

City-Transformer Transkript Episode 30

- mit Till Behnke zu nebenan.de

FRH: [00:00:00] Willkommen beim Podcast City Transformers mit Franz-Reinhard Habel und.

ML: [00:00:04] Michael Lobeck. Erfahren Sie, wie Digitalisierung die Städte verändert.

FRH: [00:00:14] Und weiter geht's mit einer neuen Podcastfolge aus der Serie City Transformer. Es begrüßen Sie herzlich Franz-Reinhard Habel und Michael Lobeck. Heute haben wir zu Gast. Till Behnke Gründer und Geschäftsführer von nebenan.de. Wir wollen aber erst unsere obligatorische Frage wieder stellen, lieber Michael, mit der wir ja immer beginnen bei den Podcasts. Was gibt es Neues?

ML: [00:00:42] Ja, es ist nicht so richtig neu, aber ich meine, natürlich spricht die ganze Welt über KI und ChatGPT und alle anderen möglichen Dinge, die da passieren. Wir haben das ja inzwischen auch schon das eine oder andere Mal angesprochen und jetzt haben es alle, wahrscheinlich auch alle noch nicht, wie ich feststelle, im Bekanntenkreis aber vieles schon ausprobiert und sind immer zwischen sehr beeindruckt, was das System schon kann. Und dann natürlich, wenn sie in tiefe Details eintauchen, stellen sie auch fest okay, es kann noch nicht, alles ist noch. Wir sind noch kurz vor der Machtübernahme sozusagen, aber da finde ich im Moment wirklich spannend die Diskussion wirklich zwischen den Punkten. Was können wir damit gestalten, Wofür können wir es nutzen? Was hilft es uns bis zu dem Punkt? Was macht es auch für Sorgen und wo gibt es auch große Gefahren? Und damit meine ich jetzt nicht so das schlichte okay, alle unsere Jobs gehen verloren, das ist auch die Frage. Das wird sicherlich einige Arbeitsplätze auf jeden Fall betreffen, einige Ausprägungen in den in vielen wird es aber glaube ich, so wie ich es im Moment einschätze, eher ein Hilfsmittel werden. Und dann muss man gucken, wie schnell wird das, wie schnell ersetzt das welche Fähigkeiten, die

wir bisher selber hatten, so wie damals auch der Bagger die Schaufel ersetzt hat. Wobei die Schaufel ja auch immer noch da ist. Das ist ja auch ein klassisches Erkenntnis sozusagen von Medien. Dass die nicht sich wechselseitig, also Medien schaufeln. Passt nicht ganz, aber dass sozusagen Innovation die alten Sachen in der Regel nicht vollständig ersetzen, sondern irgendwie einen neuen Raum einnehmen. Das finde ich tatsächlich im Moment eines der zentralen Themen neben der anderen großen Weltpolitik.

FRH: [00:02:17] Ich sehe das genauso. Auch für mich ist KI im Moment ein spannendes Thema. Ich will mal von der anderen Seite an die Sache herangehen. Ich sehe so eine Art Hype Hype Cycle Auch die Sache schlug ein wie eine Bombe, zumindest in der Alltagswelt Ende des letzten Jahres. Alle waren von Euphorie, sozusagen Führungsstriche geblendet. Und das war die erste Welle. Jetzt kommt die zweite Welle der Ernüchterung. Das System kann ja auch nicht alles. Warten wir mal ab, wie sich das weiterentwickelt. Und nach dieser zweiten Welle sind wir bereits schon zu Beginn der dritten Welle. Das ist die Welle der Kritik. Also um Gottes Willen, das ist ja alles hochproblematisch. Wir brauchen Regulierung. Natürlich brauchen wir Regulierung. Aber es wird natürlich jetzt schon wieder in vielen Bereichen über Verbote gesprochen. Und nach dieser dritten Welle wird wahrscheinlich dann eine Welle kommen, wo man sehr behutsam mit Vor und Nachteilen sich auseinandersetzt und dann das ganze Ding in irgendeiner Weise auch gesellschaftlich greifen wird und daraus Nutzen ziehen kann, aber auch kritische Momente reduzieren wird. Aber es ist so ein typisches Reflexverhalten auch bei diesen Technologien. Das haben wir in anderen Bereichen ja auch erlebt. Nur die Wellenbewegungen werden immer kürzer, weil natürlich auch über Medien die Dinge sehr schnell gehypt werden und damit natürlich auch eine Welle. Die andere Welle Sie ist noch nicht zu Ende, schon wieder abgelöst hat und das dient natürlich auch letztendlich ein bisschen zur Verwirrung. Und Verwirrung bedeutet Ängste und Ängste bedeuten Ablehnung und damit wäre man in Deutschland vielleicht nicht gerade gut bedient.

FRH: [00:03:54] Ich finde auch, es wäre schlau, sich hier gerade in der Technologieentwicklung dann doch ein bisschen offener zu zeigen, um einfach sich zunächst mal mit diesen Chancen zu beschäftigen. Denn wenn wir immer hinter den US Entwicklungen, sage ich jetzt mal direkt hinterherlaufen, weil da schon viel passiert ist, müssen wir uns nicht wundern, dass wir da zu spät kommen. Also etwas Mut würde ich sagen, ohne jetzt da große Rechtsbereiche zu verletzen. Aber etwas mehr Mut und Überlegung erst mal das würde ich mal so in den Mittelpunkt stellen dieser Debatte gerade. Aber wir reden hier hauptsächlich über Kim. Ich sehe schon, wir sind ja auch hier zwar als Podcast audiomäßig unterwegs, aber bei der Aufzeichnung sehen wir uns. Und ich sehe hier auch schon nicken, weil Till Behnke, den ich noch mal jetzt ganz herzlich an dieser Stelle begrüße. Wir kennen uns schon seit einigen Jahren und Sie sind Gründer und Geschäftsführer von nebenan.de. Das Netzwerk wurde 2015, wenn ich noch das in Erinnerung habe, gegründet und zählt heute über 2 Millionen Nutzerinnen und Nutzer. Das ist schon eine beachtliche Zahl. Wir freuen uns deshalb, mit Ihnen heute über soziale Kommunikation im Quartier sprechen können, über die Herausforderungen der Kommunen, über die Bildung von Communities, die Notwendigkeit, den Gemeinsinn zu stärken und welche Rolle bei Ihrer Initiative auch. Die Städte und Gemeinden in Deutschland spielen.

FRH: [00:05:18] Das würde uns interessieren, ob auch hier Kooperationen schon bereits vorhanden sind. Ob man solche Dinge anstrebt. Ich glaube, das Thema Kommunikation hat eine hohe Relevanz und wird auch noch eine größere Bedeutung bekommen. Schön das. Wir haben uns ich schon geduzt. Deswegen bleiben wir mal dabei, dass du dabei bist und wir uns heute unterhalten können. Ja, Herzlich willkommen.

