreibung ihres Produktes hat die Gruppe ein gemeinsame Satz gewählt. Als nächstes konkretes Projekt, wurde Frank Möllers Projekt, die "Eurasische Musikakademie", gewählt.

2. WAS IST UNSER POTENTIAL ?

Die Frage war zunächst: Was will jeder in das Projekt investieren: wie viel Zeit will jeder mit dem Projekt verbringen? Welche Zeitdauer stellt sich jeder vor? Um die Antworten zu visualisieren habe ich vorgeschlagen, dass jeder eine Kurve zeichnet.



Auf das Zeichnen dieser Kurve hin, machte ich die Feststellung, dass die Rote Linie (von F.Möller) offensichtlich die des Projektleiters war. Es gab Anlass zu einer Kontroverse, weil F.Möller das Gefühl hatte, dass seine Mitarbeiter kein Team errichten, sondern sich zurückziehen wollten. Zum Schluss sind die Rollen, die jeder übernehmen konnte/wollte geklärt worden. Dann ist die Rolle der Lausitzwerkstatt e.V im Frage gestellt worden: Welchen Beitrag bringt der Verein zum Projekt?

An diesem Punkt war meine Anregung nicht mehr notwendig, weil die schwierigen Punkte schon zum Sprache gebracht worden waren. F.Möller hat die Anregung – und dabei seine Rolle als Projektleiter – übernommen. Ich habe mich also zurückgezogen und war für die letzte Frage (Was sind unsere Bedingungen ?) nicht mehr da.

3. MEINE MEINUNG

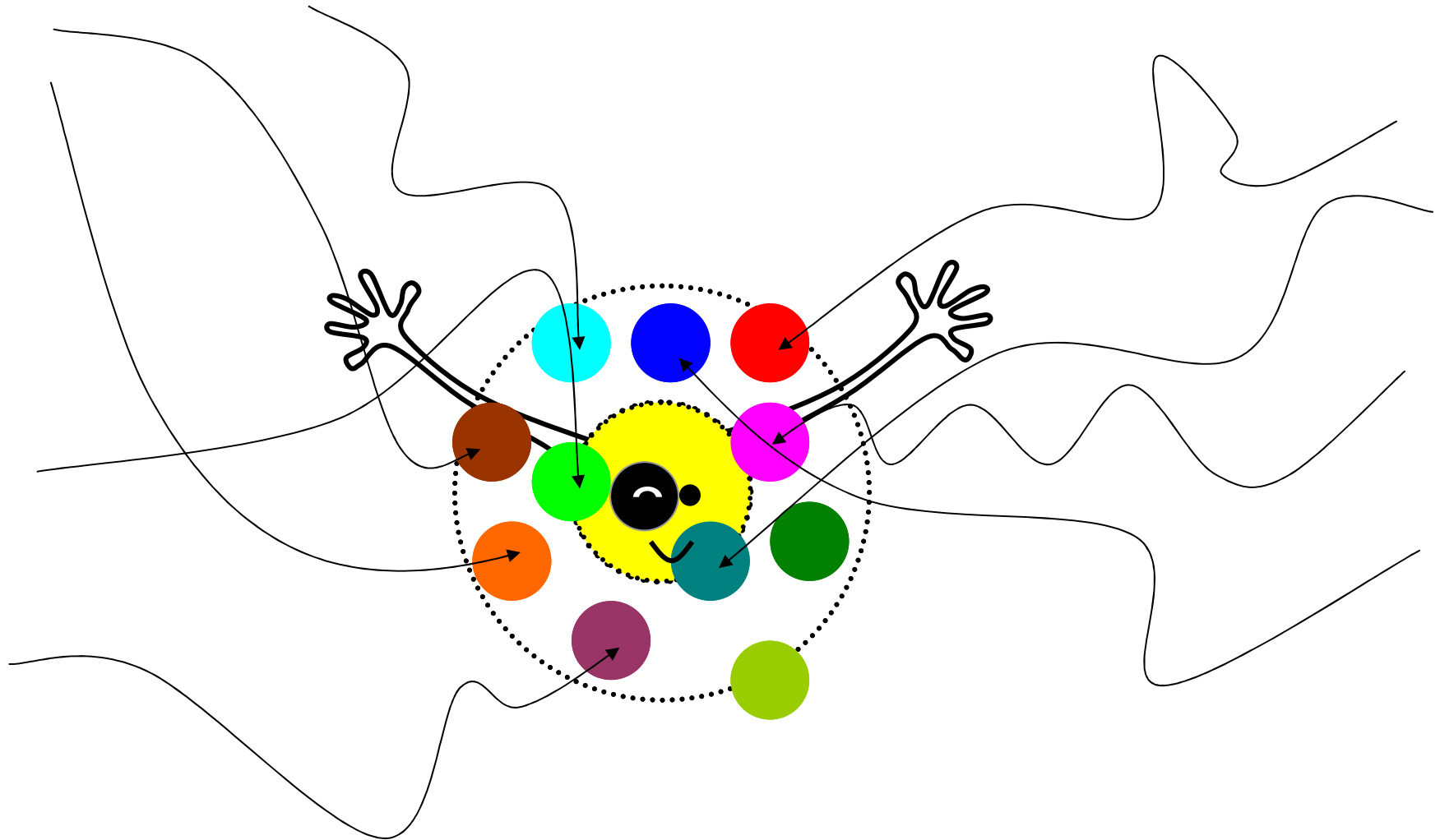
Meine Absicht hier es ist auf keinen Fall über den Inhalt des Projektes der Eurasischen Musikakademie zu urteilen. Ich mache eine Gutachtung der Agentur als "Raumentwickler" und mit dieser Ansicht möchte ich anmerken, dass ich große Schwierigkeiten habe, das Projekt der Eurasischen Musikakademie im Rahmen der Raumentwicklung zu verstehen. Die Projektmethode ist es, Schritt für Schritt zu wachsen und Mitarbeiter vor Ort einzustellen. Die Zielsetzungen sind es unter anderem, an der Neuentwicklung der Lausitz teilzunehmen und einen Treffpunkt für Hoch- und Volkskultur zu schaffen... Aber das Projekt selbst ist nicht ortsgebunden.

- Das Projekt ist beschrieben worden, und sucht einen Ort, wo es sich entwickeln könnte. Eigentlich könnte es sich in einem beliebigen Schloss Europas entwickeln.
- Das Thema des Projektes ist für die Lausitz fremd. Es wird für die Leute dort schwer, sich für eine Eurasische Musikakademie zu begeistern.

Das Projekt ist also nicht vom "Charakter des Ortes" inspiriert worden, der Ort beeinflusst es kaum. Ich sehe die Verbindung mit der Architektur nicht mehr. Daher wollte ich feststellen, dass es kein Raumentwicklungsprojekt ist in dem Sinne, in dem ich die Raumentwicklung bisher verstanden habe.

Zum Schluss

Ich habe in diesem Gutachten sehr viel Ton auf die Methode gelegt: Sie zu beschreiben, erklären, abzuschätzen, verbessern, zu verkaufen... Tatsächlich denke ich, dass ihre Arbeitsmethode die besondere Wert der Agentur ist. Die Agentur hat weder große Finanzmittel, noch viel Arbeitskraft. Ihre Stärke ist es, dass sie eine Philosophie hat, eine besondere Methode und Erfahrung. Diese Methode entspricht bestimmten Bedürfnissen, besonders in ehemaligen Industriegebieten – wie beispielsweise Berlin und die Lausitz, wo viele wertvolle Gebäude leer bleiben, sich und mit ihnen die Kultur und das Erbe des Gebietes beschädigen lassen. Deshalb denke ich, dass es wichtig ist, die Raumentwicklung innerhalb des Teams zu erklären und immer wieder zu bearbeiten; sie zu dokumentieren, damit die Kunden und Partner es auch verstehen können; und sie genauso wie die Projekte regelmäßig abzuschätzen. Diese Arbeit wird für R.Düvell auch hilfreich, um seine verschiedenen Erfahrungen weiterleiten zu können, z.B. mit seiner Idee der Schule für Raumentwicklung.



Und Kultur entsteht!



Gutachten über die Aktivitäten
der Agentur für Kunst und Architektur:
Raumentwicklung & Wahrnehmungswerkstätten

DRITTER TEIL: DIE AGENTUR ALS RAUMWAHRNEHMER



Praktikumsbericht,
Clémence Doutreleau, Juni-September 2006

Einführung

Die Berücksichtigung der "sensiblen Materie"¹ und der Bürgerbeteiligung im Projekt, ist für mich, als angehende Raumplanerin eine wichtige Herausforderung. Ich glaube, dass diese Bereiche in der nachhaltigen Entwicklung der Raumplanung notwendig sind. Auf diese Weise, gibt man den Raumplanungsprojekten Sinn.

Sich die Zeit zu nehmen, eine umfassende Bürgerbeteiligung durchzuführen und die sensible Materie zu untersuchen, ermöglicht das Entstehen von Projekten und das Aufbrechen von standardisierten Modellen. Dabei wird die Kreativität gefördert und sinnvolle Projekte gewagt... Das kann z.B. heißen, Freiraum zu lassen oder Unordnung zu erlauben. Das kann auch die Aufwertung der Lokalen Mitteln bedeuten. In "Gestaltungsprojekten" müsste "Projekt" genauso wichtig wie "Gestaltung" klingen. So werden die Einwohner in der Modellierung ihres Lebensraums hinzugezogen, und haben dabei die Gelegenheit, sich Fragen zu stellen, zu kritisieren, sich eine Meinung aufzubauen und diese zu verteidigen... Also Akteur – nicht Konsument ihrer Umwelt zu werden.

Die sensible Materie und die Bürgerbeteiligung richtig im Projekte zu berücksichtigen ist noch Lange nicht einfach. Auch in einer Situation, wo es einen starken Politikwille gibt (was schon selten ist), auch wenn man genug Zeit hat (was sich in Jahren zählt), muss diese Arbeit noch lange nicht gelingen. Wie kann man die Leute interessieren, wenn noch kein Projekt beschlossen worden ist, an einer Bürgerbeteiligung teilzunehmen? Wie kann man Dominanzverhalten vorbeugen? Wie kann ein gemeinsames Projekt aus unterschiedlichen Meinungen entstehen? Wie kann man das Sensible eines Ortes erfassen? Wie kann eine sensible Analyse objektiv sein? Wie kann man eine emotionelle, sensible Materie in Gestaltungsprojekte übersetzen?

Karsten Feuchts und Rainer Düvels Arbeit mit Wahrnehmungswerkstätten stellt einige Antworten auf diese Fragen vor. Aus diesen Grund wollte ich sie beobachten. Trotzdem betreffen einige dieser Fragen sie bis heute und sind immer wieder Gegenstand von Reflexionen.

Erst werde ich eine Bilanz der zehn jährigen Entwicklung der Wahrnehmungswerkstatt präsentieren: Welche Lösungen und Hindernisse habe ich beobachtet? Dann werde ich andere Experimente präsentieren, welche von anderen Teams durchgeführt wurden, weil sie auch einige Lösungen oder Problemen zum gleichen Thema liefern. Zum Schluss werde ich Orientierungen vorschlagen, um Wahrnehmungswerkstätten für die Raumplanung zu entwickeln.

¹ Sensible Materie: Um ein Ort zu gestalten, kann man mit Stein, Holz, Plastik, Beton usw. bauen. Nun ist der Ort nicht nur aus diese feste Materiale gemacht, sondern auch aus Empfindungen, Sinneseindrücken und Erinnerungen. Diese werde ich "sensible Materie" nennen.

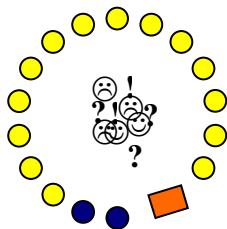
DIE ZEHN JÄHRIGEN ENTWICKLUNG DER WAHRNEHMUNGSWERKSTATT

I. ENTSTEHUNG ZWISCHEN TOURISMUS UND RAUMENTWICKLUNG

Das Konzept "Wahrnehmungsreise" ist 1995 durch K.Feuchts Anregung entstanden: gleichlaufend mit seinem Soziologie- und Architekturstudium führte K.Feucht einige Jahre Stadtführungen in Berlin. Er hatte das Gefühl, dass etwas in diesen klassischen Führungen fehlte, und hatte Lust, ein Konzept zu entwickeln, wo Touristen Akteure werden können und in dem ihre Wahrnehmungen eine wichtige Rolle spielen. So hat er das Konzept "**Wahrnehmungsreise**" erfunden.

In dieser Zeit arbeiteten K.Feucht und sein Freund R.Düvell auf dem Kulturforum in Berlin für ihre Diplomarbeit. K.Feucht zum Thema "architektonische Interventionen am Kulturforum" (1996) und R.Düvell zum Thema "Raumentwicklung Kulturforum" (1997). Sie führten ihre Arbeit parallel miteinander und entwickelten zusammen das Konzept "Raumentwicklung" als Theoriegrundlage für ihr Architekturverständnis. In diesem Zusammenhang sind die Wahrnehmungsreisen entstanden und experimentiert worden. Sie basieren sich auf der gleichen Philosophie, den gleichen Fragen, Zielen und Ergebnissen wie die Raumentwicklung: der Emotion, der menschlichen Wahrnehmung und dem Menschen selbst seinen richtigen Platz zu geben.

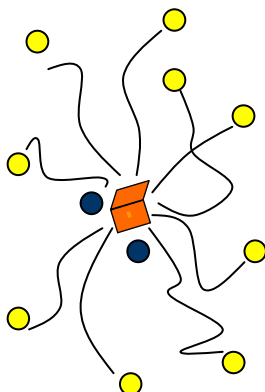
Die Wahrnehmungsreise ist ein Gruppenerlebnis, wo die Stimmung gefördert wird, damit sie kreativ, vertraut und konzentriert wird. Dabei, und durch ein Spiel mit Wahrnehmungsinstrumenten wurde die Wahrnehmungsfähigkeit erhöht. Die Wahrnehmungsreise gliedert sich in drei Stunden.



1. Stunde : "Vorbereitungstunde" Die Gruppe sitzt im Kreis. Die Vorbereitung zielt auch darauf :

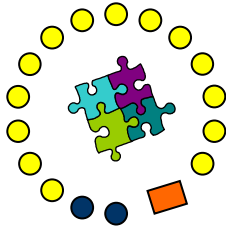
- Die bisherigen Bezüge, die Vorurteile, die Kenntnisse oder die ersten Empfindungen ausdrücken, damit man danach neu wahrnehmen kann.
- Das Vertrauen, die Neugier und die Konzentration in der Gruppe einzusetzen.

