

# URBAN GARDENING – ZEHN JAHRE HYPE

Die Gemeinschaftsgärten wehren sich gegen die Vereinnahmung durch Unternehmen. Ein Manifest stellt klar, wofür die Bewegung steht

VON DR. CHRISTA MÜLLER

» » » Pünktlich zum Frühling beginnt – gefühlt – jeder zweite Artikel zum Thema mit dem Statement „Urban Gardening liegt voll im Trend“. Tatsächlich jedoch bewegt sich die neue urbane Gemeinschaftsgartenbewegung nach fast zehn Jahren des Hypes auf einem schmaler werdenden Grat zwischen Selbstbestimmung und kulturindustrieller Vereinnahmung.

Die Bewegung, getragen von mittlerweile rund 600 Gemeinschaftsgärten, verfolgt Ziele, die weit übers Gärtnern hinausgehen. Sie begründet Brachflächen, schafft offene Orte für alle, fördert Inklusion, belebt Nachbarschaften, stellt konsumfreie Räume des Selbermachens zur Verfügung, betreibt Umweltbildung, gärtner und kocht gemeinsam mit geflüchteten Menschen, thematisiert zudem das Verhältnis von Stadt und Land bzw. die globalisierte Industrielandwirtschaft – und experimentiert auf ihren Flächen mit kleinräumigen Innovationen.

Mit den urbanen Gärten ist ein neuer Raumtypus entstanden, der Selbermachen, Wiederverwertung, Selbstorganisation und gegenseitige Bildung zu neuen Sinngehalten verbindet, an die schichtübergreifend angeknüpft werden kann. Urbane Gemeinschaftsgärten gehören zu den wenigen Orten, an denen Stadtbewohnerinnen und -bewohner unterschiedlichster Sozialmilieus aufeinander-

treffen und, zumindest temporär, miteinander und mit der Stadtnatur interagieren. Das liegt am spezifischen Design dieser Räume, die Interaktion durch gemeinschaftliches Tätigsein beim Gärtnern, Bauen und im Prozess der kollektiven Umgestaltung einer Brachfläche ermöglichen. Die in einem Gemeinschaftsgarten verdichtete Atmosphäre von Naturerfahrung, Sorgearbeit und nichtkommerziellen Aktivitäten vermittelt einen Eindruck davon, wie Stadt auch sein kann.

Nicht zuletzt diese visionäre Dimension – neben der Ästhetik des Unfertigen – macht den auch medialen Erfolg des Urban Gardening aus. Doch mit dem großen Sprung nach vorn in der Aufmerksamkeitsökonomie wächst auch die Gefahr. Längst bedienen sich Investoren, neoliberale Stadtentwickler und die Kommunikationsabteilungen großer Konzerne der zivilgesellschaftlichen Projekte samt ihren bildmächtigen Umsetzungen. Eine Limonadenfirma lässt junge Menschen im Business-Outfit mobile Einkaufswagen bepflanzen, ein Möbelhaus bietet gebrauchsfertige Urban-Gardening-Bausätze zum Verkauf an, Immobilienunternehmen nutzen ungefragt die frei zugänglichen Projekte für ihre Foto-Shootings vor urbaner Kulisse – und versuchen damit, „kreative“ Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit genau den Sinnressourcen zu locken, die sie wenig später womöglich zubauen.

## Für die Unternehmen ein Gewinn, für die Akteure eine Enteignung

Jüngstes Beispiel für die Taktik des Aneignens und Trivialisierens sind die Berliner Gärten eines großen Energieunternehmens, die die Do-it-yourself-Ästhetik in einen Konsumraum simulierten Selbermachens übersetzen – wenn auch etwas ungenau, denn alles in die-



**DR. CHRISTA MÜLLER**

ist Soziologin und leitet die „anStiftung“ in München. 2011 gab sie den Band „Urban Gardening. Über die Rückkehr der Gärten in die Stadt“ heraus; 2016 erschien „Die Welt reparieren. Open Source und Selbermachen als postkapitalistische Praxis“ (mit A. Baier, T. Hansing und K. Werner).