TB: [00:05:42] Ja, vielen Dank für die Einladung. Ich freue mich sehr auf das Gespräch und sozusagen auf einen wichtigen Teil unserer Arbeit. Meine Arbeit ist jetzt auch schon seit über sieben Jahren nach den Schnittstellen zu suchen, wie ein Netzwerk wie unseres und die Vernetzung von Nachbarinnen und Nachbarn, Bürgerinnen und Bürgern in Zusammenarbeit mit Kommunen, um dann auch sozusagen die die großen Potenziale

gehoben werden können. Und genau da ist der Zyklus der Innovation manchmal eben nicht der aller Schnellste. Deswegen haben wir uns dann auch eher erst mal auf die Privatperson gestürzt und auf Kooperation mit anderen institutionellen Playern. Aber wie du sagst, wir haben schon früh nicht nur angefangen zu sprechen, sondern auch angefangen uns zu bemühen um diese Kooperation und haben da inzwischen Dutzende. Also ich denke, es gibt über 100 Kommunen in Deutschland, mit der wir eine informelle Zusammenarbeit haben, inzwischen von Dörfern bis zu vier der zwölf Bezirke in Berlin. Und da haben wir schon einiges lernen können. Aber das Thema ist auch sozusagen immer noch am Anfang. Wir sind da noch nicht der Tipping Point war noch nicht.

ML: [00:07:03] Ich finde das mit dem Anfangen ganz schön über Übergang zu einem Punkt, der mir aufgefallen ist, als ich mich jetzt in der Vorbereitung noch mal wieder eingeloggt habe. Zugegebenermaßen tue ich das nur selten. Da wurde ich noch mal angesprochen, dass ich doch dieses Berliner Startup unterstützen sollte mit einem Beitrag sozusagen, weil keine Werbung und keine Daten Verkauf usw. Fand ich alles sehr, sehr vernünftig. Nur mit dem Berliner Start up. Da zuckte ich dann so ein bisschen, weil ich dachte, das Label ist ja auch irgendwann mal irgendwann mal vorbei. Zumindest wenn man jetzt im Wesentlichen der Hubert Burda Media GmbH gehört dachte, okay, da müsste man vielleicht mit so Leute wie mich, die das verfolgen, vielleicht das Wording noch ein bisschen ändern, aber jetzt komm also zu einer Frage mal zu kommen Ist es noch Start up Gefühl oder ist es jetzt? Ist man jetzt im Konzern und oder ist es was dazwischen?

TB: [00:07:58] Na ja, also. Es gibt sicherlich Merkmale von Start ups, die man sozusagen durchgehen kann und dann findet man raus, nicht alle treffen mehr zu. Tatsächlich fühlt es sich aber immer noch so an, denn wir sind nicht eine Konzernabteilung, sondern ein eigenständiges Unternehmen. Und dann vielleicht der wichtigste Punkt, der also eigenständig nicht in sozusagen, sagen wir mal nicht mehr die Gründer haben die Mehrheit der Anteile. Aber tatsächlich ist es ein eigenes Unternehmen mit einem ganz

eigenen Geschäftsmodell. Es gibt keine Verzahnung mit Magazingeschäft, mit anderen Geschäftsbereichen, wo sozusagen im Hintergrund oder vordergründig die Dinge miteinander verschmolzen werden. Und der wichtigste Punkt ist eigentlich, dass nebenan.de in sich immer noch nicht wirtschaftlich profitabel ist, sondern seit sieben Jahren darauf angewiesen ist, Geldgeber zu finden. Und vornehmlich ist es die Hubert Burda Media Markt, die schon ganz früh angefangen hat zu sagen Wir glauben an das Modell, sowohl in ihrer Wirkung als auch daran, dass man damit ein erfolgreiches Geschäft langfristig betreiben kann und finanzieren das seither und sozusagen. Ich würde sagen, solange man immer noch viel mehr Geld verbrennt, als man einnimmt über sein Geschäftsmodell, tendiert man auch noch dazu, ehrlicherweise Start up zu sagen und nicht etabliertes Unternehmen. Und dann gibt es gute Gründe, warum wir sozusagen noch nicht ein profitables Unternehmen sind. Und das ist eben genau um das zu korrigieren, auch gleich. Wir haben auch Werbung auf der Plattform. Wir sind am Anfang gestartet und haben gesagt also wenn Werbung, dann nur von lokalen Gewerbetreibenden, Apotheken, Cafes, Restaurants, Klamottenladen.

TB: [00:09:45] Und tatsächlich muss man sagen, diese Zielgruppe ist natürlich die schönste Art von Werbung, weil Nachbarinnen und Nachbarn das nicht als störend empfinden, sondern als Mehrwert. Und auch sich sogar freuen über den Reminder, vielleicht nicht alles im Internet zu bestellen, sondern an der eigenen Ecke was zu kaufen. Und diese Zielgruppe ist aber schwer unter Druck wegen Onlinehandel und dann auch wegen Lockdowns. Und man muss sagen genau in unserem Mix der Finanzierung spielen also lokale Gewerbe eine wesentliche Rolle. Förderung von Nutzerinnen und Nutzern und auch eine normale Werbung. Also auch Obi und Edeka dürfen bei uns Werbung schalten. Und am liebsten natürlich die Großen, die auch noch irgendwie eine stationären Präsenz haben in der Nachbarschaft. Und das ist vielleicht noch ein wichtiger Punkt bei bei diesem ganzen Modell. Diese Gewerbetreibenden, die sind ja auch, das sind ja auch Orte der Begegnung in der Soziologie Third places und jede und jeder, der in Nachbarschaften lebt, wo es eben nicht die lokalen Geschäfte gibt, sieht, dass da irgendwas fehlt für das für sozusagen funktionierende lokale

Gemeinschaften. Also für uns ist das Geschäftsmodell ein großer Mix und eben ganz wichtig, dass wir uns auch an der Stelle unterscheiden von den Modellen von Facebook und den anderen großen globalen Plattformen, bei denen sozusagen einfach nur ein Algorithmus am Werk ist, der sozusagen auf der einen Seite höchstbietende, die Aufmerksamkeit die Werbeflächen verkauft und andererseits den den Nutzerinnen und Nutzern nicht mehr alles zeigt, was da gepostet wird, sondern nur noch ein Ausschnitt, weil der Algorithmus ja weiß, was euch interessiert. Manchmal besser weiß er das ja besser als ich selbst. Und da ist sozusagen die große Gefahr der Manipulation. Vor allem, wenn man nicht nur wirtschaftlich Werbetreibenden, sondern auch politischen Inhalten was gibt. Und all das tun wir nicht. Also sind wir darauf angewiesen. Sozusagen handverlesene Werbung einerseits, aber ja, wir sind auch an Förderbeiträge angewiesen. Und dass das Ganze sozusagen erst mal sieben Jahre Vorschuss Geld braucht, führt dann auch dazu, dass man nicht mehr als Gründer in nach zehn Jahren das immer noch in der eigenen Hand hat. Das Unternehmen,