Als Übergang zur zweiten Stunde öffnet man endlich den geheimnisvollen "Wahrnehmungskoffer", der am Anfang geschlossen im Kreis lag. Darin entdecken die Teilnehmer sonderbare Instrumente, die ihre Wahrnehmungserkundung anregen werden.



2. Stunde : "Erkundungstunde"

Die Teilnehmer werden aufgefordert, sich *einzel*n mit einem Instrument aus dem Wahrnehmungskoffer für eine Stunde von ihren Sinnen führen zu lassen und dabei "anders" wahrzunehmen.



3. Stunde : "**Mitteilungs- und Ergebnisstunde**"

Die Gruppe sitzt wieder im Kreis.

- Die Summe aller Wahrnehmungen wird mitgeteilt.
- Daheraus entsteht ein Gespräch an dessen Ende der Charakter des Ortes greifbar wird. Um auf den Charakter zu kommen ist die Führung durch das gezielte Nachhaken der Leiter wichtig, die immer darauf zurückführen, worum es in mitgeteilten Wahrnehmung geht: vom Substantiv (Bsp: "Auto") zum Adjektiv (Bsp: "mobil" / "störend" / "stolz").

K.Feucht und R.Düvell haben die Wahrnehmungsreisen in Richtung Tourismus entwickelt. Sie haben die Wahrnehmungsreise in das Stadtführungsprogramm von "StattReisen Berlin e.V" integriert. Auf diese Weise haben sie die Wahrnehmungsreisen als **wirtschaftliches Produkt** eingesetzt. Darüber hinaus haben sie aber diese "Reise" auch in ihren Raumentwicklungsprozess eingefügt.

Sie haben die Wahrnehmungsreisen als "**Gutachtungsinstrument**" benutzt, weil sie gemerkt haben, dass die Zusammenfassung der Wahrnehmungen eine vielseitige, sensible Analyse des Ortes ergab. Außerdem haben sie die Wahrnehmungsreisen als "**Vermittlungsinstrument**" benutzt. Sie haben verschiedene Personen, die bei der Gestaltung des Ortes mitwirken konnten, versammelt. Durch die Wahrnehmungswerkstätten konnte ein fruchtbarer Austausch entstehen, die Zukunft des Ortes betreffend. Aber Wahrnehmungsreisen können auch ein "**Anregungsinstrument**" sein. Das heißt ein Instrument, das Interesse an einem Ort weckt. Tatsächlich haben die "Wahrnehmungsreisenden" nach der dreistündigen Erkundung eine ganz neue Ansicht zu dem Ort: oftmals positiv, denn sie haben sich eine eigene Meinung gebildet zu den Themen: Wie sollte dieser Ort benutzt werden? Was für Veranstaltungen sollten hier stattfinden? usw.

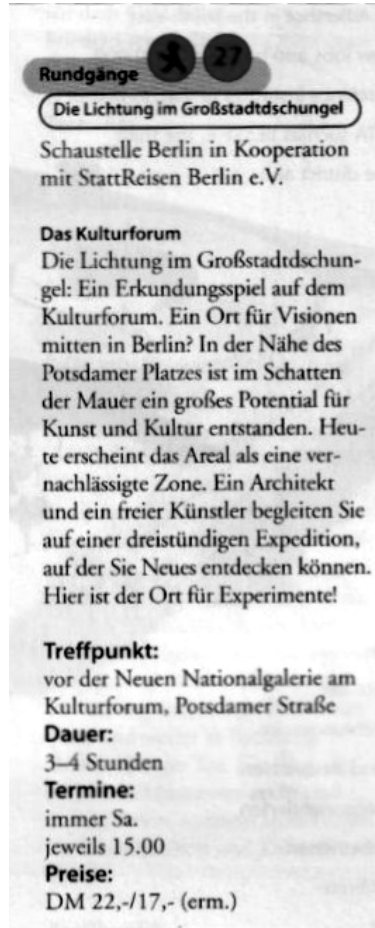


Foto 1: Wahrnehmungsreise auf dem Potsdamer Platz

Die "Wahrnehmungsreisen", auch "Wahrnehmungswerkstätten" genannt, haben von Anfang an für K.Feucht und R.Düvell ein großes Potential für mehrere Nutzungsmöglichkeiten. Dieser Zusammenhang ist von Anfang an wichtig, um die verschiedenen Entwicklungsrichtungen des Konzeptes zu verstehen, so wie ihre Beziehungen untereinander.

II. ENTWICKLUNG IN RICHTUNG TOURISMUS

1. Die Lichtung im Großstadtdschungel:



"Ein Erkundungsspiel auf dem Kulturforum. Ein Ort für Visionen mitten in Berlin? In der Nähe des Potsdamer Platzes ist im Schatten der Mauer ein großes Potenzial für Kunst und Kultur entstanden. Heute erscheint das Areal als eine vernachlässigte Zone. Ein Architekt und ein freier Künstler begleiten Sie auf einer dreistündigen Expedition, auf der Sie Neues entdecken können. Hier ist der Ort für Experimente!"

Foto 2: StattReisen Berlin e.V Flyer, 1997

Diese erste touristische Formel der Wahrnehmungsreise wurde im Sommer 1997 im Stadtführungsprogramm von "StattReisen Berlin e.V" integriert. Für den Verein sowie für K.Feucht und R.Düvell war das ein Experiment. Die Führung wurde jeden Sonnabend für 22,00 DM angeboten. Zwischen 1 und 15 Leute haben sich jedes Mal gemeldet.

Dieses Experiment wurde für K.Feucht und R.Düvell auf jeden Fall ein Erfolg als sie ihre "seltsame" Methode konventionell anbieten konnten. Die Resonanz der Teilnehmer ist unterschiedlich gewesen. Manchmal negativ und zwar für diejenigen, die mehr Sachinformationen erwartet hatten. Manchmal begeistert, weil z. B. vormalige Bewohner ihren Ort neu wahrgenommen hatten. StattReisen Berlin e.V hat K.Feucht und R.Düvell die Fixkosten für ihre Leistung bezahlt. Die wirtschaftliche Bilanz des Experimentes war plus minus null: Einnahmen und Ausgaben haben sich ungefähr ausgeglichen.

Das Experiment wurde im folgenden Jahr nicht weitergeführt, weil auf dem Kulturforum umgebaut wurde und als K.Feucht und R.Düvell mit ihren Diplomarbeiten fertig waren, konzentrierten sie sich weniger auf das Kulturforum und weil das Experiment nicht lukrativ genug war.

Trotzdem sind noch viele Wahrnehmungsreisen auf dem Kulturforum und in dessen Umgebung organisiert worden, bei anderen Gelegenheiten und in anderem Auftrag. Ungefähr bis 2000 fanden diese Veranstaltungen statt.

2. "Sinnliche Tagebauerkundung" im Tagebau *Meuro* in Großräschen.

Zusammenfassung des Kontextes:

Dieses Konzept wurde im Rahmen der IBA Fürst-Pückler-Land entwickelt. **Die IBA (Internationale Bauausstellung)** ist ein zeitlich begrenztes Programm für innovative Raumplanung in Deutschland. Es wird 10 Jahre lang in einem Gebiet durchgeführt bis es zu einem anderen wechselt. Zwischen 1989 und 1999 war die IBA im Ruhrgebiet ("IBA Emser Park"). Seit 2000 wird ein IBA Programm in der Lausitz entwickelt ("IBA Fürst-Pückler-Land"). Die IBA konzentriert in diesen 10 Jahren Mittel, Energie und Innovationen, mit dem Ziel eine neue Entwicklungskraft in Regionen mit großen Entwicklungsschwierigkeiten voranzutreiben. Die IBA wurde auf Initiative der lokalen Politiker in diesem Gebiet eingerichtet, und das Programm wurde in Zusammenarbeit mit dem Land, der Landkreise, der lokalen Städte und der IBA erstellt.

Die Lausitz war 150 Jahre lang ein Braunkohlebergbauindustriegbiet. Die Lausitz, ihre Landschaft, ihre Siedlung- und Infrastruktur, ihre Kultur und ihre Menschen wurden von der Bergbauindustrie stark geprägt. Im Laufe der neunziger Jahre wurden fast alle Bergbauaktivitäten eingestellt. Seitdem leidet die Lausitz unter großen wirtschaftlichen und sozialen Probleme. Fast die Hälfte der Menschen ist arbeitslos oder in ABM-Programmen. Der Paternalismus der Bergbauindustrie hat eine Gesellschaft gestaltet, welche für eigene Anregungen und eigene Unternehmen nicht vorbereitet worden ist.

Das Projekt der IBA in der Lausitz: Die ehemaligen Tagebaue werden in den nächsten 20 Jahren alle geflutet werden, wodurch die Lausitz eine große Seelandschaft werden wird. Deshalb hat sich die IBA Fürst-Pückler-Land (oder "IBA-See") folgendes als Ziel gegeben: Aus einem starken Industriegebiet ein starkes Tourismusgebiet zu machen.

Als konkrete Raumgestaltungsaktionen stützt die IBA 24 innovative Projekte, welche folgende Themen betreffen:

- Aufwertung der industriellen Architektur und ihres Erbes (Gebäude, Maschine – manchmal sind sie riesig).
- Begleitung der landschaftlichen Umwälzung in der Lausitz.

Als Methode: Zusammenarbeit mit den lokalen Politikern und Beteiligung der Bevölkerung. Die Herausforderung ist, dass wenn die IBA 2010 umzieht, die Struktur vor Ort geworden sei, um sie zu ablösen.

Um die Basis einer touristischen Wirtschaft zu erstellen braucht die IBA die folgenden Punkte zu bearbeiten:

- Entwicklung einer touristischen Infrastruktur (Beherbergung, Touren, Attraktionen...)
- Ausbildung von im Tourismus spezialisiertem Personal
- Beförderung des Images der Lausitz: Nach draußen (Berlin, Deutschland, Ausland...) aber vor allem innerhalb der Lausitz... die wichtigste Herausforderung besteht darin, den Einwohnern das Potential ihres Gebietes bewusst zu machen. Ein Aufschwung der Lausitz wird erst möglich sein, wenn ihre Bewohnern stolz auf sie werden.

Insofern, um die Basis einer touristischen Wirtschaft zu erstellen, braucht die IBA, dass schon im ersten Jahr viele Touristen herkommen. So entstehen ein Bedarf und einkommende Mittel, welche den Wachstum des touristischen Angebots fördern können... und das, obwohl die Tagebaue noch nur dreckige Restlöcher sind, und die Gestaltungsprojekte noch nicht gebaut worden sind...

Die Rolle der Wahrnehmungswerkstätten in der Gestaltung des Konzeptes

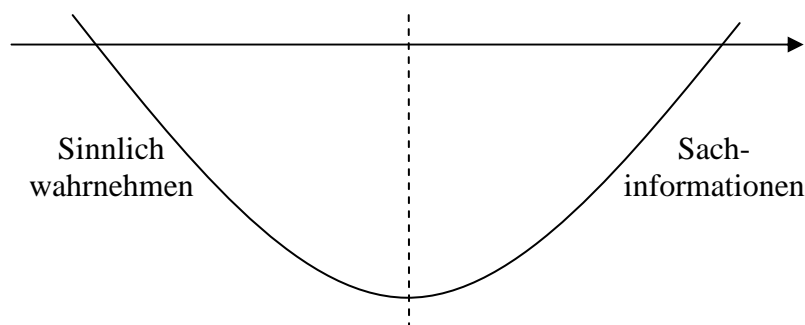
K.Feucht hat 2001 bei der IBA angefangen. Er wurde erst beauftragt, mit dem IBA-Team für Tourismus, dass eine Tagebauerkundung erstellen wollte, zu arbeiten. Ziel war es, kreative Ideen anzuregen, damit ein attraktives Produkt erfunden wird. Er hat eine Wahrnehmungswerkstatt zusammen mit R.Düvell organisiert, aus der Ansätze für touristische Produkte entstanden.

Dann haben K.Feucht und R.Düvell ihre "*Wahrnehmungsbegehungen*" im Tagebau weitergeführt. Sie sind der Meinung gekommen, dass "*die Grube selbst die Attraktion ist und eigentlich nichts extra gemacht werden muss*". Die Führungen sollten mehr an die sinnliche Wahrnehmung der Teilnehmer anknüpfen als an die Sachinformationen. So entstand ein Konzept für "sinnliche Tagebauerkundung".

Die sinnliche Tagebauerkundung

Diese Führung hat was von den Wahrnehmungsreisen, aber wurde adaptiert damit es eine Tour wird. Sie wurde auch mit neuen Elementen bereichert. Die Führung dauert dreieinhalb Stunden.

Der Empfang auf den IBA-Terrassen ist sorgfältig. Er bereitet die Teilnehmer für eine Reise in ihrer Wahrnehmung vor. Vertrauen und Austausch wird in der Gruppe eingesetzt, Neugier wird angeregt... die Führung gliedert sich dann in zwei Phasen. Die erste zielt darauf, die Gäste in ihre Wahrnehmung zu führen. Die Sachinformation zur Vorgeschichte des Tagebaus, zur Tagetechnik und zur Zukunft nach der Flutung werden die Besucher erst in der zweiten Phase bekommen, nach einer Stunde, wo sie durch die Landschaft gelaufen sind und ihrer Wahrnehmung zugehört haben.



Die Dramaturgie der Tour wurde gestaltet um eine überrealistische und spannende Stimmung zu erhalten.

- Spiel mit Perspektiven: Eine in der Wüste stehende Minibar wird nach einem Relief plötzlich offenbar; Eine vorher nicht sichtbare Tiefene öffnet sich überraschend nach einem Aufstieg...
- Die Landschaft wird präsentiert: Ein Imbiss auf einem weiß gedeckten Tisch steht vor dem schwarzen Sandhintergrund; ein mit Helium gefüllter Luftballon steigt an den zukünftigen Seewasserstand von 38 Metern Höhe hinauf...
- Die Teilnehmer werden aufgefordert, ihre Wahrnehmung zu öffnen: z.B einen Teilabschnitt schweigend zu gehen, sich auf dem Boden hinzulegen oder sich mit verbundenen Augen von anderen führen zu lassen.



