

## PIT Konzept

### Was ist das PIT?

Der Name PIT steht für PlanerInnenTreffen. Es handelt sich hierbei um ein Treffen von Studierenden der deutschsprachigen Planungsstudiengänge, das zum fachlichen und persönlichen Austausch dient. Die beteiligten Universitäten sind Berlin, Cottbus, Dortmund, Erfurt, Hamburg, Kaiserslautern, Rapperswil (CH), Weimar und Wien.

Das PIT wird von der Studienvertretung der jeweiligen Planungsstudiengänge ausgerichtet und organisiert. Es findet einmal im Semester statt wobei sich die Austragungsorte immer abwechseln. Im Schnitt sind jeweils zwischen 80 und 150 Studierende zu Gast.

Ursprünglich diente das PIT ausschließlich zum hochschulpolitischen Austausch der StudienrichtungsvertreterInnen. Seit dem Wintersemester 2005 gibt es den Bundesfachschaftsrat, in dem jede beteiligte Fachschaft mit einer Person vertreten ist. Der Bundesfachschaftsrat ist ein politisches Gremium, das zum hochschulpolitischen Austausch auf informeller Ebene dient. Die Bundesfachschaftenkonferenz (BuFaKo) bietet den Rahmen für das PIT. Jeweils im Wintersemester werden die Vertreter für den Bundesfachschaftsrat neu gewählt. Das PIT wurde nach und nach für Studierende, die nicht hochschulpolitisch aktiv sind, geöffnet.

Das PIT dauert jeweils von Mittwoch bis Donnerstag. Es werden Workshops, Exkursionen und Diskussionsveranstaltungen zu für den Austragungsort aktuellen und typischen Fachthemen angeboten. Neben diesem Bildungsaspekt dient das PIT auch zur (internationalen) Vernetzung und zum Austausch von Studierenden. Nicht zuletzt ist ein weiteres Ziel des PIT, dass Studierende den Austragungsort auf eine fachspezifische Weise kennenlernen.

### Thema des PIT: Wien™ - City Branding

Die Idee "City Branding" als Leitthema zu verwenden, entsprang einer assoziativen Auseinandersetzung mit der Stadt Wien. Denn Wien schien dem ersten Eindruck nach bloß eine Summe von Klischees zu sein: Schönbrunn, Riesenrad, Ring und der „Wiener Schmah“. Diese Klischees werden bewusst verwendet um Wien als Standort, als Urlaubsort oder sogar als „lebenswerteste Stadt der Welt“ zu vermarkten.

Doch was steckt hinter der Praxis Städte zu vermarkten? Welche Akteure sind daran beteiligt? Wie nutzen Politiker solche Instrumente um eigene Ideen voranzutreiben und welche Rolle spielen dabei RaumplanerInnen?

„City Branding“ ist nicht bloß ein Phänomen der Stadt Wien, vielmehr handelt es sich dabei um eine prägnante Charakteristik einer postindustriellen, westeuropäischen Stadt, welche sich in einer globale Konkurrenzsituation befindet. Handelt es sich dabei bloß um ein Instrument von RaumplanerInnen, Politikern, Bauträgern und von Marketingagenturen um Ideen optimal zu vermitteln oder verändert diese Praxis Städte von Grund auf? Drohen Innenstädte zu denkmalgeschützten Konsumräumen zu werden? Hat der Planer und die Planerin in einer mitteleuropäischen Stadt nichts anderes mehr zu tun, als den historischen Bestand zu vermarkten?

Die Wahl des Themas „City Branding“ spielt nicht bloß mit den Klischees der Stadt Wien, sondern eröffnet ein breites Spektrum an aktuellen, hochrelevanten Themen der europäischen Stadtentwicklung.

Das Planerinnentreffen sollte inhaltliche in drei grobe Blöcke gegliedert werden, welche von der Idee Wiens als „Branded City“ ausgehen:

### **Vermarktung der Stadt**

Hierbei handelt es sich um die Frage wie Stadt vermarktet wird und welche Rolle dabei RaumplanerInnen und Politiker spielen. Welche Bedeutung dies für den öffentlichen Raum hat soll anhand einiger Beispiele analysiert und dargestellt werden, zum Beispiel anhand der Wiener Innenstadt. Zusätzlich wird kritisch dabei hinterfragt wie Partizipationsprozesse verwendet werden um Projekte zu vermarkten.

### **Produktion der Stadt**

Dieser Aspekt soll einerseits die Möglichkeit bieten aktuelle Stadtentwicklungsprojekte zu präsentieren wie etwa die Seestadt Aspern, aber auch unbekanntere, interessante Stadtteile zu erkunden wie etwa die suburbanen Randbezirke. Weiteres stellt sich die Frage welchen Einfluss Investoren und Bauträger auf die Stadtentwicklung haben.

### **Konservierung der Stadt**

Der letzte Punkt widmet sich der Frage inwiefern Städte, insbesondere Städte mit einem reichen kulturellen Erbe konserviert werden. Welche Instrumente oder Organe wie etwa die Denkmalschutzbehörde oder die UNESCO haben hier Einfluss? Und wie beeinflusst das die Stadt Wien? Hier sollte auch den Klischees nachgegangen werden die Wien behaften. Geht man wirklich dauernd als Wiener ins Café und hört ständig klassische Musik? Inwiefern gehört das Rote Wien schon zum mythischen Bestand der Stadt? Diese und anderen Klischees sollten auch auf ihren Realitätsgehalt geprüft werden.