FRH: [00:12:09] Wir sind ja schon mitten im Thema, bevor wir hier weitermachen, noch eine Anmerkung zu der Frage von Michael Wie lange ist man ein Startup? Ich glaube, man kann das nicht auf einer Zeitachse beantworten, sondern ich betrachte das unter der Philosophie der Arbeitsformen, wie man arbeitet, wie schnell und agil man unterwegs ist, wie man führt, seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, wie man ein Team bildet, Teams bildet usw. Diese Art von Arbeitsintensität ist für mich eigentlich das Spannende. Und solange man auf diesem doch sehr partizipatorischen, gemeinschaftsorientierten Ansatz unterwegs ist, mit mehreren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, auch auf einer anderen Hierarchieebene als in klassischen Unternehmen, ist man für mich Start up. Also es kann auch noch ein zehn Jahre altes Unternehmen. Start up dann sein. Lassen wir uns doch einfach mal mal überraschen. Ich fand es gerade auch interessant, noch mal die öffentlichen Räume herauszustellen als Begegnungsort. Das ist ja für die Gesellschaft extrem wichtig, dass wir uns nicht wie so in Kokons verschließen als Family oder als einzelne Person, sondern dass wir miteinander ins Gespräch kommen und miteinander reden. Nun wurde gerade schon Facebook von dir

angesprochen, Till, wo ihr euch ja klar von abgrenzt, auch aus den gerade schon genannten Gründen in der Darlegung von Algorithmen usw. Wie seht ihr denn die Verbindung? Es gibt ja erste Ansätze, auch so eine Art lokale Netzwerke soziale Netzwerke zu etablieren. Ich denke mal an den Dorffunk, der ja von Fraunhofer etabliert worden ist und in Rheinland Pfalz läuft, in Bayern als der Bayernfunk etc. Niedersachsen fängt an, wo ja auch so Communities aufgebaut werden, die untereinander diesen lokalen Bezug haben und nicht jetzt hier Freunde in der Welt suchen, sondern auch sich austauschen über Fahrmöglichkeiten von A nach B aus dem Ortsteil XY zum Ortsteil Y etc. aber auch über Vereinsleben berichten. Ist das Wettbewerb für nebenan.de oder kann man das komplementär betrachten? Auch diese kämpfen ja gegen die Großen, wie gerade schon genannt Facebook etc.. Ich habe das mal näher untersucht. Ich gebe denen eine Chance, gerade diesen lokalen Einheiten auch auf Quartiersebene bezogen, weil das eine andere Form von Gemeinschaft und Kommunikation ist. Ich weiß nicht, wie du das siehst.

TB: [00:14:30] Also genau. Ich glaube, wir kämpfen jeweils nicht gegen Facebook und die Großen vielleicht eher in der Überzeugung, was ein gesundes und nachhaltiges Geschäftsmodell ist und was sozusagen die Interessen von Nutzerinnen und Nutzer im Mittelpunkt ist. Aber ich sage mal, vom Modell her ist natürlich, diese ganze globales Networking hat seine Berechtigung, dass es Mainstream und das Hyperlokale da ist der Dorffunk nicht viel anders als wir. Wir betreiben eben auch nicht eine große Plattform, sondern wir betreiben eigentlich 10.000 kleine soziale Netzwerke in Deutschland. Und das wir haben anders als die Projekte vom Fraunhofer Institut, nicht im ländlichen Raum angefangen, sondern in den Großstädten. Die Großstädte aber auch ich sage mal Berlin sind 364 Nachbarschaften, die bei uns alle einzelne Communities sind. Und wenn du da angemeldet bist, kannst du ja auch nicht quasi von Ost weit, tief im Osten der Nachbarschaft bis tief im Westen kommunizieren, sondern du kannst da wirklich nur wenige 100 Meter Luftlinie mit den Menschen, die um dich rum wohnen, kommunizieren. Also da unterscheiden wir uns überhaupt nicht stark von den anderen Projekten, die hyperlokale Netzwerke bauen. Und tatsächlich könnte man sagen, das ist

sozusagen bislang eher in einem Konkurrenzmodus. Wenn wir jetzt sage ich mal, um Ausschreibungen in einzelnen Bundesländern oder in einzelnen kleineren Städten uns begegnen. Tatsächlich sind wir aber da inzwischen in einem sehr positiven Dialog, weil wir feststellen, Das Fraunhofer Institut und auch andere Akteure, die aus der Forschung eher kommen, haben großes Interesse. Eigentlich nicht am Ende 10.000 Nachbarschaften. Und vielleicht noch eine Korrektur zur Einleitung Wir sind jetzt fast bei 3 Millionen Nutzerinnen und Nutzern und wachsen ungefähr so mit knapp einer Million pro Jahr. Das heißt, und wir haben auch sozusagen wir sind aufgestellt als eine Organisation, jetzt auch mit über 120 Mitarbeitenden, die eben auch gewillt ist, dann drei, vier, 5 Millionen regelmäßige Nutzerinnen und Nutzer tagtäglich zu betreuen, auch zu moderieren. Wir haben natürlich einen viel besseren Umgang der Menschen miteinander als in den großen anonymen Netzwerken, weil bei uns mit echtem Namen echte Menschen sich begegnen. Die schreien sich nicht immer sofort an über ideologische politische Themen, sondern da geht es dann um den Zebrastreifen und alle sind mit dem Klarnamen unterwegs und da bleibt man ein bisschen höflich. Und trotzdem haben wir natürlich einen immensen Aufwand am Ende, dass wir bei so und so vielen Millionen Menschen auch immer da, wo es mal Streit gibt, irgendwie da sind. Es ist ja nicht nur ich hab mein Passwort vergessen und wir stellen fest, dass wir eigentlich eine große Chance hätten, zusammenzuarbeiten mit denen, die ein großes Interesse haben zu forschen, auch pilotieren, zu erproben, was eigentlich jetzt gerade im ländlichen Raum die Use Cases sind, zu denen wir ehrlicherweise auch gar nicht so gut kommen. Also wir bauen Features, die in allen 10.000 Nachbarschaften Sinn machen. Und ich weiß genau, dass ich auf dem Dorf eigentlich sozusagen mich mit dem Thema Mitfahrgelegenheiten und genossenschaftlichen Supermarktgründungen und Ähnliches ein Riesenunterschied machen könnte. Oder mit der Sichtbarkeit machung von von ärztlicher Versorgung und. Gleichzeitig habe ich 3/4 meiner Nutzerinnen und Nutzer in Großstädten. Und eigentlich schreit es danach, dass wir in der Form kooperieren, dass sich nebenan.de quasi auf das Basisbetrieb konzentriert. Zu sagen wir vernetzen einfach die Menschen vor Ort, ob das auf dem Dorf ist oder der Großstadt und dann eigentlich offene Schnittstellen haben und kooperieren, sodass andere Akteure bestimmte