Foto 3: Minibar in der Tagebau

Nach jedem Wahrnehmungsexperiment wird Raum für die Mitteilung derjenigen Eindrücke gelassen. Die Teilnehmer drücken ihre eigene Wahrnehmung aus und hören den anderen zu. [Folgenden Abschnitte von K.Feuchts Artikel "Wahrnehmung verändert Landschaft"]

"Der eine fühlt sich in eine unwirkliche Welt versetzt. Vor den Augen des anderen entsteht eine Landschaft, die er mit anderen Orten der Welt vergleicht. Der ehemalige Bergmann befindet sich in seinem „Tagebau-Restloch Nr. 244“ während der umgesiedelte Bewohner sich an seine für immer verlorene Heimat erinnert. Im Mitteilen und Zuhören konstruieren die Teilnehmer die Wirklichkeit des Ortes. Indem sie kommunizieren, werden die Beobachter zum Akteuren. Sie verleihen den Tagebaugruben eine neue Bedeutung und Wertigkeit. Durch den Tourismus der IBA wird also aus dem technisch zu bewältigenden „Sanierungsfall Tagebaurestloch“ ein Raum für einzigartige Natur-Erlebnisse, für Kommunikation und Begegnung sowie für neue Identifizierung mit der Heimat."

Die Tagebauerkundung hat einen sehr großen Erfolg gehabt: Es gab bis 100 Besucher je Führung! 2005 sind insgesamt 20.000 Leute in dem Tagebau herumgeführt worden. Die sinnliche Tagebauerkundung ist im Zeitraum von vier touristischen Saison (April bis Oktober) von 2002 bis 2005 angeboten worden. Im ersten Jahr kamen die Mehrzahl der Leute aus Berlin oder von Auswärts. Erst im zweiten Jahr fingen die Lausitzer an, sich dafür zu interessieren, und teilzunehmen. Dann ist die Proportion von Besuchern aus der Umgebung immer größer geworden. Am Ende des vierten Jahres waren die Hälfte aller bisher gekommenen Besucher aus der Region und der Rest von weiter her.



Foto 4: Die Reihe der Tagebauerkunder

Bilanz von K K.Feucht : Mehr als ein touristisches Produkt: ein Mittel der Landschaftsgestaltung:

Die sinnliche Tagebauerkundung hat ihre Aufgabe erreicht: Sie hat viele Touristen in der Lausitz angezogen, sie hat die Ansichten der Touristen und der Bewohner der Umgebung über die Tagebaulandschaft erneuert.

Für K.Feucht ist diese Führung mehr als ein touristisches Produkt :

"Im Zusammenspiel von Inszenierung, Erlebnis und Gespräch entsteht eine neue Landschaft. (...) Am Tagebau selbst hat sich seit den Touren und Veranstaltungen – außer einigen wenigen sanierungstechnischen Veränderungen – kaum etwas verändert. Doch die Grube ist nur scheinbar die selbe geblieben: Deren veränderte öffentliche Wahrnehmung und die entsprechende Kommunikation über sie haben sie „renoviert“. Wenn heute „Tagebaulandschaft“ gesagt wird, ist nicht mehr dasselbe gemeint, wie vor drei Jahren. Konnotierte man mit ihr vorher „devastiert, zerstört, hässlich“, so meint man heute „außergewöhnlich, zukunftsorientiert, interessant“. Insofern sind die Touren und Veranstaltungen in der Grube auch als ein Mittel der Landschaftsgestaltung zu verstehen."

Heute ist K.Feucht zuständig für den Veranstaltungs- und Besucherservice der IBA geworden. Er organisiert die gemeinsamen Touristentouren der IBA, sowie die Belebung der IBA-Terrassen... Er benutzt immer noch Wahrnehmungswerkstätten, wenn er neue Konzepte entwickelt.

Potentiale und Beschränkungen

Potentiale

Als Gutachtungsinstrument:

- Hilft betroffene Themen, für die Aufwertung eines Ortes durch Tourismus zu bestimmen.
- Ideen Bereicherung, Kreativität Anregung.

Als touristisches Produkt

- Der Tourist wird die Landschaft durch seine eigene Emotion erfahren und "Nichts ist so intensiv, wie die eigene Erfahrung".
- Das Image des Ortes wird aufgewertet: in der Ansicht des Touristen aber auch in der, des Einwohners.
- Der Ort wird gestaltet, ohne das man aufbaut.
- Das Produkt ist auf Orte ausgerichtet, die schwer aufzuwerten sind.

Beschränkungen

- Man braucht besondere Fähigkeiten, um diese Tour zu führen, die nicht viele haben.
- Diese unkonventionelle Führung wird manchmal schlecht angenommen, von dem Tourist oder von dem Auftraggeber.
- Es passt nicht zu allen Orten.

III. ENTWICKLUNG MIT DER RAUMENTWICKLUNG

Als K.Feucht sein Konzept in Richtung Tourismus entwickelte, führte R.Düvell seine Raumentwicklungsaktivitäten weiter. Trotzdem steckt in ihren Arbeiten die gleiche Philosophie. Genauso wie K.Feucht denkt, dass der Raum schon gestaltet wird, wenn die Besucher ihre Wahrnehmungen gegenüber dem Raum verändern; Denkt R.Düvell als Architekt-Raumentwickler, dass die Formen des Ortes zu gestalten ebensoviel seiner Arbeit entspricht, wie auf die Wahrnehmungen der Menschen an diesem Ort einzuwirken.

Ob formell Wahrnehmungswerkstätten stattfinden oder nicht, trotzdem ist die Arbeit mit Wahrnehmungen in R.Düvells Raumentwicklungsprojekten immer präsent. Der Raumentwickler und sein Team sind vor Ort. Sie erforschen ihre eigene Wahrnehmung, so wie die von Besuchern und Partnern, und beziehen sich damit ein. Das Ergebnis wird durch die Orientierung ihrer Vision offenbar.

Beispiel Lausitzwerkstatt.

So wurde der Charakter des Ledigenheims (das Gebäude, wo die Lausitzwerkstatt entwickelt geworden ist) beschrieben:

- Durchatmen möglich, besinnlich, erholsam.
- Inspirierend
- Generationsverbindend
- Öffentlich; gemeinschaftlich und individuell.
- Die Region repräsentierend, Heimatgefühl stärkend

Den Inhalt dieser Punkte kann man in der Vision des Projektes "Lausitzwerkstatt" beobachten. Auch die heutige Realisierung des Projektes Konkretisiert einige dieser Punkte:

Für die Kultursaison des Sommers 2006 öffnet das Projekt Lausitzwerkstatt die Türen des Ledigenheims. Jugendliche aus Großräschen (in ABM) haben an der Sanierung eines Teils des Gebäudes gearbeitet. Die gestalteten Räume sind von Juli bis Oktober für vier Ausstellungen über zwei Etagen geöffnet.

- In der ersten Etage haben ehemalige Bewohner aus Bückgen und dem Ledigenheim selbst jeweils eine Ausstellung gestalten. Man kann dort Fotos von ihrer Kinderzeit finden, sowie Pläne, Namen, Filme... Es erzählt von diesen nun verschwundenen Lebensorten. Diese Ausstellungen ziehen viele ehemalige Bewohner an, für den Austausch von Erinnerungen und Geschichten. Die Ausstellung wird fortlaufend umfangreicher.
- Im Erdgeschoss versammelt eine Ausstellung die Kunstwerke von 10 Künstlern zum Thema "Stadtflucht, Landflucht".
- Ein Raum im Erdgeschoss stellt auch Zeichnungen von Kindern aus der Schule von Großräschen aus, zum Thema "wir malen unsere Traumwohnung". Diese Ausstellung zieht eher die teilnehmenden Kinder und ihre Familien an.

Die Verbindung zwischen Generationen

Einerseits ist diese Verbindung dank der Themen der verschiedenen Ausstellungen und der von ihnen angezogenen Besuchern erreicht. Andererseits wird diese Verbindung auch durch die Arbeit der ABM-Jugendlichen erreicht: Sie haben die Räume für die Ausstellungen vorbereitet. Sie empfangen die Besucher, führen sie durch die Ausstellungen, vorbereiten und verkaufen den Besucher Kaffee, Kuchen...

Ein Ort, der die Region repräsentiert und das Heimatgefühl stärkt

Die Ausstellungen der ehemaligen Bewohner sind nach ihren eigenen Anregungen gestaltet worden. Die Bewegung, welche im Ledigenheim durch das Projekt Lausitzwerkstatt aufgekommen ist, hat die ehemaligen Bewohner interessiert. Deshalb haben sie darum gebeten, teilzunehmen.

Das Thema der Kunstaussstellung "Stadtflucht, Landflucht" passt auf die Probleme und Herausforderungen des Gebietes. "Landflucht": Die Lausitz erleidet heute eine Auswanderung ihrer Bevölkerung, insbesondere die der jungen Leute, weil es keine Arbeit mehr gibt. "Stadtflucht": Großräschen befindet sich mit der Regionalbahn zwei Stunden vom Berliner Zentrum entfernt. Schon mit ihrer heutigen Landschaft und noch mehr mit ihrer zukünftigen Landschaft entspricht die Lausitz dem, was die Berliner suchen, wenn sie aus der Stadt flüchten wollen. Das bedeutet ein starkes Potential für die Entwicklung des Gebiets, welchem die Lausitzer leider zu wenig vertrauen.

Ein besinnlicher, erholsamer, inspirierender Ort, wo man durchatmen kann.

Die Konzerte und Veranstaltungen, die während der Kultursaison organisiert werden, entsprechen dieser Stimmung. Manche Musiker kommen hierher, um in Ruhe zu proben.

Potentiale und Beschränkungen

Potentiale

- Fördert ein dauerhaftes Interesse gegenüber dem Ort und unter den Teilnehmern.
- Ermöglicht langfristige Orientierung auf der Basis des "Genius Loci" zu bestimmen.
- Gibt den Projekten ein treffendes Ziel und fördert dabei die spontane Beteiligung der Einwohner der Umgebung.

Beschränkungen

- Die sinnliche Materie kann im Projekt nur durch den Raumentwickler übersetzt werden.
- Die zentrale Rolle des Raumentwicklers bringt das Risiko mit sich, dass diese Übersetzung nicht objektiv wird: Der Raumentwickler riskiert, vorwiegend seinen eigenen Wahrnehmungen einzubeziehen.
- Der Beitrag der Wahrnehmungswerkstätten ist im Projekt kaum lesbar: es ist schwierig herauszufinden, ob das Projekt ohne sie anders geworden wäre.

IV. WAHRNEHMUNGSWERKSTÄTTEN , INSTRUMENT FÜR STADT- UND RAUMPLANUNG ?

Heute möchten K.Feucht und R.Düvell die Wahrnehmungswerkstätten entwickeln, damit sie sie als Service öffentlichen Institutionen anbieten können, für eine "psychogeografisches Ortsgutachten". Durch die Wahrnehmungswerkstätten kann man die besondere Qualität des Ortes begreifen, und dabei Orientierungen für langfristige Planungsentscheidungen herausfinden. Seit 2000 wurden einige Experimente in dieser Richtung gemacht.

1. Schloßplatz Böblingen

Auftraggeber	Galerie Böblingen
Datum	Juni 2000
Kontext	Der Schloßplatz Böblingen ist ein unbebauter Platz, mit einem Überblick über die Stadt. Früher stand dort ein Schloß, das während des Krieges zerstört worden ist. 2000 überlegte sich der Bürgermeister den Schlossberg mit der städtischen Galerie zu bebauen. Diese Idee gab Anlass zu Kontroverse.
Auftrag	Die Aktion war von der städtischen Galerie beauftragt worden als Begleitprogramm für eine Ausstellung, die sich mit dem Stadtraum beschäftigte. Die Idee war, die vom Bürgermeister anstoßene Debatte, den Schlossberg mit der städtischen Galerie zu bebauen, anzuregen.
Teilnehmer	17 Leute, von der Galerie eingeladen, oder durch Zeitungsannonce angeworben.
Definierter Character für den Ort.	"Ein Ort der Stille" Die Gruppe drückte den Wunsch aus, dass der Ort nicht bebaut werden sollte.
Forme des Ergebnis	Die Wahrnehmungswerkstatt in Böblingen ist bei ein kurzer Dokument dokumentiert worden.
Bilanz	Zunächst waren die Auftraggeber sehr zufrieden. Aber ein paar Wochen später sind sie sceptisch geworden. Das Erlebnis der Wahrnehmungswerkstatt kam ihnen eher komisch vor. Karsten analysiert es so : " <i>wir einerseits in einen Wahrnehmungsraum geführt haben, der öffnete und verzauberte. Und dass das aber so kurz war, dass als wir wieder weg waren und die Leute in ihrem Alltag wieder auf sich gestellt waren mit all den Bau- und Sachzwängen, dass es vorkam, wie offen sie gestern noch waren, vielleicht sogar peinlich, und so das aufgebaute wieder verflog.</i> "

2. Cottbus

Die Wahrnehmungswerkstatt in Cottbus hatte die Gutachtung eines fünf Kilometer langen Weges zum Ziel... Hier war es also schwierig, eine "normale" Wahrnehmungswerkstatt zu organisieren (1Stunde Runde, 1 Stunde Erkundung, 1 Stunde Runde). Die Landschaft gliederte sich in drei Teile. Es wurde vorgeschlagen, einen eigenen Charakter für jeden Teil zu definieren. Eine Runde wurde kurz am Anfang organisiert. Dann ist die Gruppe entlang der Strecke gelaufen, mit mehreren Halten, wo sich jeder aus dem Koffer ein Instrument aussuchen und allein 15-20 Minuten laufen konnte.