### **Was beinhaltet die Organisation/Rolle der Fachschaft**

Die Fachschaft ist für die gesamte Organisation und Durchführung des PIT zuständig. Die Aufgaben der Fachschaft umfassen unter anderem die Akquirierung von Geldern. Hierbei geht es einerseits um das Anfordern von Fördergeldern von offiziellen Stellen (zum Beispiel von der HTU) und privaten Sponsoren, andererseits ist es notwendig auch Naturalien zur Verfügung gestellt zu bekommen. So wurde beim PIT 2007 in Wien jeden Tag das Frühstück gesponsert. Die Beherbergung der Gäste stellt eine weitere Aufgabe der Organisation dar. Traditionellerweise werden die Studierenden in einer Turnhalle untergebracht, wo sie mit Iso-Matten und Schlafsack am Boden übernachten. Zu diesem Zweck müssen verschiedene Schulen kontaktiert werden, um eine Halle mieten zu können. Auch die Verpflegung mit Essen und Trinken muss zeitgerecht organisiert werden. Zumindest für das Frühstück und ein warmes Essen pro Tag sowie ausreichend Getränke muss gesorgt werden.

Auch der inhaltliche Aufbau muss vom Organisationsteam konzipiert werden. Neben einem Thema für das gesamte PIT müssen die Inhalte für Workshops und Exkursionen gefunden werden. Die

Auftaktveranstaltung, eine Diskussionsrunde und hochschulpolitische Workshops müssen ebenso organisiert werden. Für die Veranstaltungen, die am Abend im Plenum stattfinden, ist es notwendig, ExpertInnen einzuladen.

Das PIT muss sowohl bei den teilnehmenden Universitäten als auch innerhalb der TU beworben werden. Zu diesem Zweck müssen ein Motto und ein Logo entworfen werden, ein Werbefilm gedreht werden, eine Homepage gestaltet werden und ein Sonderheft zum Thema PIT entworfen werden. Weiters ist es besonders wichtig, genügend Studierende zur Mithilfe anzuregen, um einen reibungslosen Ablauf des PIT zu gewährleisten. Die Parties am Abend müssen ebenfalls geplant werden.

Um ein erfolgreiches IT zu organisieren, trifft sich das Orga-Team bereits ab Jänner 2011 wöchentlich.

### **Auflistung vom Orga Team**

- Karoline Birkeli
- Tuan Anh Dang
- Michael Erdmann
- Martin Fellner
- Marielis Fischer
- Jan Gartner
- Astrid Krisch
- Sebastian Raho
- Kurt Weninger???

### **Zeitraum**

Das PIT findet immer von Mittwoch bis Sonntag statt. Das kommende PIT in Wien wird von 26.-30. Oktober stattfinden.

### **Kompetenzen**

In dieser LVA, die zur Vorbereitung und Ausführung des PlanerInnentreffen 2011 in Wien dient, wird Projektmanagement relevantes Wissen vermittelt. Das beinhaltet sowohl das prozessorientierte als auch das kommunikative Arbeiten, sowie fachliche Konzipieren in einem Organisationsteam.

So bestimmen die Kompetenzanforderungen eines realen Projekts die Schwerpunkte der LVA. Beginnend mit der Initiierung eines Projekts, also der Findung von thematischen Schwerpunkten und der Gründung eines Organisationsteams, über das konkrete Planen von Projektabläufen, werden alle Projektmanagement-relevanten Fähigkeiten in der Lehrveranstaltung vermittelt. Des Weiteren wird auf eine ausführungorientierte Prozessgestaltung ein Hauptaugenmerk gelegt. Schließlich sollen alle Projektabläufe von uns selbst überprüft und evaluiert werden.

## Erwartungen und Anforderungen an die LVA Leiter

Sowohl eine umfangreiche Betreuung des Orga-Teams, als auch fachlicher Input sind Kernbestandteil der Anforderungen an die LVA Leitung. Darüber hinaus ist eine ständige objektive Evaluierung des aktuellen Arbeitsstands wünschenswert.

Für eine erfolgreiches Projekt bzw. PlanerInnentreffen ist das Teilen von Erfahrungswerten und Synergien essentiell, deshalb auch ein weiteres wichtiges Element im Anforderungsprofil der LVA Leitung. Nicht zuletzt stellt der/die LVA LeiterIn eine Schnittstelle zwischen Orga-Team und ExpertInnen dar und besitzt somit eine wichtige Rolle für eine erfolgreiche Planung und Ausführung des PlanerInnentreffen 2011 in Wien.

## Zeitplan

Monat	To-Do	Kommentar
Jänner	Fachschaftshomepage	
	Bildung des Organisationsteams	regelmäßige Treffen
		P3+LVA-Leiter+Konzept
	Finanzen/Förderungen	
	Werbungs Intern (HTU)	
	Raumanfrage Kuppelsaal	
	Turnhalle	
Februar	Logo und Motto fertig stellen	
	InterPIT Ende Februar	
März	Teams: Workshops, Exkursionen, Versorgung, Rahmenprogramm	
	Experten einladen	
April		
Mai		
Juni	Turnhalle fix	
	Werbung an Studenten/Helfer	
	Fertig für PIT Berlin: Präsentation/Film (mit Logo, Motto), Zeitraum	
	Kontakte zu anderen Fachschaften -> Kontingentvergabe	
	Kontakte zu Externen zwecks Exkursionen	
Juli	PIT Anmeldung	
	PIT Topf	
	PIT Homepage	
August	Workshops und Exkursionen fertig stellen	
September	Einkauf Getränke	
	Geschenke (Sackerl, Musik CD)	
	Heft fertig	
	Räume fix	
Oktober	Party organisieren	
	Einteilung der Helfer	
	Einkauf	
	Präsentation Auftakt	