

Anleitung

Case Studies für alle

Die Schweiz hat viele unterschiedliche Orte. Welcher Ort ist Ihnen wichtig? Wo fühlen Sie sich wohl? An welchem Ort fehlt Ihnen etwas? Die Case Studies für alle laden dazu ein, mit anderen zu teilen, was gut gelungen und was weniger gut gelungen ist. Ob Park, Hochhaus oder Brücke: Laden Sie ein Standvideo (maximal 30 Sekunden) hoch und wählen Sie acht Fragen aus, um Ihren Ort zu beschreiben.

Case Studies für alle ist ein Angebot von baukulturschweiz.ch, das allen Interessierten offensteht. Die Case Studies für alle ergänzen bereits vorhandene Case Studies auf baukulturschweiz.ch. Ein Formular auf der Webplattform führt Sie einfach durch den Eingabeprozess. In der vorliegenden Anleitung finden sich weitere Erläuterungen.

Autorenangaben (werden veröffentlicht)

- **Vor- und Nachname** (obligatorisch, maximal 40 Zeichen inklusive Leerzeichen)
- **Organisation** (optional, zum Beispiel Hochschule; maximal 30 Zeichen inklusive Leerzeichen)

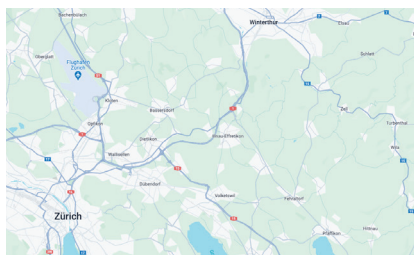
Adressangaben

- **E-Mail-Adresse** und **Telefonnummer** werden nicht veröffentlicht oder weitergegeben.

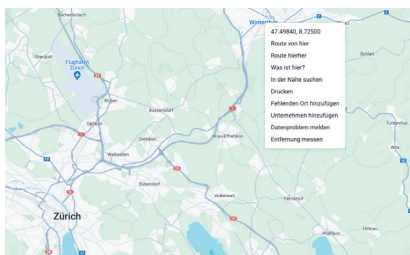
Basisangaben zum Case

- **Standort** der Videoaufnahme
- **Upload von Video und Standbild**
- **Aufnahmedatum**

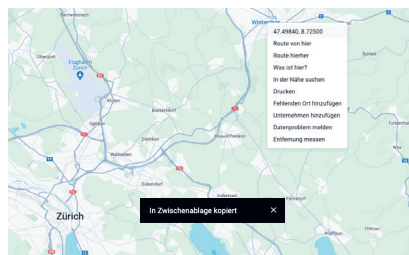
Wählen Sie den Standort der Videoaufnahme direkt über die Karte im Formular aus – oder ermitteln Sie die Koordinaten mit Google Maps:



Schritt 1: Öffnen Sie Google Maps auf dem Computer.



Schritt 2: Klicken Sie mit der rechten Maustaste auf den gewünschten Ort oder Bereich auf der Karte. Daraufhin öffnet sich ein Pop-up-Fenster.



Schritt 3: Wenn Sie die Koordinaten automatisch kopieren möchten, klicken Sie auf den Längen- und Breitengrad.

Video- und Bildupload

- **30-Sekunden-Standvideo** ohne Kamerabewegungen, Schnitte oder Einblendungen; mit Ton (Umgebungsgeräusche, kein gesprochener Text); Bildformat: 16:9 Querformat, 1080p bzw. Full-HD, Format MP4 oder MOV; Länge: maximal 30 Sekunden
- **Standbild:** Screenshot direkt vom Anfang des Videos, Auflösung gleich wie im Video, Dateiformat: JPG oder PNG

Achten Sie auf gute Tonqualität und eine hohe Bildauflösung. Das hochgeladene Video wird zur Optimierung automatisch über eine Schnittstelle auf der externen Plattform freeconvert.com komprimiert.

Case Beschreibung

- **Name des Ortes:** zum Beispiel «Shoppi Tivoli», maximal 30 Zeichen inklusive Leerzeichen
Gemeinde: politische Gemeinde, auf deren Grund sich der Ort befindet, zum Beispiel Spreitenbach
Titel: kurze Charakterisierung des Ortes, zum Beispiel: «das erste Einkaufsparadies der Schweiz», 40 Zeichen inklusive Leerzeichen
Aus diesen drei Angaben ergibt sich die Titelzeile, zum Beispiel: «Shoppi Tivoli, Spreitenbach – das erste Einkaufsparadies der Schweiz»
- **Instagram-Hashtag:** Geben Sie einen Hashtag ein, der auf Instagram weitere Bilder Ihrer Case Study zeigt, zum Beispiel «shoppitivoli».
- **Auswahl und Beantwortung von acht Fragen:** Es stehen jeweils fünf bis sieben Fragen zur Auswahl, um den Ort nach folgenden acht Kriterien zu bewerten: Gouvernanz, Funktionalität, Umwelt, Wirtschaft, Vielfalt, Kontext, Genius loci und Schönheit. Zur Beantwortung der acht ausgewählten Fragen stehen jeweils 1 bis 500 Zeichen inklusive Leerzeichen zur Verfügung. Formulieren Sie ganze Sätze und verwenden Sie keine Links im Text. Die Fragen beruhen auf dem Davos Qualitätssystem zur Baukultur. Sie lauten:

Gouvernanz

1. Wer kümmert sich um die Qualität des Ortes?
2. Gibt es Richtlinien oder Anreize für eine hohe Baukultur?
3. Gibt es eine öffentliche Debatte über die Qualität des Ortes?
4. Werden Entscheidungen in Bezug auf den Ort gemeinsam und nachvollziehbar gefällt?
5. Verfügen alle Beteiligten über die notwendigen Erfahrungen und Kompetenzen?
6. Arbeiten die Fachleute in gemischten Teams?

Funktionalität

1. Erfüllt der Ort seinen Zweck?
2. Passt der Ort sich an, während er gleichzeitig sein baukulturelles Erbe bewahrt?
3. Ist der Ort gesund und komfortabel?
4. Ist der Ort für seine Nutzenden sicher?
5. Ist der Ort einfach zugänglich?
6. Ist der Ort verkehrsarm?
7. Kann der Ort zu Fuss oder mit dem Fahrrad erreicht werden?

Umwelt

1. Weist der Ort eine verantwortungsvolle Bodennutzung auf?
2. Fördert der Ort die Biodiversität?
3. Wird der Ort gepflegt und nachhaltig entwickelt?
4. Zeichnet sich der Ort durch eine dauerhafte Bauweise und wenig Unterhaltsbedarf aus?
5. Ist der Ort frei von Verschmutzung und Schadstoffen?
6. Werden negative Auswirkungen auf die Umwelt minimiert?
7. Fördert der Ort eine nachhaltige Mobilität?

Wirtschaft

1. Bleibt der Ort langfristig attraktiv zum Leben und Arbeiten, für Freizeit und Tourismus?
2. Sind die Baumaterialien und Bauweisen langlebig, unterhaltsarm, werterhaltend oder sogar wertsteigernd?
3. Ist der Ort auf lange Sicht rentabel?
4. Wurden die öffentlichen und privaten Ressourcen verantwortungsvoll genutzt?
5. Ist der Ort dank Wirtschaftlichkeit von Gestaltung, Bau und Betrieb erschwinglich?
6. Tragen Eigentums- und Investitionsmöglichkeiten zu vielfältigen Quartieren bei?

Vielfalt

1. Gewährleistet der Ort Gleichberechtigung, Freiheit, Sicherheit und eine zuverlässige Existenzgrundlage?
2. Bringt der Ort verschiedene Menschen zusammen?
3. Fördert der Ort die Gemeinschaft?
4. Begünstigt der Ort eine gemeinsame Verantwortung für private und öffentliche Räume?
5. Verhindert der Ort die Trennung verschiedener Gesellschaftsschichten?
6. Ist der Ort sozial robust?

Kontext

1. Wurde der Ort vor dem Eingriff gründlich analysiert?
2. Steht der Ort im Dialog mit der Landschaft, der Siedlungsstruktur, den Farben und den Materialien?
3. Werden das baukulturelle Erbe und regionale Besonderheiten erhalten und genutzt?
4. Verbessert die zeitgenössische Gestaltung die Qualität des Bestehenden?
5. Steigern die Grünflächen die Qualität des Ortes?

Genius Loci

1. Zeichnet sich der Ort durch seine Unverwechselbarkeit aus?
2. Fördert der Ort die Ortsverbundenheit?
3. Fördert der Ort die Natur- und Landschaftsverbundenheit?
4. Werden lokale, regionale und historische Werte in die Gestaltung und Bewirtschaftung des Ortes integriert?
5. Ist die Nutzung mit der Ökologie vereinbar?
6. Verbessert die Qualität des Raums die Lebensqualität der Menschen?
7. Trägt der Ort zum sozialen Zusammenhalt bei?

Schönheit

1. Hat der Ort eine stimmungsvolle Wirkung auf die Betrachtenden?
2. Fühlen sich die Menschen an dem Ort wohl?
3. Nehmen die Menschen den Ort als schön wahr?
4. Berücksichtigt die Gestaltung des Ortes die Umgebung?
5. Trägt die Schönheit des Ortes zum Wohlbefinden der Menschen bei?

Social Media

Nach der Veröffentlichung erscheint die Case Study auf der Schweizkarte und kann angewählt werden. Mit den Social-Media-Buttons am unteren Bildrand kann die Case Study geteilt und diskutiert sowie als PDF ausgedruckt werden. Über den Button «Anschauen» werden Bilder mit dem gewählten Hashtag auf Instagram aufgerufen.