Auftraggeber	Stadt Cottbus.
Datum	November 2005
Kontext	Das Restloch des Tagebaus in Cottbus wird in 20 Jahren ein See. Um die Stadt mit dem ca. 5 km vom Zentrum entfernten See zu verbinden, ist die alte, vom Tagebau nach Guben/Gubin führende Bahnstraße von den Planern gewählt worden. Die Stadt möchte diese Strecke in das kollektive Blickfeld der Cottbusser bringen, weil die tatsächliche Verbindung zum See eine der Grundvoraussetzungen für die mentale Verbundenheit und Identifikation der Cottbusser mit ihrem zukünftigen "Ostsee" ist.
Auftrag	Die Stadt Cottbus feierte 2006 ihr 850-jähriges Bestehen, und wollte für die Gelegenheit einige Aktionen entlang der Strecke anbieten. K.Feucht und R.Düvell wurden beauftragt, eine Wahrnehmungswerkstatt durchzuführen, um Ideen für diese Aktionen aufzuzeigen.
Teilnehmer	9 Leute. Die Teilnehmer sind von der Stadt eingeladen worden. Sie waren entweder Politiker, Planer, Professoren, Leute aus dem Landkreis oder von der IBA-Fürst-Pückler-Land. Dazu K.Feucht und R.Düvell für die Anregung; Frank Möller wurde von der Agentur beauftragt, die Wahrnehmungswerkstatt zu dokumentieren (Fotos).
Definierter Character für den Ort.	Abschnitt 1: Von Melancholie zur Verheißung Abschnitt 2 : Von der Enge zur Offenheit Abschnitt 3 : Durch die Dünen zum Ostsee
Forme des Ergebnis	Die Wahrnehmungswerkstatt ist bei einem Bericht dokumentiert worden. Das Dokument hat die Originalität, fast nur aus Zitaten zusammengesetzt zu sein (die Gespräche sind während der Wahrnehmungswerkstatt aufgenommen worden).
Bilanz	Die Leistung hat die Wünsche der Stadt erfüllt. Einige von den während der Wahrnehmungswerkstatt ausgedrückten Ideen sind im Rahmen der 850-Jahr-Feier realisiert worden. Das Ergebnis hat also den Auftrag erfüllt, und die Stadt ist zufrieden. Trotzdem merken R.Düvell und K.Feucht, dass diese Erfahrung das Potential der Wahrnehmungswerkstatt noch nicht völlig ausreizt, weil der Auftrag auf ein kurzfristiges Ergebnis zielte.

An diesen Beispielen kann man sehen, dass es schwer ist, das Spontanergebnis der Wahrnehmungswerkstatt dauerhaft zu manifestieren, außer wenn R.Düvell oder K.Feucht selbst die Folgeprojekte organisieren. Die Schwierigkeit besteht darin, dass wenn die Wahrnehmungswerkstätten für einen Augenblick ermöglichen, den sinnlichen Wert des Ortes genau zu ergreifen, das Ergebnis selbst emotionell ist. Nun ist die Materie der Emotionen schwierig zu behalten oder in konkrete Projekte einzufügen.

V. BILANZ NACH ZEHN JAHREN EXPERIMENTIEREN

Die Wahrnehmungswerkstätten wurden vor 10 Jahre erfunden und seitdem auf eine experimentelle Weise entwickelt. Einerseits in Richtung Tourismus, andererseits in Richtung Raumentwicklung. R.Düvell und K.Feucht möchten sie heute in Richtung Stadtplanung entwickeln, als Service für öffentliche Institutionen.

1. Potentiale

Tatsächlich haben die Wahrnehmungswerkstätten ein Potential, um bestimmte Bedürfnisse von Raumplanern zu beantworten:

Instrument für sensible Gutachtung

- Sinnliche Erkundung: Das Spiel, die Anregung und die Inszenierung ermöglichen die Teilnehmer, über ihre eigenen Vorurteile gegen den Ort hinauszugehen, und die besonderen Qualitäten des Ortes herauszufinden. Sie untersuchen und drücken aus, was der Ort bei ihnen für Emotionen und Eindrücke provoziert, wie sie seine Stimmung wahrnehmen.
- Objektive sensible Diagnose: Bei Wiederholung der Wahrnehmungswerkstatt an dem selben Ort, haben R.Düvell und K.Feucht festgestellt, dass ein ähnlicher Charakter herausgefunden wird, wer auch immer in der Runde sitzt. Daher denken sie, dass man für jeden Ort einen objektiven "Genius Loci" bestimmen kann.
- Kreativität: Die Wahrnehmungswerkstätten schaffen einen besonderen Kontext, an einer Stufe des Projektes, wo träumen noch erlaubt ist. Dadurch kann jeder seine Emotionen für den Ort ergreifen. Aus diesen Emotionen entsteht Poesie, Phantasie. Die Ideen, in der Gruppe mitgeteilt, regen einander an...

Instrument für Vermittlung, Anregung

- Bürgerbeteiligung: In der Wahrnehmungswerkstatt versammeln sich Bürger, Unternehmer, Investoren, Politiker, Beobachter... aber im Bereich der sinnlichen Wahrnehmungen existiert kein Fachmann : Jeder ist fähig, den Ort wahrzunehmen, und seine Empfindungen auszudrücken. Es gibt keine Wertung. Die sinnliche und sensible Diagnose eines Ortes ist eine Etappe des Projektes, wo die Bürgerbeteiligung eine breite Bedeutung finden kann.
- Anregungseffekt: Die Wahrnehmungswerkstätten sind dichte, produktive Momente. Nach dem Sitzung ist die Stimmung begeisternd. Die Gruppe hat das Gefühl, dass sie etwas wichtiges in den Händen hält, etwas das man nicht weggeben sollte.

2. Beschränkungen

Klarheit

Die verschiedenen Nutzungsmöglichkeiten der Wahrnehmungswerkstätten wurden in der Konzeptbeschreibung nicht klar benannt. Im Gegenteil, sie vermischen sich und provozieren Verwirrungen, wegen denen die Wahrnehmungswerkstätten unklar bleiben. In dem folgenden Abschnitt aus der Website www.wahrnehmungswerkstatt.de kann man dies nachvollziehen. So wurden die Wahrnehmungswerkstätten den möglichen Auftraggebern präsentiert:

Bei der Wahrnehmungswerkstatt werden sowohl die verborgenen Potentiale eines Ortes als auch die Wünsche und Erwartungen an dessen Entwicklung greifbar. Geliebte und vernachlässigte Räume, tote und belebte Orte sind Spiegel des kollektiven Gedächtnisses und Empfindens ihrer Nutzer. Die Wahrnehmungswerkstatt verschafft einen Zugriff auf diese Wechselbeziehung und spürt den jeweiligen ‚Genius Loci‘, den Geist des Ortes auf. Dies ist besonders zu Beginn eines Gestaltungsprozesses besonders wertvoll.

Als Ergebnis erhalten Sie ein psychogeografisches Ortsgutachten: Sie bietet Ihnen Orientierung für langfristige Planungsentscheidungen. Auf der Basis der kollektiven Wahrnehmung wird ein Konsens über das Ziel der Planung herausgearbeitet und die Eigenschaften künftiger Nutzungen vorgeschlagen.

Darauf aufbauend erstellen wir Konzepte ganzheitlicher Architektur, die auch Zeit, Handlung und Partizipation als Gestaltungsmittel versteht. Aktionen, Installationen und Performance beleben und gestalten Orte.

Dieses Wissen finden heute beispielsweise Anwendung bei den sinnlichen Tagebauerkundungen der Internationalen Bauausstellung in der Lausitz.

Sinnliche Diagnose

Raumentwicklung

Touristische Aufwertung

In diesem Beispiel kann man beobachten, dass die Nutzen für Bürgerbeteiligung, Anregungseffekt und Kreativität nicht präsentiert worden sind. Dafür stellt man als mögliches Ergebnis gleichzeitig den Raumentwicklungsprozess und das Touristische Produkt dar.

Meiner Meinung nach, sieht man hier zwei wesentliche Verwirrungen :

Will die Wahrnehmungswerkstatt ein Instrument oder ein Produkt sein?

Ist die Wahrnehmungswerkstatt eine *Diagnose* (sinnlicher) oder ein *Medikament* (Raumentwicklung/Touristische Aufwertung)? Die Erfahrungen von K.Feucht und R.Düvell zeigen, dass sie beides sein kann. Aber in den Texten greift alles ineinander, und es wird ziemlich schwer zu verstehen, worum es geht.

Kann eine Wahrnehmungswerkstatt nur zu dem Raumentwicklungsprozess Anlass geben, oder kann man sie auch in einem klassischen Projekt benutzen?

Tatsächlich verstehen K.Feucht und R.Düvell Raumplanung im Rahmen der *Raumentwicklung*. Wenn sie eine Wahrnehmungswerkstatt ausführen, verstehen sie sie in ihrer Logik wie die erste Etappe des Raumentwicklungsprozesses. Dabei stellen sie sich die potentiellen Folgen vor, nach den Etappen ihres Raumentwicklungskonzeptes. Deshalb ist es sie ziemlich schwierig, sich davon zu distanzieren und sich andere Projektführungsweisen vorzustellen. In dieser Situation können die Wahrnehmungswerkstätten kein Ergebnis produzieren, welches von anderen benutzt werden könnte.

Ergebnisse

Theoretisch ergibt sich aus der Wahrnehmungswerkstatt kein Dokument oder Abdruck von dem, was währenddessen erarbeitet worden ist. Diese bewusste Wahl leitet sich aus der Konzeptphilosophie ab: das Dokumentieren beschädigt die Intensität des Momentes. Wenn man während der Wahrnehmungswerkstatt versucht, Notizen oder Fotos zu machen, stört das die Konzentration und den Austausch innerhalb der Gruppe. Jeder Abdruck ist wie eine Verbindung nach draußen – ausserhalb des Momentes – und es verursacht eine Störung der Energie, die in der Gruppe entsteht.

Die Wahrnehmungswerkstätten in Cottbus und Großräschen sind mit Mikrofon aufgenommen worden. Daraus haben K.Feucht und R.Düvell eine interessante Form von Dokumentation erarbeitet, und zwar Berichte, fast nur aus Zitat gemacht. Trotzdem sind die Emotion und die Inspiration, die während der Wahrnehmungswerkstatt entstanden sind, nicht richtig in eine Form übersetzt worden, die weiterleitbar wäre.

IDEENERWEITERUNG – BEISPIELE VON ANDERE ERFAHRUNGEN.

Erst werden die verschiedene Aktionen in einer Tabelle zusammengefasst, damit man einen gemeinsame Blick darauf werfen kann. Dann wird jede Aktion ausführlich präsentiert, und mit den Wahrnehmungswerkstätten verglichen. Zum Schluss können wir aus diesen verschiedenen Erfahrungen gemeinsam Probleme analysieren, und mögliche Lösungen herausfinden.

Sensibel		Sensibel und beteiligend			Beteiligend
Name	Mission Ortung(en)	Wahrnehmungswerkstatt	Landschaftsvermittlung	...	On-line Dialog
Autor, Erfinder	Maud Le Floc'h	K.Feucht R.Düvell	Yves Michelin	"Bruit du Frigo" ("Kühlschränklärm") Yvan Detraze Gabi Farage	"Zebralog" Hans Hagedorn Daniela Riedel Matthias Trénel
Wer	Ein technisches Team , ein Künstler, ein Politiker.	Ein Architekt, ein Künstler	Ein Raumplaner	Ein interdisziplinäres Team	Raumplaner, Informatiker
Wo	Frankreich, mittelgroße Städte	Berlin und Umland	Auvergne, ländliche Gebiete.	Bordeaux und Umgebung	Berlin, Hamburg
Wann	2002-2005	Seit 1996	Seit – <i>unbekannt.</i>	Seit 1996	Seit 2004
Was	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Austausch von Ansichten über die Stadt zwischen Künstlern und Politikern. ▪ Forschung für die Bewegungen der Urbanismuspraxis 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gemeinsame Erkundungen der sensiblen Materie eines Ortes ▪ Den besonderen Charakter des Ortes ergreifen. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Förderung von Beteiligungen, mit der Wahrnehmung der Landschaft als Basis für den Dialog. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Anregung von Debatte und Kritikansichten über die Stadt. ▪ Förderung von Bürgerbeteiligungs-prozessen. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dialogführung zwischen Staat und Bürger durch Internet.
Warum	Um neue Arten für die Stadtgestaltung zu fördern, um die Ansichten und Vorstellungen gegenüber der Stadt zu erneuern.	Um Orientierungen für langfristige Planungsentscheidungen herauszufinden.	Um eine gemeinsame Basis für einen Dialog zu erschaffen, um Interesse für den Beteiligungsprozess zu fördern.	Um die Ansichten gegenüber der Stadt immer wieder zu erneuern, um das Projekt in die Hände der Einwohner zu bringen... und sie bestärken, es selbst in die Hand zu nehmen.	Um einen effektiven, aufrichtigen und relativ schnellen Dialog zwischen Bürgern und Entscheidungsnehmern zu ermöglichen.
Wie	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Spaziergang eines Künstlers und eines Politikers zu zweit, ohne Zeugen. ▪ Produktion von "Spuren" (Notizen, Fotos...). ▪ Spiel, Inszenierung 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Arbeit mit sinnlichen Wahrnehmungen ▪ Ausdrücken, Mitteilen der individuellen Wahrnehmung in einer Gruppe. ▪ Spiel, Inszenierung 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Landschaft mit visuellen Instrumenten, welche sich an der "Sprache" des Publikums anpassen, wahrnehmen. ▪ Ein Beteiligung auf dieser Basis anregen. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Veranstaltungen organisieren, welche die Einwohner zu dem öffentlichen Raum befragen. ▪ Schaffen einer Vertrauensbeziehung mit den Einwohnern ▪ Langfristige Arbeit. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Anregung eines On-line Dialoges. ▪ Veranstaltungen im öffentlichen Raum ▪ Ergebnisse austauschen.
Schwierigkeiten	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Unbekannt</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die sensible Materie, in den Projekten übersetzen ▪ Schwierigkeiten, sich mit Politikern auseinander zu setzen. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Unbekannt</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Schwierigkeiten, sich mit Politikern auseinander zu setzen. ▪ Den Beteiligungsprozess bis zu ende zu führen. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Bürger am Dialog zu interessieren. ▪ Die Politiker dahin fördern, die Meinungen der Bürger wirklich zu berücksichtigen.

I. "MISSION ORTUNG(EN)" : EIN POLITIKER, EIN KÜNSTLER, GEKREUZTE STRECKE FÜR EINE SINNLICHE ERKUNDUNG DER STADT.

Das Ziel dieser Aktiv-Forschung ist es, eine sinnliche Ansicht über Stadtplanungen und Stadtforschungen zu initiieren. Das gemeinsame Programm läuft über vier Jahre, in denen 14 "Mission Ortung(en)" geplant werden.

- "Aktiv": Im Lokalmaßstab geht es darum, neue Ansichten und Perspektiven für Politiker und Stadtplaner zu eröffnen
- "Forschung": Darüber hinaus sollen neue Werkzeuge für die Stadtplanung erfunden und eine Debatte über die Zukunft der Stadt angeregt werden

Warum Politiker?