spezifische Use Cases technisch bauen, erproben können und an der Stelle zusammenarbeiten. Und ich sage das auch hier so offen, weil das sozusagen der Dialog ist gestartet und verläuft auch sozusagen sehr positiv, dass ich mir Hoffnungen mache, dass wir in einer Art von Zusammenarbeit das überführen nicht über Nacht, weil da laufen Projekte und ich sag mal, auch da, wo der Dorffunk läuft und betreut wird, macht der Sinn. Und auch das sei gesagt Auch wir und unsere Geldgeber sind jetzt nicht in der Lage, über Nacht 11.000 Kommunen in Deutschland zu eröffnen, in kritische Masse zu bringen, weil das sozusagen ein auch finanzielles Vorschussinvestment bräuchte, Was wir, was privatwirtschaftlich nicht zusammengetragen wird, das heißt seit vielen Jahren, ist bei uns schon so im Dorf eröffnen wir nebenan.de nur, wenn Bürgermeisterin oder Bürgermeister anruft und sagt wir beteiligen uns von Tag eins an den Kosten, weil in der Großstadt macht das alles noch Sinn mit dem Modell, wie ich es vorhin erläutert habe. Auf dem Dorf wird das eng, eine schwarze Null hinzubekommen. Das heißt, es geht nur Hand in Hand mit der öffentlichen Hand und bestenfalls dann eben mit Partnern, die sich inhaltlich auf dieses Segment dann konzentrieren.

ML: [00:19:46] Ich habe noch mal reingeguckt, als ich sagte Ja, vorhin schon, als ich, als ich mich vorbereitet habe und meine Erinnerung also bevor ich jetzt rein geguckt habe, war, dass es unheimlich viel gibt in diesem Marktplatz Bereich, also jetzt hier in der Community, wo ich bin, was ja auch erst mal eine super Sache ist, Alles wunderbar. Das sprach mich jetzt nicht so super an, das ist aber jetzt mein spezielles sozusagen. Aber da hatte ich schon das Gefühl und das geht auch die ganze Range durch von zu verschenken oder ich brauche dies, hat das jemand usw und leiht mir mal jemand das oder so was, Da habe ich schon das Gefühl, da funktioniert es gar nicht. Die genau die genauen Umsatz da nicht wie viel da passiert kann ich nicht einschätzen, aber ich habe Gefühl okay, da habe ich den Arm. Okay, es klappt, dass das was was das Modell ist. Und dann habe ich just gerade noch mal reingeschaut. Da habe ich dann schon das Gefühl, es gibt auch politische Diskussionen. Also weil gerade angesprochen, da wurde hier aufgerufen zu einer Klimademo und dann gab es erst mal eine Reihe, würde ich sagen schwieriger Kommentare aus meiner Sicht. Die hätte man jetzt alle nicht moderieren

müssen. Aber damit komme ich noch mal zu dem Thema, weil Sie das auch gerade ansprechen. Wie viel moderieren müssen Sie denn da und wie viel Moderations haben Sie überhaupt zur Verfügung? Weil das ist natürlich schon eine Menge, wenn Sie ja 10.000 Sachen haben, das und vielleicht schlagen wir dann noch den Link zu dem bei der Frage, zu dem Einstiegs, unserem einzigen Thema. Hilft da auch schon Technologie oder ist das alles manuell?

TB: [00:21:19] Ja, also erstmal ist der Eindruck nicht falsch, dass viel erstmal über praktischen Nutzen läuft und dass wenn man die App öffnet in dem Feed in der Nachbarschaft auch viel Alltägliches, ich sage oft auch Banales dabei ist. Es ist aber tatsächlich als Teil eines Panels oder eines Lebenszyklus auch zu sehen. Die Amerikaner haben das so formuliert in Netzwerken wie unserem People Come for Utility, also wegen praktischen Nutzen. Wer kann mir einen Hautarzt empfehlen? Ich bin neu hier. Welches Cafe geht ihr am liebsten? Kann mir jemand eine Bohrmaschine ausleihen? Und tatsächlich, das mit der Bohrmaschine ist es etwas, was man vertiefen sollte, weil es in diesem nicht alles kaufen, zweimal benutzen und wegwerfen, sondern das Potenzial von gemeinsamen Nutzen auch für den ökologischen Fußabdruck ist immens. Also die Menschen machen ganz viel Praktisches im Alltag. Wenn ich das aufmache, interessiert mich auch nicht alles. Aber das ist das Besondere an nebenan.de sind nicht meine Freunde so dass mich jedes Urlaubsfoto irgendwie dann doch interessiert, sondern die Nähe macht es irgendwie relevant reinzuschauen. Da sind sie auch nicht der Einzige, der einfach mal mitliest und gar nicht jede Woche oder jeden Tag in die App reinschaut. Aber dann gibt es in großen Prozentsatz, die über die Zeit von diesem praktischen Nutzen in die Gemeinschaftsthemen reingehen. Die organisieren Stammtische, die organisieren Park Aufräumaktionen, die organisieren manchmal Projekte, die sozusagen die gemeinnützigen Vereine in der Nachbarschaft mit Kuchenverkauf unterstützen usw und das und allein solche Dinge wie Jogging Gruppen. Zielen gehen. Ähm, da schwingt ganz viel das Thema mit, was ja auch ein ganz großes ist. Einsamkeit, was auch sozusagen ganz viele junge Menschen, die ganze Generation, die sehr viele Instagramherzen einsammelt, jeden Tag aber sehr wenig tiefe Beziehungen hat, wo