### Weitere Informationen

[christa.mueller@anStiftung.de](mailto:christa.mueller@anStiftung.de)  
[www.anStiftung.de](http://www.anStiftung.de)



sen Gärten ist offensichtlich neu: gekaufte Holzkisten, bezahlte Gärtner, regulierte Öffnungszeiten, nagelneue Liegestühle, glänzende Sandschaufeln – und Bannerwerbung mit dem allseits präsenten Firmenlogo. Die Oberflächen sind glatt und die Aura ist merkantil. Für Berliner Gartenaktivisten ein klarer Fall von Greenwashing. Frappierend ist: Der Konzern, der jährlich Millionen Tonnen CO<sub>2</sub> ins Gemeingut Luft entlässt, engagiert sich für die Begrünung der Stadt.

Wenn ein Konzern Praxen der Zivilgesellschaft nachahmt und in sein Marketingsystem integriert, ist dies aus seiner Perspektive ein verkaufsförderndes visuelles Setting. Die Gartenbewegung nimmt das jedoch als eine Verdrehung der von ihr geschaffenen materiellen Kultur wahr. Sie empfindet die Imitation von Aktivitäten einer neuen Subsistenzkultur, die ja eigentlich zu einer „anderen Stadt“ beitragen will, als ein Kidnapping ihrer Intentionen und Botschaften.

### Urban-Gardening-Manifest

Deshalb haben bereits mehr als 150 Gemeinschaftsgärten das Urban-Gardening-Manifest unterzeichnet. Es soll die politische Verortung der urbanen Gartenbewegung zum Ausdruck bringen und einen Beitrag leisten zur Zukunft der Stadt und Bedeutung der Commons, also der Gemeingüter. Unter dem Titel „Die Stadt ist unser Garten“ betont das Manifest, wie wichtig ein frei zugänglicher öffentlicher Raum ohne Konsumzwang für die Stadtgesellschaft ist. Es lässt keinen Zweifel daran, dass Urban Gardening mehr ist als die individuelle Suche nach einem hübsch gestalteten Rückzugsort.

Die Autorinnen und Autoren des Manifests verweisen auf die zentrale Bedeutung von urbanem Grün für unsere Städte. Sie schreiben: „So wie in der ‚autogerechten‘ Stadt alle das Recht auf einen Parkplatz hatten, sollte in der gartengerechten Stadt allen ein fußläufiger Zugang zur Stadtnatur garantiert werden.“

Von Unternehmen initiierte Gärten könnten die Palette urbanen Grüns erweitern – dienen sie jedoch lediglich der Selbstvermarktung, werden sie die sozialen und ökologischen Innovationen, die aus den Gärten heraus entstehen, schnell „ansaugen und einpassen“, damit unsichtbar machen und das mit ihnen verbundene Potenzial für die Gestaltung einer sozial und ökologisch fair handelnden Stadt in der Welt verwässern und verflachen. « « «

### Das Engagement der „anstiftung“ für urbane Gärten

Die „anstiftung“ begleitet die urbane Gemeinschaftsgartenbewegung seit ihrem Entstehen Ende der 1990er-Jahre mit den interkulturellen Gärten. Sie rahmt und analysiert die Aktivitäten in ihrer Forschungsarbeit, sie fördert, vernetzt und berät die Projekte, veranstaltet ein jährliches Sommercamp und regionale Vernetzungstreffen, dokumentiert Praxiswissen in Form von Workshops und Praxisempfehlungen zu Themen wie Vertrags- und Genehmigungsverfahren, gelingende Kommunikation mit Behörden, Versicherungsschutz, Infrastruktur oder Umgang mit Forschungsanfragen. In München kooperiert die „anstiftung“ mit der Schweisfurth Stiftung, der Bürgerstiftung und der Selbach Umweltstiftung in der „Stiftungsinitiative für urbanes Gärtnern“.