Gewählte Politiker verkörpern die Entscheidungs- und Strategiemacht. Sie werden täglich gegenüber der Stadt gestellt. Sie wurden beauftragt, die Stadt zu verwalten, zu vermenschlichen und zu beleben. Sie haben mit ihr und ihren Bewohnern eine intensive, manchmal vertraute Beziehung entwickelt. Auch wenn es ihnen schwierig vorkommt, die Stadt zu verändern, haben sie ihr gegenüber eine eigene Ansicht, Vision.

Warum Künstler?

Schöpfer, die die Inspiration im Stadtraum finden, wurden gegenüber der Stadt gestellt. Gegenüber ihre Reichtümern, ihren Zwängen. Dort orten sie die Gemütsbewegung und die Empfindlichkeit. Sie ernähren sich von der Stadtumwelt, dechiffrieren das Andenken, die Schönheit, die Topographie. Sie sehen in der Stadt ein mächtiges Symbolager. Sie haben ihr gegenüber eine eigene Ansicht, Vision.

Spielregeln

Um die Verknüpfung zwischen diesen zwei Universen (das Symbolische und das Politische) zu schaffen, hat sich die Idee von einer Gebietsüberfahrt zu zweit – ohne Zeugen – aufgedrängt. Auf diese Weise wurden die Wahrnehmung und der Ausdruck von jedem am besten begünstigt und ein freier kreativer Austausch möglich.

Spuren produzieren

Der Künstler und der Politiker haben die Mission, im Ablauf der Überfahrt eine Reihe von Elementen zu sammeln. Mit Photoapparat ausgerüstet, wählen sie sich **10 Standbilder** aus, welche sie untertiteln müssen. Sie berichten in ihrem Logbuch:

- **10 Eindrücke** : Empfindung, Entdeckung, Bemerkung, Frage...
- **10 Hypothesen** : Ideen, Projekte, Visionen...

Diese anscheinend weder ordentliche noch logische Summe von Augenblicken bildet die sensible Materie der Begegnung. Von dem, was sie zu ergreifen ermöglicht hat.

Vorbereitung

- Das Team führt eine Vorortung durch in der Stadt und trifft Politiker sowie Künstler.
- Ein Leitartikler untersucht die Stadt und ihre Einsätze. Als Ergebnis gibt er eine fünfseitige Zusammenfassung.
- Ein Vertrag und das Material (Photoapparat, leeres Logbuch, Stadtplan und die Zusammenfassung der Leitartikler – welche der Künstler lesen kann, oder nicht) wurden dem Künstler geschickt.

Drehbuch

An Ort und Stelle, läuft Mission Ortung(en) über 5 Tage ab. Eine bewusste, kurze, lebendige, rege und heftige Zeit.

Tag X minus 3 Tage

- Abends: Der Künstler kommt vor dem Rest des Teams an. Ganz sich selbst, der Stadt und seinen Ansichten überlassen. Die weiteren Informationen erhält er später.

Tag X minus 2 Tage

- Erster Ortungstag für den Künstler: Einsame und/oder begleitete Ansicht der Stadt, Begegnungen mit vorher ausgewählten Fachleuten wie ein alter Photograph, ein ausgedienter lokaler Stratege, eine Kneipewirtin... Hiermit erlebt er eine geistige und sinnliche Begegnung mit der Stadt, aber noch mit Stadtplan. Der Künstler schreibt Notizen, macht Photos, skizziert, berichtet seine Eindrücke in seinem Logbuch. Eben so viele Zutaten, um die Dramaturgie zu nähren, welche dem Politiker angeboten werden wird.
- Abends: Das Team kommt an. Sie bereiten offene Fragen vor, die Stadt zu dechiffrieren: "Womit ist die Stadt zeitgenössisch?", "Falls diese Stadt verschwinden würde, was müsste man retten?" usw.

Tag X minus 1 Tag

- Zweiter Ortungstag: Einsame Ortung für den Künstler. Er weiß aber, dass das Team da ist, dass er es um einen Beitrag anhalten kann, besonders um das, was mit der Drehbucheinsetzung zu tun hat.
- Das Team macht auch seine eigenen Ortungen, Interviews und bereitet Technik und Logistik vor.

Tag X

Morgens:

- 10:00 – Der Künstler fängt an. Er hat einen bestimmten Ausgangsort gewählt, den er besonders mag oder den er symbolisch für die Stadt findet z. B. ein Stadttor, eine besondere Sicht u.a. Begegnung zwischen dem Künstler und dem Politiker. Jeder gibt dem anderen ein Geschenk.
- Das Team gibt dem Politiker das Logbuch und einen Photoapparat. Die Spielregeln werden für beide Teilnehmer kurz erläutert.
- 10:00-13:00 – Die Strecke des Künstlers – FIKTION. Der Künstler wählt sich Verkehrsmittel aus: Fahrrad, Moped, Taxi, Karren, nur keinen Hubschrauber.
- 13:00-15:00 – Der Künstler wählt ein Restaurant aus. Beide fangen an ihre Logbücher zu schreiben. Jeder hat vormittags 5 Photos gemacht, 5 Eindrücke und 5 Hypothesen geschrieben.

Nachmittag : Am Nachmittag ist der Politiker dran. Er führt den Künstler durch die Stadt. Jeder macht wieder 5 Fotos, schreibt 5 Eindrücke und 5 Hypothesen.

Tag X + 1 Tag

- *Auswertung* der Erfahrung: Unterhaltung erst mit dem Politiker, dann mit dem Künstler und schliesslich mit den beiden zusammen.
- An diesem Tag gibt der Politiker sein gefülltes Logbuch ab. Er hat die Photos entwickelt und unterteilt. Er kommentiert sie für das Team sowie die Strecke durch die Stadt auf dem Stadtplan.

Folgende Monate

Nach zwei Monaten sollen die Spuren fertig sein. Nach einem Jahr wird eine Bilanz mit allen, die am Projekt teilgenommen haben organisiert.

Mission Ortung(en) // Wahrnehmungswerkstätten:

Gemeinsamkeiten

- Begegnung der künstlerischen und politischen Ansichten.
- Es gibt eine Inzenierung, ein Ritual.
- Stimmung eines einzelnen Momentes, ohne "Zeugen"
- Zielt darauf, Eindrücke und Austrahlungen des Ortes zu ergreifen.

Grundunterschiede

- Das Erkundungsfeld der Mission Ortung(en) ist eine ganze Stadt, das von den Wahrnehmungswerkstätten ist ein bestimmter (begrenzter) Ort.
- Mission Ortung(en) zielt darauf, Spuren zu produzieren.
- Mission Ortung(en) zieht eine Bilanz und ist in ein ganzes Forschungsprogramm integriert.
- Die Wahrnehmungswerkstatt ist eine Gruppenarbeit.
- Die Wahrnehmungswerkstätten zielen auf ein konkretes Ergebnis: Orientierungen für langfristige Planungsentscheidungen.

II. BRUIT DU FRIGO ("KÜHLSCHRANKLÄRM")

Bruit du Frigo ist eine interdisziplinäre Gemeinschaft von acht Fachleuten aus den folgenden Bereichen: Architektur, Stadtplanung, Kunst, Filmkunst, Kommunikation, Geographie, Geschichte, Landschaft, Soziologie, Theatre, Video. Die Einkommen des Vereins kommen zur Hälfte von der öffentlichen Hand (Arbeitsamt, Kulturamt, Landkreis...), die andere Hälfte sind eigene Leistungen.

Seine Aktivitäten sind zwischen Serviceleistung (mit Auftrag, für öffentliche Institutionen) und "Stadtvermittlung" (Aktionen auf eigene Faust, über Themen, die dem Verein wichtig sind) angesiedelt. Die Aktionen und Experimente von Bruit du Frigo können viele verschiedene Formen annehmen. Trotzdem gibt es immer das gleiche Ziel: Diejenigen, die eine Situation umwandeln (Politiker, Planer) und diejenigen, die die Situation leben (Einwohner, Bürger...) miteinander zu verknüpfen. Auf diese Weise werden die verschiedenen Ansichten über den Raum untersucht, besprochen und verbunden. So arbeitet der Verein, um die Gestaltungsformen immer wieder neu zu erfinden und der Eintönigkeit so wie dem Konsumismus auszuweichen.

Manche der Aktionen von Bruit du Frigo sind gezielt. Es sind "Spiele" oder Veranstaltungen in/mit dem öffentlichen Raum. Sie regen die Bürger an, ihre Ansichten und Kritiken über einen bestimmten Ort oder eine bestimmte Situation zu schärfen, damit die Debatte entsteht.

Andere Aktionen sind langfristig gedacht. Sie werden im Auftrag von Politikern geführt und sie integrieren sich in ziemlich weit blickende Stadtprojekte wie die Restrukturierung von Hochhäuserstadtteilen oder schwierigen Kiezen. Bruit du Frigo arbeitet, um die Bürger in diesen Projekten richtig zu beteiligen. Konkret heißt das, dass sie im Kiez präsent sind und dort die Einwohner treffen und zwar unmittelbar im öffentlichen Raum, Kneipe usw. sowie durch Bürgerorganisationen (Kiezausschuß, Vereine...). Es geht erst um das Vertrauen zwischen Bruit du Frigo und den Einwohnern zu entwickeln, die Einwohner für die Gestaltungsprojekte zu interessieren und die verschiedene Ansichten zu ernten. So entsteht eine kollektive und geteilte Diagnose. Diese Arbeit wird mit einer bunten Palette von kulturellen und künstlerischen Instrumenten geführt sowie mit Spielen oder kurzlebigen Raumgestaltungen. Bruit du Frigo geht davon aus, dass man 3-4 Jahren mit den Leuten vor Ort arbeiten sollte, bis sie konkrete Projekte formulieren können.

Bruit du Frigo trifft bis heute auf Schwierigkeiten, diese Beteiligungsprozesse zur Konkretisierung zu führen. Die Politiker nehmen diese Methode schwerlich an. Es dauert für sie zu lange bis ein konkretes Ergebnis zu sehen ist und vielleicht gibt sie den Bürgern zu viel Platz im Entscheidungsprozess. Bruit du Frigo fühlt sich von den Politikern missverstanden, auch manchmal betrogen. Tatsächlich sind sie mehrere Male von Politikern beauftragt worden, eine Bürgerbeteiligung durchzuführen, aber im Laufe des Prozesses haben sich die Politiker zurückgezogen, die Arbeit an sich gezogen und den Verein bewusst von den Beteiligungsprozessen ausgeschlossen.

In seinen Erfahrungen beobachtet Bruit du Frigo eine große Heimatverbundenheit in der Bevölkerung mit ihrem Ort. Er bemerkt, dass die Leute sich von Umweltthemen (z. B. Parks anlegen) betroffen fühlen und dass Sicherheitsthemen wenig erörtert werden. Bruit du Frigo ist der Meinung, dass die Politiker Beteiligung mit Kommunikation verwechseln. Der Beitrag der Bürgerbeteiligung in der Stadtpolitik wird unterschätzt sowie die Leistungen,

Kompetenzen und der Arbeitsaufwand, die notwendig sind, um eine Beteiligung zu erreichen. Dafür geben die Politiker viel Geld für die Kommunikation (Werbung, Plakate) aus.

Bruit du Frigo // Wahrnehmungswerkstatt

Gemeinsamkeiten

- Kunst und Kultur als Vermittlungs-, Anregungs- und Diagnosmittel für die Raumgestaltung benutzen.
- Die Projekte sind von Architekten geführt.
- Interessieren sich besonders für vernachlässigte Orte
- Schwierigkeiten mit Politikern wegen anderen Ansichten (kurz- / langfristig, Pragmatismus / Poesie).
- Arbeit von den Politikern nicht genug anerkannt, oder ernst genommen.
- Schwierigkeiten, den Prozess so weit zu führen, dass die sensible Materie hineingefügt werden kann.

Grundunterschiede

- Die Wahrnehmungswerkstätten betreffen mehr das Thema Wahrnehmung, während Bruit du Frigos Ziel eher die Beteiligung ist.
- Man benutzt für die Wahrnehmungswerkstätten immer die selbe bestimmte Methode, während Bruit du Frigo jedes mal einen neuen Eingriff oder eine neue Erkundung erfindet.
- Bruit du Frigos Team ist größer und interdisziplinär.

III. LA MÉDIATION PAYSAGÈRE ("LANDSCHAFTSVERMITTLUNG")

Im Gegenteil zu den bisher präsentierten Experimenten, benutzt die Landschaftsvermittlung nicht Kunst und Kultur. Ausserdem ist diese Methode für ländliche Gebiete gedacht (von Yves Michelin im Regional Naturpark der Vulkane von Auvergne). Die Methode kann einem von den ersten beiden philosophisch entfernt vorkommen, doch ich wollte sie präsentieren, weil es auch um einen Dialog über die Wahrnehmung der Landschaft geht, welcher darauf zielt, gemeinsame und sinnvolle Projekte aufzubauen.

3. Landschaft und Vermittlung

Nach Michelins Meinung ist die Landschaft zweiseitig.

Objectiv: "Die Landschaft ist ein Bild, das eine Menge Sachen zusammen darstellt."

Ein Gebiet ist ein physikalischer Kontext: ein Relief, ein Klima, ein Boden; wo Wachstum stattfindet, Tiere leben und Menschen sich beschäftigen. Diese verschiedenen Komponenten der Landschaft beeinflussen sich gegenseitig. Es bildet sich ein komplexes System, dessen Gang und Entwicklung schwer zu verstehen sind. Als einfaches Bild hilft die Landschaft dieses komplexe System zu erfassen.

Subjectiv : "Die Landschaft wird von dem Beobachter wahrgenommen. "

Der Beobachter nimmt die Landschaft wahr:

- gemäß seiner Kenntnisse (bevor sie verstehen, das die Hügeln in Auvergne tatsächlich wütende, aber eingeschlafene Vulkan sind, fanden die Menschen diese Landschaft eher langweilig)
- gemäß seiner Heimatverbundenheit (dem Land, das mir gehört, gebe ich mehr Wert als dem anderen),
- gemäß seiner Raumnutzung (der Bauer hat eine andere Ansicht als der Bankier),
- gemäß seines ästhetischen Sinnes.

Jeder bekommt ein unterschiedliches Bild von seinem Lebensraum.

Die Landschaftsvermittlung zielt darauf, dass gemeinsame Projekte für das Gebiet entstehen. Sie benutzt das objektive Bild der Landschaft als Eingang, um das System zu erfassen und ihre subjectiven Darstellungen als Basis, um den Dialog zwischen verschiedenen Menschen zu ermöglichen. Die unterschiedlichen Wahrnehmungen zu zeigen und zu erklären, ermöglicht die Unterschiede zwischen den Akteuren zu benennen, ohne sie zu verurteilen. Da fängt das Verstehen füreinander an und die Zusammenarbeit wird dann erst möglich.