sozusagen menschlicher Kontakt wahnsinnig wichtig ist. Und da Social Media zu haben, was nicht immer mehr Lebenszeit ins Virtuelle zieht, sondern der Erstkontakt ist digital, niederschwellig und dann begegnet man sich an der Haustür. Übrigens, ob ich die Bohrmaschine ausleihe oder joggen gehe mit den Nachbarn. Fast alle diese digitalen Erstbegegnungen münden in der Begegnung im echten Leben. So, und Moderation ist auch bei uns arbeitsintensiv. Aber tatsächlich ist es so, wenn die Nachbarinnen und Nachbarn da auch mal vehement diskutieren. Es ist eine Sache, wenn es sozusagen wie zu Corona Zeiten in Facebook und überall ständig gesehen um irgendwie Gewaltandrohungen oder sozusagen wüste Beschimpfungen geht. Davon haben wir tatsächlich nur einen Bruchteil, weil die Leute mit einem echten Namen da sind und das dann auch sozusagen das Gefühl haben, ich bin hier mit Foto, ich kann den Menschen auch im echten Leben begegnen. Das heißt nicht, dass wir nicht auch sozusagen tatsächlich derartige Auseinandersetzungen in Nachbarschaften haben, mit denen wir uns dann immer beschäftigen. Dafür, dass es 10.000 Nachbarschaften und fast 3 Millionen Menschen sind, ist es ein überschaubares Team. Wir sind da vielleicht zehn, 15 Teilzeitkräfte. Da müsste man ja. Wir wissen alle, dass Facebook tausende Menschen nur für den deutschen Markt beschäftigt, die jeden Tag schauen, dass sie keine Fotos von Gewaltexzessen irgendwie öffentlich sichtbar machen. Das ist auf einem anderen Niveau. Aber es bleibt dabei Da, wo Menschen zusammenkommen und auch Nachbarn. Das ist nicht ganz so schlimm wie im Donald Duck Comic, finden wir, sondern sind eher überrascht, dass es dann doch wenig ist. Aber es macht uns jeden Tag Arbeit. Natürlich. Das heißt, die KI ist noch nicht im Einsatz? Sorry. Um den letzten und letzte Frage auch noch kurz also die ist noch nicht im Einsatz in dem Sinne, dass wir vielleicht so was wie Moderation und natürlich ist das erste jetzt dieses Team zu entlasten bei der Frage Till hat sein Passwort vergessen. Ja, das kann die KI schon sehr gut analysieren und auch lösen für Nutzerinnen und Nutzer. Und das würde genau das Team, das sich um Communitybetreuung kümmert, brutal entlasten, um doch mehr mitzulesen. Dort, wo es Konflikte gibt, auch wenn es nicht völlig eskaliert, dann trotzdem sozusagen in die richtige Richtung, sich daran zu beteiligen. Es wird zum Einsatz kommen. Experimentieren tun wir natürlich schon. Genauso wie mein Sohn, der ist 14 in der

Schule jetzt damit experimentiert und es wahnsinnig wichtig ist zu lernen. Umgang damit ist es für uns als Unternehmen Pflicht, dass wir uns alle und zwar auch ohne Denkverbote, erst mal in allen Bereichen überlegen. Wie könnte das hier unterstützend wirksam sein? Ich glaube übrigens nicht, dass das am Ende dazu führt, dass wir irgendwo Stellen abbauen würden. Natürlich sind wir auch ein junges Unternehmen, was noch total dynamisch, wie du sagst, sich sozusagen anpassen kann. Ständig und auch da Leute sind, die machen jetzt seit drei Jahren diesen Job und der hat sich irgendwie gefunden in dem wachsenden Unternehmen.

FRH: [00:26:25] Wenn der jetzt morgen noch mal anders ist, gibt es keinen Aufschrei, sondern da passen wir uns dran an, es wird bei uns ganz klar als Hilfsmittel sein. Ich bin schon gespannt, was das in anderen Lebensbereichen bedeutet. Aber ich bin grundsätzlich sehr technologieoffen und freue mich auf das und glaube, Wir können unser Produkt und unseren Service deutlich besser machen, wenn wir verstehen, wie wir das zum Einsatz bringen können.

FRH: [00:26:50] Als ich zum letzten Mal bei euch im Office war und die Menschen dort sah, wie sie arbeiten, auch in den Teams zusammen diskutierten und oben dieser Schirm war, wo die Anzahl der aktiven Nutzer eingespielt wurde. Das war schon beeindruckend, weil man genau sieht, wie gerade dieses Netzwerk auch für Kommunikation genutzt wird. Es gab dann auch so den Hinweis Wir sind gerade etwas länger, als ich zuletzt da war, in Frankreich und Spanien unterwegs und die Wachstumszahlen wuchsen da rasant, noch schneller als in Deutschland. Mich würde interessieren, gibt es da gesellschaftliche Unterschiede zwischen den beiden gerade genannten Staaten und Deutschland im Sinne von Gemeinschaft auf der kommunalen Ebene? Und die Frage noch mal vorab, weil das ja gerade unser Thema war. Bei den Untersuchungen, die ich gemacht habe, habe ich festgestellt, dass bei den lokalen Netzwerken Hass und Hetze nicht in dem Ausmaß existieren. Wie in den großen Global Networks, sage ich mal, was ich sehr positiv empfinde und hängt vielleicht auch mit der Klarnamenstruktur ab. Würdest du

das auch bestätigen, dass da dieser Anteil geringer. Weil man sich unter anderem auch kennt.

FRH: [00:27:59] Je nachdem, wie man sich gerade darstellt mit Schrift und Bild, weiß man ja. Na ja, in so einem kleinen Dorf. Es ist Paul oder äh, Josephine. Insofern ist das etwas, sagen wir mal, auch ein Element, wo man wertschätzender miteinander umgeht. Auf dieser Ebene ist das so?

TB: [00:28:18] Ja, also, äh, ganz kurz zu zu Frankreich und Spanien. Wir sehen da das sozusagen unterschiedliche Faktoren. Zum einen ist sozusagen die Bekanntmachung einer Plattform, wie wir sie dann auch betreiben, etwas günstiger als in Deutschland. Und auf der anderen Seite ist die Neugier gerade von digitalen Services in den Kulturen, gerade in Frankreich, so, dass sie nicht so dominiert wird von den Ängsten vor sozusagen Was passiert mit meinen Daten, wenn ich hier meine echten Namen und Adresse eintippe? Das heißt, wir haben deutlich mehr Registrierungen. Erst mal die regelmäßige Nutzung und gerade die Bereitschaft, sich auch finanziell als Förderer zu beteiligen, ist dann wieder wesentlich geringer. Und so kann man jetzt nicht sagen, dass es einfacher wäre, eine solche Organisation auch dann wirtschaftlich tragfähig oder dauerhaft in diesen Märkten zu betreiben. Das anfangs, da sind wir in Deutschland einfach schon so am Anfang, alle sind erst mal skeptisch und wir machen jetzt seit sieben Jahren Arbeit, um Vertrauen zu schaffen, zu sagen, wir wollen echte Namen, damit hinterher ein freundlicher Umgangston unter echten Menschen herrscht und nicht Darth Vader und Micky Maus sich anschreien auf der Plattform. Und trotzdem ist natürlich das was. Wo die Menschen erst mal überlegen sagen, tippe ich hier mal einen echten Namen ein. Also da. Deswegen Ich würde jetzt immer noch sagen, wir haben einen herausfordernden Märkte für egal welches digitale Startup ist nicht nur in Deutschland viel Regulierungen und viele Regeln, sondern auch tatsächlich kulturell ganz oft. Erst mal werden die Risiken gesehen. Habt ihr eingangs auch zum Thema KI jetzt gesagt, dass es in anderen, auch anderen europäischen Ländern etwas geringer? Und trotzdem sind wir natürlich hier dann wieder an einem Ort, wo sich sozusagen die