4. Instrumente, um den Wahrnehmungsausdruck zu fördern

Um die Wahrnehmungsausdrücke zu fördern und zu bereichern, hat Michelin mit seinem Team visuelle Instrumente hergestellt, die sich an der Sensibilität, an der besondere "Sprache" jedes Akteurs anpassen. Das Zusammenspiel aus Kommentaren und Bildern ergibt eine Wahrnehmung, die komplex ist und mehr herausgearbeitet hat, als die, die man nur durch Gespräche erhalten kann.

Beispiele:

Eine Gruppe von Politikern wird gebeten, eine Liste von Fragen mit Fotos zu beantworten. Die Frage: Welches Bild würden sie mitnehmen, wenn sie plötzlich ihre Heimat verlassen sollten? Was gehört Ihrer Meinung nach in der Landschaft zur Vergangenheit? Welches Bild sollte man zeigen, um Werbung für ihr Gebiet zu machen? Jeder Teilnehmer kommentiert dann seine Bilder.

Mit Landwirten wird man lieber 3D Schema von dem Gebiet benutzen, welche besser ihrer funktionellen Ansicht entsprechen. Der Landwirt kann das Schema korrigieren, bestimmen und auf diese Weise seine eigene Darstellung des Landes zeigen: Was ist für ihn wichtig? Was strukturiert das Land?

Landschaftsvermittlung // ateliers de perception

Gemeinsamkeiten

- Die Wahrnehmungen des Ortes als Vermittlungs- und Anregungsmittel für die Raumgestaltung benutzen.
- Die Annahme, dass die Wahrnehmungen selbst ein Teil der Landschaft sind, und dass die Bearbeitung dieser Wahrnehmungen schon ein Gestaltungsmittel ist.
- "bei der Wahrnehmung hat jeder für sich recht"
- Die Überlegung, dass sich durch den Dialog - durch die Mitteilung der eigenen Wahrnehmungen - die Wirklichkeit des Ortes konstruiert.

Grundunterschiede

- Die Landschaftsvermittlung teilt die Phase "Wahrnehmungen sammeln" von der Phase Mitteilung / Vermittlung.
- Die visuellen Instrumente der Landschaftsvermittlung sind je für ein bestimmtes Publikum überlegt worden. Die Wahrnehmungswerkstätten hingegen sind eine Gruppenarbeit für alle.
- Die Landschaftsvermittlung ist in einem kompletten Raumplanungsprozess integriert.
- Die Wahrnehmungswerkstätten zielen darauf ab, Vorurteile, Vormeinungen und Vorstellungen über den Ort zur Sprache zu bringen, damit man diesen daraufhin neu wahrnehmen kann. Die Landschaftsvermittlung hingegen zielt darauf ab, Vorurteile, Vormeinungen und Vorstellungen über den Ort greifbar zu machen, damit jeder die Ansicht der anderen verstehen kann, und dadurch ein Dialog ermöglicht wird.

IV. ONLINE DIALOG

Zebralogs Ziel ist es, die Beziehungen und den Wissensaustausch zwischen Politik und Bürgern, zwischen Repräsentanten und Repräsentierten zu stärken. Dafür benutzt Zebralog das interaktive Potenzial des Internets.

Die Methode gliedert sich in drei Phasen :

Dialog vorbereiten

Ausgangssituation analysieren und verstehen, Zielsetzung des Dialogs mit dem Projektpartner gemeinsam entwickeln, Dialogablauf planen und in die Entscheidungsprozess von Politik und Verwaltung einbetten, technische Plattform gemäß der Projektforderungen anpassen.

Debatte anregen

Die Debatte ist Zeitbegrenzt (z.B. 15 Tage). Die Anregung der Debatte nimmt zwei Formen an:

- Online moderieren: Inhalte als Grundlage für die Diskussion moderieren, unterschiedliche Sichtweisen zusammenbringen, Konflikte entspannen, Informationen beibringen um die Fragen der Teilnehmer zu beantworten.
- Veranstaltungen in dem öffentlichen Raum organisieren: um die Einwohner zu informieren, damit sie an dem Dialog teilnehmen.

Ergebnisse kommunizieren

Kernergebnisse den Entscheidungsträgern präsentieren, Entscheidungen und ihre Begründung an die Teilnehmer rückkoppeln.

Zebralog // Wahrnehmungswerkstätten

Zebralog konzentriert sich nur auf die Bürgerbeteiligung, durch das Internet. Daher sind seine Aktionen von dem Ort und von den Wahrnehmung entfernt. Es hätte also wenig Sinn, Zebralogs Aktionen mit die Wahrnehmungswerkstätten zu vergleichen.

Was mich hier interessiert, ist eher wie diese beiden Arbeitsweisen sich gegenseitig ergänzen: Die Schwierigkeit für Zebralog ist es, die Leute zur Beteiligung zu bringen. Dafür organisieren sie öffentliche Veranstaltungen. Damit diese Aktionen kreativ und treffend sind, brauchen den Beitrag von professionellen Veranstaltern.

V. ANALYSE: DIE FEHLENDEN BRÜCKEN

In diesen Experimenten sowie in K.Feuchts und R.Düvels Wahrnehmungswerkstätten kann man beobachten, dass zwischen den sensiblen Materie, der Beteiligung, und dem Projekt selbst "Brücken" fehlen. Einige (wie K.Feucht und R.Düvell) können die sensible Materie sehr gut aufnehmen, andere (wie Zebalog) sind Spezialisten für die Bürgerbeteiligung. Es gibt natürlich auch manche, die Entscheidungen treffen. Selten jedoch gibt es Erfahrungen, bei denen all diese Elemente zusammengebracht werden.

	Wer ist Spezialist?	Worum geht es?	Welche Schwierigkeiten gibt es?
Sensible Materie	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Künstler 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Empfindungen, Sinneseindrücken und Erinnerungen. ▪ Der besondere Charakter des Ortes. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Den sensiblen Materie eine Form geben, die man weiterleiten kann. ▪ Sensible Materie in der Wirkung zu übersetzen.
Die Bürgerbeteiligung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Engagierte Leute ▪ Anregende 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Meinungen ▪ Begeisterung, die ein Projekt zum leben bringen kann. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Das Interesse der Bürgern anregen. ▪ Genug Zeit zu haben ▪ Die Beteiligung bis zum Projektabschluss aufrechtzuerhalten
Die Entscheidungen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Politiker ▪ Investoren 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Programm ▪ Fristen ▪ Budget 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Den Projekten Sinn geben ▪ Nachhaltige Entwicklung schaffen

Wer und Worum

Die Spalten *Wer* und *Worum* klären die Gründe, warum es so schwierig ist, diese verschiedenen Elemente zusammen in ein Projekt zu bringen. In der Spalte *Wer* fehlen das Vertrauen und das Verständnis zwischen den Projektteilnehmern. Künstler und "engagierte Leute" haben zu wenig Kenntnisse der Bedürfnisse und Zwänge der Politiker. Sie unterschätzen die Richtigkeit der Forderungen der Politiker für die Schärfe und die Klarheit einer Beweisführung. Andererseits unterschätzen die Politiker wie viel Bürgerbeteiligung und die sensible Materie – also z.B. Wahrnehmungswerkstätten - zu dem Projekt beitragen können. Sie nehmen die künstlerische Arbeit im Bereich Raumgestaltung nicht ernst genug und gehen davon aus, dass die Künstler wenig Ahnung von Realität haben.

Tatsächlich heißt Realität für die Entscheidungsträger: "Programm, Fristen und Budget". Diese Realität ist extrem Kompliziert; Hier stehen finanzielle Interessen und Verhandlungen im Vordergrund, mit sozialen und wirtschaftlich verarbeiteten Programmen, mit Verantwortungen... In dieser Realität ist die Durchführung eines Projektes ein strategisches und gefährliches Unterfangen, bei dem die Wörter Emotion, Spiel und Sensibilität einen geringen Stellenwert einnehmen. Bei dieser Komplexität scheint eine mehrere Jahre andauernde Bürgerbeteiligung unmöglich.

Gemeinsame Lösungen

Die dritte Spalte zeigt, dass trotz all ihrer Schwierigkeiten einander zu verstehen, diese verschiedene Akteure einander brauchen. Wegen ihren Einsätzen und Zwängen haben die Entscheidungsträger große Schwierigkeiten, den Sinn ihrer Projekte beizubehalten. Die Bürgerbeteiligung und die sensible Materie wäre dafür hilfreich. Aber wie kann man zwischen diesen entfernten Welten Brücken schaffen? (Diese Frage animiert das Experiment Mission Ortung(en))

Ich glaube, dass Experimente, die Erkundungen von sensible Materie und Bürgerbeteiligung zu kombinieren, wie es die Landschaftsvermittlung oder Bruit du Frigos Arbeit vormachen, interessante Ergebnisse erreichen.

ORIENTIERUNGSVORSCHLÄGE: WIE KANN MAN DAS POTENTIAL DER WAHRNEHMUNGSWERKSTÄTTEN FÜR DIE RAUMPLANUNG ENTWICKELN?

I. SCHNELL EINSETZBARE VORSCHLÄGE

Die folgenden Vorschläge können ohne großen Aufwand mit den aktuellen Mitteln der Agentur umgesetzt werden. Sie zielen darauf ab, die Klarheit der Wahrnehmungswerkstätten zu verbessern.

1. Die Beschreibung des Produktes im Verhältnis zu den Kenntnissen und Bedürfnissen der Planer leichter verständlich strukturieren.

Die zehnjährigen Erfahrungen von K.Feucht und R.Düvell zeigen, dass die Wahrnehmungswerkstatt bestimmte Bedürfnisse in Raumplanung entspricht. Die Methode hilft einer sinnlichen Erkundung eines Ortes für eine objektive sensible Diagnose, fördert Kreativität und Bürgerbeteiligung und spielt eine Anregungsrolle. Die aktuelle Kommunikation ermöglicht aber dem Raumplaner oder dem Politiker nicht, die möglichen Beiträge der Methode zu erfassen. Ich glaube, die Kommunikation könnte konkreter sein und die Potentiale, welche ich auf Seite 16 aufgelistet habe, einfacher präsentieren. Allgemein wäre es meiner Meinung nach für das Team interessant, ihre Kenntnis und ihr Verständnis der Bedürfnisse der Politiker und Raumplaner gründlich zu untersuchen.

Man kann sich z.B. einen Workshop mit Studenten in Raumplanung vorstellen. Erst wäre ein Wahrnehmungswerkstatt mit einer Klasse organisiert. Dann könnte eine Gruppenarbeit angeregt werden, zum Thema "Als Instrument, wie entspricht die Wahrnehmungswerkstatt den Bedürfnissen der Raumplaner? In welchen Zusammenhängen könnte man sie benutzen?" So ein Workshop wäre für beide Seiten sinnvoll:

- Die Studenten könnten eine innovative Methode für die Arbeit mit der sensiblen Materie eines Ortes entdecken. Dabei hätten sie eine Gelegenheit ihre Vorstellungen über die Raumplanung zu erweitern.
- K.Feucht und R.Düvell würden ihrerseits interessante Ansichten über ihre Arbeit erhalten. Außerdem wäre es als "Werbung" für das Instrument interessant: wenn einige Studenten oder Professoren von der Methode begeistert werden, werden sie diese auch weiterleiten. (Dann könnten sich auch Praktikanten bewerben :-). Es könnte auch ein Schritt in Richtung einer "Schule für Raumentwicklung" sein...

Das Team der Raumwahrnehmer könnte ihre Kenntnis der Arbeit der Raumplaner und Politiker auch durch Zusammenarbeit mit anderen bureaux d'études erhöhen. Die Zusammenarbeit mit ZebraLog, dessen Team mehr mit Politiker arbeitet, geht z.B. in diese Richtung. In diesem Fall wäre es interessant eine Bilanz zu ziehen: was ist in der Arbeit der Agentur hilfreich gewesen? Was wurde schlechter angenommen? Aus welchen Gründen?

Das Team könnte sich auch wachsen lassen, um interdisziplinärer zu werden.

2. Konkrete Ziele einsetzen

Die Beispiele von Böblingen und Cottbus zeigen, dass es für die Wahrnehmungswerkstatt eine Nachfrage gibt, welche nicht auf ein langfristiges, sondern auf ein kurzfristiges und konkretes Ergebnis abzielt (in diesen Fällen eine Debatte anregen und die Kreativität für Veranstaltungen fördern). Solche konkreten Aufträge sind meiner Meinung nach die größte Entwicklungsperspektive für die Wahrnehmungswerkstätten in ihrer aktuellen Form.

Man könnte theoretisch aus den Wahrnehmungswerkstätten viel mehr herausziehen, aber ich glaube nicht, dass drei Stunden Workshop ausreichen (wie intensiv sie auch sein mögen), um eine Orientierung für langfristige Planungsentscheidungen zu bestimmen. R.Düvell und K.Feucht benutzen z.B. viel mehr als eine dreistündige Wahrnehmungswerkstatt in ihren eigenen Projekten, um den Charakter des Ortes zu erfassen und ihn im Projekt zu übersetzen. Diese Arbeit beruft sich auf zehn Jahre Erfahrung und Experimentieren mit ihrer Methode. Ein anderer Raumplaner kann sich das, was eigentlich eine komplette Methode ist, nicht in drei Stunden aneignen.

Schlichte Ergebnisse für die Wahrnehmungswerkstatt zu erzielen öffnet also neue Entwicklungsperspektiven. Die Methode ist für solche konkreten Ziele auf jeden Fall effektiv und das kann jeder begreifen. Ich habe fünf verschiedene Beiträge von der Wahrnehmungswerkstatt beobachtet:

- Die sinnliche Erkundung
- Eine objektive sensible Diagnose
- Die Förderung von Kreativität
- Die Förderung eines Dialogs in einem Bürgerbeteiligungsprozess
- Der Anregungseffekt (zieht Interesse zu einem Ort oder Projekt hin)

Cottbuss Auftrag bezog sich auf die Förderung der Kreativität. In Böblingen ging es eher um Anregungen. Man müsste es mehr untersuchen, aber spontan würde ich sagen, dass die East Side Gallery eine sinnliche Erkundung braucht, Zebralog die Förderung eines Dialogs, und das Institut für Neue Industriekultur (INIK e.V) in Forst eher einen Anregungseffekt. Die Aufträge auf dieser konkreten Basis im Vorfeld mit dem Auftraggeber zu klären ermöglicht die Erwartungen aller Beteiligten besser zu erfassen und ein gezieltes Angebot aufzubauen. Dann wird es auch leichter zu messen und beweisen sein, wie richtig die Wahrnehmungswerkstatt ihrem Auftrag erfüllt hat.

II. WEITERBLICKENDE VORSCHLÄGE

Die folgenden Vorschläge bedeuten mehr Aufwand, und gliedern sich daher in eine längerfristige Perspektive ein. Es geht dieses mal darum, die gemeinsamen Potentiale der Wahrnehmungswerkstatt in einem Raumplanungsprojekt zu verwenden.

3. Aus dem emotionalen Ergebnis erkennbare Spuren produzieren

Nach der Konzeptphilosophie beschädigt das Dokumentieren die Intensität des Momentes. Trotzdem habe ich festgestellt, dass wenn Spuren (wie ein Skizze, oder ein Gedicht) während der Wahrnehmungswerkstatt doch produziert worden sind, diese für R.Düvell und K.Feucht sehr wertvoll sind. Auch sind die Broschüren, welche die Wahrnehmungswerkstätten von Böblingen und Cottbus dokumentieren, interessanterweise fast nur aus Zitaten gemacht.

Ich wäre also der Meinung, dass die Wahrnehmungswerkstatt darauf abzielen könnte, die Inspiration des Momentes in Spuren zu verwandeln, ohne dass sie dabei unbedingt beschädigt werden würde.

Man könnte sich z.B. eine ein- bis zweitägige Wahrnehmungswerkstatt oder ein "Wahrnehmungsseminar" vorstellen. Erst wäre eine Wahrnehmungswerkstatt wie wir sie kennen organisiert. Dann würden die Teilnehmer daran arbeiten, ihrer Wahrnehmung eine Form zu geben: Texte, Musik, verrückte Gestaltungsvorschläge, Theater, Fotos, Malerei, Pläne, Geschichte, Tanz... Diese Spuren würden unmittelbar aus der Inspiration und der Energie (durch der Wahrnehmungswerkstatt entstanden) herauskommen. Zusammen wären sie wie ein Portrait des "Genius Loci", den man zeigen kann; der anderen Leute auch berühren könnte.

Einige Erfahrungen, wie die Kooperation in Großrächen mit Jürg Montalta für das Theaterstück "alles verloren – alles gewonnen?" gehen sogar darüber hinaus, und öffnen noch größere Perspektiven. Das Ergebnis einer Wahrnehmungswerkstatt könnte den Ort selbst bekleiden. Es könnte entwickelt werden.

4. Die Wahrnehmungswerkstätten in einen kompletten Beteiligungsprozess als Vermittlungsinstrument integrieren

Es könnte sehr interessant sein die Arbeit mit den Wahrnehmungswerkstätten in ein ganzes Raumplanungsprozess einzufügen, so wie Bruit du Frigo es macht. Das bedeutet, eng mit öffentlichen Strukturen zu arbeiten, ebenso wie in Partnerschaft mit anderen Planungsbüros. Die Erfahrung mit der IBA Fürst-Pückler-Land und der sinnlichen Tagebauerkundung geht in diese Richtung. In weniger weitblickenden Projekten könnte die Arbeit mit Wahrnehmungen mehr Verantwortung und Einwirkungen haben.

Nehmen wir das Beispiel der Umgestaltung des Mauerstreife Bernauer Straße, an der die Agentur schon gearbeitet hat. In diesem fiktiven Beispiel sagen wir, dass das Projekt ganz am Anfang ist, und dass der Berliner Senat bereit ist, mit einer neue Art von Bürgerbeteiligung zu experimentieren. ZebraLog und die Agentur für Kunst und Architektur könnten ein gemeinsames Angebot führen: Eine Bürgerbeteiligungsphase, welche über einen Zeitraum von zwei Jahren anstelle von zwei Wochen laufen würde.

So könnte sich z.B. der Bürgerbeteiligungsprozess gliedern:

- Ziele und Spielraum zusammen mit dem Senat festlegen: Ein Programm, ein Budget und Fristen sollen bestimmt werden. Auch ist es wichtig im Vorfeld zu analysieren: welche Bedingungen hat der Senat? Wie weit können die Bürger das Projekt beeinflussen?
- Eine Untersuchungsphase, um herauszufinden, welche Wahrnehmungen, Erinnerungen und Erwartungen mit dem Raum verbunden sind, wo gleichzeitig:
 - Wahrnehmungswerkstätten und Wahrnehmungsreisen mit den Bürgern und verschiedene Akteuren (Unternehmer, Touristen, Politiker, Sportler, Kinder organisiert werden.
 - Veranstaltungen über die Geschichte der Mauer organisiert werden (Ausstellungen, Theater Stück, Filmen...)
 - Vor Ort öffentliche Debatten stattfinden (nach einem Film z.B.)
 - Ein Dialog online geführt wird.
- Eine Phase kurzlebiger Gestaltungen. Die Untersuchungsphase ermöglicht es, die Erwartungen, Kontroversen, wirtschaftliche Interessen usw., die es gegenüber dem Ort gibt, zu begreifen. Daraus kann man kurzlebige Gestaltungen aufbauen, um Ideen zu testen, um zu provozieren, um zu spielen... Währenddessen könnte der Dialog weitergeführt werden, damit die Bürger gleichzeitig reagieren können. Diese Gestaltungen können von dem Team (Zebalog und die Agentur) gebaut werden, oder zusammen mit Bürgern (Jugendliche, lokale Künstler, Verkäufer...). Daraus kann langsam ein langfristiges Projekt entstehen.

Eine Handlungsphase, wo das Projekt, dass durch die Bürgerbeteiligung entstanden ist, dem Senat vorgeschlagen wird. In dieser Phase muss man das Projekt wieder bearbeiten und anpassen.

Zum Schluss

Die Wahrnehmungswerkstatt hat, denke ich, ein großes Potential im Rahmen der Raumplanung. Um sie zu entwickeln, ist es wichtig, die Bedürfnisse der Politiker und Raumplaner zu analysieren, und darauf die Kommunikation und die Ergebnisse anzupassen. Lohnenend wäre, die Aufträge mit den Auftraggeber im Vorfeld genau zu bestimmen um mehr konkrete Ergebnisse zu produzieren. Das heisst sicherlich mehr "Büroarbeit" vor und nach dem Veranstaltung, aber dadurch könnten die Wahrnehmungswerkstätten zu mehr Geltung gelangen.

Seit zehn Jahre wurde mit den Wahrnehmungswerkstätten in vielen verschiedenen Zusammenhängen experimentiert. Es besteht auch das Potential; dass sich die Wahrnehmungswerkstatt in verschiedenen Richtungen entwickeln und neue Formen annehmen kann. Ich sehe es als wichtig an, wie K.Feucht und R.Düvell es bisher machen, eine Forschungs- und Entwicklungsdynamik zu behalten, ich meine damit, die Wahrnehmungswerkstatt nicht als fertiges Produkt zu sehen, sondern als Dauerexperiment.

Die Beobachtung der Wahrnehmungswerkstätten hat mich viel gelehrt. Ich habe meine Vorstellungen der Raumplanung erweitern und bereichern können. In der Zukunft wird für mich diese Arbeitsweise mit Sicherheit hilfreich sein und ich werde mich durch dieses Feld auch weiterhin motivieren lassen.

Bibliographie

- "Raumentwicklung Kulturforum", Diplomarbeit in Architektur, Rainer Düvell, 1998.
- Spaziergänge im Tagebau, Konzeption. Bertram Weisshaar
- Sinnliche Tagebauerkundungen – Künstlerisches Konzept für geführte Erkundungen durch die Tagebaufolgelandschaft des Tagebau Meuro, Karsten Feucht für IBA Fürst-Pückler-Land, Juni 2002
- IBA-Halbzeitdokumentation 2000-2010, die Internationale Bauausstellung (IBA) Fürst-Pückler Land, 2005.
- Der Bericht der strategischen Kommission, Internationale Bauausstellung (IBA) Fürst-Pückler Land, November 2000.
- Guide méthodologique du travail en commun, Institut Atlantique d'Aménagement des Territoires, april 2005.
- Diplomarbeit von Amandine Lebert, Ecole Polytechnique de Tours – Département Aménagement, 2005.
- Broschüre und Texte der Agentur für Kunst und Architektur (zwischen 1999 und 2006)
- Webseite (zwischen Juni und September 2006)
 - www.ortkultur.de
 - www.wahrnehmungswerkstatt.de
 - www.lafabrik.de
 - www.lausitzwerktatt.de
 - www.missionreperages.fr
 - www.Zebralog.de
 - www.e-partizipation.de

Ein großes Dankeschön an Rainer Düvell und Karsten Feucht für ihren Empfang, ihre Begleitung und ihre Beistand. Vielen Dank auch an die Mitarbeiter von La Fabrik und der Lausitzwerkstatt, für ihren Empfang und ihr Vertrauen.

Ich bedanke mich tausend Mal bei Max, Alan, Franziska und Jette, die mich geduldig nachgelesen und korrigiert haben.

Danke an Herr Jean Paul Carrière, den Begleitprofessor dieser Arbeit

Ein ganz besonderen Dank auch an Cathy Savourey und Jeanine Marchand, dass sie in unsere Ausbildung Spiel, Spaß und Wahrnehmungen integriert haben!

Und Danke an dich, der mich liebt ;-)

Gliederung

Einführung p.3

**DIE AGENTUR FÜR KUNST UND ARCHITEKTUR:
STRUKTUR UND TEAM** p.4

THEORETISCHE GRUNDLAGEN: DIE "RAUMENTWICKLUNG" p.5

**RAUMENTWICKLUNGSPROJEKTE
(LA FABRIK & LAUSITZWERKSTATT)** p.7

I. LA FABRIK : "HAUS FÜR KUNST, KULTUR UND BEGEGNUNG" p.7

- 1. Die seit 10 jährige Entwicklung des Projektes gliedert sich in drei Periode p.7
- 2. Eine Vision, die Gestalt annimmt... p.8

II. LAUSITZWERKSTATT p.10

- 1. Zusammenhang des Projektes:
Die Lausitz und die Internationale Bauausstellung p.10
- 2. Projektsentwicklung zwischen 2003 und 2006 p.11

**RAUMWAHRNEHMUNG: WAHRNEHMUNGSWERKSTATT
(ODER "WAHRNEHMUNGSREISE")** p.12

I. ABLAUF p.12

II. "ZUTATEN" p.13

Gliederung

Einführung p.3

DIE KOMMUNIKATION p8

- 1. DIE AKTUELLE KOMMUNIKATIONSTRATEGIE REPRÄSENTIEREN p.9
- 2. ZUM THEMA "KOMMUNIKATION" p.9
- 3. KOMMUNIKATIONSTRATEGIE BEARBEITEN p12
- 4. MEINE ANALYSE p.13

DIE ABSCHÄTZUNG DES PROJEKTES p15

- 1. JEDER SEINEN EINDRUCK AUSDRUCKEN. p16
- 2. DIE VISION GEMEINSAM DEFINIEREN p16
- 3. ABSCHÄTZEN: WELCHE SCHRITTE SIND GESCHAFFT? WELCHE SIND DIE NÄCHSTE? p.19
- 4. MEINE ANALYSE p19

DIE PERSPEKTIVEN SICHERN p.23

- 1. "WAS SIND DIE GRÜNDE FÜR DIE UNSICHERHEIT IN DEM PROJEKT LAUSITZWERKSTATT ?" p.25
- 2. "WELCHE VORSICHTMAßNAHMEN KÖNNEN DIE UNSICHERHEITEN AUSGLEICHEN?" p.27
- 3. MEINE ANALYSE p.30

WAS BIETEN WIR? p.32

- 1. PRODUKT BESCHREIBUNG p.32
- 2. WAS IST UNSERE POTENTIAL? p.33
- 3. MEINE ANALYSE p.33

Zum Schluss p.34

Gliederung

Einführung p.3

DIE ZEHN JÄHRIGEN ENTWICKLUNG DER WAHRNEHMUNGSWERKSTATT p.4

I. ENTSTEHUNG ZWISCHEN TOURISMUS UND RAUMENTWICKLUNG p.4

II. ENTWICKLUNG IN RICHTUNG TOURISMUS p.6

- 1. Die Lichtung im Großstadtdschungel p.6
- 2. "Sinnliche Tagebauerkundung" im Tagebau *Meuro* in Großräschen p.7

III. ENTWICKLUNG MIT DER RAUMENTWICKLUNG p.11

IV. WAHRNEHMUNGSWERKSTÄTTEN, INSTRUMENT FÜR STADT- UND RAUMPLANUNG? p.14

- 1. Schlossberg Böblingen p.14
- 2. Cottbus p.15

V. BILANZ NACH ZEHN JAHRE EXPERIMENT p.16

IDEENERWEITERUNG: BEISPIELE VON ANDERE ERFAHRUNGEN p19

I. "MISSION REPÉRAGE(S)" (= "MISSION ORTUNG-EN") p.21

II. "BRUIT DU FRIGO" (= "KÜHLSCHRANKSLÄRM") p.24

III. "MÉDIATION PAYSAGÈRE" (=LANDSCHAFTSVERMITTLUNG) p.26

IV. ONLINE-DIALOG p.28

V. ANALYSE: DIE FEHLENDEN BRÜCKE p.29

VORSCHLÄGE p.31

I. SCHNELL EINSETZBARE VORSCHLÄGE p.31

- 1. Die Kommunikation und der Produkt im Verhältnis zu den Bedürfnisse der Planern strukturieren p.31
- 2. Konkrete Ziele einsetzen p.32

II. WEITBLICKENDER VORSCHLÄGE p.33

- 1. Aus dem Emotionellen Ergebnis weiterleitenbare Spuren produzieren p.33
- 2. Die Wahrnehmungswerkstätten in ein komplette Beteiligung Prozess als Vermittlungsinstrument integrieren p.33

Zum Schluss p.35

Intro

Le thème qui m'a intéressée dans mon sujet de recherche est celui de la combinaison d'une approche sensible et d'une approche participative pour la conception d'un projet d'aménagement.