Wirtschaft. Den Leuten geht es im Durchschnitt relativ gut, auch im Vergleich zum Ausland und das heißt dann ist es. Es gibt auch wieder Vorteile, einfach das hier zu tun. Und natürlich sind wir angetreten, um zunächst mal da, wo wir leben, irgendwas besser zu machen. Und deswegen konzentrieren wir uns auch ganz stark gerade darauf, das in Deutschland wirklich dauerhaft tragfähig und so eine Durchdringung zu schaffen, dass es dann wirklich auch für alle relevant ist. Und jetzt sag mir mal den, den. Ich hab jetzt hinten angefangen. Rätsel war die Geschichte in lokalen Netzwerken mit geringer. Genau das ist tatsächlich unser Ziel. Ist ja nicht, dass alle miteinander befreundet sind. Das kann es ja nicht sein in so einer Nachbarschaft. Aber tatsächlich ist auch in der Großstadt die Nachbarschaft oft wie wie ein Dorf. Übrigens auch unser Learning. Auf dem Dorf kennen sich auch nicht alle. Und auf dem Dorf, gerade wenn man neu zugezogen ist, dann hat man es besonders schwer. Das treffen sich nicht mehr sonntags alle in der Kirche und im Gemeindehaus hinterher, sondern gerade die neu Zugezogenen haben es ganz schwer, irgendwo reinzukommen.

FRH: [00:31:24] Und dann geht es nicht darum kennen wir uns vorher schon, sondern man weiß, dass die Natur dieses Netzwerks 500 Meter Luftlinie ist und und ich bin hier mit Klarnamen und echtem Gesicht. Und das führt. Ich sage immer spaßeshalber Bei mir hat es dazu geführt, dass ich als Fußgänger, Fahrradfahrer und Autofahrer im Verkehr mich noch mal sozusagen wertschätzender meinen Mitmenschen gegenüber verhalte als vorher, weil ich auch einfach weiß, wir sehen uns online, wir sehen uns offline. Und auf einer Konferenz hat mal jemand zu mir gesagt, seit ich nebenan.de benutze. Früher waren die Nachbarn für mich diejenigen, die mir den Parkplatz klauen. Jetzt sehe ich hinter jedem Fenster ein Potenzial für irgendwas Praktisches oder für etwas Gemeinschaftliches. Ja, also wir legen großen Wert darauf. Auch sage ich mal, den Markenkern. In Amerika gibt es eine vergleichbare Plattform, eine lokale. Da geht es ganz viel um Neighbourhood Watch zu sagen. Da lungern Jugendliche, die so und so aussehen, vor dem Supermarkt rum. Wir sollten eine Elterntruppe aufstellen, die da schaut, dass da niemand übergriffig wird. Bei uns gibt es auch mal Sicherheitsthemen, mal, wenn drei Keller aufgebrochen werden. In einer Straße, ist das ein großartiger

Nutzen, dieser Plattform davon zu erfahren und noch mal den Keller ordentlich zu verriegeln abends. Aber der Kern von Nebenan.de ist eben nicht Sicherheit oder Watch. Dass nicht der Nachbar mit seinem Hund den Hund den eigenen Garten machen lässt. Was wir sozusagen, ist nicht der Kern. Der Kern ist Sei nett, sei ehrlich, sei hilfsbereit. Und diese Hilfsbereitschaft, die sehen wir dann auch. Aber wir sehen natürlich, es gibt ein großes Spektrum bei so vielen Menschen und so vielen Nachbarschaften. Aber es geht um was. Der Kern, was wollen wir, was die Zielsetzung und auch was treffen wir für Entscheidungen bis hin zum Geschäftsmodell, die dann das nicht sozusagen konterkarieren, sondern sondern eher unterstützen?

FRH: [00:33:22] Erlaube mir noch eine Frage vorab, Michael. Ich will mal auf die Kommunen zu sprechen kommen. Das sind ja unsere Hauptzuhörerinnen und -zuhörer im weitesten Sinne, die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dort. Was kann eine Kommune tun in diesem, in diesem Netzwerk? Also ich hatte mal mitgenommen, wenn man die Großstädte betrifft so ein Quartier umfasst 5000 Menschen etwa und die Informationen der Kommunen sind ja auch sehr auf die Kommune global bezogen. Wäre es nicht schlau von Seiten der Kommunen, auch spezifische Daten und Informationen für ein solches Quartier, was ja ohne Zweifel in der Datensystematik der Kommune vorhanden ist, auch verfügbar zu machen. Und da haben die Kommunen erkannt, dass sie ihre Politik, ihre Ziele, ihre Partizipationsansprüche an die beteiligten Bürgerinnen und Bürger auch dort realisieren können. Auch in der, wenn man so will, Vorfeldarbeit usw, die dann sehr präventiv laufen laufen kann. In einzelnen sozialen Umfeldern vielleicht gerade im Jugendsektor sind da einige Kommunen in Deutschland Vorreiter jetzt mit nebenan.de und wenn ja, welche sind das denn? Voneinander lernen ist heute glaube ich und Wissen zu teilen das entscheidende Momentum. Und insofern wären wir interessiert auch zu wissen, wo sind super Anwendungen im kommunalen Sektor?

TB: [00:34:38] Ja, also gibt es tatsächlich jetzt auch schon seit vielen Jahren. In den Anfangsjahren hatten wir nur technisch die Möglichkeit, nur Privatpersonen zu vernetzen. Jetzt haben wir schon seit einigen Jahren eben Profile für lokale