Un lieu n'est pas fait que de matériaux comme pierre, bois, plastique ou béton; il est fait aussi d'émotions, de ressentis ou de souvenirs... C'est ce que j'entends par matière sensible. Ce matériau particulier est difficile à prendre en compte dans la réalisation d'un projet d'aménagement. Pour K.Feucht, la difficulté réside dans le fait que la matière sensible ne permet pas de définir des orientations concernant le "quoi", qu'est-ce qu'on va faire ou construire sur ce lieu? Mais des orientations concernant le "comment". Quelle est l'ambiance, le magnétisme dégagé par le lieu, quel est son caractère qu'il faudrait respecter quelle que soit la réalisation choisie.

On remarque que cette matière sensible est par nature fortement liée au vécu des gens. Pour cette raison, la recueillir et l'intégrer dans un projet d'aménagement permet déjà l'intégration des citoyens dans le projet. Si on prend le thème dans l'autre sens, c'est-à-dire que l'on veut faire participer les citoyens à un projet; s'intéresser à leur ressenti est un moyen efficace pour susciter leur intérêt au débat et enrichir leur expression.

Pour ces raisons, j'ai le sentiment que la combinaison d'une approche par le sensible avec une approche participative porte un grand potentiel pour l'aménagement de l'espace. Mon travail a porté tout d'abord sur l'étude de l'outil ateliers de perception. Ensuite j'ai mis cet outil en perspective avec d'autres expériences, soit d'une approche sensible, soit d'une approche participative, soit d'un croisement des deux. Le recoupement de ces différentes expériences permet de faire ressortir des variables sur lesquelles on peut jouer, et de dégager des combinaisons intéressantes.

[un attrait pour les lieux délaissés](#)

Analyse comparative

Parmi les différentes expériences que j'ai observées, j'ai distingué des traits communs:

Au niveau de la méthode:

Le jeu, la mise en scène éphémère du lieu sont souvent utilisés et le caractère sensible du lieu est souvent exploré par ou avec ses habitants et utilisateurs.

Au niveau de la conception de l'aménagement:

Chacune à leur manière, les expériences que j'ai étudiées s'opposent à une tendance forte chez les élus ou aménageurs qui veut que "aménager" signifie "construire" ou "organiser". Pour les porteurs de projet qui m'ont intéressés, la notion d'aménagement de l'espace est élargie: on peut aménager un lieu par l'animation culturelle ou artistique, on peut aménager un territoire en amenant les gens à enrichir leurs perceptions à son égard, on peut améliorer un paysage en l'expliquant...

Au niveau de l'échelle de temps dans laquelle un projet est envisagée

Tous les acteurs comprennent un projet d'aménagement comme un processus long, qui doit évoluer pas à pas.

Au niveau des potentiels et limites

Pour les ateliers de perception, j'avais dégagé les potentiels suivants:

- Exploration de la matière sensible
- Diagnostic objectif
- Créativité
- Participation
- Effet d'impulsion

Il me semble que les autres expériences présentées recouvrent les mêmes potentiels, excepté celui du "diagnostic objectif". Les atelier de perception sont la seule méthode qui mette l'accent sur le travail de groupe.

Au niveau des limites, des difficultés sont également récurrentes, en particulier celle de la communication avec le monde politique:

Les visions et approches de l'aménagement étant divergentes: exigences de résultats à court terme et vision pragmatique d'un côté, processus à long terme et vision plus poétique de l'autre. Par conséquent, les expériences sont souvent menées dans des conditions difficiles, manquant de financements, de reconnaissance et de temps. Les conditions sont rarement réunies pour que l'expérience puisse aboutir à un projet concret.

Et des différences fondamentales

Au niveau de l'échelle de territoire

L'espace d'expérimentation est parfois un lieu précis (une maison, une place), parfois une ville entière ou encore un ensemble paysager (le massif central).

Au niveau de la durée des interventions

Les expériences se développent sur des périodes de trois heures à trois ans.

Au niveau des outils

Pour le recueil de la matière sensible ou d'animation de la participation Certain travaillent avec un outils qu'ils répètent, d'autres en inventant un nouveau mode d'intervention à chaque fois.

Au niveau de l'approche sensible ou participative

Chaque expérience à un dosage différent des autres.

Au niveau du degré d'intégration à un projet d'aménagement officiel

Certain travaillent en répondant à une commande directe d'élus, d'autre de manière autonome.

Conclusion:

Il me semble que les points communs que j'ai relevés représentent les aspects de base d'un travail avec la matière sensible et la participation des citoyens. Les différences fondamentales me semblent quant à elles des variables avec lesquelles on peut jouer dans le cadre d'action combinant l'approche sensible et participative. En conséquence, dans mes propositions pour le développement des ateliers de perception, j'ai combiné ces variables de différentes manières.

variables propositions	Echelle de territoire	Durée de l'intervention	Outils de recueil de la matière sensible ou d'animation de la participation	Dosage de l'approche sensible ou participative	Degré d'intégration à un projet d'aménagement officiel
Cibler des objectifs concrets et à court terme	Réduite	3 heures	Wahrnehmungs- werkstatt	Approche surtout sensible	Faible
Donner à la matière sensible des traces que l'on peut transmettre	Réduite	1 jour à une semaine	Wahrnehmungs- werkstatt et création d'objets à exposer	Approche sensible et participative	Moyenne
Intégrer les ateliers de perception comme outil de médiation dans processus de participation	Peut être plus importante (quartier)	Plusieurs mois ou années	Outils divers, outils ludiques à combiner avec méthodes plus classiques	Approche surtout participative	Forte

Ce stage m'a permis de confirmer mon intérêt pour les questions de participation des citoyens et du jeu avec la matière sensible. Mon objectif, pour mes premiers pas sur la planète professionnelle, est de poursuivre la recherche de ce pont entre les décisions, les émotions et la participation. J'ai choisi de ne pas continuer de master après l'IUP, car j'ai depuis longtemps déjà envie d'expérimenter. En outre, je vois dans le master l'opportunité de m'offrir d'ici quelques années les moyens de faire un bilan. De prendre le temps, le temps d'un master recherche par exemple, pour revenir sur mes expériences, et m'ouvrir sur celle des autres. Pour prendre du recul, et mieux se ré-élancer!

Stage individuel de fin d'étude d'IUP 3 (2006)

Sujet de recherche - Résumé

Clémence Doutreleau

"Combinaison d'une approche sensible et d'une approche participative pour la conception d'un projet d'aménagement"



Ecole Polytechnique de l'Université de Tours
Département Aménagement
IUP Aménagement et Développement Territorial
Année 2005-2006

Intro

J'ai réalisé mon stage individuel de fin d'étude à Berlin, Pour "Die Agentur für Kunst und Architektur" (Agence pour l'art et l'architecture). Lors de ce stage, j'ai étudié les expériences de Rainer Düvel (architecte et sculpteur) et de Karsten Feucht (architecte et sociologue) dans le cadre de ce qu'ils nomment la "Raumentwicklung" ("développement du lieu") et en particulier l'outil "Ateliers de perception". A partir de mes observations, j'ai choisi comme thème de sujet de recherche "la combinaison d'une approche *sensible* et d'une approche *participative* pour la conception d'un projet d'aménagement".

Un lieu n'est pas fait que de matériaux comme pierre, bois, plastique ou béton; il est fait aussi d'émotions, de ressentis ou de souvenirs... C'est ce que j'entends par matière sensible. Ce matériau particulier est difficile à prendre en compte dans la réalisation d'un projet d'aménagement. Pour K.Feucht, la difficulté réside dans le fait que la matière sensible ne permet pas de définir des orientations concernant le "quoi", qu'est-ce qu'on va faire ou construire sur ce lieu? Mais des orientations concernant le "comment". Quelle est l'ambiance, le magnétisme dégagé par le lieu, quel est son caractère qu'il faudrait respecter quelle que soit la réalisation choisie.

On remarque que cette matière sensible est par nature fortement liée au vécu des gens. Pour cette raison, la recueillir et l'intégrer dans un projet d'aménagement permet déjà l'intégration des citoyens dans le projet. Si on prend le thème dans l'autre sens, c'est-à-dire que l'on veut faire participer les citoyens à un projet; s'intéresser à leur ressenti est un moyen efficaces pour susciter leur intérêt au débat et enrichir leur expression.

Pour ces raisons, j'ai le sentiment que la combinaison d'une approche par le sensible avec une approche participative porte un grand potentiel pour l'aménagement de l'espace. Mon travail de recherche a porté tout d'abord sur l'étude de l'outil "Ateliers de perception". Ensuite j'ai mis cet outil en perspective avec d'autres expériences, soit d'une approche sensible, soit d'une approche participative, soit d'un croisement des deux. Le recoupement de ces différentes expériences permet de faire ressortir des variables sur lesquelles on peut jouer, et de dégager des combinaisons intéressantes.

Les expériences mises en perspective

	Sensible	Sensible et Participatif			Participatif
Nom	Mission repérage(s)	Ateliers de perception	Médiation paysagère	...	On-line Dialog
Auteurs, initiateurs	Maud Le Floc'h	K.Feucht R.Düvell	Yves Michelin	Collectif "Bruit du Frigo" Yvan Detraze Gabi Farage	Bureau d'étude "Zebalog" Hans Hagedorn Daniela Riedel Matthias Trénel
Qui	Une équipe technique, un artiste, un élu.	Un architecte, un artiste	Un aménageur	Une équipe pluridisciplinaire	Aménageurs, Informaticiens
Où	Villes moyennes, France	Berlin et au delà	Auvergne, milieu rural.	Bordeaux et alentours	Berlin, Hambourg
Période	2002-2005	Depuis 1996	Depuis – <i>non connu.</i>	Depuis 1996	Depuis 2004
Quoi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Echanges de regard sur la ville entre artiste et élu. ▪ Recherche pour l'évolution des pratiques en urbanisme 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Exploration collective de la matière sensible d'un lieu. ▪ Définition du "caractère" spécifique d'un lieu. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Organisation de concertations avec comme base de dialogue la perception paysagère. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Stimulation de débats et de regards critiques sur la ville. ▪ Animation de processus de participation citoyenne 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Animation de consultations des citoyens par le biais d'Internet
Pourquoi	Initier de nouvelles manières de faire la ville, faire évoluer la manière d'envisager l'urbain et ses transformations.	Définir des orientations pour l'utilisation du lieu à long terme.	Créer une base commune de dialogue, éveiller l'intérêt pour la concertation.	Renouveler constamment le regard porté sur la ville, mettre le projet dans les mains des habitants... et amener ceux-ci à le prendre en main.	Permettre une consultation efficace et sincère, relativement rapide.
Comment	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Balade sans témoin d'un artiste et d'un politique. ▪ Production de traces. ▪ Jeu, mise en scène. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Travail sur les perceptions sensorielles ▪ Expression, Echange des perceptions individuelles au sein du groupe ▪ Jeu, mise en scène. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Recueil des perceptions du paysage grâce à des supports visuels appropriés au "langage" de la personne interrogée. ▪ Animation d'une concertation sur la base de la matière recueillie. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Interventions diverses questionnant l'espace public et ses habitants. ▪ Institution d'une relation d'interconnaissance et de confiance avec les citoyens concernés. ▪ Travail sur le long terme. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Animation de dialogue en ligne. ▪ Actions de sensibilisation sur le terrain. ▪ Rendu d'une étude au commanditaire.

Analyse comparative

Des traits communs...

La méthode

Le jeu, la mise en scène éphémère du lieu sont souvent utilisés et le caractère sensible du lieu est souvent exploré *par* ou *avec* ses habitants et utilisateurs.

La conception de l'aménagement

Chacune à leur manière, les expériences que j'ai étudiées s'opposent à une tendance forte chez les élus ou aménageurs qui veut que "aménager" signifie "construire" ou "organiser". Pour les porteurs de projet qui m'ont intéressés, la notion d'aménagement de l'espace est élargie: on peut aménager un lieu par l'animation culturelle ou artistique, on peut aménager un territoire en amenant les gens à enrichir leurs perception à son égard, on peut améliorer un paysage en l'expliquant...

L'échelle de temps dans laquelle un projet est envisagé

Tous les acteurs comprennent un projet d'aménagement comme un processus long, qui doit évoluer pas à pas.

Les potentiels et limites

Potentiels:

Pour les ateliers de perception, j'avais dégagé les potentiels suivants:

- Exploration de la matière sensible
- Diagnostic objectif
- Créativité
- Participation
- Effet d'impulsion

Il me semble que les autres expériences présentées recouvrent les mêmes potentiels, excepté celui du "diagnostic objectif". Les ateliers de perception sont la seule méthode qui mette l'accent sur le travail de groupe.

Limites:

Des difficultés sont également récurrentes, en particulier celle de la communication avec le monde politique, car les visions et approches de l'aménagement sont divergentes. Exigences de résultats à court terme et vision pragmatique d'un côté, processus à long terme et vision plus poétique de l'autre. Par conséquent, les expériences sont souvent menées dans des conditions difficiles, manquant de financements, de reconnaissance et de temps. Les conditions sont rarement réunies pour que l'expérience puisse aboutir à un projet concret.

... et des différences fondamentales

L'échelle de territoire

L'espace d'expérimentation est parfois un lieu précis (une maison, une place), parfois une ville entière ou encore un ensemble paysager (le massif central).

La durée des interventions

Les expériences se développent sur des périodes de trois heures à trois ans.

Les outils

Pour le recueil de la matière sensible ou d'animation de la participation Certain travaillent avec un outils qu'ils répètent, d'autres en inventant un nouveau mode d'intervention à chaque fois.

Le dosage entre approche sensible et/ou participative

Chaque expérience à un dosage différent des autres.

Le degré d'intégration à un projet d'aménagement officiel

Certain travaillent en répondant à une commande directe d'élus, d'autre de manière autonome.

Conclusion

Il me semble que les points communs que j'ai relevés représentent les aspects de **base** d'un travail avec la matière sensible et la participation des citoyens. Les différences fondamentales seraient quant à elles des **variables** avec lesquelles on peut jouer dans le cadre d'action combinant l'approche sensible et participative.

Points communs = base commune	Différences fondamentales = variables
<ul style="list-style-type: none">- Jeu et mise en scène éphémère de l'espace.- Conception large de l'aménagement (aménager ne signifie pas construire).- Processus à longs termes.- Favorisent la créativité, la participation des citoyens et l'intérêt au projet par l'approche sensible.	<ul style="list-style-type: none">- Échelle de territoire- Durée d'intervention- Outils- Dosage entre sensible et participatif- Degré d'intégration dans un processus d'aménagement