Gewerbetreibende, für gemeinnützige Vereine und für kommunale Institutionen. Und wir haben von damals schon bevor wir das technisch überhaupt konnten man hat das Seniorendezernat der Stadt Hannover sozusagen das ganze Team sich quasi User Accounts gemacht und haben die Seniorenarbeit, die viel im Quartiersmanagement auch betrieben wurde, über die Plattform quartiersgenau sozusagen bespielt bekannter gemacht. Und das hat dazu geführt, dass mehr als doppelt so viele Seniorinnen und Senioren dann diese Veranstaltung wahrgenommen haben oder überhaupt sozusagen von der Arbeit der Kommune an der Stelle profitieren konnten. Also wir haben diese Beispiele schon lange und sind auch über das Pilotieren eigentlich hinaus. Wir haben jetzt ein Tool im Friedrichshain Kreuzberg war der erste Bezirk, inzwischen sind es vier, 4/12 Bezirken, die eng mit uns zusammenarbeiten. Es gibt eine Forderung vom Senat an die Bezirke, die dann auch sich an den Kosten bei uns beteiligen können. Also das ist inzwischen systematisch, was wir auch in Mittelstädten, in, wie gesagt, in Dörfern eröffnen oder überhaupt nur, wenn es eine Kostenbeteiligung gibt. Und dann ist der Nutzen eigentlich auf zwei, auf zwei Ebenen. Der Grundnutzen ist eigentlich, dass das, was die Menschen, wenn sie vernetzt sind, in der lokalen Gemeinschaft miteinander tun, absolut im Interesse einer Zielgleichheit mit dem, wofür die Verwaltung und Politik ihre Aufgaben auch sieht. Also wenn ich sage mal, die Menschen auch mithelfen, die Nachbarschaft aufgeräumt zu halten, wenn die mitdiskutieren, wo der Zebrastreifen sein sollte und wenn die sich sozusagen einbringen und Bürgerbudgets dann auch in die Hand nehmen und gute Ideen produzieren, was man damit machen könnte, dann ist allen ist allen geholfen. Und der erste Schritt ist also erst mal Bürgerinnen und Bürger zu vernetzen. Und der zweite Schritt ist dann, dass einige Kommunen und ich sage mal, in den großen Städten sind es dann einige Fachbereiche. Das ist dann nur manchmal ist es quasi das Kommunikationsbüro vom Oberbürgermeister. Das Nutzen in Nürnberg zum Beispiel. Und oftmals ist es aber eben wie in Hannover die Seniorenarbeit. Irgendein Fachbereich, der dann die Möglichkeiten für sich entdeckt. Und in den vier Bezirken in Berlin ist es ganz vieles Quartiersmanagement Das ist zwar jetzt quasi kommunal organisiert, aber wird ja dann durchgeführt von der Wohlfahrt. Und da gibt es sozusagen von von der Berliner Stadtreinigung, die inzwischen gemeinsam mit uns

sozusagen nicht nur aufräumen Tage, sondern alles Mögliche organisiert von den städtischen Unternehmen über die einzelnen Fachbereiche bis hin zur Pressestelle der Bürgermeister tatsächlich die Möglichkeit, die Plattform zu nutzen. Und ich sage mal Bürgerbeteiligungsverfahren, die ich glaube, das haben wir auch schon vor vielen Jahren besprochen, ist inzwischen nicht mehr nur eine These von uns, sondern wir können es zeigen. Eines der ganz großen Potenziale, dass wir eben nicht ganz lokal gesprochen, nicht nur dieselben 15 Personen sich ständig an der Politik beteiligen, sondern dass in diesen Beteiligungsverfahren zunächst mal tausende Anwohnerinnen und Anwohner, also ein hoher Prozentsatz informiert werden und auch erst mal ein Stimmungsbild eingesammelt werden kann.

FRH: [00:38:23] Und das ist mir ein großes Anliegen, denn ich weiß, dass viele Kommunen ihre eigenen Prozesse und Softwarelösungen für Bürgerbeteiligungsverfahren haben. Mit denen konkurrieren wir überhaupt nicht, sondern ist es eigentlich sozusagen genau diese Prozesse sichtbar machen. Ich sag mal, in Berlin ist das mein Punkt. Berlin sozusagen, die die Plattform, die wirklich ausgetüftelten Funktionalitäten hat zu Bürgerbeteiligungsverfahren und wir können die Leute da hinschicken, weil bei uns sind inzwischen 400.000 Berlinerinnen und Berliner, das heißt wirklich, also inklusive sozusagen Senioren und Neugeborene sind das. Über 10 % der Berliner Stadtbevölkerung nutzen die Plattform regelmäßig. Und das heißt, ich kann jetzt in Friedrichshain Ost ganz zielgenau sagen Hier steht folgender Prozess an und dann können wir erst mal das. Rund um den Boxhagener Platz haben wir in fünf 100 Meter Luftlinie ungefähr 18.000 Nutzerinnen und Nutzer. Wenn man dann eine Umfrage mal einblendet, wo man ab oder anklicken kann, da hat man dann schon mal mehrere 1000 Menschen, die irgendwie sozusagen informiert sind, die schon mal gesagt haben, ich bin stimmungsmäßig hier zu verorten. Und dann können wir diesen Leuten sagen findet hier auf den offiziellen Software und Seiten und den offiziellen Prozess der Stadt oder des Bezirks und so und so könnt ihr euch beteiligen. Und an der Stelle kann man sagen Sind wir eigentlich ein zeitgemäß? Man muss nicht eine Postwurfsendung machen oder nur Plakate aufhängen, sondern man kriegt eine viel höhere Beteiligung, wenn man

sich quasi dort dann das Ganze sichtbar macht, wo die Leute sowieso einmal die Woche, vielleicht weil sie eine Bohrmaschine ausleihen wollen, einmal die Woche online sind.

ML: [00:40:14] Also ich finde das alles total nachvollziehbar. Ich sage mal die, dass das das Bild, das was sie zeichnen, sozusagen davon, wenn das alles funktioniert bin. Ich kann ich sofort mitgehen. Ich bin noch ein bisschen zögerlich jetzt nicht, weil ich große Risiken sehe oder so was, sondern weil ich glaube, ich bin tatsächlich weniger angesprochen. Davon ist mein Gefühl für meine Lebenswirklichkeit ist das ist das habe ich den Eindruck Ja, ich habe die, die Nachbarschaft, die ich brauche, sozusagen die habe ich brauche, dann brauche ich das Gerät dazwischen nicht. Und die da drüber macht mir hier mein Ortsverein, die quasi auch in Präsenz. Aber das ist vielleicht auch noch mal so ein kleines kleiner Ortsteil hier und das ist sehr überschaubar. Das ist vielleicht auch noch mal ein anderes Setting. Wir nähern uns auch langsam schon dem Ende, glaube ich. Franz Reinhard Wenn ich dich richtig deute und deine Gestik ich wollt nur noch mal tatsächlich bei mir ist jetzt aufgeploppt in der Diskussion, die ich gerade hier verfolgt habe, bevor ich mich eingeloggt habe in unser Gespräch. Da würde ich nochmal drauf hinweisen, das mit den Klarnamen aber das ist ja so eine halbe Sache. Also weil der Name, den ich gerade jetzt nicht den, der steht, aber der hätte jetzt sein können. Annette Bepunkt und ein Foto gab es auch nicht, sondern so ein Avatar. Und da würde ich dann schon sagen, okay, das ist jetzt schon ganz nah an Twitter oder Facebook oder wem auch immer Und bei Twitter nur jetzt zu der Frage Hass und Hetze Bei Twitter wird auch unter Klarnamen völliger Schmu geschrieben. So aber müssen wir jetzt auch nicht mehr vertiefen. Ich will nur sagen, da muss man, glaube ich, immer noch ein bisschen genau gucken und dann auch im Detail. Und es ist ja auch kein Problem, erst mal, da darf ja jemand völlig andere Meinungen haben und da kann man auch mal, es darf auch mal ein bisschen robust werden, Das ist auch alles in Ordnung. Muss auch nicht immer, sagte ich ja auch das, was ich gesehen hab, musste nicht moderiert werden, würde ich sagen. Ich finde das absurde Thesen, aber die müssen nicht moderiert werden. Da kann ich dann schreiben, dass es absurde Thesen sind. So, das ist glaube ich, schon okay.

FRH: [00:42:06] Das können wir auch. Wir können natürlich auch nicht in 10000 Nachbarschaften gleichzeitig moderieren. Und dass so kleine Netzwerke, auch digitale, die sind ja eben regional und damit auch zahlenmäßig begrenzt, haben eine größere Chance, noch mal eine größere Intimität, wo dann eben auch durch Selbstregulation durch die lokale Gemeinschaft passiert. Und noch eine kurze Erklärung Also man kann immer in der eigenen Nachbarschaft und in dem Ring der angrenzenden kommunizieren. Man kann auch sagen, das ist mir zu viel, ich will nur das ganz nahe, dann kann man die quasi deaktivieren und die Nachbarinnen und Nachbarn in der eigenen Nachbarschaft sieht man Vor und Nachname von allen anderen, die sozusagen ein Ring weiter sind, also vielleicht so 700 Meter weit weg von denen sieht man dann den Nachnamen nur mit in Abkürzung. Das heißt, wir wissen trotzdem, dass die Annette B wie diese ganzen Namen heißt und wo sie wohnt. Und das führt auch bei ihr dazu, dass sie sich vielleicht robust äußert, aber nicht sozusagen Gewalt oder so was.

ML: [00:43:05] Ja, nochmal ein guter, guter Hinweis. Ja.

TB: [00:43:09] Aber keine dieser Systeme sind. Die sind in einer ständigen Entwicklung. Und das macht es auch einerseits so spannend, dass wir jeden Tag jetzt von von sehr vielen Menschen sehen, welche Knöpfe sie drücken, welche Funktionalitäten sie sich noch wünschen und wir auch schauen, wie können wir über das Ganze kaufen. Verkaufen ist ist nicht das Ziel der Sache, aber es führt viele Menschen zu uns, die dann in Kontakt kommen, auch mit sinnvollen Sachen. Und ich sag mal am Ende, wenn die Leute dann bewusster umgehen mit den politischen Themen, wenn die bewusster umgehen mit Sachen, die sie sonst wegwerfen würden und wir irgendwas tun für sozusagen eine Streitkultur auch in unserem Zeitalter einerseits und den CO2 Fußabdruck durch unseren Lebensalltag zu machen, dann ist auch ganz viel alltägliches dazwischen, was für manche relevant ist, für andere nicht. Aber trotzdem super, wenn es quasi ein Werkzeug gibt. Und wer die Nachbarn alle schon kennt und auf der Straße grüßt, der hat natürlich weniger Bedarf. Wir sind gezwungen, das auch das Schöne Wir

können eine Software bauen, wir müssen eine Software bauen, die dann für alle da ist. Und genau, wir arbeiten dran. Vielleicht kriegen wir sie irgendwann noch mit einem bestimmten Schritt.

FRH: [00:44:27] Noch 90 Sekunden. Was ist die Vision von nebenan.de im Jahre 2030? Ja also tatsächlich zweierlei.

TB: [00:44:37] Wir haben in Deutschland, jetzt sage ich mal, mit diesen 10.000 Nachbarschaften 1/3 der denkbaren Nachbarschaften, die es gibt. Gerade im Kleinstädtischen und auf dem Dorf gibt es noch tausende Kommunen, in denen wir nicht sind. Wir eröffnen die Nachbarschaften nur, wenn wir dann eine Chance haben, das auch erfolgreich zu machen. Und da muss der Schulterschluss mit dem öffentlichen Sektor auf kommunaler, auf Landesebene stattfinden. Und mein Ziel ist es, unseren Service in jedem Winkel der Republik verfügbar zu machen, dort, wo es gewollt ist, dass es überall nutzbar ist. Und dafür möchte ich mit sozusagen Rahmenvereinbarung mit Bundesländern und mit einzelnen Kommunen in den nächsten Jahren dran arbeiten. Und übrigens nicht mit dem Ziel, überall Profit zu machen. Das Geschäftsmodell wird sich über die Großstädte irgendwann selbst tragen und wir haben eine große Bereitschaft, einfach den Service zur Verfügung zu stellen, kostendeckend in den Kleinstädten und Dörfern, was auch eine Art von sozusagen. Die die Starken helfen mit, das ganze System zu finanzieren. Und auf dem Dorf kann man es dann irgendwann hoffentlich nutzen, ohne dass man das ist quasi an den wirtschaftlichen Gegebenheiten der kleinen Kommune scheitert.

FRH: [00:45:48] Von meiner Seite vielen Dank für das herzliche, für das nette Gespräch und informative Gespräch. Vor allen Dingen das letzte Wort hat wie immer Michael.

ML: [00:45:55] Ja auch von meiner Seite. Herzlichen Dank! Ich fand das sehr informativ und fand auch gut, wie wir da sozusagen so ein bisschen auch Dinge klären konnten, die bei mir noch so ein bisschen unklar waren. Wunderbar. Und an alle Hörerinnen und

Hörer gucken Sie sich es mal an und dann können Sie ja selber gucken, was ob es Ihnen nutzt oder nicht. Der kleine Hinweis Wir sind nicht gesponsert, sondern wir haben jetzt aus Interesse sozusagen dieses Gespräch geführt, weil wir so eine interessante Plattform finden, jetzt ganz unabhängig davon, ob man selber da viel aktiv ist oder nicht. Ja, und mit Blick auf unser Anfangsthema, auch da würden wir Ihnen empfehlen Gucken Sie sich das alles mal an, schauen Sie sich an, was ChatGPT schon kann und bilden Sie sich auch selbst eine Meinung zu den Chancen und den Risiken, die Sie sehen. Sie dürfen auch gerne beides sehen. Und bringen Sie die gut miteinander in Verbindung, wenn Sie noch Themen haben, die uns sozusagen hier bewegen sollten. Schreiben Sie uns gerne eine Mail an info@habbelundlobeck.de. Die erreicht uns beide. Und dann wünsche ich Ihnen einfach noch einen schönen Tag.

FRH: [00:46:50] Das war die 30. Episode von City Transformer und alles Gute. Vielen Dank.

TB: [00:46:58] Danke für dieses Gespräch.